

**\ Forum
/ bez barier**



Co sektor filmowy w Polsce wie na temat dostępności?

Raport z badań

Spis Treści:

Kontekst, zakres oraz cele badania	3
Rozumienie dostępności przez osoby objęte badaniem	13
Rozumienie niepełnosprawności	18
Badania nt. osób z niepełnosprawnościami jako odbiorcami/uczestnikami wydarzeń kulturalnych (w tym filmowych)	21
OzN sensorycznymi – „niewidoczna publiczność”	26
Wydarzenia specjalne a wydarzenia integracyjne. Film oglądany w pojedynkę a w ramach doświadczenia zbiorowego	29
Trudności / problemy / wyzwania / obawy związane z tworzeniem kina dostępnego w Polsce	32
Co ułatwia, co sprzyja dostępnościowej uważności sektora?	46
Motywacje do tworzenia kina dostępnego / powody, dla których to robimy	49
Dostępność i kultura filmowa. Nie tylko film	52
Partnerstwa w docieraniu do grup osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi – ich rola	56
Oczekiwane wsparcie lub rekomendacje: co powinno się wydarzyć, by kino dostępne w Polsce stało się faktem?	59
Czy kino dostępne się opłaca?	71
Kino w pełni dostępne. Marzenie?	74

Kontekst, zakres oraz cele badania

W Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu zespół Działu Programów Społecznych od 2022 roku realizuje projekt zatytułowany „Kino bez barier”. Jest to kontynuacja i rozwinięcie cyklu pod nazwą „Obrazy wrażliwe”.

Po przeformułowaniu charakteru działań i zmianie akcentów, postanowiono stworzyć w Kinie Pałacowym (będącym częścią ZAMKU) nową inicjatywę, której trzon stanowiły regularne – organizowane w każdy wtorek i czwartek – pokazy nowości filmowych ze wszystkimi dostosowaniami. Od tamtego momentu poznańska publiczność doświadczająca np. trudności w widzeniu lub słyszeniu, może uczestniczyć w tych samych pokazach, co pozostająca w sprawnościowej normie. Dzięki wyposażeniu kopii filmowych w niezbędne suplementy (m.in. napisy dla osób słabosłyszących i audiodeskrypcję) oraz tłumaczeniu na polski język migowy jednego seansu w tygodniu, w stolicy Wielkopolski udało się znacząco poszerzyć ofertę wydarzeń dostępnych dla widowni z niepełnosprawnościami sensorycznymi. Ta aktualizacja była wynikiem wcześniejszych doświadczeń oraz przeprowadzonych częściowych badań społecznych z udziałem osób z niepełnosprawnościami wzroku i słuchu. W 2023 roku wspomniany Dział Programów Społecznych uzyskał kolejne dofinansowanie – tym razem ze środków pochodzących z unijnej inicjatywy Collaborate to Innovate Europa Cinemas! – i rozwinął projekt „Kino bez barier” organizując pokazy także w jarocińskim kinie „Echo” i wrocławskim Kinie Nowe Horyzonty. Również tutaj ważnym elementem

przygotowania i realizacji projektu były badania społeczne przeprowadzone wśród osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi zamieszkującymi oba miasta.

Dowodem na konsekwentne doskonalenie i zgłębianie problematyki dostępnych pokazów filmowych była decyzja o organizacji w ZAMKU w lutym br. „Forum bez Barrier. O kinie dostępnym”. Najważniejszym celem tego branżowego spotkania, na które zaproszono przedstawicieli i przedstawicielki kin, firm dystrybutorskich i produkcyjnych z całego kraju, było stworzenie przestrzeni do edukacji i dyskusji na temat idei kina dostępnego. Od samego początku ważną częścią tej inicjatywy – w jej sfinansowanie włączył się również Polski Instytut Sztuki Filmowej – była próba zdiagnozowania najważniejszych obaw i trudności, jakie w kontekście tworzenia kina dostępnego identyfikuje sektor audiowizualny w Polsce. Zgromadzona wiedza – czy to pochodząca z wcześniejszych samodzielnych badań, czy przeprowadzonych przez inne podmioty i osoby – jasno dowodziła, że sytuacja osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi, chcących korzystać z oferty kinowej na równi z osobami bez tych niepełnosprawności, jest zdecydowanie zła i bez popadania w przesadę mogą one opisywać swój status w kategoriach dyskryminacyjnych. W kontekście wdrażania polskiego prawa, w tym Ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, kluczowe jest zmapowanie sytuacji: stanu wiedzy sektora audiowizualnego na temat idei dostępności oraz związanych z nią wymogach; określenie największych obaw i trudności, które mogą być istotne dla wyjaśnienia opieszałości we wdrażaniu norm i regulacji prawnych; także usłyszenie, jakiego rodzaju wsparcie jest niezbędne dla dalszego procedowania tej sprawy.

Zespół badawczy – dr Bartek Lis (kierownik procesu badawczego) oraz dr Bogna Kietlińska – określając zakres badawczy przyjął jako ramę następujące obszary badawcze:

- # dostępność i niepełnosprawność – jak je rozumiemy,
- # stan wiedzy nt. widowni, w tym na temat widowni z niepełnosprawnościami sensorycznymi,
- # doświadczenia własne w obszarze tematu kina (nie)dostępnego,
- # stan wiedzy nt. rozwiązań dostępnościowych w sektorze kina,
- # dobre przykłady (krajowe i zagraniczne) realizacji dostępnych projektów filmowych (produkcyjnie, ale i w obszarze dystrybucji/prezentacji/edukacji filmowej/repertuaru kinowego),
- # największe bariery/trudności przy produkcji/działaniach z zakresu kina dostępnego,
- # warunki brzegowe powstawania dostępnej oferty filmowej/kinowej w Polsce.

Pomysł na badania oraz ich charakter, zastosowane metody i przebieg

Badania miały charakter eksploracyjny. Zależało nam na zebraniu możliwie jak największej liczby opinii, sposobów myślenia i definiowania sytuacji oraz tropów interpretacyjnych, jakie moglibyśmy wykorzystać do nakreślenia mapy problemów i zagadnień, które mogą okazać się istotne w kontekście zmierzenia się z zadaniem rozwoju idei kina dostępnego i otwartego na potrzeby osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi (poniżej podajemy krótką definicję obu pojęć wyznaczających zakres naszych badawczych eksploracji). Badanie to, przeprowadzone przy użyciu metod jakościowych, nie ma oczywiście charakteru reprezentatywnego – zespół badawczy uznał, że poruszany obszar problemowy jest nadal niewystarczająco wysycony w polskim kontekście i wciąż właściwsze jest podejście na poły etnograficzne, otwarte na definicje i interpretacje problemu przedstawiane przez włączonych do próby respondentów i respondentki.

Zdecydowaliśmy się na celowy dobór osób do próby. Chcieliśmy dotrzeć do reprezentantów i reprezentantek środowiska osób pracujących w trzech przestrzeniach polskiej branży filmowej: producentów i producentek filmowych, dystrybutorów i dystrybutek filmów oraz do osób zaangażowanych w upowszechnianie kultury filmowej i edukację w tym obszarze w kinach.

Sugestie odnośnie do konkretnych podmiotów i osób reprezentujących w miarę zróżnicowaną grupę (przede wszystkim pod kątem wielkości podmiotu, jak i treści oraz charakteru filmów, którymi one operują) uzyskaliśmy od znanych nam osób będących częścią tego sektora oraz przedstawicieli Rady Programowej mającego się odbyć Forum (wśród nich pracownika naukowego realizującego własne badania i przedsięwzięcia w tym obszarze). Wbrew pierwotnym założeniom i kilkakrotnie podejmowanym próbom dotarcia za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz osób mających kontakt z potencjalnymi respondentami, musieliśmy ograniczyć początkowo liczniejszą próbę do 16 osób. Mimo starań i licznych wielokanałowych prób dotarcia, do badania nie udało się włączyć wszystkich zaplanowanych osób/podmiotów, w tym zwłaszcza reprezentantów kinowych multipleksów. Uznajemy jednak, że ten brak danych wynikający z braku zgody na udzielenie wywiadu lub unikanie kontaktu również jest informacją podlegającą interpretacji. Ostatecznie w próbie znalazło się 16 osób:

- przedstawiciele mniejszych producentów filmowych (3),
- przedstawiciele mniejszych dystrybutorów filmowych (3),
- przedstawiciele i przedstawicielki kin studyjnych (7),
- przedstawiciele organizacji/institucji realizujących /współorganizujących dostępne pokazy filmowe oraz osoby eksperckie (3).

Zastosowaliśmy następujące techniki badawcze:

pogłębione wywiady indywidualne (IDI), diady (wywiad z dwiema osobami), zogniskowane wywiady grupowe (FGI). Rozmowy były nagrywane, transkrybowane a następnie kodowane. Badania uzupełniliśmy analizą treści wybranych opracowań i raportów pobadawczych¹.

Badania zostały zrealizowane od 4 do 30 stycznia 2024 roku.

Zespół badawczy: **dr Bartek Lis** (kierownik projektu badawczego, badacz), **dr Bogna Kietlińska** (badaczka).

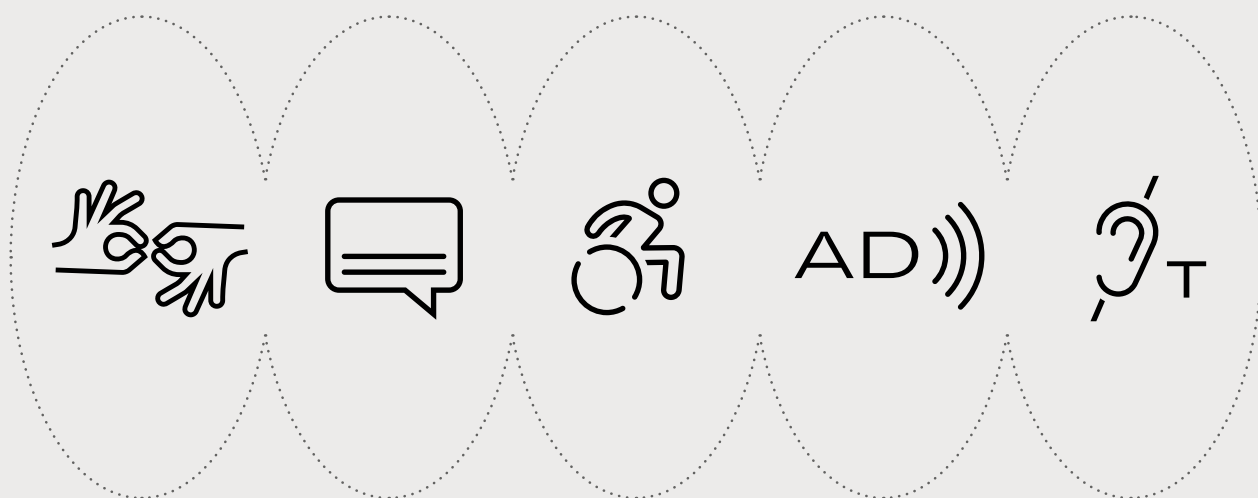
¹ Ekspertyza dotycząca dostępności kinematografii dla osób z niepełnosprawnościami w Polsce oraz stosowanych w innych krajach metod zapewnienia osobom z niepełnosprawnościami równego dostępu do kinematografii, Kamil Kowalski, Anna Żórawska, Fundacja Integracja, 2021. Dokument powstały na zlecenie Ministerstwa Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu jest niedostępny w oficjalnym obiegu.

Kondycja polskiego sektora niezależnej produkcji audiowizualnej, Dionizy Smoleń i inni, Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, PwC Polska, 2023, <https://kipa.pl/raport-pwc-i-kipa-o-kondycji-polskiego-sektora-av/>, data dostępu: 04.01.2024.

Dostępność kina dla osób ze specjalnymi potrzebami, Marta Materska-Samek, Małgorzata Kotlińska, Monika Hapek, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2023, <https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/c9af6d4d-777e-4222-9bef-d7bb68c9910a/content>, data dostępu: 10.01.2024.

Kino dostępne

Kino dostępne – pod tym określeniem kryją się wszelkie działania z zakresu dostosowań infrastrukturalnych oraz narzędziowych (np. wyposażenie sal projekcyjnych w pętle indukcyjne, projektory umożliwiające wyświetlanie materiałów audiowizualnych z napisami dla osób słabosłyszących, zestawy do odsłuchiwania audiodeskrypcji itp.), jak i edukacyjnych, komunikacyjnych i informacyjnych (rozbudowany porządek wydarzeń towarzyszących głównemu programowi i dostosowanych do potrzeb i możliwości osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi – np. tłumaczenia na polski język migowy; dodatkowo aktywności angażujące przedstawicieli społeczności osób z niepełnosprawnościami [OzN] sensorycznymi do współtworzenia, konsultowania i produkowania dostępnych wydarzeń filmowych). Termin „kino” odnosi się zatem nie tylko do konkretnej przestrzeni, lecz do całościowej idei, fenomenu społeczno-kulturowego związanego z pokazywaniem obrazu i dźwięku oraz powstającej wokół nich kultury.



Osoby z niepełnosprawnościami sensorycznymi

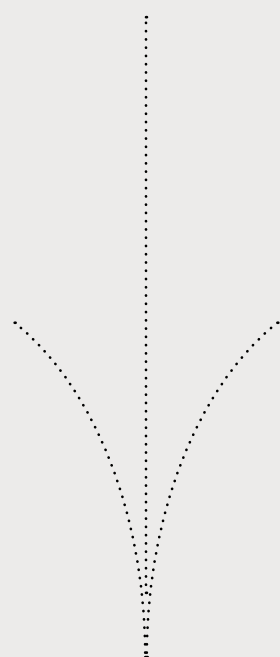
Osoby z niepełnosprawnościami sensorycznymi – to bardzo szeroka grupa osób o różnych cechach demograficzno-społecznych (m.in. płci, wieku, poziomie wykształcenia), dla których wspólne będzie doświadczenie pewnej niesprawności związanej ze zmysłem wzroku lub słuchu. Jest to zbiorowość wewnątrznie bardzo niejednorodna, ale w kontekście dyskusji podejmowanej w podsumowywanym badaniu jest istotne, by wyróżnić sześć podgrup osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi:

- słabosłyszące,
- które utraciły słuch, ale wzrastały jeszcze w kulturze języka polskiego,
- niesłyszące od urodzenia lub od bardzo wczesnego etapu życia, które wychowywały się poza kulturą języka polskiego (w tym mniejszość kulturowa osób Głuchych),
- słabowidzące,
- które utraciły wzrok, ale wzrastały jeszcze w kulturze wizualnej,
- niewidome od urodzenia, wychowujące się poza kulturą wizualną.

”

**Dostępność
jest wtedy, jak nie
musimy tworzyć
jakichś osobnych
wydarzeń.
Wszystko jest
dla wszystkich
i możemy oglądać
razem.**

Poniżej przedstawiamy najważniejsze wątki/kategorie problemowe pojawiające się w badaniu dotyczącym wiedzy sektora audiowizualnego w Polsce na temat potrzeb osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi w kontekście ich uczestnictwa w kulturze filmowej. Jest to także próba naszkicowania najważniejszych trudności i wyzwań, jakie uczestnicy badania autodiagnostują w związku z poszerzaniem dostępności produkcji filmowych (i ich dystrybucji, upowszechniania). Usłyszane opinie nie mają charakteru reprezentatywnego. Badania jako jakościowe (o ograniczonym zakresie) mają przede wszystkim charakter eksploracyjny.



Rozumienie dostępności przez osoby objęte badaniem

Każda z osób godzących się wziąć udział w badaniu deklarowała swoją otwartość i zainteresowanie tematem dostępności. Należy zaznaczyć, że dosyć głębokie rozumienie dostępności ujawniło pytanie o to, czym ona jest – co niekoniecznie musiałyby wybrzmieć, gdyby w badaniu wzięła większa liczba osób, a nie tylko te, o których już na wstępie było wiadomo, że mają pewne doświadczenie lub wiedzę na ten temat. Najczęściej podawana definicja odnosiła się do „realizowalnej potencjalności”, czyli stanu, w którym każda osoba mająca ochotę skorzystać z danego wydarzenia lub zapoznać się z określonym dziełem, może to zrobić niezależnie od ewentualnych własnych ograniczeń.

„Dostępność jest wtedy, jak nie musimy tworzyć jakichś osobnych wydarzeń. Wszystko jest dla wszystkich i możemy oglądać razem”. (FGI_1_KS_3)

Kiedy mówiono o tych blokujących pełne uczestnictwo „cechach” albo okolicznościach, myślano nie tylko o ograniczeniach fizycznych (dotyczących zarówno motoryki, jak i zmysłów słuchu i wzroku), ale także o innych „nienormatywnościach” (np. o osobach neuroatypowych). Uwagę zwraca jednak wskazywanie, że powodem lub pretekstem do poszukiwania sposobów włączania osób z niepełnosprawnościami do głównego nurtu życia kulturalnego jest ich „ograniczenie”, nie zaś ograniczona przestrzeń, format lub zasób. To zniuansowanie nie jest tylko kwestią językowej

nieuważności, lecz raczej odpowiada dominującemu sposobowi postrzegania niepełnosprawności jako pewnej cechy, którą mają określone osoby – czegoś immanentnego, wrodzonego, a nie konstrukcji stworzonej przez normatywny, większościowy dyskurs. W takim ujęciu dostępność...

„(...) jest ukłonem w stronę osób, które potrzebują czegoś więcej niż osoby słyszące, widzące i pełnosprawne”. (R_DKS_2)

Nasi rozmówcy i rozmówczynie, oprócz najbardziej oczywistych aspektów dostępności związanych z zapewnieniem uczestnictwa w wydarzeniu pomimo barier architektonicznych, przywoływali również jego aspekty: ekonomiczny (czyli działanie tak, aby kwestie finansowe nie były nadmierną przeszkodą), komunikacyjny (czyli uważność na oddalenie od miejsca wydarzenia i niesatysfakcjonujący transport skutkujący nikłym prawdopodobieństwem uznania uczestnictwa za nieuciążliwe) oraz informacyjny (czyli odnoszący się do umożliwienia zapoznania się z ofertą poprzez minimalizowanie doświadczanych niedogodności i barier – np. słabego wzroku albo zaburzeń neuropoznawczych). W tym miejscu dyskutowana była również kwestia osób z niskimi kapitałami kulturowymi, niższym poziomem wykształcenia albo z niepełnosprawnościami intelektualnymi. Nie dla wszystkich potencjalnych widzów i widzek prezentowane tytuły będą dostępne (nawet pomimo zapewnienia dostosowań niwelujących bariery dla osób niewidomych lub Głuchych). Dla części z nich tzw. nowohoryzontalne intelektualnie kino europejskie okaże się zbyt wymagające.

Domknięciem podawanych definicji będzie zwracanie uwagi także na wątki światopoglądowe odnoszące się do ukazywania w kinie świata zróżnicowanego pod względem etnicznym, psychoseksualnym, lifestyle'owym czy genderowym. Tutaj dostępność jest odczytywana jako otwartość na wielość poglądów i sposobów życia (w tym na świat zwierząt pozaludzkich).

Na koniec tego punktu powiedzmy jeszcze o trzech usłyszanych opiniach i/lub sposobach postrzegania dostępności. Pierwszy to pogląd, że: „dostępność [jej brak – BL] dotyczy tylko prowincji. W Warszawie nie ma z tym problemu” (R1) – który jest stereotypem nie znajdującym potwierdzenia w rzeczywistości. Dyskusja o kinach ujawnia, że nawet w stolicy brakuje miejsc w pełni wolnych od barier dla osób z niepełnosprawnościami. Wyróżnikiem miejsca dostępnego będzie choćby to, że każda osoba – niezależnie od swej jednostkowej różnorodności, będzie mogła obejrzeć film wybierając jakikolwiek seans z repertuaru lub wydarzenie towarzyszące projekcji. Ten sposób myślenia wciąż ma w dużym stopniu charakter postulatyczny. Jest dla części badanych azymutem i kierunkiem działania.

„Widzę otwartość i dostępność jako taką pewną bezkompromisowość. Nie jako coś, co jest elementem dodatkowym, tylko jest w tym głównym nurcie jako taka oczywistość”. (FGI_1_KS_4)

Jeden z respondentów swoje przywiązanie do tematu dostępności tłumaczył bardziej merkantylnie, czyli niekoniecznie odnosząc się do argumentów solidarnościowych czy ideowych. Dla niego dostępność wpisuje się w założenia kapitalistyczne – każdy potencjalny widz i widzka są ważni, bo dzięki ich włączeniu będzie możliwe zwiększenie zysków.

**„Interesuje nas każdy widz,
do którego uda nam się dotrzeć”. (R4)**

”

**[co to jest,
twoim zdaniem,
niepełnosprawność?]
Nie wiem. Nie wiem, jak
to zwerbalizować, jak
mogę prosić następne
pytanie, to będę
wdzięczna. Bo chyba
nie chciałabym tutaj
być jakaś niepoprawna,
a kurczę, żyjemy
w takich czasach, że...**

Rozumienie niepełnosprawności

W toku realizowanego projektu badawczego temat niepełnosprawności był oczywiście ważnym zagadnieniem. W trakcie prowadzonych wywiadów – tak, jak to zostało zauważone w poprzednim punkcie – wybrzmiewał bardzo normatywny, esencjalizujący sposób myślenia i mówienia o tym aspekcie ludzkiej podmiotowości. Nie można oczekiwać, by wszyscy dyskursywizowali to pojęcie, nabierając w efekcie przekonania, że ten termin (i wywołana przez niego cała koncepcja tożsamości – „człowiek niepełnosprawny”) jest społecznie skonstruowany. Ukuliśmy go dla opisanego i wyjaśnienia świata, przeocząc moment, w którym powstające obiekty i rzeczy już w momencie zaprojektowania zakładały wykluczenie, a nie włączenie osób nienormatywnych sprawnościowo. Kilka schodków przed wejściem do instytucji kultury albo pominięcie podczas projekcji filmu suplementu z napisami dla słabosłyszących tworzą tę niepełnosprawność, której zapewne byśmy nie zauważali, gdyby ów świat był inaczej zaprojektowany. Na szczęście zmienia się też nasza świadomość:

„Niepełnosprawność (...) to przypadek, który skierował cię na pewną drogę i pewną trudność w twoim życiu, ale który w 2023, 2024 roku nie powinien cię w żaden sposób wykluczać z codziennego życia i nie powinieneś odczuwać tego, że czegoś ci brakuje albo że jesteś gorszy w jakikolwiek sposób, bo wydaje mi się, że na tym

poziomie, na którym już jesteśmy jako ludzkość, powinniśmy robić wszystko, żeby te granice były jak najbardziej zacieralne i żebyśmy po prostu w takim samym stopniu mogli uczestniczyć, czy to w kulturze, czy to po prostu w życiu codziennym”. (R_DKS_1)

Dla części respondentów niepełnosprawność jest jednak wciąż tematem kłopotliwym, trudnym do odniesienia. Przyznajemy się do własnej niewiedzy i niezręczności:

„[co to jest, twoim zdaniem, niepełnosprawność? - BL] Nie wiem. Nie wiem, jak to zwerbalizować, jak mogę prosić następne pytanie, to będę wdzięczna. Bo chyba nie chciałam tutaj być jakaś niepoprawna, a kurczę, żyjemy w takich czasach, że...” (R_DKS_2)

Przedstawiciele branży filmowej, jak większość polskiego społeczeństwa, mają tendencję do esencjalizowania osób z niepełnosprawnościami i postrzegania ich jako grupy jednolitej. Są przy tym postrzegane przez pryzmat „zdrowia” i choroby (z kryjącym się za taką postawą niebezpieczeństwem do ich infantylizowania i okazywania im litości). Dodatkowo u części rozmówców i rozmówczyń pobrzmiewało przekonanie, że OzN mają jakieś specyficzne gusta czy upodobania i że będą zainteresowane przede wszystkim filmami na temat niepełnosprawności.

”

To jest wiedza dla nas jako dla producentów niedostępna i jeżeli chodzi w ogóle o widza, to jakby perspektywa, którą my otrzymujemy, to jest raczej ilość – ile osób obejrzało, ile osób się zdecydowało – niż o specyfikę tej publiczności, tej wiedzy. Więc czasami nawet sami chodzimy na swoje własne filmy tylko po to, żeby siedzieć raczej tyłem do ekranu i zobaczyć kto z nami siedzi w ogóle jakby na tej projekcji.

Badania nt. osób z niepełnosprawnościami jako odbiorcami/uczestnikami wydarzeń kulturalnych (w tym filmowych)

Trudność w swobodnym mówieniu o niepełnosprawności oraz o osobach z tym doświadczeniem wynika również z braku wiedzy. Jest to grupa kategorialna niewidoczna, która dopiero od niedawna częściej uwidacznia się w przestrzeni publicznej (również za sprawą rozwijanej idei dostępności). Jakkolwiek jako społeczeństwo zyskujemy coraz większą świadomość na temat zróżnicowania naszej narodowej wspólnoty, to kwestie związane ze specyfiką funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi w przestrzeni kultury nadal pozostają wielką niewiadomą. Badani otwarcie mówili, że nie tylko niczego nie wiedzą na temat OzN sensorycznymi jako odbiorcach produkcji filmowych, ale wręcz wskazywali, że niewiele wiedzą na temat widzów w ogóle. Producenci filmowi wprost mówili o własnej niewystarczającej wiedzy, którą czerpią jedynie ze standardowych danych statystycznych pochodzących od dystrybutorów. Z kolei dane zbierane dość regularnie przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (na podstawie zleczonych badań), niestety, w większości nie są znane – ich dystrybucja najwyraźniej jest niewystarczająca, podobnie zachęta do konsumowania wyników. Niezależnie od tych trudności istnieje wspólne przekonanie łączące przedstawicieli wszystkich trzech odnóg branży filmowej (producenci, dystrybutorzy, kina), że brakuje pogłębionych badań

na temat widowni, a OzN sensorycznymi szczególnie. Jedynie ich sukcesywne prowadzenie może skutkować tworzeniem użytecznej segmentacji. Badania marketingowe, o których nam opowiadano, ograniczają się do informacji o „klikalności” reklam i są zaledwie korelowane z podstawowymi danymi demograficznymi. Nic albo niewiele mówią one o profilu widowni kinowej, w tym o jej ewentualnej (nie)sprawności.

Rozmówcy przyznawali, że sami nie zlecali realizacji badań (uzasadniając to głównie brakiem pieniędzy). Niewiele było opinii kwestionujących sens ich prowadzenia, a gdy się pojawiały, to z powołaniem na to jakoby w niedługim czasie traciły na aktualności („wszystko się tak szybko zmienia”) albo że oni sami najlepiej znają rynek, a zastosowanie wyników badań nie wniesie żadnej nowej wartości do ich pracy (te same osoby kiedy indziej zastanawiały się, dlaczego nie ma u nich widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi). Inni zwracali uwagę, że to przede wszystkim firmy dystrybucyjne powinny zlecać badania publiczności, w tym OzN sensorycznymi, jednak prawdopodobnie nie widzą w tym działaniu ekonomicznego sensu.

„Być może dla dystrybutorów wyniki konkretnych badań nie byłyby aż tak wnoszące, żeby im się opłacało – myśląc już tak bardzo biznesowo – zainwestować te jednak duże środki na takie bardzo kompleksowe badania”. (R_DKS_1)

Niecierpliwość, chęć jak najszybszego poznania wyników prowadzonych analiz i przełożenia płynących z nich wniosków na wzrost sprzedaży biletów także nie zachęcają do decydowania o rozpoczęciu badań. Część

respondentów i respondentek przyzwyczajonych do „socjologii sondażowej” chciałyby poznać konkretne liczby – ile spośród OzN sensorycznymi pojawi się na najbliższym seansie i pod jakimi warunkami. Nie są przy tym zainteresowani realizacją badań niereprezentatywnych, a jedynie takich, które pomogłyby im lepiej zrozumieć specyfikę omawianych zbiorowości.

Zauważyliśmy również, że w realizacji badań widzi się głównie sens konsultacyjny (zbadanie opinii na temat danego pomysłu) lub odpowiedź na proste pytania, np.: „Co zrobić by niewidomi nas odwiedzali?”.

Nie postrzega się badań jako szansy na poszerzenie własnej refleksji w kontekście analizy panujących trendów, zmieniających się stylów konsumpcji materiałów wizualnych (np. młodzież nieobecna w kinach i oglądająca materiały wideo w smartfonach itp.) lub potrzeb starzejącego się społeczeństwa.

Gwoli sprawiedliwości, bazując na usłyszanych głosach trzeba przyznać, że sektor filmowy w Polsce generalnie obywa się bez pogłębionych badań publiczności:

„To jest wiedza dla nas jako dla producentów niedostępna i jeżeli chodzi w ogóle o widza, to jakby perspektywa, którą my otrzymujemy, to jest raczej ilość – ile osób obejrzało, ile osób się zdecydowało – niż o specyfikę tej publiczności, tej wiedzy. Więc czasami nawet sami chodzimy na swoje własne filmy tylko po to, żeby siedzieć raczej tyłem do ekranu i zobaczyć kto z nami siedzi w ogóle jakby na tej projekcji”. (R8)

Więcej o profilu widzów, a właściwie widzek, dowiadujemy się od przedstawicieli kin. Ci jednak mają więcej okazji do tego, żeby być w kontakcie z odwiedzającymi, rozmawiać z nimi, określać motywacje i móc podać przynajmniej ich podstawową charakterystykę. Z wypowiedzi części z nich można wywnioskować, że z oferty kinowej korzystają przede wszystkim osoby w wieku powyżej 35. roku życia (choć ta granica systematycznie się przesuwa w górę):

„Kiedyś celowaliśmy w 35+ i to głównie kobiety, teraz celujemy w 40, 45+. Głównie kobiety, gdyż ten widz też się troszeczkę nam starzeje”.^(R7)

”

**Bezpośredniej
podpowiedzi od
takich osób nie
mamy, dlatego
bardzo istotne
jest to, żeby
z takimi osobami
się spotykać.**

OzN sensorycznymi – „niewidoczna publiczność”

Wiedza na temat osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi – specyfiki doświadczanych przez nich trudności, charakterystyki i skali zjawiska (tak w sensie statystycznym jak i społeczno-kulturowym) – jest śladowa. Zatem nie może być inaczej w przypadku publiczności z niepełnosprawnościami sensorycznymi.

„Szczерze mówiąc..., mówię to z takim pewnym zawstydzeniem czy z pewną przykrością, kiedy się pani ze mną skontaktowała, to miałam takie wrażenie, że te osoby są dla mnie niewidoczne. To znaczy, że ich uczestnictwo w kulturze, przynajmniej w tych ścieżkach, którymi ja się poruszam, jest na tyle małe, że ja się w ogóle nie mogę na ten temat wypowiedzieć”. (R4)

Osoby te pozostają niewidoczne – z jednej strony dlatego, że ich doświadczenie niesprawności jest trudne do zauważenia przez otoczenie (np. niesłyszenie), a z drugiej, ponieważ są pomijane nawet w ramach zlecanych badań (np. przez PISF)².

Widoczność publiczności z niepełnosprawnościami sensorycznymi może dodatkowo wiązać się z niechcianym aspektem „ujawnienia”, co stygmatyzuje osobę jako niesprawną, wymagającą asysty. Na przykład skorzystanie z odbiornika do audiodeskrypcji (AD) niestety nie zawsze wiąże się z samodzielnością – aby

2 Por. Polski Instytut Sztuki Filmowej, Badania i analizy, <https://pisf.pl/badania-i-analizy/>, data dostępu: 05.01.2024

to zrobić, trzeba zgłosić taką potrzebę pracownikowi kina (oczywiście najpierw zakładając, że seans jest dostosowany, a kino na tę techniczną ewentualność przygotowane).

Brakowi znajomości potrzeb i trudności, z którymi spotykają się OzN sensorycznymi sprzyja brak nawiązanych bezpośrednich kontaktów. Jeżeli respondenci i respondentki mieli jakiegokolwiek styczności z OzN (poza przypadkiem członków rodziny lub dalszych znajomych), to zazwyczaj były one zapośredniczone za jakimiś organizacjami branżowymi (skupiającymi np. osoby niewidome). Nawet jeśli przedstawiciele tej grupy kategoryjnej pojawiali się od czasu do czasu w kinie, to trudno mówić tutaj o jakiejś relacji. Niewielu zadawało sobie trud, by te osoby poznać, porozmawiać z nimi, dowiedzieć się czegoś na ich temat.

OzN sensorycznymi pozostają nie tylko niewidoczne (i w dużej mierze nieobecne) jako publiczność kinowa, ale również nie pracują w branży jako pracownicy i pracowniczki kin czy przy dystrybucji filmów. To, że pozostają poza grupą ekspercką, dodatkowo reprodukuje sytuację, w której OzN sensorycznymi są co najwyżej potencjalnymi odbiorcami, a nie współtwórcami – osobami „ze środka”, mającymi wpływ na wprowadzanie zmian w obszarze dostępności.

„Bezpośredniej podpowiedzi od takich osób nie mamy, dlatego bardzo istotne jest to, żeby z takimi osobami się spotykać”. (R2_KS)

”

Ja wierzę w to, że kino jest silne w momencie, w którym przeżywamy to wspólnie.

I że to nabiera innego wydźwięku niż ten sam film włączony u siebie na telewizorze czy obejrzany samodzielnie.

Wydarzenia specjalne a wydarzenia integracyjne. Film oglądany w pojedynkę a w ramach doświadczenia zbiorowego

Brak wiedzy na temat widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi (znajomość ich specyfiki, doświadczanych trudności i barier do pokonania), nieumiejętność dotarcia do nich i zachęcenia do korzystania z kultury filmowej przekłada się częściowo na decyzję o rezygnacji z podejmowania dalszych starań. Szereg osób pozostaje z przekonaniem, że jedyną szansą na zainteresowanie OzN sensorycznymi uczestnictwem w pokazach filmowych są sporadycznie organizowane seanse specjalne. Specjalne, czyli takie, kiedy grupę organizuje zaprzyjaźnione z kinem stowarzyszenie czy fundacja. Osoby zazwyczaj docierają na miejsce jakimś wspólnym transportem i choć może deklaratywnie pokazy pozostają otwarte, to w praktyce gromadzą prawie wyłącznie członków i sympatyków tej instytucji. Tymczasem takie spotkanie – nawet najbardziej udane – utrwala nadzwyczajny charakter doświadczenia, zaś osoby w nim uczestniczące nadal pozostają nam obce.

„Mamy jakieś fundacje, z którymi działamy czy stowarzyszenia, ale często się to nie przekłada, że te osoby potem do nas wracają. A tak jak mówię, nie chcę robić jakichś specjalnych po prostu właśnie, że tu jest pokaz zamknięty specjalnie dla was, przychodźcie, tylko chciałabym, żeby ci widzowie po prostu przychodzili, żeby śledzili nasz repertuar”. (FGI_1_KS_3)

Innemu respondentowi pokazy specjalne kojarzyły się z gettem³:

„Getta dla osób z niepełnosprawnościami... to znaczy nie uważam, że należy robić specjalne pokazy. (...) Kultura czy korzystanie z kultury jest wspaniałe, kiedy jest też takie wspólnotowe”. (R4)

W podobnym duchu wypowiadają się zresztą osoby z niepełnosprawnościami, czego dowodzą inne realizowane przez nas badania⁴.

Na ważną rolę wyjścia z domu, spotkania w jednej przestrzeni różnych osób i potencjalność międzygrupowej integracji zwracał uwagę również ten nasz rozmówca:

„Ja wierzę w to, że kino jest silne w momencie, w którym przeżywamy to wspólnie. I że to nabiera innego wydźwięku niż ten sam film włączony u siebie na telewizorze czy obejrzany samodzielnie”. (R8)

³ Ta respondentka w swojej wypowiedzi zwróciła zaś uwagę na inny aspekt organizowania pokazów dostępnych dla grupy osób z niepełnosprawnościami wzroku. Chcąc czasami przygotować dostępny pokaz (z mniejszą liczbą formalności i obostrzeń) korzysta się z „(...) artykułu 33 prim Prawa Autorskiego, które generalnie dopuszcza tworzenie dostosowań do filmów bez tak jakby rozwiązanej kwestii prawa autorskiego, o ile nie są czerpane z tego korzyści majątkowe, czyli nie jest to zrobione komercyjnie i o ile potem jest to pokaz..., jakby to dostosowanie jest wykorzystane na pokazie zamkniętym tylko dla osób z niepełnosprawnością. No i to jest super droga wyjścia, z której korzystają różne organizacje, ale jest to tworzenie getta, no bo musimy zrobić pokaz zamknięty tylko dla osób z konkretną niepełnosprawnością”. (D_2)

⁴ Por. Kino bez barier – edycja polska. Raport z badań, Bartek Lis, Centrum Kultury ZAMEK, Poznań 2024, https://ckzamek.pl/media/files/Kino_bez_barier_-_edycja_polska_6T5ly5g.pdf, data dostępu: 20.04.2024.

”

Trzeba też takiej dociekliwości, jeżeli coś tam chcemy od tych dużych dystrybutorów wyciągnąć, to trzeba niestety ich ciągnąć za język i trzeba ich pytać, czy mają. Bo sami od siebie często takiej informacji nie udzielają, bo to jest dla nich dodatkowa robota.

Trudności / problemy / wyzwania / obawy związane z tworzeniem kina dostępnego w Polsce

Ważnym elementem prowadzonego procesu badawczego było zmapowanie najważniejszych obaw, problemów oraz trudności, które nasi respondenci i respondentki identyfikują jako blokujące rozwój idei kina dostępnego w Polsce. Oczywiście rozmówcy kładli akcenty w różnych miejscach – należy bowiem pamiętać, że choć w próbie znaleźli się przedstawiciele sektora audiowizualnego, to jednak ma znaczenie nie tylko to, czy reprezentują oni kina, firmy dystrybucyjne, czy też producenckie, ale również jak duże są to podmioty. Dla przypomnienia: żaden z „dużych graczy” (multipleksy kinowe, duzi dystrybutorzy i producenci) nie był reprezentowany w próbie badawczej. Najprostszym wyjaśnieniem takiego stanu rzeczy może być odniesienie się do argumentu ekonomicznego. Zaproszenie do wzięcia udziału w badaniach koncentrujących się na zagadnieniu dostępności (w tym kwestii usprawnień dla osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi) mogło zostać odczytane jako odnoszące się do problemu na tyle niszowego, że w efekcie analizy zysków i strat ewentualne uczestnictwo uznano za niezbyt przydatne. Oczywiście nie możemy wykluczyć innych powodów: niefortunnego terminu badania, braku kompetentnych osób mogących udzielić nam wywiadu lub nieskutecznego dotarcia z zaproszeniem – dołożyliśmy jednak wszelkich starań, aby takie okoliczności wyeliminować.

Poniżej zostały przedstawione najważniejsze wątki pogrupowane w bloki tematyczne:

→ Wśród naszych rozmówców i rozmówczyń reprezentujących kina były wyłącznie osoby pracujące w kinach studyjnych, zwykle jednosalowych, pokazujących przede wszystkim (lecz nie jedynie) ambitne kino arthouse'owe. Z powodów, o których jeszcze będziemy pisać, zdecydowali się wkroczyć na ścieżkę tworzenia programu/oferty skierowanej również do OzN (w tym sensorycznymi), co nie zmienia faktu, że nadal towarzyszą im rozterki dotyczące ekonomicznej (choć nie jedynie) słuszności takiej decyzji. Poproszeni wymienili najważniejsze obawy:

„Małe kina mogą czuć się odstraszone ogromem rzeczy, które na początku trzeba poznać, by zacząć kino dostępne”. (R_DKS_2)

Przy tej okazji wymieniano ograniczenia utrudniające budowanie kina dostępnego: braki kadrowe, przestrzenne (jedna sala kinowa) i techniczne (brak specjalistycznego sprzętu), edukacyjne (brak wiedzy i kompetencji dotyczących realizacji pokazów dostępnych oraz znajomości specyfiki społecznego i kulturowego funkcjonowania OzN sensorycznymi w Polsce). Ostatnie z wymienionych są kluczowe, by wykonywać pracę animacyjną, czyli polegającą na tworzeniu sieci relacji i partnerstw z organizacjami i osobami pracującymi na rzecz OzN sensorycznymi. W doskonaleniu pomagałyby szkolenia, jednak zwykle brakuje na nie czasu oraz środków.

→ Oddzielne miejsce zajmowały zagadnienia finansowe. Właściciele i pracownicy kin, tzw. kiniarze, wprost mówili o braku środków finansowych (lub wiedzy o możliwościach ich pozyskania), które mogliby wykorzystać albo do zakupu niezbędnej infrastruktury, albo do niwelowania barier (w tym architektonicznych).

Dylematy z porządku ekonomicznego były zresztą wspólne dla wszystkich grup reprezentowanych w badaniu (najbardziej obok grupy zawodowej kiniarzy dotykało to małych dystrybutorów). Ci ostatni wspominali, że kina arthouse'owe (kameralne) trafiają do wąskiego grona kinomanów, więc wydatki związane z tworzeniem kina dostępnego są dla nich zbyt wysokie (nie zwracają się, gdyż widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi jest niewiele).

„Jedna osoba zwróciła mi uwagę, jeśli ona ma jakiś taki film, który kosztował »X«, później musi zrobić do tego promocję, później musi to jakoś gdzieś wypuścić, dotrzeć do tych kin, przekonać, żeby zagrały te kina, a później przychodzi po pięć osób na ten film, to jej się po prostu zwyczajnie nie zwróci jeszcze cały koszt zrobienia dostępnego pokazu, bo jeśli na ten film jej przyjdzie dwa tysiące osób w całej Polsce, to ile z tych dwóch tysięcy osób przyjdzie osób niepełnosprawnych, które będą chciały skorzystać z dostępności? Więc to też jest takie zagadnienie, czy jest sens robienia wszystkiego i po prostu, czy dobrym rozwiązaniem jest powiedzenie »wszystko musi być«? Albo tak jak teraz nie ma żadnego przekazu, więc to też trzeba gdzieś tam sobie zbalansować na tym etapie, na jakim jesteśmy teraz, czy po prostu ma to sens”. (R_DKS_1)

Wątek braku widzów (OzN sensorycznymi) kontynuowało wielu rozmówców:

„Nie było wielu (...) chyba nie mamy chętnych na to widzów”. (R_DKS_2)

„(...) to się finansowo nie kalkuluje”. (R_1)

Ten sam rozmówca w innym miejscu zaznaczał, że dystrybuując filmy trzeba działać szybko. Tytuł goni tytuł, więc czas i środki, jakie trzeba by było poświęcić na przygotowanie i wypromowanie (trafienie do grup docelowych, w tym przypadku OzN sensorycznymi) zwyczajnie się nie kalkuluje, a i tak skuteczność jest bardzo wątpliwa.

„Koncentrujemy się na początku na dużych kinach i wielkich miastach. Tutaj trzeba działać szybko. Pierwszy tydzień, pierwszy weekend to jest najważniejszy moment, kiedy chcemy dotrzeć jak najszerszej”. (R_1)

Tymczasem, jak ze smutkiem konstatowało wielu naszych rozmówców, jeżeli pokaz nie jest specjalny, to widzów korzystających z ewentualnie dostępnych w kinie rozwiązań raczej nie widać. Skoro tak – traci się entuzjazm albo dokonuje się odwrotu z wybranego kierunku. Niestety, przy braku dobrze zaplanowanego działania, skoordynowanego i uwzględniającego zmienną czasu, osoby i podmioty mogą zaprzestać swoich starań. Mamy do czynienia z błędnym kołem: filmy w kinach są niedostępne → niewielu widzów

z niepełnosprawnościami w kinach → niewidoczność tej grupy → niepodejmowanie działań na rzecz dostępnych produkcji filmowych i ich upowszechniania w sposób dostępny dla OzN. Koło się zamyka.

Powodów nieobecności widza z niepełnosprawnościami sensorycznymi w polskich kinach jest wiele. Jednym z nich, obok nieumiejętności dotarcia do tych osób i braku zasobów do tworzenia z nimi trwałych relacji, jest niemal całkowite pomijanie młodych widzów (dzieci Głuchych i/lub niewidomych). Skoro zgodzimy się, że edukacja – czyli wypracowanie nawyku, chęci uczestniczenia w kulturze filmowej – jest kluczowa dla późniejszego korzystania z oferty kinowej, to warto zainwestować w kontakty z najmłodszymi widzami. Niestety, jedna respondentka zwracała uwagę na brak rozbudowanej oferty filmów dla najmłodszych, które byłyby wyposażone w dodatki dla dzieci z niepełnosprawnościami:

„(...) organizujemy w partnerstwie z kino-szkołą te programy edukacyjne zajęć i oni tam w większości pozyskują filmy od dystrybutora »X«. I ja się kontaktowałam z tym dystrybutorem, czy jest możliwość uzyskania jakichś audiodeskrypcji albo napisów dla dzieci i oni mi odpisali bardzo krótko, że żaden z naszych filmów nie posiada takich dodatków”.

(R_DKS_2)

- Kina wielkosalowe (multipleksy) pokazujące przede wszystkim kino amerykańskie, rozrywkowe, nie włączają się do tworzenia dostępnej oferty kinowej dla osób z niepełnosprawnościami (zwłaszcza sensorycznymi).

Jeżeli uwzględnimy wiedzę pochodzącą z innych badań, a mówiącą o tym, że widz z niepełnosprawnością sensoryczną nie różni się w wielkim stopniu od widzów sprawnych, to dlaczego oczekujemy, że będzie on bardziej zainteresowany kinem nowohoryzontalnym a nie kinem hollywoodzkim? Jednak odbiór ambitnego kina wymaga dysponowania wysokimi kapitałami kulturowymi, a te różnie rozkładają się w całym polskim społeczeństwie. Niestety, niektóre grupy kategoriałne i społeczne mają więcej barier do pokonania, by zdobyć wyższe wykształcenie humanistyczne. Mamy na myśli tutaj również szwankujący system szkolnictwa specjalnego. Warto byłoby mimo wszystko włączać duże kina do pokazywania obrazów dostępnych. Wielkie amerykańskie firmy producenckie mogłyby bardziej życzliwie i partnersko odnosić się do próśb o udostępnienie głośnych produkcji celem ich dostępnościowego dostosowania (w tej chwili jest to praktycznie niewykonalne). Widz z niepełnosprawnością woli zostać w domu i oglądać filmy bardziej dostępne (intelektualnie) na platformach streamingowych, niż szukać argumentów za uczestnictwem w seansie – owszem, reprezentującym wysoką jakość, ale nieodpowiadającym jego zainteresowaniom, wrażliwości, potrzebom.

„Multikina robią kasę, tak, czyli grają dla ilości, a nie dla jakości. A kina studyjne robią coś jakby trochę przeciwnego i jakby próbują chyba trochę iść pod prąd w tym temacie”. (R2_KS)

→ Oddzielny blok tworzyły uwagi odnoszące się do trudności w kontaktach pomiędzy wszystkimi uczestnikami procesu produkcji, dystrybucji i emisji. Najczęściej zwracano uwagę na kłopoty w kontaktach z dużymi dystrybutorami, którzy, zdaniem rozmówców, w idei kina dostępnego upatrują dla siebie więcej pracy niż potencjalnych korzyści. Ci – jeśli dystrybuują krajowe filmy sfinansowane ze środków pochodzących z Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej – powinni wypracować nawyk przekazywania do kin kopii ze wszystkimi dostępnościami dodatkami.

„Trzeba też takiej dociekliwości, jeżeli coś tam chcemy od tych dużych dystrybutorów wyciągnąć, to trzeba niestety ich ciągnąć za język i trzeba ich pytać, czy mają. Bo sami od siebie często takiej informacji nie udzielają, bo to jest dla nich dodatkowa robota”. (R2_KS)

„Nasze działania skierowane w stronę dostępności: mamy pętlę indukcyjną, mamy system AudioMovie, ale wiadomo, że tutaj zależy to od tego, co dystrybutor dostarcza. To znaczy od tego, czy filmy mają audiodeskrypcję”. (FGI_KS_1)

Niestety, zdaniem niektórych rozmówców reprezentujących kina, dostępność – zadbanie o odpowiednie suplementy i dodatki – traktowana jest jako ostateczność albo niechciane „kukułcze jajo”:

„Kina nie są uznawane po prostu za podmiot wiarygodny, trudno powiedzieć do końca, oni mają takie przekonanie swoje, jest to jakaś ich polityka i też pytania takie były: »no dobrze, dam pani tę

audiodeskrypcję, ale ile osób pani na to przyjdzie?» Tak, także to są..., to jest myślę taki duży problem. Z tym często było też tak, że ta audiodeskrypcja nawet istnieje, bo ją zmuszony jest zrobić producent, według, zgodnie z prawem, naszym polskim, w momencie, kiedy dostaje dofinansowanie z PISF-u, a na większość jednak filmów dostaje, ale ono gdzieś tam po prostu ginie pomiędzy tym dystrybutorem a producentem. Czasami zdarzało się tak, że producent też w złych formatach przygotował tę audiodeskrypcję albo jeszcze dystrybutor przemontowywał film dodając jakieś elementy związane z promocją i jakby rozjeżdżała się totalnie już audiodeskrypcja, ta producencka. Także myślę, że w dużym stopniu jest ta audiodeskrypcja traktowana jako coś, co po prostu muszą odwalić, odhaczyć i po prostu ona idzie na półkę, goodbye”. (FGI_1_KS_2)

- Częścią tego problemu, są kwestie prawne – brak jasnego systemu współpracy i reguł postępowania mogących pomóc wszystkim stronom w lepszej komunikacji i przygotowywaniu dostępnych kopii filmowych. Niewykluczone, że niezbędne byłyby również dodatkowe regulacje prawne, żeby np. podmioty realizujące audiodeskrypcje nie były traktowane jak potencjalne źródło wycieku kopii filmu do nielegalnej dystrybucji. A z zaufaniem jest w tej chwili nie najlepiej, o czym wspominała jedna z rozmówczyń:

„Więc ja myślę, że generalnie trudnością w ogóle jest sektor filmowy w kontekście tak jakby dostarczania materiałów i »X« też na pewno się z tym zgodzi, bo miał swoją drogę przez mękę z tym. Po prostu

bardzo..., nie powiedziałabym, że to jest związane z prawem, ale jednak z jakimiś takimi legalnymi trudnościami, właśnie też z prawem autorskim w dalszym zakresie, żeby filmy po prostu nie były piratowane. Często to utrudnia pracę nad audiodeskrypcją albo pracę nad samym już gotowym suplementem”. (D_2)

Z powyższym wiążą się także wątpliwości i niejasności prawne, które, jeśli byłyby w jakiś sposób uregulowane (zaś konkluzja sprawnie przekazana do wszystkich zaangażowanych podmiotów), mogłyby pomóc np. w zainteresowaniu pokazami filmowymi osoby Głuche, nie znające języka polskiego. Tutaj kluczowe wydają się kwestie dotyczące łamania praw autorskich poprzez ingerencję w dzieło, obraz (np. tłumacze PJM „wklejani w obraz” lub nawet tworzenie audiodeskrypcji do filmu).

„Wskazywali mi dystrybutorzy na taki element, że też umowy dystrybucyjne często ich ograniczają w tym zakresie, ale nie umiem tego zweryfikować, czy to prawda, czy nieprawda, czy po prostu zostało to ominięte, nie ujęte w umowie, czy po prostu są takie zakazy. Czasami nawet zdarzało się, że w takich produkcjach »X« czy »Y«, to wręcz jest jakiś zakaz wprowadzania nowych treści, za którą uważają audiodeskrypcję. To też może być jakiś taki problem, myślę. Nie wiem, nie znam go dokładnie, ale myślę, że tak”. (FGI_1_KS_3)

Kwestie niedoskonałości istniejącego prawa zajmowały również respondenta reprezentującego instytucję kultury bardzo prężnie działającą na rzecz

tworzenia stałego, repertuarowego kina dostępnego. Regularność pokazów (ich liczba) wymusza na instytucji stosowanie się do prawa o zamówieniach publicznych, co nie zawsze musi się przekładać na jakość przygotowywanych suplementów – na co zwraca uwagę kolejny rozmówca:

„Ono jest świetne do betonu, ono jest świetne, jak trzeba wyremontować łazienkę i kupić odpowiednie płytki, nawet zamówić katalog, jakąś publikację, ale ono w ogóle nie działa w kontekście jakości audiodeskrypcji, bo na przykład my już zdobywamy takie środki, że przekraczamy 130 tysięcy na audiodeskrypcję, więc robiąc zapytania ofertowe nie możemy poprosić o próbkę, zgodnie z ustawą, bo próbka to jest coś powtarzalnego, czyli możesz poprosić o próbkę jednego katalogu, ale jak chcesz audiodeskrypcję do 30 różnych filmów, no to musiałabyś poprosić o próbkę do każdego filmu, więc tutaj na przykład mocno się przejechaliśmy na prawie, w sensie, że się wyłożyliśmy. I to jest coś, z czego na przykład my świadomości nie mieliśmy, nie wiem jak wy, czy będąc jakby w tym trzecim sektorze zdawaliście sobie z tego sprawę, ale dla nas na przykład to jest coś, co nas totalnie zaskoczyło, że to prawo zamówień publicznych de facto ono nie działa albo działa na niekorzyść jakości”. ^(D_1)

Kwestie regulacji prawnych, ich niedoskonałości, braku lub niejasności, interesowały również dystrybutorów, zwłaszcza mniejszych. W środowisku – w momencie realizacji badań, a zwłaszcza w okresie kilku miesięcy poprzedzającym ich rozpoczęcie – mówiono dużo

o jednym z senackich projektów (lato/jesień 2023) jakoby mającym nakładać na firmy dystrybutorskie obowiązek przygotowania (zlecenia) audiodeskrypcji wszystkich wprowadzanych na rynek tytułów zagranicznych. Miałoby to bardzo istotnie podnieść koszty funkcjonowania tych przedsiębiorstw.

„Jest bardzo dużo filmów, kilkaset filmów rocznie, które są właśnie filmami z mniejszym potencjałem. Kiedy te budżety są powiedzmy na poziomie nawet, powiedzmy około 100 tys. zł na przykład, ale mogą być też takie, i na pewno takie są, które są na poziomie 30 tys. zł albo 40, albo 50 tys. zł. I teraz kiedy audiodeskrypcja cała tam i napisy i specjalny suplement, który się dołącza potem do kopii kosztuje wszystko razem powiedzmy osiem tysięcy złotych czy dziewięć tysięcy złotych, to to znaczy, że to jest prawie 30-40% całego budżetu. I to się po prostu wszystko przestaje opłacać, jeżeli to spoczywa na dystrybutorze. I to był właśnie główny punkt sporny, bo ten projekt ustawy, ustawodawca planował obciążyć dystrybutorów odpowiedzialnością za to, żeby każdy film w momencie pierwszego pokazu w Polsce już posiadał taką wersję pod groźbą karną”.

(R1)

Podczas zorganizowanego przez Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu „Forum bez Barier. O kinie dostępnym” ówczesny dyrektor PISF-u miał dementować podobne głosy, uszczegółowiając zapisy ujęte w propozycji ustawy (ostatecznie – również w obliczu zbliżających się wówczas wyborów parlamentarnych – nieuchwalonej).

Niemniej zacytowana opinia, podzielana przez innych respondentów, dowodziła niewystarczającej komunikacji i współpracy ze środowiskiem w tak ważnej kwestii.

Antycypując sytuację, która, jak już wiemy, nie została doprowadzona do końca, jeden z rozmówców zwracał uwagę na zagrożenia jakie może wywołać jakaś prawna regulacja nakazująca przygotowanie przez dystrybutorów dostosowanych kopii wszystkich rozpowszechnianych tytułów. Jego zdaniem może to stworzyć niebezpieczeństwo masowej produkcji, a zatem obniżenia kosztów i jakości opracowanych materiałów, co oczywiście nie będzie również służyło utrzymaniu widza (OzN sensorycznymi) w obiegu kinowym.

„W sytuacji, w której instytucje (państwowe - ^{BL}) będą narzucały dystrybutorom przygotowanie audiodeskrypcji bez ram jakościowych, może doprowadzić do sytuacji, że naprawdę pierwsza lepsza osoba po prostu nagra jak leci to, co widzi w filmie, po prostu na ekranie, właściwie bez jakiegokolwiek przygotowania, pojawi się faktura, pojawi się plik i jest odhaczone. Tylko czy to o to chodzi? No nie”. ^(R3)

- Wśród trudności w realizacji kina dostępnego w Polsce respondenci zwracali uwagę na aspekt komunikacji i przepływu wiedzy. Wspominano np. o braku bazy informacji o wszystkich zrealizowanych audiodeskrypcjach oraz innych dodatkach dostępnościowych (o rodzaju biblioteki – może centralnie archiwizowanej i udostępnianej

zainteresowanym podmiotom). Inni mówili, że brakuje przestrzeni, forów, kanałów komunikacji i dialogu wszystkich zaangażowanych w tę pracę podmiotów (zwłaszcza na linii dystrybutor–producent):

„Relacje w ogóle z dystrybutorami ograniczają się do raportów sprzedażowych na przestrzeni najpierw paru miesięcy po premierze, potem co pół roku, a potem co roku. I tak naprawdę te raporty są bardzo takie no... skromne”. (R8)

- Rozmówcy są też świadomi, że wyzwaniem wciąż jest zadbanie o dostępność plenerowych pokazów filmowych oraz festiwali filmowych (na zeszłorocznym Międzynarodowym Festiwalu Filmowym Nowe Horyzonty⁵, jednym z największych w Polsce, mniej niż 1% pokazów był dostępny dla osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi).
- Respondenci dzielili się także swoimi obawami, że zastosowanie wszystkich udogodnień dla OZN sensorycznymi w ramach jednego integracyjnego pokazu może istotnie wpływać na czytelność tego doświadczenia i w ten sposób upominają się o komfort normatywnego widza:

„Cieszę mnie inicjatywy, które pozwalają osobom z niepełnosprawnością oglądać z osobami bez tej niepełnosprawności – jako widownia razem. Ale to się okazuje, że to jest niełatwe, bo np. same te napisy dla osób niesłyszących, no to jak są dwa rzędy napisów, to jest rozpraszające dla obu osób korzystających i tych, które ich wymagają i tych, które ich nie wymagają.” (R5)

Poruszony wyżej problem wiąże się zatem z wyzwaniem dotyczącym technicznych aspektów i poszukiwania nowych narzędzi (wymagających czasu i zasobów finansowych) umożliwiających bycie w pełni inkluzywnym (tymczasowo nie można spełnić wszystkich potrzeb w ramach jednego pokazu):

„Jeżeli ja biorę nakładkę z angielskimi napisami, to ja nie mogę wziąć nakładki z audiodeskrypcją, więc mogę zrobić albo taki seans, taki inkluzywny albo taki inkluzywny”. (FGI_1_KS_2)

Respondenci, także przy okazji poruszonego wcześniej wątku, byli świadomi, że nierozpoznanym jeszcze w pełni obszarem (z dużą potencjalnością powstania dobrych rozwiązań w kwestii dostępności) jest zagadnienie wykorzystania sztucznej inteligencji.

Co ułatwia, co sprzyja dostępnościowej uważności sektora?

Chcąc stworzyć katalog działań, warunków lub okoliczności, które mogą sprzyjać tworzeniu inkluzywności w ramach przestrzeni audiowizualnej, zapytaliśmy naszych rozmówców, co ich zdaniem sprzyja uważności sektora pod kątem dostosowań dostępnościowych. Oto najważniejsze propozycje:

- Wielkość kina. Mniejsze podmioty, w których działa niewielki zespół, mogą sprzyjać tworzeniu bardziej bezpośrednich relacji z widownią. To bardziej indywidualne podejście do klienta wiąże się z otwartością i ciekawością, by go poznać i zrozumieć – także towarzyszące mu potrzeby i trudności.
- Znana i podzielana kultura organizacji oraz przekazywanie tej wrażliwości nowym pracownikom i pracownicom. Mowa tutaj o misji i wizji, które powinny być uwspólnione, w których wybrzmiewają jakieś wartości, inne niż tylko związane z zrozumiałą chęcią generowania dochodów, oraz o koncepcji kina społecznie wrażliwego.
- Rozmówcy zwracali uwagę na niemałą rolę empatycznego, inicjującego zmianę kierownictwa.

- Jedna z osób zwróciła uwagę na przypadek mogący sprawić, że instytucji zaczyna zależeć na tym, by być inkluzywną (np. jakiś pracownik kina ma odpowiednie doświadczenie lub kontakty z OzN, wrażliwość nabytą przy okazji jakichś wcześniejszych wydarzeń).
- Edukacja. Otwartości i gotowość do doszkalania się w sposób cykliczny i uporządkowany.
- Zewnętrzny bodziec, jak pojawienie się dodatkowego dofinansowania dla działań uważnych dostępnościowo (np. priorytet „Kultura dostępna” w programach dotacyjnych Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego lub konkurs „Kultura bez barier” zainicjowany przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych).
- Koordynatorzy dostępności w kinach/sieciach kin:

„Bardzo się cieszę – mamy u nas osobę, która się tylko koordynacją zajmuje i nad wszystkim czuwa. Przypomina nam i nas szturcha”. (FGI_1_KS_2)

- Bycie instytucją publiczną, a nie stricte komercyjną, choć bywają małe kina prywatne, niekiedy rodzinne, które wyłamują się z tej reguły.
- Współpraca z organizacjami pozarządowymi pracującymi na rzecz OzN sensorycznymi.

”

**To jest jego
jakaś dodatkowa
użyteczność. (...)
z mojej perspektywy
jest to taka
działalność na rzecz
dobra wspólnego,
a nie tylko jako
jakaś taka, która
ma uzasadnienie
ekonomiczne.**

Motywacje do tworzenia kina dostępnego / powody, dla których to robimy

Inną stroną tego samego zagadnienia jest pytanie o motywacje, czyli dlaczego w ogóle powinniśmy zajmować się kwestią dostępności sektora. Pozornie jest to ta sama sprawa, co przybliżona powyżej, jednak tutaj chodzi przede wszystkim o ważne uzasadnienie, bez którego (jeśli nie jest wyraźne, zrozumiałe i dystrybuowane wewnątrz organizacji) trudno o wiarygodne, konsekwentne działanie. Wymieńmy zatem najważniejsze:

- „Bo mamy XXI wiek i inaczej się nie da”. Wrażliwość i uważność na zróżnicowany świat, jako część misji i wizji oraz cecha, wokół której gromadzą się zarówno pracownicy, jak i widzowie. Można ich nazwać ideowcami (często są to małe kina, kina studyjne, kina arthouse’owe, a także małe firmy producenckie i dystrybucyjne).
- „Bo nie można inaczej za publiczne pieniądze!”. Ponownie chodzi o współdzielenie pewnej misji, typowe zwłaszcza dla podmiotów mniej komercyjnych finansowanych z budżetów samorządów lokalnych i dotacji celowych pozyskiwanych zewnętrznie.
- „Bo to ważna, potencjalnie możliwa do sięgnięcia część rynku/publiczności”. Tutaj do głosu bardziej dochodzi już argument finansowy, ale jeżeli efekt ma być korzystny dla OZN sensorycznymi, ta motywacja nie powinna być pomijana (do czego nawiązuje inna trzeźwa refleksja):

- „Bo widzimy w tym przyszłość”. Jest to dowód perspektywicznego spojrzenia na starzejące się społeczeństwo i że z dostosowań dostępnościowych wkrótce skorzysta o wiele więcej osób niż może się w tej chwili wydawać.
- „Bo chcemy być w trendzie, być na czasie”. Angażujemy się w ten temat ze względów wizerunkowych (ale też promocyjnych, przekładających się na lepszy wynik frekwencyjny, również wśród osób normatywnych dostrzegających wartość w tym, by chodzić do „miejsc, którym zależy”).
- Dla jednego z naszych rozmówców bardzo istotną motywacją do tworzenia suplementów dostępnych jest przekonanie, że jest to wyraz dbałości o kompletność dzieła filmowego:

„To jest jego jakaś dodatkowa użyteczność. (...) z mojej perspektywy jest to taka działalność na rzecz dobra wspólnego, a nie tylko jako jakaś taka, która ma uzasadnienie ekonomiczne”. (R6)

”

Na wszystkich głównych platformach internetowych są dostępne filmy dla osób niepełnosprawnych i to też na pewno ma duże znaczenie, że w tym momencie to wyjście do kina, to już nie jest tylko przypuszczam wyjście do kina – to jest jakieś takie doświadczenie wspólnego wyjścia po prostu z domu, wspólnego razem w grupie. To jest coś więcej.

Dostępność i kultura filmowa. Nie tylko film

Dyskusja na temat (nie)obecności OzN sensorycznymi wśród widowni kinowej w Polsce, aby była kompletna, musi dotyczyć również innych wydarzeń i okoliczności społeczno-kulturowych wokół filmu. Mowa tutaj nie tylko o medium, jakim jest film (wydawać by się mogło podstawowym, dla wielu jedynym wartym rozmowy) ale o „kinie” jako miejscu, przestrzeni do edukacji, animacji czasu wolnego, integracji, emancypacji.

„Pokazujemy to kino od kuchni, kabiny operatorskie, plakatownie i wszystkie nasze korytarze, mostki, które są pozawieszane (...), I to jest też rzecz, którą my nawet chyba w listopadzie zrobiliśmy dla osób niepełnosprawnych. Oczywiście to nie były wycieczki dla osób, które np. poruszają się na wózku, bo tej niepełnosprawności nie jesteśmy w stanie przeskoczyć, ale szef kinotechniki zrobił taki spacer z elementami audiodeskrypcji, z elementami takiego fizycznego dotykania tego sprzętu, żeby można było jak najbardziej wejść w ten świat i sobie wyobrazić jak to wszystko wygląda. Więc oprócz tego, że mamy te seanse filmowe jako kino, to też staramy się pokazać kuchnię tej kinematografii (...) jak mamy ten projektor i kogoś zaprosimy, pełnosprawną osobę zaprosimy i po prostu jej pokażemy, to niepełnosprawną osobę też możemy zaprosić na tą samą kabinę projekcyjną, pokazać ten projektor może w inny sposób, może po prostu

niech go usłyszy, bo np. dźwięk też jest ważny przy tym, jak głośno pracuje. Więc oprócz tego, że jesteśmy kinem, to możemy też pokazać inne rzeczy”. (R_DKS_1)

Ci spośród naszych rozmówców, którzy dostrzegali wspomniany aspekt, najczęściej byli pracownikami tych instytucji. Jedną rzeczą jest jednak świadomość więziotwórczej funkcji kina i chęć do animowania społeczności wokół niego (np. przez programowanie wydarzeń towarzyszących – spotkań, warsztatów itd.), a drugą pamiętanie, żeby również ten element był dostępny. Tutaj jednak pojawiają się trudności (finansowe, kadrowe), bo jak np. zapewnić tłumaczenie na PJM rozmowy z twórcami w ramach spotkania na żywo, gdy działa się w niewielkiej miejscowości, gdzie nie ma dostępu do tłumacza?

Niezależnie od doświadczanych trudności warto myśleć o uczestnictwie OzN sensorycznymi jak o ważnym i kompleksowym doświadczeniu, które, by było satysfakcjonujące i owocowało powtórными wizytami w kinie, oprócz dobrego filmu (dostosowanego, cieszącego się zainteresowaniem) powinno również zapewniać komfort na innych etapach. Mówimy tutaj o swoistej „ścieżce uczestnictwa” obejmującej wszystkie wymogi do spełnienia, aby publiczność w ogóle trafiła do instytucji (jak komunikujemy ofertę, czy jest formułowana zrozumiałym językiem, czy docieramy do miejsc, gdzie potencjalni uczestnicy i uczestniczki przebywają?). Kolejnym krokiem jest zadbanie o miejsce wydarzenia; nie chodzi tutaj jeszcze o salę projekcyjną, ale o korytarze, hall, toalety, kawiarnię lub księgarnię – wizyta w tych przestrzeniach także jest częścią doświadczenia.

W końcu zakup biletu – czy jest prosty i intuicyjny dla osoby niewidomej? Czy Głusi są w stanie zrobić to samodzielnie? Jeśli się nad tym zastanowić, to sam pokaz jest aż i tylko elementem większej całości, a poważne kino nie zakończy tego spotkania wraz z końcowymi napisami, lecz zadba o utrzymanie relacji (np. zbierając opinie o filmie). W próbie badawczej znaleźli się respondenci wyczuwający kulturotwórczą i społeczną rolę i wartość kina. By ją w pełni wykorzystać niezbędne jest jednak włożenie sporej pracy w budowanie relacji z odbiorcami i troska o każdy element ich wizyty w kinie:

„Na wszystkich głównych platformach internetowych są dostępne filmy dla osób niepełnosprawnych i to też na pewno ma duże znaczenie, że w tym momencie to wyjście do kina, to już nie jest tylko przypuszczam wyjście do kina – to jest jakieś takie doświadczenie wspólnego wyjścia po prostu z domu, wspólnego razem w grupie. To jest coś więcej”.^(R1)

Na koniec tej części warto zwrócić uwagę na rzecz, o której przy okazji innego badania opowiadali nam respondenci i respondentki (OzN sensorycznymi), a dotyczyła niedostępności materiałów prasowych i promocyjnych obecnych w kinie⁶. Mowa tutaj np. o braku tekstu alternatywnego (plakaty filmowe, ilustracje, zdjęcia i kadry umieszczane obok opisu) lub komunikatów sformułowanych w języku łatwym do czytania i rozumienia. Prawie w ogóle nie dba się o audiodeskrybowanie zwiastunów premier. Ten element bywa w ogóle nieuświadomionym aspektem myślenia o uczestnictwie OzN sensorycznymi – jak miałoby nabrać ochoty na zobaczenie kolejnego filmu, skoro są wykluczeni z tej części wizyty w kinie?

”

**Pracowaliśmy
z fundacją »X«
wtedy, która
dostarczała nam
publiczność.
I my za dużo o tej
publiczności nie
wiedzieliśmy.**

Partnerstwa w docieraniu do grup osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi – ich rola

Jak ktoś powiedział „dostępność jest grą zespołową”. Aby mogła się udać (zrealizować) potrzebne jest zaangażowanie wszystkich aktorów obecnych w polu. W omawianym przypadku będą to z jednej strony kina (te małe, ale i te duże, również w tej chwili nieobecne multiplexy), producenci i dystrybutorzy filmowi, a z drugiej (branżowe) organizacje pozarządowe, centra kultury (mające ambicję i chęć wspierania idei kultury dostępnej) oraz środowiska aktywistyczne osób z niepełnosprawnościami. Jak dotąd, niestety, te ostatnie są stosunkowo niewielkie i mało zauważalne.

Partnerstwa pozostają kluczowym sposobem pozyskiwania widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi. Póki nie zostanie rozwiązany problem nieznamomości środowiska OzN sensorycznymi (brak badań, ich nieznamomość, brak nawiązanych relacji), bardzo wiele istniejących inicjatyw (np. „specjalne pokazy filmowe raz na kwartał”) będzie się odbywać dzięki współpracy z organizacjami pozarządowymi.

„Robienie tego typu seansów bez sensownego kontaktu z fundacjami, ze stowarzyszeniami, które gdzieś są w centrum zainteresowania tej grupy docelowej, może się mijać z celem. To znaczy, my to zrobimy, rzeczywiście wypełnimy swoje zadanie w programie, to będzie wpisane,

no ale potem się na przykład dowiemy, że nie trafiliśmy koniecznie. Więc tutaj ja też dostrzegam ten problem jakby też z dotarciem bez jakiegoś partnera, który rzeczywiście ma ten bezpośredni kontakt z widzami już poza jakimiś standardowymi środkami komunikacji”. (FGI_1_KS_3)

Trzeba być świadomym, że pułapką wynikającą ze zbytniego polegania na organizacjach pozarządowych współpracujących z podmiotem jest nadmierne spychanie na nie odpowiedzialności za pozyskiwanie widzów (OzN).

„Pracowaliśmy z fundacją »X« wtedy, która dostarczała nam publiczność. I my za dużo o tej publiczności nie wiedzieliśmy”. (D_1)

Podsumowując warto rozważyć, czy te partnerstwa są rzeczywiście partnerstwami? Jaki stosunek i charakter relacji powstają w ich ramach? Czy jest to rodzaj usprawiedliwionego w ramach relacji biznesowych outsourcingu, czy współdziałanie? I czy współdziałanie (zakładanie ideowego podejścia po stronie dystrybutorów, producentów i kiniarzy) jest konieczne? Może to uczciwy podział zadań pomiędzy poszczególnych aktorów?

”

Myślę, że czeka nas poważna praca nad świadomością całego środowiska. I to jest jeszcze przed nami i myślę, że to się nawet jeszcze nie toczy tak jak powinno. Dziś jesteśmy na początku drogi – absolutnie.

Oczekiwane wsparcie lub rekomendacje: co powinno się wydarzyć, by kino dostępne w Polsce stało się faktem?

Ważną częścią prowadzonych badań była próba zebrania propozycji rozwiązań, które zdaniem osób pochodzących ze środowiska filmowego mogłyby pomóc rozwijać ideę kina dostępnego w naszym kraju (w krótkiej i długiej perspektywie). Zostały one pogrupowane w kilka kategorii i krótko przedstawione poniżej.

Wsparcie finansowe

W kontekście wielu zgłaszanych trudności najprostszym(?) rozwiązaniem wydają się transfery pieniężne umożliwiające doposażenie kin w najnowszy sprzęt (do odsłuchiwania audiodeskrypcji, pętle indukcyjne, nowoczesne projektory i likwidację barier architektonicznych):

„(...) kluczową rzeczą jest zostawienie w programach PISF-u możliwości dofinansowania sprzętu dla kiniarzy, bo teraz to jest wywalone, dlatego że dyrektor liczy bardzo mocno na projekt aplikacyjny, ale wylał dziecko z kąpielą i nie można też dofinansować już zakupu pętli indukcyjnej, czyli zupełnie innego dostosowania. Możliwość po prostu dofinansowania zakupu sprzętu dla kiniarzy powinna być uwzględniona”. (D_2)

O dodatkowych środkach mówiono także w związku z opracowywaniem samych suplementów (napisów dla

słabosłyszących, kompleksowo przygotowywanych audiodeskrypcji) oraz zastosowania innych udogodnień, np. zapewnienia tłumaczy PJM na wydarzenia na żywo. Jako odbiorcę takich dotacji widziano przede wszystkim dystrybutorów:

„PISF powinien dawać dofinansowania dla mniejszych dystrybutorów i to po ich stronie powinno być zamawianie audiodeskrypcji, ogarnianie, po to, żebyśmy my mogli tylko zamawiać już filmy z audiodeskrypcją i organizować pokazy”. ^(D_1)

Rozwiązania systemowe (regulacje prawne i stworzenie przejrzystego systemu postępowania)

Respondenci i respondentki – niezależnie od tego, jaki fragment sektora audiowizualnego reprezentowali – zwracali uwagę na konieczność uporządkowania całego trybu postępowania w przypadku tworzenia dostępnych kopii filmowych. Tymczasowo działa to trochę siłą rozpędu i głównie za sprawą entuzjastów. Coraz bardziej jednak oczekuje się jakiejś formy systemowych regulacji zakładających z jednej strony wprowadzenie kompleksowych działań będących efektem intensywnego procesu środowiskowej narady i konsultacji, z drugiej zaś domaganie się pilnej centralnej koordynacji. W efekcie działań – z założeniem opcji państwowych dofinansowań – udałoby się jasno podzielić zadania i nie liczyć tylko na inicjatywność organizacji pozarządowych lub większych centrów kultury.

Najważniejsze aspekty tego zagadnienia:

- Wsparcie należy się wszystkim aktorom tego procesu: producentom filmowym, dystrybutorom, kinom, organizacjom pozarządowym i centrom kultury oraz przedstawicielom środowisk OzN sensorycznymi.
- Przyjęcie rozwiązań prawnych powinno również uspokoić dużych dystrybutorów filmowych obawiających się łamania praw autorskich i niekontrolowanego obiegu kopii (bezpieczeństwo). Niezbędne jest uregulowanie współpracy dystrybutora i podmiotu wykonującego audiodeskrypcję za pomocą umowy o zachowaniu poufności. Propozycje rozwiązań powinien przygotować PISF.
- Producenci filmowi, a w dalszej kolejności dystrybutorzy, powinni być prawnie zobligowani do udostępniania przygotowanych suplementów:

„Jest tylko wymóg zrobienia..., a brakuje np. wymogu udostępniania. Czyli tak naprawdę można je robić do szuflady i w ogóle z tym dalej może się nic nie zadziać, co jest absurdalne”. (R5)

„Jeżeli mówimy o filmach kinowych, które mają w pierwszej kolejności dystrybucję w kinach, to zarówno te materiały należy dostarczyć w ramach tzw. kopii obowiązkowej do Filmoteki Narodowej oraz przekazać dystrybutorowi, jeżeli film ma dystrybutora. Natomiast przyznam, że wykorzystanie tych materiałów przez dystrybutora nie jest jakoś weryfikowane”. (R6)

Przy tej okazji jedna z respondentek posłużyła się określeniem „zamordyzm”, czyli – jej zdaniem – brakującego elementu kija w powszechnie znanej metodzie kija i marchewki.

„Powracamy znowu do mojego zamordyzmu. Nie wiem, myślę, że to by była najłatwiejsza droga niestety. No bo jeżeli będzie to kwestią dobrowolności, to będzie to tak trochę wyglądało jak teraz. Jeden robi, drugi nie robi. Jakby pewne rzeczy łatwiej przychodzą, jeżeli coś trzeba, bo jeżeli nie trzeba, to się odwleka”. (R2_KS)

„(...) programy PISF-u zrobiły robotę. To trochę trwało, ale jednak ci producenci po prostu się stosują do postawionych przed nimi wymogów (dot. konieczności przygotowania AD i poszerzonych napisów do polskich produkcji, które otrzymały dofinansowanie z PISF - BL)”. (D_2)

W nawiązaniu do tego pojawia się oczekiwanie, aby PISF swym wymogiem objął również przygotowanie tłumaczenia ścieżki dialogowej na PJM.

Współdziałanie

Część rozmówców zwracała uwagę na konieczność poszerzania grona podmiotów zaangażowanych w tworzenie kina dostępnego, rozumiejąc, że tylko wówczas środowisko ma szansę sięgnąć po nowego(?) widza, wciąż nieobecnego w stopniu satysfakcjonującym. W tym miejscu jedni wskazywali na duże platformy streamingowe, które już w dużym stopniu działają na rzecz dostępności oferowanych przez nich treści.

Współpracę z nimi część badanych postrzega jako szansę, by dotrzeć do OzN sensorycznymi tymczasowo wybierającymi seanse telewizyjne, a nie kinowe

Najważniejsze z poruszonych wątków:

→ Zdaniem respondentów i respondentek dużym wyzwaniem, choć wartym podjęcia, pozostaje przekonanie dużych firm dystrybutorskich (filmy hollywoodzkie, amerykańskie), by chętniej udostępniały materiały do opracowywania dostępnych suplementów. Pamiętając uwagi o zróżnicowanych kapitałach kulturowych, którymi dysponuje polskie społeczeństwo, bardzo trudno będzie włączyć do wspólnych doświadczeń z obszaru kultury filmowej OzN sensorycznymi, jeżeli będzie się operowało głównie trudnym, ambitnym kinem. Dodatkowo taka współpraca jest potrzebna, by jak najszybciej trafić z najnowszymi produkcjami do OzN sensorycznymi. Dzisiaj w dużej mierze te osoby są z tego wykluczone (jeśli nie stać ich na platformy streamingowe i nie posługują się językiem angielskim – a zazwyczaj tak właśnie jest).

„Największy problem jest z tymi mainstreamowymi (dystrybutorami -^{BL}), bo oni jakoś tak niespecjalnie się do tego przykładają, bo studia amerykańskie... nie przeforsowali tego tutaj na teren Polski”. (R2_KS)

→ Tymczasowo równie trudnym zadaniem jest włączenie dużych kompleksów kinowych – sądząc po niemożliwości uzupełnienia próby badawczej o ich reprezentantów. Przekonanie ich do idei kina dostępnego może się dokonywać poprzez

pokazywanie wyników licznych badań i rozsądny lobbing (np. angażowanie osób celebryckich). Ważne jest, by próbować zaprosić ich do pracy koncepcyjnej i współtworzenia rozwiązań (edukacja sektora). Kontakty indywidualne i obecność w miejscach spotkań branżowych („Forum Wokół Kina”) powinny być ponownie wzmocnione działaniami instytucji centralnych.

- Równolegle pojawiały się głosy o potrzebie środowiskowego, bardziej krytycznego namysłu nad tematem (nie)dostępności oferty filmowej oraz kin. Ta refleksja powinna być animowana od wewnątrz przez organizacje branżowe i ujęta w jakimś racjonalnym schemacie i harmonogramie prac.

„Myślę, że czeka nas poważna praca nad świadomością całego środowiska. I to jest jeszcze przed nami i myślę, że to się nawet jeszcze nie toczy tak jak powinno. Dziś jesteśmy na początku drogi – absolutnie”. (FGI_1_KS_3)

„My tak naprawdę środowiskowo, to my nie za wiele o tym rozmawiamy. To są jakieś takie sporadyczne sytuacje. Mimo, że my często się spotykamy i rozmawiamy, to w zasadzie ten temat jest jakimś takim tematem, który jest tematem fakultatywnym”.

(FGI_1_KS_4)

Edukacja

Ważne miejsce wśród rekomendacji formułowanych dla własnego środowiska zajmowały różnorodne działania edukacyjne. Część respondentów uznając, że poziom

ich wiedzy jest niewystarczający (zarówno odnośnie do szerszego zagadnienia niepełnosprawności i dostępności, jak i w kwestiach narzędziowych – dotyczących przygotowania konkretnych rozwiązań), zalecali (samym sobie) dalsze doszkalanie się. Częścią tego procesu powinno być zapoznawanie się z dobrymi przykładami rozwiązań już realizowanych w Polsce i/lub za granicą.

Dodatkowo sugerowano:

- Opracowanie kampanii informacyjno-edukacyjnej dla samych OzN sensorycznymi odnośnie do rozwiązań, udogodnień, praw i możliwości. Jak wiadomo (również z naszych badań) nie wszystkie OzN sensorycznymi znają szerokie spektrum działań dostępnościowych⁷. Częścią tego byłoby zachęcanie osób samorzeczniczych do dalszego samoorganizowania i wywierania nacisku np. na duże korporacje i firmy zajmujące się dystrybucją filmów i ich pokazywaniem w multipleksach.

„Kampania informacyjna dla osób, które mają te niepełnosprawności, że kino jest dla nich dostępne, żeby po prostu ich jakoś tak bardziej mobilizować czy motywować, czy zapraszać do tego, żeby w kulturze uczestniczyli, bo tak jak powiedziałem, wydaje mi się, że to jest takie zamknięte..., zamknięty krąg. Jeżeli te osoby będą częściej chodzić, to staną się takim ważnym widzem”. (R4)

- Edukowanie widzów bez niepełnosprawności (tworzenie sojusznictwa) nt. potrzeb widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi oraz o istniejących narzędziach i rozwiązaniach

.....
⁷ Tamże.

pozwalających im uczestniczyć w kulturze filmowej („hej! nie trzeba się bać audiodeskrypcji!”). Proponowano np. reklamy społeczne wyświetlane przed pokazami filmowymi.

„Kiedy my wrzucamy do repertuaru, że coś jest z audiodeskrypcją, to na przykład automatycznie po prostu ilość widzów się zmniejsza, bo właśnie to, co mówisz, edukacja widzów też i to, żeby jakby, no nie wiem, na przykład ostatnio, wiecie co, bo już mamy tą audiodeskrypcję od długiego czasu jakby i księgowy w ogóle mnie się pyta, nasz główny, a co to w ogóle jest? Ja mówię, no kurczę, wiecie o co chodzi, że po prostu świadomość, to jest ważne. Bo jak ogłosimy, że coś jest z audiodeskrypcją, to na przykład prawie nikt nie przychodzi na pokaz”. (FGI_1_KS_2)

- Stworzenie przewodnika (rodzaj kompleksowego tutorialu dla początkujących), czyli publikacji zawierającej najważniejsze informacje na temat specyfiki funkcjonowania w społeczeństwie OzN sensorycznymi – ich potrzeb i trudności oraz tego, jak można/należy odpowiadać na nie tworząc kino dostępne. Publikacja ta powinna być odpowiednio rozpowszechniana i trafiać głównie do dystrybutorów i producentów filmowych.

W tym miejscu warto podkreślić, że szereg zmian w kontekście większej wewnątrzsterowności środowiska OzN sensorycznymi – ich bardziej masowym zainteresowaniem się uczestnictwem w publicznych wydarzeniach kulturalnych, w tym w pokazach filmowych – będzie bardziej prawdopodobnych, jeżeli oprócz tych ważnych, ale punktowych działań, zacznie się systemowo

reformować edukację. Szkolnictwo skierowane do OZN sensorycznymi powinno wspierać ideę samodzielnego uczestnictwa w kulturze. Systematyczna praca polegająca na ukazywaniu nieoczywistych atutów korzystania z filmów przez osoby Głuche, słabosłyszące, słabowidzące lub niewidome w efekcie może przynieść większe zainteresowanie kinem na dalszych etapach ich życia. Aby to było możliwe niezbędne jest domaganie się większej liczby dostosowanych dostępnościowo filmów dla dzieci i młodzieży.

Inne

Warto również odnotować kilka innych kwestii poruszonych przez rozmówców i rozmówczynie, które można potraktować jako rady lub pomysły rozwiązań wspierających kompleksowe rozwijanie idei kina dostępnego:

- Dostrzeżenie w kinie (idei publicznych pokazów w określonej instytucji/miejscu) wartości kulturotwórczej, więziotwórczej, społecznej. Czyli od dawna zadawane pytanie, tylko inaczej rozumiane: „Do kina, czy na film?”. W tym ujęciu kino jest ważną platformą integracji, spotkań i emancypacji również dla OZN sensorycznymi i jako takie nie powinno być pomijane w szerszej dyskusji o inkluzji społecznej.
- Kierowanie się zasadą „istotności” (ważności obrazów, tematów, treści) dla publiczności. W praktyce oznacza to np. większą otwartość kin studyjnych na produkcje masowe, popularne, jeżeli wnoszą do dyskusji ważne dla społeczności wątki albo można dzięki nim dotrzeć do nowych widzów:

„No chyba każde kino pokazuje kino istotne i jakby przede wszystkim trzeba się oprzeć takiemu wrażeniu, że nie wiem, nie chcę używać nazwiskami dystrybutorów, że jak coś spływa z »X« albo z »Y« (nazwy dużych, amerykańskich producentów - BL), to jakby odłożymy na inną kupkę i zastanowimy się później (...). Więc myślę, że to intuicyjnie jest proste, a ten podział chyba nigdy nie powinien istnieć, że gdzieś się na coś obrazimy, tylko dlatego, że jest to mniej arthouse'owe. Jeżeli coś jest istotne, to powinno się znaleźć w kinie”. (FGI_1_KS_2)

- Przypominanie sobie, że odbiorcy każdej oferty kulturalnej są wewnątrznie zróżnicowaną grupą (także OzN sensorycznymi), a to wymaga od nas bardzo uważnego posługiwania się językiem i formułowania komunikatów, używania różnych języków w komunikacji i odnoszenia się w treści do różnych potrzeb, różnych osób i grup,
- Zwracanie uwagi na różne aspekty, jakie badania publiczności (OzN sensorycznymi) mogą wnieść w proces przygotowania, realizacji i produkcji filmów. Producentom nie chodziłoby więc tylko (jak niektórzy sądzą) o wskazanie tematów czy problemów, które mogłyby zainteresować OzN (gdyż takowe nie istnieją), lecz o podzielenie się uwagami nt. techniczne (np. w odniesieniu do udźwiękowienia lub oświetlenia filmów).

„Naprawdę przy produkcji filmowej jest na tyle bardzo dużo czynników, że ten element myślę, że w głowie producenta jest bardziej przekładany na ten kolejny

etap, czyli bardziej dystrybucji i kin, tego, żeby właśnie osoby z niepełnosprawnościami ruchowymi mogły uczestniczyć. A my na etapie produkcji filmowej, myślę, że taki temat by się pojawił, gdyby w którymś z naszych filmów brała udział np. jako realizator, jako aktor osoba z niepełnosprawnościami. Natomiast dotychczas się to nie wydarzyło”. ^(R9)

→ Eksperymentowanie z ideą kina. Uruchamianie „kina do słuchania” (dla wszystkich, nie tylko w kontekście osób z niepełnosprawnościami wzroku), ale także widzących. Powrót do wybranych pokazów w konwencji kina niemego, poszerzanie formatów:

„Jakieś takie dopasowanie możliwości, żeby to faktycznie to oglądanie kina przestało być właśnie na przykład tylko jakby tym oglądaniem, tylko właśnie otworzeniem się na możliwości, że to może być słuchanie tego kina albo żeby właśnie jakby czasem byłby to tylko obraz bez dźwięku”. ^(R9)

”

**Nawet dla jednej osoby
warto. I że czasami takie
jakieś nihilistyczne tutaj
się pojawiają nastroje,
że nikogo nie ma, że tak
też jest reklamowany,
komunikowany
w przestrzeniach
internetowych i nie tylko,
a jednak odbiorców nie
ma, ale się okazuje, że
niespodziewanie ktoś się
pojawi.**

Czy kino dostępne się opłaca?

Przez cały czas badania powracało jedno pytanie, a związane z nim rozważania dało się słyszeć przy różnych okazjach: biorąc pod uwagę zakres prac związanych z przygotowywaniem dostępnych pokazów filmowych (wymagających uruchomienia nie tylko zasobów finansowych, infrastrukturalnych, technicznych, ale także osobowych i kompetencyjnych) – czy kino dostępne w ogóle się opłaca? Pytanie tym bardziej zasadnicze, że tymczasowo, mimo starań mających zmienić ten stan rzeczy, nie można mówić o zbyt licznych uczestnictwie OzN sensorycznymi w dostosowanych do ich potrzeb pokazach. Ważnym aspektem tej dyskusji jest także określenie jak należy rozumieć i mierzyć tę opłacalność? Czy tylko w kategorii rentowności (dodatkowego zysku ze sprzedaży biletów), czy też posługując się innymi aspektami: edukacyjnymi, kulturowymi, społecznymi, czy wręcz cywilizacyjnymi?

Dla części rozmówców – nazwijmy ich „ideowcami” – zarysowany dylemat jest łatwy do rozstrzygnięcia: kino dostępne warto robić ze względu na czysto ludzką wrażliwość. Czasami może to być frustrujące (gdy nasze starania nie spotykają się z pozytywnym odbiorem), ale innym razem odnosimy małe sukcesy, które dowodzą, że jest to działanie procesualne, rozciągnięte w czasie, na początku być może niezbyt spektakularne, ale ważne i potrzebne.

„Nawet dla jednej osoby warto. I że czasami takie jakieś nihilistyczne tutaj się pojawiają nastroje,

że nikogo nie ma, że tak też jest reklamowany, komunikowany w przestrzeniach internetowych i nie tylko, a jednak odbiorców nie ma, ale się okazuje, że niespodziewanie ktoś się pojawi”.

(R_DKS_2)

W dyskusji o otwieraniu kinowej widowni na nowych odbiorców – OzN sensorycznymi – pojawia się sceptyczny argument, że jeśli nawet udałoby się przekonać nowe osoby do częstszych wizyt w kinach, to i tak nie będą to liczby znaczące. Dystrybutorzy (inaczej niż przedstawiciele „misyjnych” kin studyjnych) wątpią w prognozowany wzrost przychodów w związku z większą dostępnością kin/filmów. Zwracają w ten sposób uwagę, że na powodzenie tej akcji może mieć/ma wpływ szereg zmiennych, wśród nich edukacja i czas, zaś „biznes nie ma czasu” (R1).

Stałe włączanie do tej refleksji zagadnień ekonomicznych powinno być dla nas zrozumiałe, w końcu „pokazywanie filmów” nie jest działalnością filantropijną. Warto zaakceptować i przyjąć tę argumentację, a może – dla powodzenia sprawy – częściej wskazywać na finansową opłacalność, niż tylko odwoływać się do solidarności społecznej. W efekcie przemyślenia (poszerzenia rozumienia) konceptu dostępności i wyprowadzenia jej poza kategorię niepełnosprawności (z wszystkimi jej stereotypowymi ujęciami i semantycznym ciężarem), będzie możliwe dostrzeżenie jej bardziej uniwersalnego charakteru, mocniej przekładającego się na zyski. Finansowo, ekonomicznie dostępność powinna zatem się opłacać, jeśli uda się nie tylko trafić i włączyć większą liczbę widzów i widzek (OzN sensorycznymi), ale też, gdy poszerzy się perspektywę (rozwinie rozumienie

niesprawności oraz tego, co to znaczy, że społeczeństwo się starzeje). Wszystkie dane – w tym prognozy Głównego Urzędu Statystycznego⁸ – pokazują, że jesteśmy społeczeństwem się starzejącym. Pod koniec roku 2022 żyło w Polsce około 9,7 mln osób w wieku 65. lat lub starszych. Do roku 2030 seniorów i senierek ma być ponad 10,8 mln, zaś do końca kolejnej dekady liczba ta ma wzrosnąć o kolejne 1,5 mln. Jednocześnie już teraz osoby pracujące w kinach obserwują wzrost średniej wieku widowni. Jeśli nałożymy na to informację, że około 50% osób w wieku 65 lat i więcej ma problemy ze wzrokiem⁹, to możliwe, że z większą wyobraźnią i uważnością spojrzymy na kwestię zapewnienia dostępności kultury filmowej.

„Wydaje mi się, że przez to, że to jest tak robione ad hoc, trochę bez przekonania, nie jest to jakąś taką mocną linią realizowane, to to się trochę nie opłaca, bo ta energia jest rozproszona, każdy z nas po prostu urabia sobie ręce na tym temacie. Gdzieś tam czasami próbuje otworzyć się już otwarte drzwi i traci się zarówno energię, środki na takie próbowanie też różnych rzeczy. (...) myślę, że w tej chwili to jest taki moment, kiedy jeszcze się nie opłaca, ale to nie znaczy, że to jednak nie może się opłacać. Tym bardziej, że my stajemy się starzejącym się społeczeństwem, bo wszyscy będziemy za chwilę trochę tracić ten słuch i wzrok, także... ja to zrobię dla siebie”. (FGI_1_KS_1)

8 Por. Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/osoby-starsze/>, data dostępu: 10.02.2024.

9 Por. Polsenior 2. Badanie poszczególnych obszarów stanu zdrowia osób starszych, w tym jakości życia związanej ze zdrowiem, Piotr Błędowski, Tomasz Grodzicki, Małgorzata Mossakowska, Tomasz Zdrojewski (red.), Gdański Uniwersytet Medyczny, Gdańsk 2021, https://polsenior2.gumed.edu.pl/attachment/attachment/82370/Polsenior_2.pdf, data dostępu: 20.04.2024.

Kino w pełni dostępne. Marzenie?

Osoby wyrażające gotowość do wzięcia udziału w badaniu dały wyraźny sygnał, że dostrzegają wagę problemu (nie)dostępności kultury filmowej w Polsce. Uznają, że jest wyzwaniem istotnym i zyskującym na aktualności. Podczas rozmów nierzadko deklarowały nadzieję, że dzięki podobnym inicjatywom uda się nie tylko zdiagnozować najważniejsze trudności i bariery, jakie stoją przed twórcami kultury filmowej, ale również, że uda się tym zainteresować przedstawicieli instytucji państwowych. Tworzenie kultury dostępnej – jak to wcześniej zostało zaznaczone – jest pracą zespołową. Wymaga rozwiązań prawnych i finansowych porządkujących i ułatwiających działanie, ale również intensywniejszej integracji środowiska (włączania kolejnych podmiotów i organizacji) oraz aktywizowania osób samorzeczniczych (OzN sensorycznymi). Dopiero w dalszej perspektywie, nieodległej – sądząc po entuzjazmie wielu naszych rozmówców, będzie można uznać, że „kino dostępne” w Polsce jest faktem.

„Po prostu osoba z niepełnosprawnością w czwartek po południu ma ochotę przyjść obejrzeć film i po prostu nie ma kłopotu z tym, czy w przyszłym miesiącu kino dopiero oferuje takie wydarzenie, czy za trzy miesiące, tylko po prostu wpadam na taki pomysł, że dzisiaj wieczorem chcę wyjść i obejrzeć, czy usłyszeć film, a np. nie słyszę i po prostu idę do kina, które sobie wybieram i taki film oglądam, czy w takim wydarzeniu uczestniczę”. (R_DKS_2)

”

My będziemy tym pokoleniem, które będzie tego potrzebowało, które na to już będzie stać. To znaczy nie będzie już może tych barier takich finansowych, żeby pójść do kina. Miasta już nie będą miały tyle barier architektonicznych, dla kina będzie to normalne, że one są dostępne w znaczeniu fizycznym.

Zespół badawczy:

dr Bartek Lis (koncepcja i całościowe
kierownictwo badań, współrealizacja badań),
dr Bogna Kietlińska (współrealizacja badań)

Tekst raportu: dr Bartek Lis

Korekta: Jakub Pytel

Projekt graficzny + skład (WCAG 2.2):

Dominik Boberski Minimum Studio

Badanie zrealizowano dzięki dofinansowaniu
ze środków Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej

Lider projektu: Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu
Poznań, 2024

..... Lider projektu: Finansowanie:

