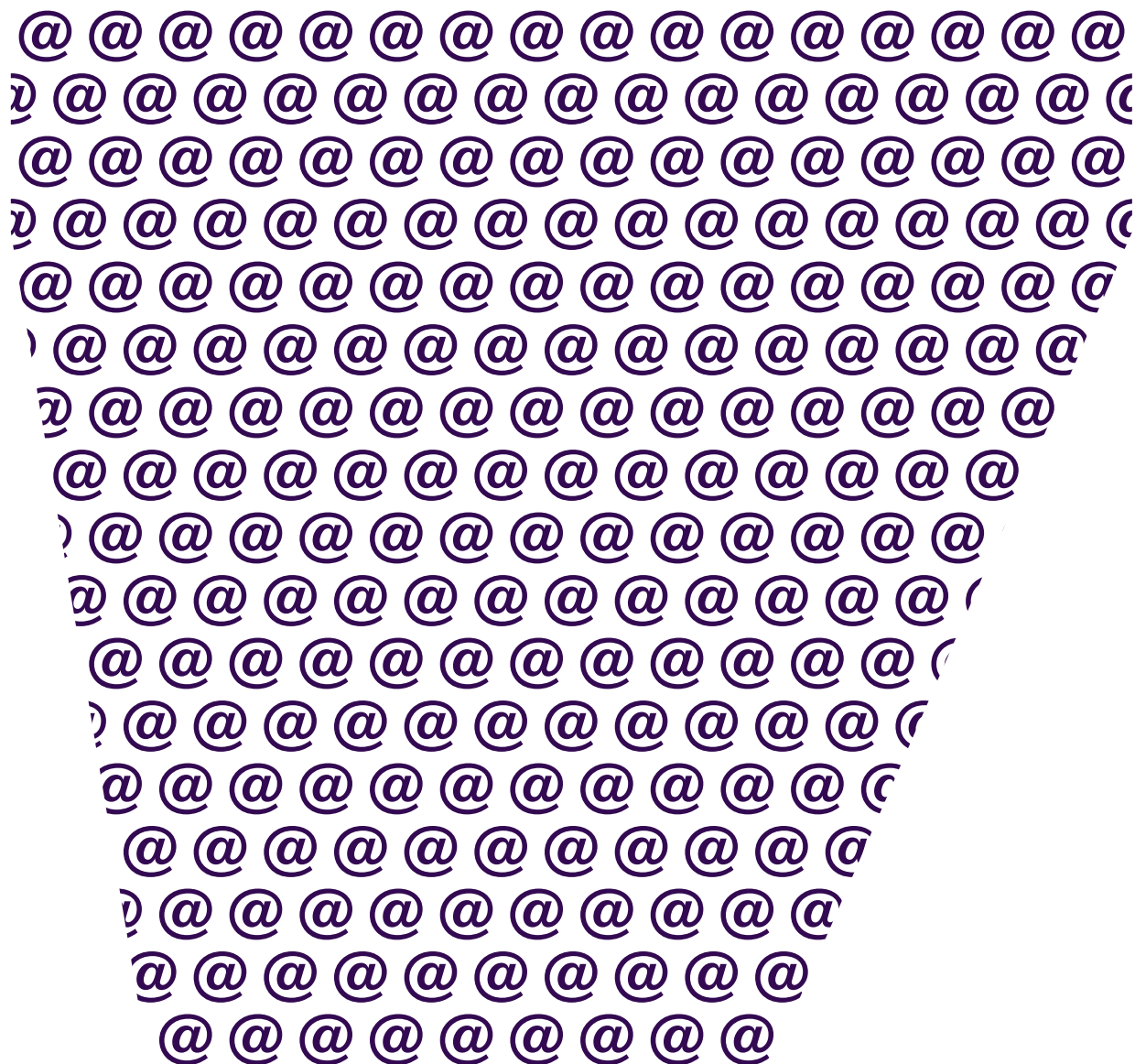


UCZESTNICTWO W WYDARZENIACH KULTURALNYCH ONLINE W TRAKCIE PANDEMII



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



Raport dostępny
na otwartej licencji
(Uznanie autorstwa
3.0 Polska, Creative
Commons)



UCZESTNICTWO W WYDARZENIACH KULTURALNYCH ONLINE W TRAKCIE PANDEMII



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

RAPORT Z BADANIA JAKOŚCIOWEGO

Narodowe Centrum Kultury jest instytucją państwową, działającą na rzecz rozwoju kultury w Polsce.

Narodowe Centrum Kultury
ul. Płocka 13, 01-231 Warszawa
nck@nck.pl

<http://nck.pl>

<http://www.nck.pl/badania/>

<https://www.facebook.com/dzialbadanianaliznck>

Dofinansowano ze środków
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego



**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**



Raport jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz Narodowego Centrum Kultury. Zezwala się na dowolne wykorzystanie treści – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej i wskazania Narodowego Centrum Kultury jako właściciela praw do tekstu. Treść licencji jest dostępna na stronie <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>.

KONCEPCJA I KOORDYNACJA
BADANIA, REDAKCJA RAPORTU
I WSTĘP:
ANTONI GŁOWACKI
NARODOWE CENTRUM KULTURY

AUTORKI RAPORTU:
NATALIA KRYGOWSKA-NOWAK
KANTAR POLSKA S.A.
JOANNA SKRZYŃSKA
KANTAR POLSKA S.A.
AGATA ZADROŻNA
KANTAR POLSKA S.A.

SKŁAD I OPRACOWANIE
GRAFICZNE:
MARCIN GROHS

REDAKCJA JĘZYKOWA
I KOREKTA:
MARTA JAKUBOWSKA
SŁOWA NA WARSZTAT

Warszawa, lipiec 2022

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
Najważniejsze wnioski	7
O badaniu	10
Perspektywa publiczności	12
Dynamika uczestnictwa w kulturze w czasie pandemii	12
Doświadczenie odbioru kultury online	16
Perspektywa twórców	21
Doświadczenie pandemii	21
Niepewność sytuacji epidemicznej	25
Tworzenie działań kulturalnych przeznaczonych do rozpowszechniania w internecie	26
Działania kulturalne online	29
Rodzaje wydarzeń online	29
Charakterystyka wybranych działań kulturalnych online	33

WSTĘP

Przeniesienie znaczącej części aktywności kulturalnej do internetu było nieuniknione. Wydarzyłoby się także bez pandemii. Ale gwałtowność tego procesu powoduje, że mamy do czynienia z nowym zjawiskiem. To moment przyspieszenia, skompresowania zmian, które w zwykłej sytuacji byłyby znacznie mniej dynamiczne, łagodniejsze. Pandemiczna cyfryzacja była konieczna – nie dała wyboru ani artystom, ani publiczności, i nagła – nikomu nie zostawiła czasu na przygotowanie. Nie wiadomo także jeszcze, które z nowych rozwiązań, często wypracowywanych *ad hoc*, okażą się trwałe, a z których zrezygnujemy; w jakim stopniu i w jaki sposób wróci dawna normalność.

Narodowe Centrum Kultury od początku pandemii śledzi zmiany sektora kultury. Regularnie prezentujemy wyniki badań ilościowych aktywności kulturalnej. Najbardziej aktualne wnioski z nich przedstawiliśmy w komunikacie „Zmiany w obszarze aktywności kulturalnych podczas ograniczeń epidemicznych”, dostępnym na stronie NCK¹. Pokazujemy dynamikę uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych, wzrost znaczenia wydarzeń online, ale też tęsknotę za wydarzeniami na żywo.

Aby pogłębić zrozumienie szczególnego doświadczenia tego czasu, postanowiliśmy uzupełnić wyniki badań ilościowych spojrzeniem bardziej indywidualnym i subiektywnym. Dostęp do niego dają jakościowe metody badań społecznych. Na zlecenie NCK firma Kantar przeprowadziła 10 wywiadów grupowych z przedstawicielami publiczności i 16 wywiadów indywidualnych z artystami tworzącymi treści przeznaczone do rozpowszechniania w internecie. Naszym zamiarem było uchwycenie perspektywy oddolnej, perspektywy konkretnych praktyk i odczuć.

Metody jakościowe nie dają wiedzy o skali zjawisk, a raczej pozwalają zdać sobie sprawę z różnorodności doświadczeń. Nie piszemy więc o tym, w jaki sposób zareagowała większość odbiorców ani jakie były najczęstsze trudności, z którymi borykali się twórcy. Staramy się za to pokazać jak najszersze spektrum reakcji w tej sytuacji i zrozumieć, z czego wynikały przyjmowane strategie: jak zareagowali artyści i dlaczego zdecydowali się właśnie na takie działania? Co robili w tym czasie odbiorcy, z czego wynikały ich wybory?

Naszym głównym celem było poznanie doświadczeń odbiorców kultury. Planowaliśmy dotrzeć do osób, które przed pandemią brały aktywny udział w życiu kulturalnym – do bywalców kin, teatrów, galerii sztuki, koncertów... Interesowało nas, jak takie osoby zachowały się, gdy ta aktywność została im odebrana. Czym ją zastąpiły? A może nie zastąpiły jej wcale?

Także z tego względu badanie to nie ma charakteru reprezentatywnego dla mieszkańców Polski. Chociaż dbaliśmy o zachowanie różnorodności badanych, pytania badawcze skierowały nas w naturalny sposób raczej ku osobom lepiej wykształconym, wykonującym pracę umysłową, dla których doświadczenie pandemii

¹ https://nck.pl/upload/2022/04/zmiany-w-obszarze-aktywnosci-kulturalnych-podczas-ograniczen-epidemicznych-marzec-2022-_2.pdf (data dostępu: 16.08.2022).

– przynajmniej w jej początkowej fazie – było przede wszystkim doświadczeniem lockdownu, długotrwałego zamknięcia we własnym domu.

Szczegółowe pytania badawcze, które zadaliśmy, dotyczyły właśnie osób aktywnych kulturalnie przed pandemią:

- ◆ Jak zachowały się w sytuacji przymusowej abstynencji od aktywności na żywo?
- ◆ Czy zastępowały ją aktywnością online?
- ◆ Jak postrzegają ten rodzaj uczestnictwa w kulturze i jak go oceniają?
- ◆ Czy jest to działanie ekwiwalentne, zastępcze, czy postrzegane jako całkowicie odrębne od aktywności na żywo?
- ◆ Czy w ogóle można w tym przypadku mówić o bezpośrednim uczestnictwie?
- ◆ Jak ich aktywność kulturalna zmieniała się w czasie: od początku pandemii, przez okres całkowitego zamknięcia instytucji kultury, po znoszenie obostrzeń?
- ◆ Czy uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych online w czasie pandemii było dla nich nową aktywnością, czy kontynuacją wcześniejszych praktyk?

Spojrzenie to uzupełniliśmy perspektywą artystów tworzących treści kulturalne online, zarówno twórców, jak i wykonawców. Tutaj także nie poszukiwaliśmy statystycznej reprezentatywności. Podobnie jak w przypadku odbiorców zależało nam na uchwyceniu mechanizmu zmiany: jak wymuszone przejście do internetu zmieniło praktykę tworzenia sztuki? Z tego względu zdecydowaliśmy się rozmawiać z artystami, którzy przed pandemią nie byli „artystami cyfrowymi”, ale w trakcie epidemii się nimi stali. Takie podejście, chociaż nie pokazuje doświadczenia wszystkich artystów, najlepiej pozwala zrozumieć moment przymusowej digitalizacji.

W raporcie opisujemy wnioski, które uświadamiają złożoność procesów kryjących się za hasłowym sformułowaniem o „przeniesieniu kultury do internetu”. Trzeba pamiętać, na czym to przeniesienie w istocie polegało, a mianowicie na porzuceniu szeregu aktywności i zastąpieniu ich innymi posiadającymi własną specyfikę. Wymagały one odmiennego przygotowania, nauczenia się pracy z użyciem nowego medium. Przeniesienie aktywności do internetu nie jest więc prostą zmianą kanału przekazu, a narzuca konieczność dopasowania, wykorzystania nowych możliwości, brania pod uwagę nowych ograniczeń. Wiązało się to z przeorganizowaniem praktyki pracy twórców i ze zmianą przyzwyczajeń odbiorców.

W zależności od dziedziny sztuki przeniesienie aktywności do internetu mogło wyglądać zupełnie inaczej. Zamknięcie instytucji kultury w największym stopniu dotknęło wykonawców, którzy nie mogli występować na żywo. Tancerze, muzycy, aktorzy musieli często całkowicie przeformułować swoje życie zawodowe. Ale cyfryzacja zmusiła do zmian także innych: artystów wizualnych, którzy nie mogli wystawiać swoich prac, czy pisarzy, którzy stracili możliwość spotkań z czytelnikami... Dla niektórych był to okres obaw, dla innych – nowych szans.

Zależało nam, by w raporcie oddać całą złożoność tej bezprecedensowej sytuacji. Wskazujemy, jak wiele jest sposobów, by działać kulturalnie w internecie. Piszemy, które z nich w największym stopniu odpowiadają oczekiwaniom odbiorców, a które są najbardziej satysfakcjonujące dla twórców. Perspektywy tych dwóch grup są czasem trudne do pogodzenia, ale zdarzają się momenty jedynomyślności. Pokazujemy

emocje, które towarzyszyły odbiorcom i twórcom: entuzjazm, zaangażowanie, poczucie wspólnoty, lecz także niepokój i znużenie. Doświadczenia badanych zmieniały się w czasie – śledzimy ich dynamikę w trakcie pandemii, począwszy od pierwszego lockdownu aż po koniec roku 2021. Wreszcie przymusowa cyfryzacja pozwala też w nowym świetle spojrzeć na wcześniejsze aktywności kulturalne i dojrzeć wszystkie ich zalety (oraz wady).

Prezentację wyników badania zaczynamy od najważniejszych wniosków syntetycznie podsumowujących główne wątki analizy oraz od opisu metodologii badania. W części merytorycznej przedstawiamy perspektywę odbiorców kultury (publiczności), a następnie twórców. Pokazujemy, w jakich aktywnościach kulturalnych uczestniczyli badani w trakcie pandemii, z czego korzystali, jak zmieniły się ich nawyki. Piszemy też o tym, jak oceniają działania kulturalne online w porównaniu z tymi doświadczanymi na żywo. Przedstawiamy przeniesienie aktywności kulturalnej do internetu z perspektywy twórców: jak zmieniły się ich codzienne życie i praca, z jakimi wyzwaniami się mierzyli i jak sobie z nimi radzili. W ostatnim rozdziale bardziej szczegółowo opisujemy konkretne rodzaje wydarzeń kulturalnych, uwzględniając doświadczenie obu stron. Wskazujemy, w jakich kategoriach publiczność i twórcy rozważają wydarzenia „przeniesione do internetu” i jak identyfikują główne różnice między aktywnościami online i na żywo.

NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI

Lockdown z marca 2020 roku wywołał paraliż aktywności kulturalnej spowodowany z jednej strony zamrożeniem instytucjonalnym, a z drugiej – odsunięciem kwestii konsumpcji kultury na drugi plan w sytuacji podstawowej, życiowej niepewności. Po pewnym czasie zaczęły się pojawiać aktywności kulturalne online – był to okres, w którym twórcy eksperymentowali z często nowym dla nich medium, a odbiorcy testowali ofertę kulturalną online. Nim ograniczenia związane z pandemią zostały rozluźnione, w internecie pojawiło się wiele treści, które były intensywnie konsumowane przez odbiorców. Po pewnym czasie nastąpiło nasycenie treściami online, kiedy okazało się, że nie są one w stanie w pełni zastąpić wcześniejszej aktywności offline. Gdy tylko stało się to możliwe, zarówno twórcy, jak i odbiorcy zaczęli wracać do aktywności na żywo.

Wydarzenia online można podzielić na trzy podstawowe kategorie, które należy rozgraniczyć. Każda z nich ma swoją specyfikę i jest odbierana inaczej:

1. Wydarzenia przeniesione do internetu ze względu na pandemię (na przykład koncerty, przedstawienia teatralne). Przez uczestników są traktowane jako forma zastępcza, a nie samodzielna.
2. Treści kulturalne dostępne przez internet (na przykład filmy, seriale, audiobooki, e-booki, muzyka). Internet to jedna z form dostępu. Są to treści, za które odbiorcy najczęściej są skłonni płacić.
3. Aktywności kulturalne typowe dla internetu (na przykład vlogi, podcasty, profile na Instagramie, krótkie klipy/filmiki). To formy, które bez internetu nie istnieją.

W przypadku niektórych rodzajów działalności artystycznej próby przenoszenia do przestrzeni cyfrowej były z góry skazane na niepowodzenie. Wydarzenia kulturalne online to osobna forma, której często szkodzi proste przekładanie sposobów działania znanych z aktywności na żywo. Organizacja wydarzeń online wymaga lepszego zrozumienia praktyk odbioru poszczególnych działań kulturalnych w internecie, potrzeb użytkowników, elementów zachęcających do uczestnictwa, a także barier (choćby szeroko rozumianego wykluczenia cyfrowego).

Wskazywane wady aktywności kulturalnej online to przede wszystkim:

- ◆ brak interakcji z artystą czy też interakcji z innymi widzami;
- ◆ brak aspektu towarzyskiego (spotkania ze znajomymi, poznawanie nowych osób);
- ◆ brak specyficznej atmosfery, poczucia odświeżności, oderwania się od codzienności;
- ◆ trudności ze skupieniem się;
- ◆ gorsza jakość.

Wskazywane zalety aktywności kulturalnej online to przede wszystkim:

- ◆ większa dostępność wydarzeń;
- ◆ możliwość uczestnictwa w dogodnym dla siebie czasie i miejscu;
- ◆ możliwość selekcji tylko tego, co jest dla danej osoby interesujące.

Większość respondentów wymienia zdecydowanie więcej wad niż zalet aktywności kultury online.

Głównym motywem uczestnictwa w kulturze w trakcie pandemii było poszukiwanie rozrywki, a także zastąpienie aktywności w realu (szczególnie na początku pandemii). Uczestnictwo w kulturze online w czasie COVID-19 bywało też formą wsparcia dla ulubionych artystów i instytucji.

W pandemii w większości konsumowane były treści od znanych już twórców i instytucji (zarówno twórców internetowych, jak i takich, którzy wcześniej odbierani byli offline). Poszukiwanie nowych, nieznanych dotąd artystów czy instytucji – chociaż łatwiejsze w przestrzeni cyfrowej niż materialnej – wydaje się relatywnie rzadkie.

Badani zazwyczaj nie wydzielają czasu przeznaczonego na aktywności kulturalne online. Są one odbierane w wolnych chwilach pomiędzy innymi czynnościami lub w trakcie wykonywania obowiązków. Jeśli badani poświęcają czas specjalnie na aktywności kulturalne online, robią to z reguły wieczorem lub w nocy.

Sposób odbierania treści internetowych nie idzie w parze ze skupieniem, a tym samym nie sprzyja odbiorowi trudniejszych, poważniejszych treści.

Konieczność przejścia do sfery cyfrowej wiąże się dla twórców i odbiorców z zupełnie odmiennymi doświadczeniami. Obie grupy łączy:

- ◆ doświadczenie lockdownu, który zawiesił dotychczasowe aktywności i wymusił zwrot w kierunku internetu jako jedyne dostępne medium;
- ◆ silna preferencja względem aktywności i wydarzeń organizowanych w realu, umożliwiających bezpośredni kontakt twórców z publicznością;
- ◆ rozczarowanie efektami przeniesienia do internetu tych aktywności kulturalnych, które tradycyjnie odbywały się z udziałem publiczności.

Podczas gdy odbiorcy kultury wraz z nastaniem pandemii i lockdownem zaczęli narzekać na nadmiar wolnego czasu, twórcy zazwyczaj pracowali więcej niż wcześniej, by odnaleźć się w nowej rzeczywistości. Podejmowali nowe (ze swojego punktu widzenia) aktywności w sferze artystycznej lub poza nią.

Dla twórców i wykonawców pandemia była (i często nadal jest) bardzo trudnym okresem. Wielu z dnia na dzień zostało bez pracy i możliwości kontynuowania działalności twórczej w dotychczasowym kształcie.

Twórcy – szczególnie ci, którzy wcześniej mało udzielali się w sieci – nie byli usatysfakcjonowani tworzeniem treści do internetu. Podobnie jak publiczność traktowali to jako działanie zastępcze, rodzaj promocji. Wielu brakowało kontaktu z widownią. Co więcej, działalność internetową trudno zmonetyzować. Ponadto okazała się ona czasochłonna i wymagała nabycia nowych kompetencji (co niektórzy traktowali jako wartość).

Prawie nieograniczona oferta dostępna w internecie wiąże się z tym, że indywidualnym artystom niełatwo się przebić i nie zaginać w mnogości różnych treści. Dla odbiorców skutkuje to dużym wyborem i gwarancją, że zawsze znajdą coś dla siebie.

Opinia odbiorców jest bardziej ambiwalentna. Chociaż preferują wydarzenia na żywo, cieszy ich dostęp do darmowych treści, z których przynajmniej część oceniają dobrze.

Pandemia wyraźnie pokazała, jak wiele różnych dodatkowych funkcji i potrzeb, prócz samego kontaktu z kulturą, spełnia uczestnictwo w aktywnościach na żywo: oderwanie się od codzienności, realizacja wymiaru aspiracyjnego, pokazanie statusu, doświadczenie czegoś innego, przebywanie w przestrzeni publicznej, obcowanie z ludźmi, zabawa.

O BADANIU

W ramach badania zrealizowanych zostało 12 FGI z publicznością wydarzeń kulturalnych online w terminie 3–30 listopada 2021 roku oraz 16 IDI z twórcami treści kulturalnych online w terminie 26 października – 18 listopada 2021 roku. Łącznie w badaniu uczestniczyło 60 odbiorców i 16 twórców.

Ze względu na środki ostrożności związane z pandemią COVID-19 wszystkie wywiady w ramach projektu realizowane były za pośrednictwem internetu (na platformie Microsoft Teams).

Charakterystyka respondentów FGI

Liczba przebadanych osób: 60 (12 grup po 5 osób)

Uczestnicy:

- ◆ rekrutowani byli spośród osób, które regularnie brały udział w wydarzeniach kulturalnych na żywo w okresie przed pandemią (bywalcy teatrów i/lub muzeów oraz galerii sztuki, bywalcy koncertów i/lub festiwali muzycznych oraz bywalcy kin)
- ◆ biorący udział w aktywnościach kulturalnych online (słuchanie koncertu online, oglądanie sztuki teatralnej online, oglądanie wykładów/debat o tematyce kulturalnej, oglądanie programów kulturalnych w internecie, odwiedzanie muzeów i galerii online, udział w spotkaniach autorskich w internecie, udział w warsztatach artystycznych online, oglądanie treści artystycznych w mediach społecznościowych)

Zróznicowanie:

- ◆ ze względu na wiek: 5 grup osób w wieku 18–35 lat, 5 grup osób w wieku 36 lat i więcej, 2 grupy osób w wieku 16–24 lata (aktywnie korzystających z mediów społecznościowych)
- ◆ ze względu na wielkość miejscowości zamieszkania: 6 grup z mieszkańcami miast liczących 200 tysięcy mieszkańców i więcej, 6 grup z mieszkańcami wsi i miast poniżej 200 tysięcy mieszkańców (z wyłączeniem miast wojewódzkich)
- ◆ ze względu na płeć: połowę uczestników stanowiły kobiety, a połowę mężczyźni

Charakterystyka respondentów IDI

Liczba przebadanych osób: 16

Uczestnicy:

- ◆ artyści tworzący treści upowszechniane w ramach wydarzeń kulturalnych online (osoby, które w ciągu ostatniego roku brały udział w przygotowywaniu materiałów związanych z własną pracą twórczą, a przeznaczonych do rozpowszechniania w internecie)
- ◆ uzyskujący co najmniej 50% dochodów z działalności związanej ze sztuką

Zróznicowanie:

- ◆ ze względu na formę zatrudnienia: własna działalność gospodarcza (5 osób), umowy cywilnoprawne (8 osób), umowa o pracę (3 osoby)

- ◆ ze względu na sposób finansowania wydarzeń online, które (współ)tworzyli: środki publiczne (na przykład różnego rodzaju stypendia i granty), instytucje kultury, podmioty prywatne, w tym środki własne artystów
- ◆ ze względu na dziedzinę sztuki: muzyka (6 osób), aktorstwo (2 osoby), taniec (2 osoby), film (2 osoby), kabaret (1 osoba), fotografia (1 osoba), sztuki plastyczne (1 osoba), pisarstwo (1 osoba)
- ◆ ze względu na płeć: 6 kobiet i 10 mężczyzn
- ◆ ze względu na wiek: 18–35 lat (6 osób), 36 lat i więcej (10 osób)
- ◆ ze względu na wielkość miejscowości zamieszkania

PERSPEKTYWA PUBLICZNOŚCI

Dynamika uczestnictwa w kulturze w czasie pandemii

Wprowadzenie rygorystycznych obostrzeń sanitarnych w marcu 2020 roku wiązało się ze zmianą dotychczasowego sposobu życia – ograniczeniem kontaktów międzyludzkich, częściową izolacją. W tym czasie zamknięte zostały także wszystkie instytucje kultury. Na podstawie relacji badanych możliwe jest odtworzenie dynamiki uczestnictwa w kulturze w trakcie pandemii: od początkowej rezygnacji z tego rodzaju aktywności, poprzez stopniowe odnajdywanie się w nowej, czysto cyfrowej rzeczywistości, intensywne korzystanie z niej, a w końcu – znużenie i tęsknotę za udziałem w wydarzeniach offline.

Początek

W początkowym okresie uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych nie było priorytetem. Zeszło na drugi plan w związku z towarzyszącym badanym poczuciem niepewności. Pierwsze kilka tygodni po wprowadzeniu lockdownu było czasem, w którym zarówno odbiorcy kultury, jak i artyści oraz instytucje przyzwyczajali się do funkcjonowania w nowej sytuacji.

Próbowałam wrócić myślami do marca 2020 i ja przyznam szczerze, mimo że [wcześniej] mocno uczestniczyłam w wydarzeniach kulturalnych (...), to przez pierwsze trzy miesiące chyba byłam sparaliżowana, bo w ogóle o tym nie myślałam (...). Moja głowa była zajęta trochę czymś innym. Dopiero jak się oswoiłam z sytuacją i zaczęłam ją rozumieć, to wtedy zaczęłam odczuwać brak wyjścia na wydarzenia kulturalne.

[18–35 lat, Gdańsk, FGI]

Trzeba było poczekać kilka tygodni w takiej pustce trochę (...), zanim można było też tą pop kulturę zobaczyć też w Internecie. Tak jak mówiłem, że chyba żadna instytucja nie była tak przygotowana, żeby nagle móc po tygodniu stwierdzić, że już jesteśmy w internecie.

[36–65 lat, Kraków, FGI]

Okres dezorientacji i stagnacji w sferze potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze dla jednych był krótszy, inni potrzebowali więcej czasu, by się oswoić z sytuacją. Niezależnie od tego, jak stwierdził jeden z uczestników badania, ostatecznie

wszyscy poszliśmy w kierunku internetu, bo nie było innego wyjścia.

[36–65 lat, Puławy i okolice, FGI]

Badani w pierwszej kolejności skupili się na korzystaniu z form, które były im znane przed pandemią. Sięgali zatem najczęściej po treści dostępne na YouTube (filmy, stand-upy, nagrania z wywiadów czy koncertów), wykupili dostęp do płatnych platform streamingowych (Netflix czy HBO GO) oraz zaczęli intensywniej korzystać z mediów społecznościowych.

Wraz z przedłużaniem się stanu epidemii aktywności kulturalne dość szybko zaczęły odgrywać ważniejszą rolę. Wczesna faza pandemii, po początkowej nerwowości,

naznaczona była doświadczeniem nadmiaru wolnego czasu. Uczestnictwo w kulturze w tym okresie miało dwie zasadnicze funkcje:

- ◆ zabicie czasu, którego było znacznie więcej na skutek ograniczenia innych aktywności, oraz
- ◆ dostarczenie rozrywki pozwalającej rozładować napięcie wynikające ze społecznej izolacji.

Zacząłem w pierwszej kolejności oglądać stand-upy, filmy i nawet jakieś stare kabarety, które już oglądałem. W pewnym momencie już zaczęło tego brakować, żeby po prostu wypełnić ten wolny czas.

[18–35 lat, Piotrków Trybunalski i okolice, FGI]

Był czas na oglądanie filmów i seriali (stąd wzrost popularności platform streamingowych), był czas na scrollowanie Instagrama czy YouTube'a, był także czas na odkrywanie zupełnie nowych dla siebie aktywności (takich jak wizyty w wirtualnych muzeach). Był to też okres, w którym badani zaczęli podejmować nowe działania niebędące kontynuacją tych znanych już wcześniej.

Zmiany aktywności kulturalnej

Zmiany aktywności kulturalnej w tym okresie miały charakter dynamiczny i wielowymiarowy. Nie można mówić przy tym jedynie o przeniesieniu działań kulturalnych do internetu, a więc o prostej zmianie kanału odbioru.

Jednocześnie trzeba pamiętać, że dla wielu odbiorców kultury nie była to rewolucja: można myśleć o niej raczej jako o (co prawda dramatycznej i bardzo silnej) zmianie proporcji treści odbieranych za pomocą internetu i na żywo. Treści dostępne na żywo – przynajmniej w początkowej fazie pandemii – nie tyle przeniosły się do internetu, co zostały zastąpione treściami cyfrowymi.

Myśląc o zmianach aktywności kulturalnej w tym okresie, trzeba zwrócić uwagę na kwestie:

- ◆ całkowitego wygaszenia jednego z kanałów odbioru treści kulturalnych, który dla wielu osób był głównym i preferowanym sposobem ich przyjmowania;
- ◆ intensyfikacji działań podejmowanych już wcześniej w związku z nadmiarem wolnego czasu; zdecydowanie częściej i dłużej korzystano z mediów społecznościowych (szczególnie z Facebooka czy YouTube'a) i z platform streamingowych (takich jak Netflix czy HBO GO);
- ◆ rozszerzania „diety” kulturalnej pod względem treści: dla wielu rozmówców sięganie po to, co znane sprzed pandemii, okazało się w pewnym momencie niewystarczające; te osoby poszukiwały raczej nowych treści z obszaru ich zainteresowań niż zupełnie nowych aktywności kulturalnych; korzystając z coraz szerszej oferty kulturalnej online, niektórzy uczestnicy dotarli do nowych treści, poznali twórczość nowych artystów, uczestniczyli w wydarzeniach organizowanych przez nieznane dotąd sobie instytucje kultury; warto podkreślić jednak, że nowych wykonawców czy nowych twórców poznała w ten sposób relatywnie zaledwie niewielka część badanych;

- ◆ rozpoczęcia nowych form aktywności kulturalnej, jak spotkania z artystami, spotkania autorskie i podróżnicze, oglądanie filmów, słuchanie podcastów, streaming gier online.

W celu znalezienia interesujących treści badani korzystali z kanałów ogólnych: mediów społecznościowych (Facebook, Instagram), wyszukiwarki Google, YouTube'a, a także specjalistycznych: pośredników sprzedaży biletów, lokalnych instytucji, lokalnych mediów.

Warto wspomnieć, że osoby najmłodsze, intensywnie korzystające z mediów społecznościowych, w znacznej mierze polegają na poleceniach, które podsuwają im algorytmy Facebooka czy YouTube'a. Badani z tej grupy zdecydowanie rzadziej niż inni samodzielnie wyszukują interesujące dla nich treści kulturalne.

Na YouTube jak się ma profil, subskrybuje się różne kanały, więc te filmiki z automatu też się pojawiają. To czym się interesujemy i nasze upodobania.

[16–24 lata, Kraków, FGI]

Nie, ja raczej aktywnie nie wyszukuję, tylko jeżeli były reklamy, czy konta, które obserwuję to kilka razy dziennie przeglądam, codziennie przeglądam Instagrama, więc po prostu jestem na bieżąco z takimi rzeczami. Ale aktywnie wtedy raczej nie szukałam.

[16–24 lata, Koszalin, FGI]

Kolejne etapy

Początek pandemii można określić jako czas niepewności, a następnie intensywnego szukania interesujących treści i aktywnego uczestnictwa w kulturze online. Po pewnym okresie część odbiorców poczuła rozczarowanie i znużenie tą formą dostępu do kultury. Rozczarowanie, ponieważ oferowane działania online nie były w stanie zastąpić wydarzeń odbywających się w realu, nie angażowały w podobny sposób, nie wywoływały porównywalnych emocji. Na poczucie znudzenia z pewnością wpłynęła ponadto frustracja wynikająca z przedłużającej się izolacji. Zdaniem badanych w pewnym momencie nastąpiło zalanie treściami kulturalnymi – pojawiało się ich zbyt dużo.

Podczas gdy w początkowym okresie problematyczne było znalezienie interesujących treści, na kolejnym etapie wyzwaniem okazywała się ich selekcja. Subskrybowanie kanałów, śledzenie różnych profili, zapisywanie się do newsletterów skutkowało pojawianiem się zaproszeń i informacji o organizowanych wydarzeniach na każdej platformie.

Bardzo precyzyjnie wybierałam, co chcę zobaczyć, bo był zalew tego wszystkiego. Rozumiem, że ludzie kultury w ten sposób próbowali ratować swój byt, więc tego było bardzo dużo i warto było precyzyjnie znaleźć coś co mnie zadowoli.

[36–65 lat, Radom, FGI]

Na skutek intensywnego uczestnictwa w kulturze online niektórzy badani mieli poczucie, że „obejrżeli już wszystko, co ich interesowało”. Wiązało się to z pewnym

wysyceniem nowymi treściami. Respondenci ci zaczęli ograniczać się do uczestnictwa w ulubionych aktywnościach.

I takie wyszukiwanie interesujących mnie rzeczy w moim przypadku trwało trzy, cztery miesiące, a później mi się to znudziło.

[36–65 lat, Radom, FGI]

Powrót do aktywności offline

Poczucie przesytu treściami internetowymi wzmocniło tęsknotę uczestników za sytuacją sprzed pandemii. W momencie znoszenia kolejnych obostrzeń sanitarnych odbiorcy kultury chętnie wracali do aktywności sprzed COVID-19. Można nawet zauważyć pewien wzrost zainteresowania aktywnościami kulturalnymi: uczestniczyli w wydarzeniach, na które w normalnych warunkach by się nie zdecydowali z powodu dużej odległości czy kosztów – ich główną motywacją w tym wypadku jest strach przed kolejnym lockdownem i ponownym brakiem możliwości wzięcia udziału w aktywnościach w realu.

Wśród publiczności można zidentyfikować dwie grupy: osoby uczestniczące tyle samo co przed pandemią, a nawet więcej oraz osoby ostrożnie wracające do dawnej aktywności, wciąż obawiające się większych zgromadzeń. Nie było jednak respondentów, którzy całkowicie powstrzymywaliby się od udziału w wydarzeniach kulturalnych na żywo.

Ja mam wrażenie, że chcę jeszcze bardziej, dlatego że się boję, że niedługo znowu zamkną i chcę się nachapać tych wydarzeń z obawy przed tym, że znowu będziemy zamknięci i zostanie mam tylko online. Mam wrażenie, że mam jeszcze większą potrzebę niż przed, ale to jest spowodowane strachem przed, że za chwilę [znów] będziemy mogli korzystać z tego tylko online.

[18–35 lat, Gdańsk, FGI]

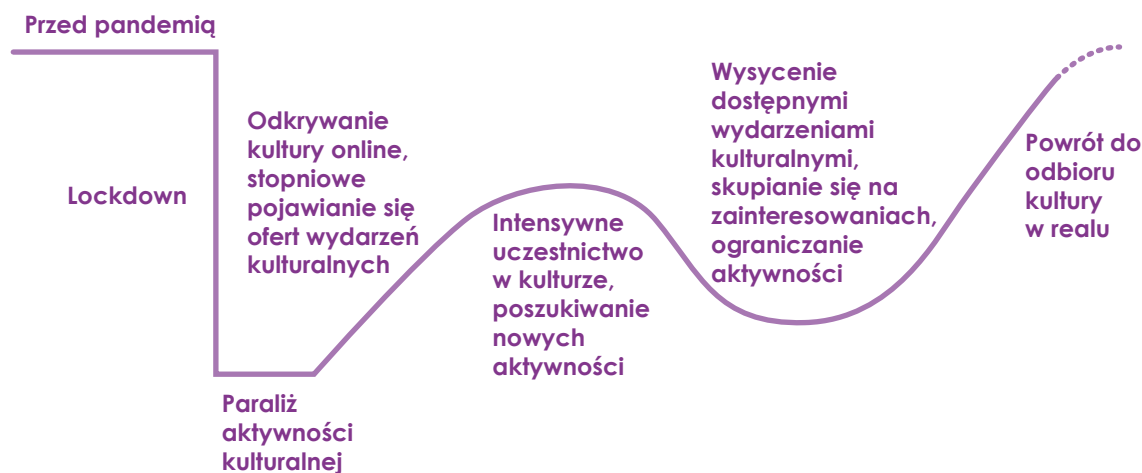
W związku ze wzmożoną chęcią uczestnictwa w różnych wydarzeniach kulturalnych badani, zwłaszcza z większych ośrodków miejskich, zauważyli, że pojawiły się problemy z zakupem biletów do teatrów oraz na koncerty. Nie dotyczy to jednak kin, do których zniechęcać może wstrzymanie dystrybucji interesujących filmów premierowych oraz fakt, że część osób stworzyła sobie „małe kina” w domu, zaopatrując się w niezbędny sprzęt, na przykład dobre głośniki.

Pomimo chęci powrotu do udziału w aktywnościach offline zauważyć należy, że pewne nawyki dotyczące odbioru kultury online pozostały. Badani nie zrezygnowali z subskrypcji streamingowych (takich jak Netflix, HBO GO, Spotify), aktywnie korzystają z mediów społecznościowych, słuchają podcastów i audiobooków. Część z nich twierdzi, że będzie nadal zwiedzać wystawy i muzea online, zwłaszcza te, do których nie mają możliwości dotrzeć osobiście. Kilka osób zadeklarowało, że z tych samych powodów pozostanie z nimi nawyk uczestniczenia w spotkaniach autorskich oraz w niektórych warsztatach.

Charakterystyka etapów aktywności kulturalnej w trakcie pandemii

Etap	Aktywność	Dominujące emocje	Wyzwania
Początek lockdownu	Brak	Niepokój	Pozakulturalne
Wczesny lockdown	Intensywna, głównie podobna do wcześniejszej aktywności online	Znudzenie, potrzeba rozrywki	Zabicie czasu, odkrywanie nowych treści
Długotrwały lockdown	Podobna do wcześniejszej i nowa	Rozczarowanie, znużenie	Selekcja
Znoszenie obostrzeń	Powrót do aktywności offline	Zachłanność, obawa	Nadrobienie aktywności, zachowanie ostrożności

Rysunek 1. Uczestnictwo w kulturze w czasie pandemii (zainteresowanie oraz ilość poświęcanego czasu)



Źródło: opracowanie własne na podstawie FGI z uczestnikami kultury online

Doświadczenie odbioru kultury online

Udział w wydarzeniach online tylko częściowo satysfakcjonował odbiorców. Przed pandemią badani cenili w uczestnictwie w kulturze przede wszystkim nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów społecznych, odświeżoną atmosferę, możliwość oderwania się od codzienności; niektórzy oczekiwali ponadto treści skłaniających do refleksji czy poszerzających horyzont. Uczestnicząc w wydarzeniach online, badani odczuwali niedosyt niemal we wszystkich tych wymiarach.

Uczestnikom kultury online brakowało przede wszystkim:

- ◆ kontaktów towarzyskich, wyjść z przyjaciółmi; kultura online może mieć też wymiar wspólnotowy (zob. niżej), nie jest on jednak substytutem spotkania w realu;
- ◆ wspólnotowości odbioru, doświadczania jej razem z innymi:

(...) zupełnie inaczej wygląda odbiór spektaklu w teatrze, kiedy ten kontakt z aktorem i z drugim widzem jest, kiedy człowiek czuje jak inni ludzie to odbierają, bo to się czuje.

[36–65 lat, Kraków, FGI]

- ◆ możliwości spotkania osób o podobnych zainteresowaniach:

Bardzo lubię brać udział w różnych festiwalach i wydarzeniach, które wokół festiwali się odbywają. Tam jest mnóstwo fajnych ludzi, z którymi można porozmawiać na temat czegoś co cię interesuje (...). [L]udzie, którzy wokół kultury się kręcą, zwykle nie znajdują się tam przez przypadek, więc warto z nimi rozmawiać.

[36–65 lat, Radom, FGI]

- ◆ oderwania się od życia codziennego: „wyszalenia się” lub przeciwnie – „wyciszenia od bieganiny”:

[W]ybawić się, wyszaleć się, wytańczyć się, raz w miesiącu i zrelaksować się w ten sposób. Pewna forma odmóżdżenia się, relaks, zostawienie wszystkiego za bramą klubu.

[18–35 lat, Gdańsk, FGI]

Taki bezpośredni kontakt z kulturą, czy to idziemy na koncert czy do muzeum na wystawę pozwala nam się oderwać od rzeczywistości, wyciszyć się, skupić. Stanę nad obrazem, popatrzę, nikt nic ode mnie nie chce, o niczym nie myślę, nie myślę o obowiązkach domowych, nic mnie nie oderwie od tego kontaktu ze sztuką w danej chwili. Więc taki bezpośredni kontakt ze sztuką pozwala nam się wyciszyć, zrelaksować, oczyścić umysł i tak jak mówię, że uspokoić nas wewnątrz od tego codziennego zabiegania.

[36–65 lat, Kraków, FGI]

- ◆ odświeżności wyjść i wyjazdów:

Oczekiwanie i przygotowanie się, bo wiadomo, że trzeba się dobrze ubrać do teatru, elegancko (...). Widzisz też innych ludzi ubranych elegancko i cała ta otoczka jest zupełnie taka oddziałująca na zmysły – człowiek zupełnie inaczej odbiera to, co na co przyszedł – na tą sztukę, na to przedstawienie, na to wydarzenie.

[36–65 lat, Kraków, FGI]

- ◆ atmosfery – odbioru kultury wszystkimi zmysłami, na przykład zapachu teatru, dotyku eksponatów, posmakowania potraw, poczucia basów w całym ciele na koncertach;

- ◆ bezpośredniego kontaktu z twórcami:

Ja to w ogóle lubię jak aktor, prowadzący i performer, wchodzi w interakcję ze mną i ja z nim (...). Po koncercie podejść, uścisnąć rękę i powiedzieć – „Naprawdę było mega super”.

[18–35 lat, Piotrków Trybunalski i okolice, FGI]

Zmiana formy odbioru kultury wiązała się z szeregiem problemów. Zdaniem badanych problematyczna jest sama koncepcja przenoszenia aktywności ze świata realnego do internetu. To różne środowiska wymagające odmiennej formy i treści.

Do internetu są dobre te, które zostały wynalezione do internetu. A nie te co zostały potem przeniesione, bo do tego zmusiła nas rzeczywistość.

[36–65 lat, Puławy i okolice, FGI]

Niektórych działań, zdaniem respondentów, nie udało się z powodzeniem przenieść. Próby zastępowania ich cyfrowym ersatzem były z góry skazane na niepowodzenie. Dotyczy to na przykład festiwali muzycznych oraz innych wydarzeń plenerowych (takich jak teatry uliczne, wystawy kwiatów i zwierząt, jarmarki, festyny). W ich przypadku przeniesienie jedynie treści prowadzi do całkowitego zniekształcenia danej aktywności:

Najciężej festiwale kilkudniowe zastąpić, bo jeszcze pojedyncze koncerty przypuścimy, że można obejrzeć z jakiegoś streamingu, chociaż wiadomo, że to nie jest to samo (...) co mam sobie namiot rozbić na środku salonu i udawać, że jestem?

[18–35 lat, Lublin, FGI]

Problemy wskazywano nawet w przypadku tych wydarzeń, które udawało się przenieść do przestrzeni cyfrowej. Najczęstszym była trudność z utrzymaniem uwagi i zaangażowaniem się w aktywność odbieraną za pomocą mediów elektronicznych. Pojawia się bardzo wysokie ryzyko rozproszenia. Szczególnie dotyczy to koncertów, spektakli teatralnych i operowych. Ich odbiór w warunkach domowych był znacznie trudniejszy niż w sali koncertowej czy teatralnej.

Zaangażowaniu nie sprzyja świadomość, że uczestnictwo w wydarzeniu można w każdym momencie przerwać, a później do niego wrócić.

To też jest taka proza życia, że jak zadzwoni nam telefon w trakcie to możemy zastopować i potem do tego wrócić, a będąc w kinie (...), w teatrze, w operze czy na koncercie nie wyjdziemy ot tak i wrócimy za pół godziny, bo jednak coś nam umknie. Więc to zaangażowanie może nam spadać do bardzo niskiego poziomu.

[18–35 lat, Kraków, FGI]

Na zaangażowanie bądź jego brak mają wpływ warunki techniczne zarówno po stronie organizatora, jak i odbiorcy. Złe warunki odbioru (słaby zasięg internetu, nieodpowiednie nagłośnienie, słaba jakość dźwięku i obrazu, nieatrakcyjny sposób ustawienia kamery), często występujące szczególnie na początku pandemii, zdecydowanie negatywnie wpływają na odbiór wydarzeń kulturalnych.

Utrzymanie zaangażowania w przypadku wydarzeń online zawsze będzie trudniejsze niż na żywo, można jednak przedsięwziąć środki zapobiegające dryfowaniu uwagi. Jednym z nich jest zaangażowanie finansowe. Decyzja o rezygnacji z udziału w wydarzeniu wydaje się trudniejsza, jeśli wiąże się to z utratą już wydanych pieniędzy. Trzeba jednak pamiętać, że niełatwo rozdzielić skutek i przyczynę, z drugiej bowiem strony odbiorcy kultury są skłonni płacić jedynie za te wydarzenia, które szczególnie ich interesują. Czynnikiem pozwalającym na zwiększenie zaangażowania i utrzymanie uwagi jest także wyjątkowość wydarzenia, co w przypadku działań internetowych oznacza przede wszystkim niepowtarzalność – brak możliwości odtworzenia nagrania w innym terminie. Świadomość, że treść można odebrać tylko w konkretnym czasie zdecydowanie zwiększa motywację do poświęcenia jej uwagi. Oczywiście działania kulturalne, by zaangażować odbiorców, muszą też umożliwiać kontakt z innymi (interakcja, bycie w grupie), wzbudzać emocje i mieć interesującą treść.

Wymiar społeczny kultury online

Wymiar społeczny odbioru kultury online jest bardzo ważny, zarówno w sferze nawiązywania relacji z artystą/przewodnikiem/autorem, jak i innymi uczestnikami zdarzenia. Część odbiorców kultury (zwłaszcza młodszych) twierdziła, że lubi uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych indywidualnie. Zazwyczaj okazywało się jednak, że także w ich działaniach wymiar społeczny był istotny, chociaż manifestował się w odmienny sposób. Te osoby na bieżąco lub po fakcie wymieniały się opiniami dotyczącymi wydarzenia z bliskimi osobami (przyjaciółmi, rodzeństwem) i polecały je znajomym.

Jak był pierwszy lockdown, to mieliśmy taką formę, może kojarzycie – Netflix party. Robiliśmy sobie takie wspólne wieczorki filmowe z Netflixem oglądając naraz to samo.

[16–24 lata, Kraków, FGI]

I gdzieś tam na Instagramie jak coś zobaczę to od razu wysyłam do kilku koleżanek i one też podsyłają mi różnych artystów. Także bardzo często. Jak widzę coś fajnego to tak.

[16–24 lata, Koszalin, FGI]

Niektórzy badani aktywnie uczestniczyli w wydarzeniach online, komentując je. Dawą to satysfakcję szczególnie podczas transmisji na żywo – fani na bieżąco mogli się wymieniać opiniami i na przykład kibicować artystom czy sportowcom. Przy bardziej kameralnych wydarzeniach, ku zadowoleniu odbiorców, artyści często czytali komentarze i odnosili się do nich. Nawet ci odbiorcy, którzy – chociażby ze względu na cechy charakteru – nie uczestniczą aktywnie w dyskusji, zawsze czytają komentarze. Jest to więc sposób na zaangażowanie publiczności.

Czas i miejsce odbioru treści

Ogólną ocenę aktywności kulturalnej online utrudnia fakt, że treści te – w zależności od ich charakteru – odbierane są w bardzo odmienny sposób i w różnych okolicznościach. Działania, które angażują mniej zmysłów i wymagają mniejszego skupienia uwagi (na przykład podcasty, wywiady czy słuchanie muzyki), często są odbierane podczas wykonywania innych czynności: w trakcie jazdy samochodem, spaceru, sprzątnięcia czy gotowania. Takie treści najczęściej są odtwarzane na telefonach. Mają zazwyczaj charakter rozrywkowy. Działania, które wymagają większego skupienia uwagi, ale które można w każdym momencie przerwać bez szkody w odbiorze, odbierane są z reguły na komórce lub na laptopie, o każdej porze dnia, na przykład podczas przerwy w pracy, podczas czekania w kolejce lub na autobus, ale również po przebudzeniu i przed snem. Dotyczy to raczej krótkich form, takich jak treści udostępniane w mediach społecznościowych: wpisy, filmiki, zdjęcia. Uczestnictwo w tej formie angażuje zmysł wzroku, czasem słuchu, a przede wszystkim zajmuje ręce. Działania, które wymagają dużej koncentracji, absorbują intelektualnie, są zazwyczaj odbierane w godzinach wieczornych i nocnych na większym ekranie niż ekran telefonu. Należy do nich oglądanie filmów, spektakli teatralnych czy operowych, zwiedzanie muzeów oraz udział w warsztatach i szkoleniach.

Wydarzenia odbierane w sposób asynchroniczny (nagrane i udostępnione) uczestnicy najczęściej odtwarzali samotnie, w późniejszych godzinach nocnych, często już leżąc w łóżku – ich zdaniem jest to czas, gdy nic nie rozprasza ich uwagi i mogą się skupić na oglądanych treściach. Korzystali przy tym zwykle z laptopa lub telefonu.

Najlepiej lubię wieczorem, kiedy już mam wszystkie tematy i obowiązki pozamykane, wtedy najlepiej się lubię położyć, zresetować, w łóżku po prostu, to może źle brzmie, ale zasypiam z laptopem w łóżku praktycznie.

[18–35 lat, Warszawa, FGI]

Wydatki na kulturę w czasie pandemii

Wszyscy badani ocenili, że wraz z nastaniem lockdownu właściwie przestali wydawać pieniądze na wydarzenia kulturalne. W tym czasie korzystali przede wszystkim z treści darmowych. Pierwszym wydatkiem kulturalnym w okresie pandemii często był dostęp do płatnych platform streamingowych (takich jak Netflix, HBO GO czy Player).

Niektórzy odbiorcy byli skłonni wydawać pieniądze na wydarzenia online, ale były to wyraźnie niższe sumy niż w przypadku aktywności na żywo. Poza treściami dostępnymi w serwisach streamingowych płacono przede wszystkim za wydarzenia jednorazowe, niepowtarzalne, niedostępne w żaden inny sposób. Niektórzy odbiorcy kultury wchodzili także w rolę mecenasów: wydając pieniądze na kulturę, mieli na uwadze potrzebę wsparcia finansowego artystów i znanych sobie instytucji. Mieli poczucie, że to właśnie od nich w dużej mierze zależy przetrwanie sektora kultury. W tych przypadkach gotowość do zapłacenia za aktywności kulturalne nie była powiązana z oceną ich wartości, którą często oceniano nisko.

Warto zaznaczyć, że badani zdecydowanie chętniej byli skłonni płacić za aktywności, za które płacili już przed pandemią: dostęp do platform streamingowych, warsztaty, szkolenia czy webinaria. Znacznie bardziej sceptycznie podchodzili do wydawania pieniędzy na działania kulturalne przeniesione online (na przykład nagrania koncertów czy spektakli teatralnych), twierdząc, że ten odbiór nie jest wystarczająco satysfakcjonujący.

Czynnikami, które zniechęcają do wydawania pieniędzy na aktywności kulturalne w internecie, są przede wszystkim niska ocena ich jakości w porównaniu z wydarzeniami na żywo, a także powtarzalny charakter – możliwość zwielokrotniania, nieograniczonej dystrybucji. Płatna kopia nie wnosi żadnej wartości dodanej w zestawieniu z treściami dostępnymi za darmo.

Wydawanie pieniędzy na koncert online to jest takie trochę... no mam mieszane uczucia no ze względu na to, że tylko to oglądamy, a za tydzień, za 2 może ktoś udostępni ten filmik z koncertu na YouTube, po prostu będzie można go obejrzeć za darmo, a to nie zastąpi prawdziwego koncertu (...). Ja na przykład nie korzystałem z takich odpłatnych koncertów i raczej nie żałuję tego, bo to jest tylko i wyłącznie nagranie. Więc jeżeli jest to nagranie to czemu za nie płacić.

[18–35 lat, Skierniewice i okolice, FGI]

PERSPEKTYWA TWÓRCÓW

Wybuch epidemii w Polsce wymógł na artystach całkowitą zmianę dotychczasowych planów. Z ich opowieści wyłania się obraz czasu naznaczonego niepokojem.

Dobrze ilustrują to przykłady dwójki artystów, w których życiu zawodowym pojawiła się nagle pustka. Pierwszym z nich jest muzyk, perkusista z wieloletnim stażem, którego praca wcześniej odznaczała się spokojną regularnością.

[Z]awsze wiedziałem do pół roku wprzód mniej więcej, ile będę miał koncertów (...). A tutaj od początku roku jest absolutna cisza. Wydaje mi się, że większość instytucji tak naprawdę czuła, że może się wydarzyć jakaś dziwna sytuacja.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Kolejna respondentka – fotograficzka – przygotowywała się do wernisażu własnej wystawy. Przygotowania były już na zaawansowanym etapie: plakaty wydrukowane, zaproszenia rozestane.

No przede wszystkim miałam wyznaczoną datę wystawy, wernisażu (...), no i oczywiście się nic nie odbyło. Były wydrukowane plakaty, zaproszenia no i nagle wszystko zostało zablokowane i koniec. No więc to już był taki pierwszy taki dotkliwy cios (...) miałam mieć wernisaż w marcu, ostatecznie on się przesunął na wakacje i na wrzesień.

[Fotograficzka, 46 lat, IDI]

Od początku pandemii twórcy rozpoczęli aktywność artystyczną w zmienionych warunkach. Sukcesywnie pojawiała się też oferta kulturalna różnych podmiotów. Instytucje, takie jak muzea, teatry, domy kultury czy biblioteki, stosunkowo szybko przeniósły swoje działania do internetu. Presja z tym związana wynikała z jednej strony z zapotrzebowania na treści kulturalne wśród odbiorców, a z drugiej – z konieczności finansowania samych instytucji oraz utrzymania ich pracowników.

Doświadczenie twórców jest diametralnie odmienne od doświadczenia odbiorców, szczególnie w początkowej fazie COVID-19. Podczas gdy dla odbiorców kultury był to czas pewnego uśpienia związanego z niepokojem i odłożeniem potrzeb kulturalnych, dla twórców był to okres wzmożonej aktywności. Przystawienie się na inny sposób upowszechniania efektów własnej pracy wymagało wiele wysiłku.

Doświadczenie pandemii

Pandemia zastała artystów w różnych sytuacjach życiowych i w różnym stopniu ich zaskoczyła. Początki były dla wielu twórców okresem prób i błędów.

Część artystów, którzy mogli sobie na to pozwolić, czasowo wycofała się z życia zawodowego. Inni weszli w okres pandemii w sposób łagodny – siłą rozpędu, kończąc rozpoczęte projekty. Niektórzy jednak z dnia na dzień zostali praktycznie bezrobotni i pozbawieni dochodów.

[Z]nam historię ludzi, którzy powracali do domów rodzinnych, bo ich nie było stać, żeby mieszkać dalej w Warszawie, czy wynajmować gdzieś mieszkanie, czy zwyczajnie przeżyć z tego, co im się udało uciuć.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Niemal każdy z naszych rozmówców miał wśród znajomych osoby, które przez pandemię musiały zrezygnować z dotychczasowego życia i wrócić do swoich domów rodzinnych lub podjąć pracę znacznie poniżej kwalifikacji. Dotyczy to głównie młodych artystów, dopiero rozpoczynających karierę. Nie mieli zgromadzonego odpowiedniego kapitału finansowego i społecznego, by w tej trudnej sytuacji się utrzymać.

Miałem kolegę, co skończył wydział teatru i tańca w Bytomiu. I zaczął pracę zawodową, nagle pandemia, wszystko mu ucięło, musiał wrócić do domu, do mieszkania ze swoją mamą, bo nie był w stanie się utrzymać. Trudno mu było wrócić do jakiegokolwiek pracy i od miesiąca pracuje na Orlenie.

[Aktor, 31 lat, IDI]

Pozbawieni dochodu twórcy często potrafili relatywnie szybko przeformułować swoją działalność. Dwudziestokilkuletni aktor zaczął dodatkowo pracować jako dziennikarz radiowy. Scenarzystka podjęła pracę ghostwriterki.

Wzięłam pod uwagę, że mogę też robić inne rzeczy związane z pisaniem (...). Przez tę pandemię doszłam do wniosku, że jednak trzeba przesunąć tę szalę troszeczkę na inne tory, zdywersyfikować jakby moje źródła dochodu (...). A że mam wrażenie, że nagle wszyscy zaczęli pisać e-booki, a mam akurat taką zaprzyjaźnioną agencję reklamową, która to graficznie ubierała, a dużo osób się do niej właśnie zgłaszało, że chcą ten e-book, natomiast tekstowo nie bardzo sobie radzą.

[Scenarzystka, 47 lat, IDI]

Niektórzy, poszukując alternatywnych źródeł dochodu, zwracali się ku działalności pozaartystycznej – wykonywanej wcześniej lub zupełnie nowej. Pandemia zmusiła część artystów do podjęcia pracy, której w innych warunkach by nie przyjęli. Dotyczyło to nawet tych, którzy przed pandemią mieli poczucie bezpieczeństwa finansowego.

Miałam kiedyś firmę, która zajmowała się pracami na wysokościach (...) i szczerze mówiąc, musiałam do tego trochę wrócić (...). Bo przed pandemią miałam płynność finansową, nie miałam żadnego problemu, żeby się utrzymać właśnie z fotografii, a oprócz tego żeby realizować projekty. (...) zdecydowaną większość klientów straciłam, bo ludzie bali się spotykać, zresztą jak był lockdown to w ogóle było wykluczone.

[Fotograficzka, 46 lat, IDI]

Z racji tego, że mam na utrzymaniu dzieci i nie jestem w stanie funkcjonować bez zarabiania pieniędzy, to musiałem coś zrobić. Zdarzało mi się przez ostatnie miesiące brać prace takie, że szedłem na budowę, brutalność po prostu życia. Mimo tego, że od kilkunastu lat moja pozycja była niezachwiana, miałem dwie

nogi stabilne, zarobki były bardzo wysokie, to jednak pandemia bardzo mocno uderzyła we mnie i obcięła mi dwie nogi na raz.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

Zdarzały się również osoby, które rozszerzenie swoich działań na aktywności pozaartystyczne oceniały bardzo pozytywnie.

Ja uważam, że ta pandemia na mój samorozwój wpłynęła doskonale. Doskonale. Ja się nigdy w życiu tak nie rozwinąłem jak przez tą pandemię, bo można było robić wszystko, na co się miało ochotę, na co kiedyś nie miało się czasu. Hoduję kury, hoduję króliki, hoduję pszczoły, robię przetwory i jakoś sobie z tego żyłem. I nie ukrywam, że nawet teraz jeszcze z tego żyję, także człowiek się rozwija.

[Muzyk, 42 lata, IDI]

Czas pandemii okazał się dla niektórych twórców szansą na realizację odkładanych wcześniej projektów.

Właśnie siłą rzeczy przez to, że tego czasu było więcej, a nawet bym powiedziała dużo więcej, bo się nic innego nie działo, to wróciłam do tej fazy bujania w obłokach. Czyli stwierdziłam, że może warto teraz ten czas wykorzystać na te wszystkie projekty, które były odkładane.

[Scenarzystka, 47 lat, IDI]

Również pod względem artystycznym część twórców ocenia ten czas pozytywnie. Szczególnie osoby, które wcześniej żyły bardzo intensywnie, nierzadko przemieszczając się przez większość roku z miejsca na miejsce, w momencie lockdownu znalazły czas na refleksję, podsumowanie swoich działań, zajęcie się projektami, które były długo przez nie odkładane. Izolacja w ich przypadku była czynnikiem pozytywnym, wspierającym działalność artystyczną.

Determinowała to jednak sytuacja życiowa. Trzeba pamiętać, że nie każdy artysta mógł znaleźć w pandemii odpowiednie warunki do tworzenia. Dla wielu lockdown był czasem zamknięcia w ramach codziennych trosk, obaw o zdrowie własne i rodziny, braku przestrzeni na pracę kreatywną.

Zamknięcie instytucji kultury miało także wpływ na dynamikę pracy grupowej. Ten ostatni czynnik wskazywany był głównie przez muzyków. Dla wielu z nich wyjazdy są istotną składową praktyki artystycznej.

Jak wyjeżdżaliśmy na występy i byliśmy poza domem, to dużo rzeczy się tworzyło poza domem na wyjazdach. Byliśmy poza rodziną, co czasami dla tego typu działalności ma duże znaczenie, to było dobre dla higieny psychicznej takie wyjeżdżanie z domu i obcowanie z kolegami z zespołu. Dużo rzeczy się tworzyło na wyjazdach.

[Kabareciarz, 40 lat, IDI]

Część środowiska artystycznego doświadczyła w tym okresie mocno obniżonego nastroju, a nawet depresji.

Dla niektórych to jest bardzo produktywnie, bo mają czas, żeby nagrać na przykład nowe piosenki, a dla niektórych to jest taki moment, w którym siedzą,

patrzę w sufit i mówią: Kurczę, jest beznadziejnie, już sobie nie poradzę, tylko sznurek do snopowizałki i koniec. Wielu artystów, z którymi ja rozmawiam przeszło przez depresję, naprawdę bardzo, bardzo dużo artystów, 60–70% artystów, których ja znam.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

Stypendia i pomoc państwa dla artystów

Aby wspomóc twórców w czasie pandemii, organizowane były instytucjonalne działania pomocowe, stypendia, zapomogi, dofinansowania. Część twórców zaczęła z nich korzystać niemal od razu, inni w późniejszym czasie, niektórzy jednak (często z przyczyn formalnych) nie mieli na to szans.

Pomoc ze strony państwa, w opinii artystów, nie dotarła do wszystkich potrzebujących. Dostały ją jedynie osoby, które pod względem formalnym działają w sektorze kultury – zatrudnione na etatach, mające zarejestrowaną odpowiednią działalność gospodarczą (właściwy kod PKD). Trzeba pamiętać, że twórcy są grupą bardzo zróżnicowaną ze względu na status zawodowy. Często działalność artystyczna jest realizowana na podstawie umowy cywilnoprawnej, niektórzy zatrudnieni są na etacie artystycznym (lub jego części), a czasem prowadzą też jednocześnie działalność w innej branży, niezwiązanej ze sferą kultury. Dla wielu działalność artystyczna nie jest głównym źródłem dochodu.

Artyści uczestniczący w badaniu korzystali z różnego rodzaju pomocy: zapomóg z Narodowego Centrum Kultury, programu „Kultura w sieci”, zapomogi ze STOARTU, stypendiów Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, grantów tematycznych, stypendiów socjalnych, regionalnych programów grantowych, tarcz ochronnych (w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej). Część z tych funduszy przeznaczona była na działalność artystyczną w czasie pandemii, część zaś na codzienne utrzymanie.

W wielu przypadkach, gdyby nie stypendia i pomoc, twórcy i wykonawcy musieliby znacząco ograniczyć działalność artystyczną. W sytuacji, gdy taka pomoc była, działalność artystyczna, w okrojonym zakresie, była podejmowana. Jednak fundusze w opinii beneficjentów były raczej symboliczne. Nie pozwalały na utrzymanie się bez dodatkowej pracy lub bez korzystania z oszczędności.

W perspektywie roku i utrzymania rodziny to nie są żadne pieniądze, bo one tylko pokrywały jakieś podstawowe nasze potrzeby w postaci opłacenia czynszu, kupna jedzenia, jakby to rozłożyć na cały rok. Natomiast jedynym wyjściem w tym momencie było to, żeby pracować dodatkowo.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Nie wszyscy zdecydowali się podjąć wysiłek konieczny do uzyskania dofinansowania, szczególnie jeśli kwoty dofinansowania były uznawane za relatywnie niewielkie. Większość osób nie miała wcześniejszych doświadczeń związanych z ubieganiem się o dofinansowanie, nie wiedziały one, gdzie szukać informacji ani jak przygotować wniosek. Ważnym źródłem informacji o możliwościach uzyskania dofinansowania były sieci społeczne, czyli inne osoby, którym udało się z tej szansy skorzystać.

Znacznie lepiej niż indywidualni artyści z pozyskiwaniem wsparcia radziły sobie instytucje kultury przyzwyczajone do działania projektowego. Ich pracownicy wiedzieli, gdzie szukać możliwości dofinansowania i jak przygotować wniosek.

Przedstawiciele środowiska artystycznego czuli się systemowo traktowani gorzej niż przedstawiciele innych sektorów gospodarki. Wynikało to zarówno z braku siły lobbingsowej tej grupy zawodowej, jak i specyfiki organizacji życia kulturalnego.

W momencie, kiedy na początku pandemii przy pierwszej fali pojawiły się informacje, że tam są duże zachorowania w kopalniach, wysyłano wszystkich na zwolnienie i kopalnia nie działała, ale wszyscy dostawali pensje (...). Kiedy odwołuje się wydarzenie artystyczne ze względów takich, że została podjęta jakaś uchwała, to jedynymi osobami, które ponoszą tego konsekwencje jesteśmy my plus organizator. I to jest straszne, kiedy organizatorzy sprzedając bilety, płacąc podatek VAT, podatek dochodowy, koncert jest odwołany, oni muszą oddać bilety, ale już podatku nikt im nie zwraca.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Zróznicowanie środowiska i związana z tym fragmentaryzacja w opinii niektórych artystów okazały się szczególnie słabością podczas pandemii – brakowało podmiotów wystarczająco silnych i dobrze zorganizowanych, by broniły środowisk artystycznych i dbały o ich interesy. Sytuację twórców utrudniał fakt, że – jak oceniają – w porównaniu z innymi grupami niełatwo jest im uzyskać wsparcie instytucjonalne. Łączy się to także z częstą wśród artystów nieregularną sytuacją zawodową.

Nie mamy żadnego stałego ładu przy tej pracy. Nie mamy wsparcia, nie mamy ubezpieczenia, ciała prawnego. Jesteśmy w urzędach i w bankach traktowani jako osoby, które nie funkcjonują, nie istnieją.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Niepewność sytuacji epidemicznej

Dużą przeszkodą dla twórców oraz całego środowiska w czasie pandemii była dynamika otwierania i zamykania instytucji kultury, nakładania ograniczeń oraz ich znoszenia. Była ona – z ich punktu widzenia – zupełnie nieprzewidywalna.

Niepewność i ciągła obawa przed zamknięciem objawiały się zarówno wśród indywidualnych twórców, jak i instytucji. Był to czas, w którym artyści musieli pozostawać w ciągłej gotowości, nie tylko na poziomie mentalnym, ale również czysto fizycznym. W przypadku zawodów wymagających nieprzerwanej praktyki (jak taniec, śpiew, granie na instrumentach) oznaczało to konieczność utrzymania dyscypliny codziennych ćwiczeń. Ich cel przenoszony był w nieokreśloną przyszłość. Twórców dopadały zniechęcenie i brak motywacji.

(...) w ogóle w tamtym okresie to było dosyć trudne, ponieważ tancerz powinien być na sali baletowej, na scenie. Powinien cały czas dbać o tę formę, a tu nagle mówią, że zamykają wszystko, że zalecają jednak nie chodzić do tej pracy (...). Więc musieli przeorganizować całą naszą pracę, nasz regulamin wewnętrzny, jak

to powinno wszystko funkcjonować i być (...). Cały czas byliśmy w tej aktywności w tym repertuarze, a taką nadzieją, że jak zaraz otworzą, to żebyśmy byli gotowi.
[Tancerka, 35 lat, IDI]

Respondenci podkreślali, że niepewność oraz cyklicznie pojawiające się ograniczenia związane z pandemią zmusiły organizatorów wydarzeń kulturalnych do unikania ryzyka. Dotyczy to głównie dużych wydarzeń, które są obarczone znacznym ryzykiem, przede wszystkim finansowym. Niektórzy twórcy byli zdania, że nawet w przerwach pomiędzy nasileniami zachorowań nie dano występom scenicznym tyle czasu, ile innym branżom, ani nie wzięto pod uwagę, że organizacja koncertu nie dzieje się z dnia na dzień.

Problem polega na tym, że od momentu, w którym ustawodawca pozwala, żeby grać do momentu, w którym może odbyć się koncert trzeba wykonać dużą pracę ze strony organizatora, żeby ten koncert mógł się odbyć (...).
[O]d momentu kiedy powstała możliwość grania koncertów plenerowych do momentu, kiedy faktycznie można było go zagrać mijają trzy tygodnie.
[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

Tworzenie działań kulturalnych przeznaczonych do rozpowszechniania w internecie

Działania online przed pandemią

Przed pandemią nieliczni badani twórcy podejmowali próby organizacji wydarzeń w internecie. Wielu z nich traktowało sieć głównie jako tablicę ogłoszeń dotyczącą wydarzeń, które będą odbywać się w realu, a także jako kanał promocji swojej twórczości oraz utrzymywania kontaktu z odbiorcami. Działania te były konieczne, ale stanowiły margines ich aktywności. Postrzegali internet jako przestrzeń poboczną wobec swojej „prawdziwej” pracy.

W przypadku artystów cieszących się większą popularnością działaniami online często zajmowali się menadżerowie lub osoby zatrudnione w tym celu.

[W]szyscy muzycy, którzy funkcjonują w tym świecie jako nazwijmy to muzycy zawodowi, wiedzą, że bez komunikacji w sieci też się nie da w żaden sposób funkcjonować. Prowadzę swoje konto na Instagramie, mam kanał na YouTube, na Facebooku też komunikuję o działaniach i wrzucam jakieś rzeczy związane z koncertami i nagraniami. Robię jakieś filmiki, covery, bo to jest normalne. To jest stały element działania każdego z muzyków.

[Perkusista, 37 lat, IDI]

Bez pandemii kultura online, kultura w sieci mieściła się tylko i wyłącznie w przestrzeni komunikacji wydarzeń. Same wydarzenia w sieci się nie odbywały, bo nikt nie miał potrzeby.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

Aktywność internetowa nie była więc dla twórców nowością, ale zmiana w okresie pandemii miała charakter jakościowy. Nie było to jedynie zintensyfikowanie

wcześniejszej działalności. Artyści musieli wdrożyć się do zupełnie nowego, ze swojej perspektywy, sposobu pracy i rozpowszechniania jej efektów.

Wydarzenia online z perspektywy artystów

Z punktu widzenia twórców rzeczywistość internetowa jawi się jako z natury mniej uporządkowana niż działalność w świecie materialnym. Ma to zarówno dobre, jak i złe strony. Zdecydowanie pozytywnym efektem przeniesienia kultury do internetu jest jej większa dostępność. Negatywnych skutków można jednak wymienić więcej: nadmiar treści, rozmycie granicy między profesjonalistami i amatorami (i treściami dobrej i złej jakości), uboższe doświadczenie, stres związany z rejestracją wszystkich materiałów.

Mówiąc o wydarzeniach online, twórcy skupiają się przede wszystkim na potencjale związanym z ich szeroką dostępnością. Jest to postrzegane jako niewątpliwa zaleta i szansa do wykorzystania. Są one otwarte dla osób, które dotychczas, z różnych względów, nie mogły uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych: z uwagi na niepełnosprawność, wykluczenie komunikacyjne, jak również brak pieniędzy lub czasu.

Jednocześnie jednak z tego samego względu wejście do przestrzeni online zwiększa konkurencję pomiędzy poszczególnymi artystami – rozpoczyna się wojna o uwagę. Artyści mają dostęp do szerszej publiczności, ale także odbiorcy mogą wybierać z szerszej oferty niż wcześniej. Twórcy mają poczucie, że przygotowany przez nich materiał ginie wśród nadmiaru konkurencyjnych treści, co może rodzić frustrację.

[M]ożna dotrzeć do dowolnego zakątka świata, ale w wadach jest dokładnie opozycja tego: że ginie się w setkach tysięcy nowych treści postowanych co sekundę.

[Wokalistka, 32 lata, IDI]

Aby się przebić i zdobyć uwagę odbiorców, artyści muszą włożyć wiele wysiłku w działania promocyjne. Czasem wiąże się to z zatrudnieniem profesjonalistów od pozycjonowania w internecie, zdobywania lajków i zasięgów. Oczywiście stać na to tylko niektórych.

I teraz trafić na kogoś to jest kompletna loteria. Jeżeli się nie ma takiego komercyjnego produktu i strategii reklamowej oraz bardzo dużego zapasu finansowego na promocję, bo to trzeba powiedzieć głośno, że rzeczy, które docierają do ludzi, są po prostu opłacone, żeby te zasięgi mieć.

[Wokalistka, 32 lata, IDI]

To, jakie czynniki umożliwiają przebicie się w internecie, jest dla twórców niejasne. Wielu wskazuje na wcześniejszą popularność i znaną markę. Respondenci na ogół nisko oceniali swoje umiejętności promowania się w internecie. Byli też przekonani, że nie są w stanie konkurować z treściami tworzonymi niekoniecznie przez profesjonalistów, ale bardziej „pod publiczność”, na przykład ze śmiesznymi filmikami na YouTube lub z treściami udostępnianymi przez kontrowersyjne osoby.

Pokazuje to, jak zmienia się – w postrzeganiu samych artystów – środowisko, w którym funkcjonują. Wśród twórców panuje przekonanie, że w internecie sprzedaje się kultura

popularna i trudno jest dotrzeć do odbiorców bardziej ambitnych treści. Co więcej, niełatwo trafić za pośrednictwem internetu do nowej publiczności.

W poczuciu rozmówców brak występów na żywo i wyłączna działalność na potrzeby internetu utrudnia również weryfikację, kto jest „prawdziwym” artystą, a kto w sposób zagrażający „autentyczności” wspomaga się technologią. W wątku tym wyraźnie wybrzmiewa potrzeba ustalenia kryteriów profesjonalnej sztuki. Można interpretować to jako chęć obrony własnej pozycji przed zagrożeniem ze strony twórców amatorów.

Ja nie robię niczego, co nie jest prawdziwe. Tak jak zagraliśmy, jak zaśpiewałam, tak to jest postowane (...). Uważam, że trzeba pokazywać prawdziwe umiejętności, a ludzie, którzy ich nie mają, nie powinni występować (...). Ale nie ma takich narzędzi, bo właśnie w internecie jest wolność.

[Wokalistka, 32 lata, IDI]

Internet jest przestrzenią, w której mieszkają się artyści profesjonalni, mniej profesjonalni i ci, którzy tworzą często jednorazowe, przypadkowe treści. Niektórym trudno się pogodzić z tym, że ich działalność nie tylko ginie w ogromnej ilości publikowanych treści, ale też przegrywa z tymi o mniejszej lub żadnej wartości artystycznej. Internet umniejsza znaczenie profesjonalnego przygotowania, zrównując zawodowców i amatorów.

Na pewno minusem jest to morze ludzi, którzy mogą wrzucić do internetu cokolwiek. Ja się nie chce tutaj jakoś wywyższać, ale w tej samej sekundzie profesor muzyki coś wrzuci i discopolowiec. I teraz u discopolowca będą jakieś gołe biusty, a profesor będzie mówił coś ciekawego, a wszyscy będą oglądać te biusty. To jest o niczym, ale się dobrze ogląda.

[Wokalistka, 32 lata, IDI]

Jeśli nawet uda im się dotrzeć do odbiorców, doświadczenie działania offline i online jest nieporównywalne. Artyści sceniczni, publikując w internecie, nie osiągają podobnej satysfakcji jak na scenie. Internet odbiera bowiem twórcy i odbiorcy wyjątkowość związaną z fizycznym spotkaniem i jego specyfiką. Oferując nieprzebraną ofertę, zmniejsza wartość każdego wydarzenia.

A w takim świecie rzeczywistym poza internetem jesteśmy jednak jakimś takim dla wielu osób zjawiskiem wyjątkowym. Nie mówię tego po to, żeby się jakoś dowartościować tylko jest to coś szczególnego, tak samo jak wyjście do teatru jest czymś szczególnym, wyjście na kabaret (...) też jest czymś szczególnym. A internet to jest mnóstwo, wiele rodzajów wszystkiego.

[Kabareciarz, 40 lat, IDI]

Tworzenie treści kulturalnych do internetu jest dla artystów bardziej stresujące niż występowanie na żywo. Mogą one zostać zarejestrowane (nawet jeśli nie przez samych wykonawców, to przez osoby z publiczności) i wtedy są już dostępne na zawsze. Każda pomyłka, każda wpadka może być bez końca reprodukowana.

Wiadomo, że jeśli coś zostaje w internecie to jest obarczone większym stresem.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

DZIAŁANIA KULTURALNE ONLINE

Rodzaje wydarzeń online

Myśląc o kulturze online, trzeba pamiętać, że nie jest to pejzaż jednorodny. Na poziomie analitycznym można wyodrębnić różne kategorie wydarzeń online, w zależności od „organiczności” ich powiązania z formą cyfrową. Można więc mówić o tych, dla których forma internetowa jest przypadkowa i które z powodzeniem mogą odbywać się także w świecie materialnym; o tych, dla których forma internetowa jest funkcjonalna, ułatwia dostęp; i w końcu o tych, które poza internetem właściwie nie mogłyby istnieć.

W związku z powyższym kulturę online można podzielić na trzy typy wydarzeń:

1. Wydarzenia zastępcze organizowane i transmitowane online, ponieważ publiczność nie może w nich uczestniczyć na żywo. Wśród nich można wyróżnić: koncerty, przedstawienia, kabarety i stand-upy, operę, wernisaże oraz warsztaty.
2. Treści kulturalne z dostępem online: zasoby biblioteczne, dostęp do ebooków i audiobooków, streaming filmów i seriali, streaming muzyki. W tej grupie znajdują się również koncerty, przedstawienia, szkolenia i wykłady, pod warunkiem że są udostępnione do ponownego odtworzenia.
3. Formy typowo internetowe, z których korzystano przed pandemią, a które w czasie COVID-19 zyskały na popularności; stworzone do internetu i nieistniejące poza nim, na przykład live z twórcą, przedstawienie na Teamsach, klipy na YouTube, profile na Facebooku i Instagramie, vlogi, streaming gier, podcasty.

Istnieją także wydarzenia trudniejsze do jednoznacznego przyporządkowania. Wydarzenia sportowe, wirtualne zwiedzanie muzeów oraz spotkania autorskie i podróżnicze są działaniami, które należałoby umiejscowić pomiędzy typem 1 a 2. Już przed pandemią ich odbiór online cieszył się powodzeniem, ale nie była to podstawowa forma odbioru.

Typ 1 jest najbardziej charakterystyczny dla początków COVID-19. Typ 2 to treści, w przypadku których internet jest tylko jedną z form dostępu. W pandemii ten rodzaj dostępu zyskał większą popularność. Typ 3 nie funkcjonuje poza internetem. Był on najtrudniejszy do zdefiniowania dla odbiorców, ponieważ korzystają z tego rodzaju działań niemal mimochodem, niekoniecznie traktując to jako działanie kulturalne. Z kolei dla artystów to podstawowa forma działania online.

Rysunek 2 prezentuje wszystkie wskazywane działania kulturalne online, uwzględniając częstość ich wyróżniania przez badanych (im częściej wskazywane działanie, tym większa czcionka).

Rysunek 2. Działania kulturalne online



Źródło: opracowanie własne na podstawie FGI z uczestnikami kultury online

Najczęściej sygnalizowane działania kulturalne online zostaną szerzej omówione w dalszej części niniejszego rozdziału.

Kategoryzacje wydarzeń online

W celu uporządkowania powyższego obrazu badani byli proszeni również o pogrupowanie wymienionych działań, a następnie nazwanie i scharakteryzowanie powstałych kategorii. Miało to posłużyć ustaleniu, w jaki sposób badani myślą o kulturze online, według jakich kryteriów ją oceniają i grupują.

Główne wnioski z kategoryzacji działań kulturalnych online prezentuje poniższa tabela. Należy podkreślić, że wskazane kategorie nie wykluczają się wzajemnie. Źródłem kategoryzacji są sami badani, jest to więc perspektywa emiczna, a nie analityczna typologia. Pozwala zobaczyć, w jakich kategoriach odbiorcy kultury charakteryzują działania kulturalne, jakie podstawowe podziały zauważają.

Dostępność

Działania na żywo (live'y)	Działania nagrane i dostępne cały czas:
<ul style="list-style-type: none"> ◆ przykłady: koncert czy spektakl teatralny transmitowany na żywo, tzw. live – spotkanie z twórcą na platformie społecznościowej ◆ częściej odpłatne ◆ więcej osób uczestniczy jednocześnie w tym wydarzeniu ◆ odbiór synchroniczny (w tym samym momencie spotykają się artyści, organizatorzy i uczestnicy) ◆ duże znaczenie mają dobra organizacja po stronie artystów oraz kwestie techniczne (dobre połączenie internetowe) ◆ uczestnictwo w nich jest częściej planowane niż spontaniczne ◆ są okazją do spotkań i udziału w większym gronie <p><i>Ważne tu jest dobra organizacja i dobre tącze. Bo jak coś stracimy to stracimy i nie możemy tego cofnąć, bo to cały czas będzie leciało (...). Bo ja miałam tak, że jak się włączałam na koncert, to zamiast artysta wcześniej sprawdzić jak to będzie działało i było wiele prób czy mnie słyszać czy nie, to trwało z pół godziny i traciło swój urok. Zmieniał źródła raz to był Facebook, YouTube i to była strata na odbiorze i irytacja.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Poznań, FGI]</p> <p><i>Tak samo online i na żywo zbiera się tłum by obejrzeć koncert, tak samo online wykupuje się miejsce.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Włocławek, FGI]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ przykłady: klip na YouTube, serial dostępny online, koncert zarejestrowany z myślą o umieszczeniu w internecie ◆ częściej darmowe lub dostępne na płatnych platformach streamingowych (Netflix, HBO GO, Spotify) ◆ rozproszone uczestnictwo: mniej osób uczestniczy/ogląda/słucha jednocześnie ◆ odbiór asynchroniczny ◆ uczestnictwo w nich jest częściej spontaniczne niż planowane ◆ są raczej odbierane indywidualnie <p><i>Mamy grupę rzeczy, które po prostu są cały czas, tak? Dokładnie tak, Youtube czy Netflix, to nic nie znika, chyba że Netflix usunie coś ze swojej platformy, niemniej jednak w Youtube raczej nic nie znika i wszystko można znaleźć.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Radom, FGI]</p> <p><i>Przychodzę zmęczony z jednej czy z drugiej pracy i w formie relaksu coś sobie odtwarzam, a nie mam siły dyskutować, czy na live, bo to jest wysiłek, trzeba się zaangażować, a dla mnie to ma być totalny relaks.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Puławy i okolice, FGI]</p>
Działania dostępne za pośrednictwem mediów społecznościowych	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ mogą być na żywo lub udostępnione do wielokrotnego odtwarzania ◆ szeroki zasięg dotarcia do odbiorców ◆ możliwość łatwego polecenia tych działań znajomym ◆ przypadkowi odbiorcy ◆ odbiór raczej spontaniczny, a nie planowany ◆ z reguły darmowe ◆ utrzymywanie kontaktu na żywo poprzez możliwość szybkiego komentowania ◆ na przykład posty w mediach społecznościowych, klipy i filmiki, live'y <p><i>[S]ą dostępne przez media społecznościowe i są rozpowszechniane najbardziej przez media społecznościowe. Kierowane są do ludzi, którzy bezmyślnie mogą przescrollować sobie, co im się tam na ścianie na Facebooku pojawia i trafia w ten sposób.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Radom, FGI]</p> <p><i>Ja myślę, że one są takim czymś, co jest takim zastąpieniem... Artysta jednak potrzebuje swoich fanów i to jest pewna interakcja i media społecznościowe powodują, że ten kontakt jest, nie na żywo, ale na czacie czy poprzez filmiki. Ja nie jestem wielką fanką hip hopu natomiast cały ten „hot 16 challenge” śledziłam, bo było to pewne zjawisko społeczne, siedząc w różnych miejscach w Polsce w jakiś sposób się ze sobą łączyliśmy, przeżyaliśmy to. Więc ja myślę, że cały czas media społecznościowe to są media społecznościowe i to jest sposób na łączenie się ze sobą, a niekoniecznie miejsce na działalność kulturalną.</i></p> <p style="text-align: right;">[36–65 lat, Radom, FGI]</p>	

Sposób odbioru

Działania na żywo (live'y)	Działania nagrane i dostępne cały czas:
<p>Odbiór czynny:</p> <ul style="list-style-type: none"> wymaga dużego zaangażowania uczestników rozwój tego typu działań należy zawdzięczać pandemii dla niektórych badanych mogą zastąpić działania na żywo buduje grupy i społeczności wymagają uczestnictwa w określonym czasie na przykład warsztaty online, interaktywne przedstawienia teatralne online <p><i>Te atrakcje, te czynne w których się bierze udział, one by się nie rozwinęły, gdyby nie pandemia. Bo te wszystkie bierne atrakcje i funkcje, udział w koncertach, oglądanie oper, filmów to było zawsze i to będzie zawsze. A jednak te po drugiej stronie gdzie musimy się zaangażować i potączyć online, one nie były aż tak popularne, myślę, myślę, że to było też czynnikiem rozwoju, kiedyś to się działo na żywo, teraz musiało się to przenieść do Internetu.</i></p> <p>[18–35 lat, Lublin, FGI]</p>	<p>Odbiór bierny:</p> <ul style="list-style-type: none"> wymagają mniejszego zaangażowania uczestników nie zastępuje odbioru tych działań offline częściej dostępne cały czas (streaming) uczestnictwo w nich w większości przypadków może być spontaniczne na przykład streaming filmów i seriali, koncert/ przedstawienie transmitowane online <p><i>Głównie biernie, ponieważ do tego można podejść w każdym momencie, każdego dnia, nic nie wadzi.</i></p> <p>[18–35 lat, Lublin, FGI]</p> <p><i>To bierne to tak jak mówiliśmy wcześniej, w wielu sytuacjach niestety nie zastępuje tego co jest na żywo, szczególnie w kontekście opery, spektakli czy nawet wystaw w muzeach czy galeriach sztuki, wtedy dla mnie jest to bardzo słaby substytut i dla mnie nie spełnia swojej funkcji, nie zaspokaja tych moich potrzeb.</i></p> <p>[18–35 lat, Lublin, FGI]</p>
Odbiór indywidualny:	Odbiór grupowy:
<p>Działania, którym sprzyja odbiór indywidualny:</p> <ul style="list-style-type: none"> nie wymagają interakcji z innymi w wersji offline gromadzą raczej niewielu uczestników pełnią z reguły funkcje edukacyjne na przykład film w streamingu 	<p>Działania, którym sprzyja odbiór grupowy:</p> <ul style="list-style-type: none"> łączą osoby o tych samych zainteresowaniach w wersji offline gromadzą liczną widownię służą przede wszystkim rozrywce na przykład koncerty

Rodzaj

Kultura wysoka	Kultura popularna
<ul style="list-style-type: none"> udział raczej planowany pełnią funkcje edukacyjne, mają prowadzić do refleksji mniejsze grono odbiorców na przykład przedstawienie teatralne, koncert, wizyta w muzeum <p><i>To muzeum, performance i teatr, można nazwać jako kultura wyższa.</i></p> <p>[18–35 lat, Piotrków Trybunalski i okolice, FGI]</p>	<ul style="list-style-type: none"> udział często spontaniczny pełnią przede wszystkim funkcję rozrywkową angażują szersze grono odbiorców na przykład transmisja sportowa, serial w streamingu, posty w mediach społecznościowych <p><i>Bardziej kojarzy się z wydarzeniami poprawiającymi nastrój.</i></p> <p>[18–35 lat, Piotrków Trybunalski i okolice, FGI]</p>

Funkcje

Kultura wysoka	Kultura popularna
<ul style="list-style-type: none"> ◆ wymagają od odbiorcy dużego zaangażowania ◆ udział raczej planowany ◆ przyciągają specyficznego odbiorcę – osobę, która uczestnicząc w działaniach kulturalnych, chce wzmocnić swoje kompetencje ◆ na przykład warsztaty i szkolenia 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ wymagają od odbiorcy mniejszego zaangażowania ◆ udział w większości spontaniczny, ale nie zawsze ◆ przyciągają szerokie grono odbiorców ◆ na przykład koncerty, seriale w streamingu

Charakterystyka wybranych działań kulturalnych online

Uwzględniając perspektywę zarówno twórców, jak i odbiorców kultury online, stworzono pogłębioną charakterystykę wybranych działań kulturalnych online. Przyjrzenie się im pozwala spojrzeć na doświadczenie kultury online w sposób bardziej konkretny.

Koncerty

Koncerty online w czasach pandemii odbywały się w bardzo zróżnicowanej formie. Początkowo sieć zalała duża liczba koncertów nagrywanych w domowych przestrzeniach, często przy użyciu najprostszego sprzętu. Z upływem czasu i oswojeniem sytuacji pandemicznej formy te się profesjonalizowały, szczególnie pod względem jakości dźwięku i obrazu. Były podejmowane inicjatywy koncertowania w specjalistycznych studiach, bez publiczności. Po częściowym zniesieniu obostrzeń sanitarnych zaczęły pojawiać się koncerty z ograniczoną liczbą uczestników.

Co interesujące, ocena odmiennych form koncertowania online jest rozbieżna wśród publiczności i samych muzyków. Odbiorcy najlepiej oceniają wczesne, domowe koncerty online. Z kolei artyści lepiej wypowiadają się o późniejszych, bardziej profesjonalizowanych próbach przeniesienia działalności do internetu. Pokazuje to, że priorytety tych dwóch grup znacząco się różnią. Publiczność zwraca większą uwagę na doświadczenie kontaktu z artystą („bliskości”), a artyści – na poziom techniczny.

Twórcom szczególnie wyczulonym na wysoką jakość dźwięku oraz mającym przekonanie, że dobry koncert da się zagrać jedynie we współpracy z profesjonalistami w dziedzinie nagłaśniania czy reżyserii dźwięku, trudno było zaakceptować technicznie mniej doskonałe formy tworzenia muzyki.

Była masa contentu, który powstawał i był po prostu nie do zniesienia pod względem jakości dźwięku, obraz był nędzny, cały czas przerywało połączenie (...). Dla muzyka było to strasznie frustrujące, bo wiedział, że to jest po prostu słabe. Nie można pokazywać słabych rzeczy. Z czasem, kiedy ta wiedza i umiejętności, i technika w tym temacie się rozwinęła, to poszło bardzo szybko.

[Wokalista, 32 lata, IDI]

Zdecydowanie największym problemem dla artystów podczas grania koncertów przeznaczonych do internetu był brak widowni. Zwracali oni uwagę, że nie chodzi tu tylko

o ogólną atmosferę koncertu, ale o ciągle dopasowywanie się do publiczności, do jej dynamiki, do zmiennych warunków – koncert online uniemożliwia tego typu działania.

Jeśli nie ma szansy przemówić do publiczności, to ten koncert jest w zasadzie odegraniem piosenek.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

Część twórców postrzega koncerty online wyłącznie jako podtrzymanie relacji z publicznością – grają, by nie dać o sobie zapomnieć, ale nie czerpią z tego satysfakcji ani nie oceniają efektów wysoko. W podobnym duchu wypowiadali się również odbiorcy.

Można śmiało powiedzieć tak, jak rozmawiam z innymi artystami, że to przeniesienie do internetu to jest tylko taki respirator, podtrzymanie uwagi na artyście, próba promowania w czasach, w których na koncertach zarobić nie można czy jest to utrudnione.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

To możliwość zachowania ciągłości, brania udziału, doświadczania sztuki, kultury. I w sumie chyba tyle.

[18–35 lat, Warszawa, FGI]

Porównywalne odczucia względem koncertów online mają ich odbiorcy. Zdaniem badanych atmosfery, która panowała na koncertach organizowanych w realu, nie da się zastąpić nawet najlepiej zaplanowanym koncertem online. Rozmówcy potrafili jednak wskazać zalety uczestnictwa w koncertach za pośrednictwem internetu. Niewątpliwie największą jest możliwość uczestniczenia w wydarzeniach muzycznych, na które część badanych nigdy nie byłaby sobie w stanie pozwolić, czy to ze względów finansowych, czy w związku z dużą odległością do pokonania.

Warunkiem, który musi zaistnieć, by z satysfakcją brać udział w koncercie online, jest dobry jakościowo sprzęt muzyczny i możliwie duży ekran oraz odpowiednie zaangażowanie. Jednak nawet najlepszy sprzęt nie sprawi, że koncert online będzie podobnie angażujący co występ na żywo. Znacznie szybciej pojawia się bowiem znużenie. Jest to nieodłączny element korzystania z przekazu zapośredniczonego technologicznie.

Zarobki z koncertów dawanych online były niewielkie. Część środków na działalność muzyczną artyści pozyskali z dotacji oraz programów zapomogowych. Niezbyt duża liczba tych wydarzeń była również biletowana. Pokazywanie się w internecie oraz aktywność muzyczna, zdaniem wykonawców, to raczej inwestycja w bliżej nieokreśloną (normalną) przyszłość oraz wizytówka dla potencjalnych inwestorów.

[Obecność w internecie] nie przynosi bezpośrednio pieniędzy, natomiast jest platformą do tego, żeby załatwiać kolejne koncerty, ilość lajków sugeruje jakiemuś organizatorowi, że ryzyko podjęcia współpracy z danym artystą jest tym mniejsze, im większa jest ilość lajków.

[Gitarzysta, 44 lata, IDI]

W przekonaniu niektórych twórców bilety kupowane były bardziej z chęci wsparcia poszczególnych muzyków niż z faktycznej potrzeby uczestniczenia w danym koncercie. Potwierdzają to wypowiedzi uczestników.

Wiele ludzi mi mówiło nawet odnośnie koncertów, że tak, patrzyliśmy, ale wiesz, to nie to samo. To było najczęstsze określenie tego stanu (...). Wiem, że osoby, które chciały zapłacić za jakieś wydarzenie online, wykazywały się jakimś totalnym altruizmem w tym momencie.

[Wokalistka, 32 lata, IDI]

Pojawiają się także opinie, że część koncertów grana jest jedynie po to, by wypełnić warunki programów grantowych, w ramach których twórcy dostali dofinansowanie.

Koncerty w domowym studio (nagrywanie koncertów ze swojego domu – forma typowa dla kultury online)

- ◆ Faza pandemii: I fala.
- ◆ Ocena odbiorców: Bardzo pozytywna (przy założeniu, że niemożliwe są koncerty offline).
- ◆ Koszt: W większości darmowe.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Niewielka – właściwie ta forma koncertowania nie jest już praktykowana. W pewnym momencie nastąpił przesyt takimi wydarzeniami. Nie wytrzymują one porównania z koncertami w realu i nie są dochodowe dla wykonawców.
- ◆ Kontakt z uczestnikami: Tak, można komentować na bieżąco, artyści są responsywni, niektórzy badani mieli poczucie koncertu „tylko dla mnie”.

Koncerty w studio, bez widowni (forma koncertów spopularyzowana w pandemii)

- ◆ Faza pandemii: Od czasu ustanowienia najbardziej rygorystycznych obostrzeń do momentu ich zniesienia. Są jednak wyjątki – niektórzy artyści nie wrócili na scenę w realu, ich koncerty odbywają się wyłącznie w formie studyjnej.
- ◆ Ocena odbiorców: Neutralna/ambivalentna.
- ◆ Koszt: Darmowe lub odpłatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Niewielka.
- ◆ Kontakt z uczestnikami: Umiarkowany, w zależności od tego, na ile artysta czuje się pewnie na scenie i jest obyty z kulturą online.

Koncerty z ograniczoną widownią (forma koncertów online, która występowała przed pandemią)

- ◆ Faza pandemii: Od czasu zniesienia najsurowszych obostrzeń.
- ◆ Ocena odbiorców: Pozytywna w porównaniu z koncertami bez widowni.
- ◆ Koszt: Darmowe lub odpłatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt z uczestnikami: Tak.

Wirtualne zwiedzanie wystaw (w muzeach i galeriach)

Niektóre muzea i galerie wprowadziły możliwość wirtualnego zwiedzania wystaw jeszcze przed pandemią. Niewiele osób jednak z niej korzystało. Sytuacja zmieniła się po zamknięciu instytucji kultury. Uczestnicy, poszukując aktywności kulturalnych w internecie, zainteresowali się ofertą muzeów i galerii sztuki.

Część muzeów starało się uatrakcyjnić swoją ofertę, intensyfikując aktywność w mediach społecznościowych oraz proponując nowe formy zapoznawania się ze zbiorami, na przykład poprzez umożliwienie nawiązania bezpośredniego kontaktu z pracownikami.

Wirtualne zwiedzanie wystaw (w muzeach i galeriach)

- ◆ Faza pandemii: Również przed pandemią, zintensyfikowane w pandemii na skutek zamknięcia instytucji muzealnych.
- ◆ Ocena odbiorców: W większości pozytywna. Badani chwalili przede wszystkim możliwość zwiedzenia wystaw w muzeach na całym świecie, jak również możliwość zobaczenia czegoś więcej niż w momencie zwiedzania offline.
- ◆ Negatywne opinie były związane przede wszystkim z niemożnością bliskiego kontaktu z eksponatami.
- ◆ Koszt: Darmowe.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt/interakcja ze zwiedzającymi: Zazwyczaj nie.

Wydarzenia sceniczne (teatr, opera, kabarety i stand-upy)

Transmisje online z występów stand-uperów i kabareciarzy były stosunkowo popularne przed pandemią. Krótkie formy o charakterze rozrywkowym wydają się odpowiednie do internetu. W trakcie COVID-19 cieszyły się zwiększonym zainteresowaniem.

Inaczej sytuacja wyglądała z przedstawieniami teatralnymi i operami. Te formy działań kulturalnych online były bardzo mało popularne przed pandemią. Niektóre teatry prowadziły streaming z prób teatralnych, zdradzały, co dzieje się za kulisami, umożliwiały wirtualne zwiedzanie teatrów. Inicjatywy te oceniane były bardzo pozytywnie, ale raczej nie mają potencjału, by być kontynuowane po pandemii.

Niektóre teatry na przykład umożliwiały udział w próbach, ponieważ żeby zachować pewną ciągłość pracy aktorów umożliwiały były streamingi albo na YouTube na kanałach teatralnych w takich próbach czytanych. Normalnie na co dzień zwykły Kowalski nie jest zapraszany na taką formę. I po otwarciu instytucji również nie będzie uczestniczył w tej rodzaju próbie wewnętrznej.

[36–65 lat, Kraków, FGI]

Podobnie jak w przypadku koncertów brak publiczności podczas przedstawień online jest czynnikiem zmniejszającym satysfakcję wykonawców. Same statystyki oglądalności nie są dla artystów wystarczającą informacją zwrotną.

Bo fajnie, że była ta praca, że mogliśmy nagrywać, że były te streamingi, ale tak naprawdę nie wiem, kto siedział po drugiej stronie. Widać było, że słupki rosły, to wiemy, jaka oglądalność była. Ale tak naprawdę nie wiem, czy ktoś nie włączył

i wyszedł (...). U nas pani dyrektor jak bywały takie spektakle, gdzie była mniejsza publiczność, to wszystkich ściągała na środek i usadzała, żeby takie złudzenie nam sprawić, że jednak jest ta publiczność i że jest sens.

[Tancerka, 35 lat, IDI]

Z tego powodu oraz szybkiego zmęczenia widza jednostajną formą prostych streamingów przedstawień teatralnych część twórców szukała innych rozwiązań związanych z teatrem, które mogłyby bardziej zaangażować widza. Przykładami są spektakl interaktywny, w którym widzowie mogli w głosowaniu wybierać ciąg dalszy historii, czy przedstawienia na Zoomie.

Teatr i opera

- ◆ Faza pandemii: Również przed pandemią, zintensyfikowane w pandemii na skutek zamknięcia teatrów i oper.
- ◆ Ocena odbiorców: Neutralna lub negatywna. Traktowane jako substytut dla działań offline. Okazały się niewystarczająco angażujące.

Też oglądałam spektakle online, natomiast w domu miałam za dużo rozpraszaczy. Przeleciał ten spektakl, a ja w międzyczasie potrafiłam zrobić coś innego, patrzeć w komputer, powiesić pranie, słuchać. To nie jest takie wydarzenie, kiedy wychodzi się do teatru (...). Nie jest to forma, która zastąpi mi wyjście do teatru. Daje namiastkę, ale to nie jest coś co zastąpi.

[18–35 lat, Gdańsk, FGI]

- ◆ Koszt: Odpłatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Niewielka.
- ◆ Kontakt z publicznością: Nie.

Ja lubię w teatrze, jak są drobne wpadki aktorów, czy jak zaczynają się śmiać. Tego się nie da powtórzyć, nagrać, bo to moment, chwila, a super jest jak możesz przy tym być i tu Internet nie odda tego.

[36–65 lat, Puławy i okolice, FGI]

Kabarety i stand-upy

- ◆ Faza pandemii: Również przed pandemią, zintensyfikowane w pandemii.
- ◆ Ocena odbiorców: Pozytywna. Stand-upy online są formą znaną i lubianą.
- ◆ Koszt: Najczęściej darmowe.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt z publicznością: Tak. Co więcej, wydaje się, że możliwość interakcji z artystami pojawiła się także w czasie pandemii.

Jednocześnie, to bardziej mogła publiczność komentować, a później po stand-upie była możliwość tam rozmowy jakiejś z tymi osobami, które prowadziły stand-up, rozmowy na czacie. Można było zadawać jakieś pytania albo były jakieś śmieszki też, w trakcie.

[18–35 lat, Piotrków Trybunalski i okolice, FGI]

Filmy

Oglądanie filmów stanowi znaczącą część aktywności kulturalnej wielu respondentów. Szeroki wybór filmów i seriali udostępnionych na platformach streamingowych, a także stosunkowo duża łatwość nabycia dobrej jakości sprzętu sprawiają, że badani często rezygnują z kina na rzecz oglądania filmów w domu.

Filmy, rzadko chodzę do kina, wolę obejrzeć w domu, bo ja nie mam Netflixa, ale przez pandemię miałam HBO i Netflix i nie miałam potrzeby chodzenia do kina i siedzenia w niewygodnych fotelach i męczenia się z innym towarzystwem jedzących popcorn.

[36–65 lat, Włocławek, FGI]

Oglądanie filmów to jedno z niewielu działań, które według badanych mogłoby pozostać tylko w sferze online – nie wymaga aż takiego zaangażowania, jak spektakle teatralne czy koncerty. Respondenci co prawda doceniają zalety oglądania filmów na ekranach kinowych, wydaje się jednak, że bardziej cenią domową atmosferę towarzyszącą seansom. Prócz możliwości zatrzymania filmu w dowolnym momencie wskazywanym atutem jest brak reklam.

Badani uczestnicy kultury równie pozytywnie wypowiedali się o festiwalach filmowych. Ich zdaniem w tego typu wydarzeniu kulturalnym nawet z większą satysfakcją można uczestniczyć w zaciszu domowym.

Filmy

- ◆ Faza pandemii: Również przed pandemią, zintensyfikowane w pandemii.
- ◆ Ocena odbiorców: Bardzo pozytywna.
- ◆ Koszt: Udostępniane przez płatne platformy streamingowe.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt z oglądającymi: Nie jest oczekiwany.

Warsztaty, szkolenia, wykłady, tutoriale

Wśród tego rodzaju wydarzeń trzeba rozróżnić formy przekazywania wiedzy i umiejętności zakładające aktywny udział publiczności (warsztaty, szkolenia) oraz niedające takiej możliwości (wykłady, tutoriale). Te pierwsze wymagają większego zaangażowania odbiorców, a drugie – twórców.

Warsztaty i szkolenia potrzebują interakcji uczestników z prowadzącym, co odróżnia je od wykładów czy tutoriali. Te ostatnie mogą z powodzeniem ograniczać się do kanałów internetowych i badani nie poświęcali im zbyt dużej uwagi. Jeżeli chodzi natomiast o warsztaty i szkolenia online, były one w większości bardzo dobrze oceniane, przede wszystkim dlatego, że usuwały przeszkody związane z odległością i umożliwiały uczestnikom kontakt z ekspertami w danej dziedzinie. Jak podkreślają rozmówcy, w pewnym momencie stały się one po prostu modne. Dodatkowo forma cyfrowa, która umożliwia uczestnictwo z domu, zdaniem rozmówców, pozwoliła przełamać wewnętrzne bariery i przekonać się do udziału w niektórych warsztatach lub zajęciach.

Ponadto warsztaty online, które przeniosły się ze świata realnego i w których uczestniczyli ludzie znajdujący się osobiście, stanowiły formę swoistej terapii, oderwania się od codzienności.

Wykłady i tutoriale

- ◆ Faza pandemii: Istniały przed pandemią, zintensyfikowany odbiór w czasie pandemii.
- ◆ Ocena odbiorców: Pozytywna.
- ◆ Koszt: Bezpłatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt z prowadzącym: Nie jest oczekiwany.

Warsztaty i szkolenia

- ◆ Faza pandemii: Od momentu wprowadzenia obostrzeń sanitarnych aż do ich zniesienia.
- ◆ Ocena odbiorców: W większości pozytywna.
- ◆ Koszt: W większości płatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Duża.
- ◆ Kontakt/interakcja z prowadzącym: Tak.

Spotkania autorskie oraz wywiady z ludźmi kultury

Tego rodzaju wydarzenia dobrze nadają się do odbioru cyfrowego, bo mogą być w prosty sposób rozpowszechniane jako podcasty, a więc forma „organicznie” internetowa. Pozwala to na dotarcie do znacznie szerszej publiczności niż w przypadku tradycyjnych spotkań z twórcami.

Dla mnie to żadnej różnicy nie ma pomiędzy wywiadem z artystą na żywo czy przez internet, bo nie interesuje mnie to by go dotknąć czy powąchać, bo mnie interesuje, co on mówi.

[36–65 lat, Włocławek, FGI]

Spotkania autorskie oraz wywiady z ludźmi kultury

- ◆ Faza pandemii: Istniały przed pandemią, zintensyfikowany odbiór w czasie pandemii – i wydaje się, że tak zostanie.
- ◆ Ocena odbiorców: W większości pozytywna.
- ◆ Koszt: Bezpłatne.
- ◆ Atrakcyjność po pandemii: Bardzo duża.
- ◆ Kontakt/interakcja z prowadzącym: Raczej nie (czasem możliwe jest komentowanie).



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



BADANIA
NCK



