

R A P O R T

Taniec w relacji z biznesem i technologią - dobre praktyki i synergia działań



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



rezonanse
kultury

Spis treści

Wprowadzenie	3
Kontekst i znaczenie projektu	5
Cele i przebieg projektu	10
Wnioski ze spotkań badawczych	11
Rekomendacje – model współpracy	17

Wprowadzenie

Taniec, jako jedna z najstarszych form ekspresji artystycznej, od wieków odgrywał kluczową rolę w kulturze i społeczeństwie. Jego siła tkwi niejednokrotnie w połączeniu pracy ciała i emocji, które razem tworzą unikalny środek komunikacji. Współczesny taniec to nie tylko sztuka, ale również dynamiczna branża, obejmująca szeroki zakres stylów, form i zastosowań – od klasycznego baletu, przez taniec współczesny, aż po nowoczesne choreografie wykorzystujące elementy akrobatyki i interaktywnych technologii. Ruch na scenie – w szczególności jeśli chodzi o formy łączące taniec i performans – staje się coraz bardziej złożony, a same spektakle taneczne wymagają zaawansowanego planowania i organizacji. Ich produkcja wieloetapowy proces, obejmujący zarówno aspekty artystyczne, jak i logistyczne: od przygotowania choreografii, powstanie wersji scenicznej, przez zaplecze techniczne, aż po marketing i dystrybucję treści do szerokiej publiczności.

Z perspektywy organizacyjnej taniec funkcjonuje w obrębie wielu podmiotów – od niezależnych twórców, poprzez organizacje pozarządowe, aż po instytucje kultury (tych jest zdecydowanie mniej, jeśli chodzi o polskie środowisko). Każdy projekt artystyczny wymaga odpowiedniego finansowania, strategii promocyjnej i efektywnego zarządzania. Nie zawsze jednak zapewnienie najlepszych standardów jest możliwe – zależy to od wielu czynników, przede wszystkim jednak od odpowiedniego finansowania projektów/organizacji/artystów. Przypomnieć należy, że na polskim gruncie spotykamy się przede wszystkim z finansowaniem i organizowaniem wydarzeń tanecznych w oparciu o środki publiczne, a stroną koordynacyjno-produkcyjną zajmują się przede wszystkim instytucje oraz organizacje pozarządowe. Jednakże taki model wydaje się mocno ograniczać możliwości, jakie mają przed sobą twórcy. Dlatego też bardzo istotne wydaje się poszukiwanie innych form wsparcia i współpracy. Kooperacja z sektorem biznesowym staje się więc nieodzownym elementem w myśleniu o przyszłości tańca.

Sponsoring, partnerstwa z markami czy wsparcie ze strony prywatnych inwestorów to coraz częściej wykorzystywane narzędzia do rozwoju różnych przedsięwzięć (w tym także kulturalnych), organizacji wydarzeń oraz budowania nowoczesnej infrastruktury. Ponadto, w dobie cyfrowej rewolucji istotnym aspektem jest promocja poprzez media społecznościowe, streaming spektakli oraz tworzenie innowacyjnych projektów łączących ruch z nowoczesnymi technologiami. Nie można o tym zapominać w myśleniu o nowoczesnej społeczności tańca.

Taniec nie pozostaje obojętny na rozwój technologii, a wręcz przeciwnie – wchodzi z nią w coraz bardziej kreatywny dialog. Technologie cyfrowe otwierają przed tancerzami, choreografami i organizatorami nowe możliwości, m.in. poprzez zastosowanie rzeczywistości rozszerzonej (AR), wirtualnej rzeczywistości (VR) czy sztucznej inteligencji (AI) do analizowania i optymalizacji ruchu. Produkcje taneczne coraz częściej wykorzystują interaktywne projekcje.

Relacja między tańcem, biznesem i technologią może więc stać się nie tylko sposobem na rozwój artystyczny, ale także na kreowanie innowacyjnych modeli biznesowych w kulturze. Tym samym taniec może w przyszłości być nie tylko formą sztuki, ale także dynamiczną gałęzią przemysłu kreatywnego, w której przenikają się różne sektory gospodarki, kreując nowoczesne rozwiązania zarówno w obszarze artystycznym, jak i komercyjnym. W niniejszym dokumencie przedstawione zostaną wnioski z przeprowadzonego projektu, w którym poświęcono uwagę możliwym do osiągnięcia relacjom sektora prywatnego i technologii oraz sztuki tańca. Skupiono się na specyfice każdej z tych sfer, przy jednoczesnym poszukiwaniu możliwości ich połączenia. Zebrane wnioski tworzą podstawę do dalszych rozważań na temat możliwych połączeń międzysektorowych oraz rozwiązań możliwych do wdrożenia.

Zespół badawczy
Fundacji Rezonanse Kultury

Kontekst i znaczenie projektu

Gospodarka kreatywna

Gospodarka kreatywna jest jednym z kluczowych zjawisk współczesnego świata, stanowiącym odpowiedź na zmiany strukturalne zachodzące w globalnej gospodarce. Jest to sektor, który łączy kreatywność, innowacyjność i kulturę z produkcją dóbr i usług, przyczyniając się do wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy i poprawy jakości życia. Obejmuje działalności, które opierają się na indywidualnej kreatywności, umiejętnościach i talentach, a także mają potencjał generowania miejsc pracy poprzez wytwarzanie i eksploatację własności intelektualnej.

Obejmuje ona różnorodne sektory, takie jak sztuka, design, film, muzyka, moda, gry komputerowe, architektura czy reklama. Wspólną cechą tych sektorów jest ich zależność od zasobów niematerialnych, takich jak wiedza, kreatywność i innowacyjność, które są kluczowymi elementami procesu produkcji.

Gospodarka kreatywna wyróżnia się kilkoma kluczowymi cechami, które odróżniają ją od tradycyjnych sektorów gospodarki:

- kreatywność jako surowiec: podstawą gospodarki kreatywnej jest kreatywność ludzka, która staje się zasobem porównywalnym z kapitałem finansowym czy materialnym w tradycyjnej gospodarce
- zorientowanie na innowacje: działalności kreatywne często prowadzą do tworzenia nowych produktów, usług i modeli biznesowych, które zmieniają sposób funkcjonowania rynków
- rola własności intelektualnej: w gospodarce kreatywnej własność intelektualna pełni kluczową rolę jako zabezpieczenie praw twórców i źródło generowania przychodów
- wpływ technologii: nowoczesne technologie, zwłaszcza cyfrowe, umożliwiają rozwój gospodarki kreatywnej, rozszerzając zasięg jej produktów i usług na rynki globalne

- interdyscyplinarność: gospodarka kreatywna łączy różne dziedziny wiedzy i działalności, co sprzyja współpracy międzysektorowej i synergii

Gospodarka kreatywna odgrywa kluczową rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym, zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym, przyczyniając się do wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy, rozwoju społeczności lokalnych oraz promocji kultury. Jest to jeden z najszybciej rozwijających się sektorów światowej gospodarki, znacząco wpływający na wzrost PKB wielu krajów. Działalność kreatywna generuje miliony miejsc pracy na całym świecie, oferując różnorodne możliwości zawodowe zarówno w tradycyjnych zawodach artystycznych, jak i w nowoczesnych dziedzinach związanych z technologiami cyfrowymi. Ponadto, inicjatywy w ramach tego typu gospodarki wspierają rozwój lokalnych społeczności, ożywiają obszary miejskie i wiejskie oraz sprzyjają przedsiębiorczości. Istotnym aspektem jej znaczenia jest również zachowanie i promocja dziedzictwa kulturowego, co jednocześnie przyczynia się do budowy pozytywnego wizerunku krajowego.

Wzrost znaczenia gospodarki kreatywnej

Wzrost znaczenia gospodarki kreatywnej we współczesnym świecie wynika z kilku istotnych czynników, które odzwierciedlają zmieniającą się naturę globalnej gospodarki oraz ewolucję rynków pracy, technologii i kultury. Przede wszystkim gospodarka kreatywna odpowiada na rosnące znaczenie wiedzy, innowacyjności i twórczości jako kluczowych zasobów ekonomicznych. W dobie cyfryzacji i globalizacji sektory kreatywne zyskują na znaczeniu, ponieważ pozwalają na szybkie wprowadzanie innowacji, adaptację do dynamicznie zmieniających się rynków oraz budowanie przewagi konkurencyjnej opartej na oryginalności i jakości.

Jednym z istotnych czynników wzrostu jest cyfryzacja, która umożliwia twórcom i przedsiębiorstwom kreatywnym dotarcie do szerokiej publiczności w sposób szybki i efektywny. Rozwój technologii cyfrowych, takich jak platformy streamingowe, media społecznościowe, sztuczna inteligencja i blockchain, rewolucjonizuje sposób tworzenia, dystrybucji i monetyzacji treści kreatywnych. Dzięki temu twórcy mogą osiągać globalny zasięg, jednocześnie minimalizując koszty operacyjne. Cyfryzacja ułatwia także

współpracę między różnymi sektorami gospodarki kreatywnej, co prowadzi do powstawania nowych produktów, usług i doświadczeń.

Na poziomie lokalnym gospodarka kreatywna przyczynia się do rewitalizacji obszarów miejskich i wiejskich. Dzięki inicjatywom takim jak centra kreatywności, festiwale artystyczne czy przestrzenie coworkingowe, wiele obszarów, które wcześniej były zaniedbane, zyskuje nowe życie jako dynamiczne ośrodki innowacji i przedsiębiorczości. Takie procesy można zaobserwować w miastach postindustrialnych, które przekształcają swoje stare fabryki w przestrzenie kreatywne, przyciągając nowe inwestycje i zwiększając atrakcyjność turystyczną.

Rola tańca jako elementu kultury i sztuki w gospodarce kreatywnej

Taniec stanowi istotny element dziedzictwa kulturowego, który znajduje odzwierciedlenie w tradycyjnych formach artystycznych oraz współczesnych widowiskach scenicznych. Festiwale taneczne, spektakle baletowe, konkursy i wydarzenia promujące różne style tańca generują dochody z biletów, transmisji online oraz sponsoringu, przyczyniając się do wzrostu gospodarczego miast i regionów. Sektor taneczny zatrudnia szeroką grupę specjalistów, obejmując zarówno artystów, jak i profesjonalistów zajmujących się organizacją, promocją i zarządzaniem projektami artystycznymi. Wśród kluczowych ról wyróżnić można tancerzy, choreografów, nauczycieli tańca, producentów, specjalistów ds. promocji czy techniki. Każda z tych grup odgrywa istotną rolę w funkcjonowaniu branży tanecznej, tworząc kompleksowy ekosystem ekonomiczny, w którym współdziałają instytucje publiczne (w dużej mierze), prywatne (rzadziej) oraz organizacje pozarządowe (także bardzo często).

Organizacja spektakli tanecznych wymaga skomplikowanej koordynacji logistycznej, finansowania oraz efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi. Proces ten obejmuje zarówno fazę koncepcyjną, w której tworzona jest choreografia, jak i fazę produkcyjną, gdzie kluczową rolę odgrywają próby oraz przygotowanie przestrzeni scenicznej. Współczesne spektakle coraz częściej integrują technologie multimedialne, takie jak projekcje wideo, interaktywne efekty świetlne czy wykorzystanie sztucznej inteligencji do analizy i optymalizacji ruchu tancerzy, co dodatkowo zwiększa stopień ich

skomplikowania. Jest jednak coraz bardziej interesujące w kontekście przyciągnięcia publiczności, a co za tym idzie – generowania przychodów z organizacji wydarzenia. Dzięki rosnącej cyfryzacji i integracji z platformami medialnymi, taniec staje się coraz bardziej dostępny i zyskuje nowe kanały, umożliwiające jego finansowanie.

Istotnym aspektem zarządzania w sektorze tańca jest finansowanie produkcji artystycznych. Tradycyjne instytucje kultury, takie jak teatry i opery, otrzymują głównie wsparcie ze środków publicznych, jednak niezależne grupy, organizacje pozarządowe oraz indywidualni artyści często opierają się na finansowaniu hybrydowym. Obejmuje ono granty i dotacje (w głównej mierze; pochodzą one ze środków publicznych), ale także crowdfunding, współpracę z prywatnymi sponsorami (bardzo rzadko) czy wchodzenie we współpracę barterowe. Współczesny taniec coraz częściej wpisuje się w sektor kreatywny poprzez komercjalizację treści artystycznych. Oprócz spektakli na żywo, rozwijają się nowe formy dystrybucji tanecznej sztuki – od nagrań wideo sprzedawanych na platformach streamingowych, przez kursy online, po interaktywne wydarzenia, w których publiczność może uczestniczyć w spektaklach poprzez technologie VR (wirtualnej rzeczywistości). Modele te pozwalają na skalowanie działalności artystycznej i zwiększanie jej zasięgu, co przyczynia się do wzrostu znaczenia tańca jako elementu gospodarki kreatywnej.

Rozwój nowych technologii i sektora przedsiębiorstw

Nowe technologie stanowią kluczowy czynnik rozwoju przedsiębiorstw, wpływając na efektywność operacyjną, innowacyjność i konkurencyjność rynkową. Automatyzacja procesów, sztuczna inteligencja, analiza danych oraz technologie chmurowe zmieniają sposób funkcjonowania firm w różnych sektorach gospodarki, od produkcji po usługi i handel.

Wdrażanie systemów automatyzacji pozwala na redukcję kosztów operacyjnych oraz eliminację błędów ludzkich w procesach produkcyjnych i logistycznych. W sektorze usług automatyzacja objawia się wdrażaniem chatbotów, systemów obsługi klienta oraz oprogramowania RPA (Robotic Process Automation), które pozwala na realizację powtarzalnych zadań administracyjnych, takich jak fakturowanie, przetwarzanie

dokumentów czy analiza danych księgowych. Sztuczna inteligencja (AI) umożliwia przedsiębiorstwom analizowanie ogromnych zbiorów danych w celu optymalizacji procesów decyzyjnych. Algorytmy machine learning pozwalają na przewidywanie trendów rynkowych, personalizację ofert oraz automatyczne zarządzanie kampaniami marketingowymi. W e-commerce z kolei systemy rekomendacyjne oparte na AI zwiększają sprzedaż poprzez dopasowanie ofert do preferencji użytkowników.

W przemyśle koncepcja Przemysłu 4.0 zakłada integrację inteligentnych maszyn, czujników i systemów analitycznych, które umożliwiają pełną automatyzację zakładów produkcyjnych. Analiza danych w czasie rzeczywistym pozwala na predykcyjną konserwację maszyn, redukcję zużycia energii oraz optymalizację procesów logistycznych. Blockchain, jako zdecentralizowana technologia rejestrów, znajduje zastosowanie w sektorze finansowym, logistyce oraz zarządzaniu łańcuchem dostaw. Przedsiębiorstwa wykorzystują inteligentne kontrakty do automatyzacji transakcji, eliminując pośredników i zwiększając bezpieczeństwo wymiany danych. Z kolei technologia 5G zwiększa przepustowość i szybkość transmisji danych, co ma kluczowe znaczenie dla rozwoju zdalnej pracy oraz automatyzacji. Firmy wykorzystują 5G do usprawnienia procesów operacyjnych, zdalnego zarządzania produkcją oraz analizy danych w czasie rzeczywistym.

Nowe technologie zmieniają rynek pracy, zwiększając zapotrzebowanie na specjalistów IT, analityków danych, inżynierów automatyzacji oraz ekspertów ds. cyberbezpieczeństwa. Wraz z automatyzacją wielu procesów tradycyjne stanowiska ulegają modyfikacji, a rosnące znaczenie kompetencji cyfrowych wymusza konieczność stałego podnoszenia kwalifikacji przez pracowników. Rozwój AI oraz robotyzacja nie eliminują miejsc pracy, lecz zmieniają ich charakter – firmy inwestują w programy reskillingowe, umożliwiające przekwalifikowanie pracowników do nowych ról w cyfrowej gospodarce.

Jak widać, możliwości jest wiele. Jesteśmy dziś w momencie, gdy zmiany w sektorze kultury wydają się nieuniknione. Taniec jako jedna ze sztuk może wykorzystywać potencjał nowych technologii oraz rozwijającej się gospodarki kreatywnej, której jest częścią. Dlatego tak ważne jest, by obie te sfery zaczęły dialog, przestały mówić odrębnymi językami, a poszukały przestrzeni wspólnych oraz możliwości współpracy.

Cele i przebieg projektu

Celem projektu było stworzenie przestrzeni do dialogu i współpracy między środowiskiem tańca a sektorem biznesu, nauki i technologii. Projekt miał charakter edukacyjno-badawczy i dążył do poznania wzajemnych oczekiwań oraz możliwości współpracy pomiędzy tymi sektorami. Istotnym elementem było opracowanie strategii współdziałania oraz stworzenie rekomendacji, które mogą być implementowane zarówno na poziomie lokalnym, jak i krajowym.

W ramach realizacji projektu, w części badawczej miały miejsce:

3 spotkania
warsztatowo-
seminaryjne

dotatkowe
konsultacje z
przedstawicielami
środowiska tańca,
technologii i biznesu

zebranie rekomendacji
w ramach
udostępnionej ankiety
internetowej

Podczas spotkań omawiane były potrzeby obu środowisk (tańca oraz biznesu i technologii) oraz możliwe oczekiwania co do współpracy. W związku z tym, że spotkania te nie wyczerpały tematu oraz wykaz sporządzonych rekomendacji wydawał się niepełny, zdecydowano o przeprowadzeniu dodatkowych konsultacji oraz udostępnienie internetowo ankiety, w której możliwe było udzielenie odpowiedzi na pytania dotyczące potrzeb, oczekiwań czy dobrych praktyk.

Na podstawie przeprowadzonych działań skonstruowany został niniejszy dokument. Na zakończenie projekt zrealizowane zostały panele dyskusyjne, z których wnioski także dodano do niniejszego raportu.

Wnioski ze spotkań badawczych

Duże przedsiębiorstwa najczęściej wchodzi w współpracę z większymi instytucjami kulturalnymi, których działania docierają do szerokiego grona odbiorców. Mechanizm ten pomaga zwiększyć rozpoznawalność i budować pozytywny wizerunek firmy. Nie oznacza to jednak, że artyści niezależni, czy mniejsze organizacje pozarządowe nie mają możliwości nawiązania kontaktu z biznesem. Specjaliści ze środowiska tańca zwracają uwagę na dobre praktyki, które mogą doprowadzić do osiągnięcia tego celu.

1. Dobre praktyki:

- **Szukanie kontaktów z biznesem lokalnie**

Łatwiej nawiązać relację, wspólnie działać w mniejszej społeczności, mieście. Zwiększa się szansa na to, że informacja o tym, czym zajmuje się organizacja, dotrze do potencjalnego sponsora. Jest prawdopodobne, że weźmie udział w wydarzeniu, dzięki któremu sam zainteresuje się jej działalnością. Taka sytuacja sprzyja odnalezieniu własnego mecenasa wśród polityków, ludzi biznesu.

- **Bezpośrednie spotkanie**

Do wejścia w współpracę z biznesem lub uzyskania dofinansowania konieczne jest zaaranżowanie bezpośredniego spotkania z osobami zarządzającymi firmą. Aby do takiego spotkania doszło, często przedstawiciele organizacji muszą włożyć sporo wysiłku, odbyć wiele rozmów z działem promocji lub sięgnąć po pomoc eksperta. Komunikacja za pośrednictwem poczty elektronicznej jest w tym wypadku nieskuteczna.

- **Dobrze przygotowana prezentacja**

Profesjonalnie przygotowana prezentacja przedstawiająca informacje o tym, w jaki sposób działa organizacja, jakie cele realizuje.

- **Podejście marketingowe**

Przekonanie sponsora do współpracy wiąże się z umiejętnością zaoferowania mu czegoś w zamian. Firma musi odnieść konkretne korzyści (np. wizerunkowe) z nawiązania partnerstwa z organizacją.

- **Promocja w mediach społecznościowych**

Do rozpowszechnienia informacji o działalności, wydarzeniach, można wykorzystać media społecznościowe. Jeśli organizacja nie ma dużych zasięgów, w promocję trzeba będzie zainwestować i np. zatrudnić influencera.

2. Wyzwania, którym muszą sprostać mniejsze organizacje:

Mniejszym organizacjom brakuje ludzkich zasobów, czasu, często kwalifikacji biznesowych, które ułatwiłyby odpowiednie zareklamowanie się, dotarcie do potencjalnych sponsorów.

Umowy sponsorskie dotyczące nawet niewielkiego dofinansowania, nakładają na otrzymujących wsparcie wiele obowiązków, z których muszą się wywiązać.

3. Różne formy współpracy biznesowej

Współpraca biznesowa może przybierać różne formy, niekoniecznie wsparcia finansowego. Może polegać np. na udostępnieniu przez firmę przestrzeni pod wydarzenie, czy współdziałania przy realizacji projektu.

Osoby i organizacje pozarządowe związane ze światem tańca stale poszukują nowych rozwiązań, które umożliwią im nawiązanie relacji z biznesem, pozyskanie sponsorów oraz nowych kanałów promocji. Nie zawsze łatwo jest im otrzymać wsparcie finansowe, więc współpraca z biznesem przybiera różne formy.

MODELE RELACJI TAŃCA Z BIZNESEM:

1. Prywatne przedsiębiorstwo

Prowadzenie własnej działalności gospodarczej (np. szkoły tańca) jest najczęściej spotykaną formą relacji tańca z biznesem. Bywa łączona z pracą w organizacjach pozarządowych.

2. Wchodzenie we współpracę z większą instytucją

Duże przedsiębiorstwa chętnie wchodzą w korelacje z instytucjami kultury, by dotrzeć do szerszych kręgów odbiorców. Większe instytucje są w odpowiedni sposób przygotowane do współpracy barterowej, czy sponsoringu. Dysponują liczną publicznością, mogą również zapewnić firmom atrakcyjną formę promocji.

Mniejsze organizacje mogą skorzystać z pomocy większych instytucji, by nawiązać kontakty biznesowe. Realizując projekty w przestrzeni znanego teatru, galerii, zwiększają swoje szanse na zdobycie wsparcia od potencjalnych sponsorów. Istotne jest wybieranie do organizacji wydarzeń miejsc ciekawych, nowych, przyciągających odbiorców.

3. Układ barterowy

Wsparcia finansowego ze strony biznesu często jest poza zasięgiem artystów niezależnych. Barter pozwala na wymianę usług, towarów, przynosi więc korzyści każdej ze stron umowy.

Dzięki tej metodzie firma może udostępnić artystom sprzęt, towary, które zostają wykorzystane do realizacji projektu. W zamian za to otrzymuje wyrafinowaną formę reklamy, która wyróżni ją na tle innych przedsiębiorstw, zwiększy jej prestiż. Z tego powodu zdarza się, że ludzie biznesu z własnej inicjatywy poszukują artystów do współpracy.

4. Relacja oparta na wzajemnej promocji

Spektakle, wydarzenia taneczne to sytuacje, które stanowią doskonałą okazję do zaprezentowania własnego produktu handlowego. Współpraca przy organizacji przedsięwzięć kulturalnych przez przedstawicieli świata tańca i biznesu zwiększa skuteczność akcji promocyjnej.

Przykłady wzajemnej promocji:

- biznes gastronomiczny prezentuje produkty w formie cateringu,
- marka odzieżowa zapewnia kostiumy do spektaklu,
- producenci żywności dostarczają lokalne produkty na międzynarodowe wydarzenie.

5. Wspólnego działanie dla jednego celu

W realizacji wydarzenia mogą dobrowolnie wziąć udział osoby, które interesują się tym samym tematem, którego projekt dotyczy. Zaproszenie do współpracy takich ludzi może pomóc w uzyskaniu dodatkowego wsparcia np. influencerów, którzy udostępnią informacje o akcji na swoich kanałach.

6. Taniec jako produkt

Artyści wchodzą w świat biznesu, myśląc o tańcu jako obiekcie handlowym, który można sprzedać.

WYKORZYSTYWANE NOWYCH TECHNOLOGII PRZEZ ŚRODOWISKO TAŃCA:

1. Wpływ technologii na środowisko taneczne

Nowe technologie zmieniają sposoby tworzenia, dystrybucji i odbioru sztuki tanecznej. Poziom ich adaptacji w Polsce zależy od dostępności środków finansowych, kompetencji cyfrowych artystów oraz infrastruktury technicznej.

2. Rola mediów cyfrowych w promocji i edukacji

Platformy cyfrowe i media społecznościowe stały się kluczowym narzędziem budowania wizerunku tancerzy i instytucji. Transmisje online, kursy e-learningowe oraz treści wideo ułatwiają dostęp do edukacji tanecznej i pozwalają na dotarcie do nowych odbiorców. Wciąż istnieją wyzwania związane z monetyzacją treści cyfrowych, ochroną praw autorskich oraz profesjonalizacją działań promocyjnych w sieci.

3. Zastosowanie technologii w produkcji artystycznej

Technologie immersyjne (VR, AR) otwierają nowe możliwości tworzenia choreografii i interakcji z widzami. Analiza ruchu i sztuczna inteligencja wspierają rozwój techniki tanecznej, ułatwiając doskonalenie ruchów oraz profilaktykę urazów. W Polsce są jeszcze wykorzystywane w małym stopniu, jednak wielu artystów chciałoby zwiększyć wiedzę i umiejętności w tym obszarze.

4. Technologie w zarządzaniu organizacjami tanecznymi

Automatyzacja administracji, analiza danych i narzędzia do zarządzania projektami mogą zwiększyć efektywność działalności instytucji tanecznych. Wykorzystanie platform crowdfundingowych oraz grantowych staje się coraz istotniejszym sposobem finansowania projektów tanecznych.

5. Wyzwania i potrzeby środowiska tańca

- Istnieje potrzeba rozwijania kompetencji cyfrowych wśród artystów i menedżerów kultury.
- Współpraca między środowiskiem artystycznym, instytucjami kultury i sektorem technologicznym jest kluczowa dla skutecznego wdrażania innowacji.
- Konieczne jest strategiczne podejście do wykorzystania technologii, uwzględniające równowagę między tradycyjnymi formami tańca a nowoczesnymi rozwiązaniami.

POTENCJALNE TRUDNOŚCI

1. **Brak wspólnego języka:** Istnieje trudność w komunikacji między światem sztuki a światem biznesu, co prowadzi do sytuacji, w której obie strony nie rozumieją się nawzajem. Artyści i przedstawiciele biznesu często posługują się różnymi terminologiami i mają różne oczekiwania, co utrudnia współpracę.
2. **Edukacja i przygotowanie:** W szkołach artystycznych brakuje przygotowania studentów do realiów rynku pracy, co skutkuje ich trudnościami w nawiązywaniu współpracy z biznesem. Uczelnie powinny wprowadzać programy, które uczą, jak efektywnie współpracować z sektorem prywatnym.
3. **Niedostateczne zrozumienie wartości sztuki:** Wiele firm nie dostrzega wartości, jaką sztuka może wnieść do ich działalności, co prowadzi do ograniczonego zainteresowania współpracą. Sztuka często postrzegana jest jako dodatek, a nie jako integralny element strategii rozwoju.
4. **Regulacje i oczekiwania:** Współpraca między sztuką a biznesem często jest ograniczona przez regulacje i formalne oczekiwania, które mogą nie uwzględniać kreatywności i innowacyjności, jakie sztuka może wnieść do biznesu.
5. **Profesjonalizacja obu stron:** Zarówno artyści, jak i przedstawiciele biznesu muszą dążyć do profesjonalizacji swoich działań. Artyści powinni nauczyć się języka biznesowego, a biznes powinien być bardziej otwarty na włączenie sztuki w swoje strategie.

Rekomendacje – model współpracy

Współpraca pomiędzy środowiskiem tańca a biznesem oraz sektorem technologicznym powinna opierać się na wzajemnym uzupełnianiu zasobów i kompetencji. Taniec oferuje unikalną wartość artystyczną i społeczną, natomiast firmy technologiczne i biznes dostarczają innowacyjnych narzędzi, środków finansowych i kanałów promocji. Zintegrowane podejście może przyczynić się do rozwoju sektora tanecznego, zwiększenia jego wpływu na gospodarkę kreatywną oraz stworzenia nowoczesnych modeli biznesowych.

Główne obszary współpracy:

Finansowanie i sponsoring

- wykorzystanie zasobów biznesowych do wsparcia projektów tanecznych

Wykorzystanie nowych technologii w produkcji artystycznej

- integracja narzędzi cyfrowych w tworzeniu choreografii i spektakli

Digitalizacja i promocja tańca

- wykorzystanie mediów społecznościowych, platform streamingowych oraz marketingu cyfrowego

Edukacja i rozwój kompetencji

- szkolenia dla artystów, managerów, organizacji, wzmacnianie kompetencji oraz budowanie interdyscyplinarnych zespołów, by środowisko tańca mogło świadomie wychodzić z ofertą do biznesu

Nowe modele biznesowe dla tańca

- monetyzacja treści i wzmocnienie sztuki tańca w obiegu komercyjnym; zmiana polegająca na dywersyfikacji źródeł finansowania oraz tworzeniu strategii networkingowych

Modele finansowania i sponsoringu

Finansowanie pozostaje jednym z kluczowych wyzwań w środowisku tanecznym, gdzie większość projektów artystycznych uzależniona jest od środków publicznych. Alternatywne źródła finansowania mogą przyczynić się do większej stabilności finansowej oraz dynamicznego rozwoju branży tanecznej.

Potencjalne modele finansowania:

- **Sponsoring prywatny:** partnerstwo z markami i firmami z sektora prywatnego w celu finansowania wydarzeń, edukacji i infrastruktury tanecznej.
- **Crowdfunding:** platformy finansowania społecznościowego umożliwiające odbiorcom wspieranie projektów artystycznych.
- **Barterowa wymiana zasobów:** firmy mogą udostępniać sprzęt, technologie oraz przestrzeń do prób w zamian za promocję w ramach wydarzeń tanecznych.
- **Komercjalizacja sztuki tanecznej:** sprzedaż treści cyfrowych, transmisji online oraz licencji na wykorzystanie choreografii.

Wykorzystanie nowych technologii w tańcu

Nowe technologie mogą stać się integralnym elementem procesu twórczego, podnosząc jakość spektakli tanecznych oraz zwiększając ich dostępność dla szerokiej publiczności.

Przykłady zastosowania technologii w tańcu:

- **VR i AR w spektaklach tanecznych:** wykorzystanie rzeczywistości wirtualnej (VR) i rozszerzonej (AR) do tworzenia immersyjnych doświadczeń dla widzów.
- **Analiza ruchu i sztuczna inteligencja:** AI wspiera rozwój techniki tanecznej poprzez optymalizację ruchu, analizę postawy oraz profilaktykę urazów.
- **Sensory i interaktywne scenografie:** technologie umożliwiające tworzenie dynamicznych scenicznych interakcji pomiędzy tancerzem a przestrzenią sceniczną.

- **Automatyzacja produkcji artystycznej:** narzędzia do zarządzania procesem twórczym, organizacji wydarzeń oraz planowania prób.
- **Streaming i transmisje online:** platformy umożliwiające prezentację spektakli w formie nagrań, co pozwala na dotarcie do globalnej publiczności.

Digitalizacja i promocja tańca w mediach

Obecność w przestrzeni cyfrowej jest kluczowym elementem budowania rozpoznawalności artystów oraz instytucji tanecznych. Wykorzystanie narzędzi marketingowych i technologii cyfrowych pozwala na skuteczniejszą promocję projektów tanecznych.

Strategie digitalizacji i promocji:

- **Media społecznościowe i influencer marketing:** budowanie wizerunku artystów poprzez treści wideo, transmisje live i storytelling.
- **Reklama natywna i współpraca z markami:** angażowanie marek w projekty taneczne poprzez tworzenie wspólnych kampanii promocyjnych.
- **Kampanie oparte na analizie danych:** personalizacja działań marketingowych i skuteczniejsze docieranie do docelowych grup odbiorców.
- **Edukacja online:** kursy tańca, webinary i warsztaty prowadzone w formie cyfrowej, co umożliwia globalne dotarcie do odbiorców.

Edukacja i rozwój kompetencji cyfrowych w środowisku tańca

Aby skutecznie wdrożyć technologie do sektora tanecznego, konieczne jest zwiększenie świadomości i umiejętności cyfrowych wśród tancerzy i choreografów.

Kierunki rozwoju edukacji cyfrowej:

- **Szkolenia z obsługi narzędzi cyfrowych:** kursy dotyczące edycji wideo, projektowania interaktywnych scenografii oraz zarządzania mediami społecznościowymi.

- **Programy rezydencyjne dla artystów w sektorze technologicznym:** współpraca z firmami IT w celu opracowania innowacyjnych rozwiązań dla tańca.
- **Tworzenie interdyscyplinarnych zespołów:** łączenie tancerzy z programistami, inżynierami dźwięku i grafikami w celu realizacji nowoczesnych projektów.
- **Współpraca z uczelniami wyższymi:** wdrażanie innowacyjnych kierunków studiów łączących taniec i technologię.

Nowe modele biznesowe dla sektora tańca

Połączenie tańca, biznesu i technologii otwiera nowe możliwości komercjalizacji i monetyzacji sztuki tanecznej.

Potencjalne modele biznesowe:

- **Subskrypcje i dostęp do treści premium:** sprzedaż kursów online, nagrań spektakli oraz ekskluzywnych materiałów dla subskrybentów.
- **Tokenizacja treści tanecznych:** wykorzystanie technologii blockchain do tworzenia unikalnych zasobów cyfrowych związanych z tańcem.
- **Współpraca z markami na zasadzie product placement:** promowanie marek w ramach spektakli tanecznych oraz kampanii reklamowych.
- **Wydarzenia hybrydowe:** łączenie wydarzeń offline z transmisjami online i interaktywnymi treściami cyfrowymi.

Wdrożenie nowoczesnych technologii oraz efektywna współpraca z biznesem wymagają strategicznego podejścia i eliminacji barier.

Możliwe połączenie sztuki i biznesu

1. **Ułatwienie komunikacji:** Należy stworzyć platformy i wydarzenia, które umożliwią lepszą komunikację między światem sztuki a światem biznesu. Wspólne warsztaty i seminaria mogą pomóc w zrozumieniu terminologii oraz oczekiwań obu stron.
2. **Edukacja i przygotowanie:** Uczelnie artystyczne powinny wprowadzić programy edukacyjne, które przygotowują studentów do realiów rynku pracy. Współpraca

z sektorem prywatnym w ramach praktyk i projektów może zwiększyć ich umiejętności w zakresie współpracy z biznesem. Wprowadzenie programów edukacyjnych, które będą uczyć zarówno artystów, jak i przedstawicieli biznesu, jak efektywnie współpracować. Artyści powinni być szkoleni w zakresie języka biznesowego, a biznes powinien być otwarty na włączenie sztuki w swoje strategie.

3. **Promowanie wartości sztuki:** Firmy powinny być edukowane na temat wartości, jaką sztuka może wnieść do ich działalności. Organizowanie prezentacji i case studies, które pokazują korzyści płynące z integracji sztuki w strategię biznesową, może zwiększyć zainteresowanie współpracą.
4. **Eliminacja barier regulacyjnych:** Należy dążyć do uproszczenia regulacji i formalnych oczekiwań, które mogą ograniczać kreatywność i innowacyjność we współpracy między sztuką a biznesem. Warto promować elastyczne podejście do współpracy, które uwzględnia specyfikę obu sektorów.
5. **Profesjonalizacja obu stron:** Artyści powinni rozwijać umiejętności związane z językiem biznesowym, a przedstawiciele biznesu powinni być otwarci na włączenie sztuki w swoje strategie. Wspólne programy rozwoju zawodowego mogą pomóc w budowaniu kompetencji w obu obszarach.
6. **Zmiana narracji:** Należy przekształcić sposób, w jaki mówimy o artystach, z "artystów" na "sektor kreatywny". To pomoże w lepszym zrozumieniu wartości, jaką sztuka wnosi do gospodarki i zmieni postrzeganie artystów jako osób tworzących coś abstrakcyjnego.
7. **Wspieranie długofalowej współpracy:** Zamiast jednorazowych wydarzeń, należy dążyć do długoterminowych partnerstw między artystami a firmami. Taka współpraca przyniesie wymierne efekty zarówno dla artystów, jak i dla biznesu.
8. **Integracja sztuki w przestrzeni publicznej:** Sektor publiczny powinien być bardziej aktywny w włączaniu sztuki w projektowanie przestrzeni publicznych oraz w działaniach promujących kulturę. To może obejmować zatrudnianie artystów do projektowania wizualnego i organizowania wydarzeń kulturalnych.
9. **Budowanie świadomości wartości sztuki:** Firmy powinny być edukowane na temat korzyści płynących z integracji sztuki w ich działalność. To może obejmować organizowanie warsztatów i prezentacji, które pokazują, jak sztuka może wspierać innowacje i rozwój.

10. **Włączenie sztuki w strategię zrównoważonego rozwoju:** Firmy, takie jak Deloitte, zaczęły dostrzegać wartość sztuki w kontekście zrównoważonego rozwoju. Sztuka może przyczynić się do innowacyjnego myślenia i twórczego podejścia w biznesie, co jest kluczowe w dzisiejszych czasach.
11. **Inwestycje w sztukę jako strategia:** Zmiana myślenia o sztuce z perspektywy wsparcia na inwestycję może przynieść korzyści obu stronom. Firmy powinny traktować artystów jako partnerów, a nie tylko jako osoby, które potrzebują wsparcia.
12. **Współpraca z kuratorami i menedżerami:** Inwestowanie w osoby, które łączą świat sztuki z biznesem, takie jak kuratorzy czy menedżerowie projektów, może przynieść pozytywne rezultaty. Przykładem jest program "Stary Browar, Nowy Taniec" realizowany w przeszłości w Poznaniu, który zbudował silne międzynarodowe partnerstwa.
13. **Umożliwienie spotkań między artystami a biznesem:** Organizowanie wydarzeń, takich jak speed datingi, gdzie artyści mogą spotkać się z przedstawicielami firm, może pomóc w nawiązywaniu współpracy i zrozumieniu potrzeb obu stron.
14. **Zachęty podatkowe jako bodziec dla firm:** Wskazano, że w niektórych krajach, takich jak Szwecja, istnieją systemy, które pozwalają firmom odliczać od podatków inwestycje w sztukę. Tego typu zachęty mogą stanowić istotny bodziec dla przedsiębiorstw do angażowania się w projekty artystyczne. Wprowadzenie systemu zachęt podatkowych mogłoby przyczynić się do większego zainteresowania firm sztuką, co z kolei mogłoby wspierać rozwój sektora kreatywnego i przyczynić się do innowacji w biznesie. Firmy mogłyby łączyć swoje misje z korzyściami finansowymi płynącymi z takich inwestycji. Sektor publiczny powinien być aktywnym uczestnikiem w tworzeniu warunków sprzyjających takim inicjatywom.
15. **Zaangażowanie w kulturę jako element strategii CSR** – firmy wspierające sztukę, w tym taniec, są postrzegane jako bardziej odpowiedzialne społecznie i dbające o rozwój kultury.
16. **Nowe możliwości marketingowe i promocja marki** – taniec jako narzędzie storytellingu w reklamie; organizacja pokazów tanecznych w przestrzeniach

miejskich, galeriach handlowych, targach czy eventach branżowych w celu przyciągnięcia uwagi klientów.

17. Integracja i motywacja zespołów pracowniczych (Employer Branding & HR)

– aktywne formy integracji firmowej – eventy taneczne jako część wewnętrznych wydarzeń firmowych poprawiają atmosferę w zespole i wzmacniają motywację pracowników; warsztaty taneczne jako narzędzie team buildingu – taniec pomaga w rozwijaniu współpracy, synchronizacji oraz budowaniu relacji pomiędzy pracownikami; firma inwestująca w kulturę i sztukę przyciąga bardziej kreatywnych i zaangażowanych pracowników.

Współpraca biznesu ze środowiskiem tańca i technologią otwiera szerokie możliwości wizerunkowe, marketingowe i operacyjne dla firm. Wartość dodana wynika z faktu, że taniec jest uniwersalnym językiem komunikacji, który angażuje emocjonalnie i tworzy silne skojarzenia z dynamiką, innowacyjnością i kreatywnością. Dzięki wdrażaniu nowych technologii i współpracy ze środowiskiem tanecznym firmy mogą nie tylko wspierać kulturę, ale także rozwijać swoje produkty, tworzyć unikalne kampanie reklamowe i wzmacniać swoją pozycję na rynku. W dłuższej perspektywie partnerstwo z sektorem kreatywnym może przyczynić się do budowy bardziej innowacyjnego, dynamicznego i społecznie odpowiedzialnego wizerunku marki.

Taniec w relacji z biznesem i technologią – dobre praktyki i synergia działań

kierownictwo projektu oraz opracowanie raportu: dr Marta Seredyńska
współpraca merytoryczna oraz konsultacje eksperckie: prof. dr hab. Jacek Męcina
wsparcie procesu konsultacji: Patrycja Nosiadek

organizacja: Fundacja Rezonanse Kultury
przedsięwzięcie współfinansowane przez KPO oraz Unię Europejską Next Generation EU

Warszawa 2024