

„Metaverse w kontekście wyzwań w zarządzaniu podmiotami sfery kultury”

dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Przesłanki badań:

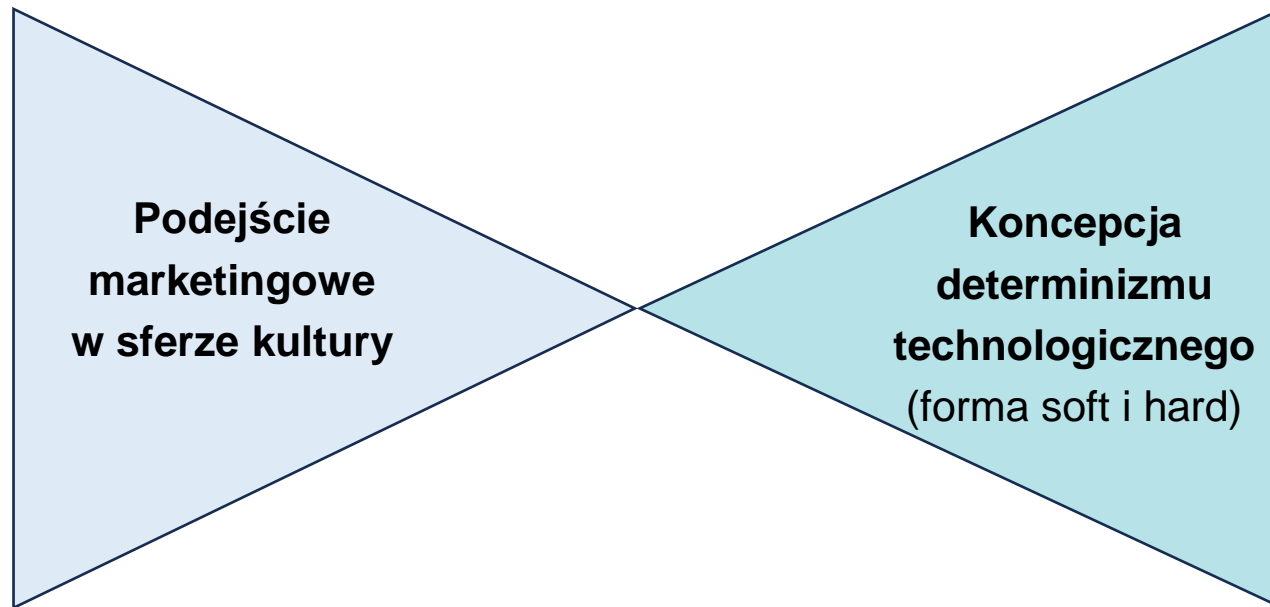
- **rosnące znaczenie sfery kultury** i sektora kreatywnego **w gospodarce**
- zwiększająca się **złożoność sfery kultury** tworząca istotny kontekst wdrażania podejścia marketingowego w tej dziedzinie
- **intensyfikujące się** związki **między sztuką a technologią**, **rozwój technokultury**



Czy istnieją granice interpretacji dzieła?

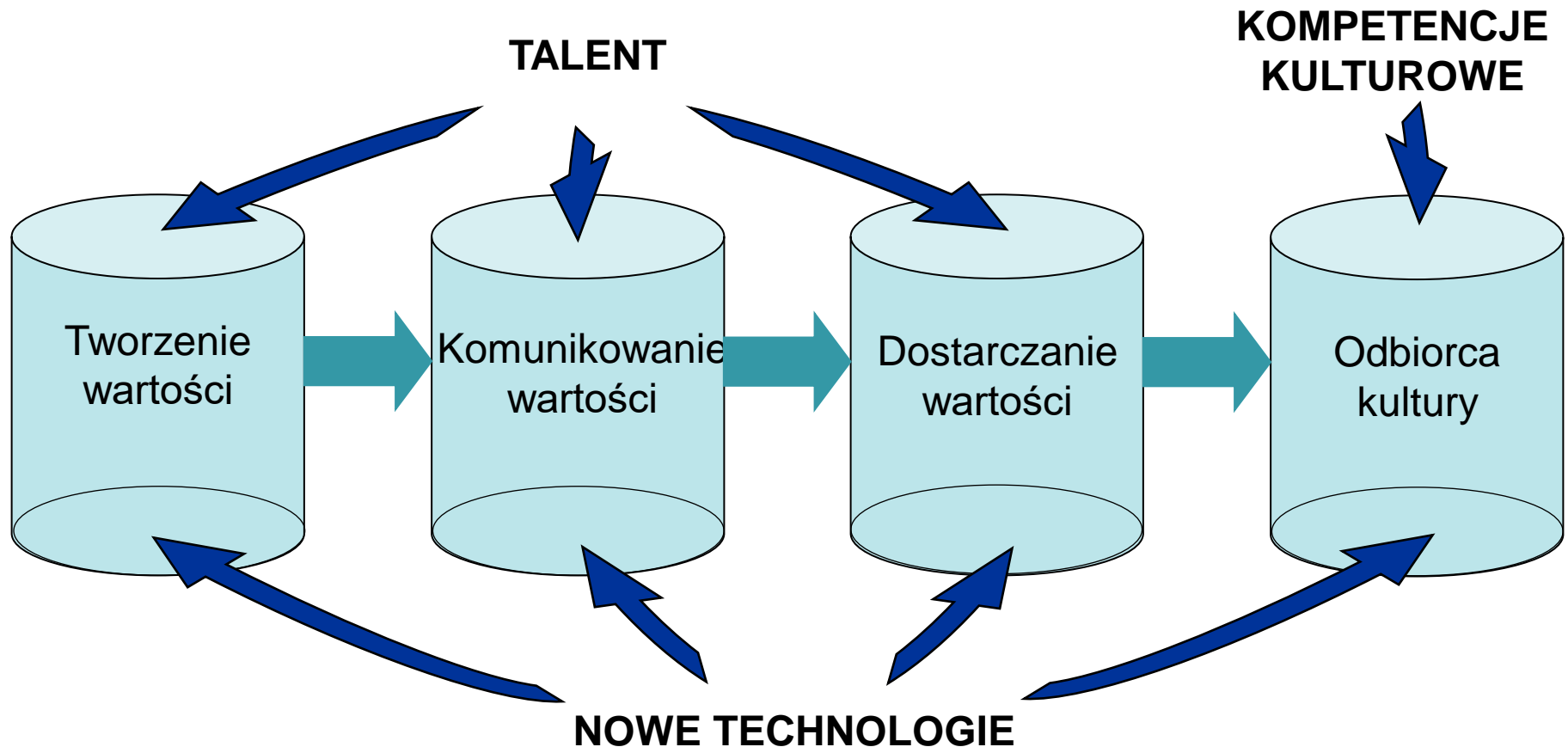
- **Trudno jest przyjąć tezę o braku granic interpretacji dzieła**, gdyż takie ujęcie **kwestionuje kulturę jako wyobrażenie zbiorowe** oraz odbiera jej **funkcję komunikacyjną**, a także **utrwalającą więzi społeczne**.
- **Trudne jest także do przyjęcia drugie skrajne podejście: „mit jedyne go właściwego znaczenia”**, zgodnie z którym odbiorcy **nie dysponują żadną swobodą interpretacji**. **Niejednokrotnie to samo dobro kultury jest odbierane w różny sposób przez różne osoby**.
- Teza, że odbiorcy mogą **tworzyć dowolne znaczenia** **pozbawia dzieło autonomii**. W takim ujęciu znaczenie nadawane obiektom kultury jest w całości **wytworem umysłu odbiorcy**.
- **Odrzucenie mitu jedyne go właściwego znaczenia** nadawanego dziełu **nie oznacza przyjęcia automatycznie opcji o pełnej dowolności dekodowania symboli** związanych z dziełem.

Obszar badań:



- zwiększenie **dostępu** do kultury,
- rozwój kultury **opartej na dostępie**, będącej w opozycji do kultury **opartej na posiadaniu**,
- zmiana sposobu postrzegania czasu – zanikanie „**kultury czekania**” i powstanie kategorii określanej jako **czas momentalny**,
- powstawanie **nowych modeli biznesu**

Talent, kompetencje kulturowe i nowe technologie jako uwarunkowania rozwoju kultury



Źródło: M. Sobocińska: Talent i nowe technologie jako stymulanty rozwoju rynku filmowego [w:] A. Majer, T. Szczepański (red.), Kultura produkcji filmowej: teorie, badania, praktyki, Wydawnictwo Biblioteki Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi, Łódź 2019

Cechy rzeczywistości wirtualnej



Źródło: M. Sobocińska: Doznania i doświadczenia uczestników kultury w kontekście rozwoju wirtualnej rzeczywistości, [w:] M. Bombol, G. Godlewski (red.), Laboratorium doświadczeń czasu wolnego. Problemy współczesności, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2020

Bazujące na antropomorfizacji modele wykorzystania sztucznej inteligencji

Typ modelu sztucznej inteligencji	Specyfika
Autonomiczny pracownik	<ul style="list-style-type: none">- oprogramowanie jest traktowane jak „kolega z pracy”, który podaje właściwą odpowiedź- model maszynowego uczenia się nie stanowi statycznego fragmentu kodu, lecz wprowadzane są do niego nowe dane- rolą analityków danych jest niwelowanie napięć powstających na styku człowiek-maszyna
Szef podejmujący decyzje	<ul style="list-style-type: none">- ludzkie przywództwo ustępuje sile algorytmów, a rolą pracowników jest poszerzanie granic skutecznej autonomii algorytmów- w firmach wdrażających ten model sztucznej inteligencji maszyny dokonują transakcji i inwestycji, których ludzie nie rozumieją w sensie poznawczym. Wytwarzają także uzasadnienia i narrację, które wyjaśniają ludziom decyzje przez nie podejmowane

Bazujące na antropomorfizacji modele wykorzystania sztucznej inteligencji

Typ modelu sztucznej inteligencji	Specyfika
Autonomiczny doradca strategiczny	<ul style="list-style-type: none">- autonomiczne algorytmy służą ocenie i wydawaniu zaleceń- w gestii pracowników, którzy nadzorują algorytmy pozostaje decyzja o tym, jak implementować te zalecenia- analitycy danych pełnią funkcję pośrednika między kierownictwem wyższego szczebla a tymi obszarami firmy, w których zostały wdrożone algorytmy
Autonomiczny outsourcer	<ul style="list-style-type: none">- algorytmizacja przybiera formę outsourcingu procesów biznesowych- analitycy danych są menedżerami projektów

**Badania zrealizowano jako część projektu
„Nowe formy i technologie narracji”. Projekt finansowany w ramach
programu pod nazwą „Regionalna Inicjatywa Doskonałości”
w latach 2019–2023, nr projektu 023/RID/2018/19**

**Źródła slajdów 10 – 15: Magdalena Sobocińska, badania własne: „Znaczenie
Internetu w działaniach marketingowych podmiotów sektora kreatywnego oraz w
procesach decyzyjnych odbiorców kultury”**

Rola i zakres zastosowań nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych w zarządzaniu instytucjami kultury oraz w procesach decyzyjnych uczestników kultury

Podejście pozytywistyczne

Cechy i założenia

obiektywizm, weryfikacjonizm, kwantyfikowalność, koherencja, stosowanie statystycznej analizy danych i uzyskanie ogólnego obrazu rzeczywistości

Respondenci

- dyrektorzy naczelni, dyrektorzy/kierownicy artystyczni, kierownicy działów marketingu/promocji/ sprzedaży oraz właściciele instytucji kultury

Respondenci

- **uczestnicy kultury w wieku 18-65 lat**

Metoda i technika badawcza oraz liczebność próby

- metoda ilościowa: **321** wspomaganym komputerowo wywiadów telefonicznych (CATI)

Metoda i technika badawcza oraz liczebność próby

- metoda ilościowa: **1000** kwestionariuszy ankiet pozyskanych z ePanelu

Narzędzie badawcze

- kwestionariusz komputerowo wspomaganego wywiadu telefonicznego

Narzędzie badawcze

- kwestionariusz ankiety w formie elektronicznej

Informacje o badaniu



CEL BADANIA: identyfikacja postaw wobec nowych technologii w kulturze



3 FGI



120
minut



8 osób
na 1 FGI



Warszawa, Wrocław,
Włocławek

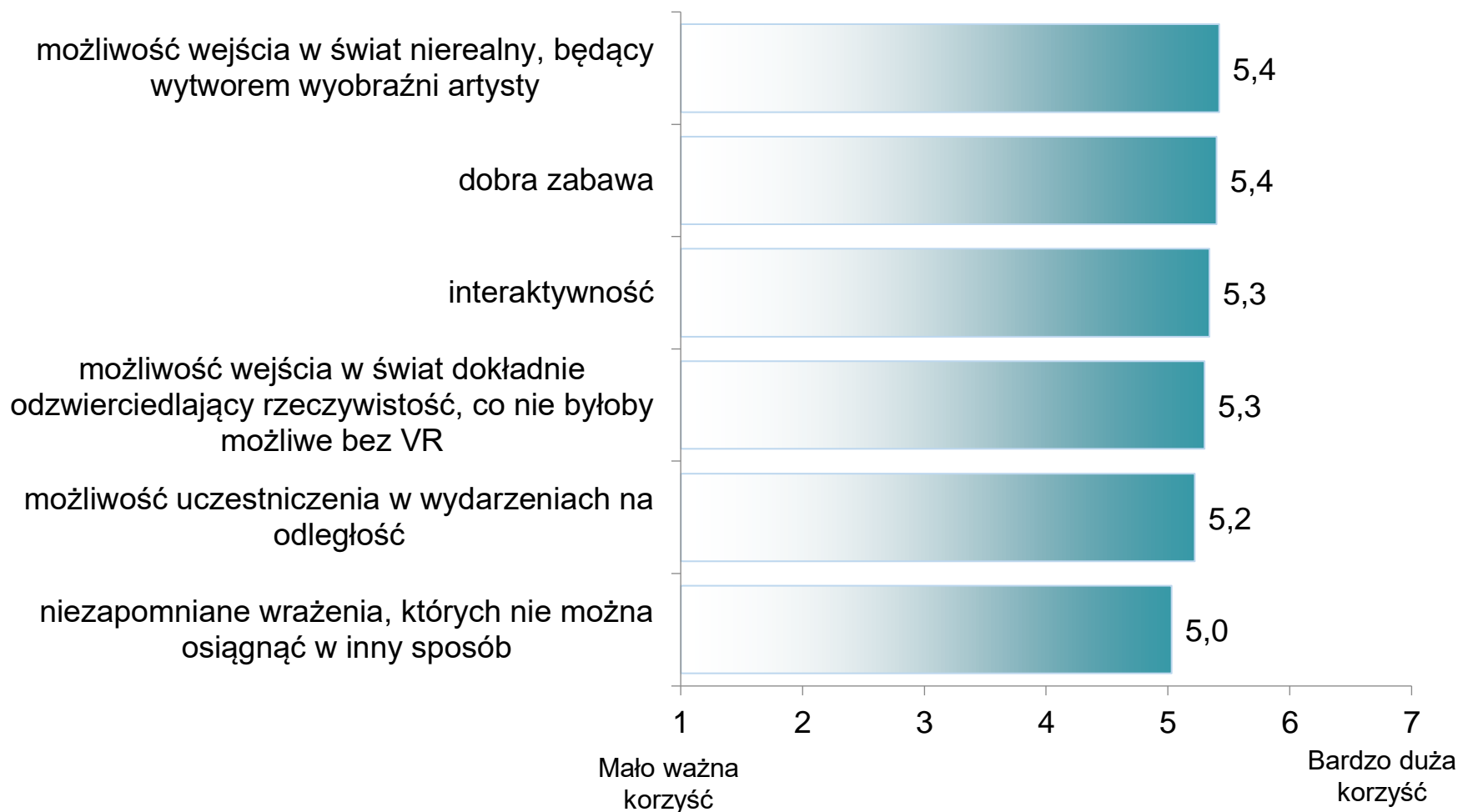
- Identyfikacja postaw wobec nowych technologii (Internetu, wirtualnej i poszerzonej rzeczywistości);
- Identyfikacja zakresu ich zastosowań w kulturze;
- Określenie kierunków rozwoju działań bazujących na nowych mediach na etapie tworzenia, dystrybucji i promocji oferty sektora kreatywnego.

KRYTERIA REKRUTACYJNE

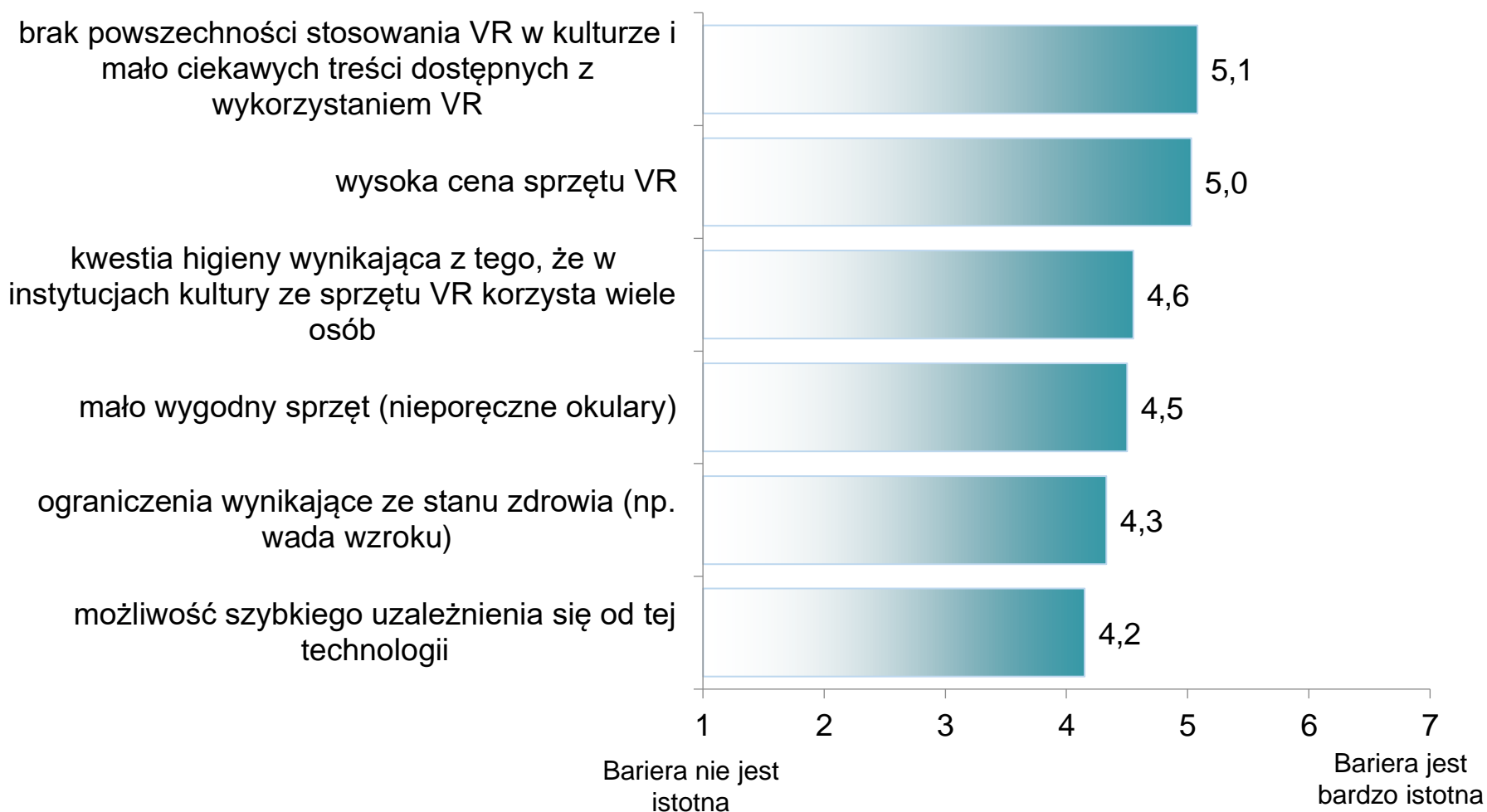
Uczestnicy kultury, osoby regularnie korzystające z różnych form kultury.

- 1 FGI Warszawa – osoby w wieku 19–25 lat
- 1 FGI Wrocław – osoby w wieku 26–35 lat
- 1 FGI Włocławek – osoby w wieku 36–55 lat

Ocena korzyści wynikające z korzystania z VR podczas uczestnictwa w kulturze



Ocena znaczenia barier korzystania z VR – opinie odbiorców

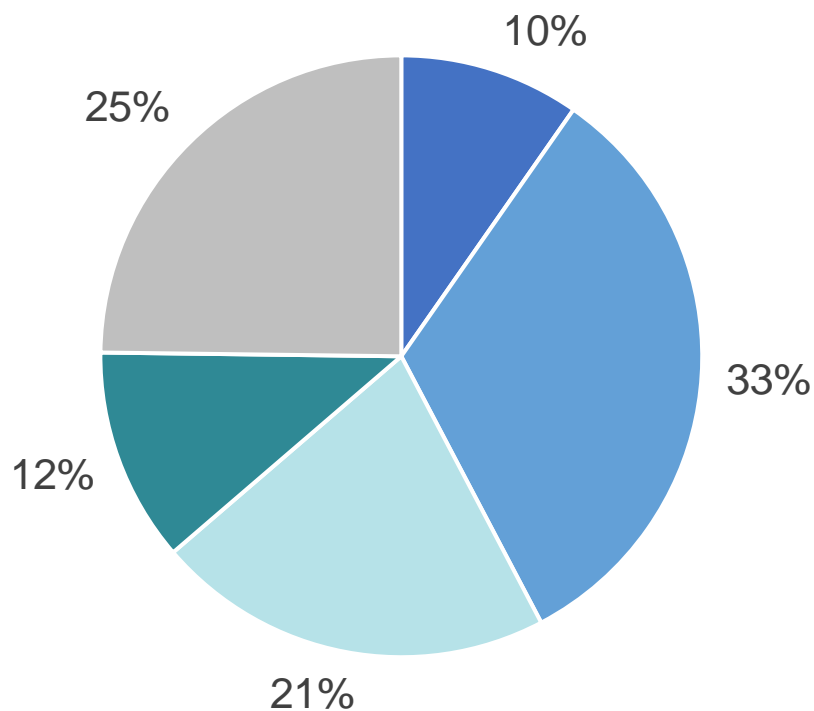


Rola sztucznej inteligencji w zarządzaniu kulturą (opinie decydentów w instytucjach kultury)



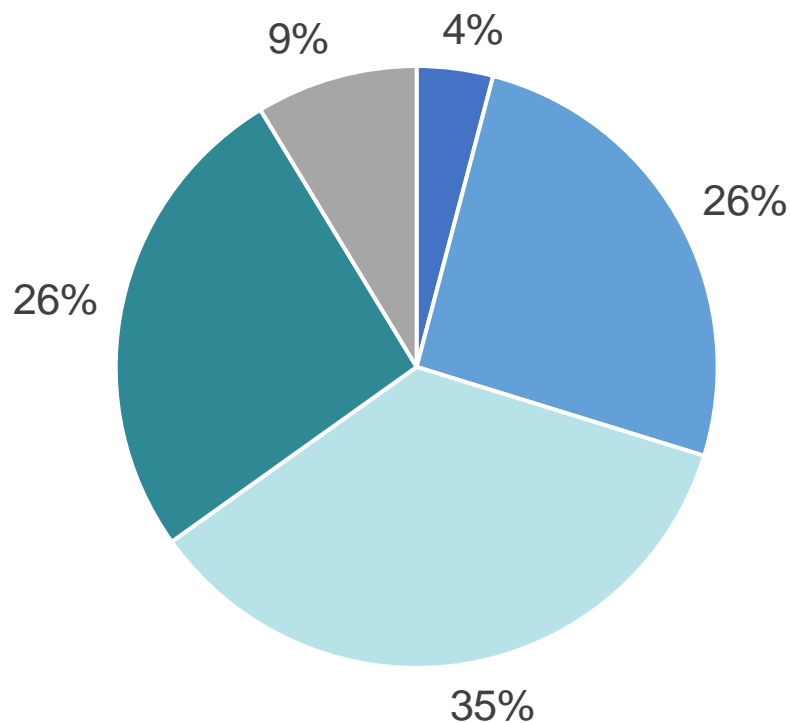
Czy w sferze kultury powinna znajdować zastosowanie sztuczna inteligencja?

Odbiorcy kultury



- zdecydowanie się zgadzam
- raczej nie zgadzam się
- trudno powiedzieć

Instytucje kultury



- raczej zgadzam się
- zdecydowanie się nie zgadzam