DOI 10.51480/compress.2022.5-1.331

Joanna Najbor
UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI
0000-0002-5876-536X
joanna.najbor@student.uj.edu.pl

Funkcjonowanie instytucji festiwalu filmowego w trakcie pandemii COVID-19 na przykładzie festiwalu Nowe Horyzonty

The Institution of a Film Festival during the COVID-19 Pandemic: Case Study of the New Horizons Festival

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest przedstawienie sposobów komunikacji festiwalu filmowego na początku pandemii COVID-19. Aby to zrobić, przeprowadzono analizę mediów społecznościowych festiwalu Nowe Horyzonty, który odbył się w listopadzie 2020 roku. W związku z wybuchem pandemii zarówno największe wydarzenia filmowe, jak i te lokalne musiały przenieść się do sieci. Nowa rzeczywistość, choć stanowiąca wyzwanie techniczne, organizacyjne i społeczne, okazała się też szansą na poszerzenie skali działań popularyzujących kulturę. W tekście przybliżono specyfikę tradycyjnego festiwalu filmowego, skupiając się na aspektach komunikacyjnych, perspektywie widzów oraz na strategiach promocyjnych wielodniowych wydarzeń filmowych. Na podstawie analizy materiału empirycznego zawierającego wypowiedzi i reakcje administratorów oraz użytkowników na profilach społecznościowych festiwalu wykazano, jakie elementy biorą udział w skutecznym kreowaniu społeczności (nie tylko) wirtualnej.

SŁOWA KLUCZOWE: FESTIWAL FILMOWY, MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, COVID-19, SUBKULTURA FILMOWA;

ABSTRACT

The aim of this paper is to present the ways of communication of a film festival during the COVID-19 pandemic. The author conducted an analysis of the social media of the New Horizons festival, which took place in November 2020. Due to the outbreak of the pandemic, both the biggest and local film events had to go online. The new reality, although posing a technical, organizational, and social challenge, also turned out to be an opportunity to expand the scale of actions that were meant to promote the culture. The paper presents the specificity of a traditional film festival, focusing on communication aspects, the viewers' perspective, and the film event's promotional strategies. Basing on the analysis of the empirical material containing statements and reactions of administrators and viewers on the festival's profiles on social media, it was shown which elements contribute to the effective creation of a virtual (and not only) community.

KEYWORDS: FILM FESTIVAL, SOCIAL MEDIA, COVID-19, FILM SUBCULTURE

Najbor, J. (2022), Funkcjonowanie instytucji festiwalu filmowego w trakcie pandemii COVID-19 na przykładzie festiwalu Nowe Horyzonty, ***com.press,*** 5(1), s. 60–85. DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.331 www.compress.edu.pl

WSTĘP

Dynamicznie rozwijający się sektor festiwali i przeglądów filmowych stanowi od kilku lat się przedmiot zainteresowania nowych badań filmoznawczych i medioznawczych, tzw. *Film Festival Studie*s (de Valck, 2013; Wong, 2011; Iordanova, 2013). Choć w ciągu ostatniej dekady mogliśmy obserwować rosnące zainteresowanie festiwali filmowych technologiami cyfrowymi i nowymi praktykami oglądania, które są możliwe dzięki tym technologiom (Taillibert & Vinuela, 2021), to pandemia COVID-19 okazała się wyzwaniem dla organizatorów tego typu wydarzeń oraz poważnym ryzykiem dla całej branży filmowej (de Valck, 2020). Pandemia przyspieszyła procesy mediatyzacji festiwali, przekształcając model dystrybucji filmów i demokratyzując rynek, jednocześnie stawiając pod znakiem zapytania sensowność wielu stacjonarnych wydarzeń cyklicznych. Od kilkunastu lat organizatorzy festiwali coraz częściej decydują się na powielanie części ich programu online, rozszerzając w ten sposób tradycyjną formułę, by dotrzeć do nowej publiczności. W tym celu wykorzystują istniejące platformy VOD lub własne strony internetowe. Dotychczas organizatorzy korzystali z internetowych ułatwień zarówno po to, aby udostępniać profesjonalistom bazy danych (tj. programowanie utworów online, biblioteki filmów, firm i profesjonalistów), jak i w celu mobilizacji odbiorców, m.in. w mediach społecznościowych (Stevens, 2017). Christel Taillibert udowadnia, że rozwój festiwali filmowych online pokazuje skalę zawłaszczenia domeny VOD przez współczesny sektor festiwalowy (Taillibert, 2015, 2018). Podobne praktyki w jakimś stopniu mogły przygotować organizatorów na nagłe zamknięcie kin i ograniczenia związane z wybuchem pandemii. Pojawia się jednak pytanie: czy festiwal online jest w stanie zastąpić kinową, fizyczną współobecność, ograniczając się wyłącznie do oglądania filmów i mechanicznie odtworzonych na ekranie komputera seansów, spotkań i sesji Q&A?

Skomplikowana sytuacja sprowokowała szeroko pojętą branżę filmową, z naciskiem na menedżerów kin i organizatorów festiwali, do zmiany nie tylko form transmisji, ale także modeli komunikacji. Już w 2011 roku Christina Warren zapowiadała, iż „komponent online [będzie] ważną częścią przyszłych festiwali" (Taillibert, 2018), mając na myśli nie tylko ich aspekt techniczny. Także wydarzenia towarzyszące, niegdyś wyłącznie w formie analogowej, musiały zostać dostosowane do nowej, pandemicznej rzeczywistości, w której spotkanie w realnej przestrzeni stało się mocno ograniczone lub wręcz zupełnie niemożliwe. Nic dziwnego, że wielu organizatorów festiwali postanowiło przeczekać czas pandemii, tymczasowo rezygnując

z fizycznej organizacji wydarzeń (SFP, 2020). Inne imprezy filmowe swoje działania przeniosły do sieci, główną przestrzenią komunikacji czyniąc media społecznościowe. W nowej rzeczywistości społecznej integracja widzów miała przebiegać na najpowszechniejszych platformach, takich jak Facebook (24,92 mln użytkowników w Polsce) i Instagram (11,29 mln użytkowników w styczniu 2022 r., czyli prawie 2 mln więcej niż rok wcześniej) (Sas, 2021).

Głównym przedmiotem rozważań w artykule jest specyfika festiwalu filmowego w formie online oraz analiza komunikacji prowadzonej przez organizatorów wirtualnej edycji festiwalu Nowe Horyzonty w 2020 roku. Jakie wyzwania stoją przed organizatorami wydarzeń filmowych online? Czy da się w skuteczny sposób utrzymać istniejącą społeczność festiwalową i służyć jej rozwojowi w trakcie pandemii koronawirusa? W jakim stopniu udało się to organizatorom wrocławskiego festiwalu? Analiza empiryczna treści publikowanych przez organizatorów i użytkowników na profilach społecznościowych w trakcie pandemicznej edycji pozwoliła ustalić cechy komunikacji służącej skutecznej integracji subkultury festiwalowej. Dzięki analizie ilościowej i jakościowej opublikowanych postów udało się ustalić najczęstsze typy i formy wypowiedzi, a także wyciągnąć wnioski z prowadzonych w ten sposób zabiegów. Analizie poddano przede wszystkim komunikaty organizatorów, z uwzględnieniem kontekstu pojawiających się pod nimi komentarzy użytkowników, funkcjonujących nieraz jako ważne przedłużenie treści posta (Całek i in., 2019). Przyjrzano się również materiałom graficznym (memy, gify, zdjęcia) oraz zastosowaniom hasztagu #nowehoryzonty2020 w aplikacji Instagram.

Przeprowadzone w ten sposób mikrobadanie może przysłużyć się organizatorom wszelkich imprez kulturalnych w sieci, którym zależy na utrzymaniu aspektu społecznościowego planowanych wydarzeń oraz budowaniu społeczności okołofestiwalowej. Może także stanowić wartościowe uzupełnienie działań PR-owych prowadzonych przez te instytucje na co dzień.

HISTORIA FESTIWALI FILMOWYCH

Trudno wyobrazić sobie współczesny rynek filmowy bez festiwali filmowych. Jak pisał jeden z najważniejszych polskich krytyków i filmoznawców Jerzy Płażewski, „bez festiwali sztuka filmowa kształtowałaby się wolniej i oporniej" (Płażewski, 2013, s. 15). Te zarówno międzynarodowe, jak i lokalne imprezy o niezwykle zróżnicowanych profilach funkcjonują dziś jako „złożony fenomen społeczny, w którym splatają się aspekty estetyczne,

ekonomiczne (także związane z „ekonomią prestiżu") oraz (geo)polityczne" (Adamczak, 2016). Z jednej strony jest to więc miejsce wyświetlania filmów, z drugiej – przestrzeń spotkań towarzyskich, wymiany doświadczeń i rozwoju branży audiowizualnej.

Historia festiwali wiąże się w zasadzie z ewolucją samej sztuki filmowej: zapoczątkował je noworoczny pokaz w Monako w 1898 roku (zaledwie trzy lata po pierwszym publicznym pokazie kinematografu braci Lumière). Praktyka ta została szybko zarejestrowana i doceniona, znajdując swoją kontynuację w Turynie, Mediolanie, Palermo, Hamburgu i Pradze. Za pierwszy pełnoprawny festiwal filmowy uznawany jest dziś Festiwal w Wenecji, który odbywa się w sposób cykliczny od 1932 roku jako część weneckiego Biennale (Adamczak, 2016). W ciągu ostatnich dekad festiwale filmowe znacznie poszerzyły swoją skalę i zasięg, stając się przestrzenią inspiracji artystycznej, twórczej dyskusji oraz wymiany dóbr kulturalno-ekonomicznych. Marijke de Valck (2007) wyróżniła trzy etapy formowania się festiwali filmowych:

1. Okres od 1932 do 1968 roku, kiedy traktowane były one jako „okna wystawowe" narodowych kinematografii i stanowiły kontynuację tradycji XIX-wiecznych salonów, wystaw światowych oraz przestrzeń prezentacji osiągnieć danego państwa, gdzie selekcją filmów zajmowały się narodowe gremia.
2. Okres od 1968 roku do lat 80. XX wieku, zapoczątkowany gwałtownymi protestami w Wenecji i Cannes, które doprowadziły do zerwania obu wydarzeń. W owym czasie głównym celem festiwali stało się poszukiwanie nowych, zdolnych autorów, a selekcje dokonywane były już nie przez instytucje państwowe, a przez wyspecjalizowanych programerów.
3. Okres od początku lat 80. XX wieku, kiedy festiwale stały się wydarzeniami o globalnym zasięgu, z dużym budżetem, dominującym znaczeniem dla kultury filmowej i wpływem na ekonomię kina (Adamczak, 2016, s. 22).

Dzisiejsze myślenie o festiwalach wyrasta z podziału stworzonego przez de Valck, a poszczególne przeglądy w różnym stopniu kładą nacisk na wybrane elementy z pierwszego, drugiego lub trzeciego etapu formowania się tej instytucji. Na program wydarzeń filmowych składają się więc obecnie decyzje selekcjonerów oraz dyrektora danej imprezy, a odpowiedni dobór filmów do konkursu i poszczególnych sekcji przyczynia się do wzmocnienia charakteru i prestiżu wydarzenia. Biorąc pod uwagę specjalny status festiwali filmowych, Thomas Elsaesser (2005) opracował metafory, które określają

znaczenie i specyfikę tych cyklicznych „świąt sztuki filmowej", zwracając uwagę na ich charakterystyczne elementy:

- Festiwal filmowy traktowany jak bazar rozmaitości, czyli miejsce, w którym można dostać dobra często trudno dostępne i elitarne (30–40% filmów europejskich funkcjonuje wyłącznie w obiegu festiwalowym).
- Festiwal filmowy jako arena rywalizacji, porównywalny do imprez sportowych, na przykład igrzysk olimpijskich, które pobudzają emocje sportowe.
- Festiwal filmowy jako parlament kinematografii narodowej i kulturalna wizytówka kraju (porównywalna do festiwali muzycznych lub teatralnych).
- Festiwal filmowy jako „miejsce eucharystycznej przemiany" – wydarzenie o charakterze święta, które wymaga niecodziennej atmosfery, gdzie może dojść do niemal „eucharystycznego przeistoczenia"; to miejsce Aury przenikniętej przez Ducha, który może kanonizować arcydzieło lub konsekrować autora (Iordanova, 2013).
- Festiwal filmowy jako miejsce spotkania: wymiany doświadczeń, nawiązania interakcji, tworzenia więzi, a nawet swoistej wspólnoty uczestnictwa.

To właśnie ostatni punkt wymieniony przez cenionego filmoznawcę wydaje się szczególnie interesujący w kontekście pandemii COVID-19 i organizowania wydarzeń w formie zdalnej. W tym ujęciu festiwal, traktowany jako zbiorowe przeżycie, mające moc budowania tożsamości, staje się konstruktem trudnym do odtworzenia w sieci. Jak pisał Mirosław Filiciak, film „w coraz mniejszym stopniu »przynależy do kina«, które staje się raczej »odświętnym« albo po prostu wyjątkowym miejscem oglądania filmu – na tyle nietypowym, że wizyta w nim może mieć raczej charakter pretekstu do spotkania towarzyskiego, niż działania skoncentrowanego na odbiorze obrazu" (Filiciak, 2013, s. 80–81). Co więcej, latami ewoluujące festiwale zajmują dziś ugruntowaną pozycję w procesie waloryzowania filmów, przede wszystkim ze względu na symboliczne nagrody, które przyznawane są określonym tytułom, oraz za pośrednictwem sekcji branżowych, czyli rynków filmowych, funduszów, koprodukcji i szkoleń (Rhyne 2009; De Valck 2014; Falicov 2016; Taillibert, Vinuela 2021). Sytuacja wygląda podobnie na gruncie polskim, o czym na łamach czasopisma „Ekrany" pisał już w 2013 roku Marcin Adamczak: „postrzeganie festiwalu jedynie w kategoriach świątyni sztuki, gdzie liczą się wyłącznie wartości estetyczne, jest równie naiwne jak twierdzenie przeciwstawne, iż decydują tylko mechanizmy społeczne" (Adamczak, 2013, s. 26).

Festiwal to zatem miejsce cyklicznych spotkań przedstawicieli różnych profesji związanych z branżą filmową, przyczyniające się do wytworzenia grupowej tożsamości oraz przynależności do ruchomej, nomadycznej grupy bywalców rozrzuconych po świecie przeglądów i konkursów. Jego uczestnicy tworzą specyficzną subkulturę, wśród której Ragan Rhyne wyróżniła następujących aktorów społecznych: filmowców i producentów, dziennikarzy, inwestorów, prawników, dystrybutorów i przedstawicieli firm z branży; przedstawicieli organizacji turystycznych i pokrewnych; lokalnych decydentów, sponsorów i ludzi zarządzających festiwalem (Rhyne, 2013, s. 144–145). Grupy te utrzymują ze sobą kontakty zarówno profesjonalne, jak i związane z uczestnictwem w czasie wolnym, operując specyficznymi kodami wypracowanymi w grupie. Są to między innymi utrwalone stosunki do poszczególnych twórców i do tego, co oznacza „dobry film", wspólne stanowisko wobec wybranych produkcji, a także różnica opinii z ludźmi spoza subkultury. Do grupy widzów profesjonalnych należałoby włączyć także widzów-amatorów: kinofilów, widzów-bywalców imprez kulturalnych oraz okazjonalnych uczestników. To często też – szczególnie w Polsce, odnosząc się do raportu na temat polskich festiwali filmowych opublikowanego w ramach projektu „Wieloaspektowa diagnoza funkcjonowania festiwali filmowych w Polsce" – „kinomaniacy", czyli osoby młode, wykształcone, z dużych miast, otwarte na nowatorskie rozwiązania i zaangażowane w społeczny wymiar rzeczywistości, które interesują się kulturą i sztuką oraz mają środki, żeby w nich uczestniczyć. To także postaci, które lubią być postrzegane w swoim środowisku jako liderzy opinii, niejednokrotnie kojarzeni z subkulturą hipsterów (Festiwale filmowe w Polsce – Raport, 2017).

Festiwal traktowany jako miejsce spotkania kojarzy się zatem z „multipleksem kinofilii", zdefiniowanym przez de Valck (2005). W trakcie wydarzenia dochodzi bowiem do manifestacji nowych rodzajów pasji filmowej, definiowanych nie tylko przez posiadanie określonego gustu, ale też właśnie poprzez udział w wydarzeniach związanych z festiwalem i określone sposoby współuczestnictwa, np. wspólne jedzenie, picie, uczęszczanie na bankiety, wystawy i koncerty. Co więcej, jak przewidywał jeszcze przed wybuchem pandemii Marcin Adamczak, w dobie rosnącego znaczenia dystrybucji internetowej festiwalom relatywnie stabilną sytuację w przyszłości zapewnia fakt, że to nie oglądanie filmów ma tam największe znaczenie – udział w nim ma związek ze zjawiskiem karnawalizacji, trudno zastępowalnym w domowej formule zdalnej. Festiwale traktowane jako zjawisko społeczne i definiowane jako „święty lub bluźnierczy czas celebracji, naznaczony specjalnymi obrzędami" (Getz, Page, 2016, s. 67) wyrastają przecież z Bachtinowskiego karnawału,

Joanna Najbor
Uniwersytet Jagielloński

czyli przestrzeni czasu wyłączonego, w którym następuje zawieszenie lub kontestacja norm, reguł życia codziennego oraz usytuowania społecznego jednostki (Kłocińska, 2012). Ograniczona w czasie i zamknięta w konkretnej przestrzeni formuła wydarzenia prowokuje wyłączenie się ze sfery *profanum* oraz zakwestionowanie prozaicznego statusu rzeczywistości. Ma charakter odświętny: wymaga wyjazdu z domu i przełączenia się na niecodzienny, festiwalowy rytm, w którym doba wyznaczana jest przez godziny projekcji filmowych i spotkań towarzyskich.

Czy zatem możliwe jest odtworzenie karnawałowych struktur w zindywidualizowanej i niematerialnej formie zdalnej, zarządzanej samodzielnie z oswojonych przestrzeni za pomocą myszki i klawiatury? Czy możliwe jest zaspokojenie potrzeb wszystkich uczestniczących w festiwalach aktorów społecznych? Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, choć przypadek Nowych Horyzontów wskazuje na to, że przynajmniej częściowa rekonstrukcja owych struktur jest prawdopodobna przy spełnieniu kilku określonych warunków.

FESTIWAL W FORMIE ONLINE – SZANSE I ZAGROŻENIA

Dla wielu podmiotów festiwal internetowy przez długi czas jawił się jako quasi-festiwal, w którym najistotniejsze doświadczenie współuczestnictwa zostało zagrabione. Organizatorzy najważniejszych konkursów filmowych, takich jak Festiwal w Cannes czy Berlinale, w trakcie pandemii zdecydowali się na zawieszenie edycji lub na przeniesienie seansów w całości do sieci. W Polsce sytuacja przebiegła podobnie: planowane przez wiele miesięcy wydarzenia były albo odwoływane, albo przekładane na inny termin. Wszyscy musieli skonfrontować się ze znacznym ograniczeniem widowni oraz rygorystycznymi restrykcjami sanitarnymi. Problemem stały się też kwestie techniczne oraz konkurowanie z innymi formami czasu wolnego: przed pandemią COVID-19 festiwalowe platformy internetowe nie były powszechnie dostępne uczestnikom festiwalu, a służyły przede wszystkim jako miejsce przesyłania i udostępniania filmów selekcjonerom oraz branży[1]. Przy organizacji klasycznego festiwalu kluczową kwestię stanowi lokalizacja

[1] Specyfikę platform na żądanie i ich zastosowanie dla festiwali filmowych opisali Ch. Taillibert i A. Vinuela w w opublikowanym w 2021 roku artykule *Festival Scope, a Festival-on-Demand Platform: Online Enhancing the Gatekeeping Power of Film Festivals*, Society & Leisure", vol. 44, Issue 1: *Film festivals: Metamorphosis of a Research Object and Field.*

wydarzenia, która dyktuje jego specyfikę, przebieg i atmosferę. To sprawia, że często staje się on celem turystyki festiwalowej, opisanej szerzej przez Ewelinę Konieczną w artykule *Festiwale i przeglądy filmowe jako cel turystyki kulturowej* (2014). W formule online znika ogromna machina logistyczna związana z usytuowaniem kin w mieście, długością poszczególnych seansów, dopuszczalnym limitem publiczności, kolejkami do sal czy przygotowaniem zaplecza sanitarno-higienicznego. Pojawia się jednak wyzwanie związane z technicznym przebiegiem pokazów i spotkań branżowych oraz zachęceniem internautów do uczestnictwa w nich, przy jednoczesnym zachowaniu tożsamości imprezy i integracji widzów.

Współczesne przeglądy i konkursy filmowe przejawiają duży potencjał do tworzenia trwałych społeczności za pośrednictwem swoich kanałów komunikacyjno-promocyjnych i pozyskania w ten sposób nowej widowni. Z punktu widzenia uczestników festiwal ma znaczenie w odniesieniu do czterech płaszczyzn: płaszczyzny branżowej, traktowanej jako miejsce spotkania „subkultury filmowej"; płaszczyzny filmowej, gdzie wydarzenie traktowane jest jako miejsce oglądania filmów dla „kinomaniaków"; płaszczyzny relacji z miejscem, gdzie festiwal funkcjonuje jako miejsce promocji i rozwoju danej miejscowości oraz płaszczyzny kulturotwórczej, gdzie kilkudniowy maraton filmowy umożliwia spotkanie lokalnych działaczy kultury i miejscowej inteligencji (Durys, Rauszer, 2017, s. 93). Rolą organizatorów zdalnej edycji stało się przeniesienie wszystkich wymienionych struktur i wydarzeń do sieci oraz dostosowanie do nich języka i kanałów komunikacyjnych.

W procesie troski o festiwalową społeczność w trakcie pandemii kluczowa okazała się rola mediów społecznościowych. Podczas stacjonarnych edycji portal Facebook pełni przeważnie rolę informacyjną: stanowi tablicę bieżących ogłoszeń, miejsce ujawniania nazwisk festiwalowych gości, publikacji opisów i recenzji filmów oraz dzielenia się materiałami archiwalnymi. W okresie festiwalowym wykorzystywane są również narzędzia z zakresu promocji sprzedaży, np. konkursy, w ramach których w zamian za udostępnienie wydarzenia na swoich profilach i w innych kanałach społecznościowych można otrzymać określone gadżety (Pietraszko, Szczeblewska, 2017, s. 114). Jak czytamy w raporcie o polskich festiwalach filmowych, bardzo często profile te „są traktowane jako przestrzeń komunikacji jednokierunkowej – nie jest wykorzystywany potencjał tego narzędzia do tworzenia i wzmacniania społeczności (…) Indywidualna korespondencja z widzem ma niewątpliwie wymiar informacyjny, ale może również przybrać charakter swego rodzaju rytuału czy symbolicznego zwiastunu wydarzenia" (Pietraszko, Szczeblewska, 2017, s. 114).

Joanna Najbor
Uniwersytet Jagielloński

Festiwal online otworzył przestrzeń na wykorzystanie dwukierunkowego potencjału mediów społecznościowych, a poszczególne kanały otrzymały nowe role, których funkcja wcześniej nie była dla organizatorów aż tak istotna. Zmianę paradygmatu można odnieść do rytualnego modelu komunikacji, opracowanego przez amerykańskiego teoretyka Jamesa Careya, który stanowi alternatywę wobec klasycznego modelu transmisji (prostego przekazywania informacji). Zgodnie z nim „komunikowanie jest postrzegane w takich kategoriach, jak: uczestnictwo, stowarzyszenie, braterstwo, posiadanie wspólnej wiary" (Carey, 2007). W tej perspektywie „komunikowanie nie jest nastawione na rozpowszechnianie przekazu w przestrzeni, ale na podtrzymanie społeczeństwa w czasie; nie jest aktem wysyłania informacji, lecz publicznym przedstawieniem «podzielanych społecznie przekonań»" (Carey, 2007). Stawiam tezę, iż festiwalem, który wykorzystał potencjał mediów społecznościowych w celu utrzymania owego modelu rytualnego, mającego na celu podtrzymanie subkultury w czasie i przedstawienie wspólnego światopoglądu, był w trakcie pandemii wywołanej rozprzestrzenianiem się koronawirusa m.in. festiwal Nowe Horyzonty.

METODY BADAWCZE I MATERIAŁ EMPIRYCZNY

Choć wrocławski konkurs nie jest pierwszym festiwalem filmowym w Polsce, który z sukcesem odbył się online w trakcie pandemii COVID-19, podejmując dialog z widzami w internecie (już w maju 2020 w formule zdalnej odbyło się wydarzenie Docs Against Isolation, zapowiadające przełożony festiwal filmów dokumentalnych Millennium Docs Against Gravity, a w czerwcu – Krakowski Festiwal Filmowy (Szymańska, 2021)), to wyróżnił się on wyjątkowym zaangażowaniem w przenoszeniu struktur festiwalowych do sieci. Ponadto Nowe Horyzonty stanowią jedno z najważniejszych i najczęściej odwiedzanych wydarzeń filmowych w tej części Europy (Nowe Horyzonty, 2021), oraz – co szczególnie istotne w przypadku analizy form komunikacji – posiadają wyrazistą, tzw. „nowohoryzontową" subkulturę filmową, czyli zżytą społeczność o określonych gustach, wspólnym języku i systemie filmowych odniesień. Badanie miało na celu sprawdzenie, czy możliwe jest podtrzymanie owej specyficznej społeczności w czasie za pośrednictwem komunikacji online oraz w jaki sposób przebiegał ów proces adaptacji do nowych realiów festiwalowego życia.

Nowe Horyzonty organizowane są przez Stowarzyszenie Nowe Horyzonty od 2001 roku i choć pierwsze edycje odbywały się kolejno w Sanoku

i Cieszynie, to w 2006 roku przeniesiono go na stałe do Wrocławia. Pomysłodawcą i wieloletnim dyrektorem wydarzenia był Roman Gutek (od 2021 roku zastąpiony został przez Marcina Pieńkowskiego). To festiwal prezentujący kino awangardowe, które poszukuje nowych form wyrazu, uznawane za święto wizjonerów kina i bezkompromisowych twórców. Wydarzenie posiada charakterystyczną markę, co roku zaskakując uczestników oryginalną oprawą graficzną, spotkaniami z zasłużonymi przedstawicielami świata filmu, oryginalnymi wydarzeniami towarzyszącymi w klubie festiwalowym oraz innowacyjnymi rozwiązaniami technicznymi – także w zakresie platformy VOD[2]. Edycja stacjonarna odbywa się tradycyjnie na przełomie lipca i sierpnia, jednak z powodu pandemii koronawirusa w 2020 roku organizatorzy zdecydowali się na przeniesienie edycji na listopad, licząc na poprawę sytuacji epidemiologicznej. Niestety, kolejna fala zakażeń powstrzymała planowaną edycję hybrydową, co sprawiło, że druga część festiwalu odbyła się niemal w całości online.

W artykule podjęto próbę połączenia perspektywy organizatorów z optyką jego bywalców. Analizie poddano aktywności podejmowane zarówno przez moderatorów, które miały na celu podtrzymanie i stymulowanie rozwoju społeczności, jak i spontaniczne reakcje odbiorców, czyli widzów poszczególnych seansów. Mikrobadanie przyjęło formę analizy zawartości utworzonej w 2018 roku na Facebooku specjalnie dla festiwalowiczów prywatnej grupy „Nowe Horyzonty po godzinach", oficjalnego profilu festiwalu oraz zastosowań hasztagu #nowehoryzonty2020 na portalu Instagram. Przestrzenią dyskusji, którą zdecydowano się pominąć ze względu na małą zawartość treści, było – niegdyś popularniejsze – forum dyskusyjne, znajdujące się na oficjalnej stronie internetowej festiwalu[3] (w tegorocznej edycji zawierające wyłącznie 7 wątków i 127 komentarzy). W pierwszej kolejności przeanalizowano częstotliwość postów opublikowanych w trakcie wydarzenia na wymienionych portalach. Z kolei deskryptywna analiza zawartości pozwoliła sklasyfikować treść i formę komunikatów, a także ocenić ich cel i skuteczność w zakresie tworzenia społeczności festiwalowej (Michalczyk, 2009, s. 97).

Edycja online festiwalu trwała dziesięć dni: od 5 do 15 listopada 2020 roku, w trakcie których odbyło się ponad 80 pokazów filmowych, gromadzących w sumie 122 500 widzów. W momencie badania profil wydarzenia na Facebooku miał 48 754 polubień, 9927 obserwujących na Instagramie, a w grupie

2 Po sukcesie zdalnej edycji festiwalu organizatorzy postanowili utrzymać nowopowstałą platformę i zaproponować widzom możliwość oglądania ponad 200 wyselekcjonowanych filmów przez cały rok na stronie www.nowehoryzonty.pl/vod.

3 http://forum.nowehoryzonty.pl/

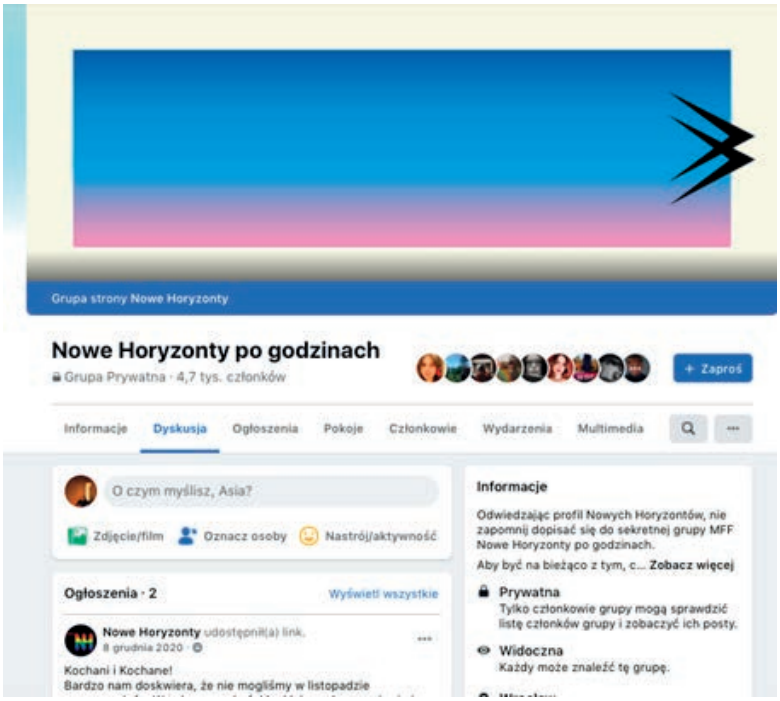
znajdowało się 4727 członków. Analiza została przeprowadzona w połowie stycznia 2021 roku na podstawie materiałów archiwalnych, zgromadzonych w badanych mediach między 5 a 17 listopada 2020 roku. Zdecydowałam się uwzględnić także dwa dni po oficjalnym zakończeniu wydarzenia, kiedy wciąż możliwe było oglądanie już rozpoczętych projekcji, a dyskusja na profilu grupy nadal pozostawała ożywiona. W celu znalezienia odpowiedzi na frapujące kwestie sformułowałam następujące pytania badawcze:

- P 1. Jaka była częstotliwość publikowania treści (postów, komentarzy, hasztagów) w trakcie trwania festiwalu na poszczególnych portalach (Facebook, Instagram)?
- P 2. Jakie rodzaje komunikatów pojawiały się na profilu grupy „Nowe Horyzonty po godzinach" oraz Instagramie oraz z jaką recepcją się spotykały?
- P 3. Jakim językiem posługiwali się organizatorzy, a jakim odbiorcy komunikatów?
- P 4. Jakie formy interakcji z widzami były podejmowane w celu podtrzymania aspektu społecznościowego festiwalu?

W trakcie wydarzenia przyglądałam się przebiegowi dyskusji oraz formom jej moderacji, następnie podliczyła i przeanalizowałam treść wszystkich postów w poszczególnych dniach, tworząc w tym celu klucz kategoryzacyjny. Na zakończenie przedstawiłam wnioski z przedstawionych analiz.

WYNIKI BADAŃ

Rysunek 1. Grupa „Nowe Horyzonty po godzinach", widok z 11 stycznia 2021 roku.



Źródło: opracowanie własne na podstawie https://www.facebook.com/groups/158833598014165

Z analizy ilościowej wynika, że administratorzy Nowych Horyzontów w trakcie festiwalu zamieścili 42 posty na oficjalnym profilu na Facebooku (średnio trzy posty dziennie), z których każdy otrzymał średnio 47 polubień i 15 komentarzy. W tym samym czasie w grupie pojawiło się łącznie 634 postów, pochodzących zarówno od organizatorów (62), jak i użytkowników (572). Aktywność administratorów okazała się więc wyższa w grupie, choć warto zauważyć, że w badaniu nie została uwzględniona liczba komentarzy publikowanych przez nich pod postami użytkowników. Z kolei aktywność widzów przejawiała się niemal wyłącznie na profilu grupy, który stał się przestrzenią wyrażania spontanicznych opinii, ożywionych dyskusji oraz wyjaśniania wątpliwości (związanych często z problemami technicznymi). Choć posty w grupie gromadziły nieznacznie mniej polubień i komentarzy niż komunikaty na oficjalnym profilu, to były publikowane zdecydowanie częściej (średnio 50 postów dziennie). Szczegółową liczbę poszczególnych publikacji zaprezentowano w tabeli 2.

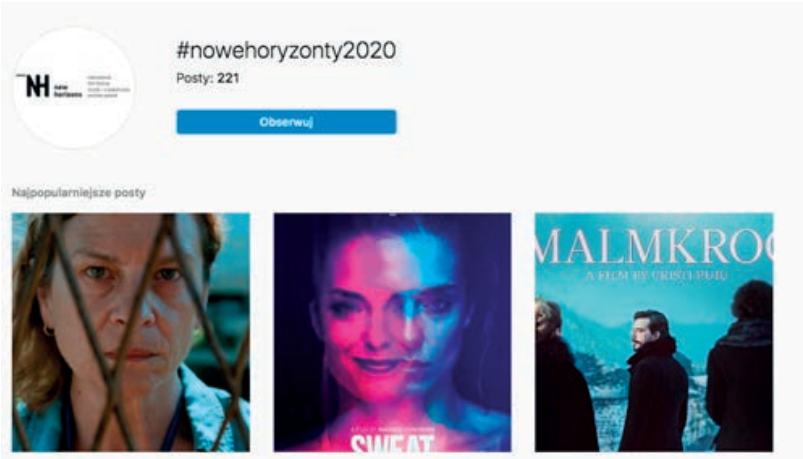
Tabela 1. Liczba i rodzaj postów w mediach społecznościowych festiwalu.

Facebook		Instagram	
Suma postów administratorów na profilu	42	Liczba wszystkich użyć hasztagu **#nowehoryzonty2020**	221
Średnia liczba polubień pod postem na profilu	47	Liczba użyć # w okresie badań	193
Średnia liczba komentarzy pod postem na profilu	15	Liczba postów administratora na stronie IG festiwalu	12
Suma wszystkich postów w grupie	634	Średnia liczba polubień pod postem	101
Średnia liczba polubień pod postem w grupie	42	Średnia liczba komentarzy pod postami	2
Średnia liczba komentarzy pod postem w grupie	12	Liczba aktywnych użytkowników	35
Posty użytkowników w grupie, w tym: opinie nt. obejrzanych filmów pytania, ankiety polecanie filmów problemy techniczne humor emocje odnośniki do innych mediów inne	572 108 103 93 85 63 55 47 18	Liczba aktywnych portali, blogów, partnerów	15
Posty organizatora w grupie	62	Recenzje na innych portalach i posty sponsorów	50
		posty organizatorów: informacyjne inne	 26 0

Źródło: opracowanie własne

Najmniejszą aktywność odnotowano na Instagramie – w trakcie festiwalu organizatorzy opublikowali wyłącznie 12 postów, które jednak zdobywały ponad dwa razy więcej polubień niż podobne treści udostępnione w tym samym czasie na oficjalnym profilu facebookowym (ale za to gromadziły dużo mniej komentarzy, zważywszy na specyfikę samego medium, które priorytetyzuje polubienia). Aby zaznaczyć swoje uczestnictwo w wydarzeniu, użytkownicy aplikacji posługiwali się hasztagiem #nowehoryzonty2020. Najwyższą częstotliwość jego użycia odnotowano właśnie w trakcie festiwalu (87% wszystkich zastosowań). Warto zauważyć, że hasztagiem posługiwała się stała grupa podmiotów – użyło go w sumie 35 osób oraz 15 partnerów (blogerów, sponsorów, portali filmowych). 30% postów oznaczonych hasztagiem odnosiło się do zdjęć z seansu filmowego, a 22% charakteryzowało recenzje filmów na innych portalach lub posty sponsorów.

Rysunek 2. Widok ostatnich postów oznaczonych hasztagiem #nowehoryzonty2020.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://www.instagram.com/explore/tags/nowehoryzonty2020/

Porównując poszczególne wyniki, można zauważyć, że to grupa „Nowe Horyzonty po godzinach" stanowiła główne miejsce, w którym festiwalowa publiczność wyrażała swoje emocje i spostrzeżenia. To tam użytkownicy publikowali najchętniej i najczęściej. Pozostałe kanały służyły raczej do podtrzymania oficjalnej, zdystansowanej komunikacji informacyjnej dla osób nienależących do subkultury festiwalowej.

Tematy najchętniej poruszane na profilu grupy dotyczyły rozmaitych kwestii. Przeważały komentarze zawierające opinie na temat obejrzanych filmów (19% wszystkich postów), pytania i ankiety skierowane do innych widzów (18%), a także bezpośrednie polecanie filmów (16%). Wiele wiadomości służyło wyłącznie zgłoszeniu problemów technicznych organizatorom (15%). Oprócz tego użytkownicy wykorzystywali stronę do promocji własnych treści na innych portalach (ponad 8%). Grupa zyskała wśród festiwalowiczów rangę swobodnej przestrzeni, w której można dzielić się refleksjami i uwagami, zachowując jednocześnie pewność, że komentarz szybko zostanie zauważony przez innych widzów, gdyż aktywność na stronie grupy w owym czasie kilkakrotnie wzrosła (w czasie pozafestiwalowym pojawiają się tam średnio dwa–trzy posty dziennie, gromadząc tylko od dwóch do dziesięciu komentarzy).

Rysunek 3. Przykładowy post o charakterze sentymentalnym.

Źródło: opracowanie własne na podstawie https://www.facebook.com/groups/158833598014165

Styl i wydźwięk komunikatów pozostawał różnorodny, jednak zawsze utrzymywany był w lekkim i nieformalnym tonie. Szczególnie wyróżniały się posty o charakterze humorystycznym, często w formie memów (11%) lub wstawek sentymentalnych, nostalgicznych, odwołujących się do rzeczywistości przed pandemią i wyrażające tęsknotę za edycją offline (niecałe 10%). Spotykały się one z bardziej entuzjastycznym odzewem reszty wirtualnej widowni niż posty o charakterze informacyjnym. Ponadto widzowie chętnie przerabiali fotosy z oglądanych filmów, dzielili się ulubioną muzyką oraz rozpoczynali tzw. nitki, czyli posty zachęcające do poszukiwania określonych wątków lub motywów w oglądanych filmach.

Podstawowym celem komunikacji moderatorów na grupie „Nowe Horyzonty po godzinach" stało się więc utrzymanie i wzmocnienie już istniejącej grupy festiwalowiczów. Moderatorzy starali się w nienachalny sposób kontynuować poruszane przez użytkowników tematy, pozytywnie reagując na wszelkie przejawy aktywności i pozostając w ciągłej gotowości do pomocy (m.in. w błyskawiczny sposób wyjaśniali kwestie związane z problemami technicznymi). Cele perswazyjne komunikacji, mające zachęcić nowych widzów do seansu, okazały się w tym kontekście mniej istotne, dominując raczej na kanałach oficjalnych.

Rysunek 4. Przykładowy post o charakterze humorystycznym. Zrzut ekranu z 11 stycznia 2021 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://www.facebook.com/groups/158833598014165

Warto zauważyć, że język moderatorów zmieniał się w zależności od kanału publikacji. Najpoważniejszy był na oficjalnym kanale na Facebooku, służącym przede wszystkim do informowania o konkursach, sponsorach oraz najistotniejszych pokazach. W grupie ton był już swobodniejszy, ponieważ posty kierowano do stałych widzów oraz osób, które najprawdopodobniej znają się osobiście, przynależąc do tej samej subkultury. Z tego powodu administratorzy mogli pozwolić sobie na dowcipny i przyjacielski ton oraz bezpośrednią formę zwracania się zarówno do siebie, jak i do użytkowników

(rysunek 5). W efekcie udało się wytworzyć atmosferę swobodnej poufałości, w której każda wypowiedź została odnotowana, jednak w sposób daleki od wartościowania.

Rysunek 5. Wpis o charakterze humorystycznym.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://www.facebook.com/groups/158833598014165

Zaangażowanie moderatorów zostało przez uczestników docenione: jeden z ostatnich postów opublikowanych już po zakończeniu festiwalu, w którym poznajemy tożsamość dwojga moderatorów, spotkał się z ciepłym odzewem, gromadząc 394 pozytywnych reakcji oraz 30 komentarzy z podziękowaniami. Choć mogłoby się wydawać, że 394 reakcje w grupie liczącej 4,7 tys. użytkowników to – obiektywnie – niewiele, należy wziąć pod uwagę fakt, że w trakcie festiwalu posty pojawiały się z większą niż zazwyczaj częstotliwością, gromadząc średnio 15 komentarzy pod pojedynczym wpisem (tabela 1). Było to pięciokrotnie więcej niż w czasie pozafestiwalowym.

Warto też odnotować, że w aktywnej wymianie myśli brała udział tylko określona część zapisanej do grupy społeczności, jednak wykazująca ponadprzeciętne zaangażowanie (co częste w przypadku komunikacji w mediach społecznościowych). Przyglądając się treściom opublikowanym w grupie, można więc wysnuć wniosek, że działalność moderatorów stanowiła jeden z najważniejszych budulców festiwalowej atmosfery w trakcie edycji zdalnej.

Rysunek 6. Moderatorzy festiwalu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://www.facebook.com/groups/158833598014165

Inny istotny post, który pojawił się na stronie grupy już pod koniec festiwalu, dotyczył zalet i wad zdalnej edycji, wprost odnotowując kwestie, które powinny zostać rozważone przy organizacji tego typu wydarzeń w przyszłości. Wśród minusów edycji online widzowie wymieniali przede wszystkim słabość domowego sprzętu, trudności w skupieniu na filmach wymagających i „nowohoryzontowych", brak kina, klubu, sklepiku festiwalowego oraz spotkań ze znajomymi, niemożność jedzenia w ulubionych wrocławskich restauracjach, ograniczenia programu (brak sekcji retrospektyw) oraz niedostatek festiwalowej atmosfery, adrenaliny i emocji dzielonych z resztą widzów w przerwach między seansami. Widzowie dostrzegli jednak wiele pozytywnych stron formuły zdalnej: brak konieczności dojazdu i kolejek przed projekcjami, niższe koszty, elastyczny grafik, który umożliwia obejrzenie większej

liczby filmów i sprawia, że projekcje ze sobą nie kolidują, komfort w trakcie seansu (nikt nie zasłania ekranu, nie przeszkadza), możliwość pogodzenia festiwalu z życiem zawodowym, potencjał zainteresowania domowników nowohoryzontowym kinem, lepsza selekcja filmów (spowodowana organizacją festiwalu w późniejszym terminie, co umożliwiło pokazanie filmów m.in. z odbywającego się końcem sierpnia festiwalu w Wenecji), mniejsze zmęczenie intensywnym trybem festiwalu, brak pośpiechu oraz dostępność innych aktywności w trakcie oglądania filmu (możliwość przygotowywania posiłków, spożywania napojów, a nawet uprawiania sportu).

Przeprowadzona mikroanaliza pozwala wysnuć wniosek, że widzowie-użytkownicy wykazują aktywność w grupie nie tylko z pobudek wewnętrznych, mobilizujących ich do wypowiedzi na temat oglądanego filmu, ale też dlatego, że stworzono dla nich responsywną i bezpieczną przestrzeń, w której swobodna dyskusja jest łatwo dostępna i mile widziana. Odtworzenie karnawałowych struktur stało się możliwe poprzez ciągłe stymulowanie internetowej aktywności – i choć widzowie oczywiście skarżyli się na niemożność fizycznej współobecności, to zdawali się szczerze doceniać stworzony dla nich substytut festiwalowej atmosfery. Co więcej, formuła online okazała się też szansą na demokratyzację i rozszerzenie widowni, umożliwiając uczestnictwo osobom z mniejszych ośrodków, na co dzień wykluczonym z powodów ekonomicznych, geograficznych lub czasowych. Inkluzywność i dostępności to kwestie, na które zwracają uwagę także badacze zagraniczni, tacy jak J. Laing i J. Mair (2015). Zdalna formuła ułatwiła też dokładniejszą klasyfikację publiczności i monitorowanie rynku. Z drugiej strony na oficjalnych kanałach festiwalu odnotowano aktywność przede wszystkim kinofilów i okazjonalnych widzów, a nie twórców i producentów z branży, których komunikacja odbywała się za pośrednictwem innych kanałów. Można zatem powiedzieć, że płaszczyzna filmowa, traktowana jako miejsce spotkania subkultury i przestrzeń oglądania filmów, została z sukcesem przeniesiona w sferę online, w przeciwieństwie do płaszczyzny relacji z miejscem oraz płaszczyzny kulturotwórczej, umożliwiającej spotkanie lokalnych działaczy i decydentów. Jednak aby dodatkowo zweryfikować stawiane wnioski, należałoby przeprowadzić wywiady z organizatorami festiwalu oraz moderatorami mediów społecznościowych, co pozwoliłoby ocenić, w jakim stopniu efekt końcowy został przez organizatorów zamierzony.

WNIOSKI KOŃCOWE

Festiwale już przed pandemią pragnęły poszerzyć obszary swojej działalności, nie gubiąc jednak karnawałowego statusu wydarzenia. Wiele z nich angażowało się w działalność dystrybucyjną lub edukacyjną, prowadzenie kin, kanałów telewizyjnych czy w koprodukowanie filmów (Adamczak, 2016). Pandemia te procesy przyspieszyła, a także sprowokowała pojawienie się nowych – tak jak wykorzystanie w pełni dwutorowego potencjału mediów społecznościowych. Dziś do trzech okresów historii festiwali, zdefiniowanych przez de Valck, można zatem dodać także czwarty: festiwal internetowy (lub festiwal hybrydowy). Rozwój platform „sprzyja konsekracji wpływu festiwalu na kinofilskie uniwersum poprzez afirmację wartości normatywnej przypisywanej pojęciu »film festiwalowy« zarówno dla profesjonalistów z branży filmowej, jak i dla widzów kinofilnych" (Taillibert, 2021). Istotną rolę odgrywa w tym procesie komunikacja: sposób, w jaki stali i nowi widzowie dowiadują się o festiwalu i wybierają go spośród szeregu dostępnych w internecie rozrywek. W trakcie pierwszej edycji festiwalu online kanały i język komunikacji Nowych Horyzontów zostały zróżnicowane i dostosowane do potrzeb grup docelowych. Społecznościową grupę „Nowe Horyzonty po godzinach" na Facebooku zdominowały posty o charakterze humorystycznym i prywatnym, z kolei na oficjalnych profilach na Facebooku i Instagramie przeważały treści wyważone i informacyjne.

Choć organizacja kilkudniowego wydarzenia w formie online stanowiła wielowymiarowe wyzwanie, to twórcom Festiwalu Nowe Horyzonty udało się wykształcić formułę, która została zaakceptowana przez stałych widzów oraz pozwoliła na pozyskanie nowych. Rola działań komunikacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych okazała się fundamentalna, pozwalając podtrzymać istniejącego już wcześniej „ducha" festiwalu oraz odpowiednio go stymulować do rozwoju. Wirtualny charakter sprowokował wykształcenie się zupełnie nowego rodzaju festiwalowej atmosfery, którą docenili nawet widzowie początkowo nastawieni sceptycznie do sieciowej formuły. Jak pisali Jaeger i Mykletun (2013, s. 214), „festiwale wzmacniają społeczną i wspólnotową tożsamość lub przynależność, gdzie ludzka potrzeba »częstych, afektywnie przyjemnych interakcji z innymi« może zostać zaspokojona i gdzie można rozwijać kapitał kulturowy i społeczny" (za: Quinn i Wilks, 2013). To zresztą powody, dla których ludzie decydują się na udział w tych kilkudniowych maratonach filmowych: badania wykazują, że do uczestnictwa skłaniają ich takie elementy, jak chęć ucieczki od codzienności, pragnienie socjalizacji i stworzenia wspólnoty rodzinnej (Crompton i McKay, 1997; Jepson i in.,

2019). Analizowany przykład udowadnia, że mając świadomość istnienia owej wspólnotowej tożsamości, można ją stymulować także w formule wirtualnej. Socjalizację umożliwiała przemyślana i konsekwentna strategia moderowania dyskusji: szybkie reagowanie na publikowane przez widzów treści, nieformalny, dowcipny język oraz odwoływanie się do stałych kodów wypracowanych w „nowohoryzontowej" subkulturze. Ponadto zalety i wady pierwszej edycji wirtualnej, wyartykułowane wprost przez jej uczestników, mogą stanowić cenną wskazówkę przy organizowaniu podobnych wydarzeń w przyszłości. Trzeba jednak pamiętać, że Nowe Horyzonty to przykład na polskim rynku wyjątkowy: oprócz działań promocyjnych, niezwykle istotna okazała się już istniejąca wspólnota przeżyć i przeszłych doświadczeń widzów festiwalowych, czytelnych tylko dla nich, do czego często odwoływali się w publikowanych treściach. To właśnie na tym poczuciu braku, tęsknoty, nostalgii i poczuciu humoru zbudowana została tożsamość i zadowolenie wirtualnej grupy. Pandemia potwierdziła odrębny status wrocławskiego festiwalu, który funkcjonuje już nie tylko jako święto kina, ale wręcz jako fenomen społeczny.

Na koniec warto zauważyć, że kolejna – najdłuższa w historii – edycja Nowych Horyzontów w 2021 roku miała już charakter w pełni hybrydowy: od 12 do 22 sierpnia pokazy stacjonarne odbyły się we wrocławskich kinach, a od 12 do 29 sierpnia – w formie online (Nowe Horyzonty, 2021). Symultaniczny charakter wydarzenia sprawił, że wirtualna społeczność podzieliła się na dwie grupy: aktywnych uczestników festiwalu zdalnego oraz tych, którzy na bieżąco komentowali wydarzenia z rzeczywistej przestrzeni kinowej. Można przypuszczać, że opisana w artykule pierwsza edycja zdalna przyzwyczaiła widzów do angażowania się w dyskusje na łamach internetowej grupy, długofalowo ich aktywizując[4]. Co istotne, kontynuowanie organizacji edycji wirtualnej znów pozwoliło na uczestnictwo tym osobom, które nie mogły fizycznie zjawić się we Wrocławiu, co stanowi niewątpliwie krok ku realnej i długoterminowej – a nie tylko incydentalnej i uzależnionej od losowych czynników zewnętrznych – demokratyzacji wydarzeń filmowych. Sytuacja związana z pandemią wykazała, że umiejętność wykorzystania odpowiednio sprofilowanych narzędzi komunikacji otwiera przed organizatorami wydarzeń kulturalnych szereg nowych możliwości, wykraczających poza dotychczas funkcjonujące granice między tym, co online, a tym, co offline. Świadomość i kontrola nad rzeczywistością zarówno wirtualną, jak i analogową pozwala

4 Z racji tego, że niniejszy artykuł został opracowany jeszcze przed odbyciem się drugiej edycji festiwalu w 2021 roku, treści opublikowane na grupie nie zostały poddane analizie ilościowej.

na powielanie schematów komunikacyjnych zaproponowanych przez Nowe Horyzonty, sprawiając, że obie formuły mogą istnieć symultanicznie, wzajemnie się uzupełniając i oferując widzom bogaty rejestr jednoczących przeżyć o charakterze społecznym i artystycznym.

BIBLIOGRAFIA

Adamczak, M. (2013). Poker czy msza? O festiwalu filmowym jako instytucji społecznej. *Ekrany*, *3–4*, 13–14.

Adamczak, M. (2016). Instytucja festiwalu filmowego w ekonomii kina. *Panoptikum*, *16*, 20–37.

Całek, A., Lachowska, K., Magdziarz-Lisowska, M., Pielużek, M., Wietoszko, R. (2019). Hejt. Nienawiść w mediach. Diagnoza i badanie. *Libron*, *113*.

Carey, J. (2007). *A Cultural Approach to Communication*, w: Craig R.T., Muller H.L. (red.) Theorizing Communication. Readings Across Traditions. Los Angeles–London–New Delhi–Singapore: SAGE Publications, 37-50.

Crompton, J.L., McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425–439, https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2.

Dobek-Ostrowska, B. (2007). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: PWN.

Durys, E., Rauszer, M. (2017). Subkultury, turyści i miłośnicy. Widzowie festiwali filmowych. W: *Raport: Festiwale filmowe w Polsce*. publikacja w ramach projektu „Wieloaspektowa diagnoza funkcjonowania festiwali filmowych w Polsce", Warszawa, http://www.obserwatorium.org.pl/wp-content/uploads/2018/02/Festiwale_filmowe_PL-Raport.pdf [dostęp: 03.03.2022].

Elsaesser, T. (2005). *Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe* (82–107). W: Elsaesser T. *European Cinema. Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Getz, D., Page, S.J. (2016). *Event studies; theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.

Idea Festiwalu [Strona Internetowa Festiwalu Filmowego Nowe Horyzonty], https://www.nowehoryzonty.pl/artykul.do?id=2337 [dostęp: 28.06.2021].

Iordanova, D. (red.) (2016). *The Film Festival Reader,* St Andrews: St Andrews Film Studies Publishing.

Jaeger, K., Mykletun, R. (2013). Festivals, Identities, and Belonging. *Event Management 17*(3), 213–226.

Jepson, A., Stadler, R., Spencer, N. (2019). Making positive family memories together and improving quality-of-life through thick sociality and bonding at local community festivals and events. *Tourism Management*, *75*, 34–50. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.001.

Kroh, A. (2010). *Sklep Potrzeb Kulturalnych*, Warszawa: Prószyński Media.

Kłocińska, A. (2012). *Karnawał wobec sacrum. O ludyczności kultury współczesnej. Kultura i wartości, 3*, 117–134.

Konieczna, E. (2014). Festiwale i przeglądy filmowe jako cel turystyki kulturowej. *Turystyka Kulturowa*. *10*.

Laing, J., Mair, J. (2015). Music festivals and social inclusion – the festival organizers' perspective. *Leisure Sciences*, *37*(3), 252–217. https://doi.org/10.1080/01490400.2014.991009.

Loist, S. (2014). *Queer Film Culture: Performative Aspects of LGBT/Q Film Festivals,* Hamburg: Universität Hamburg, niepublikowana rozprawa doktorska dostępna na stronie: http://ediss.sub.uni-hamburg. de/volltexte/2015/7333/pdf/Dissertation.pdf [dostęp: 10.10.2017].

Michalczyk, S. (2009). Uwagi o analizie zawartości mediów. *Rocznik Prasoznawczy*, *3*, 95–109.

Odwołane lub przeniesione. Festiwale filmowe w Polsce i na świecie. Strona Stowarzyszenia Filmowców Polskich sfp.pl. 16 marca 2020, https://www.sfp.org.pl/2016/wydarzenia,5,29910,0,1,Odwolane-lub-przeniesione-Festiwale-filmowe-w-Polsce-i-na-swiecie.html [dostęp: 27.06.2021].

Oficjalny profil na Facebooku festiwalu Nowe Horyzonty (2021, 11 stycznia). Pobrane z: https://www.facebook.com/NoweHoryzonty/.

Oficjalny profil na Instagramie festiwalu Nowe Horyzonty (2021, 11 stycznia). Pobrane z: https://www.instagram.com/nowehoryzonty.

Pietraszko, A., Szczeblewska, A. (2017). Między transmisją a rytuałem. Komunikacja i promocja festiwali filmowych. W: *Raport: Festiwale filmowe w Polsce*. Warszawa: Publikacja w ramach projektu „Wieloaspektowa diagnoza funkcjonowania festiwali filmowych w Polsce", http://www.obserwatorium.org.pl/wp-content/uploads/2018/02/Festiwale_filmowe_PL-Raport.pdf [dostęp: 03.03.2022].

Płażewski J., (2013). W bunkrze na lazurowym brzegu. *EKRANy*, *3–4*.

Quinn, B. Wilks, L. (2013). Festival connections: people, place and social capital (15–30). W: Richards, G., de Brito, M.P. Wilks, L. (red.), *Exploring the Social Impacts of Events*, Oxon: Routledge.

Regulamin Programu Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego 2019 „Wydarzenia artystyczne – priorytet 4 – Film". http://www.mkidn.gov.pl/media/po2019dokumenty/20190222_REG_Programy_2019_Film_PDF.pdf [dostęp: 10.01.2021].

Raport: Festiwale filmowe w Polsce (2017). Warszawa: Publikacja w ramach projektu „Wieloaspektowa diagnoza funkcjonowania festiwali filmowych w Polsce", http://www.obserwatorium.org.pl/wp-content/uploads/2018/02/Festiwale_filmowe_PL-Raport.pdf [dostęp: 10.01.2021].

Raport Statista. https:/ /www.statista.com/statistics-/272014/global-social-networks-ranked-by-numberof-users/ [dostęp: 08.04.2021].

Sas, A. (2022). *Social media usage in Poland – Statistics & Facts,* https://www.statista.com/topics/5296/social-media-usage-in-poland/#dossierContents__outerWrapper [dostęp: 03.03.2022].

Stevens, K. (2017). Between Like and Love: Cinephilia and connected viewing in film festival audiences, *Participations – Journal of Audience & Reception Studies*, *14*, 660–681.

Szymańska, B. (2021), wpis z 09.06.2020, https://www.krakowfilmfestival.pl/page/10/?f=3558 [dostęp: 03.03.2022].

Taillibert, Ch. (2018). New Perspectives for Online Film Festivals (32–48). W: Jenkins, T. (red.), *International Film Festivals. Contemporary Cultures and History Beyond Venice and Cannes*. London–New York: I.B. Tauris & Co. Éditions.

Taillibert, Ch. (2015). Les nouveaux festivaliers online. Une étude quantitative du public de My French Film Festival, *Les Cahiers de champs visuels*, *12–13*, 123–182.

Taillibert, Ch., Vinuela, A. (2021). Festival Scope, a Festival-on-Demand Platform: Online Enhancing the Gatekeeping Power of Film Festivals. *Society & Leisure*, *44*, issue 1: *Film festivals: Metamorphosis of a Research Object and Field*. 104–118.

Valck, M. (2005). Drowning in Popcorn at the International Film Festival Rotterdam? The Festival as a Multiplex of Cinephilia (97–109). W: M. de Valck, M. Hagener (red.), *Cinephilia: Movies, Love and Memory*, Amsterdam: Amsterdam University Press.

Valck, de M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Valck, de M., Damiens, A. (2020). Film festivals and the first wave of COVID-19: Challenges, opportunities, and reflections on festivals' relations to crises. *NECSUS European Journal of Media Studies*.

Wong. H.C. (2011). *Film Festivals: Culture, People, and Power on the Global Screen*. New Brunswick, NJ & London: Rutgers University Press.

Wojcik, K. (2009). *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*. Warszawa: Placet.