
EKSPERTYZA

16

gap.



open
eyes
economy
summit

**Kultura w Sieci.
Transformacja cyfrowa?**

Kultura w sieci. Transformacja cyfrowa?

Wprowadzenie

W ogłoszonym z okazji Dnia Europy (9 maja 2020 r.) manifestie parasolowych, europejskich organizacji dziedzictwa kulturowego, działających pod szyldem European Heritage Alliance, z inicjatywy i pod przewodnictwem Stowarzyszenia Europa Nostra i Fundacji Europeana, zatytułowanym „Cultural Heritage: a Powerful Catalyst for the Future of Europe” (Dziedzictwo kulturowe: potężny katalizator przyszłości Europy)¹ sygnatariusze tekstu wymieniają siedem kluczowych składowych świadczących o tym, że kultura, obecnie bardziej niż kiedykolwiek, jest ważnym nośnikiem pozytywnej zmiany. Jednym z siedmiu wymienionych w tekście strategicznych obszarów jest cyfrowa transformacja. W manifestie czytamy, że kryzys związany z epidemią COVID-19 pokazał ogromną wartość i znaczenie cyfrowego dostępu do dziedzictwa kulturowego. W czasie, w którym ludzie starają się pozostać bliżej siebie, pomimo braku możliwości fizycznej bliskości, europejskie instytucje kultury mierzą się z wyzwaniem i wychodzą naprzeciw potrzebom swojej publiczności oferując im wachlarz działań w sieci, który umożliwia im dalsze indywidualne i wspólne doświadczanie kultury. Manifest podkreśla fakt, iż Europa już teraz odgrywa wiodącą rolę w kształtowaniu nowoczesnego cyfrowego dziedzictwa kulturowego, jednak w dalszym ciągu na kontynencie istnieje widoczny podział na instytucje cyfrowo zaawansowane, i te, dla których świat online jest obszarem mniej znanym, czasem wręcz obcym. Bardzo aktualnym wyzwaniem pozostaje więc potrzeba wyrównania cyfrowego dostępu i podniesienia cyfrowych

¹ <https://pro.europeana.eu/post/europe-day-manifesto-cultural-heritage-a-powerful-catalyst-for-the-future-of-europe>

kompetencji, zarówno instytucji i twórców, jak i odbiorców dziedzictwa kulturowego.

Zawarte w manifeście postulaty łatwo rozłożyć na cały sektor kultury – tworzony zarówno przez podmioty publiczne, jak i prywatne, który aktualnie mierzy się z podobnymi wyzwaniem. Równocześnie, dzięki obecnej, trudnej pod wieloma względami, sytuacji cały sektor stoi także przed nowymi możliwościami budowania oferty programowej z wykorzystaniem nowych, cyfrowych narzędzi i innowacyjnych kanałów komunikacji z publicznością. Bez wątpienia sektor kultury oraz odbiorcy kultury przechodzą aktualnie przez bardzo intensywny (mniej lub bardziej udany) kurs cyfrowości. Niniejszy dokument przedstawia najważniejsze trendy dotyczące ucyfrawiania działalności kulturalnej wywołane pandemią koronawirusa COVID-19.

Boom na działania w sieci?

Szanowni Państwo, zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 12 marca 2020r. w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii – działalność centrum kultury zostaje zawieszona do ODWOŁANIA. Budynek centrum kultury również będzie ZAMKNIĘTY do odwołania. Wydarzenia, które miały odbyć się w najbliższych dniach zostaną PRZENIESIONE na inne terminy. Wszystkie zajęcia, kursy, warsztaty zostają WSTRZYMANE. Galerie są ZAMKNIĘTE. Biblioteka jest NIECZYNNA. KASA jest NIECZYNNA.

Takie komunikaty można znaleźć na wszystkich stronach lokalnych instytucji kultury. Są wyrazem skali zmian w działalności tych organizacji. Jednak zaraz obok nich można znaleźć inne posty i zaproszenia na działania w sieci opatrzone tagami: *#Nie ma nudy w... domu!* *#zostań w domu z kulturą* lub *# impreza masowa online* albo *#kultura w kwarantannie*. Instytucjom kultury nie brakuje pomysłowości i kreatywności w worzeniu „kontentu” dostępnego online dla swoich odbiorców i społeczności lokalnej.

Od 12 marca, od momentu fizycznego zamknięcia w Polsce siedzib wszystkich instytucji kultury, obserwujemy istny boom działań kulturalnych w przestrzeniach online. Jednak nie wszystkie instytucje i indywidualni twórcy, równie dobrze odnajdują się w nowej sytuacji. Widoczne są różne modele działania.

1. Część instytucji oraz indywidualnych twórców natychmiast płynnie przeniosła swoje działania do sfery online albo wzmocniła swoją, już dobrze rozwiniętą obecność w sieci albo od nowa zbudowała interakcję z widownią i zaczęła ją konsekwentnie rozwijać.

2. Inne jednostki eksperymentowały, na szybko uczyły się zasad cyfrowej rzeczywistości i testowały jej możliwości.
3. Istnieje też grupa instytucji i twórców, którzy z różnych przyczyn (braku możliwości przeniesienia działań online, braku kompetencji cyfrowych, zaplecza technologicznego, środków finansowych) ograniczyli swoją obecność online do minimum, bądź w ogóle zawiesili swoją działalność.

Jedno jest pewne, kultura w sieci przeżywa aktualnie szczyt zainteresowania odbiorców, z czego bardzo umiejętnie korzysta część sektora kultury. Dla przykładu, Muzeum Narodowe w Warszawie w kwietniu odnotowało 400 tysięcy wejść na Cyfrowe MNW² (cyfrowe repozytorium muzeum), blisko cztery razy więcej niż w lutym, a w organizowanych od 1 kwietnia bezpłatnych lekcjach muzealnych przez internet, podczas których uczniowie spotykali się z historykami sztuki i archeologami wzięło udział około 9 tysięcy uczniów z 45 różnych miast z 3 kontynentów³.

Ninateka⁴, jeden z internetowych serwisów VOD FilMOTEKI Narodowej – Instytutu Audiowizualnego, oferujący filmy fabularne i dokumentalne, rejestracje spektakli i koncertów, animacje, słuchowiska i publicystykę również odnotowuje szczyt popularności. Między 12 marca a 14 maja Ninatekę odwiedziło 1 400 000 unikalnych użytkowników generujących blisko 7 200 000 odsłon. Dla porównania, w tym samym okresie w 2019 roku serwis miał 190 tysięcy unikalnych użytkowników i blisko 795 tysięcy odsłon⁵. Wzrost jest dziesięciokrotny. Publiczność Ninateki to między innymi wielbiciel polskiego kina i reportażu. Aktualnie jednak serwis

² www.cyfrowe.mnw.art.pl

³ Dane z profilu MNW na Facebooku

⁴ Ninateka.pl

⁵ Dane własne FINA

odwiedza rzesza nowych użytkowników, dopiero odkrywających bogactwo dostępnej od ponad dziesięciu lat, darmowej, ciągle rozbudowywanej audiowizualnej kolekcji. Redakcja serwisu codziennie w mediach społecznościowych promuje wybrane archiwa, zwracając uwagę na ich możliwe wykorzystanie w zdalnej edukacji, czy po prostu zachęcając do *#zostania w domu* z kulturą i obejrzenia koncertów muzycznych czy dokumentów. Od kwietnia trwa akcja prezentacji wybranych spektakli teatru telewizji. W dniach 8 - 18 maja w serwisie udostępnionych było 20 najciekawszych tytułów z poprzednich edycji, przeniesionego na jesień, Festiwalu Millennium Docs Against Gravity. Dzięki tej współpracy Ninateka czasowo wzbogaciła swoją kolekcję o perły współczesnego dokumentu, a festiwal zaznaczył swoją rokroczną majową obecność, do której przyzwyczajona był festiwalowa publiczność. W efekcie, obie instytucje mocno umocniły swoją pozycję pod względem budowania więzi z dotychczasowymi odbiorcami ich działań. Równocześnie otworzyły się na nową widownię.

Ten sam trend dotyczy większości instytucji posiadających cyfrowe repozytoria umożliwiające dostęp online do ich kolekcji. Są to głównie muzea, biblioteki, archiwa – instytucje, które od lat, przy wsparciu swoich organizatorów i zewnętrznie finansowanych projektów, inwestują w działania digitalizacyjne, między innymi właśnie po to, by móc je dalej szeroko udostępniać. Od dwóch miesięcy obserwujemy jak duże znaczenie odgrywa digitalizacja i budowanie otwartej dostępności do kolekcji online, często dotychczas niestety niedocenianej, odwlekanej i niedofinansowanej przez instytucje i ich organizatorów. Chyba nigdy wcześniej te działania nie były bardziej doceniane, a eksploatacja cyfrowych zbiorów kultury nie była tak znacząca.

Boom na kulturę w sieci to jednak nie tylko ogromny wzrost popularności cyfrowych kolekcji muzealnych czy bibliotecznych. To także szereg małych i dużych akcji organizowanych przez instytucje lub indywidualnych twórców, eksperymentujących z formatami, których

głównym celem jest pozostanie w dialogu z publicznością, zapewnienie kontaktu z kulturą, ale także próba zagwarantowania artystom i instytucjom (szczególnie tym pozbawionym dotychczasowych źródeł finansowania) nowych kanałów generujących przychód (zbiórki online). Przykładem może tu być dom kultury prowadzony przez Fundację Inspiro w małopolskim Podłężu, który organizuje bezpłatne interaktywne zajęcia online dla dzieci, jednocześnie uruchamiając zbiórkę pieniędzy przez serwis patronite.pl na wsparcie prowadzących.

Twórcy i instytucje eksperymentują z transmisjami na żywo wykorzystując do tego mniej lub bardziej zaawansowane narzędzia komunikacyjne, zapoznają się też z interaktywnymi środowiskami internetowymi, takimi jak na przykład wykorzystywany przez środowisko gromowe Twitch, które pomagają im odtworzyć doświadczenia społeczne i realizować wydarzenia na żywo oraz, za pośrednictwem realizowanych przy okazji zbiórek, utrzymać środki do życia w całkowicie odmiennych warunkach. Ci najbardziej technologicznie zaawansowani rozwijają społeczny VR – narzędzie, które pozwala ludziom spotykać się z innymi w wirtualnej rzeczywistości i budować własne przestrzenie.

Muzea i galerie organizują wirtualne oprowadzania i wykłady online, często sprofilowane pod potrzeby konkretnych grup odbiorców – dzieci, pasjonatów tematu, seniorów, itp. Te ostatnie są organizowane w zasadzie przez przedstawicieli wszystkich dziedzin kultury. Media społecznościowe i platformy, takie jak YouTube, obrodziły w domowe koncerty, czy spotkania literackie online połączone z czytaniem na żywo przez autorów fragmentów książek. Dostępna jest też znaczna liczba warsztatów – począwszy od tematycznych webinarów, po równie cenne sesje relaksacyjne z tancerzami Opery Narodowej czy gimnastykę inspirowaną dziełami sztuki Muzeum Narodowego w Krakowie (pierwszym dziełem zachęcającym do fitnessu była sama Dama z gronostajem). Wszystkie materiały nagrywane są

z wyprzedzeniem bądź odbywają się na żywo, w streamingu. Teatry i opery organizują czasowe, darmowe streamingi swoich archiwalnych inscenizacji, wielokrotnie po raz pierwszy udostępnianych tak szerokiej publiczności online. Większość kinowych premier została przesunięta, jednak część dystrybutorów filmowych decyduje się udostępnić filmy przeznaczone do kinowej dystrybucji na (jakże aktualnie popularnych) płatnych platformach VOD, tak, by dać widzom szansę kontaktu z premierowymi filmami i chociaż częściowo móc zrekompensować straty finansowe związane z kryzysem. Także sektor gier podjął szczególne akcje, jak ogólnopolski jam *#ZostanWDomuRobGry*, do udziału w którym organizatorzy – Fundacja Indie Games Polska, Game Industry Conference, PolskiGamedev.pl – zaprosili profesjonalnych i początkujących twórców gier wideo. Jam obudowany był serią dostępnych online video tutoriali i streamami z ekspertami. W akcji wzięło udział blisko 900 uczestników pracujących w 370 drużynach, które stworzyły 260 gier⁶. Dodatkową wartością projektu z pewnością była okazja do inspiracji, sieciowania i integracji branży. Warto dodać, że konkurs powstał dzięki współpracy 82 organizacji wywodzących się z gamedevu, świata mediów i dizajnu, organizacji edukacyjnych, fundacji i wspierających cały projekt ministerstw.

Sytuacja kształtuje się podobnie na poziomie lokalnych instytucji kultury, które również starają się być dostępne w sieci, mimo częstych ograniczeń technicznych i finansowych. Przykładem może być Myślenicki Ośrodek Kultury i Sportu, który powołał do życia cyfrowy program pod nazwą Myślenicki Ośrodek Domowej Kultury, którego działania są dostępne „ze względu na ograniczone możliwości techniczne” poprzez Facebook. Siemiatycki Ośrodek Kultury swoje działania prezentuje zarówno na Facebooku, jak i Instagramie i Youtubie. Tam przeniosły się wykłady Uniwersytetu Trzeciego Wieku, prezentacje filmów i zajęcia dla najmłodszych. Miejska Biblioteka w Sosnowcu umożliwia korzystanie z serwisu IBUK Libra,

⁶ <https://polskigamedev.pl/zostanwdomurobgry-wielki-final/>

organizuje konkursy, realizuje warsztaty za pomocą mediów społecznościowych. Jako cel swojej obecności w sieci większość instytucji wskazuje (w kolejności) na przypomnienie o swoim istnieniu, promowanie wartościowej oferty kulturalnej dostępnej w domu, wirtualne uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, budowanie wspólnoty lokalnej w oparciu o spotkania online i promowanie działań samopomocowych, edukację i promowanie twórczego spędzania czasu z rodziną z wykorzystaniem zasobów kultury lub dziedzictwa, prowadzenie zajęć online; podtrzymywanie rozwoju pracy stałych grup, klubów zainteresowań (np. klubów dyskusyjnych, grup hobbystycznych).

Istnieje jednak również grupa instytucji i niezależnych twórców, którzy nie odnajdują się w cyfrowych formatach, bądź ich działalność nie przekłada się na świat online. Ta grupa z niecierpliwością oczekuje powrotu do dotychczasowych zasad funkcjonowania.

Budowanie relacji z publicznością online

Budowanie i rozwój publiczności (ang. *audience development*) to formuła pracy, która w centrum działań podmiotu kultury stawia odbiorcę jego działań (odwiedzających, czytelników, słuchaczy, widzów). Opiera się ona na szerokim wachlarzu rozwiązań, od aktywizowania społeczności wokół samej instytucji, budowaniu długofalowej relacji z publicznością, po poszukiwanie „równowagi pomiędzy jakością artystyczną działań, wartościami społecznymi, a także ekonomicznymi”. Czasowe zawieszenie działalności i ograniczenie możliwości fizycznej interakcji i spotkania z publicznością, stawia instytucje kultury przed pytaniem o to, jak utrzymać publiczność, jej zainteresowanie i chęć udziału w działaniach kulturalnych, a także jak sprostać potrzebom i oczekiwaniom odbiorców. Zdając sobie sprawę, że utrata kontaktu z publicznością może być brzemienna w skutkach i trudna do naprawienia wiele

instytucji próbuje na różne sposoby utrzymać dotychczasowe relacje. Dla wielu z nich podstawowym kanałem komunikacji jest strona internetowa i media społecznościowe. To tam pojawiają się inicjatywy mające na celu przyciągnąć odbiorcę (w momencie, w którym Internet staje się jednym z niewielu kanałów dostępu do kultury, rywalizacja o odbiorcę jest ogromna – szczególnie jeśli pomyślimy, że dana instytucja konkuruje nie tylko z innymi podmiotami we własnej miejscowości czy regionie, ale w całej Polsce, a nawet świecie).

Ograniczenia fizycznych interakcji oraz społecznej i kulturalnej wymiany przekłada się na zwiększenie zainteresowania dostępem do kultury w trybie online, dzięki czemu wykorzystanie zdobyczy cyfrowej transformacji oraz innowacyjnych technologicznych rozwiązań jeszcze bardziej zyskuje na znaczeniu. Z drugiej strony, śledząc dyskusje chociażby w mediach społecznościowych, jasne jest, że publiczność tęskni za fizycznym spotkaniem i interakcją tak z kulturą jak i innymi wielbicielami kultury (czego wyrazem może być choćby popularne „Wspólne oglądanie” poprzez Facebook wydarzeń dziejących się online), oraz czeka na i szuka okazji do kontaktu ze sztuką w świecie rzeczywistym. Aktualna sytuacja daje sektorowi kultury wyjątkową okazję do redefinicji swoich strategii programowych i rozwoju publiczności, poszukiwania bliższych powiązań między doświadczeniem cyfrowym, a tym w przestrzeni fizycznej, możliwości większej integracji kultury cyfrowej w główne działania statutowe.

Redefinicja strategii

Kryzys wywołany pandemią COVID-19, w tym zmiana form działania instytucji kultury – czasowa hibernacja lub decyzja o wzroście aktywności w sieci – zmusza instytucje do ponownego przemyślenia sposobów interakcji z publicznością i redefinicji wszelkich dotychczasowych działań realizowanych w przestrzeniach

fizycznych, w tym miejskich, których obecne wykorzystanie jest bardzo ograniczone i trudno przewidzieć kiedy i na jakich zasadach wrócą one do programowego portfolio. Z udostępnionych przez Europejską Sieć Muzeów NEMO najświeższych danych wynika, że ponad 82% Europejczyków korzysta z internetu (75% w mediach społecznościowych), ale tylko 42% Europejczyków co najmniej raz odwiedzało muzea w ubiegłym roku⁷. Obecna sytuacja stwarza więc dla instytucji kultur wielką szansę dotarcia do nowych odbiorców. Część sektora tę szansę wykorzystuje. TR Warszawa, w ramach akcji „Zostań w domu, nie wychodź z teatru”, w każdą sobotę organizuje transmisję online jednego ze swoich przedstawień, po którym często odbywają się spotkania zespołu połączone z otwartą sesją pytań od widzów. Na facebookowym profilu teatru czytamy: „Nasze działania przenosimy do sieci, by być tam, gdzie jesteście Wy! Budujmy razem TR Online”⁸. Osiem spektakli pokazanych od 21 marca do 9 maja 2020 roku w każdą sobotę w ograniczonym czasie zobaczyło 37 750 osób. W spotkaniach z twórcami i twórczyniami live odbywających się po pokazie rejestracji każdego ze spektakli na facebooku TR Warszawa oraz w warsztatach, wykładzie i premierowych działaniach w ramach przygotowań do finału „R.I.P. Kore” wzięło udział 3 460 osób⁹. I choć pojawiają się głosy, że doświadczenia teatralnego nie da się przenieść do sieci, to jednak owa sieć, w krótkim czasie, umożliwiła dotarcie z repertuarem do szerokiej widowni oraz umożliwiła twórcom żywy dialog z widownią, który nie odbyłby się w przestrzeni teatralnej. Równocześnie, pozbawiony dochodów ze sprzedaży biletów teatr wykorzystuje akcje by zachęcić swoich widzów do przekazywania darowizn, które pozwolą zespołowi przetrwać okres zamkniętych teatralnych sal.

⁷ <https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-survey-on-museums-and-covid-19-museums-adapt-to-go-online.html>

⁸ <https://www.facebook.com/trwarszawa/>

⁹ Dane własne TR Warszawa

Od widza do kuratora

Wspomniane już wyżej Muzeum Narodowe w Warszawie prowadzi w mediach społecznościowych akcję specjalną *#niebawemwMNW*, w ramach której, wzorem sprawdzonego między innymi przez Muzeum J. Paula Gettego formatu zaprosiło swoją publiczność do zabawy polegającej na odtworzeniu któregoś z obrazów ze zbiorów muzeum. „Przenosimy nasze działania do sieci, żeby pozostać nieprzerwanie na łączach z kulturą w tym trudnym dla nas wszystkich okresie” – piszą organizatorzy akcji *#niebawemwMNW*¹⁰. Muzeum Narodowe w Krakowie, idąc podobnym tropem, zorganizowało internetowy konkurs „Otwarte zasoby MNK”¹¹, w którym zaprosiło uczestników do tworzenia memów, które później wzbogaciły działania komunikacyjne muzeum w mediach społecznościowych. Obydwa działania przekształciły odbiorców kultury w jej kuratorów i kreatorów.

W kwietniu Naczelna Dyrekcja Archiwów Państwowych zainicjowała akcję „Archiwum Pandemii A.D. 2020. Społeczna kolekcja dokumentów pandemii wywołanej koronawirusem (SARS-CoV-2)”¹². W akcji uczestniczą nadzorowane przez Naczelną Dyrekcję wszystkie 33 Archiwa Państwowe wraz z oddziałami. Jej celem jest zebranie, przy udziale społeczeństwa, kolekcji materiałów archiwalnych z „czasów zarazy”, dokumentującej zjawisko epidemii w Polsce, ale też z perspektywy jednostki, w kontekście prywatnym, społecznym, kulturalnym i zawodowym. Zebrany zbiór posłuży do przyszłej analizy aktualnej kryzysowej sytuacji, będzie świadectwem czasu, zgodnie z misją archiwum mającą na celu zabezpieczenie współczesności dla przyszłych pokoleń. Zaproszenie całego społeczeństwa do tej crowdsourcingowej akcji jest kolejnym przykładem na to, jak można aktywizować publiczność, zmieniając ją z biernych

¹⁰ <https://kultura.onet.pl/sztuka/niebawemwmnw-polacy-odtwarzaja-dziela-sztuki/x60xnps>

¹¹ <https://mnk.pl/aktualnosci/konkurs-zbiory-otwarte-mnk>

¹² <https://www.nac.gov.pl/ruszyla-akcja-archiwum-pandemii-a-d-2020/>

odbiorców w aktywnych współtwórców działań programowych.

Lokalne wyzwania w budowaniu dialogu z publicznością

W przypadku lokalnych instytucji kultury, które w części wdrożyły własne programy kulturalne online wyzwaniem jest osiągnięcie odpowiedniego pułapu profesjonalizmu (w Internecie wszystkie propozycje konkurują na bardzo globalnym rynku) w tworzeniu propozycji online oraz przyspieszone nabywanie kompetencji w zakresie budowania widowni (utrzymywaniu relacji i wywoływaniu zamierzonych reakcji). Z innej strony wiele instytucji po prostu ograniczyło swoją działalność, przez co tracą wytworzone relacje z odbiorcami. Nieliczne instytucje prowadzą stały monitoring tego, na ile nowe propozycje online cieszą się zainteresowaniem, są przydatne, powodują poszerzanie kręgu odbiorców, mają potencjał do komercjalizacji, kreują żywe obiegi kultury online. Taka działalność analityczna to pięta achillesowa lokalnych instytucji kultury, ale także części większych instytucji, dlatego kreacja i twórczość są wciąż słabo doskonałe i przetwarzane w silną strategię działalności online. W wielu ankietach przesłanych w ramach zrealizowanego przez Urząd Miasta Krakowa i Małopolski Instytut Kultury badania¹³ padały stwierdzenia o czasowości tych przedsięwzięć i przesycie ze strony odbiorców takim formatem uczestnictwa w kulturze. Stąd wniosek o chęci powrotu do normalności. Ciekawe, jaka grupa instytucji traktuje obecną sytuację jako przestrzeń do transformacji działalności kulturalnej

¹³ Mowa o badaniach ankietowych skierowanych do podmiotów kultury w Krakowie i w Małopolsce zmagających się ze skutkami pandemii oraz obostrzeń epidemiologicznych (ponad 300 ankiet wypełnionych w pierwszej poł. kwietnia 2020 r.).

i dostosowania jej do nowych form uczestnictwa w kulturze.

Szybki kurs cyfrowości – wyzwania i bariery związane z prowadzeniem działalności online

Zarówno narodowe, regionalne jak i lokalne instytucje kultury, po pierwszym szoku i reorganizacji w większości obecnie pracują, a ich zespoły zajmują się działalnością kulturalną – często jednak w bardzo ograniczonej formie bez fizycznego kontaktu z odbiorcami, z wykorzystaniem możliwości Internetu i rozwiązań online, jak również animują działania wolontarystyczne i organizują działania pomocowe w swoim środowisku. Od 4 maja niektóre biblioteki prowadzą ograniczoną działalność związaną z wypożyczaniem zbiorów, ta sama sytuacja dotyczy muzeów i galerii, gdzie można obejrzeć wystawy – utrzymując dystans od innych odbiorców. Większość „normalnych” działań jest jednak dalej poza zasięgiem.

Wyzwania związane z „byciem online” nie dotyczą jedynie sfery kreacji i realizacji działalności programowej w sieci. Instytucje zaczęły również przenosić administrację, logistykę, zarządzanie i spotkania zespołu do przestrzeni online. W tym obszarze odbyły bardzo przyśpieszony kurs tworzenia ekosystemu online obejmującego wdrażanie platform do spotkań, współdzielenia zasobów w chmurze, obiegu dokumentów, publikowania treści online (obróbka materiałów audio, wideo, organizacja webinarów, streamingu na żywo), jak zarządzania prawami autorskimi. Są to działania, których celem jest optymalizacja pracy, szukanie prostych rozwiązań w sytuacji nadzwyczajnej, które są jednocześnie związane bezpieczeństwem, zasadami obowiązującymi publiczne instytucje, kontrolą zarządczą, odpowiedzialnością przez organizatorem i innymi instytucjami kontrolnymi. Duże źródło stresu i wyzwań do pokonania. Dla wielu instytucji jest to nowa niezbędna (krytyczna) infrastruktura. Istotą tego problemu czy też

wyzwaniem było również włączenie do niej całego zespołu – dotąd tylko pojedyncze osoby miały styczność z poszczególnymi platformami, istotnymi dla nich w konkretnym środowisku zadaniowym.

Z tym powiązane jest drugie kluczowe wyzwanie w małych, wielozadaniowych zespołach, w których istniał zwyczajowy podział na zespół instruktorów/ animatorów, dział kreatywno-piarski ds. komunikacji z publicznością, zespół techniczny oraz zazwyczaj jednoosobowy dział informatyczno-programistyczny. W nowej sytuacji ten podział stracił sens, ponieważ nagle cały, dostępny (gotowy do udziału w eksperymencie) zespół każdej instytucji musiał stworzyć nowy dział ds. obecności online przy użyciu wszelkich dostępnych zasobów obejmujących archiwalia i cyfrowe (podlegające cyfryzacji) treści, sieci społecznościowe i relacje online (w tym profile internetowe) pracowników, pomysły na zajęcia i działania online, umiejętności obsługi sprzętu/techniki do własnej twórczości. To gwałtowna zmiana utartych schematów, w ramach których istniał podział na zespół merytoryczny, techniczny i „sprzedażowy”. Jak również nowe źródło działań animacyjnych.

Nie tylko instytucje przechodzą aktualnie przez intensywny kurs cyfryzacji i kompetencji cyfrowych. Również dla odbiorców kultury przejście w cyfrowy świat wiąże się z taką koniecznością. W dalszym ciągu, szczególnie wśród osób starszych i tych z mniejszych, uboższych ośrodków, kultura cyfrowa nieodłącznie wiąże się z pojęciem „wykluczenia cyfrowego”, rozumianego jako brak dostępu do określonych dóbr (sprzętu, Internetu, umiejętności korzystania z narzędzi cyfrowych i innych technologii) niezbędnych do normalnego funkcjonowania w społeczeństwie cyfrowym. W czasie pandemii osoby bez kompetencji cyfrowych miały w znacznej mierze ograniczony kontakt z kulturą, co stanowi dodatkowy argument na rzecz konieczności przyspieszenia mądrej i etycznej transformacji cyfrowej.

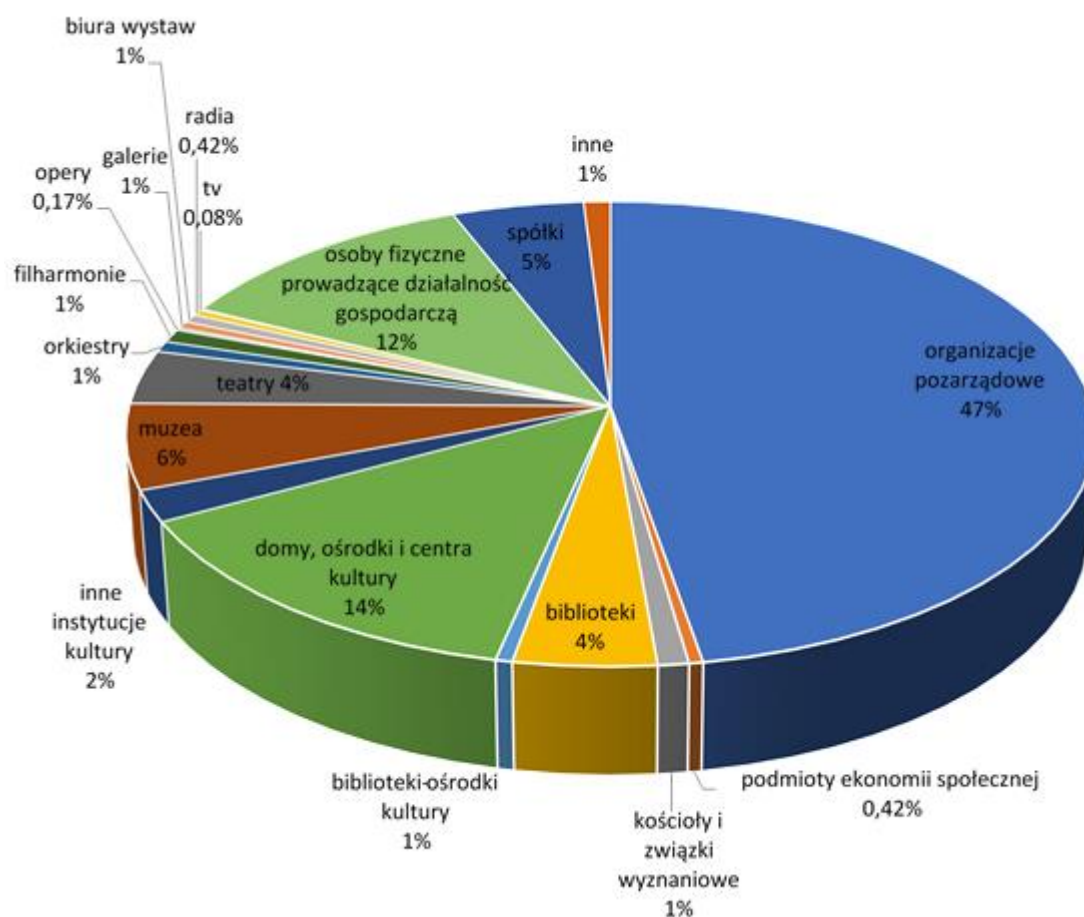
Wsparcie ucyfrowienia działalności kulturalnej

Konkurs Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego „Kultura w sieci”

Zapotrzebowanie na wsparcie w prezentacji wydarzeń kulturalnych i udostępnianiu zasobów kulturalnych online widać po zainteresowaniu, jakim cieszył się, ogłoszony w kwietniu 2020 roku, program dotacyjny Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego „Kultura w sieci”, na realizację którego Minister przeznaczył 60 mln PLN. Łącznie do instytucji zarządzającej programem, tj. do Narodowego Centrum Kultury, spłynęło blisko 6 tys. wniosków na łączną kwotę ponad 471 mln PLN – 40% od organizacji pozarządowych i jedna czwarta od osób prowadzących działalność gospodarczą. Wśród samorządowych instytucji kultury (państwowe nie mogły ubiegać się o wsparcie) najwyższy procentowy udział mają domy, ośrodki i centra kultury (11%), co jest zrozumiałe, gdyż ten typ instytucji jest najliczniejszy wśród publicznych instytucji kultury w Polsce. Wśród wnioskodawców pojawiły się wszystkie pozostałe typy instytucji, m.in. biblioteki (5% wszystkich wniosków), muzea (3%) i teatry (2%). Zainteresowanie wykazały także podmioty zorganizowane w formie spółek (9% wniosków), podmiotów ekonomii społecznej, a także kościołów i związków wyznaniowych. Wsparcie w ramach programu uzyskało 1182 podmiotów ocenionych na 75 i więcej punktów (na 100 możliwych). Ich różnorodność prezentuje rysunek 1. Poziom rywalizacji o dotacje w programie, który jednocześnie dobrze ilustruje fakt, że 990 podmiotów otrzymało pomiędzy 70 a 74,99 punktów.

Organizacje pozarządowe, stanowiące niemal połowę beneficjentów, otrzymały łącznie również około połowy całego przyznanego dofinansowania, tj. 30 mln PLN. Samorządowym instytucjom kultury przyznano około 16 mln PLN, osobom fizycznym blisko 8 mln PLN a firmom (różne typy spółek) ok. 3,8 mln PLN.

Rysunek 1. Podmioty, które uzyskały wsparcie w ramach programu „Kultura w sieci”



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników programu dotacyjnego (<https://www.nck.pl/dotacje-i-stypendia/dotacje/programy-dotacyjne-nck/kultura-w-sieci/aktualnosci/kultura-w-sieci-wyniki-naboru->, dostęp: 18.05.2020r.)

Przyznane dofinansowanie średnio wynosiło ok. 50 tys. PLN i sięgało od 5-10 tys. PLN dla domów i ośrodków kultury, bibliotek, muzeów i organizacji pozarządowych w mniejszych miejscowościach do 150 tys. PLN przyznanych pierwszemu na liście Związkowi Artystów Scen Polskich. Dotacja dla ZASP była jedyna tak wysoka. Pozostałe wynosiły poniżej 100 tys. PLN. 150 podmiotom przyznano dotacje w wysokości 90 tys. PLN lub więcej. Ponad połowa z nich to organizacje pozarządowe,

w części te bardziej znane w całej Polsce, ale nie tylko; 13% (20) to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Pośród beneficjentów dotacji w tym przedziale mamy 13 teatrów, 6 muzeów i 6 filharmonii. Bardzo słabo reprezentowane są natomiast domy i ośrodki kultury oraz biblioteki (łącznie 7 podmiotów). Te rodzaje podmiotów średnio otrzymały mniejsze dotacje – średnia dla bibliotek wynosi ok. 25 tys., dla domów, ośrodków i centrów kultury: ok. 33 tys. To częstokroć dwa razy mniej niż przypadku teatrów (średnio 66 tys.), kościołów i związków wyznaniowych oraz ich osób prawnych (65 tys.), oper (67 tys.), filharmonii (80 tys.), a nawet osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą (56 tys.) i firm (64 tys.). Domy kultury i biblioteki stanowią również przeważającą część podmiotów korzystających z dotacji poniżej 20 tys. PLN.

Niestety forma prezentacji wyników w programie Kultura w sieci (jedynie tytuły projektów, najczęściej nie sugerujące ich realizowanego formatu) nie pozwala na dogłębną analizę typów projektów, które otrzymały dofinansowanie czy też o nie się ubiegały. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego podaje, że dotacje zostały przyznane na następujące działania:

- 254 dotacje na projekty o charakterze edukacyjnym i związane z rozwojem kompetencji cyfrowych (e-warsztaty, webinaria, e-kursy, itp.);
- 562 dotacje na wydarzenia kulturalne online (np. koncerty, spektakle, spotkania, wirtualne oprowadzania) oraz ich zapisy i udostępnianie);
- 89 dotacji na udostępnianie i ponowne wykorzystywanie cyfrowych zasobów muzealnych, bibliotecznych, audiowizualnych, zabytkowych oraz archiwalnych;
- 132 dotacje na tworzenie stron, gier internetowych, aplikacji mobilnych z dziedziny kultury;
- 145 dotacji na tworzenie wydawnictw audio-video udostępnianych w formie elektronicznej oraz

publikacji książkowych w formie elektronicznej (e-booki, audiobooki).

Najwyżej dofinansowany projekt ZASP pt. „Cyber ZASP” stawia na różnorodne formy aktywności online dając zatrudnienie niemal 150 artystom i pracownikom technicznym, reprezentującym nie tylko duże ośrodki, ale także te mniejsze, zapewniając im ciągłość twórczej pracy i kontakt z publicznością. W ramach projektu przewidziano realizację zdalną słuchowiska radiowego „Próba” i udostępnienie go słuchaczom w sieci, prezentację online własnych interpretacji polskiej poezji i prozy za pomocą smartfonów przez znanych krakowskich aktorów i ich wychowanków, a także prezentację online nagranych w domach i montowanych przez twórców filmów, czytań performatywnych, videoartów, mini koncertów. Innym przykładem beneficjenta programu jest Krakowski Park Technologiczny, który otrzymał 92 tys. PLN na realizację wersji online Digital Dragons Academy, tj. wykładów i warsztatów dla osób zainteresowanych pracą przy tworzeniu gier. Zajęcia prowadzą przedstawiciele najlepszych polskich firm tworzących gry. Już te dwa przykłady pokazują potencjał różnorodności projektów kulturalnych realizowanych w sieci.

Wsparcie samorządów

Wiele samorządów także przygotowała specjalne formy wsparcia sektora kultury właśnie na polu ich działalności w Internecie. W Krakowie funkcjonuje program „Kultura odporna” i jedno z jej narzędzi – „Kultura w sieci”, która dofinansowuje warsztaty i webinary online, przygotowanie e-booków i audiobooków, udostępnianie w Internecie wydarzeń kulturalnych, projekty z zakresu nowych mediów czy digitalizację zbiorów. W Łodzi Kultugranty 2.0. oferują wsparcie dla twórców i artystów, którzy planują realizację różnorodnych przedsięwzięć, np. podcastów, słuchowisk, seriali on-line, koncertów na żywo i spektakli teatralnych w Internecie. Katowicka „Lokata w kulturę”, część Katowickiego Pakietu dla

Kultury również promuje projekty, które są przygotowywane przez organizacje pozarządowe i udostępniane zdalnie (np. przez Internet) w ramach platformy muzycznej, teatralnej lub ogólnokulturalnej.

Kilka słów podsumowania

Kryzys spowodowany pandemią poważnie wpłynął na sektor kultury i sposób, w jaki wchodzi on w interakcje z odbiorcami. Ludzie, którzy normalnie odwiedzają instytucje kultury, muzea, galerie, którzy chodzą na koncerty i do teatru czy kina, nagle zostali pozbawieni takiej możliwości. Specjaliści pracujący w instytucjach kultury zostali wezwani do znalezienia nowych kanałów prezentacji programu, jak i zmierzenia się z próbą stworzenia i utrzymania żywego dialogu ze społecznościami odbiorców ich działań. Instytucje kultury – i te narodowe i te lokalne, musiały dokonać odpowiednich zmian w codziennej pracy, aby znaleźć nowe sposoby kontaktu z publicznością, móc dalej realizować program, i utrzymać sprawne funkcjonowanie organizacji. Część z nich podjęło decyzję o zawieszeniu lub ograniczeniu swojej działalności nie widząc możliwości kontynuowania jej w trybie online. Ograniczenia fizycznej interakcji oraz społecznej i kulturalnej wymiany zwiększa potencjał i znaczenie cyfrowego dostępu do kultury, często połączonego z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Z drugiej strony, większość uczestników życia kulturalnego tęskni za fizyczną interakcją i pragnie okazji „namacalnego” kontaktu ze sztuką. Powoli obserwujemy odmrażanie instytucji kultury, które, w nowych realiach i z nowymi obostrzeniami, otwierają się na publiczność. Jakie będzie to nowe doświadczenie? Czy działania w sieci stracą na znaczeniu? Czy instytucje otrzymają wsparcie w wejściu w cyfrową transformację i sprawnie włączą jej pozytywne elementy w budowanie nowych immersyjnych doświadczeń łączących rzeczywistość sal teatralnych z rzeczywistością wirtualną, intensyfikując interakcje

z publicznością? Najbliższe miesiące pokażą jak ukształtuje się nowa, post-koronawirusowa mapa fizycznego i cyfrowego doświadczenia kultury.

Warszawa i Kraków, 22 maja, 2020 r.

Maria Drabczyk
Filmoteka Narodowa - Instytut Audiowizualny
Fundacja EUscreen

Współpraca:
dr Joanna Sanetra-Szeliga,
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Piotr Knaś,
Małopolski Instytut Kultury