

SPRAWOZDANIE Z VI SEMINARIUM Z CYKLU NOWOCZESNE MUZEA I GALERIE: WEB 2.0 W PROMOCJI I ORGANIZACJI INSTYTUCJI KULTURY

Opracowanie: Aldona Zawałkiewicz, Biblioteka Pedagogiczna w Toruniu

Opublikowano 16.06.2010

29 kwietnia 2010 roku w Warszawie w Centrum Promocji Informatyki odbyło się VI spotkanie z cyklu seminariów poświęconych nowoczesnym muzeom i galeriom.

Tym razem przedmiotem spotkania była nowa, w działalności tych instytucji, forma aktywności internetowej, czyli Web 2.0. Obrady prowadził Dominik Pokornowski z Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu.

Seminarium rozpoczął profesor Ryszard Kluszczyński. Wystąpił z bardzo interesującym wykładem i prezentacją „Od Do It Yourself do Do It With Others. Transformacje współczesnej kultury oraz sztuki nowych mediów”.

Wystąpienie przybliżyło słuchaczom proces zmian, jakie zostały wywołane w kulturze przez zastosowanie mediów elektronicznych. Wykład, którego duża część dotyczyła sztuki interaktywnej ilustrowany był niezwykle ciekawą prezentacją, w której przedstawione zostały wybrane prace artystyczne. Przykłady interaktywnych prac miały za zadanie podkreślenie, że współczesna sztuka nowych mediów organizuje się wokół idei sieci i wokół niej buduje kolektywne procesy twórcze.

Szczególnie mocno podkreślono fakt, że zmieniła się rola odbiorcy dzieła sztuki. Dzięki nowym technologiom staje się on obecnie współtwórcą dzieła.

Drugie wystąpienie „Blogowanie, mikroblogowanie, newslettering. Dobry blog instytucjonalny, zasady edycji tekstów” zaprezentowane przez Katarzynę Drewnowską-Toczko, rzeczniczkę prasową Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki czasu” w Toruniu, było pierwszym z szeregu wystąpień praktyków zaproszonych do udziału w seminarium.

Referentka rozpoczęła swoje wystąpienie od zaprezentowania strony internetowej CSW w Toruniu. Zwróciła uwagę zebranych na interaktywny charakter strony, która oferuje potencjalnemu użytkownikowi szereg funkcjonalności. Pani Toczko odbyła z uczestnikami wirtualny spacer po CSW. Duże zainteresowanie wzbudził usytuowany na parterze CSW -POKÓJ Z KUCHNIĄ, miejsce dyskusji, koncertów i artystycznych akcji, a także punkt nieformalnych spotkań. To pierwsza tego typu przestrzeń site-specific w Polsce – podkreśliła p. Katarzyna.

Następnie zaprezentowane zostały rozwiązania Web 2.0 służące dystrybucji informacji o działalności CSW (Twitter, Myspace, Youtube, Facebook, Google oraz Wikipedia).

W dalszej części wystąpienia zgromadzeni dowiedzieli się, jak prowadzić dobry blog instytucjonalny oraz mikroblog, jak pisać i redagować teksty i w jaki sposób przygotować newsletter.

Kolejne wystąpienie zaprezentowane przez Stanisława Słonimskiego z firmy Stage & Design, dotyczyło audiowizualnych form treści internetowych. Zaprezentowane zostały technologie, sposoby oraz zasady publikowania i wydawania materiałów audiowizualnych. Uczestnicy dowiedzieli się także, w jaki sposób można poszerzać zawartość wystaw o treści, które znajdują się w Internecie. Przedstawiono sposoby publikacji i występowania materiałów audiowizualnych (VOD, Streaming; technologie Microsoftu i Adobe oraz transmisje internetowe). Zgromadzonym przedstawiono zasady wydawania materiałów wideo i przykłady zachowań internautów, którzy korzystają z nich. Podano również, w jaki sposób zapewnić sobie zainteresowanie użytkowników treściami publikowanymi w serwisie. Na koniec omówione zostało wykorzystanie narzędzi Web 2.0 w tworzeniu elementów ekspozycyjnych współtworzonych przez zwiedzających.

Następnie głos zabrał Bartosz Berliński, współwłaściciel firmy doradczej MaxROY.com, zajmujący się konsultingiem w zakresie SEM (search engine marketing). Prezentacja dotyczyła pozycjonowania

i reklamy w Google. Uczestnicy dowiedzieli się, w jaki sposób mogą zwiększyć oglądalność swoich serwisów w wyszukiwarkach. Zostały wskazane różnice pomiędzy pozycjonowaniem a linkami sponsorowanymi. Zaprezentowano historię i teraźniejszość Googla oraz narzędzi do wyszukiwania grafiki, wideo i różnych typów dokumentów. Przedstawiono techniki i narzędzia, które wspierają pozycjonowanie i kampanie reklamowe.

Wykład na temat eksperckiego forum dyskusyjnego - związanego z tematem kultury został przedstawiony przez Marcina Wójcika, konsultanta IT z Małopolskiego Instytutu Kultury.

Przedstawił on historyczne ujęcie tematu, czyli rozwiązanie, które było „przed” – listy dyskusyjne. Zwrócono uwagę, że obecnie w sieci dominują blogi. Podkreślił, że skończyła się era „nickname’ów”, a ekspert winien posiadać internetowe CV. Jako przykłady podał profile na Facebooku oraz GoldenLine. Za przykład pierwszego społecznościowego serwisu stworzonego przez instytucję kultury uznał Cocartę powołaną do życia przez CSW w Toruniu i wspomniany już wcześniej Pokój z kuchnią.

Drugi wykład zaprezentowany przez tego samego autora dotyczył Multimediów WEB 2.0. - YouTube, Flickr, Myspace. Na początek przypomniał on definicję Web 2.0. Podkreślił, jak ważne jest obecnie, aby instytucja kultury wykorzystywała do dystrybucji informacji portale społecznościowe typu Facebook, Flickr, YouTube, Blip czy Twitter. Zwrócił również uwagę na rangę udostępniania treści na prawach wolnego dostępu (Copyleft czy Creative Commons). Hasło przewodnie wykładu brzmiało: Pozwól internautom nadać Twoim treściom nowy kontekst, a przede wszystkim pozwól im rozpowszechniać Twoje multimedia.

Na zakończenie seminarium wykład na temat „Obecność na portalach społecznościowych (Facebook, GoldenLine, Nasza Klasa, Arttuba) - promocja poprzez profile, konta, grupy”

wyłosił Dominik Pokornowski, PR-owiec i menedżer z Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu. W swoim wystąpieniu odpowiedział na szereg pytań, które zilustrował licznymi przykładami. Pytania dotyczyły tego, jak opracować profil instytucji, tworzyć i moderować grupę użytkowników skupionych wokół tego profilu oraz w jaki sposób promować wydarzenia kulturalne na portalach społecznościowych.

Uczestnicy poznali szczegółową definicję Web 2.0 oraz wyniki badań aktywności użytkowników portali społecznościowych. Następnie bardzo szczegółowo zostały scharakteryzowane: Facebook, Nasza Klasa, GoldenLine, Arttuba.pl, Myspace.com oraz krótko omówione liczne, mniej znane portale (m.in. Moja Generacja, Wykop.pl, Grono.net, Fotka.pl i wiele innych).

W podsumowaniu uczestnicy usłyszeli, że dzisiaj obecność instytucji kultury na portalach społecznościowych jest jedną z ważniejszych form jej promocji.

Wszystkie przedstawione uczestnikom wystąpienia dowiodły, że Web 2.0 stał się efektywnym narzędziem stosowanym w instytucjach kultury w celu zarówno dystrybucji informacji, jak i promocji placówek.

Seminarium zakończyło się wręczeniem uczestnikom certyfikatów.