



17.10. - Drugi dan Radionica “Razvoj publike”

-- IZVJEŠTAJ --

Radionica Razvoj publike koja se održala u sklopu 13. Clubture Foruma se organizirala i provela u specifičnom kontekstu pandemije Covid-19. Taj je kontekst uvjetovao da se radionica planira i izvede drugačije od onoga kako je inicijalno zamišljena, odnosno, postojao je raskorak između idejne zamisli radionice koja se trebala baviti formatima i razmjenom znanja oko razvoja publike do radionice koja se implementirala, a koja se bavila kako razvojem tako i zadržavanjem publike te mapiranjem novih “on-line” publika.

Sukladno navedenom, proces pripreme je uključivao koordinaciju i savjetovanje facilitatorice s organizatorima Foruma o tome koji tip radionice je potrebno izvesti s obzirom na to da je pandemija i tzv. “lock down”, kao i smanjenje broja posjeta kulturnim i umjetničkim događanjima zbog straha od zaraze, ostvarila iznimno velik (negativan) utjecaj na organizacije nezavisne kulture i njihovu publiku.

Također, u pripremnom procesu se implementirala i analiza upitnika „Razvoj publike mreže Clubture“, a u čijem su ispunjavanju sudjelovale 33 organizacije članice mreže Clubture. Ova je analiza, koju je izradila Matea Munić Mihovilović, poslužila kao pred-uid u radionicu koja se na Forumu izvela s članicama Clubture. Analiza je osobito bila korisna imajući na umu da je ispitala, između ostaloga, i metode razvoja publike u 2020. godini, a s obzirom na situaciju pandemije COVID-19 u Hrvatskoj i svijetu.

Temeljeno na navedenim pripremnim radnjama i analizama, organizatori i facilitatorica su odlučili kako će cijela radionica biti usmjerena na publiku u kontekstu krize izazvane pandemijom Covid-19.

Tako je radionica bila podijeljena u 3 dijela:

Radionica je bila podijeljena u tri dijela: 1) mapiranje, 2) analiza, 3) potrebe.

1. MAPIRANJE

Mapiranje se sastojalo od individualnog i/ili grupnog rada predstavnika i predstavnica organizacija te se sastojalo od dva dijela. U prvom dijelu su mapirali publike svoje organizacije po tipovima programa (izvedbeni programi, edukativni programi, programi umrežavanja itd.). U drugom su dijelu odgovarali na sljedeća pitanja, u kontekstu pandemije Covid-19:

- Jesu li izgubili dio publike? Koji?
- Jesu li dobili novu publiku?
- Koju publiku/korisnike moraju zadržati?
- Žele li dobiti novu publiku uvjetovanu novim "kriznim" formatima?

Proces mapiranja je pokazao sljedeće:

TIP PUBLIKE/PROGRAMA

- Gotovo sve organizacije imaju minimalno dva tipa programa i to: izvedbeni i edukativni.
- Sukladno tipovima programa imaju raznoliku publiku: mladi, osobe starije životne dobi (54+), učenici i studenti, osobe u riziku od socijalna isključenja itd.

GUBITAK PUBLIKE

- Organizacije su izgubile dio publike zbog nametnutnog samo-ograničavanja broja publike (mjere Stožera civilne zaštite).
- Djelomičan gubitak publike se desio u populaciji 54+.
- Gotovo potpuni gubitak publike se desio među organizacijama koje su surađivale sa školama na svojim programima.
- Gotovo potpuni gubitak publike/korisnika se desio organizacijama koje pružaju direktnu podršku ranjivim skupinama.

NOVA (KRIZNA) PUBLIKA

- Organizacije koje su “izmjestile” svoja događanja/programe na nove lokacije su dobile i novu publiku: primjerice, premještanja nekih izvedbi na otvorene lokacije tijekom ljetnih mjeseci).
- Organizacije koje su dio svojih programa prilagodile on-line formatima su dobile novu publiku: zamijećen veći broj na on-line izvedbama nego što je bilo uobičajeno na istim programima uživo).
- Povećan broj posjetitelja u lokalnim zajednicama: događanja koja su se izvodila tijekom ljetnih mjeseci su doživjela znatno veći broj posjetitelja nego što je uobičajeno; organizacije to tumače kao da je lokalna zajednica “željna” događanja zbog restrikcija koje su na snazi.

2. ANALIZA

Drugi se dio radionice fokusirao na analizu koja se naslanjala na mapiranje iz prvog dijela. Sudionici su bili podijeljeni u dvije grupe te su trebali odrediti za period od narednih godinu dana, a sukladno mapiranim programima, korisnicima i publici, sljedeće:

- Koje su prijetnje, a koje prilike u okruženju u kojem organizacije djeluju, u narednih godinu dana, a u kontekstu razvoja, odnosno zadržavanja publike tijekom pandemije Covid-19.
- Koje su slabosti, a koje snage organizacija koje se nalaze u ovom kriznom periodu.

Analiza je dala sljedeće rezultate:

PRIJETNJE

- Smanjivanje financijskih sredstava.
- Nemogućnost održavanja programa, ponajprije izvedbene umjetnosti.
- Ograničenje međunarodne/regionalne suradnje te povezane publike.
- Ograničenje broja dozvoljene publike na događanjima.
- Strah od zaraze uzrokuje manju posjećenost događanjima.

- Nepredvidljivost razvoja društvene, političke i ekonomske situacije te nemogućnost kvalitetnog planiranja programa i projekata.
- Gubitak publike zbog prekida kontinuiteta u održavanju programa.
- Smanjenje platežne moći publike te klasno raslojavanje.
- Radikalizacija društva.
- Fragmentiranje društva (generacijsko, identitetsko).
- Prisilno prilagođavanje on-line formatima i onda kad to nije primjereno organizacijskim programima.
- Zasićenje publike on-line formatima.
- Osjećaj publike/korisnika da se prihvaćanje koje se želi potaknuti mnogim programima zbog provođenja mjera tijekom izvedbe programa pretvara u nadzor i kontrolu.

PRILIKE

- Kreativni pristup rješavanju problema te iznalaženje novih organizacijskih rješenja koja će dugoročno pridonijeti razvoju.
- Umrežavanje, suradnja i partnerstva s drugim organizacijama i/ili institucijama.
- Prilika za ponovno promišljanje vlastitih resursa i mogućnosti.
- "Stvoreno" dodatno vrijeme za pisanje projekata, dovršavanje poslova povezanih s radom organizacije.
- Vrijeme za adaptaciju/sređivanje prostora kojima organizacije raspolažu/kojima upravljaju.
- Promišljanje implementacije drugačijeg pristupa postojećim aktivnostima.
- Prilika za iznalaženje novih načina za razvoj i/ili zadržavanje publike: digitalizacija sadržaja, on-line radionice, izmještanje u otvorene, javne prostore.
- Veća dostupnost korištenja prostora/prostornih kapaciteta inače namijenjenih institucionalnoj kulturi.
- "Glad za kulturom".
- Promjena *mindseta*: otvorenost za nove formate i sadržaje te prilike za učenje od drugih.

SLABOSTI

- Podkapacitiranost.
- Manjak motivacije i volje.
- Nemogućnost razvijanja prostora u kojem se djeluje.
- Ograničenje rada u prostoru: vlastitom, škole, institucije.
- Nezainteresiranost članova i članica za suradnju i djelovanje u novim uvjetima.
- Nemoguće ili vrlo otežano planiranje i provođenje programskih sadržaja, primjerice, aktivnosti u kojima je krucijalan moment susreta ili interakcije s publikom.
- Povećanje nepredvidljivih troškova i rada, primjerice, transport, dezinfekcija, kontrola,

korona redarenje...

- Otežano prikupljanje novog članstva.

SNAGE

- Velika mogućnost prilagodbe, fleksibilnost.
- Otvorenost nezavisne scene novim ljudima (amaterima, početnicima...).
- Jasna vizija vlastite djelatnosti, ciljeva i ideja.
- Iskustvo organizacije kao kapital i snaga.
- Društveni kapital, otvorenost suradnji.
- Poboljšana komunikacija s publikom i unutar organizacije.
- Organizacijski entuzijazam.
- Reorganizacija.
- (Nova) partnerstva.

3. POTREBE

Nakon mapiranja i analize okruža te vlastitih organizacija, sudionici su bili upućeni da na temelju toga zajednički izrade procjenu potreba organizacija nezavisne kulture (prvenstveno članice Clubture mreže) u vremenu pandemije i kriznog gubitka publike. Tipovi potreba na koje su sudionici bili usmjereni da razmišljaju su bili:

- peer-to-peer razmjene znanja i podrške
- mentorstva
- zagovaranja
- edukacije u specifičnim on-line formatima i/ili za korištenje određenih on-line alata itd.

Slijedi pregled potreba kako su ih mapirali sudionici radionice, predstavnici organizacija Clubture mreže.

POTREBE (općenito)

- Da veće udruge/savezi udruge nastave s inicijativom povezivanja udruga iz cijele zemlje, ne samo u vidu financiranja ili mentoriranja, već MOTIVIRANJA.
- Organiziranje edukacija vezanih uz "prebacivanje" na on-line izvedbe.
- Intenziviranje kontakata udruga na osmišljen način, npr. web stranica, baza programa itd.
- Zajedničke inicijative prema ministarstvu.
- Dijalog, konsolidiranje.

POTREBE (zagovaračke)

- Nadopuna natječaja:
 - dostupan i besplatan internet i transport (ranjive skupine, veći broj ljudi)
 - uključena adaptacija prostora
 - troškovi novih tehnologija
- Institucionalna podrška kulturnim organizacijama
- Kapacitiranje organizacija
- Servis za nove formate

POTREBE (podrške)

- Psihološka pomoć/podrška
- Pomoć u pisanju projekata/izradi budžeta
- Reorganizacija u novim, pandemijskim uvjetima

ZAKLJUČNO

Organizacije čiji su predstavnici i predstavnice sudjelovali na radionici u Splitu velikom većinom su iskazali kako ih je kriza uzrokovana pandemijom Covid-19 duboko pogodila. Time se pridonosi sve utemeljenijoj pretpostavci kako je pandemijska kriza gotovo najviše pogodila kulturni i umjetnički sektor, osobito onaj neprofitni. Gotovo sve organizacije su izgubile dio publike, a za neke programe je ona posve izostala jer je ovisila o institucionalnim faktorima, kao npr. sudjelovanje škola.

Najteže su pogođeni oni programi koji se ne mogu u potpunosti (ili uopće) prilagoditi novim oblicima (on-line) izvedbe, a osobito su teško pogođene organizacije koje rade izravno s ranjivim skupinama i čije aktivnosti i podrška ovise o fizičkom kontaktu. Ono što su takve organizacije također iskazale jest da im je neprihvatljiva transformacija u kojoj su one od organizacija koje pružaju podršku i prihvaćanje svojih korisnika i korisnica sada postale prisiljene provoditi kontrolu i nadzor nad njima (mjerenje temperature, nošenje maskica, praćenje simptoma itd.).

Dio organizacija je iskazao kako su dobile novu publiku, međutim redom postoji bojazan da će ta nova publika nestati uslijed zasićenja on-line formatima.

Usprkos krizi, organizacije i dalje vide vlasite snage u njenu prebrođivanju, a jedan od alata za uspješno nošenje s krizom vide i u ostvarivanju novih partnerstava i mreža te u međusobnoj podršci. Tako su samu ovu radionicu ocijenili motivirajućom te vide Klubture mrežu kao mjesto u kojem mogu naći podršku i umrežiti se, odnosno podijeliti iskustva s drugim organizacijama.

Stoga se zaključno i preporučuje da SU Klubtura nastavi provoditi ovakav tip sadržaja sa svojim članicama te da i dalje nastavi s redovnom komunikacijom i pružanjem, odnosno, osmišljavanjem formata podrške svojim članicama.

Radionicu provela i izvještaj izradila:
Mirela Travar

U Zagrebu, studeni 2020.