



## PREZYDENT MIASTA SUWAŁEK

ul. Mickiewicza 1 16-400 Suwałki  
tel.: (+48) 87 562 81 02, fax: (+48) 87 566 30 98, prezydent@um.suwalki.pl,  
www.um.suwalki.pl

Suwałki, 19 listopada 2021r.

KS.0003.14.2021

**Pan Jacek Roszkowski**  
**Radny Rady Miejskiej**  
**w Suwałkach**

W odpowiedzi na Pana interpelację z dnia 8 listopada 2021r. dotyczącą udostępnienia w formie on-line wydarzeń kulturalnych odbywających się w Suwałkach, uprzejmie informuję, że część wydarzeń kulturalnych udostępniana jest przez Suwalski Ośrodek Kultury, który publikuje w sieci na FB i YT zarówno pełne relacje, jak również skróty z wybranych wydarzeń. W szczycie pandemii, wiele wydarzeń transmitowanych było „na żywo”.

W przypadku osób, które mają trudności w samodzielnym przemieszczaniu się informuję, że w związku z przystąpieniem Miasta Suwałki do realizacji projektu pt. „Usługa door-to-door w Mieście Suwałki”, zgodnie z Zarządzeniem Nr 55/2021 Prezydenta Miasta Suwałk, na terenie Suwałk świadczona jest usługa zaspokajania potrzeb transportowych mieszkańców Suwałk z potrzebą wsparcia w zakresie mobilności, w celu poprawy poziomu i jakości funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami w sferze społecznej, zdrowotnej i zawodowej. Realizacja usługi nieodpłatnego dowozu na wydarzenia kulturalne osób z dysfunkcją ruchu wymaga zgłoszenia zapotrzebowania z krótkim wyprzedzeniem.

O opinię w tej sprawie poprosiłem dyrektora Suwalskiego Ośrodka Kultury, Pana Ignacego Ołowia zarządzającego jednostką, w której odbywa się znaczna większość wydarzeń kulturalnych. Swoje stanowisko zajął w piśmie D.071.28.2021 z dnia 17 listopada

URZĄD MIEJSKI w SUWAŁKACH  
BIURO RADY MIEJSKIEJ  
WPLYNĘŁO  
Data: 22.11.2021 podpis: 

2021r. (w załączeniu), w którym trafnie spostrzega, iż dostępność wydarzenia kulturalnego on-line stanowi ułatwienie w odbiorze, ale też znacznie łatwiej z niego zrezygnować, odłożyć „na później” i nie wrócić. Inną kwestią są niemałe nakłady na produkcję i przekaz.

Biorąc powyższe pod uwagę, publikacja wydarzeń kulturalnych przez Suwalski Ośrodek Kultury on-line, wydaje się być wystarczająca. Ponadto transmisja wszystkich wydarzeń w sieci może wpłynąć na obniżenie chęci uczestniczenia w życiu kulturalnym „na żywo” i pozbawić odbiorcę emocji wywołanych bezpośrednim kontaktem ze sztuką.

Z poważaniem

PREZYDENT  
Czesław Rzebiński



Otrzymują:

1. Adresat
2. Biuro Rady Miejskiej
3. a/a



**SUWALSKI  
OŚRODEK  
KULTURY**

D.071.28.2021

Suwałki, 2021-11-17

**Pan Iwona Leonowicz  
Wydział Kultury i Sportu  
Urzędu Miejskiego  
w Suwałkach**

Odpowiadając na interpelację z dnia 8.11.2021 r. Radnego Rady Miejskiej w Suwałkach- Pana Jacka Roszkowskiego, dotyczącą udostępniania wydarzeń kulturalnych w formie online, uprzejmie informuję, że kwestię tę należy rozpatrywać na dwóch płaszczyznach:

**I. Charakter przekazu i kontaktu z publicznością.**

1. Dla większości odbiorców niezaprzeczalną, integralną wręcz wartością jest osobisty udział w wydarzeniu, czyli emocje będące skutkiem bezpośredniej relacji. Tego nie sposób przenieść do sieci. Doświadczenie pandemii nauczyło nas (instytucje kultury), ale także naszych odbiorców, że przeniesienie kultury do sieci jest wynikiem np. zamknięcia teatrów, oper, kin. Dlatego, jeśli sytuacja na to pozwala, powinniśmy korzystać z możliwości pełnego zaangażowania uwagi naszych odbiorców i umożliwienie im poczucia kontaktu z artystą i ich przekazem, chłonięcia atmosfery wydarzenia kulturalnego wszystkimi zmysłami.
2. Dostępność wydarzenia kulturalnego online stanowi ułatwienie w odbiorze, jednak z drugiej strony – z wydarzeń udostępnianych online znacznie łatwiej zrezygnować, odłożyć na później i nie wrócić. Jako organizator takiego wydarzenia tracimy wpływ na jego kontekst – to widz wybiera czas, miejsce i sposób kontaktu. Nie pozostaje to bez wpływu na zakładany przez twórcę i organizatora wydźwięk wydarzenia i wrażenia odbiorcy (można to potraktować jako sposób zarządzania emocjami widza). Należy również mieć na uwadze, że możliwość korzystania z wydarzeń online wymaga od odbiorcy znacznej aktywności w poszukiwaniach interesujących go treści kulturalnych, dostępu do narzędzi elektronicznych i umiejętności korzystania z nich.
3. Z badań nad ucyfrowioną kulturą wynika, że ich odbiorcy oczekują podania wydarzeń w sieci w nowej formie, różniącej się od tego, co zobaczyliby uczestnicząc w niej w tradycyjny sposób – przekaz typu „jeden do jednego” np. spektaklu teatralnego czy koncertu w medium elektronicznym jest nużący. Wyraźnie to widać po entuzjazmie, z jakim odbiorcy kultury powrócili do instytucji kultury po okresie lockdownu, skarżąc się na przesyt i poziom treści dostępnych w sieci oraz chaos informacyjny. Nadmiar ofert zaczął budzić zmęczenie i niechęć. Badacze zauważyli odwrót od doświadczenia strachu

przed tym, że coś nas ominie, do przyjemności płynącej ze świadomej rezygnacji z uczestnictwa w dostępnych w sieci rodzajów aktywności.

4. Należy dbać o publiczność w zgodzie z ogólną rekomendacją, która płynie od odbiorców kultury – nie rezygnując z organizacji wydarzeń w tradycyjny sposób, umożliwić im korzystanie z części z nich w sposób hybrydowy. Takie działania SOK podejmuje regularnie publikując w sieci (na FB i YT) zarówno pełne relacje z wydarzeń (np. koncert jubileuszowy ZPiT Suwalszczyzna) czy skróty z wybranych (koncerty Suwalskiej Orkiestry Kameralnej). Dotyczy to tak wydarzeń, w których udział był odpłatny, jak i tych nieodpłatnych. Wybrane wydarzenia, odbywające się w szczycie pandemii były także transmitowane na żywo (np. koncert Suwalskiej Orkiestry Kameralnej czy wernisaż wystawy Andrzeja Strumiły).
5. Nasza obecność w sieci powinna oznaczać transmisję wszystkich wydarzeń „na żywo”. Z korzyścią dla widza jest produkcja i udostępnienie w sieci wybranych treści, które będzie można odtwarzać online. Należy przy tym pamiętać o ewentualności monetyzacji tych treści.

## II. Nakłady na produkcję i przekaz:

1. Z uwagi na braki sprzętowe i osobowe, przeniesienie do sieci znakomitej większości wydarzeń organizowanych przez SOK wymagałoby współpracy zewnętrznej ekipy technicznej wyposażonej w profesjonalny sprzęt (kamery, mikrofony, mikser, komputer, okablowanie). Zadania do wykonania, np. przy imprezie typu koncert orkiestrowy to m.in.: ustawienie świateł, kamer, przygotowanie mikrofonów, prawidłowe nagłośnienie, realizacja wizji z kamer, kontrola nad jakością transmisji, planowe dodawanie multimediiów, kontrola relacji na FB czy YT.
2. W zależności od specyfiki imprezy i charakteru relacji, średni koszt takiej relacji to wydatek od 1000 do 3500 zł netto.

p.p. Dyrektora  
Suwalskiego Ośrodka Kultury

*[Podpis]*