

# KON trasty

ZBIÓR ARTYKUŁÓW  
DLA ORGANIZATORÓW  
IMPRESZ FANOWSKICH



## **Redaktor prowadzący**

Arkadiusz „Alex” Sobański

## **Redakcja językowa i korekta**

Kacper Jurkiewicz

Magdalena Stonawska

Aleksandra Tomicka-Kaiper

Zuzanna Śliwa

## **Skład i łamanie**

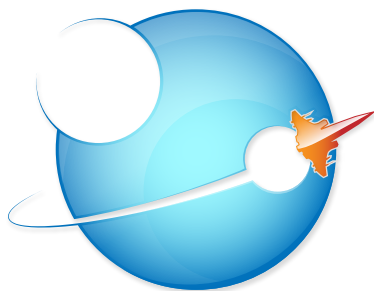
Rafał Bartos

## **Projekt graficzny okładki**

Magdalena Stonawska

## **Copyright by**

Anna Kłos, Maciej Koziół, Jakub Orłowski, Maciej Pitala, Michał Szymański,  
Filip Ulanowski, Artur Wabik, Roger Waszkiewicz, Remigiusz Zygarowicz



ZIELONOGÓRSKI KLUB FANTASTYKI  
**AD ASTRA**

**Wydawca** Zielonogórski Klub Fantastyki „Ad Astra”

We współpracy ze Związkiem Stowarzyszeń „Fandom Polski”  
i Grupą Wydawniczą Alpaka

ISBN: 978-83-952838-8-8



---

## SPIS TREŚCI

<b>40 lat minęło...</b>	<b>7</b>
<i>Arkadiusz „Alex” Sobański</i>	
<b>Polityka na konwentach – wyjątkowo subiektywna opinia</b>	<b>9</b>
<i>Maciej Pitala</i>	
<b>Pozycje obowiązkowe. Omówienie budżetu imprezy</b>	<b>14</b>
<i>Maciej Kozieł</i>	
<b>Call of office, czyli jak zwiększyć swoje szanse na otrzymanie dotacji ze środków publicznych</b>	<b>19</b>
<i>Remigiusz Zygarowicz</i>	
<b>Dobre praktyki w pracy z wolontariuszami</b>	<b>29</b>
<i>Maciej Pitala</i>	
<b>Narzędzia project managera</b>	<b>37</b>
<i>Maciej Pitala</i>	
<b>Zarządzanie ryzykiem na konwencie</b>	<b>47</b>
<i>Maciej Pitala</i>	
<b>Czy da się przenieść konwent do przestrzeni wirtualnej?</b>	<b>53</b>
<i>Autor Zbiorowy</i>	
<b>Starość Lajconika, czyli jak w obliczu kataklizmu przenieśliśmy konwent do sieci</b>	<b>67</b>
<i>Michał Szymański</i>	
<b>Repliki broni na konwentach a bezpieczeństwo</b>	<b>80</b>
<i>Filip Ulanowski</i>	
<b>Konwentowe noclegi – relikw do likwidacji czy smutna konieczność?</b>	<b>88</b>
<i>Roger Waszkiewicz</i>	
<b>Zarządzanie konwentem fantastyki online w czasie epidemii. Analiza wydarzeń PyrkONline i Konline 2021</b>	<b>92</b>
<i>Michał Kozub</i>	



## 40 LAT MINĘŁO...

W 40 lecie istnienia Zielonogórskiego Klubu Fantastyki Ad Astra zaprosiliśmy Was na kolejny kongres. Pierwszy pocovidowy, pierwszy bez ograniczeń które narzuca na nas pandemia, oraz niestety pierwszy w cieniu inwazji Rosji na Ukrainę.

Mimo że nie było łatwo, oto jesteśmy a efektem naszej pracy jest niniejsza publikacja. Spotykamy się aby się uczyć, a w trudnych czasach wymiana doświadczeń może okazać się kluczowa abyśmy spotykać mogli się za 5, 10, czy 40 lat. Mamy nadzieję, że trud włożony w przygotowanie zarówno Kongresu jak i tej publikacji nie pójdzie na marne i uda się nam spotkać za rok.

Rok temu musieliśmy spotkać się zdalnie, tym razem jesteśmy w Zielonej Górze stacjonarnie i to chyba jest najważniejsze - to pokazuje że nasze spotkania mają sens i budują rzeczy, które pozwalają nam osiągać sukcesy i uczyć się na porażkach.

Podsumowaniem tego roku jest właśnie ta publikacja. Wierzymy, że zebrana w niej wiedza pomoże każdemu chętnemu organizować jeszcze lepsze imprezy, konwenty, szkolenia czy seminaria. Powodzenia więc i do zobaczenia na kolejnych edycjach zarówno kongresu, jak i Waszych eventów.

**Arkadiusz „Alex” Sobański**



## POLITYKA NA KONWENTACH – WYJĄTKOWO SUBIEKTYWNA OPINIA

**Maciej Pitala**

*Ano, cóż, paskudny otacza nas świat (...). Ale to nie powód, byśmy wszyscy paskudnieli. Dobra nam trzeba.*

*Andrzej Sapkowski, Miecz przeznaczenia*

W ciągu ostatnich miesięcy fandomem wstrząsały gorące dyskusje na takie tematy jak zapraszanie i wycofywanie zaproszeń dla pisarzy, czy działalność organizatorki pewnego larpa oskarżanej o religijny radykalizm. Moim celem nie będzie tu ani opisywanie tych spraw, ani ocenianie ich. Nie są to bowiem ani pierwsze, ani ostatnie gorące i ważne tematy. Poruszyło mnie jednak coś innego. W dyskusjach wokół tych kwestii pojawiała się teza, że konwenty są od polityki wolne, że poglądy zostawiamy za drzwiami (brunatne koszule i czerwone krawaty zostają w szatni). Tylko że jest to teza z gruntu fałszywa. Trzymanie się jej nie uspokoi napięć w fandomie i nie zapobiegnie następnym aferom. Wręcz przeciwnie.

Teza o apolityczności musi paść już w momencie, gdy spojrzysz się na historię fandomu. Fandom powstał poniekąd w opozycji do władz, choć była to opozycja zakamufLOWANA i subtelna. Teksty literackie pochodzące z tamtego okresu zawierają wyraźne tezy i przesłania polityczne. Miało to niemały wpływ na fandom i twórców, którzy się w nim obracali. Lata 90. zmieniły perspektywę tylko częściowo. Nie brakuje zaangażowanych politycznie tekstów z tego czasu, w tym zaangażowanych bardzo mocno – weźmy na przykład antologię Czarna msza. Z różnych przyczyn polski fandom od dawna kierował się raczej na prawo; przechył w stronę wartości konserwatywnych jest też widoczny wśród twórców i twórczyń. Można by powiedzieć, że przez swoją powszechność konserwatyzm stał się przeźroczysty i uznawany za naturalny – jednak wcale taki nie był. Wraz ze zmianami pokoleniowymi, ustrojowymi i społecznymi ten układ w fandomie również zaczął się zmieniać, pojawiły się różne polityczne barwy i emocje.

Część osób uznała te zmiany za wprowadzenie polityki do fandomu. Absolutnie tak jednak nie było, bo polityka była w nim od dawna. Zmiana status quo to tylko zmiana ilościowa, a nie jakościowa. Zmieniły się, więc proporcje, a nie sam fandom. Dyskusyjnym może być stwierdzenie, że polityka co prawda była, ale ludzie nie

kłócili się z jej powodu, lub lepiej się dogadywali. Po pierwsze, znane mi fandomowe anegdoty raczej nie potwierdzają tezy o braku sporów. Po drugie, nawet jeśli tak było, nie musiało to wynikać z nadzwyczajnej tolerancji, czy umiarkowania, lecz z ogromnej przewagi jednej opcji, czy światopoglądu – inni po prostu bali się śmieiej wygłaszać swoje poglądy, nie odcinali się od poglądów, które uważali za krzywdzące, nie zwracali na nie głośno uwagi.

Nie można oczywiście ignorować takich czynników, jak zmiany społeczne, czy polaryzacja, która pojawia się w naszym społeczeństwie. Przestrzegam jednak przed łatwą diagnozą, że apolityczność konwentów została pogwałcona, czy że złamano jakąś zasadę umiaru i tolerancji. Trudno za naturalne uznać wpisywanie mszy w program konwentu; trudno za umiarkowane uznać przyzwalanie na tezy, że „kiedyś była rozwinięta cywilizacja, ale Cesarstwo Rzymskie pozwalało na relacje homoseksualne, więc cywilizacja upadła i nadeszło średniowiecze, a teraz mamy Unię Europejską” wygłaszane przez Lecha Jęczyńka. Teksty na przykład autorów Klubu Twórców są polityczne do szpiku kości – i nie ma w samym tym fackie nic złego.

Sztuka, w tym literatura, nigdy nie była, nie jest i nie będzie wolna do polityki. Polityka była w sztuce od chwili jej powstania, i to się nie zmienia. Nie powstanie dzieło wolne od poglądów, perspektyw, kontekstów. To nie jest możliwe, póki sztukę tworzą ludzie. Na konwentach prowadzimy dyskusje właśnie o sztuce w jej różnych przejawach, najczęściej literaturze. W literaturze treści polityczne są normą, wręcz, do pewnego stopnia, wyznacznikiem jakości – wśród dzieł powszechnie uznawanych za wybitne czy ważne przewagę mają teksty ideologicznie zaangażowane. Nic więc dziwnego, że na konwencie może pojawić się spór o wizję świata Ursuli K. Le Guin, czy Waltera M. Millera. Bo gdzie jak nie na konwencie jest miejsce na taką dyskusję?

Jednak naiwnością jest sądzić, że konwenty odbywają się w próżni, a rzeczywistość nie ma na nie wstępu, czy, w drugą stronę, że to one nie przedostają się do powszechnej świadomości. Konwentami wstrząsały już afery, które przenikały do głównego nurtu mediów. Pyrkonowi obrywało się za sam fakt, że największy dziennik w Polsce objął go patronatem. Nie mniej ważny jest kontekst. Gdy polską targają homofobiczne ataki na mniejszości, nie można udawać, że wypowiedzi krzywdzące i kłamliwe, takie jak te o pedofilijskich skłonnościach mniejszości seksualnej, będą uważane za zwyczajną opinię. Gdy jako organizatorzy konwentów mówimy o bezpieczeństwie uczestników, nie możemy ograniczać się do bezpieczeństwa fizycznego, udostępniając platformę mowie nienawiści i udawać, że o niczym nie wiemy. Nie bądźmy jak orły, które są zdziwione, że myszy nazywają sowę drapieżką. Przecież żadna sowa nigdy nie zaatakowała.

Czy to oznacza, że organizator musi się wypowiedzieć po jakiejś stronie politycznego sporu? Moim zdaniem nie, a przynajmniej niekoniecznie. Zwracanie uwagi na umiarkowanie, odpowiedzialność za słowa i zwykle dobre wychowanie to nie jest opowiadanie się po którejś ze stron. A jeżeli z tej zasady wynika, że trzeba jedną stronę dyscyplinować częściej, niż drugą, to nie świadczy to o zaangażowaniu politycznym organizatora, ale o tym, jedna strona nie potrafi się zachować przyzwoicie.

W kontekście upolityczniania konwentów warto też pamiętać o tym, że polityka nie oznacza partyjniactwa. Spieranie się na konwencie różnych politycznych wrażliwości to nie to samo, co spór pomiędzy wyborcami partii rządzącej i partii opozycyjnych. Na politykierstwo nie powinno być przyzwolenia, ale na debatę o wartościach – tak. Wszystko jest polityczne. Może nam się wydawać, że jest inaczej, ale poglądy, spojrzenie na świat, wrażliwość – to wszystko łączy się z polityką. Możemy różnymi drogami (światopoglądami, sposobami dedukcji) dochodzić do tych samych spostrzeżeń. Konserwatysta z kimś progresywnym mogą zgodzić się w jakiejś kwestii, ponieważ akurat ich sposób myślenia prowadzi do podobnego rozwiązania. Polityka przenika nasze działania i decyzje, często bardzo subtelnie. Nie jesteśmy tego świadomi. Tym właśnie jest przeźroczystość poglądów. Twierdzenie, że gdzieś nie powinno być polityki, to albo okłamywanie się, albo przekonanie, że to, co my wyznajemy, to nie polityka, tylko jakaś baza, uniwersalna wartość. Nie jest tak. Polityka to nie tylko bieżące wydarzenia, kłótnie polityków i spory między partiami, ale bardzo wiele elementów naszego codziennego otoczenia – nawet gdy o nich nie myślimy w ten sposób.

Konwentowi cze mają, więc prawo decydować, czy wartości organizatorów imprezy są ich wartościami; czy przyjęte zasady, wrażliwość i pomysł na program są im bliskie, czy nie. Uczestnicy mogą i będą decydować, na jakich imprezach się pojawiać, na przykład na podstawie listy gości zaproszonych na imprezę czy tego, jak zachowują się jej organizatorzy. Nie ma w tym nic dziwnego. To nie żadna cancel culture, tylko zwykły wybór konsumencki. Osoby płacące za wejściówki będą szły tam, gdzie czują się bezpiecznie i będą akceptowane. A decyzja organizatorów zawsze może być obiektem publicznej krytyki i nie sposób z tym walczyć.

Warto też powiedzieć sobie jasno, że nie zawsze możemy być Szwajcarią. Czasami neutralność jest cichym przyzwoleniem na zło. Więc tak – są sytuacje, w których konwent powinien opowiedzieć się po jakiejś stronie, na przykład stronie osób słabszych czy ofiar.

Czy to się nam, jako organizatorom, podoba czy nie, polityka nas dopadła. Nie można udawać, że jej nie ma, że to coś z innego świata. Ona będzie częścią

konwentów – bo zawsze była. Naszym zadaniem powinno być dbanie o umiarowanie i jakość debaty, ale też dobro uczestników, którzy są różni, mają różne pochodzenie, wyznania, orientacje psychoseksualne. Organizacja konwentu jest jak pilnowanie stada kotów, ale pamiętajmy, że to nasze kotki – kochane, puszyste i jedyne w swoim rodzaju.

Organizator ma w swoim arsenale różne narzędzia, nie tylko opcje atomowe – ale wykorzystywanie tych łagodniejszych wymaga więcej konsekwencji i rozwiniętej świadomości problemu. Sam jako organizator wiele razy musiałem godzić bardzo różne charaktery. Być może to coraz trudniejsze, ale jest w naszym zasięgu.

Gdy słyszę, że ktoś lub coś jest cenzurowane, przychodzi mi na myśl pewna zasada z ekonomii, która nakazuje szacować czynniki, których nie widać. A więc brać pod uwagę nie tylko to, co łatwo mierzalne i widoczne, ale też to, że coś się nie wydarzyło, a mogło; że skutki pewnych działań istnieją, nawet jeśli są mało widoczne. W przypadku konwentów pełna swoboda gości, brak kontroli nad treściami, które przynoszą, może być formą niewidocznej cenzury – może odstraszyć kogoś od imprezy, wykluczać całe grupy. Trudno jest wstać i powiedzieć jednemu z najbardziej poczytnych pisarzy, że kłamie, rani innych, a jego słowa pośrednio mogą doprowadzić do realnej, fizycznej krzywdy. Taka osoba nie musi znać pisarza osobiście; nieważne, czy prywatnie jest on miły i wspiera akcje charytatywne. Dla osoby, która siedzi w sali i słyszy, że tacy jak ona są pedofilami, gwałcą i zastręgują na najgorsze, nie będzie miało znaczenia, czy gość w konwentowej knajpie zachowuje się inaczej. Grupy wykluczane czy prześladowane często nie mają siły przebicia, nie zawsze mogą się bronić. To, że nie widać ich cierpienia, nie znaczy, że go nie ma. Żart o wieszaniu socjalistów powtarzany wiele razy przestaje być śmieszny. Warto zawsze dokonać pewnego myślowego eksperymentu: gdy padną tego rodzaju słowa, odwróć je i pomyśl, jak się poczujesz, gdy lewicowy pisarz zażartuje o wieszaniu patriotów i zakomunikuje, że wszyscy katolicy to gwałciciele. Takie słowa również nie powinny znaleźć akceptacji na naszych imprezach i poza nimi. Jako organizator na prawie dwa lata zerwałem współpracę z lewicowym blogerem za żart o strzelaniu do fandomu. Tak samo jak współpracowałem z wydawcami gry *Czas zaorać socjalizm* do czasu, gdy nazwali ofiarę gwałtu „odpadem”. Są granice, których przekroczenie powinno nieść konsekwencje. Nie chodzi tu o cenzurę czy konwentową policję obyczajową, lecz o zwykłą przyzwoitość i świadomość, że czasami trzeba powiedzieć stop paskudnym, krzywdzącym treściom.

Innym rozwiązaniem, które można rozważyć, są tak zwane *trigger warnings* czy *content warnings*, czyli ostrzeżenia o trudnych lub kontrowersyjnych treściach. To system, który pozwala na przykład ochronić osoby z traumą wojenną czy osoby,

które doświadczyły przemocy seksualnej przed kontaktem z czymś, co tę traumę odnowi, a zarazem umożliwi włączanie takich treści do programu imprezy.

We wstępniku to tęczowego numeru „Nowej Fantastyki” (11/2020) Jerzy Rzymowski napisał o kalibracji sumienia. Lubimy myśleć o sobie, że jesteśmy dobrzy. Warto jednak od czasu do czasu sprawdzać, czy nasz moralny kompas na pewno działa; czy nie ignorujemy czegoś z powodu osobistej sympatii do kogoś. To nie oznacza, że sami jesteśmy źli. Wszyscy popełniamy błędy i błądzimy, ważne jest to, by potrafić się do tego przyznać.

---

**Maciej Pitala** – Organizator licznych konwentów w tym 6-7 Polconów. ComiConu oraz Warszawskich targów książki. Były już członek zarządu ZSFP oraz współtwórca KONGres.

## POZYCJE OBOWIĄZKOWE. OMÓWIENIE BUDŻETU IMPREZY

**Maciej Kozieł**

Budżet. Dla wielu wiedza tajemna, dostępna tylko dla garstki wtajemniczonych. W rzeczywistości podstawa planowania każdego wydarzenia. Żeby trochę odczarować temat, przedstawiam omówienie pozycji w przykładowym budżecie, starając się podać jak najwięcej konkretnych informacji. Za cel stawiam sobie pokazanie, jak konstruować tego typu dokument, jaka powinna być jego struktura oraz o jakich pozycjach należy pamiętać. Ważna uwaga: nie będę odnosił się do opcji „nieoficjalnych” lub zwyczajnie nielegalnych.

### **Przychody muszą pokrywać wydatki**

Zacznijmy od podstaw. W budżecie mamy przychody i wydatki. Obie te części w wersji optymalnej powinny się przynajmniej równoważyć, a przyjemnie jest doprowadzić do stanu, w którym przychody są wyższe od wydatków. Warto już tutaj rozróżnić kwestie netto i brutto, bowiem w wielu przypadkach kwoty „realnego przepływu gotówki” nie są równoznaczne temu, co musimy zawrzeć w budżecie. Przykładowo od przychodów musimy odliczyć podatki (np. VAT), natomiast do wynagrodzeń z umów cywilnoprawnych, które wpadają na konto np. gości, należy doliczyć wszystkie daniny i ubezpieczenia.

Skoro to już mamy wyjaśnione, to możemy iść dalej. Pewne wydatki w budżecie są kosztami stałymi: nie możemy dowolnie modyfikować ich wysokości. Takim wydatkiem będzie na przykład ochrona. Musimy, przykładowo, zatrudnić pięciu pracowników firmy zapewniającej takie usługi, którzy będą obecni w budynku przez 22 godziny. Nie możemy powiedzieć firmie, że mamy 500 zł i tym się muszą zadowolić. Możemy poszukać tańszych ofert, możemy zredukować zabezpieczenie do minimum – jednak ostatecznie zapłacimy tyle, na ile wyceni usługę jej dostawca. Z kolei pozycją, którą możemy operować swobodniej, są np. reklamy w mediach społecznościowych – wydamy na nie tyle, ile będziemy chcieli.

Co wnosi ta informacja? Do pewnych wydatków jesteśmy zobligowani i żeby impreza się odbyła, musimy je ponieść w takiej, a nie innej wysokości; w niektórych przypadkach granice są dość sztywne. Kiedy więc zaczniemy opracowywanie budżetu od konstruowania przychodów, a potem dopiero wydatków, to może się okazać, że

nie wystarczy nam środków. Lepiej więc najpierw policzyć sobie, ile impreza będzie kosztować, a dopiero w następnym kroku zaplanować ceny biletów, powierzchni dla wystawców itp. Jeżeli wychodzi nam, że wejściówki są za drogie albo musimy ich sprzedać za dużo, to znaczy, że trzeba cięć wydatki. I tak balansujemy obie części, aż osiągniemy satysfakcjonujące nas rezultaty.

### Jak to poukładać?

Sposobów układania danych w tabelach jest zapewne tyle, ile osób tworzących tabelę. Ja przywykłem do segregowania wydatków według osób, które będą za nie odpowiadać. W przypadku konwentu zazwyczaj organizatorzy i koordynatorzy mają przewidziane jakieś środki na swoją działalność. Najczęściej wygodniej im się pracuje, gdy wszystkie fundusze, którymi mogą dysponować, są zebrane w jednej kategorii budżetowej. Powoduje to jednak, że czasami w różnych zakładkach są takie same pozycje. Przykład? Każdy z organizatorów odpowiedzialnych za blok programowy dysponuje „wynagrodzeniem dla gości”. Nie jest to szczególnym problemem, gdy jednym wydatkiem zajmuje się jeden organizator. Organizatorzy opiekujący się wolontariuszami i programem zamawiają wodę, a zakupy realizować będzie ten odpowiedzialny za zaopatrzenie. Trzeba zadbać, aby wszyscy wtedy znali środki, którymi dysponują, a zarezerwowane na dany cel fundusze były wpisane budżet, ale tylko raz. Kosztorys można też pogrupować w większe kategorie, takie jak „program”, „promocja”, „logistyka” i „obsługa”.

Zatem mamy kategorie. Jeżeli stosujemy kategorie ogólne i szerokie, można dla większej klarowności stworzyć podkategorie, w których wpisywane będą poszczególne po-

Kategoria		Kwota łączna dla całej kategorii	
1. Podkategoria		kwota	
Pozycja	kwota	uwagi	
Pozycja	kwota		

zycje budżetowe, tak jak to wygląda na wzorze poniżej.

Przykładową kategorią może być „program”, podkategorią (za którą odpowiedzialny jest określony organizator) byłby „blok literacki”, a pozycją „honoraria dla gości – umowy zlecenia i o dzieło”. Później w danych pozycjach będziemy księgować konkretne wydatki, ale to już praca związana raczej z rozliczaniem projektu niż projektowaniem budżetu.

Układ musi być czytelny, by łatwo było odnaleźć w nim konkretne informacje i był użyteczny dla tego, kto z nim pracuje. Dobre opisanie wszystkich pozycji pozwoli uniknąć np. ich powielania. Dopisanie typu dokumentów, na których podstawie będziemy się rozliczać, pozwoli lepiej zaplanować, czy w budżecie mamy wpisać kwotę netto czy brutto.

## **Program i promocja**

Skoro już doszliśmy do pozycji, to jakie możemy uznać za obowiązkowe? Przejdźmy przez poszczególne kategorie, by przyjrzeć się wydatkom, które mogą się w nich kryć, na pierwszy ogień biorąc wydatki merytoryczne.

Najważniejsze i największe są koszty związane ze sprowadzeniem gości na imprezę. W przypadku gości krajowych są to umowy zlecenia (czasem o dzieło, lecz ZUS coraz skuteczniej zniechęca do tej formy rozliczeń) albo faktury, którymi pokrywamy honoraria odwiedzających nas twórców. Jeżeli nie chcecie zajmować się rozliczaniem kilometrówek, to w honorarium możecie też zawrzeć koszty dojazdu. W przypadku gości zagranicznych znacznym wydatkiem są koszty transportu, który prawie zawsze pokrywa i organizuje gospodarz wydarzenia, przesyłając gwiazdzie jedynie zakupiony bilet. Wszystkim też najczęściej musimy zapewnić odpowiedni nocleg. Czasami, gdy nie możemy tego zapewnić poprzez wolontariat, pojawiają się tutaj też koszty „obsługi gościa”, czyli tłumaczy, wyżywienia, transportu lokalnego. Do kategorii programowej często wpadają koszty usług zewnętrznych, takie jak wynajęcie sprzętu multimedialnego czy zapewnienie nagłośnienia i obsługi sceny, jeżeli chcemy taką posiadać. Tworząc część festiwalową, trzeba też pamiętać o honorariach dla twórców, często też np. jurorów, oraz kosztach nagród w konkursach.

Równie ważną częścią przygotowań do imprezy jest jej promocja. Choć mamy wiele możliwości darmowej reklamy, to jednak coraz więcej środków przeznaczają się na działania mające informować o wydarzeniu. Reklama w mediach społecznościowych to coś, na co możemy wydać tyle środków, ile mamy; nawet niskie kwoty przyniosą jakiś efekt. Do kosztów promocji można zaliczyć także opłaty za usługi webowe – serwer i domenę, czasem też projektowanie strony i aplikację mobilną. Jeżeli chcemy promocji z większym rozmachem, duże fundusze może pochłonąć przygotowanie klipu, emisja reklam radiowych czy zamieszczenie informacji w prasie lokalnej. Wciąż często stosujemy reklamę drukowaną. Same plakaty w odpowiedniej jakości i ilości to istotna pozycja w budżecie, a kolejną jest ich dystrybucja. Jeżeli chcemy, żeby zawisły na publicznych słupach, to będzie to wymagało zainwestowania sporych środków. Podobnie jest z innymi drukami. Na koniec koszty promocji bezpośredniej, czyli gadżety i obecność na innych imprezach

fantastycznych, gdzie musimy obecnym na naszym stoisku osobom zapewnić co najmniej zwrot kosztów.

### **Logistyka i obsługa wydarzenia**

To jest ta smutniejsza część projektowania budżetu, bowiem zaliczają się tu wydatki, na których najchętniej byśmy zaoszczędzili, a są znaczącą, często przeważającą częścią kosztów imprezy. Sprowadzanie gości czy barwne akcje reklamowe często są kosztami elastycznymi: ile mamy, tyle wydamy, coś też można załatwić pracą wolontariuszy lub po znajomości. Te dwie kategorie składają się jednak w znacznej mierze z pozycji, które muszą nam dostarczyć zewnętrzni usługodawcy.

Pierwszy i podstawowy wydatek to lokal. Musimy mieć gdzie zrobić imprezę i najczęściej nie udaje się tego załatwić za darmo. Sama opłata za wynajem często nie jest jedyną; trzeba doliczyć wynagrodzenia dyżurujących pracowników, media, rezerwę na ewentualne zniszczenia i sprzątnięcie (czasem zajmują się tym pracownicy obiektu, ale i tak zapewne będzie potrzebna dodatkowa umowa). Jeżeli nie jest to wyodrębnione i zawiera się w samej kwocie wynajmu, to i tak musimy założyć dodatkowo środki na pokrycie uszkodzeń powstałych w czasie imprezy.

Musimy też pamiętać o innych kosztach związanych z zabezpieczeniem miejsca imprezy. Najczęściej już nie wystarcza patrol konwentowy i musimy zatrudnić firmę ochroniarską oraz zorganizować dyżur medyczny. Jeżeli impreza odbywa się na zewnątrz, to dochodzi dodatkowe sprzątnięcie, wynajęcie plenerowych toalet, czasem też np. dodatkowych kontenerów na śmieci. Może się zdarzyć, że będzie od nas wymagane zatrudnienie dodatkowych pracowników, np. elektryka czy innych specjalistów, których nie będą w stanie zastąpić wolontariusze. W logistyce imprezy kryje się też oczywiście transport, przesyłki, kurierzy, zamówienia sprzętu, materiałów technicznych czy biurowych. W zależności od tego, gdzie odbywa się nasza impreza, czasami musimy zadbać o dodatkowe krzesła, stoły, zabudowę targową czy namioty. Wszystko to jest niezbędne do właściwego przygotowania konwentu.

Ostatnią kategorią jest obsługa, czyli zapewnienie komfortu pracy osobom pomagającym nam tworzyć festiwal, ale też i jego uczestnikom. Wypada więc przynajmniej w podstawowym zakresie zapewnić wyżywienie organizatorom i wolontariuszom, wyposażyć ich w narzędzia niezbędne do pracy, ubrać w koszulki funkcyjne, zadbać o dostarczenie wody. Wszyscy obecni na imprezie muszą być też odpowiednio oznaczeni (np. identyfikatorami czy opaskami). Podobnie teren imprezy z zewnątrz i wewnątrz powinien być oznaczony i opisany. To wszystko oczywiście wymaga odpowiednich pozycji w budżecie.

## Podsumowanie

Jestem w pełni świadomy, że to wyliczenie nie obejmuje wszystkich możliwych pozycji w budżecie konwentu, ale pozwala zrozumieć, w jaki sposób budżet powinien być konstruowany i jak wiele składowych części wpływa na jego wysokość, co musi się przekładać na cenę biletów wstępu. Nie zawarłem w powyższym omówieniu kwestii wynagrodzenia dla osób tworzących projekt, a takie moim zdaniem powinno się znaleźć w budżecie. Wiedza i umiejętności, a co najważniejsze nakłady czasu, jakie są wymagane dzisiaj, aby stworzyć udaną imprezę fanowską, są ogromne. Ciężko zrobić to wszystko w wolnym czasie. Nie należy oczekiwać, by grafik zrobił swoją pracę za „wpis do portfolio”, podobnie nie powinniśmy oczekiwać tego od organizatorów konwentu.

Celowo nie podawałem konkretnych kwot, ponieważ zależą one bardzo od skali (czasami, co zaskakujące, więcej mogą zaoszczędzić większe imprezy) i miejsca, gdzie organizujemy konwent. Musimy się też przygotować na to, że po pandemii wiele kosztów ulegnie zmianie (i nie łudźmy się, że będziemy płacić mniej) oraz pojawi się kilka nowych pozycji związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa. Warto aby każdy, kto chce zabrać się za organizację festiwalu, dobrze przeliczył sobie, czy mu się to kalkuluje, a nie starał się zrobić imprezę, oszczędzając na wszystkim. W takim wypadku najczęściej lepiej zrezygnować.

---

**Maciej Koziół** – od 20 lat zaangażowany w tworzenie imprez fanowskich, a od 12 organizator Pyrkonu, Dni Fantastyki oraz kilku Polconów. Na co dzień pracownik merytoryczny Centrum Kultury „Zamek” we Wrocławiu i koordynator Dni Fantastyki od 2013 roku.

## **CALL OF OFFICE, CZYLI JAK ZWIĘKSZYĆ SWOJE SZANSE NA OTRZYMANIE DOTACJI ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH**

**Remigiusz Zygarowicz**

Urzędy, ministerstwa, fundacje – te wszystkie typy instytucji prowadzą przeróżne konkursy związane z dotowaniem wydarzeń w przestrzeni publicznej. W przeważającej większości są to konkursy otwarte, więc dlaczego by nie spróbować sięgnąć po te pieniądze? Nie ma magicznych sposobów na radzenie sobie w każdym konkursie. Nie ma schematu, który jest niczym klucz do tej wielkiej, odwiecznej zagadki administracji. Jak jednak możemy zwiększyć swoje szanse? Na to pytanie spróbuję udzielić odpowiedzi w niniejszym tekście.

### **Bądź legalny**

Dla przejrzystości życia publicznego bardzo istotne jest jasne wydatkowanie środków. Znacznie łatwiej jest otrzymać dotacje, będąc zarejestrowanym stowarzyszeniem lub fundacją niż grupą znajomych bądź pojedynczą osobą fizyczną. Osobowość prawna jest dla urzędu swoistym wyznacznikiem pewności instytucji i gwarantem uniknięcia sytuacji w stylu „event się nie odbył, bo miałem grypę/ nie dostałem urlopu/chomik mi zdechł”. Jeśli dopiero zaczynacie – postarajcie się o uzyskanie osobowości prawnej. To kosztuje niewiele, a otwiera wam bardzo wiele drzwi. Musicie też założyć osobne konto bankowe dla waszej organizacji albo zadania, bo częstokroć nie ma możliwości wykonania przelewu dotacji na prywatne konto.

### **Bądź sobie szefem**

Nie bez przyczyny we wniosku osobno podaje się osobę kontaktową i osoby uprawnione do podejmowania decyzji. Osobą kontaktową niech będzie osoba faktycznie opiekująca się wnioskiem. Mnóstwo ważnych aneksów, informacji, pouczeń, a czasem informacji i możliwości odwołania ucieka, bo „ktoś z zarządu zapomniał o awizo/olał awizo/nie dostał awizo”. To nie jest kwestia prestiżowa. Naprawdę jako kontakt nie musi być wpisany prezes stowarzyszenia, nawet jeśli bardzo chce (chyba że to on opiekuje się wnioskiem). Dotujący nie zaprosi was na kawkę i ciasto; raczej będzie chciał wyjaśnień czy uszczegółowień, których osoba, która nie pisała wniosku, może zвычайnie nie być w stanie dostarczyć.

## **Zrób coś wcześniej**

W większości formularzy konieczne jest podanie historii oferenta w organizowaniu wydarzeń danego typu. Chcesz pieniądze na event na 10 tysięcy odwiedzających? Dotujący musi uwierzyć, że podołasz zadaniu. Postaraj się, aby twój podmiot miał już za sobą zorganizowanie jakiegoś wydarzenia, nawet w dużo mniejszej skali. Oczywiście cotygodniowe spotkania klubu na 40 osób to za mało. Jeśli dopiero zawiązaliście grupę, nie ukrywajcie tego, ale podajcie doświadczenie poszczególnych jej członków. Może ktoś z was odbył staż w San Diego na lokalnej imprezie fantastycznej? Opisanie we wniosku z pozoru takich mało oczywistych rzeczy jest bardzo ważne, bo pokazuje, że jesteście w stanie wykonać zadanie, które postawiliście sobie za cel.

## **Słuchaj potrzeb dotującego**

Każdy konkurs ma regulamin. Każdy dotujący ma statut, cele strategiczne lub perspektywy wieloletnie. Postaraj się przeczytać te dokumenty (tak, w większości są nudne jak dwutomowe opisy meczów szachowych, ale to konieczne). Być może twoja impreza idealnie wypełnia priorytet dotującego w ważnym dla niego zakresie? To twoja szansa i koniecznie umieść to we wniosku! Niestety może to zadziałać także w drugą stronę – być może jakiś zapis w regulaminie wyklucza twoją imprezę z tego konkretnego zadania. Wówczas dowiesz się, że ów konkurs to strata czasu; swoją cenną energię lepiej przeznacz na organizację eventu albo poszukiwanie innego źródła finansowania. Samo (nawet najlepsze) wypełnienie wniosku to wszakże za mało, żeby otrzymać środki, jeśli nie spełnia się wymogów formalnych.

## **Poznaj swojego dobroczyńcę**

W ciągu roku warto odwiedzać instytucje, z którymi chcesz współpracować. Oczywiście nie namawiam do jeżdżenia do ministerstwa, ale jeśli jest to na przykład lokalny wydział kultury urzędu miejskiego, warto poznać ludzi opiekujących się NGO w mieście lub gminie, poznać ich priorytety i zorientować się w ofercie kulturalnej. Bliżej daty waszej imprezy zanieś tam bilety na wydarzenia, które organizujecie lub po prostu wybierz się, by porozmawiać o tym, co chcecie zrobić. Ale jak to – bilety? Toż to łapówka! Otóż właśnie nie – zapoznanie się z rezultatami waszej imprezy czy waszym poziomem organizacyjnym może być bardzo istotne dla rozpatrywania ofert. Dotujący chce mieć pewność, że jego drogie środki nie pójdą na party dla „znajomych królika” albo na organizacyjną klęskę, która jeszcze, nie dajcie bogowie, jest niebezpieczna dla odwiedzających.

Im wyższą „szychę” przyciągnięcie, tym większe są szanse, że instytucja popatrzy przychylnie na wasz wniosek. Jeśli odwiedzi was burmistrz, prezydent miasta albo dyrektor wydziału, oprowadźcie go po ewencie i opowiedzcie najlepiej jak potraficie, dlaczego to takie fajne (i warte dotowania). W końcu wy też lubicie sprawdzić rzecz, na którą macie wydać pieniądze, prawda? Niektóre konkursy wręcz wymagają przeznaczenia kilku czy kilkunastu wejściówek dla dotującego. I nie jest to miły upominek dla pracowników, tylko właśnie umożliwienie zapoznania się z rezultatami waszej pracy. Nie bójcie się zapraszać przedstawicieli lokalnych władz na event, nawet jeśli nie dotują go w danej edycji – niech zobaczą, że warto zrobić to za rok!

W relacjach z przedstawicielami jednostki dotującej bądźcie jednak profesjonalni i nie dajcie się ponieść fantastyce. Jeśli przyjdziecie do urzędu w super cosplayu (żeby pokazać, o co w tym wszystkim chodzi) albo fullprintowej, szalenie kolorowej koszulce festiwalowej, możecie zostać potraktowani jako mało poważny partner do współpracy w tak poważnej dziedzinie, jaką jest finansowanie. Oczywiście mucha i krawat też nie są obowiązkowe. Styl smart business albo nawet schludny casual jest znacznie lepszym wyborem niż ta boska koszulka z Legionu samobójców.

### **Twój wniosek to twoja wizytówka**

Wiesz, dlaczego obecnie większość piosenek trwa około trzech minut? Otóż mniej więcej tak długo odbiorca skupia na nich uwagę. Niektórzy specjaliści mówią, że czas na zainteresowanie widza czy słuchacza jest jeszcze krótszy i może wynosić nawet jedynie minutę. I to jest właśnie twój czas. Urzędnik opiniujący wniosek przeczyta kilka pierwszych akapitów, po których wyrobi sobie opinię na twój temat jako organizatora i na temat wartości imprezy. Staraj się pisać zwięźle, zawierając możliwie dużo informacji i konkretów. Postaraj się pokazać swój pomysł z jak najlepszej strony. To przecież JEST świetny pomysł! I co bardzo ważne, a często pomijane – zadbaj o wizualną stronę wniosku. Przecinki, ortografia i gramatyka muszą być perfekcyjne. Prawidłowe formatowanie tekstu jest również ważne (wyjustowanie tekstu, usunięcie „wiszących” liter na końcu linii tekstu, równa czcionka itd.). Nie bój się poprosić kogoś o pomoc.

### **Fakty, nie opinie**

Jak ognia unikaj sformułowań typu „jesteśmy najlepszą imprezą fantastyczną” (chyba że rzeczywiście jesteście, ale argument „jesteśmy największą (bo jedyną) imprezą fantastyczną w dwudziestotysięcznym mieście” to nie argument) albo „nasz wniosek idealnie spełnia wymagania konkursu”. To są dane, których nie da się zweryfikować, bądź co gorsza są do zweryfikowania właśnie przez

oceniającego wniosek, jak w drugim podanym przeze mnie przykładzie, i w oczywisty sposób próbujecie wchodzić mu w kompetencje. Nie twórzcie własnej projekcji rzeczywistości, chyba że macie mierzalne rezultaty (np. referencje, badania marketingowe itd.); wówczas we wniosku musi znaleźć się odnośnik do tego typu danych.

### **Wiedz, że ktoś może nie wiedzieć**

Wiem, że to wręcz niewiarygodne, ale wciąż jest na świecie całkiem liczne grono osób, które nie wiedzą, co to manga, anime, Warhammer czy nawet kim był Tolkien, a planszówki kojarzą im się z Chińczykiem albo Grzybobraniem. Przeciętny wiek urzędnika samorządowego w Polsce to około 38 lat (w wielu gminach przekracza 40 lat). Pomyślcie o swoich niefandomowych znajomych w podobnym wieku. Czy rozumieją wasze pasje? Czy byli w kinie na ostatnich Avengersach? Nie? Możecie założyć, że osoba rozpatrująca wniosek też nie będzie wiedziała, o co chodzi, bo tak będzie w 9 przypadkach na 10 (chyba że zastosowaliście się do jednego z wcześniejszych punktów i już nawiązaliście kontakty w instytucjach, które prosicie o pieniądze). Starajcie się więc unikać mocno specjalistycznych pojęć i tak prowadźcie narrację wniosku, by zrozumiała go osoba niezajmująca się na co dzień fantastyką. Bardzo pomaga w tym wywodząca się z sektora IT stara metoda gumowej kaczuszki (jeśli nie znacie – sprawdźcie i spróbujcie koniecznie, bardzo pomaga zarówno we wnioskach, jak i w rozliczeniach dotacji) albo dajcie wniosek do przeczytania mamie, tacie lub koleżdze z pracy. Jeśli bezproblemowo załapie, o co wam chodzi, prawdopodobnie osoba czytająca wniosek ze strony dotującego także zrozumie. Jeśli urzędnik nie zrozumie wniosku, nie będzie was dopytywać, tylko gorzej go oceni, a tego bardzo nie chcecie.

### **Bądź unikalny**

Każda z instytucji dotujących wydarzenia kulturalne stawia na ich różnorodność. Dziewięć festiwali komiksu w Warszawie na pewno nie otrzyma dotacji. Podobnie jak piąty festiwal fantastyki w tym samym mieście w ciągu dwóch miesięcy. Spójrz na życie kulturalne twojej okolicy i postaraj się wypełnić pustkę, którą zauważysz. Może event w lutym albo listopadzie? Nie dubluj wydarzeń, postaraj się podkreślać we wniosku unikatowość twojej oferty i jej znaczenie dla kultury regionu.

### **Bądź kulturotwórczy**

Integracja społeczności i przeciwdziałanie wykluczeniom to pożądane wartości. Może warto rozważyć bilety rodzinne albo zniżki dla mieszkańców miasta? To może mieć znaczenie przy rozpatrywaniu wniosku. Nie bez znaczenia jest dostępność eventowego obiektu dla osób z niepełnosprawnościami.

## **Nie bądź hermetyczny**

Dotacja na event dla 200 zaproszonych osób albo zjazd miłośników piątego odcinka szóstego sezonu serialu SF z lat 60. mają małe szanse na dotację. Starajcie się łączyć różne grupy docelowe. Im szerzej we wniosku, tym lepiej. Wykluczenia mogą zaś wykluczyć was. Nie liczcie na dotację imprezy na przykład „tylko dla osób w wieku 18–25 lat” albo „tylko białych mężczyzn o wzroście powyżej 180 cm”. Chyba że wykażecie, że z jakiegoś powodu oferta kulturalna innych instytucji operujących w waszym obszarze działalności na ogół wyklucza właśnie te grupy i przeciwdziałacie takowym wykluczeniom, ale to bardzo mało prawdopodobne.

## **Bądź apolityczny**

W pisaniu wniosków bądź jak Szwajcaria – stały w neutralności od wieków i niewzruszony falami bliższej i dalszej polityki. Możesz być panslawistą, prawicowym radykałem, antyklerykałem, socjalistą albo anarchistą. I to z punktu widzenia dotacji jest w porządku (o ile posiadasz pełnię praw publicznych). Ale we wniosku nie może być o tym ani słowa. Możesz przekreślić swoją pracę jednym zdaniem, w którym będzie mowa o wspieraniu opcji politycznej przeciwnej wobec dominującej w instytucji, do której go składasz. Dotacje to też polityka, a polityka się zmienia. Dziś rządzi opcja X, jutro może rządzić Z. Jeśli nie chcesz być zaklasyfikowany do którejś z nich i skreślony przez drugą – bądź neutralny. To wyjdzie twojej imprezie tylko na zdrowie i pozwoli żyć w zdrowiu przez lata.

## **Nie bądź pazerny**

Konkurs z pulą miliona cebulionów? No to piszę na milion! Bardzo się rozczarujesz. Dotacja zostanie rozdzielona na kilkadziesiąt podmiotów, a ty, o ile dostaniesz finansowanie, to w wysokości ułamka zakładanej kwoty. Dotujący może równie dobrze stwierdzić, że twój wniosek jest przeszacowany i niegodny uwagi, a przyznana dotacja wyniesie okrągłe zero.

Dobrze jednak składać ofertę „na górkę” – co oznacza, że najprawdopodobniej otrzymasz mniej niż wnioskujesz (chyba że wnioskujesz o 2000 zł) i dobrze jest mieć z czego obcinać ofertę. Plan maksimum nie powinien jednak wynosić więcej niż 200% planu minimum. Dlatego też warto założyć sobie przy planowaniu harmonogramu i budżetu wydarzenia właśnie opcję minimum, optimum i maksimum – każda z nich musi zakładać możliwość płynnego poprowadzenia eventu, a dodatkowe środki powinny wzbogacać imprezę.

## **Jacht poczeka**

W części konkursów nabywanie środków trwałych jest wyłączone całkowicie, w innych źle widziane. Staraj się nie wypisywać do wniosku zakupu np. komputera lub drukarki, nawet jeśli impreza żywotnie ich potrzebuje – lepiej je wynająć. Nabywanie środków eksploatacyjnych takich jak tusze, papier do drukarki czy syntyna pomarańczowa taśma jest już jednak dopuszczalne.

## **Nie podejmuj się niemożliwego**

Wnioskowaliście o 200 tysięcy, a dostaliście 10 tysięcy? Nie macie innego źródła finansowania i zakładacie, że „jakoś to będzie”? Zrezygnujcie z dotacji i nie róbcie sobie kłopotów. Urzędy to nie znajoma drukarnia wujka Waldka, która poczeka na fakturę – jeśli nie wykonacie założeń i dostaniecie karę umowną, będziecie musieli wraz z nią zwrócić dotację lub jej część. Niewykluczone, że z własnej kieszeni, jeśli dotacja jakoś się rozejdzie w tak zwany międzyczasie.

## **Nie rób konkurencji**

W moim mieście jest Imprezkon. Ja mogę zrobić lepszy Imprezkon 2.0 – tematyka ta sama, ale moje lepsze! Tworzenie konkurencji jest bardzo niepożądane, a jeśli twoja impreza ma charakter komercyjny i jest to ingerencja w wolny rynek, to twoje szanse są jeszcze mniejsze. Generalnie nacisk kładzie się raczej na wypełnianie luk w ofercie kulturalnej, a nie zastępowanie jednych wydarzeń drugimi. Pamiętaj o tym, pisząc ofertę. Nie próbuj podkopywać innych tego typu wydarzeń, na przykład pisząc, że masz lepsze opinie na fejsie niż Imprezkon.

## **Nie rób z siebie ofiary**

*„Pomóż mi, Obi Wan, jesteś moją ostatnią nadzieją!”*. To, co zadziało w Gwiezdnym Wojnach, nie zadziało na osobę rozpatrującą wniosek. Jeśli uzależniasz byt imprezy od otrzymania dotacji, możesz zostać uznany za nieatrakcyjnego partnera do współpracy, która zmienia się wówczas w całkowity sponsoring. Jeszcze gorzej, jeśli prowadzisz narrację „imprez wyklętych”, mówiąc na przykład, że „moja mniejszość jest dyskryminowana i inni odmawiają nam środków, ale wy pomożcie”. Skoro tak jest, to może „inni” mają ku temu jakiś racjonalny powód i znów wchodzi kwestie polityczne. Dotowanie „nacechowanych” imprez także ściąga potencjalną krytykę na dotującego. A on tego bardzo nie chce.

## **Mały znaczy większy**

Wiele instytucji, szczególnie samorządowych, oferuje tzw. „małe granty”, które zwykle nie przekraczają 10 tysięcy złotych netto. Być może dla twojej imprezy to będzie wystarczająca kwota i nie ma sensu bić się z gigantami? Małe granty znacznie łatwiej otrzymać i znacznie łatwiej rozliczyć. Jeśli dopiero zaczynasz przygodę z dotacjami, małe granty to świetna okazja, by poznać bliżej cały system dotacji, nauczyć się pisać wnioski, a potem, oczywiście, prawidłowo je rozliczać. I być może w przyszłości próbować walczyć o większe pieniądze, mając już doświadczenie.

## **Pokorne cielę dwie matki ssie**

Mówi przysłowie ludowe. Być może warto rozważyć złożenie wniosku do kilku instytucji i od każdej spróbować otrzymać mniejsze środki, na które macie większe szanse? To więcej pracy, ale i większa szansa na sukces. Pamiętaj jednak, że nie wolno ci składać dwóch wniosków w dwóch instytucjach na to samo działanie (np. na zaproszenie tego samego pisarza – nie ma szans, że burmistrz i wojewoda zrzucą się na to po połowie). Jest to tak zwane podwójne finansowanie elementu zadania i jest podstawą do nałożenia niemałej kary, a nawet anulowania dotacji.

## **Nie obiecuj niemożliwego albo niepewnego**

Za te 200 tysięcy sprowadzę Sapkowskiego, Dukaja i Pilipiuka, a jak dorzucicie jeszcze 100 tysięcy, to może nawet Tolkiena! A co jeśli nie? W żadnym wypadku nie wpisujcie do wniosku konkretnych nazwisk. Bo co jeśli pisarz dzień przed eventem złamie nogę albo co gorsza „wyloguje się” z doczesnej powłoki i do spotkania nie dojdzie? Aneksować nie zdążycie, dotację trzeba będzie oddać (w przypadku wypadków losowych być może bez kary). Szkoda, prawda? A znacznie bezpieczniej jest napisać, że za te pieniądze zorganizujecie spotkanie z krajowym twórcą, a w kręgu waszych zainteresowań są nazwiska takie jak X, Y, a także Z i inni podobnej rangi. W razie trudności macie opcje awaryjne i być może środki nie przepadną, bo uda się coś zorganizować.

## **Papier przyjmie wszystko, a ty przyjmij każdy papier**

Bóg, honor, dokumentacja eventowa. Tak mogliby mawiać przedwojenni organizatorzy imprez fanowskich, gdyby wówczas funkcjonował ten rynek. Na twojej imprezie nie ma dokumentacji „na potem”. Każdy wydatek, który wpiszesz we wniosku (bez względu na to, czy płacisz ty, środki z dotacji czy środki od odbiorców zadania) musi mieć fakturę, każda faktura musi być opłacona terminowo. Od tego nie ma odstępstw i „jakośćobędzie”. Każdy zagubiony bądź opłacony po terminie

dokument to problem, nie zawsze do rozwiązania. A wystarczy być uważnym w prowadzeniu dokumentacji i możliwie dużo rzeczy załatwiać przed imprezą. Możesz nawet mieć na ewencie osobę odpowiedzialną wyłącznie za dokumentację. To nie będzie zmarnowany etat.

### **Dedlajn, czyli będziesz ded, jak przekroczysz ten lajn**

Terminy urzędowe są nieubłagane. Sprawdź dokładnie zasady konkursu, do którego przystępujesz. Jeśli twoja impreza odbywa się 20 grudnia, najprawdopodobniej nie uda ci się zebrać kompletu dokumentacji do końca roku kalendarzowego. Wówczas odpuść. Jeśli to konkurs jednoroczny, nie będziesz mieć możliwości wydatkowania środków w kolejnym roku (rok budżetowy nie jest tożsamy z twoim rokiem projektowym). Masz za to poważny problem, bo nawet jeśli opłacisz faktury z własnych środków po terminie, nie będą mogły zostać rozliczone w dotacji. Dlatego kluczowe jest dobre rozpisanie harmonogramu i trzymanie się go. Z doświadczenia mogę podpowiedzieć, że optymalnie jest mieć przynajmniej 60 dni od końca imprezy do daty granicznej złożenia sprawozdania – 30 dni pochłonie zbieranie dokumentów, następne 30 pisanie sprawozdania z dotacji i ewentualne poprawki. Zapas czasu zawsze jest dobry.

### **Stwórz harmonogram!**

Zrobię imprezę w lutym. Albo w czerwcu. No najdalej w listopadzie. W momencie pisania wniosku musisz mieć już pomysł, co i kiedy chcesz robić. Dokładnie przemyśl, ile czasu zajmie ci przygotowanie, kiedy będziesz opłacać faktury, kiedy zbierzesz komplet dokumentów i kiedy rozliczysz dotację – taki harmonogram jest niezbędnym elementem oferty, ale także pozwoli ci zorganizować i uporządkować swoją własną pracę.

### **Zmień to, co musisz zmienić**

Dostałeś dotację, ale okazało się, że z jakiegoś powodu dotowana część imprezy się nie odbędzie (na przykład w ramach atrakcji przewidziałeś pool party, a miasto zamknęło basen z powodu remontu)? Jeśli jesteś przed eventem, gnaj do swojego grantodawcy i proś o aneks do umowy dotacyjnej – bardzo prawdopodobne, że przyznane środki będziesz mógł bez bólu przerzucić na inną atrakcję w ramach tej samej imprezy. Jeśli jednak nadejdzie godzina zero i twój event trwa już chociażby od minuty – nie masz szans na aneksowanie i możesz już zacząć się zastanawiać, jak to rozliczysz... Najprawdopodobniej się to nie uda. Bądź przygotowany na zwrot części środków.

## **Twórz historię**

Jeśli udało ci się dostać pierwszą dotację, postaraj się rozliczyć ją sumiennie i w terminie. Wiele instytucji jako istotne kryterium oceny wniosku uznaje tzw. „dobrą historię dotacyjną”, co oznacza, że jeśli źle rozliczyliście poprzednią dotację (lub, co gorsza, jeszcze tego nie zrobiliście), nie macie szans na następną. Czasem historia dotacyjna może być także sprawdzana pomiędzy instytucjami, więc zaległości w jednej mogą wyeliminować was z konkursu w innej. Warto więc budować sobie bogatą historię dobrych współprac.

## **Wiąż się na lata**

Wiele instytucji rozpisuje konkursy wieloletnie (na 3–5 lat), w których środki są proporcjonalnie większe i istnieje możliwość przetrzymywania środków z roku na rok w ramach zadania (nie wykorzystaliśmy kwoty przeznaczonej na 2021? Mamy jeszcze Imprezkon 2022, wystarczy spisać prosty aneks!). Taki konkurs trochę trudniej wygrać, jednak posiadanie umowy wieloletniej pozwala spokojniej planować budżet kolejnych edycji wydarzenia. Są to zawsze konkursy godne uwagi i poświęcenia dodatkowego czasu na napisanie wniosku.

## **Pisz wnioski!**

Nie udało się? Nie przejmuj się. Przeciętna skuteczność w otrzymaniu dotacji przez NGO wynosi około 40%. Oczywiście w myśl zasady „są kłamstwa, większe kłamstwa i statystyka” są instytucje, które mają skuteczność bliską 100%, ale są i takie, które od lat nie otrzymały żadnych środków zewnętrznych. Nie zrażaj się i wyciągaj wnioski ze swoich błędów. Obserwuj imprezy, które otrzymały dotację – może jesteś w stanie zaadaptować u siebie któreś z ich rozwiązań?

## **Miej plan B**

Ostatni rok dobitnie uświadomił nam, że najlepsze plany potrafią wziąć w łeb. Pandemia, stan wyjątkowy, żałoba narodowa – to wszystko może spowodować, że twój dopieszczony event nie będzie mógł się odbyć w danym terminie albo będzie musiał zmienić formę. Warto pomyśleć, na co alternatywnie można by wykorzystać środki, jeśli na przykład nie możemy zrobić imprezy open air. Zmiana formuły, alternatywne atrakcje – warto mieć to z tyłu głowy i myśleć o tym, planując pisanie wniosku dotacyjnego. Większość dotacji nie jest w systemie „wszystko albo nic” i można je negocjować nawet relatywnie niedługo przed eventem.

## Ucz się od lepszych

Prawo daje nam świetne narzędzie, jakim jest dostęp do informacji w trybie przewidzianym w dostępie do informacji publicznej – każdy złożony do urzędu wniosek podlega jej i musi zostać wam udostępniony (nieodpłatnie lub za koszt nośnika). W ten sposób możecie poczytać, jak wnioski konstruuje instytucje otrzymujące granty (wyniki konkursów są jawne). Warto robić to w swoim mieście lub w obrębie poprzedniej edycji konkursu, w którym startujecie, gdyż dla kultury istotny jest czynnik lokalny. Wniosek otrzymany w mieście X mógłby nie otrzymać finansowania w mieście Y, gdyż samorządy tych miast mogą mieć zupełnie inne priorytety i potrzeby społeczności, inaczej może też wyglądać lokalna oferta kulturalna. Minusem jest to, że musicie prosić o konkretny wniosek złożony w konkretnym konkursie – nie ma możliwości uzyskania np. wszystkich zwycięskich wniosków z konkursu „superevent powiatu iksińskiego za lata 2002–2020” (albo zostanie to uznane za informację przetworzoną i zostaniecie obciążeni kosztami jej przygotowania).

Nie próbujcie jednak zdobyć takich wniosków jako lektury tuż przed złożeniem wniosku albo „inspiracji ostatniej szansy”. Przeciętnie na dostęp do nich czeka się około 14 dni od daty złożenia podania w urzędzie, czasem krócej, ale w wyjątkowych wypadkach realizacja waszego wniosku może być wydłużona nawet do 28 dni.

Myślę, że te wskazówki pomogą ci napisać twój pierwszy wniosek albo ulepszą to, co wychodziło dotychczas spod twojej ręki. Szukaj źródeł finansowania, pisz i składaj wnioski, odnoś sukcesy i porażki. To sprawi, że staniesz się lepszym, bardziej świadomym organizatorem, który nauczy się współpracować z administracją, na czym twoja impreza może tylko zyskać, zaś pozyskane środki ją ulepszą lub zapewnią jej stabilną przyszłość.

Powodzenia!

---

**Remigiusz Zygarowicz** – członek Klubu Fantastyki Druga Era, koordynator pionu Administracji i Finansów na Festiwalu Fantastyki Pyrkon. Ma 6 lat doświadczenia w pracy w administracji samorządowej, od 2013 jest związany z NGO operującymi w finansowaniu z różnego rodzaju dotacji.

## **DOBRE PRAKTYKI W PRACY Z WOLONTARIUSZAMI**

**Maciej Pitala**

W poprzednich publikacjach towarzyszących KONgresowi była już poruszana kwestia prawa o wolontariacie, czyli norm zawartych w polskim prawie, których musi przestrzegać organizator wydarzenia, współpracując z wolontariuszami. Ten artykuł skupia się nie na nich (choć będzie o nich czasem mowa), lecz na kwestiach, których prawo nie reguluje: dobrych praktykach.

Przestrzeganie obowiązującego prawa to czasami za mało. Zresztą praca z wolontariuszami, szczególnie na konwentach, to nie tylko przepisy, ale przede wszystkim zwyczaje. Wypracowane podczas wielu wydarzeń dobre praktyki sprawiają, że praca z wolontariuszami jest prostsza i bardziej efektywna, a sami wolontariusze – co ważniejsze – są bardziej zadowoleni i gotowi wesprzeć inne inicjatywy. Składa się na nie wszechstronny zestaw wskazówek, które mają uniwersalny charakter, mogą więc być stosowane do różnych projektów.

### **Zapoznaj się z ustawą o wolontariacie i przestrzegaj zasad**

Polskie prawo określa, kto i na jakich zasadach może być organizatorem wolontariatu. Koniecznie trzeba poznać obowiązujące w Polsce przepisy i podchodzić do nich poważnie. Nie są one ani bardzo skomplikowane, ani restrykcyjne; przestrzeganie ich nie uniemożliwia korzystania z wolontariatu. Warto jednak wiedzieć, co wolno, a czego nie, i orientować się, czy przepisy prawa z innych dziedzin (np. prawa pracy) dotyczą także wolontariatu.

Z prawa o wolontariacie wynika m.in. prowadzenie odpowiedniej dokumentacji, podpisywanie umów i wypisywanie zaświadczeń o wolontariacie. To dodatkowy obowiązek, ale też dobra praktyka, która pomaga utrzymać współpracę z wolontariuszem. Prawo nakłada również (choć nie zawsze) obowiązek ubezpieczenia wolontariusza na NW. Zdecydowanie nie warto się od tego obowiązku uchylać, choć jest to nagminne i sytuacja dopiero powoli się poprawia. Ubezpieczenie wolontariuszy nie wiąże się z wielkimi kosztami, a pozwala na zmniejszenie ryzyka związane go z nieprzewidywanymi okolicznościami.

## Formalizacja i narzędzia

Wraz ze wzrostem skali projektu, w który zaangażowany jest wolontariusz, rośnie ilość działań formalnych i dokumentacji związanej z obsługą wolontariatu. Warto więc wybrać narzędzia informatyczne, które pozwolą skutecznie zarządzać wolontariuszami. Mogą to być nowe narzędzia, stworzone na potrzeby projektu, albo uniwersalne rozwiązania.

O danych na temat wolontariuszy warto pomyśleć już na etapie przygotowywania rekrutacji. Organizatorzy powinni razem ustalić, jakie informacje o wolontariuszach będą im potrzebne. Najlepiej poprosić o nie wszystkie już w ankiecie rekrutacyjnej. Oprócz danych kontaktowych warto zapytać np. o znajomość języków obcych, doświadczenie w wolontariacie czy inne umiejętności przydatne przy danej działalności. Im więcej informacji zbierzemy na tym etapie, tym łatwiej będzie nam podjąć decyzję o przydzieleniu ról i mniej czasu poświęcimy na komunikację z wolontariuszami, by te informacje pozyskać.

Pamiętaj też o kontroli nad dostępem do zebranych danych. Powinien być ograniczony do tych osób, które muszą go mieć, ale równocześnie dane wolontariuszy nie powinny być w rękach tylko jednej osoby, która w toku pracy nad wydarzeniem może się wykruszyć lub stracić dane. Istotne jest skuteczne komunikowanie się działu organizacji odpowiedzialnego za wolontariat z innymi obszarami imprezy. Na przykład stworzenie tabeli zawierającej takie informacje jak zapotrzebowanie na koszulki i jedzenie (z podziałem na odpowiednie diety) oraz podstawowe dane kontaktowe pozwoli uniknąć chaosu. System gromadzenia takich informacji powinien być spójny, konsekwentnie stosowany i najlepiej ustalony odgórnie. Spotykałem się z przypadkami, gdy ustalenia były jedynie na e-mailu albo w głowie czy na dysku jednego organizatora. Zdecydowanie nie polecam takiej formy. Informacje powinny być w miejscu, w którym, w razie potrzeby, inni organizatorzy będą mogli uzyskać do nich dostęp. Również wszelkie ustalenia powinny być konsekwentnie umieszczane w określonym miejscu. Okaże się to bezcenne podczas imprezy, gdy np. trzeba zadzwonić do wolontariusza i nie ma czasu na szukanie jego numeru w mailach. Te rady wydają się zapewne oczywiste, ale w praktyce w tych kwestiach bardzo często popełnia się błędy. Formalizacja i przygotowanie spójnej dokumentacji trwa i wymaga inwestycji czasu przed projektem. Jednak zwraca się z nadatkiem już w trakcie jego trwania, wpływa też pozytywnie na komfort pracy wszystkich – w tym także samych wolontariuszy.

Wspomniałem już o nakładanych przez prawo obowiązkach formalnych i ponownie przypomnę, że nie warto się od nich uchylać. Stworzenie wzoru umowy

wolontariackiej oraz zaświadczenia dla wolontariuszy nie trwa długo, a jest działaniem bardzo ważnym.

## **Rekrutacja**

Etap rekrutacji jest kluczowy dla dobrej współpracy z wolontariuszami. Na początek należy uświadomić sobie i określić własne potrzeby i oczekiwania względem wolontariuszy. To bardzo ważne, by konkretnie zakomunikować, co będzie wymagane od wolontariuszy i na co będą mogli liczyć. Tworząc ogłoszenie o naborze, koniecznie napisz, kto jest korzystającym – a więc kto odpowiada za wolontariuszy. Nie jest to oczywiste; organizator nie musi być korzystającym, czasami też wydarzenie ma kilku organizatorów. Korzystający powinien być wyraźnie wymieniony również w kontekście zbierania danych osobowych. Jeżeli będzie mieć do nich dostęp także inny podmiot, należy o tym wspomnieć. W ogłoszeniu warto zamieścić jak najwięcej informacji o działaniach, jakie będą podejmowane w ramach wolontariatu, by potencjalni wolontariusze mogli zdecydować, czy interesuje ich taka współpraca, i by uniknąć dodatkowych pytań, które wydłużają pracę. Trzeba podać miejsce świadczenia oraz czas, jakiego oczekuje korzystający. Warto też sprecyzować, jakie dodatkowe kompetencje i umiejętności mogą być dodatkowym atutem potencjalnych wolontariuszy.

Prowadząc rekrutację, warto mieć świadomość, że ma ona trzy etapy:

1. Zdecydowanie, kto spośród kandydatów może zostać wolontariuszem, a kto nie.
2. Wybór wolontariuszy spośród kandydatów, o których zadecydowaliśmy, że mają kompetencje do zostania wolontariuszami (tylko jeżeli kandydatów jest więcej niż miejsc, na które możemy przyjąć wolontariuszy).
3. Poznanie dodatkowych kompetencji grupy wolontariuszy.

Podczas rekrutacji duże znaczenie ma transparentność: określenie podmiotów, zadań i miejsc oraz zasad wolontariatu na jak najwcześniejszym etapie oraz odpowiednia komunikacja w czasie naboru.

Oferta rekrutacyjna powinna mieć krótką, przejrzystą formę. Warto w niej zawrzeć następujące informacje:

- kto jest organizatorem wolontariatu (osoba prawna),
- wymagania wstępne (np. minimalny wiek),

- dodatkowe informacje dotyczące kandydatów, szczególnie gdy szukamy osób o określonych kompetencjach lub mamy jasno określone wymagania. Można to sformułować np. tak: „Szukamy głównie studentów kierunków pedagogicznych” lub „Szczególnie zależy nam na osobach z doświadczeniem w obsłudze sprzętu audiowizualnego”,
- ogólnie określony charakter zadań. Nie musimy określać dokładnie stanowisk, ale możemy nakreślić obszary, np. „Wsparcie osób z niepełnosprawnościami” czy „akredytacja”,
- czas trwania wolontariatu – to zwykle najważniejsza informacja dla wolontariuszy,
- minimalna dyspozycyjność – minimalny wymagany czas poświęcony na wykonywanie zadań,
- precyzyjna informacja, w jaki sposób się zgłaszać – np. link do strony z formularzem rekrutacyjnym,
- data zakończenia rekrutacji,
- świadczenia ze strony organizatora (nie należy jednak przesadnie eksponować tych informacji, by nie wywołać wrażenia, że jest to „zapłata” za pracę wolontariusza),
- inne informacje o korzyściach z wolontariatu – np. o możliwościach zrobienia praktyk studenckich poprzez udział w wolontariacie,
- adres strony internetowej oraz inne dane kontaktowe organizatora.

W formularzu rekrutacyjnym nie zapomnijmy natomiast zapytać o imię i nazwisko, wiek (w przypadku dopuszczenia do wolontariatu osób niepełnoletnich należy określić, czy potrzebna będzie zgoda rodzica/opiekuna i w jakiej formie), dane kontaktowe, w tym numer telefonu, miejsce zamieszkania i dyspozycyjność przed/po wydarzeniu i inne specyficzne dla naszej inicjatywy kwestie, np. wspomnianą znajomość języków obcych czy umiejętność obsługi sprzętu komputerowego.

### **Szkolenia i obieg informacji**

Wolontariat nie powinien być nudny, a powinien być, w miarę możliwości, rozwijający. Pomóc w spełnieniu tych warunków mogą szkolenia dla wolontariuszy. Ułatwią też pracę zarówno wolontariuszom, jak i ich opiekunom oraz innym organizatorom wydarzenia – pomogą wolontariuszom zintegrować się i poznać dokładnie

stawiane im oczekiwania. Szkolenia, choć wymagają czasu i zaangażowania, są inwestycją, która zawsze się zwraca. Wolontariusz nie ma takiej wiedzy o imprezie jak jej organizatorzy, a będzie mu bardzo potrzebna. Bez szkolenia jej nie nabędzie lub nabędzie ją w trakcie imprezy, gdy będzie już późno. Szkolenie to dobry moment na zapoznanie wolontariuszy z waszym systemem pracy, strukturą organizacyjną, specyfiką imprezy i wdrożeniem w wiele mechanizmów, w tym procedury reagowania. Szkolenia pozwalają na zapoznanie się kadry z wolontariuszami, co będzie bardzo ważne podczas imprezy. Szkolenia mogą (i powinny) być prowadzone nie tylko przed samym wydarzeniem, ale i w ciągu roku. Dzięki temu organizacja zachowuje kontakt z wolontariuszami, co utrzymuje ich blisko waszej organizacji i ich angażuje.

Poza przeprowadzeniem szkoleń wskazane jest zebranie wszystkich informacji niezbędnych i pomocnych wolontariuszom w syntetyczny informator. Dzięki temu wolontariusze będą mogli uzupełnić wiedzę, odświeżyć informacje organizacyjne, szybko odnaleźć niezbędne dane kontaktowe. Taki informator może mieć formę książeczki lub bardzo treściwej, zwartej instrukcji. Można też połączyć obie formy i mieć obszerniejszy (byle nie przesadzić) informator oraz zwarty wyciąg z informatora, który wolontariusz będzie mógł mieć przy sobie podczas wydarzenia.

Instrukcja powinna:

- Być zwięzła, treściwa i konkretna.
- Koncentrować się na danym projekcie bez niepotrzebnych informacji.
- Zawierać podstawowe dane kontaktowe koordynatora czy przełożonego oraz telefony alarmowe. Powinny być w niej kontakty do tych organizatorów, których zakresy pracy będą się pokrywać z obowiązkami wolontariuszy lub od których wolontariusz może potrzebować informacji.
- Zasady komunikacji i „ścieżkę służbowa”: wolontariusz musi wiedzieć, do kogo i w jaki sposób powinien się zwracać z problemami lub pytaniami. Ścieżka nie może być zbyt długa (wolontariusz nie może długo czekać na odpowiedź) ani zbyt szeroka (wolontariusz powinien móc uzyskać 90% odpowiedzi od swojego przełożonego i nie musieć znać wszystkich organizatorów).
- Zawierać informacje o zakresie prac, harmonogramie prac oraz harmonogramie otwarcia i zamykania imprezy.
- Zawierać informacje o najważniejszych procedurach, w tym procedurach bezpieczeństwa, zasadach kontaktu z mediami i procedurach na wypadek

sytuacji kryzysowych.

- Zawierać informacje o ustaleniach dotyczących uczestników – np. rodzajach identyfikatorów, przestrzeniach dostępnych tylko dla określonych grup, savoir-vivre'u w odniesieniu do gości czy przyjętych udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami.
- Zawierać istotne plany obiektu konwentowego i mapki okolicy (z zaznaczonymi istotnymi miejscami takimi jak apteka, najbliższy sklep, szpital i bankomat).
- Informator warto wysłać wszystkim wolontariuszom oraz organizatorom przed imprezą, na tyle wcześniej, by mogli się z nim zapoznać, przyswoić jego treść i ewentualnie zwrócić się z pytaniami do organizatorów.

Informator może, jak wspomniano, występować w dwóch formach – pełnej i skróconej – oraz składać się z wersji ogólnej dla wszystkich wolontariuszy oraz części szczegółowych dla wolontariuszy z poszczególnych działów.

Instrukcja dla wolontariuszy powinna być przemyślana, przejrzysta i konkretna, skonsultowana z wszystkimi organizatorami i wolna od błędów. Nie może być w niej informacji zbędnych, mylących ani takich, których nie podaje się do publicznej wiadomości. Informacje drażliwe, choćby dane gości, muszą być chronione.

## **BHP, prawo pracy i zasady wolontariatu**

Prawo o wolontariacie wyciąga działalność wolontariacką spod zasad prawa pracy (wolontariat nie jest pracą w rozumieniu prawa). Oznacza to, że normy godzinowe pracy i odpoczynku itp. nie dotyczą wolontariuszy. Można więc zgodnie z prawem wyznaczyć wolontariuszom nawet całodobowe dyżury. Wolontariat to działanie specyficzne i mogą sobie wyobrazić takie sytuacje, gdy wymaga pracy ponad uznane prawem normy. Należy jednak pamiętać, że wolontariusz, jak każdy człowiek, ma fizyczne i psychiczne ograniczenia – nie można go przemęczać. Dlatego praca wolontariusza powinna być tak rozplanowana, by miał on nie tylko czas na odpoczynek, ale i na korzystanie z imprezy. Wolontariusze czasem z własnej woli rezygnują z odpoczynku i pomagają z dyżurami. Choć jest to godne pochwały, to czasem warto takie praktyki przystopować – szczególnie w przypadku osób młodszych. Człowiek czasem nie zdaje sobie sprawy ze skali i wpływów swojego zmęczenia i może przecenić swoje siły. Wolontariusz powinien mieć prawo do korzystania z imprezy w różnych godzinach, a nie np. tylko w nocy, gdy jego dyżury zajmują całą dzień.

Ustawa o wolontariacie nakłada na korzystającego obowiązek przestrzegania zasad BHP i zapewnienie ich ochrony dla wolontariusza. Wolontariusz powinien zostać powiadomiony, gdy działanie, które podejmuje, niesie ryzyko dla jego zdrowia.

### **Umiejętności miękkie**

Praca z wolontariuszami to praca z ludźmi. Niezależnie od tego, czy ktoś wykonuje pracę zarobkową czy wolontariacką, powinien być traktowany z szacunkiem. Relacja służbowa nie może być wytłumaczeniem dla nieetycznego traktowania podwładnego. W przypadku wolontariatu, w którym nie ma wynagrodzenia i relacji służbowej, może pojawiać się problem egzekwowania poleceń i wywiązywania się z przydzielonych zadań. Należy jednak pamiętać, że wolontariusz nie musi wykonywać naszych poleceń – on się do nich dobrowolnie zgłosił. Prawdopodobnie sami także jesteśmy wolontariuszami. Dzieli nas jedynie odpowiedzialność, a nie prawa. Warto więc przeszkolić osoby odpowiedzialne za pracę z wolontariuszami, a w miarę możliwości każdego organizatora z umiejętności miękkich, które pozwolą na bezkonfliktową współpracę z wolontariuszami i całym zespołem. Stres związany z imprezą może pobudzać do emocjonalnych, nieprzemyślanych działań. Nigdy nie należy zapominać o tym, by odnosić się do wolontariuszy z szacunkiem i zrozumieniem.

Mają oni często, siłą rzeczy, mniejszą niż my wiedzę o imprezie i mniejsze doświadczenie. To może się przekładać na wykonywane przez nich czynności. Jeśli konieczne jest zwrócenie uwagi wolontariuszowi, nigdy nie należy robić tego publicznie. Wszelkie uwagi powinny być przekazywane bezpośrednio przełożonemu wolontariusza, a nie bezpośrednio wolontariuszowi, jeśli tylko sytuacja na to pozwala. Organizatorzy odpowiedzialni za inne działy muszą zwalczać pokusę dyscyplinowania czy zwracania uwagi, chyba że sytuacja wymaga natychmiastowej interwencji.

Wolontariusze nie mogą być traktowani jak darmowa siła robocza! Czasem na przykład osoby sprzątające w obiekcie, ochrona czy technicy, widząc wolontariuszy, mogą chcieć wykorzystać ich pracę, by ułatwić swoją. Działania takie muszą być konsultowane z organizatorami, a wolontariusz nie może być na posytki wszystkich osób.

### **Zagrożenia**

Dobre praktyki w pracy z wolontariuszami powinny zapobiegać pojawianiu się ryzyka. Warto znać i przemyśleć najczęstsze problemy i zagrożenia, które mogą się tu pojawić. Są to między innymi:

- błędy przy naborze, brak odpowiedniej komunikacji;
- brak komunikacji na późniejszych etapach organizacji i niedostateczne informowanie o podejmowanych działaniach;
- brak kontaktu w wyznaczonych ramach czasowych, co może przekładać się na wykruszanie się wolontariuszy;
- łamanie przyjętych zasad;
- protekcjonalne traktowanie wolontariuszy i wykorzystywanie ich jako taniej siły roboczej;
- tarcia w relacjach z osobami niebędącymi wolontariuszami i nierozumiejącymi idei wolontariatu;
- działanie bez konsultacji z opiekunem wolontariuszy, działanie poza wyznaczonymi procedurami współpracy;
- niedotrzymanie ustaleń z wolontariuszami i złożonych im obietnic;
- brak szkoleń;
- przemęczenie wolontariuszy, zbyt dużo obowiązków, za długie dyżury;
- niedostosowanie wyznaczonych zadań do możliwości i umiejętności wolontariusza, stawienie nierealnych wymagań;

Wolontariat jest podstawą organizowanych przez nas wydarzeń. Bez niego większość z nich nie mogłaby się odbyć. To wolontariusze przekuwają pomysły i koncepcje w realną imprezę. Nawet najlepsze plany i zamiary nie dadzą efektu, jeśli wolontariusze nie będą mogli lub nie będą potrafili przekuć ich w wydarzenie. Wymienione tu dobre praktyki nie zawsze wynikają z przepisów prawa, ale dzięki nim można wolontariat zorganizować sprawnie, efektywnie i z satysfakcją dla wszystkich stron.

## NARZĘDZIA PROJECT MANAGERA

**Maciej Pitala**

Zarządzanie projektami to obszar bardzo szeroki, który ciągle się rozrasta i wzbogaca. Powstało w nim wiele metodyk i metodologii, mniej i bardziej popularnych. Część tych narzędzi, choć są skuteczne w innych obszarach, może być mało opłacalna dla konwentów i organizacji nieformalnych, ponieważ ich wprowadzenie wymaga czasu i szkoleń. W artykule skupiam się na narzędziach, które są proste i możliwe do zastosowania bez długich przygotowań i dodatkowych narzędzi.

Niektóre z tych narzędzi są elementami bardziej złożonych metodologii czy metodyk, jednak przedstawię je tylko od strony praktycznej, pomijając związane z nimi filozofie. Wielofunkcyjność i uniwersalność są ich potężnymi zaletami. Inną jest to, że są tanie we wdrażaniu (nie generują żadnych kosztów) oraz proste – można je zmieścić w kilkuzdaniowej instrukcji, więc przeszkolenie uczestników projektu będzie szybkie i łatwe.

### **Wykres Gantta**

Wykres Gantta to sposób graficznego przedstawienia projektu. Projekt zostaje podzielony na poszczególne zadania, umieszczone następnie na osi czasu. Wykres przedstawia następstwo kolejnych zdarzeń, uwzględniając również zadania wykonywane równolegle. Jest to metoda podobna do ścieżki krytycznej (którą omawiam poniżej), ale prostsza. Pozwala na kontrolowanie zadań w planowanym projekcie.

Wykres Gantta z zasady jest bardzo uniwersalny, łatwy w zastosowaniu i czytelny, nawet jeżeli wcześniej nie miało się kontaktu z tym narzędziem. Pozwala realnie zarządzać zasobami czasu przeznaczonymi na projekt, a dzięki wizualizacji zadań – korygować ich błędne rozłożenie. Umożliwia też porównanie faktycznego i planowanego przebiegu prac, może więc być nie tylko narzędziem pomocnym przy danym projekcie, ale i służyć do podsumowań i zbierania doświadczeń przed następnymi.

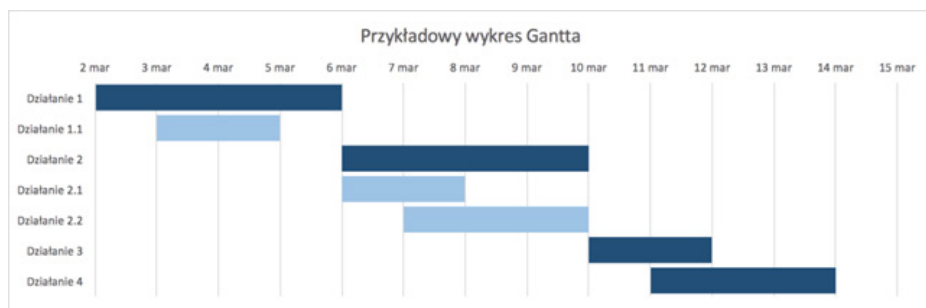
Technika ta obejmuje następujące etapy:

1. podzielenie przedsięwzięcia na kroki – etapy i ich cele;
2. ustalenie ram czasowych całego przedsięwzięcia i określenie czasów realizacji

poszczególnych etapów;

3. ustalenie kolejności realizacji celów oraz wyznaczenie terminów ich rozpoczęcia i zakończenia;
4. określenie miejsca, w którym cele te mają być zrealizowane;
5. wyrażenie etapów przedsięwzięcia w postaci graficznej;

Na wykresie czas przeznaczony na realizację zadania przedstawia się jako prostokąt z początkiem etapu przy osi X. Skalę powinno się tak dostosować do projektu, by nie była zbyt szczegółowa (minuty) ani zbyt ogólna (lata). Trzeba więc wybrać najbardziej użyteczną jednostkę czasu.



Warto też na samej skali wprowadzić dodatkowe oznaczenia, np. przypisując kody kolorystyczne, które będą odnosiły się do innych ważnych elementów projektu, np. priorytetów zadań. Odpowiednie oznaczenia (zadań krytycznych, zadań o mniejszym znaczeniu itp.) pomoże w ocenie, czy zadania o małym znaczeniu niepotrzebnie nie dominują, ale też pozwoli oszacować ewentualny zapas czasowy i zadania, na które powinien on być wykorzystany. Dobrą praktyką jest też zaznaczanie na wykresie kamieni milowych, a więc takich punktów w czasie (wykonanych zadań), które są istotne dla całego projektu i pozwalają ruszyć z innymi zadaniami. Kamienie milowe są ważne, gdyż bardzo plastycznie obrazują postęp.

Na wykresie istotną rolę odgrywają też zależności pomiędzy zadaniami. Można wyróżnić następujące:

- FS (finish to start) – po zakończeniu czynności A rozpoczyna się czynność B;
- SS (start to start) – zadanie B może być realizowane, gdy zacznie się realizowanie zadania A;

- FF (finish to finish) – zadanie B może się skończyć jedynie, gdy ukończono zadanie A;
- SF (start to finish) – zadanie A nie może się zakończyć przed rozpoczęciem zadania B (na zakładkę);

Wykres Gantta nie jest jednak wolny od wad. Nie nadaje się do zadań, które są rozłożone na bardzo długi czas ani do zadań ze znaczną liczbą elementów, gdyż będzie wtedy mało przejrzysty, a więc niezbyt użyteczny. Nie pozwala też jasno określić wpływu opóźnienia jednego zadania na inne, następujące po nim. Nie zawsze widoczne są też logiczne powiązania pomiędzy poszczególnymi czynnościami. Postronny obserwator nie wie, dlaczego z siebie wynikają ani jakie czynniki mogą je scalać. W praktyce może prowadzić to do błędnego wykorzystywania tego narzędzia np. poprzez zawarcie w nim zbyt wielu informacji – komentarzy, wyjaśnień czy przypisanych imiennie zadań. Takie wykorzystanie wykresu może doprowadzić do uczynienia go niejasnym i nieczytelnym.

### **Kanban (tablice kanban)**

Termin kanban po raz pierwszy został użyty w latach 50. XX wieku przez Taiichiego Ohno. Ohno obserwował sposób funkcjonowania amerykańskich supermarketów, w których pracownicy okresowo sprawdzali, których towarów brakuje, i je zamawiali. Dostawy do supermarketów inicjowane były brakiem danego towaru, a nie z góry ustalonym harmonogramem. Ohno uznał, że jest to bardzo dobry sposób na poradzenie sobie w fabrykach Toyoty ze zbyt dużymi zapasami części i postanowił dostosować amerykańskie rozwiązanie do swoich potrzeb. Kanban miał więc źródło w produkcji i tam do dziś jest stosowany, ale też sięgają po niego projekty, szczególnie w dziedzinie IT.

Nie będę przedstawiać całej metodyki kanban, a jedynie jej fragment, a właściwie jedno z narzędzi – tablice. To narzędzie bardzo proste i intuicyjne. Polega na takim organizowaniu procesu (projektu), aby każda komórka organizacyjna pracowała nad tym, co w danej chwili powinno być realizowane – oraz by nie trwonić zasobów ludzkich i czasu.

Tablica kanbanowa zawiera zadania do realizacji umieszczone na kolorowych kartach przesuwanych od lewa do prawa poprzez kolejne kolumny, które powinny odpowiadać następującym po sobie procesom lub etapom. Najczęściej spotykane tablice zawierają trzy kolumny: 1. Do zrobienia, 2. W trakcie, 3. Zrobione – jednak nie jest to zasada niezmienna.

Wirtualna tablica kanban pozwala na organizację pracy przy pomocy kolorowych kartek umieszczonych na tablicy dostępnej online. Dzięki niej na co dzień można wizualizować, kontrolować i optymalizować przepływ pracy oraz współpracować w czasie rzeczywistym z całym zespołem niezależnie od jego lokalizacji. Unikalną zaletą wirtualnej tablicy kanban jest możliwość śledzenia i analizowania czasu pracy.



Przykładem tablicy kanban jest popularna aplikacja Trello.

**Tablica Kanban (przykład)**

Wszystkie zadania	Zadania na ten tydzień	W trakcie* (25%)	W trakcie* (50%)	W trakcie* (75%)	Zrobione
Zadanie 9	Zadanie 6	Zadanie 4		Zadanie 3	Zadanie 1
Zadanie 10	Zadanie 7			Zadanie 5	Zadanie 2
Zadanie 11	Zadanie 8				
Zadanie 12					
Zadanie 13					
Zadanie 14					

\* Kolumna „w trakcie” może być również tylko jedna, bez szczegółowego rozbitcia na % realizację

Taka wizualizacja pozwala szybko określić status projektu, ułatwia pracę członkom zespołu, a także powoduje ich większą integrację, m.in. podczas spotkań przy tablicy, gdy przesuwa się kolejne karteczki. Tablica zawiera także informacje o limitach czynności w poszczególnych działach oraz o statusie prac.

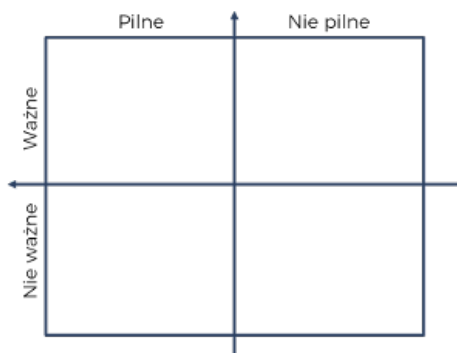
Metoda ta pozwala kontrolować postępy oraz po prostu je obserwować, co może być dodatkowo motywujące dla zespołu. Jednocześnie wyraźnie widać, które rzeczy jeszcze muszą zostać zrealizowane i zaobserwować, kiedy zbyt dużo zadań jest w początkowej fazie lub w trakcie realizacji. Brak regularnego przesuwania się zadań z lewej na prawą jest widocznym dowodem na problemy w organizacji.

### Macierz Eisenhowera

Macierz Eisenhowera, nazywana również matrycą priorytetów lub matrycą zarządzania czasem, to doskonałe narzędzie do ustalania priorytetów zadań. Pozwala nie tylko lepiej wykorzystywać zasoby, ale i zmniejsza ryzyka związane z ich marnowaniem. Ideę, jaka stoi za macierzą, można zaobserwować w życiu codziennym, gdy zadaniom ważnym lub pilniejszym poświęcamy więcej czasu albo realizujemy je przed innymi. Jednak często robimy to doraźnie, intuicyjnie i bez konkretnych planów.

Często zdarza nam się błędnie oceniać wagę i pilność zadań. Zadanie ważne nie musi być pilne, a pilne nie musi być ważne. Jeżeli jakiegoś zadania nie zrealizujemy pilnie, to jego efekty przepadną. Czy to jednak źle? Nie wiadomo, bo nie określiliśmy ważności tego zadania, więc może to element mało istotny, który łatwo poświęcić, a jego realizacja nie przynosi na tyle ważnych efektów, by przerywać inne działania.

Macierz Eisenhowera ma cztery ćwiartki:



**Ćwiartka I** – rzeczy ważne i pilne: naprawy, potwierdzenie ustaleń, odkręcanie krytycznego błędu, który może zagrozić imprezie, wnioski o dofinansowanie kilka dni przed terminem składania. To zadania, które powinny być pod nadzorem doświadczonych organizatorów/koordynatorów.

**Ćwiartka II** – rzeczy ważne, ale nie pilne: np. ten sam wniosek grantowy, ale na wiele miesięcy przed terminem, ustalenia techniczne na początku organizacji

imprezy. Zadania te z czasem nadal będą ważne i jednocześnie będą stawały się pilne. Powinny być pod nadzorem kadry organizacyjnej wyższego szczebla.

**Ćwiartka III** – rzeczy nie ważne, ale pilne: e-maile o niewielkim znaczeniu, o które ktoś prosi natychmiast, telefony od banków i działów marketingu. Obszary, w których brak reakcji może doprowadzić do utraty tego obszaru dla projektu. Warto jednak zastanowić się, czy obszar ten jest istotny, czy warto się w niego angażować. Można je zlecić mniej doświadczonym organizatorom.

**Ćwiartka IV** – rzeczy nie ważne i nie pilne: tzw. pożeracze czasu, które wcale nie poprawiają naszego stanu energii (gdyby poprawiały, byłyby ważne). Można je zlecić mniej doświadczonym organizatorom.

Ćwiartka I i II skupiają działania o znaczeniu strategicznym dla projektu, więc ostrożny nadzór nad tymi zadaniami powinien mieć doświadczony organizator z możliwością podejmowania kluczowych decyzji. Ćwiartki III i IV można delegować – są doskonałym narzędziem do nauki dla mniej doświadczonych organizatorów; w razie niepowodzenia szkoda jest niewielka.

Celem tego systemu jest dobieranie priorytetów do ograniczonego czasu, jaki możemy poświęcić na działania wokół imprezy. Pomaga ochronić organizację przed działaniami, które pożerają czas, ale ich efekt jest niewielki.

Większość ludzi chciałaby realizować rzeczy ważne, a więc zadania z ćwiartki I i II. Niestety gdy działamy odruchowo, nasz mózg sabotuje te działania, ponieważ dla niego rzeczy pilne generują dużo większą reakcję emocjonalną. Odruchowo skupimy się na zadaniach z ćwiartki I i III.

Kluczem do sukcesu jest właściwe rozmieszczenie zadań, co nie zawsze jest proste. Należy uważać na to, by zadania ważne, ale nie pilne, nie stały się nagle ważne i pilne. Odpowiedni podział zadań pozwoli przydzielić je odpowiednim osobom oraz właściwie oszacować priorytety dla każdego zadania.

Narzędzie to jest proste pod względem technicznym, macierz można wykonać np. w Excelu. Część aplikacji do zarządzania projektami ma takie narzędzie w pakiecie.

## **Matryca ryzyka**

Ryzyka pojawiają się w każdym projekcie, również przy organizacji konwentu. Często ryzyko nie jest planowo szacowane i na poziomie organizacji nie podchodzi się ani poważnie, ani systemowo do tego zagadnienia. Potencjalne zagrożenia są

jednak czasem bardzo poważne. Matryca ryzyka jest relatywnie prostym narzędziem do wstępnego oszacowania, jakie ryzyka są dla projektu kluczowe. Dzięki stworzeniu matrycy ryzyka można podjąć decyzję, na jakich zagrożeniach powinno się skupić, a jakie można zignorować. Narzędzie to wykazuje pewne podobieństwo do macierzy Eisenhowera. Polega na przypisywaniu priorytetów konkretnym ryzykom. Ocena prawdopodobieństwa i skutków zdarzeń może być przeprowadzana w skali trzy-, pięcio- lub siedmiostopniowej. Po oszacowaniu parametrów ryzyka dokonuje się określenia jego poziomu (w skali trójstopniowej jako małego, średniego i dużego).

		Kategoria ciężkości szkody			
		katastroficzne	ciężkie	poważne	lekkie
Częstotliwość zdarzenia	częste	NA	NA	NA	TA
	prawdopodobne	NA	NA	TNA	TA
	sporadyczne	NA	TNA	TNA	A
	rzadkie	NA	TNA	TA	A
	wyjatkowe	TNA	TA	TA	A

Tab. 1. Przykład matrycy ryzyka.

A – ryzyko akceptowane – nie wymagające wprowadzenia dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

TA – ryzyko tolerowane – akceptowane, przy którym należy rozważyć wprowadzenie dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony, jeżeli są one praktycznie uzasadnione

TNA – ryzyko tolerowane - nieakceptowane, dopuszczalne czasowo przy wskazaniach wprowadzenia koniecznych dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

NA – ryzyko nieakceptowane, uniemożliwiające eksploatację instalacji w aktualnych warunkach do czasu wprowadzenia koniecznych dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

<https://www.grupa-wolff.eu/baza-wiedzy/poziomy-sil-funkcji-bezpieczenstwa-ich-znaczenie-w-warstwowej-koncepcji-redukcji-ryzyka-procesowego/>

Wyznaczanie tolerancji na ryzyko i tego, czy dane ryzyko jest akceptowalne czy nie, leży w gestii osoby odpowiedzialnej za projekt i nie musi mieć rozkładu jak w tabeli powyżej. Jeżeli cały projekt ma charakter wysokiego ryzyka, to obszar nieakceptowanego ryzyka będzie mniejszy, ale jeżeli projekt ma mieć charakter zachowawczy i nie możemy pozwolić sobie na ryzyko, obszar ryzyka nieakceptowanego

zwiększa się.

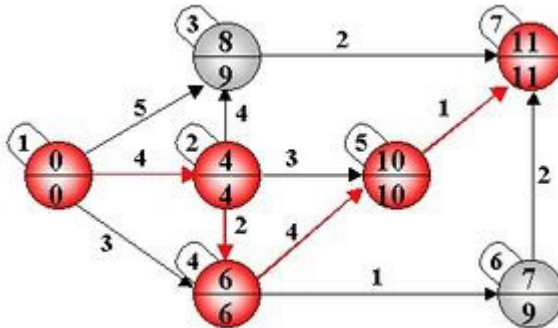
Narzędzie to pozwala wizualizować zagrożenia dla projektu, ale też jasno określać granice ryzyk. Przy tworzeniu takiej tabeli automatycznie przewidujemy potencjalne zagrożenia, co samo w sobie może być ważne, bo będziemy na nie gotowi, gdy się pojawią.

Szczegółowa analiza ryzyka to proces długotrwały, wymagający zaangażowania specjalistów. W zależności od procesu lub projektu, przeprowadza się ją w formie warsztatów, burzy mózgów lub diagramu pokrewieństwa. W analizie ryzyka powinno brać udział kilka lub kilkanaście osób. Nie należy przeprowadzać analizy w pojedynkę. Najlepiej, by przy tworzeniu macierzy ryzyka brał udział cały zespół, gdyż w efekcie synergii możemy dojść do odnalezienia potencjalnie wszystkich kluczowych obszarów ryzyka. Organizatorzy odpowiedzialni za swoje obszary zapewne lepiej znają kwestie, które często generują ryzyka dla projektu, dlatego tworzenie macierzy nie powinno odbywać się bez ich udziału.

Tworzenie macierzy ryzyka może więc konsolidować zespół, pomagać w wymianie doświadczeń, ale – co najważniejsze – na odpowiednio wczesnym etapie wskazywać potencjalne zagrożenia dla projektu. Stworzenie takiej macierzy jest podstawą dla stworzenia polityki zarządzania ryzykiem w projekcie. Choć jest to narzędzie w tworzeniu imprez raczej mało popularne, to polecam jego używanie.

### Metoda ścieżki krytycznej

Metoda ścieżki krytycznej (ang. critical path method, CPM) to narzędzie przypominające wykres Gantta. Opiera się na podobnych założeniach, jest jednak bardziej złożone i pozwala na bardziej szczegółową analizę projektu. Podstawę tej metody stanowi szczególnego rodzaju graf sieciowy przedstawiający czynności i zdarzenia składające się na projekt. Na jego podstawie dokonywane są wyliczenia, a dzięki nim uzyskujemy plan realizacji projektu. Ten specyficzny rodzaj grafu jest nazywany siecią zależności lub wykresem sieciowym. Opiera się na dwupunktowych



modelach sieciowych, czyli takich, gdzie czynności są reprezentowane za pomocą łuków grafu, a zdarzenia za pomocą węzłów.

Metoda ścieżki krytycznej została opracowana po to, by szybko orientować się, jakie zadania są najważniejsze w projekcie i jakiej ścieżki powinno się trzymać, aby zakończyć projekt bez opóźnień. Ścieżka krytyczna to metoda pozwalająca na określenie najkrótszego czasu trwania projektu, w którym zadania zależą od siebie i mogą być realizowane jednocześnie. Wyznacza też najkrótszy możliwy czas ukończenia projektu, co pozwala na podejmowanie decyzji o tym, które działania powinny mieć priorytet. Metoda ta jest bardziej złożona niż wykres Gantta, lepiej nadaje się więc do bardzo złożonych projektów, w których poszczególne etapy są od siebie uzależnione, jednak jej dokładne poznanie wymaga więcej czasu i zapoznania się w większą ilością informacji.

### Diagram Pareto-Lorenza

Ostatnie narzędzie, które chcę przedstawić, to diagram Pareto-Lorenza. Może on być przydatny po zakończeniu projektu, by oszacować efektywność podjętych wcześniej działań oraz wyciągnąć konstruktywne wnioski na przyszłość.

Diagram zakłada, że w każdym systemie istnieje tylko mała liczba czynników, które mają największy wpływ na jego całość, a wpływ reszty czynników jest mniejszy. Nazywany jest również metodą ABC lub prawem 20–80. Zasada ta oznacza, że 20% działań to 80% efektów, więc 20% działań daje 80% sukcesu, ale i 80% porażki. Oznacza to, że wystarczy skupić się jedynie na pewnych kluczowych obszarach, by znacząco poprawić wynik lub ograniczyć stratę.



To narzędzie umożliwia hierarchizację czynników wpływających na badane zjawisko. Dane przedstawia się na wykresie kolumnowym z uwydatnieniem elementów dających największy wkład do problemu.

Tworzenie diagramu jest możliwe np. w Excelu, można też w internecie łatwo znaleźć inne narzędzia. Stworzenie go jest jednak skomplikowane z innego powodu – by móc zidentyfikować najbardziej problematyczne obszary, diagram trzeba poprawnie wypełnić danymi na temat projektu. Żeby tego dokonać, najlepiej urządzić burzę mózgów podczas podsumowania wydarzenia – a jak poprawnie i efektywnie ją przeprowadzić, to już temat na kolejny artykuł (choć polecam poszukanie informacji w internecie).

### **Podsumowanie**

Jak widać, nie trzeba znać założeń danych metodologii, by korzystać z narzędzi przez nie proponowanych. Są one, co do zasady, samodzielne i można wykorzystywać różne narzędzia w trakcie projektowania, trwania i po zakończeniu imprezy. Część z nich może wydawać się skomplikowana albo kojarzyć się ze zbyt dużą formalizacją, jednak warto je poznać, bo może okazać się, że doskonale przydadzą się do naszych projektów i pomogą je usprawnić.

Warto poświęcić czas na przyswojenie i wdrożenie tych narzędzi oraz przekonanie do nich innych członków zespołu. Wraz z rosnącym poziomem skomplikowania projektów eventowych oraz rosnącą profesjonalizacją takie narzędzia będą wręcz niezbędne do właściwego przebiegu wydarzenia, które planujecie.

## ZARZĄDZANIE RYZYKIEM NA KONWENCIE

**Maciej Pitala**

Każde działanie związane jest z ryzykiem, bo może mieć nieprzewidziane skutki lub w trakcie jego wykonywania mogą się pojawić różne niepożądane okoliczności. Organizacja wydarzeń z całą pewnością wiąże się z wieloma niepożądanymi zdarzeniami. W zarządzaniu projektami coraz większą rolę odgrywa zarządzanie ryzykiem. Na konwentach często jednak kwestie ryzyka są mało formalizowane lub ignorowane i załatwiane działaniami na bieżąco. Opiszę nie tyle całe zagadnienie związane z zarządzaniem ryzykiem (to nie jest możliwe, gdyż temat jest obszerny), co skupię się na tych aspektach, które w prosty sposób mogą być zastosowane przy organizacji imprez kulturalnych.

Usystematyzowane zarządzanie ryzykiem może być bardzo ważne i pomocne. Dzięki temu da się zapobiec wielu niepożądanym zdarzeniom. Trudnym zadaniem jest jednak nawet samo określenie, czym jest ryzyko. Potocznie za ryzyko uznaje się jakąś miarę zagrożenia wystąpienia jakiegoś niepożądanego zjawiska na skutek podjęcia przez nas jakiejś decyzji lub z prawdopodobnych zdarzeń od nas niezależnych. Potocznie ryzyko jest więc szansą na pojawienie się zjawisk niepożądanych (niekiedy jego skutki muszą być ostatecznie negatywne, ale często tak jest). Zjawiska takie mogą mieć znaczenie marginalne, a mogą mieć kluczowe. Zarządzanie ryzykiem jest więc ustaloną metodą, która pozwala na podjęcie aktywnej postawy w wobec ryzyka i realizację działań pozwalających na osiągnięcie akceptowalnego poziomu ryzyka lub minimalizacji jego skutków.

### **Ocena ryzyka**

Występuje kilka metod oceny ryzyka i zawsze może powstać nowa, przystosowana do konkretnych potrzeb. Niezależnie od przyjętej metody czy strategii, należy zbierać informacje, które pomogą zidentyfikować i opracować optymalny sposób zarządzania ryzykiem.

Proces zarządzanie ryzykiem powinien składać się z czterech etapów:

1. identyfikacji ryzyka,
2. pomiaru ryzyka,

3. sterowania ryzykiem,
4. monitorowania i kontroli,

Identyfikacja ryzyka to etap kluczowy. Może się wydawać łatwy, jednak należy podchodzić do niego ostrożnie, spokojnie i merytorycznie. Identyfikacja ryzyka zawsze powinna odbywać się w grupie. Inaczej można być prawie pewnym, że ważne ryzyka zostaną pominięte. Przykładowo osoba odpowiedzialna za blok może zidentyfikować ryzyka dla swojego obszaru, ale na poziomie całej imprezy konieczna jest burza mózgów. Na tym etapie warto określić naturę ryzyka (np. czy jest ono zewnętrzne czy wewnętrzne, z jakim etapem organizacji jest związane) i inne informacje ogólne (np. pochodzenie). Im więcej informacji zbierzemy na tym etapie, tym łatwiej będzie nam poradzić sobie w następnych.

Pomiar ryzyka to etap oceny, jaka jest szansa na wystąpienie ryzyka oraz jakie mogą być jego ewentualne skutki. Etap ten opiera się w znacznej mierze na informacjach zebranych w poprzednim etapie. Ocenia się szansę pojawienia się zagrożeń, np. na podstawie doświadczeń z poprzednich wydarzeń czy na podstawie doświadczeń organizatorów innych wydarzeń. Jednak źródeł oceny może być więcej, np. prognoza pogody (zwłaszcza w przypadku wydarzeń na świeżym powietrzu). Ewaluacja ryzyka ma istotny wpływ na proces podejmowania decyzji. Wyniki analizy ryzyka stanowią podstawę do podjęcia decyzji, które ryzyka i w jakim stopniu wymagają wdrożenia przez organizację właściwego algorytmu postępowania oraz ustalenia priorytetu ich uruchamiania. Następnie ustalone poziomy ryzyka powinny zostać porównane z ich kryteriami, z uwzględnieniem ustanowionego na wejściu kontekstu. Ewaluacja umożliwi w tym wypadku określenie, w jaki sposób postąpić z danymi ryzykiem.

Sterowanie ryzykiem to etap wyciągania wniosków z poprzednich etapów oraz tworzenia planu działania oraz podejmowania decyzji co do ryzyk. Im wyższy poziom ryzyka, tym więcej wymaga ono uwagi – przygotowania możliwych do wdrożenia specjalnych programów je eliminujących lub redukujących, wdrożenia procesów i zakresu działań sprowadzających ryzyko do poziomu tolerancji lub akceptacji, w zależności od konieczności zrównoważenia kosztów skutków i nakładów w zakresie przyjętych kryteriów. Reakcja na zagrożenia powinna brać pod uwagę wszystkie aspekty organizacyjne związane z zarządzaniem projektem. Aby zmierzyć się z zagrożeniami, nie wystarczy wprowadzić techniki i procedury ich identyfikacji. Należy również przekształcić i przystosować do nich istniejące struktury organizacyjne, w celu podwyższenia ich szybkości reakcji. Etap ten oznacza wprowadzenie polityk stworzonych na podstawie oceny i analizy ryzyk.

W trakcie rozwoju projektu lista jego zagrożeń powinna być poszerzana o nowe wiadomości dotyczące napotykaných zagrożeń. Niektóre z nich mogły zniknąć, inne pojawić się, inne jeszcze zmienić się i przykładowo z początkowo niewielkich urosnąć do wielkości nieakceptowalnych. Tak więc poziom poszczególnych zagrożeń może ulegać zmianie w trakcie rozwoju projektu. Dlatego też istotna jest okresowa kontrola i monitorowanie napotykaných zagrożeń. Istotą czwartego etapu, monitorowania i kontroli, jest uzupełnianie początkowej listy zagrożeń, zawężenie informacji charakteryzujących poszczególne zagrożenia (w szczególności informacji o ich częstotliwości i skutkach), przybliżanie ich poziomu, kontrolowanie przedsięwziętych akcji zapobiegawczych i obserwacja związanych z nimi zdarzeń i konsekwencji. Tylko stały monitoring daje gwarancję zaufania do informacji. Zmianom podlega wszystko: otoczenie, klimat, wrażliwość, organizacje, prawo, programy i procesy. Te zmiany wpływają na cele, zasady, politykę i praktykę zarządzania ryzykiem. Należy pamiętać, że wiele ryzyk ma charakter nagły, niespodziewany i dynamiczny.

W tym artykule nie mam możliwości przedstawienia całego zagadnienia zarządzania ryzykiem. Przedstawię więc kilka prostych rozwiązań będących ważnymi elementami procesu zarządzania ryzykiem.

### **Tabela doświadczeń. Ryzyka historyczne**

Sformalizowany dokument zawierający dane na temat ryzyk, które pojawiły się w przeszłości oraz odnotowanych ich skutków. Np. pisarz X często nie pojawia się bez uprzedzenia lub w budynku Y są częste awarie klimatyzacji. Dzięki takiemu mechanizmowi zachowany zostaje kapitał wiedzy z poprzednich projektów, a formalizacja jest konieczna, by ten kapitał nie był przypisany do osoby, która może wycofać się z organizacji.

### **Tabela ryzyk**

Dzięki stworzeniu matrycy ryzyka można podjąć decyzję, na jakich zagrożeniach powinno się skupić, a jakie można zignorować. Narzędzie to polega na priorytetyzacji konkretných ryzyk. Ocena prawdopodobieństwa i skutków zdarzeń może być przeprowadzana w skali trzy-, pięcio- lub siedmiostopniowej. Po oszacowaniu parametrów ryzyka dokonuje się określenia poziomu ryzyka (w skali trójstopniowej: jako małego, średniego i dużego).

Wyznaczenie tolerancji na ryzyko i tego, czy dawne ryzyko jest akceptowalne czy nie, jest w gestii osoby odpowiedzialnej za projekt i nie musi mieć rozkładu jak w tabeli powyżej. Jeżeli cały projekt ma charakter wysokiego ryzyka, to obszar

nieakceptowalnego ryzyka będzie mniejszy, ale jeżeli projekt ma mieć charakter zachowawczy i nie możemy pozwolić sobie na ryzyko, obszar ryzyka nieakceptowalnego się powiększa.

		Kategoria ciężkości szkody			
		katastroficzne	ciężkie	poważne	lekkie
Częstotliwość zdarzenia	częste	NA	NA	NA	TA
	prawdopodobne	NA	NA	TNA	TA
	sporadyczne	NA	TNA	TNA	A
	rzadkie	NA	TNA	TA	A
	wyjatkowe	TNA	TA	TA	A

Tab. 1. Przykład matrycy ryzyka.

A – ryzyko akceptowane – nie wymagające wprowadzenia dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

TA – ryzyko tolerowane – akceptowane, przy którym należy rozważyć wprowadzenie dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony, jeżeli są one praktycznie uzasadnione

TNA – ryzyko tolerowane - nieakceptowane, dopuszczalne czasowo przy wskazaniach wprowadzenia koniecznych dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

NA – ryzyko nieakceptowane, uniemożliwiające eksploatację instalacji w aktualnych warunkach do czasu wprowadzenia koniecznych dodatkowych środków bezpieczeństwa i ochrony

Narzędzie to pozwala wizualizować zagrożenia dla projektu, ale też jasno określać granice ryzyk. Przy tworzeniu takiej tabeli automatycznie przewidujemy potencjalne zagrożenia, co samo w sobie może być ważne, gdy takie się pojawiają. Człowiek ma tendencję do skupiania się na ryzykach o dużym prawdopodobieństwie, nawet kiedy skutek jest mały lub na ryzykach z bardzo poważnym skutkiem, ale minimalną szansą na pojawienie się. Odpowiednio stworzona tabela ryzyk pozwala na oszacowanie, jakie obszary są najważniejsze i na których z nich warto skupić uwagę i możliwości organizacyjne.

### Budżet na ryzyka

To rezerwacja środków (mogą, ale nie muszą być to środki finansowe), które pozwalają zmniejszyć ryzyka lub zabezpieczyć się przed ich pojawieniem się. Najbardziejziej

oczywistym jest ubezpieczenie imprezy. Budżet na ryzyka powinien być wpisany i zaznaczony w budżecie. Nie warto oszczędzać na tym działaniu, gdyż budżet na ryzyka ma charakter prewencyjny, a więc w razie pojawienia się ryzyka kapitał ten jest wielokrotnie mniejszy niż koszty ryzyka. Jednak nie muszą być to środki finansowe, są to np. rezerwowo godziny w programie czy dodatkowe puste pomieszczenie. Działanie to ma charakter prewencyjny.

### **Rezerwa**

A więc takie zapasy kapitału, które wykorzystuje się już po pojawieniu się ryzyka. Nie wiadomo, na co zostanie to przeznaczone, nie ma nawet pewności, czy te środki zostaną spożytkowane. Budżet na ryzyko co do zasady ma zostać wydany, a rezerwa nie. W praktyce stosuje się ją na trudne do przewidzenia lub łatwe do przewidzenia, ale trudne do oszacowania wydarzenia.

### **Analiza SWOT**

Prosta analiza szans i zagrożeń, słabych i mocnych stron projektu. Stworzenie takiej analizy może być pomocne przy identyfikacji ryzyk i planowaniu działań zarówno zmniejszających szansę wystąpienia, jak i potencjalną uciążliwość.

### **Procedury i zasady**

W razie wystąpienia zjawisk uznanych wcześniej za ryzyka należy wdrożyć przygotowane wcześniej procedury. Wczesne przygotowania procedur pozwala na przemyślane działanie, gdyż mogliśmy je zaplanować na spokojnie, bez stresu, analizując ryzyka historyczne. To głównie na podstawie ryzyk historycznych naszej lub innej organizacji powinny być projektowane procedury i zasady. By były one skuteczne, muszą być nie tylko realne i wykonalne, ale też powszechnie znane i dostępne, nie jedynie na papierze, bez szans na zastosowanie. Odpowiednie stworzenie procedur pozwala na zmniejszenie uciążliwości w razie pojawiania się ryzyka i na szybkie dotarcie informacji o niepożądanym zjawisku do odpowiedzialnych osób.

### **Metoda delficka**

Metody eksperckie (zwane inaczej heurystycznymi) to takie, które opierają się o celowy dobór osób biorących udział w badaniu. Skupiają się jedynie na ekspertach w danej dziedzinie i ich opiniach. Nie jest to burza mózgów, bo najczęściej ma formę ankiety i analizy ankiet. W przypadku konwentów może mieć np. formę zapytania wysłanego do różnych grup organizujących wydarzenia, ale do osób z interesującą nas dziedziną, czyli np. w kwestii bezpieczeństwa do koordynatorów

bezpieczeństwa imprez, zawodowych ochroniarzy itp. Proces rozpoczyna się od prośby o udzielenie odpowiedzi na pytania. Następnie eksperci wchodzi w interakcje, porównują swoje stanowiska i stopniowo dochodzą do spójnych wniosków. Metoda ta wymaga jednak sporo czasu oraz odpowiednich narzędzi do zbierania i analizowania danych.

### **Przenoszenie ryzyka**

Gdy niemożliwe jest efektywne opanowanie pewnych zagrożeń, można poszukać pomocniczych form podziału zagrożenia. W rozsądnym zakresie można podzielić ryzyko między inne strony zainteresowane projektem (np. partnerów, dostawców, podwykonawców, współpracowników). Np. wydawnictwo zobowiązuje się pokryć koszty, jeżeli pisarz ponownie nie pojawi się na imprezie; szkoła partnerska gotowa jest pokryć koszty drobnych uszkodzeń na jej terenie; administrator budynku wynajmuje dodatkową ochronę.

### **Podsumowanie**

Zarządzanie ryzykiem to proces. A więc coś z założenia rozłożonego w czasie, składającego się z kilku elementów i mające charakter ciągły. Dlatego nie można poprzestać w nim na kilku spotkaniach i tworzeniu dokumentacji. By skutecznie zarządzać ryzykiem, trzeba zawsze mieć w świadomości znaczenie tego procesu. Zespół powinien rozumieć potrzebę i zasady rządzące wdrożonymi procedurami, bez tego nie będzie większej skuteczności takiego działania. Zarządzanie ryzykiem to obszerne zagadnienie, a w tym artykule zostało jedynie zasygnalizowane. Jednak warto podchodzić do niego w sposób bardziej sformalizowany i świadomy, bo będzie miało to pozytywne efekty. To skuteczny mechanizm uczenia się na błędach przewidywania nieprzewidywanego oraz świadomego podejmowania decyzji co do działań mogących wygenerować niepożądane efekty.

Podczas tworzenia wydarzenia wielu organizatorów co prawda bierze pod uwagę pewne zagrożenia, ma plany B i np. robi zapas finansowy, to jednak działania te mają często charakter nieformalny, intuicyjny i wraz zakończeniem projektu znikają doświadczenia na nim zdobyte. Przed samym projektem brak konsultacji z innymi organizatorami może przyczynić się albo do ignorowania poważnego ryzyka, a zbytniego zaangażowania się w przeciwdziałanie małym ryzykom. Dzięki zarządzaniu ryzykiem możemy nie tylko zminimalizować jego pojawienie się, ale też być gotowi, gdy czemuś nie da się zapobiec.

## CZY DA SIĘ PRZENIEŚĆ KONWENT DO PRZESTRZENI WIRTUALNEJ?

Autor Zbiorowy

**Artur Wabik, Maciek Kozieł, Michał Szymański, Mikołaj Kowalewski,  
Roger Waszkiewicz, Anna Kłos, Jakub Orłowski**

Wirtualny panel dyskusyjny podsumowujący próby organizacji konwentów online podczas pandemii COVID-19. O wyzwaniach stojących przed organizatorami takich wydarzeń opowiadają osoby pracujące przy wirtualnych edycjach Pyrkonu, Krakowskiego Festiwalu Komiksu, Dni Fantastyki i Lajconika oraz nowych imprez stworzonych do internetu: Konline, Wirtualkonu i Foconu.

**Z jakimi szczególnymi wyzwaniami mierzą się organizatorzy konwentów online, a co w organizacji takich wydarzeń jest łatwiejsze niż w organizowaniu konwentów stacjonarnych?**

**Artur Wabik:** Z moich doświadczeń przy realizacji tegorocznej edycji Krakowskiego Festiwalu Komiksu wynika, że organizacja konwentu online jest, paradoksalnie, dużo bardziej uciążliwa niż przygotowanie podobnego wydarzenia w trybie przedpandemicznym. Być może wynika to z faktu, że robimy to wydarzenie po raz dziesiąty i niektóre procedury mieliśmy już całkiem dobrze wdrożone. Tymczasem nowa sytuacja wymaga zupełnie nowych procedur i narzędzi, na których zwyczajnie się nie znamy.

**Maciek Kozieł:** Przy organizacji Pyrkonu online było sporo nowych wyzwań, które przy tradycyjnym konwencie są zupełnie nieistotne. Pierwszym i najważniejszym są kwestie technologiczne – czy łącze ma dobrą przepustowość, czy prelegenci mają dobrze ustawione mikrofony i kamery, czy nie będzie problemów z oprogramowaniem. Drugim jest problem „monetyzacji” imprezy, ponieważ może ona przynosić koszty, a ciężko przekonać ludzi do płacenia za coś w internecie.

**Michał Szymański:** Z Lajconikiem dodatkowy problem polegał na tym, że przychodzi się na niego głównie pograć w erpegi, a nie wszyscy gracze i mistrzowie odnajdują się w graniu online. Robiliśmy, co w naszej mocy, by ich do tego przekonać, zorganizowaliśmy nawet warsztaty z grania przez sieć i przez cały czas

mieliśmy sztab ludzi pomagających ogarniać technikalnia, a i tak w zeszłym roku zgłoszono mniej sesji niż w latach ubiegłych i wzrost imprezy, po trzech latach rosnących słupków, zwyczajnie zahamował.

**Mikołaj Kowalewski:** Wbrew pozorom powiedziałbym, że komunikacja. Niby można na bieżąco aktualizować informacje na stronie, ale uczestnicy planują rzeczy z wyprzedzeniem, nie rejestrują zmian i erraty do nich nie docierają. Większa płynność programu w trybie online jest praktyczna w sytuacjach awaryjnych, ale możliwość przekazania tej informacji jest ograniczona przez ludzkie przyzwyczajenia.

**Roger Waszkiewicz:** Myślę, że dużym wyzwaniem jest przestawienie się na tryb pracy, który jest zupełnie inny od tego, z którym ma się do czynienia przy organizacji stacjonarnego wydarzenia. Tym razem wszystko jest załatwiane zdalnie, a przez to o wiele trudniej znaleźć ludzi do pomocy, bo choć chęci często nie brakuje, to forma wydarzenia sprawia, że nie są pewni swoich możliwości. Szczególnie to widać po twórcach atrakcji, którzy z wielką chęcią zrobiliby swoje punkty programu na żywo, ale nie czują się na tyle pewnie, aby chcieć je prowadzić online. Na pewno niewątpliwym plusem takich przedsięwzięć jest znaczne ograniczenie kosztów, które przy dobrych wiatrach mogą wynieść okrągłe zero, ale przy braku ludzi do pomocy na niewiele się taka oszczędność zdaje.

**Anna Kłós:** Moim zdaniem największym wyzwaniem jest to, że nie da się „przenieść” czegoś do internetu. Nawet zeskanowane zdjęcie czy muzyka zgrana z winyla to już jest coś innego niż pierwowzór. Często na pierwszy rzut oka nie zauważamy wyraźnej różnicy, ale jednak przy użytkowaniu wychodzi, że jest to coś innego, a przede wszystkim powstaje w wyniku innych procesów. Dlatego chcąc zrobić dobrą imprezę w internecie, trzeba wrócić do samego początku i zastanowić się:

- co chcemy osiągnąć,
- dla kogo to robimy,
- jak chcemy to zrobić,
- jakich narzędzi możemy użyć.

W ten sposób trzeba wszystko poskładać zupełnie od nowa w całość, bo coś, co się sprawdzało na żywo, może nie działać w internecie. Dużym problemem wydaje mi się też mała świadomość ludzi co do tego, jak coś działa w internecie. Dużo ludzi prezentuje takie podejście, że skoro coś od strony usera jest proste, to znaczy, że

zrobienie tego to chwila. Nic bardziej mylnego! Stąd też często ciężko wytłumaczyć uczestnikom, że czegoś się nie da zrobić, nie mając solidnego budżetu, albo że nie da się wcale.

**A co jest łatwiejsze? Cały świat w zasięgu kilku kliknięć. Trzeba tylko mieć pomysł, jak to wykorzystać.**

**Jakub Orłowski:** Największym wyzwaniem wydarzeń online jest walka o uwagę odbiorcy. Pandemia spowodowała nadprodukcję treści online. Widz jest bombardowany kolejnymi konferencjami, szkoleniami, warsztatami, koncertami, setami djskimi, konwentami etc.

Po całym dniu pracy lub nauki zdalnej nie chce się często spędzić popołudnia i/ lub weekendu znowu przed komputerem. Dodatkowo przechodząc w online, bijemy się o uwagę z grami video i platformami streamingowymi. Uwaga to aktualnie towar, o który walczą wszystkie działy marketingu.

Drugim największym wyzwaniem jest trudność w monetyzacji takich wydarzeń. Wiele jakościowych treści jest udostępniona za darmo bo albo nie wymaga wielkich nakładów finansowych, albo została sfinansowana ze środków publicznych lub prywatnych. Mimo że Facebook udostępnił ostatnio narzędzia dedykowane do monetyzacji treści w grupach, możliwość publikowania treści za paywallem, możliwość monetyzowania streamów, płatne wydarzenia – to niestety nie odwróci do dekady przyzwyczajania nas, że fejs jest darmowy.

Trzecim wyzwaniem jest odtworzenie atmosfery panującej na wydarzeniu. Jest to oczywiście niemożliwe do wykonania. Konwenty i festiwale fantastyki zawsze opierały się na bezpośrednim spotkaniu fanów.

**Jakie narzędzia i strategie są przydatne podczas organizowania konwentu online?**

**Artur Wabik:** Bez wątplenia dobra znajomość środowiska sieciowego. I nie mam tu na myśli umiejętności w zakresie mediów społecznościowych, które wszyscy w większym lub mniejszym stopniu posiadamy. Mam na myśli twarde kompetencje dotyczące nagrania, montażu, obróbki graficznej, kompresji i emisji materiałów wideo na platformach takich, jak Facebook, YouTube i innych. Emisja kilkunastu czy kilkudziesięciu godzin programu, opcjonalnie z możliwością interakcji z gośćmi, jest nie lada wyzwaniem technologicznym.

**Maciek Kozieł:** My dla zapewnienia sobie komfortu pracy większość punktów programu nagraliśmy wcześniej, a w trakcie Cyber DF-ów wrzucaliśmy je kolejno do sieci. Dzięki temu uniknęliśmy wielu problemów technicznych (jak się pojawiały przy nagraniu, to mogliśmy je odpowiednio wyedytować). Podobnie, do tego co powyżej pisał Artur, też musieliśmy bardzo nadrobić kompetencje cyfrowe – obsługa OBS, ReStream czy DaVinci Resolve.

**Michał Szymański:** Osobnym wyzwaniem jest też przygotowanie orgroomu online, przeniesienie w nowe środowisko wszystkich procedur i przyzwyczajajeń z normalnej orgówki. Z drugiej strony to ćwiczenie chyba nauczyło nas paru nowych rzeczy, które będziemy też próbowali wdrożyć na fizycznych konwentach, kiedy już będzie można do nich wrócić. Więc może cała ta zabawa będzie też miała jakieś pozytywne?

**Mikołaj Kowalewski:** W ramach samej organizacji wydarzenia w naszym przypadku (Konline) kwestia organizacyjna nie odbiegała od konwentów stacjonarnych. Cała praca realizowana była na tych samych narzędziach – Slack, Google Docs, Trello. Sam konwent wymagał już nowych dla nas narzędzi komunikacji zdalnej, wśród których można przebiegać i wybierać je pod własne potrzeby.

**Roger Waszkiewicz:** Samo planowanie przebiega dość podobnie. Zatem Facebook, Discord, ostatnio też romansujemy z Workplacem. Do samego wydarzenia uczestniczyliśmy przy tworzeniu zupełnie nowego narzędzia zrobionego z myślą o konwentach online, czyli Nervgear, które pozwala w prosty sposób oddać chociaż namiastkę prawdziwego konwentu. Jednak nawet to narzędzie samo nie zbuduje imprezy. Wbrew pozorom potrzebne jest zaangażowanie, które skupi się na ekipie. Trzeba nie tylko ustalać rzeczy poprzez rozmowę, ale także przeprowadzać wcześniej testy, aby mieć pewność, że nic nie rypnie się na samej imprezie. Bez tego będziemy mieć zwykłą loterię, która najczęściej skończy się porażką.

**Anna Kłós:** Oczywiście wszystko, co wymienili poprzednicy, jest bardzo potrzebne! Od siebie dodam, że warto pamiętać, że Facebook i inne social media mają dwie twarze – dla użytkownika i biznesową – i świetnie wpisują się w zasadę easy to learn, hard to master. Dlatego chcąc robić takie wydarzenie, warto wybrać ograniczoną liczbę narzędzi, ale poświęcić trochę czasu na poznanie ich możliwości. Poza tym jeśli chce się robić więcej niż jedno wydarzenie, przydają się narzędzia do analiz internetowych. Chodzi mi zarówno o te dotyczące ruchu na stronie i kanałach społecznościowych, jak Google czy Facebook Analytics, ale też ważne są te, które pozwolą na monitorowanie, jakie informacje i gdzie w internecie pojawiają się na temat wydarzenia (Brand24, Unamo lub bardziej profesjonalne SentiOne).

Jeśli wydarzenie odbywa się wewnątrz jednej strony, a nie w mediach społecznościowych, to warto też zainstalować plugin pozwalający śledzić ruch użytkowników wewnątrz strony. To takie trochę „wirtualne oczy”, które mówią o tym, jakimi ścieżkami nasi goście chodzą po stronie. Dzięki temu można zobaczyć, co działa i jest fajne, a co ludzie omijają. Jest to bardzo ważne, bo podczas wydarzeń stacjonarnych wystarczy spojrzeć i jeśli jakiś korytarz jest niedrożny, to widać to od razu. W internecie, jeśli jakaś atrakcja nam nie zadziała, to jednak czasem może być trudno zidentyfikować prawdziwe powody.

**Jakub Orłowski:** W kwestiach strategicznych trzeba (analogicznie jak w przypadku wydarzenia stacjonarnego) określić kilka podstawowych spraw:

- Do kogo kierowany jest event?
- Gdzie go opublikować? gdzie jest nasza grupa docelowa?
- Jaką wartość ma nieść dla odbiorcy prezentowana treść?

To oczywiście mocne uogólnienie, ale wyznacza właściwy kierunek myślenia strategicznego.

Jeśli zaś chodzi o kompetencje, to oczywiście twarde kompetencje związane z produkcją i postprodukcją video będą nieocenione. Do tego należy dołożyć również kompetencje związane z obsługą social mediów i/lub umiejętności IT do wprowadzenia odpowiednich narzędzi komunikacji organizatorów i/lub uczestników (Slack, Discord, etc.)

**Jakie wyzwania stoją przed promocją wirtualnego konwentu? Jak dotrzeć do potencjalnych uczestników?**

**Artur Wabik:** Media społecznościowe, które sprawdzały się przy promocji wydarzeń stacjonarnych, sprawdzą się także przy promocji wydarzenia online. Sądzę, że każdy konwent, szczególnie istniejący od jakiegoś czasu, ma swoją stałą bazę odbiorców, do których jest w stanie w taki czy inny sposób (fanpage, Instagram, mailing) dotrzeć. Większym problemem wydaje mi się utrzymanie uwagi widza, który na festiwal już dotrze. W normalnych warunkach, kiedy uczestnik przyjeżdża z innego miasta, to jest na udział w wydarzeniu niejako skazany, gdyż ma już najczęściej wykupiony nocleg, bilet powrotny i generalnie nie jest mu tak łatwo zmienić plany w trakcie trwania imprezy. Podczas wydarzenia online można w każdej chwili wstać od komputera i zająć się czymś innym. A nawet nie wstawać, tylko otworzyć inną zakładkę w przeglądarce. Jedna słabsza pozycja w programie może zniechęcić widza do dalszego oglądania. Ponadto na co dzień żyjemy

w trybie wielofunkcyjnym, więc zdarza się, że uczestnicy/widzowie biorą udział w kilku wydarzeniach naraz (serio; oglądają 2-3 transmisje równocześnie).

**Michał Szymański:** Chyba największym problemem było przekonanie ludzi, że to rzeczywiście będzie Lajconik, a nie jakiś produkt zastępczy w trybie awaryjnym. Ten rok pokaże, czy nam się to udało i czy uczestnicy są na tyle zadowoleni z takiej formy konwentu, by wrócić na kolejną edycję. Poza tym mam nieprzyjemne wrażenie, że Facebook znowu pozmieniał algorytmy na naszą niekorzyść, nikogo o tym nie informując. Albo, co gorsza, zainteresowanie po prostu spadło, bo zasięgi nie nastrajają optymistycznie.

**Maciek Kozieł:** Dużym wyzwaniem mogło być przykucie uczestników do ekranów na kilkanaście godzin ciągiem. Zdecydowaliśmy się więc, by przy materiałach z Cyber DF-ów pozostawić je do późniejszego oglądania. Zniosło to z nas dużą część presji. Niemniej wciąż po kilku miesiącach pandemii trzeba było przekonać uczestników, że nie jest to kolejna taka sama próba przeniesienia czegoś, co nie do końca pasuje do świata wirtualnego. Oczywiście w tym wszystkim porzuciliśmy większość kanałów, które były analogowe i w całości poświęciliśmy się dużej aktywności w mediach społecznościowych.

**Mikołaj Kowalewski:** Zamknięcie się na „klasyczne” media społecznościowe jak Facebook czy Instagram ogranicza dostęp do wielkich społeczności discordowych, niekoniecznie odbierających nasz przekaz na Facebooku, a znających konstrukcję Discorda i chętniej uczestniczących w wydarzeniach z wykorzystaniem tego narzędzia.

**Roger Waszkiewicz:** Chciałbym powiedzieć, że wystarczy robić to, co się zwykle robiło, ale patrząc na to, jak Facebook poucinał zasięgi, to jest za mało. Discord jest dobrym kierunkiem, ale tam jest wszystko rozproszone po różnych serwerach, więc trudno jest dotrzeć do większych grup. Można oczywiście też założyć własny serwer, ale tym z kolei trzeba się zająć. Jeśli ma istnieć tylko na potrzeby jednego wydarzenia, to moim zdaniem lepiej w ogóle tego nie robić. Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, bo rozproszenie fandomu postępuje od dawna i kwestia promocji to nie tylko problem wirtualnych wydarzeń.

**Anna Kłós:** Największym wyzwaniem jest według mnie to, że grupy docelowe konwentu stacjonarnego i online wcale nie muszą się pokrywać. Jasne, podczas pandemii wielu uczestników imprez stacjonarnych będzie szukało w wirtualnego zastępstwa dla swoich ulubieńców. Jednak jest też cała masa osób, które nigdy nie uczestniczyły w tradycyjnej formie wydarzeń, a wirtualna może ich

zainteresować. Chociażby osoby z niepełnosprawnościami bądź dysfunkcjami sprawiającymi, że nie są w stanie korzystać ze stacjonarnej formy. Warto redefiniować grupę docelową pod kątem tego, co chcemy robić. A gdy wiemy, do kogo chcemy dotrzeć, to określenie, jakimi narzędziami (które kanały społecznościowe, jaki rodzaj reklamy, kto powinien imprezę promować etc.) staje się dużo łatwiejsze, a czasem wręcz oczywiste.

**Jakub Orłowski:** Zgodzę się z przedmówcami. Największym wyzwaniem jest przykucie i utrzymanie uwagi. Dlatego przy organizacji Allegro PyrkONline postawiliśmy jedynie na kilka wejść live, a większość materiałów przygotowaliśmy wcześniej. Każdy obejrzał je w dogodnym terminie. Aby dotrzeć do odbiorców, podzieliiliśmy ich na dwie ogólne grupy – fanów Pyrkonu oraz osoby zainteresowane fantastyką, ale niekoniecznie związane z Festiwalem. Dla pierwszej grupy realizowaliśmy płatne kampanie na Facebooku, aby dotrzeć z komunikatem do jak największej liczby osób (81 000). Dla drugiej grupy była przygotowana kampania zasięgowa realizowana za pośrednictwem kanałów Allegro oraz miesięcznej kampanii informacyjnej na łamach serwisu [www.gry-online.pl](http://www.gry-online.pl). Wykorzystaliśmy również możliwości biura prasowego Pyrkonu i Allegro, aby informacja ukazała się internetowych wydaniach serwisów informacyjnych. Czy było warto? Wyświetlenia filmów możecie sprawdzić sami: <https://allegro.pl/zobacz/pyrkonline>

### **Przygotowanie programu wirtualnego konwentu. Jakich można się spodziewać trudności, o czym trzeba pamiętać, a jakie otwierają się szanse?**

**Artur Wabik:** Największym problemem była dla nas konieczność ograniczenia liczby godzin programu. Dla porównania: ostatni edycja stacjonarna naszego wydarzenia obejmowała 50 godzin, a tegoroczna online tylko 15. Wynika to z faktu, że nie zdecydowaliśmy się na emisję w kilku różnych pasmach tematycznych, wychodząc z założenia, że koszt produkcji godziny programu jest na tyle wysoki, że nieekonomiczne będzie prezentowanie ich równolegle. Być może, gdybyśmy dysponowali kilkukrotnie wyższym budżetem, to moglibyśmy pozwolić sobie na tego typu rozrzutność. Ponadto emisja kilku pasm równocześnie powoduje rozproszenie uwagi (próby oglądania naraz w dwóch oknach), które nie zdarza się na imprezach stacjonarnych (trudno być fizycznie w dwóch salach jednocześnie). Reasumując, jedno pasmo daje pewną spójność, ale ma też ograniczone możliwości emisyjne – przy dwudniowej imprezie, trwającej od 10:00 do 20:00, można upchnąć, w zależności od długości przerw pomiędzy materiałami, od 15 do 20 godzin programu.

**Michał Szymański:** O dziwo, program prelekcyjny okazał się dla nas łatwiejszy i zadziałał lepiej niż w ubiegłych latach. Na erpegowy konwent ludzie przyjeżdżają zazwyczaj grać, więc jeśli już przejechali te X kilometrów, to większość zrobi wszystko, żeby zapętnić sobie cały ten czas sesjami. Jeśli natomiast uczestniczy się w wydarzeniu z własnej kanapy, to parcie jest chyba trochę mniejsze, dzięki czemu pierwszy raz w historii mieliśmy sensowną frekwencję na niemal wszystkich prelekcjach i panelach. Plus jako mały konwent nigdy nie mogliśmy sobie pozwolić na opłacenie podróży i zakwaterowania zagranicznych gości, a w tym roku w końcu mamy możliwość ich zaprosić.

**Maciek Kozieł:** Zdecydowanie trzeba było ograniczyć program i sprawić, by był atrakcyjny bez całej otoczki festiwalowej. Pewne rzeczy, które nam się podobają ze względu na emocje związane z przebywaniem na konwencie, nie sprawdzały się w formie transmisji online. Z drugiej strony dzięki edycji online mieliśmy większe możliwości ściągnięcia gości, łatwiej jest bowiem usiąść na godzinę przed komputerem niż na trzy dni jechać do innego miasta.

**Mikołaj Kowalewski:** W przypadku programu na wielu płaszczyznach jest o wiele łatwiej. Nie ma problemu z ograniczeniem fizycznym przestrzeni konwentu, liczby sal programowych itd. Łatwiejsze stało się zapraszanie gości, w tym zagranicznych, dodawanie ad hoc nowych punktów programu czy przedłużanie czasu trwania wcześniej zaplanowanych. Dodatkowym plusem jest prosta procedura rejestracji punktów programu. Jedyną trudniejszą kwestią są sprawy techniczne. Na konwentach fizycznych największą trudnością jest przysłowiowy rzutnik, tutaj mamy stada potencjalnych trudności, które nie mogą być rozwiązane przez wolontariuszy konwentu zdalnie bądź są zupełnie od nas niezależne.

**Roger Waszkiewicz:** Największe są zawsze problemy czysto techniczne. Wielu twórców atrakcji zwyczajnie nie umie bądź nie chce się babrać w streamach i to pomimo tego, że obecnie jest to prostsze niż kiedykolwiek. Są też problemy typu za słabe łącze czy za słaby komputer, czego nie da przeskoczyć w inny sposób niż wypożyczając odpowiedni sprzęt. Ogromną przeszkodą są również konkursy, bo standardowe wiedzówki muszą być dostosowane do nowych realiów ze względu na opóźnienia w streamach. Choć na potrzeby Nervgeara powstał odpowiedni moduł, to twórcy atrakcji woleli korzystać z własnych narzędzi i często z różnym skutkiem, a to wszystko dlatego, że po prostu go nie znali i wcześniej nie było czasu się z nim zapoznać. Trzeba w tym wszystkim po prostu pamiętać, że nie da się zrobić porządnego konwentu online bez szerokiego zaangażowania twórców atrakcji jeszcze przed imprezą, aby mogli na spokojnie sprawdzić, czy wszystko działa, czy nie ma problemów z formą prowadzonej atrakcji itp.

**Anna Kłos:** U nas pojawiły się dwa główne problemy przy programie: strefy czasowe i forma punktu programu. Goście mogą być z całego świata, to jest ogromny plus, ale różnica stref czasowych potrafi być prawdziwą zimą, szczególnie gdy operuje się w kilku różnych, od -8 do +6.

Drugi problem jest trochę bardziej skomplikowany. Od wielu lat postępuje proces zmniejszania się udziału w naszym życiu tradycyjnych mediów takich jak gazety, radio i telewizja, a coraz więcej jest w nim internetu. A co za tym idzie, sposób prezentacji treści także się zmienia, bo spada długość współczynnika attention span, czyli czasu, podczas którego jesteśmy w stanie utrzymać skoncentrowaną uwagę na jednej kwestii. Prowadzi to do sytuacji, o których już była mowa, np. że jedna osoba ma włączone kilka transmisji, ale tak naprawdę nie słucha żadnej z nich.

Na wydarzeniach stacjonarnych sprawdza się format godzinny (albo nawet kilkugodzinny) spotkania, bo zapewniają inne bodźce, poczucie wspólnoty, a poza tym przed wyjściem z sali powstrzyma choćby poczucie wykluczenia i ostracyzmu, gdy się w środku prelekcji wstanie.

W internecie wystarczy kliknąć jeden guzik i już cię nie ma. Dlatego spotkania dla szerszej publiczności powyżej kilkunastu minut czy pół godziny przeżywają gwałtowny spadek liczby uczestników. A to z kolei powoduje frustrację po stronie prowadzącego. Oczywiście o ile widzi, ile jest osób od początku. Ale według mnie to jest kluczowe, bo bardzo trudno jest przez dłuższy czas zachować profesjonalizm, ale też fajnie się bawić, mówiąc tylko do ekranu. Przechodząc do sedna: ogromnym problemem jest stworzenie formatu, który byłby ciekawy, atrakcyjny i angażujący w internecie. Podczas Foconu podjęliśmy się kilku nowych rozwiązań, ale jak to bywa ze wszystkim, co nowe – nie da się mieć pewności, że zadziałają.

**Jakub Orłowski:** Największym wyzwaniem było/jest znalezienie idealnego formatu dla punktu programu. Czy sprawdzą się godzinne prelekcje? Czy może jednak 30 minut to optimum? Może jednak format TEDexowy jest tym, czego szukamy? Pierwsza edycja Allegro PyrkONline była polem testowym, zbieraliśmy dane dotyczące np. retencji widzów z poszczególnych formatów. Te dane posłużą nam do optymalizacji, jeśli druga edycja będzie miała się odbyć.

## Jak wyglądają kwestie finansowe podczas organizacji konwentu online? Czy organizacja konwentu w internecie wiąże się z kosztami?

**Artur Wabik:** Wyglądają źle. Koszt profesjonalnej produkcji jednej godziny materiału wideo w układzie: trzy kamery + oświetlenie + montaż + plansza otwierająca + tyłówka + tłumaczenia + nakładanie napisów wynosi więcej niż analogicznej godziny w latach poprzednich. Należy przy tym pamiętać, że część spotkań odbywa się na zasadzie: prowadzący w studio i goście w domach, więc nie są konieczne aż trzy kamery w studio, ale i tak wychodzi to drożej niż koszt fizycznego ściągnięcia prowadzącego i gości do obiektu, w którym odbywa się festiwal. Przyznaję, że spodziewaliśmy się obniżenia kosztów w związku z brakiem wydatków na przejazdy/przeloty gości, hotele itd. Tymczasem było odwrotnie: 15 godzin programu online kosztowało nas tyle samo, co 50 godzin programu stacjonarnego.

**Michał Szymański:** Mam zupełnie inne doświadczenia niż Artur, ale być może wynika to z tego, że od początku nie szliśmy w szczególną profesjonalizację – jeśli czegoś nie dało się zrobić laptopem z kamerką i słuchawkami, to tego nie robiliśmy. W efekcie nasz budżet zmalał o 90%, w tym roku będzie trochę wyższy z uwagi na wykupienie pewnych usług poprawiających jakość streamu, ale nadal będziemy w stanie wszystko finansować środkami stowarzyszenia. Wejściówki pozostaną darmowe. (To z kolei może zaowocować pewnym szokiem, kiedy pandemia minie i okaże się, że nasz konwent już nie kosztuje 10 PLN. Ale to pieśń niepewnej przyszłości).

**Maciek Kozieł:** Nie było tak źle, ale tylko dlatego, że mieliśmy duże zasoby własne Centrum Kultury „Zamek”. Sporo sprzętu i środków produkcji było dostępne w ramach naszej stałej działalności. Ponieważ był to też początek pandemii, to goście i prowadzący również zgodzili się na udział bez honorariów, za co im bardzo dziękujemy, ale nie wierzę, byśmy mogli to w takiej formie powtórzyć. Oczekiwania względem tego typu wydarzeń wzrosły, natomiast wciąż mało osób wyobraża sobie płacenie za nie.

**Mikołaj Kowalewski:** Największe koszty dla nas wiązały się z promocją. Samo funkcjonowanie konwentu opieraliśmy na darmowych narzędziach, ewentualnie płatnych ich rozwinięciach, były to jednak kwoty na poziomie kilkudziesięciu złotych. Wiele platform ma darmowe wersje dla organizacji pozarządowych bądź łatwo można uzyskać dostęp do płatnych wersji za darmo po kontakcie z konsultantem.

**Roger Waszkiewicz:** Pisałem już wcześniej, że jak się dobrze zakręcić, to koszt ten może wynieść 0 zł. Jednak nadal niektórzy goście mogą wymagać honorarium, a czasem trzeba zainwestować np. w lepszy serwer czy gotowe rozwiązania niektórych modułów (np. czatu), ale to nie jest koszt jak przy zwykłej imprezie na żywo. Pozostaje kwestia tego, czy zwiększając koszt imprezy, np. poprzez zaangażowanie większej liczby gości, należy wprowadzić wejściówki, a jeśli tak, to czy uczestnicy faktycznie byliby skłonni zapłacić za taką imprezę? Ciekawym kierunkiem finansowania są również wystawcy, ale w tym przypadku trudno im zaoferować coś atrakcyjnego przy wydarzeniu online. Po pierwszym Wirtualkonie nie byli raczej zadowoleni z formy, którą zaoferowaliśmy (oddzielna podstrona z prezentacją ich produktów), bo i sami uczestnicy specjalnie nie byli tym zainteresowani, skoro i tak robią zakupy w sieci. Myśleliśmy nad blokami reklamowymi, ale te z kolei wymagałyby większego zaangażowania ze strony wystawców, którzy często nie potrafią nawet podesłać grafik w odpowiednim rozmiarze, a co dopiero z jakąś bardziej skomplikowaną kwestią? W każdym razie z finansowego punktu widzenia moim zdaniem nie ma żadnych przeciwwskazań, aby takie wydarzenia robić i dziwię się nieco, że tak niewiele ekip się na nie zdecydowało.

**Anna Kłós:** Z mojej perspektywy, zarówno konwentoroba, jak i osoby zawodowo pracującej przy organizowaniu atrakcji i wydarzeń online, mogę powiedzieć, że to zależy. Jest trochę tak jak w przypadku wydarzeń stacjonarnych – w większości wypadków imprezy z małym budżetem nie dorastają do pięt tym z dużym. Co nie znaczy, że nie można się spotkać ze świetną imprezą robioną po kosztach albo beznadziejną z milionowym budżetem. Co do zasady: na każdą imprezę, w ogóle na każde przedsięwzięcie, trzeba pieniędzy. Lub ich ekwiwalentu liczonego w pracy ludzi. Narzędzia, serwery – to wszystko, tak jak metaforyczna „szkoła konwentowa”, kosztuje i jest to koszt, którego za bardzo nie da się ominąć, chyba że schodzimy z imprezą do totalnie amatorskiego poziomu.

W zależności od tego, jaki mamy pomysł na konstrukcję wydarzenia, dochodzą różne inne kwestie – chociażby jeśli chcemy robić streaming online, ktoś to musi obsługiwać. Dlatego albo mamy ludzi, którzy potrafią to wszystko robić, albo musimy za to zapłacić. Chociaż w internecie bardzo wiele rzeczy jest udostępnionych bezpłatnie w jakiejś formie, to w większości plany darmowe nie są wystarczające do tego, aby zrobić wydarzenie na szerszą skalę niż dla kilkunastu czy kilkudziesięciu osób.

Dużym problemem jest też kwestia postrzegania przez ludzi. Jeśli coś jest w internecie, to ludzie myślą, że powinno być darmowe, bo co tam trzeba było zrobić. Mało kto zwraca uwagę na to, że zaproszenie pięćdziesięciu gości na wydarzenie

internetowe zajmuje... tyle samo co zaproszenie pięćdziesięciu gości na wydarzenie stacjonarne. Bo czemu miałoby zająć mniej?

**Jakub Orłowski:** Oczywiście, że produkcja wydarzenia online wiąże się z kosztami, jeśli to wydarzenie ma mieć odpowiednią oprawę i zaplecze. Wynajem studia, operatorów, montażystów, opłacenie gości, pracowników, podwykonawców, koszty kampanii reklamowej. Nie mogę oczywiście zdradzić szczegółów naszej umowy z Allegro, ale koszty samej produkcji wydarzenia były relatywnie duże jak na polskie warunki konwentów online.

### **Czego się nauczyliście lub co odkryliście, organizując konwent online?**

**Artur Wabik:** Tegoroczna (2021) edycja Krakowskiego Festiwalu Komiksu to dla nas czas wielkiej próby. Jeśli przyjdzie nam zrobić festiwal za rok (2022) po raz kolejny w formule online, to z pewnością poradzimy sobie z nim lepiej. Z drugiej strony nie wiem, czy w ogóle zdobędziemy się na taki wysiłek. W ubiegłym roku (2020) festiwal nie odbył się wcale i świat się od tego nie zawałił. Może więc warto poczekać na powrót możliwości organizacji wydarzenia w trybie stacjonarnym...

**Michał Szymański:** Na pewno przećwiczyliśmy trochę zarządzanie kryzysowe, kiedy miesiąc przed imprezą całkowicie zmieniły się warunki jej organizacji. Na pewno też nauczyliśmy się pewnej elastyczności i przynajmniej część ekipy nabrała pewnego dystansu do różnych tematów. W tym roku ćwiczymy procedury utrzymania usługi w wypadku utraty zasobów. Uczymy się, staramy się mieć otwarte głowy. To chyba dużo.

**Maciek Kozieł:** Pracy w warunkach niepewności, ciągłej zmiany założeń. Tak jak pisał Michał, trzeba było na żywo przećwiczyć zarządzanie kryzysowe w zupełnie nieznanymi dla nas okolicznościach. Ale też przyniosło to bardzo dużo nowych możliwości, otwarcie na inne rozwiązania i na stałe wejście do internetu (np. kilka audycji podcastowych).

**Mikołaj Kowalewski:** Organizowanie imprezy w jej trakcie. Pierwszą edycję Konline organizowaliśmy w trzecim tygodniu pierwszego lockdownu. Organizacja zajęła nam kilkanaście dni, Żeby mieć możliwość realizacji jak największej ilości programu, zbieraliśmy go do wtorku, konwent startował w czwartek. W momencie rozpoczęcia konwentu program na jego koniec jeszcze nie istniał i powstawał w trakcie na oczach uczestników, korzystaliśmy z kalendarza Google udostępnionego uczestnikom, którzy widzieli na bieżąco, jak pojawiały się punkty programu. W trakcie konwentu postanowiliśmy przedłużyć go o jeszcze jeden dzień. Konwent online nauczył nas elastyczności w podejściu do własnych imprez.

**Roger Waszkiewicz:** Nauczyłem się tego, że nawet przy imprezie online wiele rzeczy może się wysypać przez sytuacje kompletnie niezależne od organizatorów. Chcieliśmy zorganizować jeszcze jeden konwent online w zeszłym roku z większą pompą, ale ostatecznie się nam to nie udało, bo kilka kluczowych osób z naszej organizacji położył COVID, co uniemożliwiło zorganizowanie tej imprezy. Ostatecznie stwierdziliśmy, że lepiej nie planować zbyt dużych wydarzeń online, bo czasy są jednak zbyt niepewne na coś takiego i lepiej zostać przy mniejszych imprezach, przy których nawet jeśli coś się wysypie, to znacznie łatwiej potem to naprawić.

**Anna Kłos:** Moja sytuacja jest trochę inna niż przedmówców, ponieważ ja z wykształcenia i zawodu jestem specjalistką do spraw marketingu (z punktu widzenia mojej pracy właśnie internetowego). Więc do organizacji Foconu podeszłam z pakietem narzędzi i umiejętności, które miałam już wcześniej. Ale nieodmiennie organizowanie wydarzeń dla fanów daje mi ogromną satysfakcję, gdy widzę, jak dużo ludzi chce brać w tym udział. Także bardzo miło jest przełożyć suche, zawodowe doświadczenie na żywą, miękką tkankę fandomu.

**Jakub Orłowski:** Jako Pyrkon przede wszystkim nabyliśmy w ogóle kompetencje do przygotowania wydarzenia online (od planowania, przez scenariusze, na zarządzaniu wykonaniem kończąc). Nigdy wcześniej te umiejętności nie były nam potrzebne. Dodatkowo mogliśmy przećwiczyć współpracę z partnerem korporacyjnym i zderzyć ze sobą dwie kultury pracy – stowarzyszenia z sześcioma pracownikami i korporacji z pełnym jej zapleczem. Zarówno my, jak i Allegro wiele się od siebie nauczyliśmy podczas tej współpracy.

---

**Artur Wabik** – artysta sztuk wizualnych, kurator, publicysta, badacz popkultury. W latach 2003–2012 wydawca komiksu i literatury fantastycznej. Członek Zarządu Krakowskiego Stowarzyszenia Komiksowego, w ramach którego od 2011 r. organizuje Krakowski Festiwal Komiksu, zaś od 2015 r. Salon Komiksu, towarzyszący Targom Książki w Krakowie. W latach 2013–2016 recenzent komiksowy Instytutu Książki w Krakowie. W 2018 r. kurator wystawy „Teraz Komiks!” w Muzeum Narodowym w Krakowie. Od 2016 r. działa na rzecz utworzenia Muzeum Komiksu w Krakowie.

**Mikołaj Kowalewski** – wielokrotnie nienominowany do nagród na które nie zasłużył. Organizator programu na Zjavię 11, jednym z ostatnich konwentów stacjonarnych w lutym 2020, oraz Konlinie, jednym z pierwszych konwentów online w marcu 2020. Członek Stowarzyszenia Miłośników Fantastyki Avangarda.

Swojego czasu księgarz w jednej z Warszawskich Księgarni Kameralnych. Student kierunku którego nazwy nie jest wymienić bez błędu na Uniwersytecie Warszawskim

**Roger Waszkiewicz** – prezes i jeden z założycieli Stowarzyszenia Animatsuri, a prywatnie BHP-owiec i szkoleniowiec. Od 2004 roku czynnie uczestniczy w rozwijaniu fandumu mangi i anime. Organizator takich imprez jak Animatsuri, Hellcon, Ecchicon i wielu innych, w tym ostatnio Wirtualkon. Uczestniczył również przy organizacji komercyjnych wydarzeń, jak np. Verva Street Racing.

**Anna Kłos** – organizatorka Fantasy Online Convention, czyli Foconu, który został stworzony specjalnie „do internetu”, a pierwsza edycja będzie miała miejsce 24-25 kwietnia 2021.. Z fantastyką związana całe życie, z fandomem z przerwami od 2013 roku kiedy ją wciągnęło Seminarium Literackie ŚKFu. Od dzieciństwa organizuje rzeczy: począwszy od zbiórki książek dla domu dziecka, gdy miała kilkanaście lat, przez Otwarte Sesje Zdjęciowe, które były miejscem do tworzenia alternatywnej sztuki, aż do Warszawskich Targów Fantastyki, które powołała do życia i współorganizowała pierwszą edycję. Po kilku latach konwentowego odwyku uznała, że koniec z rozwojem rodziny, bo konwenty trzeba robić! Z wykształcenia jest specjalistką do spraw marketingu i reklamy, z zawodu specjalistką do spraw digitalu, a z zamiłowania i pasji... sprzedawcą.

**Jakub Orłowski** – Brand Manager Festiwalu Fantastyki Pyrkon. Marketer z wykształcenia i z pasji. W wolnych chwilach gracz. Biblioteka gier video liczy ponad 1200 pozycji więc mam co robić. Uwielbiam wytwory popkultury, brakuje mi teledysków z lat ,90 i ,00. Kiedyś będę tak bogaty, że będę miał smart mieszkanie. Mam słabość do undergroundowej kultury rave.

**Michał Szymański** – Jeden z tych dziwnych ludzi, którzy nie za bardzo potrafią się i nic nie robić. W związku z powyższym był już redaktorem w „Smokopolitanie”, pracował m.in. przy KONgresie, Filozoficonie, Plansówkach, Lajconiku, Polconie. Lubi długie spacery z psem i dziwne książki. W niejasnych okolicznościach został wybrany na prezesa ZSFP, chociaż nikt za bardzo nie wie co to za jeden.

## **STAROŚĆ LAJCONIKA, CZYLI JAK W OBLICZU KATAKLIZMU PRZENIEŚLIŚMY KONWENT DO SIECI**

**Michał Szymański**

Rok 2020 dla całej branży konwentowej okazał się gigantycznym egzaminem z zarządzania kryzysowego i radzenia sobie w nietypowych warunkach. Część imprez zdecydowała się całkowicie odwołać edycje wypadające na okres pandemii, część spróbowała szczęścia w sieci, nieliczne (głównie larpowe) odbyły się w dostosowanym reżimie sanitarnym. Lajconik znalazł się w tej drugiej grupie, co ostatecznie chyba wyszło imprezie na dobre. Niniejszy tekst jest krótką analizą procesu wirtualizacji imprezy dla graczy niekomputerowych wraz z wyszczególnieniem głównych wyzwania, argumentów branych pod uwagę w procesie decyzyjnym oraz szeroko pojętego „outputu” z tego szczególnego ćwiczenia pracy w trudnych warunkach.

Lajconik – Krakowskie Dni z Grami Fabularnymi to coroczny konwent skupiony wokół papierowych gier RPG. Trzonem imprezy i definiującym elementem jej programu są sesje RPG odbywające się w czterech turach w wybrany wiosenny weekend. Stałym punktem jest games room z wypożyczalnią i turniejami gier planszowych, a od kilku lat impreza oferuje także blok dziecięcy z sesjami i konkursami dla młodszych uczestników. W ciągu 10 lat istnienia Lajconika kolejni organizatorzy eksperymentowali z prelekcjami, grą terenową, warsztatami czy turniejami dla mistrzów gry; zainteresowanie uczestników niezmiennie jednak koncentrowało się na sesjach oraz games roomie. Istotnym elementem konwentu jest również integracja w jednym z „fandomowych” pubów, obowiązkowo połączona z karaoke.

Zeszłoroczny Lajconik planowo miał odbyć się w tej samej lokalizacji i formule co wszystkie poprzednie. Kiedy koronawirus zaczynał stawać się problemem w Europie, mieliśmy już podpisane umowy na użyczenie lokali, dogadane patronaty i część sponsorów, projekt nowego systemu rejestracji uczestników oraz zaplanowaną i systematycznie wdrażaną kampanię promocyjną. Jeszcze na początku marca, kiedy po sieci zaczęły krążyć plotki o odwoływaniu kolejnych imprez, pracowaliśmy w trybie „business as usual”. Zdawaliśmy już sobie sprawę, że jeśli sytuacja się pogorszy lub odgórne zarządzenia zabronią nam organizacji imprezy, będziemy musieli ją odwołać lub radykalnie zmienić formę, nie było to jednak jeszcze oficjalnym planem.

Tu istotna uwaga: od momentu pojawienia się pierwszych przypadków COVID-19 w Polsce byliśmy w kontakcie z dyrektorami instytucji uczących nas przestrzeni i konsultowaliśmy z nimi plany oraz oficjalne stanowiska. Mniej więcej do połowy marca byliśmy jednomyślni – nie należy poddawać się ewentualnej panice, jeśli jednak okaże się, że zagrożenie jest realne, nie będziemy narażać zdrowia uczestników.

Momentem decydującym okazało się zamknięcie szkół 12 marca. Tego samego dnia, po konsultacji z naszymi gospodarzami, podjęliśmy decyzję o przerwaniu prac nad edycją 2020 w dotychczasowej formie. Na spotkaniu sztabu kryzysowego następnego dnia zapadła decyzja o organizacji wersji online przy pomocy platformy Discord.

### **Trudny test organizacji, czyli wyzwania**

Dwa największe problemy, jakie udało nam się zdiagnozować już w momencie rozpoczęcia prac nad edycją online, to kolejno:

1. Brak doświadczenia organizatorów w prowadzeniu wirtualnych wydarzeń tego typu.
2. Niewielka ilość czasu na zmianę formuły konwentu.

Świadomość tych dwóch deficytów w początkowym okresie wpłynęła na sposób komunikacji z partnerami i uczestnikami. Staraliśmy się uczciwie informować, że możemy nie być w stanie przeprowadzić przez internet „pełnowartościowego” Lajconika. W efekcie tuż po ogłoszeniu zmiany formuły jeden z naszych głównych sponsorów zaoferował nam pomoc w postaci kontaktu do związanego z jednym z ich projektów serwera na Discordzie „Oni, On i Gry” (w skrócie Onion), na którym już od jakiegoś czasu regularnie odbywały się sesje RPG online oraz funkcjonowała dobrze zorganizowana społeczność fanów gier fabularnych i fantastyki. Administrator Oniona zaproponował stworzenie wirtualnej „szkoły konwentowej” w ramach ich serwera, złożonej z kilkunastu kanałów mających z grubsza symulować funkcjonowanie naszej normalnej lokalizacji. Moderatorzy serwera zgodzili się przejąć znaczną część obowiązków konwentowych helperów, w pakiecie otrzymaliśmy również szkolenie dla organizatorów i obsługi z zarządzania serwerem Discorda, wystarczające do ogarniania podstawowych czynności w trakcie konwentu, oraz cały dzień warsztatów online prowadzonych przez mistrzów gry z Oniona dla uczestników niemających doświadczenia w graniu przez sieć. Tym samym serwer „Oni, On i Gry” stał się de facto współorganizatorem Lajconika 2020.

Decyzja o organizacji konwentu na „cudzym” serwerze okazała się z różnych powodów kontrowersyjna wśród członków stowarzyszenia. Przy całej świadomości wad tego rozwiązania (brak pełnej kontroli nad przebiegiem wydarzenia, obecność na serwerze ludzi niebędących uczestnikami konwentu, utrata okazji do wypromowania serwera stowarzyszenia) uważam, że była to właściwa droga, głównie dlatego, że pozwoliła nam zredukować pierwszy punkt na liście wyzwań do absolutnego minimum, przy okazji owocując nabyciem solidnych, praktycznych umiejętności przez cały sztab organizacyjny Lajconika. Biorąc dodatkowo pod uwagę kolejne wyzwania, które ujawniły się z pełną mocą dopiero po pewnym czasie, uważam, że bez pomocy Oniona ten konwent po prostu by się nie odbył i nie byłibyśmy w żaden sposób przygotowani do edycji 2021, która również odbędzie się na Discordzie.

### 3. Kondycja psychiczna organizatorów.

Ten aspekt nie jest zbyt szeroko dyskutowany w kontekście pandemii, dość szybko jednak zaczął nam się dawać we znaki. Nie wchodząc zbyt głęboko w szczegóły, nagła zmiana trybu życia, utrata zatrudnienia oraz niepewność związana z sytuacją epidemiologiczną to czynniki, które wpłynęły na dobrostan znacznej części społeczeństwa, w tym również nasz. Część organizatorów okresowo w ogóle nie była w stanie wykonywać swoich obowiązków, część musiała przejąć zupełnie nowe dla nich tematy, wszyscy natomiast musieliśmy przywyknąć do pracy w nowych i niezbyt przychylnych warunkach. Ostatecznie udało nam się zrealizować większość zaplanowanych atrakcji i dostarczyć imprezę w założonym kształcie. Subiektywnie patrząc, było to jednak dla części osób dużo mniej satysfakcjonujące doświadczenie niż organizacja poprzednich edycji.

### 4. Nie wszyscy lubią grać przez internet.

To oczywiście truizm, w dodatku coraz mniej aktualny, bo ostatnie miesiące wymusiły przesiadkę na zdalne narzędzia na wielu osobach, które wcześniej w ogóle nie planowały z nich korzystać. Jednak pozostaje faktem, że docierały do nas głosy uczestników zniechęconych nowym formatem imprezy, w tym mistrzów gry, którzy wprost deklarowali, że nie czują się na siłach, by prowadzić sesję na Discordzie czy roll20. Finalnie, mimo identycznych nakładów na promocję i praktycznej likwidacji fizycznej bariery, jaką dla wielu uczestników byłaby konieczność dojazdu do Krakowa, Lajconik 2020 zamknął się podobną liczbą sesji jak edycja 2019 i wzrostem liczby uczestników o zaledwie 5,5%, łagodząc tym samym trend wzrostowy z poprzednich edycji.

Jednocześnie zaskakująco (?) wielu uczestników zgłaszało trudności z odnalezieniem się na serwerze, obsługą botów itp. Części z tych problemów dałoby się

zapewne uniknąć, organizując konwent na dedykowanym serwerze, co uczyniłoby strukturę kanałów bardziej przejrzystą i pomogło graczom w odnalezieniu poszukiwanych przez nich informacji – tę hipotezę przetestujemy na tegorocznym Lajconiku, który odbędzie się dokładnie w takiej formule. Z drugiej strony treść przynajmniej niektórych pytań sugeruje, że stał za nimi zwyczajny brak doświadczenia z graniem w RPG przez sieć. Znaczący wzrost ogłoszeń o poszukiwaniu graczy do zdalnych sesji sugeruje, że tegoroczna edycja może pod tym względem być dużo łatwiejsza.

#### 5. Nie we wszystko da się grać przez internet.

Przeniesienie do sieci tradycyjnego dla Lajconika games roomu okazało się w praktyce niewykonalne przy założonym budżecie imprezy. Platformy do grania w planszówki online, takie jak Tabletop Simulator czy Tabletopia, nie do końca pozwalają oddać klimat pomieszczenia, w którym na kilku dużych stołach ludzie po prostu grają w gry. Dodatkowo dostęp do najpopularniejszych tytułów dla większej liczby graczy wiązałby się z koniecznością zakupienia dla każdego uczestnika osobnej licencji na każdy tytuł, co logistycznie i finansowo było zbyt trudne do przeprowadzenia dla imprezy tych rozmiarów. Jedyne planszówkowe akcenty, jakie udało się wpleść w program konwentu, to turnieje Neuroshimy Hex i Keyforge, zorganizowane w dużej mierze przez wydawców, w praktyce dzielące z konwentem wyłącznie czas trwania. W tym roku prawdopodobnie będzie to wyglądać dokładnie tak samo. Na podstawie doświadczeń z Lajconika zdecydowaliśmy również o zawieszeniu konwentu PlanSówki, poświęconego w całości grom planszowym, przynajmniej do końca pandemii.

Tradycyjne dla Lajconika karaoke również okazało się niemożliwe do zrealizowania w sieci – latencja przesyłu danych w praktyce uniemożliwia śpiewanie do mikrofonu przy urządzeniu A do muzyki odtwarzanej na urządzeniu B, tak by na urządzeniu C śpiew i podkład były odbierane w tym samym czasie. Karaoke zatem odbyło się, ale jego uczestników można było policzyć na palcach. Nie każdemu wystarczy determinacji, by dla towarzystwa przez x godzin słuchać śpiewu niezgrzywającego się z muzyką.

#### 6. Konfekcja i rekwizyty.

Na przełomie marca i kwietnia 2020 nie istniały jeszcze tak naprawdę dobrze przetestowane i rozpowszechnione sposoby wirtualizacji „konwentowych pamiątek” takich jak identyfikatory, koszulki czy materiały drukowane. O ile w tym momencie udało się już wypracować pewien uzus w tym zakresie, na początku pandemii była to raczej kwestia improwizacji.

Z koszulek zrezygnowaliśmy na samym początku. Śladowe zainteresowanie nimi na poprzednich edycjach (ok. 30 sztuk sprzedawanych i rozdawanych) w połączeniu z kosztami wysyłki nie dawało w tamtym momencie dobrych perspektyw na powodzenie tego przedsięwzięcia. Ze składu informatora w formacie PDF zrezygnowaliśmy głównie z przyczyn kadrowych, wszystkie informacje dla uczestników pojawiły się na stronie konwentu w formie tabel z linkami do opisów. Nowością na Lajconiku 2020 było umieszczenie w programie bloku RPG ikon sugerujących potencjalnie ryzykowne treści, takie jak przemoc seksualna czy rasizm. Informacje o triggerach były podawane przez mistrzów gry w ramach zgłoszenia punktu programu i wbrew naszym początkowym obawom przebiegło to naprawdę sprawnie – na 44 zgłoszone sesje tylko jeden mistrz gry nie wypełnił tego punktu anxiety, jednak po kontakcie mailowym przyznał, że sesja może faktycznie zawierać przemoc.

Uczestnicy otrzymali natomiast identyfikatory w formacie PNG, przygotowywane na podstawie ich discord tagów oraz zdjęć profilowych. Identy były wysyłane rutynowo do całej obsługi, gości i twórców programu oraz na życzenie do uczestników. O możliwości zamówienia identyfikatora wszyscy byli informowani w powitalnym mailu, istniała również możliwość personalizacji – obsługa na życzenie mogła wykorzystać przesłaną przez uczestnika grafikę lub pseudonim. Po czasie dotarła do nas informacja, że duża część uczestników nie zwróciła uwagi na informację o identyfikatorach w mailu. W tym roku proces ten przebiegnie podobnie, jednak zostanie on zautomatyzowany za pośrednictwem botów Discorda, więc tym razem identyfikator otrzymają już wszyscy.

## 7. Wystawcy i absolutny brak sprzedaży.

To chyba największy niewypał i najgorsza wpadka, jaką zaliczyliśmy podczas edycji 2020. Zgłoszeń od potencjalnych wystawców otrzymaliśmy w ubiegłym roku kilkakrotnie więcej niż w latach ubiegłych. Udało nam się zidentyfikować dwie potencjalne przyczyny takiej sytuacji. Po pierwsze, w momencie ogłoszenia zakazu organizacji imprez masowych na konwentowych wystawców padł błąd strach, zaczęli więc masowo zgłaszać się na imprezy online w nadziei na uzyskanie przynajmniej części zysków, które generowały dla nich tradycyjne imprezy. Po drugie, Kwarantankon, który na pomocy wystawcom zbudował znaczną część swojej tożsamości i PR, okazał się wydarzeniem stosunkowo udanym dla większości współpracujących z nim podmiotów. Na podstawie rozmów z wystawcami Lajconika można założyć, że podobne nadzieje wiązali oni z naszym konwentem. Niestety były to nadzieje płonne.

Organizacyjnie staraliśmy się skupić na zapewnieniu dwóch tradycyjnych konwentowych „funkcjonalności” dla stoisk: kontaktu na żywo z potencjalnymi klientami oraz możliwości prezentacji oferowanych towarów. Każdy wystawca otrzymał więc własny kanał pisemny, własny kanał głosowy i własną galerię na Google Drive, łącznie składające się na wirtualne stoisko. Wszystkie stoiska były darmowe – wyszliśmy z założenia, że forma jest zbyt eksperymentalna i ma zbyt duże szanse niepowodzenia (spadek konsumpcji był już w tamtym momencie dość dobrze widoczny, zwłaszcza w sektorze dóbr luksusowych), by brać pieniądze z góry od ludzi, którym i tak już nie wiedzie się najlepiej. Ostatecznie okazało się to być decyzją moralnie właściwą – na przestrzeni całego dwudniowego konwentu wszystkim wystawcom udało się sprzedać dosłownie kilka sztuk swoich wyrobów. Dla zdecydowanej większości ten weekend był po prostu zmarnowanym czasem.

#### 8. Integracja – czy to na pewno jeszcze konwent?

Konieczność zapewnienia uczestnikom miejsca do swobodnych konwentowych rozmów i integracji była dla nas jasna od samego początku – w tym celu na serwerze postawiono kilka czatów głosowych do dyskusji ogólnych oraz pisemne czaty tematyczne dotyczące różnych dziedzin fantastyki. W żadnym momencie imprezy nie było tam jednak więcej niż pięć osób naraz.

Z rozmów z uczestnikami oraz debriefingu obsługi wyłania się obraz imprezy, na której element integracyjny właściwie nie istniał. Konwent został generalnie potraktowany bardzo wąsko jako okazja do pogrania przez sieć i posłuchania prelekcji. Chęć kontaktu przejawiali niemal wyłącznie „starzy fandomowi wyjadacze”, mnie samemu, mimo częstego zaglądania do palarni i obecności na afterparty, udało się zamienić słowo może z dwiema nowymi osobami – wszyscy inni, których spotykałem w wirtualnej przestrzeni konwentu, byli aktywnymi członkami fandomu od wielu lat.

Jednym z możliwych wyjaśnień tego zjawiska jest narastanie w wirtualnym środowisku tendencji, która widoczna była już w ostatnich latach na konwentach odbywających się na żywo – coraz mniej „nowych uczestników” postrzega konwent jako przestrzeń spotkania, coraz więcej – jako bezosobowe wydarzenie kulturalne, definiowane identycznie jak komercyjne festiwale, poświęcone akurat fantastyce czy grom, na które przychodzi się pokorzystać z programu, a nie zawrzeć nowe znajomości czy zaangażować się w zorganizowaną działalność. To jednak temat na zupełnie inny artykuł. Dość powiedzieć, że dziś jest to jeden z istotniejszych problemów i tegoroczny Lajconik po raz pierwszy w historii ma własnego koordynatora ds. integracji, który będzie próbował walczyć z tematem przy pomocy

środków podpatrzonych na zagranicznych imprezach. Być może za jakiś czas będziemy raportować o tym, czy przedsięwzięcie zakończyło się sukcesem.

### **Dodatnie modyfikatory sytuacyjne, czyli w czym pomaga wirtualny format**

Przygotowanie edycji online konwentu z ustaloną od dziesięciu lat formułą i specyficznymi wymaganiami uczestników nie jest wcale proste i wymaga wzięcia pod uwagę kilku istotnych szczegółów, z których nie zawsze zdawaliśmy sobie sprawę, podejmując się tego zadania. W tym miejscu należy jednak zaznaczyć, że największą pułapką, w jaką wpadliśmy w zeszłym roku, było zbyt mocne trzymanie się mindsetu wypracowanego w latach poprzednich. W pewnym sensie wszyscy tak bardzo skupiliśmy się na tym, by uczynić Lajconika online jak najwierniejszą kopią Lajconików na żywo, że udało nam się skutecznie przeoczyć pewne benefity płynące z przeniesienia się do sieci lub wykorzystać ich potencjał z opóźnieniem czy przesadną ostrożnością. Przykłady:

#### 1. Prelekcje powróciły w chwale.

Lajconik 2019 nie posiadał programu prelekcyjnego. Było to podyktowane głównie doświadczeniami z edycji poprzednich – na edycję 2018 udało nam się przygotować stosunkowo mocny i atrakcyjny program prelekcyjny, zaprosić fizyków raketowych z AGH, twórców gier i znane fandomowe osobistości, przeznaczyć sporą część wysiłków promocyjnych na rozreklamowanie ich obecności, a mimo to sala prelekcyjna przez cały konwent straszyla pustymi krzesłami. Podobnie było w ubiegłych latach, ostatecznie doszliśmy więc do wniosku, że uczestnicy Lajconika przychodzą na konwent w bardzo konkretnym celu: chcą grać w gry. Na tym się w 2019 skupiliśmy i sądząc po opiniach z pokonwentowej ankiety, była to dobra decyzja.

W roku 2020 obudziliśmy się jednak w zupełnie nowej rzeczywistości i zaczęliśmy dostawać od partnerów i sponsorów pytania, czy planujemy odpalić program prelekcyjny, choćby tylko na próbę. Zachęceni tym faktem zdecydowaliśmy się otworzyć zgłoszenia dla prelegentów i otrzymaliśmy wystarczająco dużo propozycji, by zbudować z nich dwie nitki programowe. Większość prelekcji odbywała się bezpośrednio na Discordzie, część poza nim, np. na platformie Google Meet, z której streamowaliśmy ją bezpośrednio do discordowych sal prelekcyjnych, na wypadek gdyby części uczestników wygodniej było zostać na głównym serwerze konwentu. Program oscylował przede wszystkim wokół gier RPG, posiadał również punkty skupione na fandomie i figurkowych grach bitewnych. W ogólnym rozrachunku okazał się sukcesem: frekwencja na prelekcjach rzadko schodziła poniżej kilkunastu osób (w poprzednich latach rzadko przekraczała siedem), odnotowaliśmy

też sporą liczbę uczestników, którzy nie wzięli udziału w żadnej sesji – po prostu przyszedli posłuchać.

Czynnikiem decydującym była tu prawdopodobnie dostępność imprezy – po raz pierwszy nie trzeba było jechać specjalnie do centrum Krakowa, by wziąć udział w Lajconiku. Z tego powodu nasza baza uczestników przestała się składać wyłącznie z ludzi nastawionych na granie i tylko granie, wzbogaciła się za to o tych, którzy wpadli posłuchać ciekawych wykładów i dyskusji, bo akurat mieli wolny weekend.

Alternatywne wytłumaczenie może być takie, że ci ludzie i tak by na Lajconika dotarli, ale jeśli zabrakło dla nich miejsc na sesjach, to z braku games roomu odpłynęli w stronę sal prelekcyjnych. Może to być istotna informacja dla przyszłych edycji Lajconika na żywo – dalszy przyrost liczby uczestników może skutkować zwiększeniem popytu na prelekcje. Albo koniecznością podjęcia decyzji: większy games room czy sale na tradycyjny program „gadany”?

## 2. Wydarzenia online są tańsze.

W naszym przypadku przejście do sieci zaowocowało obciążeniem budżetu o 80%. Jedyne wydatki, jakie ponieśliśmy przy organizacji tej imprezy, dotyczyły promocji oraz „interwencyjnego skupu” towaru na nagrody od wystawców. Z drugiej strony impreza była darmowa dla uczestników, więc po raz pierwszy od bardzo dawna Lajconik zamknął się z niewielką stratą, nie zmienia to jednak faktu, że koszty jej organizacji były niemal zerowe. Uruchomienie dobrowolnej zbiórki prawdopodobnie wyrównałoby je z nawiązką, uznaliśmy jednak, że stowarzyszenie może sobie pozwolić na taki wydatek. Koszty, których nie ponieśliśmy, to przede wszystkim zakup materiałów papierniczych, wydruk identyfikatorów i informatorów, zakupy kuchenne, woda dla prelegentów, środki czystości. Koszty, przed którymi ochroniła nas skorzystanie z pomocy Oniona, to konieczność wykupienia pakietu Nitro poprawiającego przepustowość serwera na Discordzie.

## 3. Dłuższe „godziny otwarcia” konwentu.

Od bardzo wielu lat Lajconik zmagał się z niemożnością organizacji programu nocnego. Udało się to tylko raz w ciągu dziewięciu lat istnienia imprezy, okazało się jednak zbyt kłopotliwe ze względu na warunki lokalowe. Konwent od bardzo dawna nie dysponował też sleep roomem ani bazą noclegową (niewykonalne budżetowo przy imprezie tej wielkości), co dodatkowo zniechęcałoby uczestników do udziału w punktach programu kończących się grubo po północy. Edycja online w zasadzie unieważniła wszystkie te bolączki, dość szybko zapadła więc decyzja, by dorzucić

w sobotę dodatkową turę sesji RPG w godzinach od 22:00 do ostatniego gracza oraz przedłużyć program prelekcyjny do 0:30. Frekwencja dopisała, nie było też problemu z obstawieniem tej tury przez mistrzów gry. Do moderacji zgłosiła się dwójka koordynatorów. Tura nocna z całą pewnością odbędzie się również w tym roku.

#### 4. Dostępność dla uczestników spoza Polski.

Mieliśmy na imprezie uczestników z USA i Wielkiej Brytanii, którzy nie wzięliby udziału w konwencie, gdyby odbywał się on w tradycyjnej formie. Idąc tym tropem, na edycję 2021 udało nam się zaprosić pierwszych w historii Lajconika gości zagranicznych – przedsięwzięcie, które byłoby absolutnie niewykonalne dla tak małej imprezy, gdyby trzeba było opłacić ich dojazd i zakwaterowanie.

Druga strona tego medalu jest oczywiście taka, że osoby doświadczające różnych rodzajów wykluczenia technologicznego straciły możliwość udziału w Lajconiku. Jest to niestety zjawisko, któremu nie da się zbyt skutecznie przeciwdziałać z pomocy organizatora imprezy.

#### 5. Łatwiejsza obsługa zapisów na sesje.

Od kilku edycji na Lajconiku funkcjonował mieszany system zapisów na sesje RPG – 90% miejsc dla mistrzów gry i 50% miejsc dla graczy było dostępne w systemie online otwieranym miesiąc przed konwentem, reszta – na miejscu, dla tych, którzy na udział zdecydowali się w ostatniej chwili lub z jakiegoś innego powodu nie mogli skorzystać z zapisów online. Podejście to było mniej więcej na równi chwalone i krytykowane przez uczestników. Główny problem polegał na tym, że w momencie otwarcia zapisów na miejscu zazwyczaj panował w tej okolicy zupełny chaos, nad którym absolutnie nikt nie był w stanie zapanować (mimo najszczerzych chęci organizatorów). Dodatkowo wraz z przyrostem liczby uczestników pojawił się typowy dla ekonomii niedoboru problem kolejek – kto nie pojawił się pod drzwiami domu kultury jeszcze przed otwarciem zapisu, ten praktycznie nie miał szans zapisać się na poranne sesje.

Usprawnienie tego elementu imprezy miało być jednym z głównych wyzwań dla organizacji w tym roku, ostatecznie jednak problem rozwiązał się sam – na edycji online całość zapisów musiała przejść przez system online. Wprowadzenie takiego jednolitego rozwiązania mocno uprościło pracę organizatorów, pozwoliło też uczestnikom z góry zaplanować swój udział w konwencie, a fakt, że całość i tak odbywała się bez wychodzenia z domu, automatycznie zredukował do zera liczbę uczestników, którzy zmarnowali czas na podróż, by nie wziąć udziału w punktach programu, na których im zależało.

## **Punkty doświadczenia, czyli wnioski i wiedza nabyta**

Jeszcze w trakcie trwania konwentu dla wszystkich stało się jasne, co tak naprawdę od początku robiliśmy źle. Otóż planując edycję online Lajconika, bardzo mocno skupiliśmy się na tym, by przenieść do sieci doświadczenie bycia na realnym konwencie (kanał Palarnia, afterparty z karaoke, nacisk na ciągłą obecność uczestników na Discordzie). Było to niestety przedsięwzięcie z góry skazane na niepowodzenie, ponieważ medium elektroniczne nigdy nie będzie w stanie oddać kompletu wrażeń z przebywania w tym samym budynku z dwiema setkami ludzi o podobnych zainteresowaniach. Już na etapie rejestracji uczestników zaczęły zresztą wychodzić na jaw pewne mankamenty tego podejścia, słusznie wytykane przez uczestników – sztuczność pewnych wiążących się z nim ograniczeń, nieintuicyjność części rozwiązań dla uczestników niemających wcześniejszego doświadczenia z Lajconikiem, niewykorzystany potencjał dostępnych narzędzi. Naturalnie powodowało to pewną dodatkową frustrację u i tak już sfrustrowanych organizatorów, jednocześnie jednak staraliśmy się na bieżąco wyciągać wnioski i poprawiać tyle, ile mogliśmy, a resztę, tradycyjnie dla Lajconika, notować w stosownym dokumencie dla organizatorów przyszłych edycji. Oto kilka najważniejszych lekcji, które odebraliśmy podczas zeszłorocznego eksperymentu:

1. „Bus factor” musi być brany pod uwagę podczas kompletowania sztabu.

Lajconik od zawsze był i nadal jest imprezą małą, w związku z czym nigdy nie potrzebował bardzo dużej liczby organizatorów. Zeszłoroczną edycję przygotowywało łącznie 9 osób i w momencie startu wydawało nam się, że będzie to liczba wystarczająca. Nasze przewidywania okazały się skrajnie błędne, kiedy uderzył w nas kryzys, część sztabu czasowo wypadła z obiegu i musieliśmy w okrojonym składzie stanąć przed wyzwaniem, z którym żadne z nas się wcześniej nie mierzyło. (To zresztą nie tylko nasz problem, prasa biznesowa rozpisywała się o nim, kiedy tylko zauważono pierwsze skutki pandemii dla łańcuchów dostaw i ciągłości usług. Imperatyw optymalizacji zatrudnienia okazał się być ciężarem nie do uniesienia dla wielu firm i organizacji, w których COVID-19 z dnia na dzień wywołał braki kadrowe, a wyłączonej z pracy ludzi nie było kim zastąpić).

W tym roku staramy się możliwie mocno minimalizować to ryzyko – wszyscy koordynatorzy zostali wprost zachęcani do zaproszenia do organizacji tylu dodatkowych osób, ile uznają za stosowne, by poradzić sobie ze swoim zakresem obowiązków. Dodatkowo każdy koordynator otrzymał awaryjnego zastępcę, który powinien być na bieżąco informowany o postępach, tak by w razie kryzysu mógł przejąć opiekę nad działem. Ma to dodatkowo przeciwdziałać sytuacji, w której jedyną osobą będącą w stanie pokryć braki kadrowe jest koordynator główny we własnej osobie.

## 2. Wirtualny orgroom sprawdza się dużo lepiej niż rzeczywisty.

Przez cały czas trwania konwentu wszyscy obecni na nim w danym momencie organizatorzy byli stale podpięci do kanału głosowego Orgówka, o ile nie brali właśnie udziału w punkcie programu. Niewiarygodnie usprawniło to przepływ informacji oraz koordynację całości, pozwalając nam reagować w ciągu sekund na każdy zauważony bądź zgłoszony problem na konwencie oraz dużo szybciej odpowiadać na pytania zadawane obsłudze przez uczestników.

Podczas debriefingu po imprezie pojawił się postulat stworzenia analogicznego kanału do stałej, nieprzerwanej komunikacji głosowej na kolejnej fizycznej edycji konwentu. W tym momencie jest o wiele za wcześnie, by mówić o technikaliach czy choćby oszacować budżet potrzebny do realizacji tego pomysłu (wygodne zestawy słuchawkowe dla każdego organizatora, stabilne połączenie z internetem na całym terenie konwentu, powerbanki do intensywnie eksploatowanych telefonów), wygląda on jednak dość obiecująco.

## 3. Konwent musi mieć własne miejsce w sieci, którego nie współdzieli z innymi bytami.

Zdecydowana większość problemów, z którymi zgłaszali się do nas uczestnicy w trakcie trwania konwentu, wynikała z faktu, że odbywał się on na istniejącym wcześniej serwerze, mającym własną bazę użytkowników i dużą liczbę aktywnie działających kanałów. Administratorzy tego serwera zrobili naprawdę wszystko, co w ich mocy, by uczynić udział konwencie przyjemnym, bezproblemowym doświadczeniem, jednak pewnych trudności nie dało się uniknąć.

Przystępując do organizacji tegorocznego Lajconika, przez pewien czas rozważaliśmy zorganizowanie go na istniejącym serwerze Krakowskiej Sieci Fantastyki, nie udało nam się jednak ustalić, w jaki sposób mielibyśmy uniknąć powtórki z zeszłorocznych problemów. Ostatecznie uznaliśmy, że dużo lepszym wyjściem będzie stworzenie osobnego serwera, mimo utraty możliwości ściągnięcia nowych użytkowników na nasz główny.

## 4. Należy korzystać z dostępnych narzędzi w sposób pełny, bez narzucania sobie sztucznych ograniczeń.

W związku z powyższym w tym roku będziemy się starali:

- Maksymalnie wykorzystać możliwość automatyzacji obsługi konwentu przy pomocy botów Discorda, by zwolnione w ten sposób roboczogodziny przeznaczyć na przygotowanie dodatkowych atrakcji dla uczestników oraz uczynienie konwentu bardziej przyjaznym miejscem.

- Myśleć o Discordzie mniej jak o szkole konwentowej, a bardziej jak o centralnym budynku na wynajętym kampusie, w którym znajduje się również część sal do grania i integracji, ale przede wszystkim – drogowskazy do innych miejsc, w których również odbywa się w tym momencie nasz konwent (Roll20, StreamYard, Youtube, Twitch, Facebook, Tabletopia).

#### 5. Jest popyt na ciekawe prelekcje o grach RPG oraz granie w sieci.

Nie do końca wiadomo, czy ten popyt się utrzyma po pandemii, nie da się jednak ukryć, że RPG za pośrednictwem komputera ma kilka istotnych zalet: brak bariery fizycznego dystansu, brak konieczności dojazdu (a więc czterogodzinna sesja rzeczywiście trwa cztery godziny, a nie cztery plus dwie na podróż autobusem przez zakorkowane miasto), duża dostępność intuicyjnych narzędzi pozwalających przygotować atrakcyjne handouty, czytelne i estetyczne mapy czy zautomatyzowane karty postaci, wreszcie darmowe wirtualne stoły oskryptowane w wystarczającym stopniu, by maksymalnie uprościć i przyspieszyć mechanikę dowolnej, względnie popularnej gry RPG. Nie da się więc wykluczyć, że po ustaniu pandemii gry fabularne przez sieć zostaną z nami na równych prawach z tymi rozgrywanymi przy prawdziwym stole czy zaczną rozwijać się jako osobny gatunek – np. dzięki wsparciu komputera możliwe jest tworzenie dużo bardziej skomplikowanych mechanicznie systemów zasad bez przeciążania mistrza gry i graczy koniecznością wykonywania skomplikowanych rzutów i obliczeń.

Z kolei prelekcje online okazały się ciekawą propozycją dla stosunkowo dużej liczby odbiorców. Na wirtualnych spotkaniach Krakowskiej Sieci Fantastyki poświęconych RPG, które zaczęliśmy prowadzić tuż po ostatniej edycji Lajconika, frekwencja waha się od kilku do kilkudziesięciu osób, w zależności od tematu i zapewne osoby prelegenta. Na spotkania fizyczne nigdy nie dotarło więcej niż dziesięcioro uczestników. Tu również interesujące jest to, jak zmieni się ten trend po pandemii i czy okaże się zasadne np. urządzenie spotkań na zmianę w siedzibie klubu i w sieci.

Idąc tym tropem, udało nam się w tym roku po raz pierwszy włączyć w Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy, organizując aukcję sesji online, która łącznie zebrała 1150 zł do puli tegorocznego finału. Nigdy wcześniej nie udało nam się znaleźć czasu na organizację podobnego wydarzenia towarzyszącego, można więc chyba śmiało założyć, że organizacyjnie w tym roku konwent radzi sobie lepiej niż w latach poprzednich, co z kolei prowadzić może do wniosku, że nauczanie się skutecznego operowania w wirtualnym środowisku może mieć naprawdę zbawienny wpływ na działanie sztabu konwentowego.

## 6. Mimo wszystko internet nie sprzyja integracji.

Jest to wniosek natury ogólnej. Zarówno Lajconik 2020, jak i przeniesione do sieci spotkania klubu borykały się dotąd z tym samym problemem: element socjalizacyjny jest tu nieporównywalnie słabszy w porównaniu z wydarzeniami i spotkaniami na żywo. Ponieważ nic nie wskazuje na to, by pandemia miała się w najbliższym czasie skończyć, KSF będzie w tym roku starał się przeciwdziałać tej tendencji tak intensywnie, jak to tylko możliwe. Być może za rok o tej porze w kolejnej kongresowej publikacji spróbujemy się przyjrzeć tym wysiłkom i podsumować ich wyniki. Na tym etapie nadal staramy się dokładniej zrozumieć przyczyny takiego stanu rzeczy.

### **Ostatni boss, czyli podsumowanie**

Najważniejszy chyba wniosek z eksperymentu o nazwie Lajconik 2020 jest taki, że warto było zorganizować ten konwent, zmierzyć się z nową dla nas wtedy materią i przekonać się w praktyce, czym różni się fandomowa impreza online od fandomowej imprezy w placówce oświatowej w centrum Krakowa. Sam dobrze się na tym konwencie bawiłem i jestem z niego względnie zadowolony, jednak z przyczyn opisanych powyżej (głównie w punktach o integracji) nie jestem w tym momencie optymistą, jeśli okaże się, że miałyby one być przyszłością funkcjonowania fandomu. Być może wszyscy dopiero się uczymy tej nowej formy, może kolejne imprezy okażą się bliższe naszym własnym oczekiwaniom i lepiej będą spełniać funkcję, którą do tej pory najlepiej spełniały konwenty – nie da się wykluczyć takiego scenariusza. Niestety równie dobrze może się okazać, że pewnych elementów spotkania na żywo po prostu nie da się przenieść do sieci w wystarczającym stopniu. Jeśli dalszy rozwój sytuacji epidemiologicznej na świecie nie pozwoli powrócić do organizacji tradycyjnych konwentów, obawiam się, że fandom może skończyć trochę jak bohaterowie Starości Aksolotla – bardziej efektywni, lepiej przystosowani, ale pozbawieni „tego czegoś”, czego nie udało się przepisać do cyfrowej rzeczywistości.

---

**Michał Szymański** – Jeden z tych dziwnych ludzi, którzy nie za bardzo potrafią się i nic nie robić. W związku z powyższym był już redaktorem w „Smokopolitanie”, pracował m.in. przy KONGresie, Filozoficonie, Plansówkach, Lajconiku, Polconie. Lubi długie spacery z psem i dziwne książki. W niejasnych okolicznościach został wybrany na prezesa ZSFP, chociaż nikt za bardzo nie wie co to za jeden.

## REPLIKI BRONI NA KONWENTACH A BEZPIECZEŃSTWO

Filip Ulanowski

Jedną z najbardziej charakterystycznych atrakcji na konwentach jest cosplay w formie wszelakiej. Nie mam tu na myśli tylko konkursów scenicznych; na każdym wydarzeniu pojawia się masa przebranych osób, które nie rywalizują ze sobą, a po prostu chcą dobrze spędzić czas jako swoja ulubiona postać. Rzeczą nieuniknioną przy odtwarzaniu strojów jest występowanie replik broni. Towarzyszą cosplayerom na zdjęciach czy konkursach oraz podczas swobodnych przechadzek po terenie eventu. Jak się to jednak ma do kwestii bezpieczeństwa? W jaki sposób możemy się upewnić, że replika broni nie spowoduje zagrożenia dla uczestników ani nie przyprawi ochrony lub reszty organizatorów o stan przedzawałowy czy parę nowych siwych włosów?

Wraz ze wzrostem popularności konwentów rodzi się problem kontroli bezpieczeństwa oraz utrzymania porządku w trakcie wydarzenia. Nie tylko cosplayerzy przynoszą ze sobą „broń” – wnoszą ją też wystawcy czy ekipy zajmujące się programem, najczęściej w celach handlowych bądź prezentacyjno-szkoleniowych.

Jak sensownie podejść do zabezpieczenia wszelkich replik czy propów? Czy praktykowane często oznaczanie rekwizytów nadal ma sens? Czy należy bać się replik ASG bądź broni zadekowanej (i czym ona, do licha, jest)? Jak zdefiniowane jest prawo w Polsce pod kątem replik broni? I przede wszystkim – jak znaleźć złoty środek między swobodą a odpowiednim poziomem zabezpieczenia?

### **Definicja prawna, a raczej jej szczątkowość i pokrętność**

Prawo dotyczące broni palnej w naszym kraju jest bardzo mocno obostrzone. Umożliwia dostęp i pozwolenie na broń niewielu obywatelom, np. w celach sportowych, kolekcjonerskich czy dla samoobrony – z tym, że ta ostatnia kategoria nadawana jest stosunkowo rzadko w porównaniu do reszty.

Lecz co jest zapisane w prawie na temat replik broni palnej i białej?

Pojęcie repliki pojawia się tylko w bardzo konkretnych przypadkach. Poza nimi na próżno szukać łatwych odpowiedzi na potencjalne pytania. W Dzienniku Ustaw

– a konkretniej w ustawie na temat broni i amunicji – pojęcie repliki broni działa tylko w przypadku broni białej oraz replik broni rozdzielnego ładowania wytworzonej przed 1885 rokiem.

Na szczęście sprawa jest nieco jaśniejsza w przypadku oręża używanego do walki wręcz. W polskim prawie wspomniana jest tylko następująca podgrupa obiektów:

- 4) *narzędzia i urządzenia, których używanie może zagrażać życiu lub zdrowiu:*
- a) *przedmioty niebezpieczne w postaci:*
- *ostrzy ukrytych w przedmiotach niemających wyglądu broni,*
  - *kastetów i nunczaku,*
  - *patek posiadających zakończenie z ciężkiego i twardego materiału lub zawierających wkładki z takiego materiału,*
  - *patek wykonanych z drewna lub innego ciężkiego i twardego materiału, imitujących kij bejsbolowy,*

(Dz. U. 1999 Nr 53 poz. 549)

Co za tym idzie, i biorąc ten zapis na logikę, zakazane jest posiadanie jedynie wyżej wymienionych przedmiotów. Jednak czy posiadanie noża, maczety, innego ostrza bądź drewnianej lub plastikowej repliki jest dozwolone?

I tak, i nie – zależy to bowiem od profilu i skali wydarzenia oraz zamiaru noszącego przedmiot. W Kodeksie wykroczeń istnieje zapis na temat posiadania narzędzia niebezpiecznego w miejscu publicznym w okolicznościach jednoznacznie wskazujących na czyn przestępczy – i ten przepis reguluje również inne przedmioty, o których przytoczona wyżej ustawa NIE wspomina.

Bardzo podobny zapis działa w przypadku zgromadzeń czy imprez masowych – na wszelkich zgłoszonych wydarzeniach powyżej 500 osób samo posiadanie ostrza, broni białej lub palnej skutkuje potencjalną grzywną, karą ograniczenia wolności bądź aresztem.

Nie odpowiada to jednak na bardzo ważne pytanie – jak wygląda kwestia prawna replik broni białej?

Odpowiedź jest bardzo prosta. Replika broni białej nie może zawierać się w kategorii przedmiotów wymienionych w przytoczonych przepisach oraz nie powinna stanowić zagrożenia dla innych uczestników zgromadzenia czy wydarzenia.

Sprawa staje się jeszcze bardziej zagmatwana z replikami broni palnej. Wynika to z braku takiej definicji w polskim prawie, a co za tym idzie – dowolności interpretacji tego pojęcia. Zauważając ten fakt, musimy zastosować identyczną zasadę co w przypadku replik broni białej; musimy wykluczyć to, co jest ujęte i zakazane w prawie, a następnie wypracować wokół tego bezpieczny złoty środek.

Po raz kolejny odwołajmy się do ustawy oraz punktów potencjalnie nas interesujących:

*Art. 4.*

*1. Ilekroć w ustawie jest mowa o broni, należy przez to rozumieć:*

- 1) broń palną, w tym broń bojową, myśliwską, sportową, gazową, alarmową i sygnałową;*
- 2) broń pneumatyczną;*
- 3) miotacze gazu obezwładniającego.*

*Art. 11.*

*Pozwolenia na broń nie wymaga się w przypadku:*

- 6) posiadania broni palnej pozbawionej cech użytkowych;*
- 8) posiadania ręcznych miotaczy gazu obezwładniającego;*
- 9) posiadania broni pneumatycznej;*
- 11) posiadania broni palnej alarmowej o kalibrze do 6 mm.*

(Dz. U. 1999 Nr 53 poz. 549)

Zatrzymajmy się na chwilę przy każdym z tych zapisów i wyjaśnijmy każdy z nich.

Pojęcie broni bojowej, myśliwskiej, sportowej czy gazowej jest szeroko znane, aczkolwiek warto się przyjrzeć broni sygnałowej i alarmowej. Są to urządzenia o lufie nie krótszej niż 25 mm, przystosowane do wielokrotnego użytku do wystrzeliwania m.in. flar czy rac służących do przekazywania swojej lokacji czy wezwania pomocy.

Sprzeczność pojawia się w sytuacji „broni pneumatycznej”. Czytając dalej ustawę, znajdujemy następujący zapis:

*Art. 8.*

*W rozumieniu ustawy bronią pneumatyczną jest niebezpieczne dla życia lub zdrowia urządzenie, które w wyniku działania sprężonego gazu jest zdolne do*

*wystrzelenia pocisku z lufy lub elementu ją zastępującego i przez to zdolne do rażenia celu na odległość, a energia kinetyczna pocisku opuszczającego lufę lub element ją zastępujący przekracza 17 J.*

(Dz. U. 1999 Nr 53 poz. 549)

Porównując to z wyżej przytoczonymi zapisami prawnymi, zauważamy, że za broń nie uznaje się urządzeń pneumatycznych o energii pocisku poniżej 17 J – daje to pole do popisu między innymi dla replik ASG, które wpisują się jednoznacznie w definicję urządzenia pneumatycznego o mocy poniżej 17 J. Aczkolwiek z replikami ASG pojawia się pewien dylemat, o czym opowiem nieco przy okazji tzw. hukowców, czyli broni palnej alarmowej.

Przez ręczne miotacze gazu obezwładniającego rozumiemy wszelkie puszkę ze środkami drażniącymi czy obezwładniającymi.

Problem pojawia się w przypadku broni alarmowej – coraz częściej jej wygląd przypomina nowoczesną broń bojową, ponadto nie jest ona w żaden widoczny sposób rozpoznawalna w takim stopniu, aby w nagłej sytuacji odróżnić ją od prawdziwego ostrego odpowiednika. Ta sama kwestia pojawia się przy replikach ASG.

Podsumowując kwestie prawne z replikami broni:

- Nie istnieje jednoznaczna definicja repliki broni białej bądź palnej!
- Dla broni białej zakazane są wszelkie formy oręża ukrytego, kastety, nunczaku, pałki z ciężkimi wkładami oraz przedmioty przypominające kije bejsbolowe.
- W przypadku broni palnej dozwolone są TYLKO modele pozbawione kluczowych cech (wystrzału i/lub załadowania – jest to w pełni uregulowane i wymagane jest zaświadczenie z policji na temat zadekowania ewentualnej broni dekoracyjnej), urządzenia pneumatyczne o mocy poniżej 17 J, ręczne miotacze gazu obezwładniającego oraz broń alarmowa.

## **Zderzenie z rzeczywistością, czyli jak uczestnicy podchodzą do zasad**

Będąc uczestnikiem, wolontariuszem bądź organizatorem, skorzystałem z okazji i przez jakiś czas obserwowałem, co się dzieje na konwentach. Na podstawie swoich spostrzeżeń dzielę środowisko na trzy grupy.

Pierwsza to „świeżaki”, które nie mają dużego doświadczenia z tematyką cosplayu. Zdarzają im się więc wpadki z replikami czy występami – przez przypadek kogoś trafią albo przyłożą komuś krzesłem. Głównym problemem z osobami z tej grupy jest to, że najczęściej po prostu nie wiedzą, jak się z daną rzeczą obchodzić – w większości przypadków potrzebują rady i nakierowania, również w przypadku bezpośredniego obchodzenia się z replikami broni. Ot, zdarzy im się trzymać palec na spuście czy przez przypadek machać lufą „broni”. Owszem, należy w takich sytuacjach reagować zdecydowanie i natychmiast, ale często upomnienie działa za pierwszym razem i osoba stara się nie powtórzyć swojej wtopy.

Druga kategoria to cosplayerzy decydujący się tworzyć repliki wszelakiej broni samodzielnie, od razu czyniąc je w pełni niezdolnymi do wyrządzenia jakichkolwiek szkód bądź zachowując ostrożność i stosując się w pełni do norm. Najczęściej spotyka się takich przed konwentem czy wydarzeniem, jak rozmawiają z ochroną i zgłaszają, że wnoszą na teren taką replikę albo oddają ją na większość czasu do magazynu lub depozytu, używając jej tylko podczas sesji zdjęciowej i występu. Tacy uczestnicy są dla innych wzorem do naśladowania. Często pomagają tworzyć reguły dotyczące replik broni i wnoszenia ich na eventy.

Trzecia kategoria – sprawiająca najwięcej problemów – to osoby, które ignorują zasady bezpieczeństwa, nie chcą się ich uczyć albo traktują zasady bezpieczeństwa jako coś, co należy złamać (sic!). Dla nich reguły pokroju zakazu celowania do innych uczestników, zablokowanie opcji wystrzału w replice broni palnej czy po prostu uważność przy pozowaniu z bronią białą to powody do narzekania i przeklinania „tych złych organizatorów, którzy nie wiedzą, co to zabawa”. Zwracanie im uwagi z reguły nie przynosi efektów, ponieważ posłuchają pokornie pouczenia, a po chwili wrócą do tego, co robili. Najczęściej kończy się to albo konfiskatą repliki do czasu zakończenia wydarzenia, albo usunięciem z terenu festiwalu po wielokrotnych skargach ze strony uczestników.

### **Praktyka zabezpieczenia, czyli jak podejść do tematu replik?**

Konwenty i podobne wydarzenia i imprezy masowe mają kilka utartych schematów regulowania replik i innych „przedmiotów niebezpiecznych” w swoich regulaminach. Dzielą się na trzy poziomy:

- poziom podstawowy – opcja dająca najwięcej „luzu” uczestnikom. W przypadku broni białej jest to zakaz wnoszenia ostrzy wykonanych z jakichkolwiek metali (warunkowo dopuszczane są stępione miecze przechowywane w pochwach, wyjmowane jedynie do pozowania). Dopuszczane są drewniane propy oraz repliki broni palnej pod warunkiem ich niezdolności do wystrzału.

- poziom zaostrzony – zakaz większości replik drewnianych i całości metalowych, zezwolenie na repliki ASG pod warunkiem niezdolności do wystrzału oraz oznaczenia w widoczny sposób i/albo zakaz wpinania magazynków.
- poziom najwyższych obostrzeń – dozwolone tylko repliki, które nie są wykonane z żadnego twardego materiału (np. drewno, metal) i są w pełni bezpieczne oraz deponowane w magazynie na czas poza konkursem cosplay.

Warto też omówić rodzaje replik ASG oraz sposoby na sprawdzenie ich niezdolności do strzału:

- repliki sprężynowe wykorzystują siłę sprężyny do miotania pocisku. Metoda sprawdzenia: puste magazynki. Ewentualną opcją jest usunięcie sprężyny i zachowanie lufy, lecz trudno to zastosować przy zachowaniu wyglądu repliki.
- repliki gazowe wykorzystują naboje CO2/kartridże na GG/butle z gazem pod ciśnieniem, aby miotać pociski. Metoda sprawdzenia: puste magazynki, brak naboju CO2/opróżniony kartridż na gaz/odpięta butla, bezpieczniki na SAFE.
- repliki elektryczne wykorzystują silnik elektryczny i akumulator do miotania pocisków. Metoda sprawdzenia: odpięty akumulator (najlepiej zdany do magazynu/przechowalni), puste magazynki, bezpieczniki na SAFE, ewentualnie brak silnika.

Szczególną kategorią bezpieczeństwa jest broń zadekowana – nie wymaga aż tak rygorystycznych restrykcji oraz wzmocnionej uwagi, gdyż jest to „zabezpieczona” broń palna. Sprawdzenie najlepiej zlecić wykwalifikowanej ochronie; konieczne jest posiadanie przez uczestnika dokumentów zaświadczających o tym, że przedmiot jest permanentnie pozbawiony zdolności bojowych bez zdolności naprawy/podmiany elementów wewnętrznych na sprawne.

Dodatkowymi metodami na zabezpieczenie oraz widoczne pokazanie, że replika broni palnej została sprawdzona przez organizację czy zewnętrzną ochronę, jest oznaczanie. Za granicą, na przykład w Niemczech czy Wielkiej Brytanii, w prawie ujęty jest nakaz zastosowania przezroczystych elementów replik bądź pomarańczowych końcówek luf, lecz w Polsce nie ma takiego nakazu. Mamy jednak kilka innych możliwości:

- naklejka umieszczona w widocznym miejscu. W teorii akceptowalne rozwiązanie, aczkolwiek łatwe w manipulacji i oszukaniu personelu ochrony czy organizacji;

- zaklejenie taśmą ostrzegawczą lub pomarańczową taśmą izolacyjną nieusuwalnego elementu repliki. Jest to skuteczniejsza metoda, ponieważ daje nieco większą pewność, że nie manipulowano oznaczeniami;
- plombowanie przy użyciu taśmy ostrzegawczej oraz opasek zaciskowych;

Niestety żadna z tych opcji nie wydaje się zbyt rozsądna. Wynika to z wcześniej wspomnianej łatwości oszukania systemu sprawdzania, plus stwarza realne ryzyko uszkodzenia repliki podczas procesu usuwania oznaczeń. Jeśli zastosowalibyśmy kontrole podczas procesu akredytacji czy przy wejściu na teren imprezy, zmniejszylibyśmy ryzyko złego PR-u przez wyeliminowanie ryzyka przypadkowego uszkodzenia czy zniszczenia propa. Dodatkową zaletą jest to, że mało kto (o ile ktokolwiek) spróbowałby obejść zabezpieczenia przez przeklejenie taśm czy naklejek na prawdziwą broń.

Nieco inaczej sytuacja wygląda w przypadku zabezpieczania broni białej. Jeśli przy kontroli zauważamy, że replika wykonana jest z materiału w rodzaju otuliny, pianki EVA czy spienionego PCV, metoda z naklejką w widocznym miejscu czy taśmą ostrzegawczą ma sens.

Z replikami drewnianymi czy metalowymi jest nieco więcej zabawy. Podczas gdy repliki wykonane z drewna nie stanowią większego problemu i da się je jednoznacznie uregulować w regulaminie w zapisach dotyczących przedmiotów niebezpiecznych, sprawa ma się nieco inaczej z bronią wykonaną z metali. Najlepszym rozwiązaniem do takich propów wydaje się całkowity zakaz wyjmowania broni z pochwy/ osłon poza miejscem do tego wyznaczonym. Przydatne też może być wyznaczenie jednej osoby z zabezpieczenia czy spośród wolontariuszy do tego, aby pilnował/ pilnowała cosplayerów, aby nie łamali regulaminu.

Ważna rzecz: niezależnie od materiału, jeśli broń z wyglądu i działania wpisuje się w listę przedmiotów zakazanych prawnie – osoby chcące ją wnieść na teren imprezy nie powinno się wpuścić i należy wręcz zawiadomić policję. Co ważniejsze – należy być w pełni konsekwentnym. Każdy incydent narażenia przez uczestnika kogokolwiek na utratę zdrowia przez nieodpowiedzialne obchodzenie się z bronią powinien zakończyć się usunięciem osoby z terenu wydarzenia z zakazem powrotu.

Niezwykle istotne jest poprawne ujęcie zapisów dotyczących propów na imprezie. Jeśli jednoznacznie zapiszemy, że zakazujemy wnoszenia broni na wydarzenie i potencjalny uczestnik przyjdzie z nożem – nie możemy takiej osobie zakazać wejścia ani nakazać zdania ostrza do przechowania. Ważne jest skonkretyzowanie zapisu oraz ujęcie wszystkich potencjalnie niebezpiecznych rzeczy jako „przedmiotów niebezpiecznych”.

Istnieją pewne uniwersalne zasady, które uczestnicy powinni znać i ich przestrzegać:

- BEZWZGLĘDNY zakaz celowania do innych uczestników – wyjątek to pozowanie do zdjęcia
- zachowanie szczególnej ostrożności przy manewrowaniu bronią białą, szczególnie tą większych rozmiarów
- niewyjmowanie broni z pochwy bez uzasadnionego powodu
- informowanie organizatorów o zamiarze wniesienia repliki broni na teren wydarzenia
- bezproblemowa współpraca ze służbami porządkowymi/informacyjnymi oraz ochroną przy kontroli bezpieczeństwa oraz oznaczaniu repliki
- stosowanie się do innych zasad dotyczących „przedmiotów niebezpiecznych” ustalonych przez organizację

Ważnym standardem dla organizatorów jest przejrzystość oraz prostota regulaminu – dzięki temu jest się w stanie mocno zmniejszyć liczbę niepotrzebnych problemów bądź pytań przed wydarzeniem oraz w jego trakcie.

Analizując wszystkie opisane kwestie, można dojść do wniosku, że strach przed replikami broni palnej i białej jest w jakimś stopniu uzasadniony, ale nie jest problemem nie do rozwiązania. Wszystko opiera się na zrozumieniu zasad, a następnie zabezpieczeniu ich stosowania w taki sposób, by skupić się na najważniejszym aspekcie – zapewnieniu maksymalnego bezpieczeństwa przy najmniejszej inwazyjności wobec uczestników.

Bo w końcu o to chodzi, czyż nie? Aby ludzie bawili się na naszej imprezie jak najlepiej, ale by przy tym nic im się nie stało.

## KONWENTOWE NOCLEGI – RELIKT DO LIKWIDACJI CZY SMUTNA KONIECZNOŚĆ?

**Roger Waszkiewicz**

Jest taka kwestia, która przeciętnemu organizatorowi imprez fanowskich spędza sen z powiek. To znaczy jest wiele takich kwestii, ale ta jest szczególna. Mowa o konwentowych noclegach zwanych również sleeproomami czy po prostu sleepami. Nie chodzi mi o hotele, hostele czy pokoje w akademikach, które organizatorzy mogą załatwić taniej niż gdyby osoby wybierające się na konwent rezerwowały je we własnym zakresie, ale o te tradycyjne sleepy na podłodze w szkolnej sali gimnastycznej czy innym podobnym miejscu. Znaczna większość imprez fanowskich w Polsce zapewnia takie miejsca swoim uczestnikom. Jednak pytanie brzmi, czy my, jako organizatorzy, aby na pewno powinniśmy to robić?

Zapewnianie noclegów uczestnikom ma niewątpliwe plusy. Dzięki zaoszczędzonym na noclegu pieniądzom mniej majątne osoby mogą chętniej wziąć udział w imprezie, a to z kolei przełoży się na większą frekwencję. Nie da się także ukryć, że takie wspólne noclegi mają niepowtarzalny klimat, który pomaga w nawiązywaniu kontaktów z innymi fanami; takie relacje mogą się przerodzić w wieloletnie przyjaźnie, niezależnie od odległości, która na co dzień nas dzieli. Sleeproom spełnia również rolę przechowalni rzeczy uczestnika, ale tę samą rolę spełni hotel, przechowalnia czy kawałek podłogi u znajomych mieszkających w pobliżu terenu imprezy. To właściwie tyle jeśli chodzi o plusy. Lista minusów będzie o wiele dłuższa. Do największych problemów noclegów konwentowych można zaliczyć:

- ilość miejsca – przestrzeń nie jest z gumy i nietrudno o jej przeszacowanie lub, co gorsza, niedoszacowanie. Poza tym gdy mówimy o obrębie jednego budynku, każda sala przeznaczona na nocleg jest salą, której nie przeznaczymy na atrakcje;
- dodatkowe koszty dla organizatora – przeważnie wynajęcie sal pod nocleg jest dodatkowo płatne i choć czasem, przy dużym wynajmie, można je dostać na preferencyjnych warunkach, to nie zawsze da się to zrobić. Przykładów imprez, które wynajmują całe dodatkowe budynki na ten cel, jest mnóstwo;
- dodatkowy czas na sprzątanie – największy bałagan po imprezie zawsze zostaje w salach noclegowych. Niestety uczestnicy to fleje i nawet gdy mają pusty kosz obok, to często rzucają śmieci gdzie popadnie, bo i tak ktoś

sprzątnie. Najwięcej czasu podczas demontażu imprezy poświęca się właśnie temu, więc gdyby zlikwidować sleepy, ekipa organizująca mogłaby o wiele wcześniej wrócić do domu na zasłużony odpoczynek;

- dodatkowe zapotrzebowanie na wolontariuszy – zostawienie uczestników samym sobie w sleepach nie prowadzi do niczego dobrego. Zawsze w takich sytuacjach pojawia się alkohol, a czasem nawet i inne używki, nie wspominając o różnych mało bezpiecznych zabawach. Sala noclegowa wymaga więc odelegowywania dodatkowych osób z obsługi imprezy, które będą zajmować się tylko pilnowaniem uczestników, choć mogłyby robić coś ważniejszego, a także sprawia, że ta część ekipy nie będzie mogła pójść spać o normalnej porze;
- sanitariaty – czasem załatwienie miejsca na noclegi nie musi stwarzać dodatkowych problemów, ale jeśli miejsce przeznaczone na sleeproom nie jest wyposażone w odpowiednią liczbę sanitariatów, powstaje dodatkowy problem. Można wynająć kontenery prysznicowe, ale wymagają one dostępu do wody i prądu, a niestety nie zawsze są takie możliwości. Poza tym wiąże się to z kolejnym kosztem i wymaga odpowiedniego miejsca;
- kwestie prawne – noclegi konwentowe zawsze działały na pograniczu prawa. Nie są w żaden sposób regulowane prawnie i nie ma zasad, które jednoznacznie mogłyby określić wymagania stawiane organizatorowi i ewentualne konsekwencje, gdyby wydarzył się jakiś wypadek. Niestety działa to mocno na niekorzyść organizatora, bo trudno przewidzieć, jak trudna sytuacja związana z salami noclegowymi byłaby rozpatrywana. Trzeba pamiętać, że organizatorzy ponoszą pełną odpowiedzialność prawną za wydarzenia na terenie konwentu;
- kradzieże – ten problem dotyczy przede wszystkim uczestników, ale też jest istotny. Noclegi konwentowe nie są do końca bezpieczne i zostawianie w nich cennych rzeczy często kończy się ich zniknięciem pod nieobecność właścicieli. Choć większość regulaminów konwentowych chroni organizatora przed odpowiedzialnością w tej kwestii, nie zmienia to faktu, że okradziony uczestnik może zrazić się do imprez fanowskich, przez co nie tylko sam się na nich nie pojawi, ale również może odradzać wzięcie udziału innym osobom, na czym ucierpi ogólna frekwencja imprezy;

Jak widać, wady sleeproomów w znacznym stopniu przyćmiewają ich zalety. Jednak w ostatnim czasie pojawił się jeszcze jeden bardzo duży minus, który jest następstwem obecnej sytuacji epidemiologicznej.

Nie będę ukrywał, że do tej pory nie przejmowałem się, gdy docierały do mnie informacje o tym, że duża grupa uczestników imprezy po powrocie do domów zachorowała na gripę. Uznawałem, jak pewnie wszyscy, że trudno, zdarza się; skoro są leki na tę chorobę, to nie jest to kwestia, którą powinniśmy się przejmować. Duża grupa ludzi śpi w jednym pomieszczeniu, to logiczne, że roznoszą się choroby. Jednak teraz, gdy na świecie panuje bardzo duże zagrożenie ze strony COVID-19, moja i pewnie nie tylko moja świadomość problemów związanych z rozprzestrzenianiem się chorób sprawia, że zupełnie inaczej patrzę na kwestię konwentowych noclegów.

Zakładając, że sytuacja się unormuje i większość społeczeństwa zostanie zaszczepiona, czy sami, jako organizatorzy, powinniśmy znowu wrócić do bagatelizowania tego typu kwestii w imię utrzymania status quo, które jest z nami od kilkudziesięciu lat? Nie jestem pewien, czy sam jestem w stanie wziąć za coś takiego odpowiedzialność. W samej tylko Polsce w momencie pisania tego artykułu z powodu koronawirusa zmarło ponad 40 tysięcy osób. Jeśli ktoś zaraziłby się na mojej imprezie i w wyniku tego stracił życie, chciałbym mieć chociaż cień pewności, że zrobiłem wszystko, co w mojej mocy, żeby do tego nie dopuścić. Przy obecnej świadomości nie da się w żaden sposób usprawiedliwić organizowania masowych noclegów, chyba że ponieśliśmyby jeszcze większe koszty, aby poprawić także ich epidemiologiczne bezpieczeństwo. Nie jestem pewien, czy organizowana w taki sposób impreza nadal byłaby opłacalna lub chociaż wyszła finansowo na zero. Poza tym w imię czego powinniśmy podejmować takie ryzyko? Tego typu imprezy już i tak wymagają wielu poświęceń. Zdrowie i życie ich uczestników i organizatorów niekoniecznie powinno być kolejnym z nich.

Nadszedł idealny moment, aby wreszcie przestać przejmować się kwestią konwentowych noclegów. Nasze fandomy dorosły wystarczająco, aby ich członkowie sami wzięli odpowiedzialność za zapewnienie sobie miejsca do spania. Naprawdę nie musimy być niańkami uczestników w każdej kwestii i chociaż część odpowiedzialności, która spoczywa na naszych barkach, powinna być w końcu przeniesiona na nich właśnie. Oczywiście nie powinniśmy zostawiać ich samych z tym problemem; w miarę możliwości warto wychodzić uczestnikom naprzeciw, organizując we współpracy z akademikami, hostelami czy hotelami korzystne oferty czy wspierać tworzenie społeczności osób, które chętnie kogoś przyjmą do swojego domu na czas imprezy. Nie oczekujemy też całkowitego zrozumienia ze strony konwentowiczów, bo tak duże przyzwyczajenie będzie trudno zmienić, ale wierzę, że jeśli dobrze do tego podejmiemy, zapunktuje to w przyszłości.

Pozostają jeszcze inne aspekty sleeproomów, które również trzeba wziąć na tapet, decydując się na rezygnację z nich. Potrzebne będzie utworzenie strefy integracyjnej, gdzie uczestnicy będą mogli odpocząć od imprezy i na spokojnie spędzić ze sobą czas. Myślę, że połączenie jej ze strefą gastronomiczną byłoby dobrym rozwiązaniem, jednak nie jedynym, które należałoby wprowadzić, aby takie miejsce w godny sposób zastępowało konwentowe noclegi. Przy braku noclegów trzeba pamiętać o tym, że będą potrzebne także szatnie/przechowalnie, w których uczestnicy będą mogli bezpiecznie przechować niepotrzebne w danym momencie rzeczy. Na pewno pojawią się również inne wyzwania, którym w tej sytuacji należałoby sprostać, ale jestem pewien, że jest to możliwe i dzięki temu zapewnimy jeszcze lepsze imprezy naszym uczestnikom.

---

**Roger Waszkiewicz** – prezes i jeden z założycieli Stowarzyszenia Animatsuri, a prywatnie BHP-owiec i szkoleniowiec. Od 2004 roku czynnie uczestniczy w rozwijaniu fandomu mangi i anime. Organizator takich imprez jak Animatsuri, Hellcon, Ecchicon i wielu innych, w tym ostatnio Wirtualkon. Uczestniczył również przy organizacji komercyjnych wydarzeń, jak np. Verva Street Racing.

# ZARZĄDZANIE KONWENTEM FANTASTYKI ONLINE W CZASIE EPIDEMII. ANALIZA WYDARZEŃ PYRKONLINE I KONLINE 2021

**Michał Kozub**

## **Wstęp**

W obliczu pandemii wszystkie dotychczasowe wydarzenia, organizowane wyłącznie w rzeczywistości offline musiały zostać przeniesione i zorganizowane w Internecie. Szybko okazało się, że to co działało na żywo nie zawsze sprawdza się wirtualnie. Ofiarą padły również konwenty fantastyki wraz z największym w naszym kraju zarówno pod względem popularności jak i rozpoznawalności poza swoją niszą, Pyrkonem. Po odwołaniu jubileuszowej, 20 edycji mogłoby się wydawać, że fani fantastyki nie usłyszą w roku 2020 więcej o poznańskim konwencie. Jednak organizatorzy we współpracy z Allegro zorganizowali PyrkonOnline 2020, trwające przez tydzień wydarzenie online, pełne webinarów, prelekcji i konkursów; mające oddać klimat znany z prawdziwego konwentu. W międzyczasie odbył się Konline, konwent w pełni zdalny, którego marcowa kontynuacja także zostaje poddana badaniom w tej pracy.

Które wydarzenie wyszło z tej sytuacji obronną ręką? Czy zastosowane przez organizatorów strategie pozwoliły zachować część wrażeń odczuwalnych z wydarzenia w świecie rzeczywistym?

Celem niniejszej pracy jest zbadanie przebiegu i organizacji konwentów Konline 2021 i PyrkonOnline. Metodą analizy porównawczej zostaną wyodrębnione elementy strategii obydwu wydarzeń warte naśladowania, zarówno w organizacji wydarzeń w pełni online, w postaci hybrydowej jak i tych zorganizowanych w prawdziwym świecie, offline. Do ich zbadania wykorzystam dane zastane, jakie pozostawiły po sobie obydwie wydarzenia w postaci materiałów wideo, nagrań rozmów z organizatorami, interakcji z odbiorcami.

## Rozdział I: Przyjacielskie spotkania i międzynarodowe festiwale – definicja i historia konwentu

### Pojęcie konwentu fantastyki

Na początek przypomnijmy teorię i definicje podstawowej komórki budującej społeczność fanowską, fandomu. Piotr Siuda w swojej pracy „Wpływ Internetu na rozwój fandomów” charakteryzuje fandom poprzez ich charakterystyczne cechy:

*„Fandomy to społeczności fanów różnorodnych zjawisk z kręgu kultury popularnej. [...] Skupieni w fandomach fani to grupa odbiorców tekstów medialnych niezwykle zaangażowana w proces odbioru. Po pierwsze, mają oni ogromną wiedzę na temat ulubionego produktu, wielokrotnie go odczytują, obcują z nim nie raz czy dwa, ale wręcz kilkadziesiąt, jeśli nie więcej. Po drugie, fan jest idealnym konsumentem, starającym się zakupić wszystko lub prawie wszystko, co z danym produktem jest związane. Po trzecie, fan poprzez wtórną produkcję dąży do intensyfikacji swojej przyjemności wynikającej z kontaktu z danym tekstem – jest nie tylko konsumentem, ale i twórcą tekstów opartych na oryginale.” (Siuda, 2008)*

Konwenty są owocem działalności fandomów. Ludzie o podobnych zainteresowaniach zawsze mają chęć spotkać się i porozmawiać, integrować. Fandomy jako zorganizowaną reakcję publiczności można datować wstecz do XIX w. Po śmierci Sherlocka Holmesa został zorganizowany jego symboliczny pogrzeb, noszono czarne opaski na ramieniu a w USA powstawały kluby literackie pod hasłem „Let’s Keep Holmes Alive”. Wtedy też zaczęły powstawać pierwsze fanfiction (zanim ukuło się to pojęcie), które później urosną do sztandarowej cechy fandomu. Arthur Conan Doyle pod naciskiem fandomu zmienił decyzję co do śmierci detektywa i po ośmiu latach wznowił pisanie (Pindel, 2019). Początek fandomu ściśle fantastycznego można znaleźć w 1956 w utworzeniu się Ligi Hybrydańskiej, klubu dla entuzjastów Roberta E. Howarda, twórcy opowiadań o Conanie barbarzyńcy (Sapkowski, 2001).

Końcowym produktem społeczności fanowskiej jest konwent. Telegraficznie skróconą definicję podaje Informator Konwentowy:

*„Zjazd fanów. [...] To najkrótsze możliwe wyjaśnienie”. (2009)*

Co ciekawe, konwent online wymyka się tej definicji już w pierwszym słowie. Nie następuje bowiem żaden zjazd, fani nie przemieszczają się w fizycznej przestrzeni. Warunkiem do odbycia konwentu jest przestrzeń, ale niekoniecznie fizyczna. Trafniejszą i obszerniejszą definicję konwentu z perspektywy społeczno-psychologicznej podaje Małgorzata Lisowska-Magdziarz w swojej obszernej pracy „Fandom dla początkujących”:

*„Konwenty są przede wszystkim przestrzenią osobistego spotkania. Realizują potrzebę komunikacji między ludźmi o takich samych potrzebach i emocjach. Pomimo rosnących rozmiarów społeczności fanowskich, fani na co dzień nie spotykają wielu osób o podobnym natężeniu zainteresowania ich ulubionym tekstem, a nawet zapewne stykają się z krytyką, żartami lub politowaniem. Konwent to spełnienie marzenia o miejscu, w którym wszyscy uznają ulubiony tekst za ważny i ze wszystkimi można się komunikować przy pomocy specyficznego wewnętrznego języka, w dodatku na bardzo wysokim poziomie szczegółowości. [...] Konwenty dowartościowują fanów i dają im poczucie, że ich kreatywność i zaangażowanie są ważne. (Lisowska-Magdziarz, 2018)*

Dzięki tej definicji klaruje się widok konwentu jako trzeciego miejsca według teorii Oldenburga (1982), przestrzeni pośredniej między sformalizowaną i komercyjną sferą pracy a bezpieczną intymnością domu, gdzie fan może poczuć się zrozumiany i wysłuchany.

### Charakter organizacji Druga Era i Awangarda

W 1997 roku studenci poznańskiej Akademii Ekonomicznej założyli klub fantastyki „Druha Era”, w 1999 r. klub zorganizował Dzień z Fantastyką w osiedlowym domu kultury „Słońce” na os. Przyjaźni w Poznaniu (Druha Era, 1999) czym zapoczątkowali swoją działalność w przestrzeni miejskiej. W 2004 Druha Era została wpisana do rejestru stowarzyszeń, swoje cele statutowe finansuje z działalności gospodarczej.

W 2000 roku odbyła się pierwsza edycja Pyrkonu, który aż do 2011 roku odbywał się na przestrzeni różnych szkół na poznańskim Dębcu. Pyrkon ustanowił rekord frekwencyjnie największego konwentu w Polsce, bijąc go z każdą kolejną edycją, jednocześnie w swojej formie oddalając od słowa „konwent”, a zbliżając do ogólniej pojętego „festiwalu fantastyki”. Obecnie odbywa się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. „Druha Era” jako organizacja podzielona jest na pionry odpowiedzialne za poszczególne aspekty działania konwentu – Pyrkonu który jest największym wyzwaniem klubu każdego roku. W 2019 r. były cztery takie pionry:

1. Kadr i Logistyki,
2. Wystawców Programu,
3. Administracji i Finansów
4. Promocji i Mediów. (Pyrkon, 2020)

Siłą roboczą wszystkich pionów poza organizatorami są wolontariusze (gźdacze, czyli fantastyczne nietoperzowe stworzy wymyślone przez Macieja

Wojtyszkę, w anglojęzycznym fandomie określeniem na wolontariusza jest gofer). Bezpośrednio w trakcie trwania wydarzenia, zajmują się oni obsługą gości, prelegentów, pomagają uczestnikom i rozwiązują wszystkie doraźne problemy. Gźdaczcy koordynuje przegźdacz lub przegźdaczka z danego pionu. W 2019 na Pyrkonie było około siedmuset pięćdziesięciu gźdaczcy i gźdaczek (Pindel, 2019).

Klub Avangarda nieformalnie powstał w 2005 założony przez grupę przyjaciół z Warszawy, swoją formę prawną jako stowarzyszenie non-profit zyskał w 2007 roku. Od tego czasu klub organizuje cyklicznie konwenty Avangarda (w edycji z 2010 uczestniczyło w nim 15000 osób) (Eliaszak, 2011) i Zjawa gdzie został ustanowiony niepobity do dziś rekord przeprowadzenia 265 sesji RPG w ciągu jednego konwentowego weekendu. Klub współpracował również z Drugą Erą w organizacji Pyrkonu w 2019 roku. oraz brał udział w warszawskich Nocach Muzeów i prowadził zajęcia modelarstwa w Domu Kultury w Rakowcu jako Avangardowy Klub Fantastów (Jasiunas, 2021). W marcu 2020 roku, Avangarda pozbawiona swoich dotychczasowych obowiązków zorganizowała Konline, nowy, zdalny konwent powstały spontanicznie, bez swoich poprzednich, stacjonarnych edycji (Avangarda, 2021).

## **Rozdział II: Pytania, metody i hipotezy - Metodologia pracy**

### Pytania badawcze i hipotezy

Celem pracy jest zbadanie, jakie decyzje w procesie organizacji miały najlepszy wpływ na sukces dwóch konwentów fantastyki, rozumiany poprzez zainteresowanie i zaangażowanie odbiorców, na przykładzie wydarzenia PyrkonOnline we współpracy z Allegro, który odbył się w październiku 2020 r. i Konline 2021, mającego miejsce w marcu 2021 r. Interesowało mnie, co może motywować uczestników konwentów do poświęcenia na nie czasu i jak duży wpływ ma na to ich organizacja w przestrzeni wirtualnej. Czy udział w konwentach online spełnił oczekiwania fanów tak jak udział w ich fizycznym odpowiedniku? Czy taka forma organizacji wydarzenia fanowskiego ma przyszłość i perspektywę, czy zaniknie wraz z zanikiem pandemii?

W ramach badań sformułowałem następujące hipotezy:

1. Fizyczny udział w wydarzeniu jest bardziej angażujący dla publiczności niż udział w edycji online
2. Wydarzenia online przeprowadzone synchronicznie są bardziej angażujące i atrakcyjne niż asynchroniczne.
3. Dzięki pandemii opracowano nową strategię i wypracowano działania, które wzbogacą w przyszłości sposoby realizacji i programy konwentów.

Aby odpowiedzieć na powyższe badania posłużyłem się analizą porównawczą:

1. Materiałów cyfrowych w postaci postów i reklam w social media organizacji,
2. Formy finansowania wydarzeń i klubów (poprzez crowdfunding),
3. Interakcji z fanami
4. Śladu cyfrowego na stronach organizatorów oraz platformach YouTube, Facebook i Discord

Dobór tekstów naukowych, jakimi posługuję się w tej pracy jest ograniczony dostępnością literatury badającej zjawisko konwentu, zwłaszcza w języku polskim. Ze względu na to, że są to stosunkowo nowe i 'młode' obszary badawcze, w przeszłości były ignorowane.

### **Rozdział III: Konwenty w cieniu pandemii. Analiza porównawcza PyrKONline i Konline 2021**

#### Platforma i zaangażowanie uczestników

Pierwszym polskim konwentem, który nie odbył się ze względu na pandemię był Aicon, zjazd fanów anime i mangi w Rybniku zaplanowany na weekend czternastego i piętnastego marca 2020 r. (Radio90, 2020) 11 marca 2020 r. został ogłoszony ogólnokrajowy lockdown. Tego samego dnia na instagramowym profilu Pyrkonu pojawiła się informacja o przeniesieniu konwentu na maj. Później data wydarzenia zostanie zmieniona jeszcze trzy razy.

17 marca, niecały tydzień później klub Awangarda ogłosił pierwszą edycję Konline mającą się odbyć dwa tygodnie później (26-29.03.2021 r.). Do końca konwentu akredytowało się ponad 700 osób poprzez platformę Discord.

Skąd ten pośpiech? Główny organizator Konline'ów, Maciej Starzycki śmiało rzuca motto pierwszego wydarzenia: „Zróbmy ten konwent szybko, zanim skończy się pandemia”. Dodaje również, że wkrótce wszystkie konwenty będą miały swoją edycję online i publiczność zostanie przesycona. Dodatkowo, zespół pozbawiony ograniczeń budżetowych i wymagań sponsorów, działając non-profit zyskał świeżą energię i sens działania. (Starzycki, 2021). Ponadto, według Starzyckiego największe wyzwanie, przed którym staje organizator, to stworzenie wrażenia „bycia na konwencie” i jednocześnie wykorzystanie wszystkich przewag formy online.

W swoim wywiadzie Marcin Reguński i Piotr Skorok zwracają dużą uwagę na brak takiej atmosfery na wielu konwentach. Była to jedna z najwidoczniejszych słabych

stron konwentów w sieci, a nawet powód, żeby zrezygnować z uczestnictwa. (RPGadka, 2020)

Tak też stało się w przypadku Pyrkonu. Klub Druga Era przeprowadził wewnętrzne badania dotyczące opinii uczestników dotyczącej potencjalnej organizacji Pyrkonu jako eventu online. Większość ankietowanych odpowiedziała negatywnie, powołując się między innymi na wieloletnie hasło reklamowe „Fantastyczne miejsce spotkań” (podkreślenie własne) (Orłowski, 2021)

Jak pisze Ada Benio:

*„Pyrkon wykształcił pewne zachowania społeczne, dzięki którym charakter imprezy jest niepowtarzalny. [...] Stosunkowo młodym zwyczajem na Pyrkonie, który wykształcił się trzy lata temu jest Kult ananasa. Najważniejszym jego elementem jest tak zwany Pochód ananasa, który ma miejsce w sobotę wieczorem. Polega on na tym, że grupa gromadzi się wokół osoby trzymającej ananasa i maszerują przez teren targów poznańskich wykrzykując improwizowane przyśpiewki [...] widoczną praktyką są tabliczki z napisem Free Hugs, albo innym napisem oferujący przytulenie, pocałunek czy cukierki (w zależności od intencji danej osoby). [...] Lżejszą jego formą jest przybijanie piątek z mijanymi nieznanymi osobami.” (Benio, 2020)*

Przytoczony cytat zwraca uwagę na ważny aspekt spontanicznego kontaktu, czasami fizycznego na poziomie uczestnik-uczestnik, niemożliwego do osiągnięcia przez Internet, ale również punktuje, jak bardzo Pyrkon opłątany jest w sieć znaczeń obowiązujący na czas trwania konwentu oraz jak kultura organizacyjna kształtuje cały fandom. Powyższa kultura organizacyjna w postaci fizycznego artefaktu-ananasa jest nie do odtworzenia cyfrowo jednak jeden z jej elementów który można przełożyć do przestrzeni wirtualnej to artefakty językowe, porozumiewanie się językiem charakterystycznym dla członków danej organizacji i subkultury (Aniszewska, 2003) również opisane przez Adę Benio:

*„Uczestnicy Pyrkonu używają też specyficznego żargonu, którym się porozumiewają. [...] Pierwszym charakterystycznym zachowaniem jest sytuacja, w której jedna osoba o dowolnej porze dnia krzyczy najgłośniej jak potrafi hasło „Zaraz będzie ciemno!” Wszyscy, którzy je usłyszeli mają odkrzyknąć: „Zamknij się!” (Benio, 2020)*

Potrzebne jest do tego jest specjalne narzędzie, które pozwalałoby wszystkim uczestnikom na swobodną komunikację.

### Discord

Awangarda stworzyła dla Konline'u kanał na platformie Discord do pełnienia funkcji centrum festiwalowego. Codziennie na bieżąco pojawiał się tam program na dany

dzień oraz powiadomienia o rozpoczynających się prelekcjach. Ponadto, w przypadku kłopotów technicznych, uczestnicy jak i prelegenci mogli poprosić organizatorów o pomoc. Na specjalnie poświęconym do tego kanałom odbywały się sesje gier RPG i LARP (live action role-play) oraz kanały przeznaczone do czatu tekstowego i głosowego dla uczestników do nieobowiązkującej rozmowy i budowania przytaczanego przez Starzyckiego poczucia „bycia na konwencie”.

Druga Era nie podjęła żadnej akcji na tym polu. Pyrkon ma swój kanał na Discordzie, jednak nie został on w żaden sposób wykorzystany. Prawdopodobnym powodem takiego zaniedbania była decyzja sponsora (Allegro) do ograniczenia przestrzeni wydarzeń na platformy bliższe ich klientom (Facebook, Instagram i Youtube), ten temat zostanie rozwinięty w kolejnych podrozdziałach.

Zamiennikiem Pyrkonu był w jego przypadku chat, ale nawet on nie pojawiał się wszędzie. Poza trzema punktami programu wystąpienia zostały nagrane z wyprzedzeniem i miały swoją premierę na żywo na YouTube. Na obu wydarzeniach wystąpił pisarz Michał Gołkowski, jednak tylko Konline ofiarował możliwość indywidualnej interakcji z pisarzem.

### Youtube

Nagrania prelekcji z obu konwentów zostały umieszczone na platformie YouTube. 42 materiały PyrkonOnline pojawiały się tam premierowo na przestrzeni dwóch tygodni, Awangarda wgrała wszystkie 120 materiałów na raz, 16 dni po zakończeniu konwentu. Na tym polu PyrkonOnline wyznaczył profesjonalny poziom swoich produkcji, większość prelekcji jest zrealizowana w formie TedxTalk, zwięzłych, 15-20 minutowych wystąpień. Praca włożona w produkcję opłaciła się, najpopularniejszy materiał ma ponad 70 tysięcy wyświetleń, jednak rozłożenie premier na przestrzeni dwóch tygodni poskutkowało małą oglądalnością późniejszych materiałów. Ponadto Allegro „ukryło” je na swojej głównej stronie, utrudniając dostęp a w konsekwencji obniżając ich oglądalność. (filmy na YouTube mogą zostać opublikowane na trzy sposoby: publiczny, dostępny dla wszystkich, prywatny, dostępny tylko dla publikującego oraz opisane przeze mnie jako ‘ukryte’ - unlisted, możliwe do obejrzenia tylko dla ludzi posiadających konkretny link do filmu. W przypadku filmów PyrkonOnline tylko 18 prelekcji ma status publicznych, 34 z 52 zostały opublikowane jako unlisted)

Konline na tym polu również popełnił błąd bombardując subskrybentów prawie 120-ma godzinami materiału, wywołując klątwę urodzaju i zamieszanie w zakładce „subskrybcje” swoich widzów na YouTube. Tak duży wybór w połączeniu

z amatorską jakością nagrania spowodowało, że filmy nie cieszyły się dużym sukcesem, w przedziale 10 do 60 wyświetleń na film.

Podsumowując, sposoby na zaangażowanie uczestników, przyzwyczajonych do konwentów odbywających się wyłącznie offline opierają się o organizację wydarzenia (jeśli to możliwe) w trybie synchronicznym i udostępniając narzędzia do komunikacji na poziomie uczestnik-uczestnik.

### Ilość uczestników i crowdfunding

Przerwanie cyklu corocznych imprez było dla organizatorów tak dotkliwie, że musieli zwrócić się z prośbą o pomoc finansową do fandomu. Druga Era zrobiła to poprzez platformę Patronite.pl. Avangarda zorganizowała zrzutkę na opłacenie czynszu swojej siedziby. Obydwaj organizatorzy wykorzystali tutaj crowdfunding, praktykę popularną w fandomie jako formę angażowania swojej publiczności. Lisowska-Magdziarz (2017) pisze:

*„Na co dzień w fandomie stale zbiera się środki na pomoc indywidualnym fanom i różnym grupom w potrzebie, organizuje aukcje i konkursy, zwołuje ludzi na charakterystyczne wydarzenia sportowe i artystyczne.”*

W tych przypadkach różniła się zarówno skala przedsięwzięcia jak i odsetek pomocnych fanów. Budżet Pyrkonu „Druga Era potrzebuje 50 000zł miesięcznie, żeby „przeżyć”, móc funkcjonować i organizować kolejne Pyrkony, wspiera ich w tym co miesiąc ponad 500 osób (Patronite, 2021) Posługując się Facebookiem wiemy, że w PyrkonLine wzięło udział około 7500 ludzi. Statystycznie wychodzi, że jeden fan na piętnastu oferuje pomoc finansową, średnio około 30zł. Avangarda w tej skali potrzebowała dużo mniej, 6000zł, potrzebne do utrzymania siedziby na nadchodzące miesiące, cel udało się osiągnąć połowicznie a swoją pomoc pieniężną zaoferowało 75 wspierających (Zrzutka, 2020). Na ponad 1300 osób deklarujących udział w wydarzeniu, pomoc oferuje co 17 fan, wpłacając średnio więcej na osobę, bo powyżej 40zł.

Patrząc na te wyniki z szerszej perspektywy uwypukla się duża różnica. Stowarzyszenie Avangarda obserwuje na Facebooku ponad 3600 ludzi, co zmienia ułamek wspierających fanów na 1/48. Pyrkon jest najpopularniejszym konwentem na Facebooku z liczbą polubień przekraczającą 81 000, w tej perspektywie na zawrotną liczbę 144 entuzjastów konwentu tylko jeden oferuje swoją pomoc. Skąd wynika ta zależność, że pomimo tak dużych różnic w popularności oba konwenty zbierały tylko połowę potrzebnej kwoty. Na pewno ważnym czynnikiem jest pandemia, która postawiła w trudnej sytuacji finansowej nie tylko Drugą Erę

i Avangardę. Z psychologicznego punktu widzenia, publiczność doświadcza syndromu rozproszonej odpowiedzialności (Cialdini, 2018). Na osiemdziesiąt tysięcy osób na pewno pomoże ktoś inny, prawda? W tym przypadku nie pomyślało tak tylko 500 osób. Dynamiczny poszerzanie się grupy odbiorców nieuchronnie prowadzi do takiego efektu, jedynym rozwiązaniem to ciągła ewolucja metod angażowania publiczności wraz z jej rozwojem.

Tabela nr. 1 Analiza porównawcza crowdfundingu

	Druga Era/Pyrkon	Avangarda/Konline
Zaokrąglona liczba polubień na Facebook'u	81 000	3 600
Ilość pieniędzy potrzebnych do zebrania	50 000 zł	6 000 zł
Ilość zebranych pieniędzy	15 985 zł (31% celu)	3 565 zł (59% celu)
Liczba wspierających fanów	535 (0.7%)	75 (2%)

Źródło: Opracowanie własne

Z perspektywy zarządzania problemem jest określenie celu. Zbiórka na czynsz wydaje się bardziej zrozumiała i osiągalna niż „Pyrkon jest w Twoich rękach”. Dla uczestnika jest to zadanie równie bohaterkie, co niejasne. Niejasne na tyle, że organizator po miesiącu zdecydował zorganizować specjalną sesję Q&A w celu wytłumaczenia, dlaczego zbiórka powstała.

### Sponsorzy

Współpraca ze sponsorami wymusza uwzględnienie ich celów w organizacji wydarzenia. Celem stacjonarnego Pyrkonu jest przede wszystkim sprzedaż biletów, głównej formy dochodu niezbędnej do realizacji misji i wizji Klubu: tworzenia renomowanego, aktywnego i przyjaznego klubu o ogólnopolskim zasięgu. Ponadto, stworzenie wspólnej przestrzeni, w której wspierana jest realizacja pasji i projektów fantastycznych.

W przypadku darmowego konwentu online chodzi o budowę marki i obecności w Internecie. Sponsorzy również definiują przebieg konwentu starając osiągnąć swój własny cel (Orłowski, 2021).

W przypadku PyrkonOnline jednym z wymagań była promocja serwisu Allegro, filmy pojawiały się na landing page serwisu a premiera wszystkich filmów odbywała się na kanale YouTube sponsora, nie własnym. Sponsorowi zależało na przyciągnięciu jak największej liczby potencjalnych nowych klientów, przez co treści musiały być specjalnie wyselekcjonowane a tematyka odpowiednia dla klienta niezaznajomionego z pojęciem konwentu fandomu czy nawet samego Pyrkonu. Konline 2021 odbył się całkowicie za darmo jako wydarzenie non-profit Organizatorzy przygotowali wydarzenie w swoim wolnym czasie za pomocą darmowych platform (Discord, 8x8). Brak zobowiązań finansowych zwolnił organizatorów od potrzeby szukania kompromisu ze sponsorami (Starzycki, 2021). Zostały zaproszone zaprzyjaźnione wydawnictwa jednak ich udział jest, typowo dla fandomu, altruistyczny.

### Publiczność i target

Podczas rozmowy z członkami Śląskiego Klubu Fantastyki rozmówcy przyznali, że nie słyszeli o PyrkonOnline. Lżejsza promocja w przestrzeni fandomu miała swoją przeciwwagę w kanałach komunikacyjnych Allegro oraz w mediach tradycyjnych: wydarzenie promowały takie serwisy jak poznański oddział Gazety Wyborczej, RadioZet, czy Czwarty Program Polskiego Radia (2020). Jak mówi jeden z organizatorów wydarzenia, Jędrzej Maciejowski (RPGadka, 2020):

*„[PyrkonOnline] Jest to coś, co w tym naszym pandemicznym roku, gdzie odwołano prawie wszystkie imprezy, no żeby jednak jakoś chociaż namiastkę tego Pyrkonu dostarczyć tutaj, a jednocześnie dzięki współpracy z Allegro mamy szansę, mamy platformę do tego, żeby może dotrzeć do nowych osób więc liczymy na to, że tutaj content raczej będzie dla osób niezwiązanych z naszym środowiskiem. (podkreślenie własne)”*

Czy rezygnacja z treści dla zaawansowanych uczestników fandomu oraz publiczności anglojęzycznej na rzecz ogromnej części publiczności jeszcze niezwiązanej z fantastyką jest skuteczną formą poszerzania swojej grupy odbiorców? Śledząc dynamiczny rozwój konwentu w ciągu ostatnich dwudziestu lat można śmiało dojść do wniosku, że tak. Zostaje przy tym poniesiony koszt zmiany wizerunku, który może prowadzić do kryzysu tożsamości, widocznego w problemach z crowdfundingiem. Budowanie publiczności, z osób które nie są zaangażowane w środowisko skutkuje brakiem zaangażowania w pomoc, kiedy ta jest potrzebna.

Elżbieta Gepfert z Śląskiego Klubu Fantastyki mówi:

*„Pyrkon ma sukces frekwencyjny, ale uczestnicy w większości nie wiedzą, co to jest fandom czy konwent. Tym samym nie tworzą środowiska fanów” (Pindel, 2019)*

Konline ma zgoła inny, ale podobny problem. Jest zaadresowany do starszego fandomu, widać to poprzez rodzaj obecności w social mediach i punktów programu. Moja obecność zaniżała średnią wieku, większość stanowili trzydziesto - czterdziestoletni mężczyźni znający się ze wszystkimi po imieniu. Mocno zintegrowane środowisko stanowi wysoki próg wejścia dla nowych, potencjalnych fanów co jednocześnie sprawia, że grono odbiorców zmniejsza się powoli, lecz stopniowo.

### Marketing i PR

Pod względem marketingu Pyrkon i Konline reprezentują dwa różne podejścia. Awangarda organizuje swoje wydarzenia jako projekty: intensywna promocja zaczyna się dwa miesiące przed wydarzeniem i kończy kilka dni po nim. Całość skupia się w obrębie Facebooka. Jest to mniej efektywne w porównaniu do ciągłej, konsekwentnej komunikacji i niesie mniejsze ryzyko wypalenia (Starzycki, 2021).

Druga Era stworzyła oddzielne kanały komunikacji dla Pyrkonu: Facebooka, Instagrama i Twittera, aktywne przez cały rok, promujące poboczne projekty klubu. Jednym z głównych celów organizowania PyrkonOnline było utrzymania komunikacji z fanami (Orłowski, 2021).

Obydwie te postawy odbijają się w osiągnięciach postów, Pyrkon niekwestionowanie dominuje wśród konwentów swoją obecnością w social mediach, jednak tylko budżet Drugiej Ery może pozwolić sobie na wynagrodzenie dla odpowiedzialnego za to pracownika.

Aktywne uczestnictwo i obecność w mediach społecznościowych wiąże się z ryzykiem. Organizatorzy Pyrkonu przekonali się o tym w 2014, wykorzystując w reklamie promującej festiwal motyw nagiej kobiety kąpiącej się w kostkach do gry co wywołało negatywny odzew środowisk feministycznych (Polygamia, 2014). Po tym wydarzeniu klub prawnie zakazał swoim pracownikom wypowiedzania się w mediach, jednak po kilku latach zakaz zniesiono (Skorok, 2018).

### Strategie na przyszłość

*„Po skoczeniu pandemii ilość konwentów online spadnie, ale dalej będą” (Skorok, 2020).*

Słowa te nie zostają bez pokrycia, podobnie uważa 85% badanych w raporcie Live Age (Górski, 2020). Po roku trwania pandemii zaczęły odbywać się hybrydowe eventy i festiwale takie jak 61. Krakowski Festiwal Filmowy czy II Forum Pracuj w Kulturze Narodowego Centrum Kultury, pozostaje kwestią czasu aż na horyzoncie pojawi się pierwszy hybrydowy konwent fantastyki.

Popularność konwentów online stawia przed organizatorami szansę i wyzwanie w postaci nagrywania prelekcji i przejście w formę hybrydową, dzięki czemu konwenty będą bardziej dostępne zarówno ekonomicznie, jak i dla np. osób z niepełnosprawnościami, dla których do tej pory wycieczka do Poznania na Pyrkon była trudnym zadaniem. Ważna będzie pre-akredytacja oraz ograniczenie listy uczestników. Ceny wzrosną, bezpośrednio i pośrednio (nocleg i dojazd) Uniknięciem wykluczenia ekonomicznego jest cyfryzacja prelekcji, co paradoksalnie wiąże się z kolejnymi kosztami. Konwentom grozi również pułapka gentryfikacyjna, coraz widoczniejsza staje się przerwa pokoleniowa w grupie odbiorców. (Pitala, Kozieł, Olchowy, 2021). W 2012 na Pyrkonie osoby w wieku 20-24 lat stanowiły 44% publiczności (Gutfeld, Jankowiak, Krawczyk, 2013), na tegorocznym Konline ta grupa skurczyła się do 13,5%. Z kolei odsetek fanów w wieku powyżej 30 lat wzrósł z 20 do 59%. Kurcząca się liczba młodych fanów może w przyszłości doprowadzić do sytuacji, gdzie nowe, młode osoby nie będą powiększać fandomu fantastyki, kluby zaczną 'wymierać' i rozwiązywać działalność. Będzie organizowanych coraz mniej konwentów fantastyki, jak również coraz mniej osób będzie na nich uczestniczyć. Ten problem nie dotyczy całego fandomu, konwenty poświęcone anime i mandze oraz kulturze Japonii w większości składają się z osób młodszych (Pindel, 2019)

Miniaturowe konwenty „dadzą sobie radę”, mówi Marcin Kłak z Krakowskiej Sieci Fantastyki (2021) Małe, lokalne konwenty zyskały szansę możliwości dotarcia do szerszej grupy odbiorców, nieograniczonych ekonomicznie i geograficznie. (Kłak, 2021)

Za dobry przykład patowej sytuacji dla organizatorów posłuży tutaj lubliński Falkon (Falkon, 2021), drugi pod względem wielkości konwent w Polsce. Jednocześnie zbyt duży do zorganizowania za pomocą takich platform jak Discord i 8x8, ale również zbyt mały pod względem medialnej rozpoznawalności, żeby osiągnąć wyniki na YouTube mogące konkurować na przestrzeni ogólnokrajowej z Pyrkonem. W takim przypadku jedyną nadzieją organizatorów jest „przeczekanie”, zaplanowanie odległego wydarzenia w trybie stacjonarnym i liczenie na przychylne regulacje pandemiczne.

Czy pandemia okaże się szkodliwa nie tyle dla samych konwentów, co dla klubów fantastyki, ich organizatorów?

Klub Druga Era stanął przed barierą nie do przekroczenia, na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich funkcjonuje szpital tymczasowy i pozostanie tam, dopóki pandemia nie wygaśnie. Nie ma drugiego takiego miejsca w Poznaniu, gdzie zmieści się publiczność tego konwentu. Pozostaje liczyć na lepsze okoliczności w czerwcu 2022 lub przygotowywać się do organizacji kolejnego PyrkonOnline'u.

Konline jest jednym z szeregu wydarzeń, które organizuje Avangarda. Z jednej strony, zostały zorganizowane z typowo fanowskiej chęci działania. Z drugiej, ich sukces stawia pod znakiem zapytania dalszy los po powrocie konwentów stacjonarnych.

### **Zakończenie**

Porównując aspekty organizacji (narzędzia do angażowania publiczności, platformy przeprowadzania wydarzeń, komunikaty marketingowe, target publiczności, podejścia do crowdfundingu oraz dobór sponsorów) badanych konwentów, jestem w stanie stwierdzić, że udało mi się zweryfikować postawione przeze mnie hipotezy badawcze:

1. Fizyczny udział w wydarzeniu jest bardziej angażujący dla publiczności niż udział w edycji online

Pomimo ogromu pracy włożonej przez organizatorów żaden z konwentów online nie okazał się atrakcyjniejszy od poprzedniej edycji offline. Dobitnie pokazuje to przykład Drugiej Ery i Pyrkonu, gdzie ze względu na tradycję i niechęć fanów do eksperymentów nie odbył się poznański konwent. Powstały w zastępstwie PyrKONline również nie odniósł oczekiwanego sukcesu, wyświetlenia filmów były niewystarczające. (Orliński, 2021)

2. Wydarzenia online przeprowadzone synchronicznie są bardziej angażujące i atrakcyjne niż asynchroniczne.

Możliwość komunikacji na żywo tworzyła interakcje i angażowała słuchaczy prelekcji do dyskusji poprzez zadawanie pytań. Popularność platformy Discord (w trakcie Konline korzystało z niego ponad 400 osób) zarówno do integracji jak i do prowadzenia sesji RPG w trakcie trwania Konline również świadczy o zapotrzebowaniu na tego typu rozwiązania.

3. Dzięki pandemii opracowano nową strategię i wypracowano działania, które wzbogacą w przyszłości sposoby realizacji i programy konwentów.

Uczestnicząc w obu wydarzeniach i widząc zastosowane w nich rozwiązania (np. mobilne centrum festiwalowe na Discordzie) oraz przyglądając się organizatorom i ich planom na przyszłość mogę śmiało stwierdzić, że wyzwanie pandemii okazało się potrzebną i ważną lekcją, na której zyskają kolejne edycje konwentów po powrocie do post-pandemicznej rzeczywistości.

Istnieją aspekty działalności organizacji, które nie są dostępne dla niewtajemniczonego odbiorcy. Niniejsza praca miała na celu ukazanie, jakie praktyki w zarządzaniu konwentem działają najskuteczniej w budowaniu swojej publiczności, zaangażowania fanów i komunikacji z nimi. Podsumowując moje wyniki mogę stwierdzić że są to:

- komunikacja z publicznością poprzez prelekcje prowadzone na żywo,
- organizowanie wydarzeń pobocznych, jak platforma do oddolnie przygotowanych sesji RPG czy LARP w formie crowdsourcing'u,
- ciągły rozwój swojej pozycji i obecności w social mediach i poszerzanie swojego zasięgu o kolejne platformy.

Ponadto, ważny jest umiejętny dobór partnerów i sponsorów o celach pokrewnych do swoich pod względem biznesowym.

---

**Michał Kozub** - student filmoznawstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim, prowadzący audycję „Rzut na Nasłuchiwanie” w Ujot FM. Od 5 lat w wolnych chwilach mistrz gry. Nigdy nie grał w Warhammera.

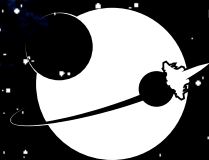


Notatnik

**BF**  
**2022**

40 lat ZKF AD ASTRA

36. BACHANALIA FANTASTYCZNE  
22-25 WRZEŚNIA 2022 ZIELONA GÓRA



ZIELONOGÓRSKI KLUB FANTASTYKI  
AD ASTRA