

Dominik Sołowiej

Kultura w czasach koronawirusa

Epidemia koronawirusa sparaliżowała życie w większości krajów na świecie. Ograniczenia związane z wychodzeniem z domu, zakaz zgromadzeń publicznych, zamknięte sklepy, firmy i instytucje publiczne to efekt pandemii, która wyrzuciła nasze życie do góry nogami. Szczególnie ucierpiał na tym dostęp do kultury, bo musieliśmy zapomnieć o koncertach, spotkaniach literackich, festiwalach, wernisażach i pokazach filmowych. Dlatego dziś wszystko przenosi się do sieci. To z całą pewnością wyzwanie dla artystów, działaczy, pracowników muzeów, bibliotek i kin. Musimy się więc szybko przystosować do nowej rzeczywistości, bo sytuacja, z jaką teraz się zmagamy, może w najbliższych dziesięcioleciach nie być odosobnionym przypadkiem.

Dziś biblioteki stawiają na dostęp online do swoich książek, a muzea proponują wirtualne zwiedzanie kolekcji. Niestety, w takich rozwiązaniach brakuje często najważniejszego elementu, tzn. człowieka. Jak więc dobrze promować kulturę w sieci, skoro Internet rządzi się innymi zasadami niż klasyczna komunikacja? Czy opublikowaniem linka do strony internetowej albo łącza do filmu na YouTube? Niestety, nie! Promocja kultury w czasach koronawirusa wymaga od nas czegoś więcej.

Jeśli jesteśmy pracownikami biblioteki i zależy nam na odbiorcach książek w wersji online, udostępnijmy je w naszym elektronicznym katalogu, a przy tym opowiedzmy o nich w mediach społecznościowych, zamieszczając nie tylko link do ściągnięcia e-booków, ale i filmiki, w których osobiście zaprosimy do lektury. Jako wydawcy, zainteresowani reklamą tytułu, który dzięki nam ukazał się na rynku, powinniśmy skupić się nie tylko na materiałach prasowych wysyła-

nych do mediów i krytyków literackich. Naszym zadaniem będzie przygotowanie krótkiego filmu, w którym autor przeczyta niedługi fragment swojego dzieła oraz opowie kilka anegdot związanych z pisaniem książki. A jeśli organizujemy cyfrową wycieczkę z przewodnikiem po muzeum, to niech wirtualnych gości oprowadza konkretny pracownik, który nie tylko pomoże nam poruszać się po salach, ale i opowie mnóstwo ciekawostek o swoich ulubionych obrazach.

Chodzi o to, by, promując dostęp do kultury online, nie skupiać się wyłącznie na technologii, czyli np. na banalnym udostępnianiu linków, zdjęć lub nieprzemysłanych nagrań. Niech za każdym naszym działaniem stoi konkretny człowiek, może trochę zagubiony w wirtualnym świecie, ale przez to autentyczny, szczerzy i przekonujący. Prosta opowieść o ulubionej książce, którą warto przeczytać będzie sto razy lepsza niż katalog tytułów, którego nikt nie będzie chciał przeglądać.

DOMINIK SOŁOWIEJ

– dziennikarz, publicysta, krytyk literacki i właściciel agencji reklamowej, ambasador Książnicy Podlaskiej im. Łukasza Górnickiego w Białymstoku.