

**Trzecia edycja konferencji #CultureonLIVE** odbędzie się w dniach **11, 12 i 13 września 2022** w Goyki 3 ArtInkubatorze w Sopocie oraz na stronie [www.cultureon.live](http://www.cultureon.live).

Wydarzenie powstało w odpowiedzi na potrzebę wzmocnienia kompetencji cyfrowych u przedstawicieli branży kulturalnej w wymuszonym przez pandemię przenoszeniu części lub całości wydarzeń do sieci. Dziś, po dwóch latach, wiemy już, że COVID 19 był zaledwie pierwszym z kryzysów, których doświadczamy. Wojna w Ukrainie, galopująca inflacja i gwałtowne fale pandemii wpływają bezpośrednio na kondycję samej branży oraz jej odbiorców.

Dlatego też zakres tematyczny tegorocznej konferencji obejmie nie tylko zagadnienia związane z przyszłością zastosowania nowoczesnych technologii w realizacji wydarzeń kulturalnych, ale także zdrowiem psychicznym twórców, wykonawców i kadr kultury, potrzebą zrozumienia zmieniających się standardów inkluzywności, redefinicją mobilności w świecie sztuki oraz koniecznością przeprowadzenia drastycznych zmian w systemie edukacji.

Z kolei udział w warsztatach, które odbędą się drugiego dnia konferencji, pozwoli uczestnikom na rozwój kompetencji cyfrowych, ale też podpowie jak się skutecznie komunikować z potencjalnymi partnerami i jak zwiększyć swoją produktywność.

Wśród prelegentów m.in. Sally Anne Gross, Magdalena Chołyst, Marie Fol, Vickie Naumann.

Udział w #CultureOnLIVE jest bezpłatny, ale obowiązują [zapisy](#). Liczba uczestników warsztatów jest ograniczona.

## **Kluczowa zmiana czy klucz do zmiany. O roli kobiet w branży muzycznej w Polsce i na świecie.**

Spośród 17 celów zrównoważonego rozwoju wyznaczonych przez ONZ, piąte miejsce zajmuje osiągnięcie równości płci we wszystkich przejawach życia społecznego, także w kulturze. Od kilku lat Unia Europejska wspiera i buduje sieci oraz projekty służące temu celowi. Spośród nich szczególnie interesujący jest Keychange prowadzony przez PRS Foundation. Służy wzmocnieniu pozycji utalentowanych, ale niedoreprezentowanych w branży muzycznej kobiet, oferując szkolenia, mentoring i wsparcie sieciowe, a także możliwości udziału w konferencjach i występów na festiwalach partnerskich. Choć ta i podobne inicjatywy działają prężnie, dane są wciąż zatrważające – luka płacowa w branży muzycznej wynosi ponad 20 proc., repertuar grany przez orkiestry na świecie w przeszło 95 procentach został skomponowany przez mężczyzn. Jak na tym tle prezentuje się Polska i czy gdziekolwiek na świecie powstały modele, które wspierając kobiety jednocześnie nie zaburzają równowagi i konkurencyjności na rynku muzycznym?

## **Niekreatywny system nauczania a kształcenie kreatywnych pracowników. Pracodawcy przyszłości a rynek pracownika. Gdzie i jak przyszli pracownicy i pracodawcy sektora kultury będą zdobywać wiedzę, kompetencje i umiejętności.**

Wśród kluczowych kompetencji pracowników przyszłości wyróżnia się kreatywność, krytyczne myślenie i umiejętność kompleksowego rozwiązywania problemów. Można zatem domniemywać, że w najbliższym czasie to gospodarka kreatywna będzie generować nowe, adekwatne do potrzeb rynku pracy zawody, które będą odporne na automatyzację i trudne do zastąpienia przez AI. Firmy i organizacje w związku z nasyceniem rynku, będą potrzebowały nowych strategii, kultury organizacyjnej lub po prostu sposobów na akwizycję kreatywnego potencjału u swoich pracowników. Jednocześnie wydaje się, że formalny system edukacji za takim podejściem nie ma szans nadążyć. Konieczna wydaje się zatem refleksja nad tym, w jaki sposób możemy kreować nieformalne możliwości edukacyjne, aby odpowiednio kształcić i kształtować osoby, które w przyszłości będą pracowały w sektorach kreatywnych.

## **Express Wschodni. Czy rynki muzyczne Europy Środkowej i Wschodniej działając razem mają szansę stać się czarnym koniem całego kontynentu?**

Często mówi się o nich rynki wschodzące, choć przecież niektóre z nich w niczym nie ustępują swoją wartością dobrze rozwiniętym rynkom zachodnioeuropejskim. Przez wielu wciąż uznawane za wybór ostateczny przy realizacji projektów. Tymczasem mogą się pochwalić takimi wydarzeniami jak Sziget czy Tallin Music Week.

Dlaczego zatem ten region Europy wciąż wydaje się być oceniany poniżej swojego potencjału? Czy opinia, jaką mają rynki muzyczne CEE, jest oparta o realne, najwidoczniej złe doświadczenia? Wydaje się, że wiele zależy tutaj od wewnętrznej współpracy pomiędzy poszczególnymi krajami i wspólnego działania w celu poprawy wizerunku tej części świata. Niech pierwszym argumentem na rzecz połączenia sił będą dane: zanotowany w zeszłym roku wzrost wartości rynku fonograficznego na świecie wyniósł 7,4 proc., w Europie 3,5 proc., a regionie CEE 13,5 proc. Osią dyskusji będzie pytanie „Co możemy zrobić, aby rozwijać potencjał, który posiadamy i w przyszłości stać się czarnym koniem Europy?”.

## **Mania latania. Jak krótkotrwała mobilność może wpływać na dalszy rozwój kariery artystów i profesjonalistów sektora kreatywnego.**

Od kilku lat temat mobilność artystów i profesjonalistów, przedstawicieli sektorów kreatywnych, staje się coraz częściej dyskutowany. Unia Europejska publikuje raporty na ten temat, organizuje też konkursy grantowe wspierające krótkotrwałą mobilność zarówno twórców, jak i ich managerów czy przedstawicieli instytucji kultury.

Coraz więcej pojawia się także możliwości wzięcia udziału w tzw. rezydencjach, wizytach studyjnych czy programach stypendialnych. Instytucje zarówno państwowe, jak i miejskie, prywatne i publiczne, prześcigają się w zapraszaniu do siebie artystów zagranicznych.

Tymczasem okazuje się, że badań na temat realnego wpływu udziału w takich inicjatywach na dalszy rozwój kariery jest bardzo niewiele lub były prowadzone w ograniczonym zakresie.

Pandemia Covid-19 skutecznie zatrzymała realizację większości wydarzeń związanych z mobilnością lub wymusiła ich przenosiny do sieci na okres niemal dwóch lat. Co więcej wydaje się, że w dobie szybko rozwijających się nowych technologii i coraz bardziej alarmującej sytuacji klimatycznej podróżowanie powinno być ostatecznością, a nie pierwszym wyborem. Wielu przedstawicieli branży muzycznej mimo to korzysta z tych inicjatyw i pozostaje w ciągłym ruchu. Co daje im mobilność? Czy wpływa na rozwój ich kariery? I wreszcie, jak przygotować się do takiego doświadczenia, żeby nie był to stracony czas.

**Licencjonowanie Metaverse – z Vickie Naumann (CrossBorderWorks) rozmawia Jarek Szubrycht.**

W latach 90. XX wieku internet zmienił zupełnie istniejące modele korzystania z praw własności intelektualnej, stawiając nowe wyzwania w zakresie autoryzacji, monetyzacji i egzekwowania wynagrodzeń za chronione prawem treści. Trudne debaty z tamtego okresu, które angażowały zarówno środowiska twórcze, jak i tzw. Otwartystów, miały jednak mimo wszystko za punkt wyjścia stosunkowo solidne podstawy prawa autorskiego i ochrony utworów.

Niedawno powstała wirtualna rzeczywistość Metaverse, postawi właścicieli i użytkowników własności intelektualnej przed zupełnie nowymi problemami, dla których dotychczasowe, tradycyjne zasady prawne mogą nie mieć zastosowania.

Czy Metaverse zupełnie je podważy? Czy obecna forma ochrony własności intelektualnej będzie adekwatna także dla nowo powstających treści tworzonych przez użytkowników? Na jakich zasadach będą stosowane wyjątki od ochrony praw autorskich (np. dozwolony użytek prywatny)? Wreszcie – jak będzie funkcjonować licencjonowanie tego wirtualnego przedłużenia realnego świata?

**Metaverse – nowe możliwości odbioru sztuki.**

Metaverse może budować wartość kulturową i status wirtualnych miejsc oraz ludzi, którzy je odwiedzą, poprzez przekształcanie kreatywności jak to ma dziś miejsce, we współczesną interakcję społeczną, w której każdy będzie mógł uczestniczyć w tworzeniu kultury i wartości. W Metaverse kreatywność będzie czymś, w czym będziemy uczestniczyć, gdy pojawimy się w wirtualnych przestrzeniach, między sobą, w czasie rzeczywistym. Będzie to jeden z wielu aspektów naszej interakcji w nowych światach – obok rozmowy, gry i transakcji finansowych.

W jakim stopniu wpłynie to rozwój sztuki, jej twórców a także na publiczność? Czy powstające na naszych oczach nowe światy metaverse umożliwią publiczności przeżywanie zupełnie nowych doświadczeń w kontakcie ze sztuką, czy też pozostaną tylko ulepszonym narzędziem komunikacji?

**NFT w sztuce – hazard czy dodatkowe źródło przychodów dla artystów?**

Non-fungible tokens (NFTs) stały się na początku 2021 roku przebojem technologicznym, który przyciągnął i zaangażował wielu znanych artystów. 2 mln \$ zarobione przez zespół Kings of Leon na sprzedaży ich ostatniego albumu w formie NFT, budzą u mniej znanych czy debiutujących artystów nadzieję na dodatkowe przychody. Czy jednak są oni w stanie znaleźć nabywców przeznaczających duże sumy na coś, co materialnie nie istnieje?

Każdy artysta, który dobrze zarządza swoją karierą, może liczyć na superfanów- prawdopodobnie wielu z nich będzie chciało mieć na własność część dorobku artysty w formie NFT, nie licząc na wzrost wartości aktywów. Istnieje też duża grupa inwestorów, którzy szukają okazji do zarobku na NFT. Czym jednak różni się to od inwestowania w nieznane startupy? Czy pęknięcie bańki internetowej w 2001 r. i tym samym upadek która setek dobrze zapowiadających się firm niczego nas nie nauczył? Czy ta sama historia powtórzy się w przypadku tych nowych zasobów cyfrowych?

## Przyszłość serwisów streamingowych

Pandemia COVID-19 wymusiła na publiczności uczestnictwo w kulturze w formie online. Serwisy muzyczne, VOD czy gamingowe od wiosny 2020 roku odnotowują gwałtowny wzrost liczby subskrybentów, a co za tym idzie przychodów.

Konkurencja między serwisami zawsze była zaciekła. Platformy VOD zachęcały unikalnym repertuarem, zmuszając kinomanów do kupowania kilku subskrypcji. Z kolei płatne serwisy muzyczne były do siebie podobne zarówno pod względem ceny, jak i repertuaru, więc dostęp do 70 mln tych samych utworów można było uzyskać opłacając tylko jedną subskrypcję. Walczyły one więc o nowych subskrybentów abonamentami familijnymi, czy też oferując trzymiesięczne darmowe dostępy. Wiele serwisów trudno jest dziś skategoryzować. Czy TikTok lub YouTube są serwisami video czy muzycznymi? Z kolei platformy od lat wykorzystywane przez gamerów okazały się tak rozwinięte technologicznie, że muzycy zaczęli je wykorzystywać do transmisji swoich koncertów online.

Jak będzie się kształtować przyszłość tych platform? Czy zaczną łączyć funkcje serwisu muzycznego i VOD, jak to zrobił Amazon? Czy platformy VOD będą agregować swoje repertuary, a te muzyczne zaczną szukać metod odróżnienia się od siebie? Jak na ich rozwój wpłynie wirtualna rzeczywistość Metaverse?