

Festiwal to silna marka Opola - rozmowa z prezydentem Arkadiuszem Wiśniewskim

Miasto
Kultura

21.08.2021 g. 08:28



Publikujemy pełną treść wywiadu z prezydentem Opola Arkadiuszem Wiśniewskim na temat współpracy z TVP przy organizacji Krajowego

Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu. Fragmenty rozmowy ukazały się w Nowej Trybunie Opolskiej.

- Tegoroczny festiwal jest ostatnim organizowanym przez Opole wspólnie z TVP w ramach trzyletniego porozumienia z 2019 roku. Czy miasto bierze pod uwagę możliwość współpracy z innym partnerem przy kolejnych edycjach imprezy?

- Porozumienie z Telewizją jest wciąż w realizacji. Dopiero po zakończeniu festiwalu i wypełnieniu zawartej umowy przyjdzie czas na podsumowanie, ocenę współpracy i szukanie ewentualnych perspektyw.

- Kto jest właścicielem marki KFPP? Czy w razie zerwania współpracy z TVP podmiot ten mógłby organizować tę imprezę pod tym samym szyldem w innym mieście?

- Nie mam co do tego wątpliwości, że Krajowego Festiwalu Polskiej Piosenki nie ma bez Opola! Od niemal 60 lat festiwal organizowany jest przez Miasto i TVP. Tak długa współpraca doprowadziła jednak przez lata do pewnej symbiozy. Właścicielem znaku towarowego KFPP jest Miasto Opole, a sygnału dźwiękowego otwierającego Festiwal TVP. Próba organizacji Festiwalu poza Opolem miała już miejsce, po tym jak w 2017 r. przerwałem współpracę z Telewizją Publiczną po rezygnacji kilkudziesięciu artystów z występów na KFPP. Wtedy TVP zamierzała robić Festiwal w Kielcach. Moja zdecydowana postawa pozwoliła obronić markę Festiwalu i Opola oraz zatrzymać KFPP w miejscu, w którym powstał i jest realizowany przez niemal 60 lat, czyli w Opolu.



- Co przemawia za kontynuacją współpracy z Telewizją Polską przy organizacji festiwalu? Jaką część budżetu całej imprezy stanowi wkład Opolą w to wydarzenie? Co miasto mogłoby stracić na zerwaniu współpracy z TVP przy tej imprezie?

- TVP jest związana z festiwalem niemal od początku istnienia festiwalu. Już w 1964 roku na II KFPP transmitowała dwa koncerty. TVP posiada bogate archiwum materiałów festiwalowych, nagrania koncertów, wywiadów z gwiazdami, które są również wykorzystywane podczas nowych edycji Festiwalu. Ponadto TVP realizuje również inne programy, które promują i przypominają historię Festiwalu i Opolą (m. in. talent show Szansa na Sukces Opole 2021, popularny cykl programów „Muzeum Polskiej Piosenki czyli Historia Jednego Przeboju” czy oglądany przez ponad 3 mln widzów koncert pamięci Krzysztofa Krawczyka). Koszt organizacji KFPP jest tajemnicą przedsiębiorstwa, mogę jedynie przypuszczać, że zawiera się między 6 a

12 mln zł. To równowartość budowy nowego przedszkola czy szkolnej sali gimnastycznej. Wkład Opola to ok. 10-20% całości. Pozostałe programy związane z marką KFPP mogą kosztować od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy za odcinek. Ponosi je wyłącznie TVP. Widownia Festiwalu to od 2 do 3 mln widzów przez 3-4 dni. Festiwal jest też wielokrotnie powtarzany w ciągu roku na różnych kanałach TVP i VOD TVP. Zatem ogląda go ponad 10 mln widzów w ciągu roku. Sporą widownię mają też programy związane z KFPP. Oprócz oczywistej promocji Opola, na Festiwalu zarabiają również opolscy przedsiębiorcy. Hotele, restauracje, ale nie tylko. Suma korzyści dla miasta jest wielowymiarowa. Warto przy okazji przypomnieć, że w zeszłym roku jedynym Festiwalem który się odbył był KFPP. Opole i TVP wykazały ogromną determinację, aby pomimo pandemii, przeprowadzić kolejną edycję Festiwalu. Telewizje komercyjne odpuściły swoje imprezy i pozostawiły widzów samym sobie.

- Co jest przedmiotem ustaleń Opola z TVP przy pracach nad programem festiwalu? Jaki jest wpływ Opola na kształt imprezy?

- Po kryzysie w 2017 roku i zerwaniu przeze mnie współpracy z TVP, wypracowaliśmy formułę, która się sprawdza. W wyniku tamtego sporu Opole i Telewizja wspólnie powołują Radę Artystyczną Festiwalu, w której zasiadają przedstawiciele Miasta. To członkowie Rady wybierają artystów, którzy występują w najważniejszych festiwalowych koncertach – Debiuty i Premiery. To właśnie w tych konkursach wręczane są słynne nagrody fundowane przez Miasto – Nagroda im. Anny Jantar i Nagroda im. Karola Musioła oraz statuetki Karolinek.

- W 2017 roku, po bojkocie festiwalu przez artystów i konflikcie z TVP z tego tytułu, miasto wskazywało, że są inne możliwości organizacji imprezy, na przykład transmisji w Internecie. Czy sondowano wtedy kwestię tego, jaki byłby koszt organizacji wydarzenia w takiej formule oraz możliwy zasięg? Czy sprawdzano w ostatnich miesiącach, jak taka formuła festiwalu mogłaby się sprawdzić obecnie?

- Jesteśmy otwarci na współpracę z każdą telewizją. W 2018 roku Opole po raz pierwszy zorganizowało Festiwal „Przebojowe Opole” z Polsatem (gwiazdą był wtedy Alvaro Soler). Ponowna jego edycja odbyła się w 2019 roku. Epidemia nie pozwoliła

zorganizować go w kolejnych latach. Stanowi on próbę dywersyfikacji oferty festiwalowej Opola. I to jest w mojej ocenie właściwszy kierunek rozwoju marki Przebojowe Opole, czyli szacunek dla tradycji KFPP i tworzenie nowych form dla innych propozycji muzycznych. Założenie, że miasto samodzielnie zorganizuje KFPP oznacza kilkukrotne zwiększenie zaangażowania finansowego Opola, z bardzo ograniczoną możliwością odzyskania nakładów z reklam. Wydatki takie byłyby porównywalne z kosztami jakie miasto ponosi na całoroczne występy Odry Opole, Kolejarka i Gwardii oraz innych zawodowych klubów sportowych łącznie. Za porównywalną kwotę utrzymujemy np. przez większą część roku Teatr Lalki i Aktora, czy ZOO. Oszczędności jakie można wygenerować na udostępnieniu KFPP w Internecie są niewielkie, a zyski wątpliwe. Szczególnie, że KFPP ma swoich wiernych widzów przyzwyczajonych do miejsca gdzie jest transmitowane. Gaże artystów, koszty scenografii, realizacji na kilkudziesięciu kamerach itd. w streamingu są takie same jak w TV, jeśli chcemy osiągnąć ten sam poziom jakości. Obniżanie poziomu byłoby natomiast wbrew dorobkowi KFPP i zepchnęłoby go w miejsce innych festiwali, które próbowano zmieniać, a dziś już ich nie ma, bądź zupełnie odeszły od swojej formuły i straciły znaczenie dla polskiej kultury. Wątpliwa jest też widownia takiego przedsięwzięcia. Parę tysięcy ludzi na widowni nie zrekompensuje utraty wielomilionowej publiczności jaka co roku ogląda KFPP. Oglądanie go w Internecie oznacza zupełną zmianę jego formuły do tzw. „oglądania na żądanie”. Takie rozwiązanie likwiduje kompletnie unikalność KFPP, które ogląda się w konkretnym czasie i konkretnym miejscu, z całą historią wzruszeń i magii, które tej imprezie towarzyszą. Programów rozrywkowych, festiwali i tras koncertowych są dziś dziesiątki na każdym kanale w ciągu roku. KFPP ze swoją formułą Debiutów i Premier jest niepowtarzalny. Proszę zwrócić uwagę, że Festiwal Polsatu, czy Top Trendy TVN (który pojawia się i znika) są obecnie kalką naszego KFPP. To one naśladują Opole, a nie Opole te festiwale. Oczywiście nie mogę wykluczyć, że dynamika współpracy z TVP pchnie kiedyś miasto do samodzielnej organizacji KFPP, bądź szukania nowego partnera dla tego przedsięwzięcia, ale powodem tego nie może być walka polityczna albo zawiedzione ambicje osobiste.



- Osoby krytykujące współpracę Opola z TVP w temacie KFPP przekonują, że w ten sposób miasto legitymizuje linię publicznej telewizji, często w niewybredny sposób atakującej przeciwników obecnego obozu władzy. Z drugiej strony jest argument, że festiwal nie jest imprezą polityczną. Mając na uwadze atmosferę panującą w kraju, da się faktycznie oddzielić jedno od drugiego, czyli festiwal od polityki uprawianej przez TVP?

- Utożsamianie występów artystów na Festiwalu z legitymizowaniem polityki rządu, jest tak samo uzasadnione jak uznanie, że Robert Lewandowski chwali PiS, bo gra w piłkarskiej reprezentacji Polski, a jej mecze są pokazywane w TVP. Trzeba byłoby zatem domagać się od Lewandowskiego bojkotu występów w reprezentacji! Absurd kompletny.

Festiwal to wielkie święto i perła polskiej kultury, którego nie można traktować w kategorii amunicji w walce politycznej. Owszem nie brak wśród Artystów kontestatorów i buntowników.

I całe szczęście! Taki jest świat artystyczny, bez względu na władzę, która rządzi. Przedstawiciele miasta w Radzie Artystycznej pilnują tego, żeby na KFPP artyści występowali ze względu na dorobek artystyczny, a nie poglądy polityczne.

- Ponieważ opinie w temacie współpracy Opola z TVP przy festiwalu są podzielone, może wskazanym byłoby zapytanie mieszkańców, czego oczekują w tym względzie? Czy Ratusz bierze pod uwagę takie konsultacje?

- Problem w tym, że to do niczego konstruktywnego nie doprowadzi. Wszyscy wiemy jak bardzo na ten temat zdania są podzielone. Każdy może mieć swój pomysł na to, jak i z kim robić festiwal oraz kto mógłby wystąpić. Mało kto wie jak trudne i kosztowne jest to przedsięwzięcie. Jeszcze mniej jak zrobić festiwal od początku do końca i go wyemitować. Aby dogodzić wszystkim KFPP powinno być 10 razy w roku i w kilku innych telewizjach. I oczywiście każda z tych telewizji powinna godzić się na finansowanie koncertów, które przypominałyby programy audiotele. Festiwal to nie Spotify, gdzie każdy może sobie zaprogramować swoją playlistę.

Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki to najbardziej rozpoznawalna marka naszego miasta - Stolicy Polskiej Piosenki. Naszym zadaniem jest dbanie o nią i jej dziedzictwo. Sam fakt, że bilety na tegoroczny festiwal zostały sprzedane w dwie godziny od wejścia do sprzedaży świadczy o tym, że mieszkańcy czekają na to wydarzenie i chcą oglądać ulubione gwiazdy polskiej sceny muzycznej. Nie sądzę, że idą tam dla takiej czy innej telewizji. Na koncerty chodzi się dla artystów.

- W 2017 roku miało dojść do spotkania Pana prezydenta z przedstawicielami Discovery w Warszawie w temacie współpracy z tym koncernem przy festiwalu. Czy takie spotkanie było i co sprawiło, że na taką współpracę jednak się nie zdecydowano?

- Po rezygnacji kilkudziesięciu artystów z udziału w KFPP, dbając o Opole i markę festiwalu zerwałem umowę z TVP. Sondowałem wtedy możliwość realizacji festiwalu

z innymi mediami. Ze względu na zastrzeżenie poufności tych rozmów, nie mogę ujawnić ich szczegółów, podsumuję je jedynie w ten sposób, że gwarancję organizacji imprezy na dotychczasowym poziomie finansowym, rzeczowym i personalnym zaoferowała jedynie TVP, a bojkotujący artyści zadeklarowali powrót na scenę. Nie doszło natomiast do oficjalnego spotkania z władzami Discovery, a jedynie do luźnej rozmowy z osobami, które powoływały się na wpływy w tej firmie. Oferta jednak była mętna i oznaczała realizację KFPP w niszowych kanałach typu „Metro TV”, w zdecydowanie węższym zakresie programowym i przy większym zaangażowaniu finansowym miasta. Z imprezy o randze Mercedesa zrobilibyśmy Dacie i jeszcze do tego więcej dopłacili.

- Czy decyzja o wspólnej organizacji festiwalu z TVP jest samodzielną decyzją Pana prezydenta, czy też jest to konsultowane z jakimś zespołem doradców? Jeśli z zespołem, to kto w nim jest?

- Decyzja o organizacji festiwalu z TVP jest efektem niemal 60 lat współpracy przy tym przedsięwzięciu. Osobiste ambicje, prywatne animozje, czy wyniki wyborów politycznych, nie powinny być ważniejsze niż tradycja festiwalu.





Dane kontaktowe
Wydział Promocji

ul. Szpitalna 3b-5-7

45-010 Opole

bp [at] um.opole.pl

www.opole.pl

Lokalizacja

Tagi
Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki
wywiad
Arkadiusz Wi?niewski