

ZŁOTE SPINACZE

7 miliardów Innych

Finał międzynarodowej wystawy multimedialnej, przedstawiającej wywiady z ponad 6000 ludźmi z 85 państw. W swoich odpowiedziach przybliżyli obraz Innego. Ten społeczny projekt w Polsce obejrzało 10000 osób, a ponad 200 udzieliło wywiadu. Choć finał odbył się w Katowicach, to projekt dotarł do 21 polskich miast i towarzyszyły mu wydarzenia specjalne.

Czas realizacji: 26 września 2015 r. – 3 stycznia 2016 r.

I. Uzasadnienie zgłoszenia do kategorii konkursowej: Event społeczny

Projekt „7 miliardów Innych” to intymny portret ludzkości XXI wieku uchwycony dzięki 20 zespołom reporterskim paryskiej Fundacji Good Planet, którzy w 85 krajach przeprowadzili ponad 6000 wywiadów. W swej idei, tematyce i realizacji projekt w centrum uwagi stawia człowieka i kieruje przekaz do ludzi z całego świata. Każdy rozmówca reporterów zmierzył się z zestawem tych samych pytań odnoszących się do podstawowych wartości: czym jest miłość, szczęście, rodzina. Opowiadano m.in. o marzeniach, obawach, płaczu, Bogu, wojnie, o różnicach. Wypowiedzi osób z całego świata zestawiono w filmy tematyczne, które prezentowano są w formie multimedialnej wystawy. Jej goście podczas kilku godzin oglądania tematycznych filmów mogli się dowiedzieć, co nas łączy, a co różni. Projekt przybliżał w ten sposób obraz Innego.

„7 miliardów Innych” to także cykl wydarzeń towarzyszących (warsztaty, debaty, spektakl), które podjęły tematy społecznie ważne: od wielokulturowości, przez sprawiedliwy handel, fasady inności, szczęście, ciało, po stereotypy kulturowe.

Projekt był także ważny dla katowickiej społeczności, łamiąc panujące w kraju przekonania, że to, co ma znaczenie może odbyć się wyłącznie w Warszawie. Celem było pokazanie, że nawet mikroprzedsiębiorstwo (producent projektu) może działać na rzecz lokalnej społeczności, przybliżając jej globalne przedsięwzięcia, które edukują i wprowadzają w myślenie o drugim człowieku pozbawione stereotypów wynikających z braku wiedzy.

Przedsięwzięcie spełnia warunki określenia go eventem społecznym.

II. Określenie problemu/ analiza sytuacji/ wyjaśnienie kontekstu, ewentualne badania, na których oparto projekt

Powodem powstawania krzywdzących stereotypów na temat drugiego człowieka jest brak wiedzy na jego temat. Boimy się tego, co obce i czego nie rozumiemy. To z kolei często powoduje agresję słowną i fizyczną. Pomysłodawca projektu – Yann Arthus-Bertrand – po spotkaniu z malijską rodziną, która ugościła go po usterce helikoptera, postanowił przybliżyć światu "Innego" takiego, jakiego sam poznał. Innego, który opowiada o swojej codzienności, nadziejach, obawach czy ambicjach. Artysta uznał, że paradoksalnie mamy coraz więcej narzędzi do komunikacji, a coraz słabej znamy naszych sąsiadów i przez to nie możemy zjednoczyć się we wspólnym działaniu np. na rzecz zrównoważonego rozwoju.

III. Czy projekt był realizowany samodzielnie, czy wspólnie z innymi podmiotami (zarówno w Polsce, jak i zagranicą)

- Agencja PR Pan Pikto (Katowice)
 - Wydawnictwo Belleville (Mysłowice)
 - Fundacja GoodPlanet (Paryż)
-

IV. Cel projektu

Cel główny: przybliżenie Innego, ukazanie tego, co nas łączy i tego, co dzieli. Przedstawienie różnych doświadczeń i uświadomienie, że Inny ma bardzo często wiele z nas.

Cel poboczny: realizacja projektu w Katowicach jako podniesienie lokalnej dumy i pokazanie, że Katowice są ważnym punktem na kulturalnej mapie Polski.

V. Grupa docelowa

Osoby w wieku 12+ mieszkające lub przebywające w Polsce.

VI. Planowanie i strategia komunikacyjna/zakładane efekty

- Tłumaczenie strony www projektu
 - Tłumaczenie i wydanie książki "7 miliardów Innych" wzbogaconej o wywiady z Polakami
 - Wydanie DVD z polskim tłumaczeniem
 - Social media: Facebook, Twitter (relacja z trasy filmobusa, fragmenty filmów, newsy dotyczące wystawy i wydarzeń towarzyszących)
 - min. 1500 fanów na Facebooku
 - Youtube – emisja min. 10 filmów
-

- Pozyskanie patronów medialnych (min. 2) i honorowych (min. 2)
- Promocyjna trasa mobilnego studia filmowego (filmobus) - przeprowadzenie min. 100 wywiadów, odwiedzenie 20 polskich miast - Wywiad z osobami sławnymi - min. 3
- Informacje prasowe dystrybuowane do radia, prasy, telewizji i redakcji internetowych - pozyskanie 1000 publikacji
- Reklama regionalna i ogólnopolska - prasa, radio, Internet, outdoor (flagi, autobusy, plakaty, ekrany LCD w komunikacji miejskiej), indoor (plakaty, ulotki w kilkuset placówkach BNP BNP Paribas), kino
- Produkcja gadżetów promocyjnych
- Zaproszenie organizacji pozarządowych i aktywistów społecznych do realizacji wydarzeń specjalnych podczas wystawy - cel: 15 wydarzeń
- Otwarte pokazy filmu "Making of" na terenie Polski - min. 2
- Organizacja konferencji prasowej poprzedzającej otwarcie wystawy (1.12)
- Uroczysty wernisaż dla 500 zaproszonych gości, w tym reprezentacja Fundacji GoodPlanet, partnerzy, liderzy opinii, władze miast (2.12)
- Zamknięte pokazy VIP - min. 4

VII. Realizacja projektu, w tym pomysły kreatywne

- 1) Polski projekt został wzbogacony o ogólnopolską trasę filmobusa, czyli mobilnego studia filmowego (26.09 - 14.11.2015), który odwiedził 21 miast z 7 województw: Miedzianka na Dolnym Śląsku, Kamienna Góra, Wrocław, Rybnik, Świętochłowice, Dąbrowa Górnicza, Kraków, Żory, Bytom, Jelenia Góra, Mikołów, Łódź, Częstochowa, Bielsko-Biała, Gniezno, Warszawa, Zabrze, Gliwice, Gdańsk, Sopot, Rumia.

Na podstawie zarejestrowanych wywiadów zrealizowano o polski film, który uzupełnił wystawę. Polacy odpowiedzieli na 14 pytań, m.in.

- Jak zmienia się świat wokół Ciebie?
- Czym jest dla Ciebie szczęście?
- Co to jest miłość?
- Kiedy ostatni raz się śmiałeś?
- Kiedy płaczesz?
- Czego nauczyli Cię rodzice?
- Jak zmienia się świat wokół Ciebie?
- Co to znaczy być Polakiem?

Na Śląsku zadano także dodatkowe pytanie: "co oznacza bycie Ślązakiem?".

- 2) Przesłanie dla Paryża: z uwagi na serię tragicznych ataków terrorystycznych 13.11.2015 r. w Paryżu i Saint-Denis we Francji zmianie uległ plan ostatniego dnia trasy filmobusa. Zamiast tradycyjnych pytań mieszkańcom Katowic zaproponowano przekazanie krótkiej wiadomości dla paryżan - słów otuchy, wsparcia, wyrazu solidarności z ludźmi, których spotkała tragedia utraty bliskich.
- 3) 3.12.2015 - 3.01.2016 - wystawa "7 miliardów Innych" w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach.

Głównym elementem był film Mozaika (na ekranie 10,6x6 m) - esencja wszystkich odpowiedzi zebranych przez reporterów GoodPlanet.

W 10 kameralnych przestrzeniach zaaranżowanych w specjalnych kontenerach były wyświetlane filmy tematyczne: -

Dziecięce marzenia

- Mężczyźni i kobiety / Obawy
- Sens życia / Postęp
- Po śmierci / Różnice
- Miłość / Łzy
- Przebaczenie / Bóg
- Szczęście / Wojny- Polska

W kolejnych emitowano filmy: Making Of i Przesłania (odpowiedź na pytanie: Co chciałbyś przekazać mieszkańcom planety?).

Podczas wystawy realizowano film/instalację video „Message from Poland”. Odwiedzający wystawę mogli nagrać własne przesłanie dla świata, które zostało opublikowane 31 grudnia 2015.

4) W trakcie wystawy odbyło się 21 wydarzeń towarzyszących, podczas których organizacje podejmowały tematy społeczne, m.in.:

- Debata KatMUN (Uczniowie III LO im. Adama Mickiewicza w Katowicach)
- Wielokulturowość - próba spojrzenia antropologicznego (Katedra Stosowanych Nauk Społecznych Politechniki Śląskiej)
- Rola sztuki w budowaniu kultury różnorodności w biznesie (Diversity Hub i Zona Art)
- Ashoka&BMW Changemaker Xchange (Ashoka w Polsce i BMW Group Polska)
- Teatr Forum w profilaktyce cyberprzemocy (Fundacja Centrum Rozwoju NoDrama)
- Fasady Inności. Różnorodność kulturowa w czasach kryzysu (Koło Naukowe Doktorantów Kulturoznawstwa UŚ)
- Dzień Sprawiedliwego Handlu - 4 warsztaty (Fundacja Koalicja Sprawiedliwego Handlu, Agencja PR Pan Pikto)
- Prelekcje: Przedsiębiorczość kobiet beduińskich z Pustyni Negev w Izraelu; Kultura Islamu - fakty a mity; Wartość czy problem? O dziedzictwie żydowskim słów kilka... (Aleksandra Biernacka, Zofia Cofałka, Karolina Jakoweńko);
- Zarządzanie różnorodnością kulturową w organizacji - aspekty etyczne i ekonomiczne (Śląskie Centrum Etyki Biznesu i Zrównoważonego Rozwoju)
- Interdyscyplinarny wymiar szczęścia (Koło Naukowe Pro Futuro)
- 7 Miliardów Instynktów (Koło Studenckie „Progress”, UE)
- Człowiek i jego Inni. Historia pewnej definicji (Koło Naukowe Doktorantów Kulturoznawstwa)
- Romowie w Polsce - wyobrażenia, stereotypy, postawy (Agencja PR Pan Pikto, gość: Sonia Styrkacz)
- Czym jest dla mnie moment świadomości? (Stowarzyszenie Transgranicznego Centrum Wolontariatu)
- „CIAŁO”. Wieczór poetycki z elementem performansu (Małgorzata Wachowicz)

VIII. Realizacja założonych celów projektu

- Realizacja 200 wywiadów w 21 polskich miastach i stworzenie autorskiego, polskiego filmu, który stał się częścią wystawy

- stworzenie video Message from Poland (1), emisja na Youtube 31.12.2015
 - 10 000 osób odwiedziło wystawę
 - 1566 fanów na Facebooku
 - 12 filmów na Youtube
 - 21 wydarzeń towarzyszących o charakterze społecznym
 - 1200 publikacji (w tym prasa, radio, tv i Internet)
 - patroni medialni: Polska Press, National Geographic Polska
 - patroni honorowi: Polski Komitet ds. UNESCO, Instytut Francuski, Marszałek Województwa Śląskiego
 - wywiadu udzielili: Filip Springer, Jerzy Owsiak, Dorota Wellman, Mariusz Szczygieł
 - 4 zamknięte pokazy sieci kin Multikino - Gdańsk, Kraków, Poznań, Warszawa
 - 2 kinowe pokazy filmu Making Of - Katowice, Gdańsk
-