

Anna Pluszyńska\*

## Finansowe sukcesy publicznych instytucji kultury w kampaniach crowdfundingowych

### Wstęp

Rozwój koncepcji Web 2.0 i związanej z nią kultury partycypacji dość wyraźnie uwydatnił nieefektywność dotychczasowych sposobów pozyskiwania innowacji, zhierarchizowanych form przywództwa czy sztywnych struktur organizacyjnych. Nie dziwi więc zwiększona popularność nowych modeli współpracy, które charakteryzują się otwartością, partnerstwem, chęcią dzielenia się dostępnymi zasobami, w dodatku na globalną skalę. Obszarem, w którym działalność samoorganizującej się społeczności zyskuje na skuteczności, jest m.in. pozyskiwanie funduszy. Crowdfunding, będący formą finansowania różnego rodzaju przedsięwzięć, znajduje zastosowanie nie tylko w sektorze biznesowym, ale także w obszarze kultury.

Celem artykułu jest analiza zrealizowanych kampanii crowdfundingowych inicjowanych przez publiczne instytucje kultury w Polsce. Autorka próbuje odpowiedzieć na pytania, jak często instytucje sięgają po taką formę finansowania projektów, jakiego rodzaju projekty są realizowane przez te instytucje oraz z jakimi sukcesami?

Autorka dokonała przeglądu wszystkich projektów realizowanych na portalu PolakPotrafi.pl i WspieramKulture.pl, wyszczególniła kampanie realizowane przez publiczne instytucje kultury, a następnie dokonała analizy wybranych projektów, oceniając ich skuteczność.

### 1. Istota crowdfundingu i jego modele

Termin „crowdfunding” jest neologizmem powstałym w wyniku połączenie dwóch angielskich słów: *crowd* (tłum) i *funding* (finansowanie). Termin ten prawdopodobnie zaproponował jako pierwszy Michael Sullivan 12 sierpnia 2006 r. na forum bloga fundavlog.com [Grass, 2011, s. IX].

Nie istnieje jedna, przyjęta definicja crowdfundingu, dlatego w literaturze przedmiotu spotykamy dość liczne sposoby wyjaśnienia tego terminu. Jedni badacze podkreślają celowość zbiórki [Belleflamme i inni, 2014, s. 585–609], inni akcentują rolę internautów [Ordanini i inni, 2011, s. 443–470], a jeszcze inni zwracają uwagę na zasięg zjawiska [Borello

---

\* Dr, Instytut Kultury, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, anna.pluszynska@uj.edu.pl

i inni, 2015, s. 2]. Wszystkie te definicje są zbieżne, choć różnie rozkładają akcenty. Zdaniem autorki crowdfunding można w skrócie zdefiniować jako „współfinansowanie (przeważnie oparte na małych wpłatach) indywidualnych projektów przez rzesze internautów, zazwyczaj w zamian za świadczenia zwrotne” [Pluszyńska, 2018].

Określenie „crowdfunding” nie ma idealnego odpowiednika w języku polskim. Polskie Towarzystwo Crowdfundingu jako polską nazwę opisywanego zjawiska promuje określenie „finansowanie społecznościowe”. Termin ten jest też najczęściej stosowany w publikacjach naukowych [Dziuba, 2014, s. 19; Gałuszka, Bystrov, 2012, s. 330–331]. Zdaniem Bartosza Malinowskiego i Marcina Giełzaka określenie to jednak jest nieprecyzyjne. Uważają oni, że crowdfunding to inaczej „finansowanie przez (cyfrowy) Tłum, Tłum 2.0” [Malinowski, Giełzak, 2015, s. 7–8].

Finansowanie za pomocą społeczności internautów może przybierać różne formy. Uogólniając, możemy wyróżnić cztery podstawowe modele [Malinowski, Giełzak, 2015, s. 45–46]:

- model donacyjny (charytatywny) – internauci wspierają finansowo dany projekt, z określonym, filantropijnym celem,
- model sponsorski (w tym przedsprzedaż) – oparty na świadczeniach zwrotnych,
- model pożyczkowy (dłużny) – jest formą pożyczki na różnorodne przedsięwzięcia i stanowi alternatywę dla pożyczek bankowych,
- model inwestycyjny – w ramach którego w zamian za wsparcie przysługują np. udziały w przedsiębiorstwie lub w przyszłych zyskach.

## 2. Platformy crowdfundingowe w Polsce

Pierwszym portalem crowdfundingowym w Polsce był MegaTotal.pl, który rozpoczął swoją działalność w roku 2007 z inicjatywy właściciela łódzkiej agencji reklamowej Sfera [Król, 2013, s. 102]. Prawdziwy jednak rozkwit tego procesu w Polsce datuje się na lata 2011–2013. Obecnie w Polsce funkcjonują 24 platformy crowdfundingowe działające w modelu donacyjnym, sponsorskim, udziałowym oraz pożyczkowym [Szopa, 2018].

Na potrzeby niniejszego badania należy pokrótce scharakteryzować dwa portale crowdfundingowe:

1. PolakPotrafi.pl – uznawany za największy portal tego typu funkcjonujący od roku 2011. Właścicielem jest Mutual Communications LLC. Platforma ta działa w modelu sponsorskim (z nagradzaniem uczestników) i umożliwia pozyskanie funduszy na wszechstronne projekty (kulturalne, edukacyjne, społeczne itp.).
2. WspieramKulture.pl – portal powstał w roku 2012 z inicjatywy Fundacji Eger. Platforma ta działa w modelu sponsorskim (z nagradzaniem

uczestników), a realizowane projekty mają charakter wyłącznie kulturalny.

Znaczącą rolę w internetowej akcji crowdfundingowej odgrywają trzy podmioty:

1. Projektodawca (nazywany też inicjatorem, pomysłodawcą, organizatorem kampanii) – może być nim każdy: podmiot z sektora biznesowego, pojedyncza osoba, grupa ludzi, instytucja publiczna, organizacja non profit. Inicjator precyzyjnie definiuje finansowy cel akcji crowdfundingowej, zakres realizowanego projektu, harmonogram oraz ewentualne gratyfikacje za wsparcie, a w trakcie trwania kampanii stale motywuje internautów do zaangażowania.
2. Tłum (społeczność internetowa) – choć w kampanii crowdfundingowej cel odgrywa istotną rolę, bo jest motorem działań wszystkich podmiotów, to jednak „crowd” ma pierwszorzędne znaczenie. Wirtualną społeczność stanowią internauci, którzy wspierają finansowo projekt.
3. Platforma internetowa – akcja crowdfundingu internetowego musi przebiegać za pośrednictwem platformy elektronicznej – specjalnego serwisu, portalu lub dedykowanej strony internetowej.

### **3. Publiczne instytucje kultury jako projektodawcy kampanii crowdfundingowych**

Autorka podjęła próbę analizy kampanii crowdfundingowych inicjowanych przez publiczne instytucje kultury w Polsce. W tym celu dokonała przeglądu wszystkich projektów kulturalnych realizowanych na dwóch polskich portalach crowdfundingowych. Na portalu PolakPotrafi.pl autorka przeanalizowała 3403 projekty, których lista aktualna była na dzień 17 marca 2018 r. i która została jej udostępniona przez administratorów portalu. Z kolei na platformie WspieramKulture.pl autorka dokonała przeglądu łącznie 740 projektów dostępnych na stronach portalu, których lista była aktualna na dzień 6 kwietnia 2018 r.

Autorka próbuje odpowiedzieć na pytania, jak często publiczne instytucje kultury sięgają po taką formę finansowania projektów, jakiego rodzaju projekty są realizowane przez te instytucje oraz z jakimi sukcesami? Skuteczność kampanii można ocenić, analizując kwoty, jakie instytucja pozyskała na realizację projektu, oraz jak dużą grupę osób udało się jej zaangażować w finansowanie projektu. Charakterystyczne jest to, że na portalu PolakPotrafi.pl oraz WspieramKulture.pl projektodawca otrzymuje środki finansowe tylko wtedy, jeśli zgromadzi co najmniej całą kwotę założoną na początku kampanii crowdfundingowej. Taki system nagradzania nazywany jest w skrócie „wszystko albo nic”. Wyjątkiem od tej zasady są tzw.

projekty specjalne na portalu WspieramKulture.pl, których sposób działania opisano poniżej.

Na portalu PolakPotrafi.pl zrealizowanych zostało łącznie 19 kampanii crowdfundingowych, których projektodawcą były publiczne instytucje kultury. Ponad połowa spośród tych projektów była realizowana we współpracy z innymi organizacjami lub lokalną społecznością. Choć należy zaznaczyć, że często głównym koordynatorem takiego projektu były właśnie organizacje współpracujące, a nie publiczne instytucje kultury. Dlatego tak ważne w badaniach było zapoznanie się z treścią każdego projektu, prezentowaną na portalu crowdfundingowym. W tabelicy 1 zostały zestawione wszystkie wskazane projekty.

**Tabela 1. Kampanie crowdfundingowe realizowane przez publiczne instytucje kultury na portalu PolakPotrafi.pl**

Lp.	Projektodawca/ Nazwa publicznej instytucji	Organizator instytucji kultury	Współorganizator kampanii crowdfundingowej	Cel zbiórki – nazwa projektu/data	Finansowy cel zbiórki	Uzyskana kwota	Liczba osób wspierających projekt
1	Centrum Kultury „Zamek”	Miasto Poznań	Chór DZIEWIĘCY SKOWRONKI	SKOWRONKI lecą do Carnegie Hall (2015)	20 000 zł	23 754 zł	213
2	Dom Kultury „Dorożkarnia” w Dzielnicy Mokotów m.st. Warszawa	Miasto Stołeczne Warszawa	Teatr Tańce TEST – grupa artystyczna „Dorożkarnii”	Teatr Tańce TEST jedzie na konkurs do Pragi Czeskiej (2016)	4 500 zł	4 535 zł	51
3	Dom Literatury w Łodzi	Miasto Łódź		Spektakl „Warszawski Nokturn” o Powstaniu Warszawskim (2016)	2 500 zł	2 zł (cel nieosiągnięty)	2
4	Dom Literatury w Łodzi	Miasto Łódź		Forum Młodej Literatury (2014)	6 000 zł	90 zł (cel nieosiągnięty)	6
5	Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie	Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego	Fundacja Rozwoju Dzieci im. J. A. Komeńskiego, Forum Muzyki Tradycyjnej, Stowarzyszenie Orliczko.	Książka z zabawami dla dzieci z płytą CD z autentyczną muzyką tradycyjną z Wielkopolski (2017)	10 000 zł	11 314 zł	102
6	Miejskie Centrum Kultury w Boguchwałach	Gmina Boguchwała	lokalna społeczność	Klimatyczna Kawiarnia Społeczna (2016)	8 500 zł	9 331 zł	157
7	Muzeum Południowego Podlasia w Białej Podlaskiej	Gmina Miejska Biała Podlaska		„Ogrody” Bazylego Albiczuka – konserwacja (2015)	25 000 zł	3 650 zł (cel nieosiągnięty)	42

Lp.	Projektodawca/ Nazwa publicznej instytucji	Organizator instytucji kultury	Współorganizator kampanii crowdfundingowej	Cel zbiórki – nazwa projektu/data	Finansowy cel zbiórki	Uzyskana kwota	Liczba osób wspierających projekt
8	Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie.	Województwo Warmińsko- Mazurskie		„Poranek pana Mikołaja” – spektakl na dziedzińcu olsztyńskiego zamku (Zamek Kapituły Warmińskiej) – rocznica przybycia M.Kopernika na zamek (2016)	6 000 zł	6 320 zł	50
9	Nowohuckie Centrum Kultury w Krakowie	Gmina Miejska Kraków	Krakowski Klub Modelarzy Kolejowych	Organizacja wystawy makiet kolejowych (2015)	2 000 zł	135 zł (cel nieosiągnięty)	2
10	Regionalne Centrum Kultur Pogranicza w Krośnie	Gmina Krosno	Państwowe Pomaturalne Studium Kształcenia Animatorów Kultury w Krośnie	„Kaczucha” – Przegląd Dziecięcych Zespołów Tanecznych (2017)	1 500 zł	1 594 zł	29
11	Świdnicki Ośrodek Kultury	Gmina Miasto Świdnica		7. Festiwal Filmów Dokumentalnych „Oknem Młodych” (2014)	800 zł	84 zł (cel nie został osiągnięty)	6
12	Tarnogórskie Centrum Kultury	Gmina Tarnowskie Góry	Stowarzyszenie Góry Kultury	Festiwal muzyczny – Muzyka na Plan (2014)	3 000 zł	3 186 zł	27
13	Tarnogórskie Centrum Kultury	Gmina Tarnowskie Góry	Stowarzyszenie Góry Kultury	Festiwal muzyczny – Muzyka na Plan – VI edycja	4 000 zł	1 074 zł (cel nieosiągnięty)	27
14	Teatr Lalek w Olsztynie	Gmina Olsztyn	Stowarzyszenie Artystyczne Teatr Poddańczy	Festiwal Halabardy 2018	2 000 zł	2 110 zł	51
15	Teatr Lalek w Olsztynie	Gmina Olsztyn	Stowarzyszenie Artystyczne Teatr Poddańczy	Festiwal Halabardy 2016	2 500 zł	3 747 zł	41
16	Teatr Lalki i Aktora w Wałbrzychu	Gmina Wałbrzych		III Festiwal małych Premier (2017)	20 000 zł	20 445 zł	149
17	Teatr Muzyczny w Poznaniu	Miasto Poznań		Płyta z musicalu Jekyll&Hyde (2015)	25 000 zł	28 645 zł	222
18	Teatru Nowego im. Kazimierza Dejmka w Łodzi	Miasto Łódź		Interaktywny spektakl ‘KościuszkO – ostatnia bitwa’ (2018)	25 000 zł	900 zł (cel nieosiągnięty)	16
19	Wiślańskie Centrum Kultury	Gmina Wisła	lokalna społeczność	Aleja Podań i Legend Śląska Cieszyńskiego (2014)	9 000 zł	9 108 zł	27

Źródło: Opracowanie własne.

Na portalu WspieramKulture.pl zostało zrealizowanych łącznie pięć kampanii crowdfundingowych, których projektodawcami były tylko dwie publiczne instytucje kultury. Cztery projekty zrealizowane zostały przez Słupski Ośrodek Kultury, który okazał się tym samym najbardziej prężnie działającą publiczną instytucją kultury na portalach crowdfundingowych. Charakterystyczna dla portalu WspieramKulture.pl jest możliwość pozyskania patrona, czyli swego rodzaju mentora, który rekomenduje projekt. Patronem może być inna organizacja działająca w obszarze kultury lub osobistość świata publicznego – kultury, mediów, sztuki. Spośród pięciu realizowanych projektów dwa z nich uzyskały patronat Narodowego Centrum Kultury oraz Stowarzyszenia Muzyków Jazzowych.

Cechą wyróżniającą portal WspieramKulture.pl są tzw. projekty specjalne. Różnią się one tym od pozostałych projektów, że nie mają wyraźnie określonego czasu trwania zbiórki i sumy, jaka musi zostać zebrana do ich realizacji. Oznacza to, że projekt można wspierać przez cały czas. Tak więc w przypadku projektów specjalnych nie działa zasada „wszystko albo nic”. Istotne jest, że projekty specjalne mogą zgłaszać tylko instytucje zaproszone lub zatwierdzone przez WspieramKulture.pl. Spośród projektów, które analizowała autorka, tylko jeden jest projektem specjalnym: „Renowacja skarbów SOK”.

Zestawienie projektów realizowanych na portalu WspieramKulture.pl przedstawiono w tablicy 2.

**Tablica 2. Kampanie crowdfundingowe realizowane przez publiczne instytucje kultury na portalu WspieramKulture.pl**

Lp.	Projektodawca/Nazwa publicznej instytucji	Organizator instytucji kultury	Cel zbiórki – nazwa projektu/data	Uzyskana kwota	Liczba osób wspierających projekt	Patronat
1	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	II Ogólnopolski Festiwal Alternatywnych Teatrów Tańca. Słupsk 2013	3 550 zł (101%)	48	
2	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Wydanie grafik Stefana Morawskiego	6 070 zł (101%)	11	
3	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Stage reading/Czytanie dramatu – „Znikam” Arne Arne Lygre	3 545 zł (101%)	75	Narodowe Centrum Kultury
4	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Renowacja skarbów SOK (koncertowych fortepianów)	5 230 zł (104%)	64	Stowarzyszenie Muzyków Jazzowych
5	Białolecki Ośrodek Kultury	Miasto Stołeczne Warszawa	Mikołajki w chmurach – akcja animacyjna 2014	1 810 zł (100%)	44	

Źródło: Opracowanie własne.

Z analizy wynika, że publiczne instytucje kultury bardzo rzadko korzystają z idei crowdfundingu. W dodatku jeśli podejmują ten trud, to najczęściej jednorazowo. Nieliczne sięgają po ten sposób zbierania funduszy dwukrotnie (Dom Literatury w Łodzi, Tarnogórskie Centrum Kultury oraz Teatr Lalek w Olsztynie) lub czterokrotnie (Słupski Ośrodek Kultury). Zdecydowanie wśród projektodawców wyróżniają się natomiast osoby indywidualne lub organizacje pozarządowe (fundacje i stowarzyszenia) działające w obszarze kultury. Sporadycznie pojawiają się instytucje prywatne, jak np. Teatr 6. piętro<sup>1</sup>.

Publiczne instytucje kultury próbowały pozyskać różne kwoty: od 800 zł do 25 tys. zł. Spośród 24 projektów realizowanych przez publiczne instytucje kultury, które autorka analizowała, przy siedmiu projektach nie udało się osiągnąć zamierzonego celu finansowego. Przy czym kampanie inicjowane przez Dom Literatury w Łodzi dwukrotnie zakończyły się porażką.

Dokonując zestawienia liczby osób wspierających poszczególne projekty do kwoty, jaką udało się projektodawcy uzyskać (tab. 3), wyraźnie widać, że projekt Słupskiego Ośrodka Kultury „Wydanie grafik Stefana Morawskiego” wyróżnia się na tle innych kampanii. Zaledwie 11 osób zaangażowanych w finansowanie projektu wpłaciło 6070 zł. Co oznacza, że średnia kwota wpłacana przez wspierających wynosi ponad 550 zł. Analizując wpłaty w innych projektach, średnia kwota wpłacana przez wspierających oscyluje najczęściej między 40 a 100 zł.

Wszystkie projekty realizowane na portalach crowdfundingowych muszą być skategoryzowane. W serwisie PolakPotrafi.pl można dopasować do własnego projektu następujące kategorie: design, dziennikarstwo, edukacja, fotografia, gry, jedzenie, komiksy, książki/publikacje, moda, muzyka, podróże, społeczność, sport, sztuka, taniec, teatr, technologia, wideo/film, wydarzenia oraz inne. Portal WspieramKulture.pl umożliwia wybór spośród następujących kategorii: architektura, design, film, fotografia, komiks, moda, muzyka, rękodzieło, sztuki plastyczne, taniec, teatr i performance, nowe media, wydawnicze.

Z analizy projektów inicjowanych przez publiczne instytucje kultury wynika, że najchętniej pozyskiwane są pieniądze na projekty w kategorii „teatr i wydarzenie” (tab. 4). Wydaje się jednak, że wybór kategorii jest bardzo subiektywną oceną projektodawcy. Dla przykładu Festiwal Halabardy został zakwalifikowany przez pomysłodawcę kampanii do kategorii „teatr”, przy czym mógłby być również w kategorii „wydarzenie”. Podobnie jest w przypadku III Festiwalu Małych Premier. Kolejnym

<sup>1</sup> Fundusze na projekt „Ożenek 2017: zostań Mecenasem Premiery w Teatrze 6. piętro” były zbierane na portalu WspieramKulture.pl [<http://wspieramkulture.pl/projekt/1370-O-ZENEK-2017-zostan-Mecenasem-Premiery-w-Teatrze-6-pietro>].

przykładem jest projekt „Ogrody Bazylego Albiczuka – konserwacja”, który został zakwalifikowany przez projektodawcę do kategorii „inne”, a równie dobrze mogłaby zostać wybrana kategoria „sztuka”.

**Tablica 3. Zestawienie kampanii crowdfundingowych realizowanych przez publiczne instytucje kultury i porównanie średniej kwoty wpłacanej przez wspierających**

Lp.	Projektodawca/Nazwa instytucji	Cel zbiórki/Nazwa projektu	Uzyskana kwota	Liczba osób wspierających	Średnia kwota wpłacana przez wspierających
1	Stupski Ośrodek Kultury	Wydanie grafik Stefana Morawskiego	6 070 zł (101%)	11	551,82 zł
2	Wiślańskie Centrum Kultury	Aleja Podai i Legend Śląska Cieszyńskiego	9 108 zł	27	337,33 zł
3	Teatr Lalki i Aktora w Wałbrzychu	III Festiwal małych Premier	20 445 zł	149	137,21 zł
4	Teatr Muzyczny w Poznaniu	Płyta z musicalu Jekyll&Hyde	28 645 zł	222	129,03 zł
5	Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie.	„Poranek pana Mikołaja” – spektakl na dziedzińcu olsztyńskiego zamku (Zamek Kapituły Warmińskiej) – rocznica przybycia M.Kopernika na zamek	6 320 zł	50	126,40 zł
6	Tarnogórskie Centrum Kultury	Festiwal muzyczny – Muzyka na Plan (2014)	3 186 zł	27	118,00 zł
7	Centrum Kultury „Zamek”	SKOWRONKI lecą do Carnegie Hall	23 754 zł	213	111,52 zł
8	Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie	Książka z zabawami dla dzieci z płytą CD z autentyczną muzyką tradycyjną z Wielkopolski	11 314 zł	102	110,92 zł
9	Teatr Lalek w Olsztynie	Festiwal Halabardy 2016	3 747 zł	41	91,39 zł
10	Dom Kultury „Dorożkarnia” w Dzielnicy Mokotów m.st. Warszawa	Teatr Tańce TEST jedzie na konkurs do Pragi Czeskiej	4 535 zł	51	88,92 zł
11	Muzeum Południowego Podlasia w Białej Podlaskiej	„Ogrody” Bazylego Albiczuka – konserwacja	3 650 zł (cel nieosiągnięty)	42	86,90 zł
12	Stupski Ośrodek Kultury	Renowacja skarbów SOK (koncertowych fortepianów)	5 230 zł (104%)	64	81,72 zł
13	Stupski Ośrodek Kultury	II Ogólnopolski Festiwal Alternatywnych Teatrów Tańca. Stupsk 2013	3 550 zł (101%)	48	73,96 zł
14	Nowohuckie Centrum Kultury w Krakowie	Organizacja wystawy makiet kolejowych	135 zł (cel nieosiągnięty)	2	67,50 zł
15	Miejskie Centrum Kultury w Boguchwale	Klimatyczna Kawiarnia Społeczna	9 331 zł	157	59,43 zł
16	Teatru Nowego im. Kazimierza Dejmka w Łodzi	Interaktywny spektakl 'Kościuszeko – ostatnia bitwa'	900 zł (cel nieosiągnięty)	16	56,25 zł
17	Regionalne Centrum Kultur Pogranicza w Krośnie	„Kaczucha” – Przegląd Dziecięcych Zespołów Tanecznych	1 594 zł	29	54,97 zł
18	Stupski Ośrodek Kultury	Stage reading/Czytanie dramatu – „Znikam” Arne Arne Lygre	3 545 zł (101%)	75	47,13 zł
19	Teatr Lalek w Olsztynie	Festiwal Halabardy 2018	2 110 zł	51	41,37 zł



Lp.	Projektodawca/Nazwa instytucji	Cel zbiórki/Nazwa projektu	Uzyskana kwota	Liczba osób wspierających	Średnia kwota wpłacana przez wspierających
20	Białolecki Ośrodek Kultury	Mikołajki w chmurach – akcja animacyjna 2014	1 810 zł (100%)	44	41,14 zł
21	Tarnogórskie Centrum Kultury	Festiwal muzyczny – Muzyka na Plan – VI edycja	1 074 zł (cel nieosiągnięty)	27	39,78 zł
22	Dom Literatury w Łodzi	Forum Młodej Literatury	90 zł (cel nieosiągnięty)	6	15,00 zł
23	Świdnicki Ośrodek Kultury	7. Festiwal Filmów Dokumentalnych „Oknem Młodych”	84 zł (cel nie został osiągnięty)	6	14,00 zł
24	Dom Literatury w Łodzi	Spektakl „Warszawski Nokturn” o Powstaniu Warszawskim	2 zł (cel nieosiągnięty)	2	1,00 zł

Źródło: Opracowanie własne.

**Tablica 4. Kategorie projektów crowdfundingowych realizowanych przez publiczne instytucje kultury**

Lp.	Projektodawca/Nazwa instytucji	Organizator	Cel zbiórki/Nazwa projektu	Kategoria projektu
1	Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie	Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego	Książka z zabawami dla dzieci z płytą CD z autentyczną muzyką tradycyjną z Wielkopolski	Edukacja
2	Muzeum Południowego Podlasia w Białej Podlaskiej	Gmina Miejska Biała Podlaska	"Ogrody" Bazylego Albiczuka - konserwacja	Inne
3	Teatr Muzyczny w Poznaniu	Miasto Poznań	Płyta z musicalu Jekyll&Hyde	Muzyka
4	Centrum Kultury "Zamek"	Miasto Poznań	SKOWRONKI lecą do Carnegie Hall	Muzyka
5	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Renowacja skarbów SOK (koncertowych fortepianów)	Muzyka
6	Białolecki Ośrodek Kultury	Miasto Stołeczne Warszawa	Mikołajki w chmurach - akcja animacyjna 2014	Rękodzieło
7	Miejskie Centrum Kultury w Boguchwale	Gmina Boguchwała	Klimatyczna Kawiarnia Społeczna	Społeczność
8	Wiślańskie Centrum Kultury	Gmina Wisła	Aleja Podań i Legend Śląska Cieszyńskiego	Sztuka
9	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Wydanie grafik Stefana Morawskiego	Sztuki plastyczne, wydawnicze
10	Dom Kultury "Dorożkarnia" w Dzielnicy Mokotów m.st. Warszawa	Miasto Stołeczne Warszawa	Teatr Tańce TEST jedzie na konkurs do Pragi Czeskiej	Taniec
11	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	II Ogólnopolski Festiwal Alternatywnych Teatrów Tańca. Słupsk 2013	Taniec, teatr i performance
12	Teatr Lalek w Olsztynie	Gmina Olsztyn	Festiwal Halabardy 2018	Teatr
13	Teatr Lalek w Olsztynie	Gmina Olsztyn	Festiwal Halabardy 2016	Teatr
14	Teatru Nowego im. Kazimierza Dejmka w Łodzi	Miasto Łódź	Interaktywny spektakl 'Kościuszczo - ostatnia bitwa'	Teatr

Lp.	Projektodawca/Nazwa instytucji	Organizator	Cel zbiórki/Nazwa projektu	Kategoria projektu
15	Teatr Lalki i Aktora w Wałbrzychu	Gmina Wałbrzych	III Festiwal małych Premier	Teatr
16	Muzeum Warmii i Mazur w Olsztynie.	Województwo Warmińsko-Mazurskie	"Poranek pana Mikołaja" - spektakl na dziedzińcu olsztyńskiego zamku (Zamek Kapituły Warmińskiej) - rocznica przybycia M.Kopernika na zamek	Teatr
17	Dom Literatury w Łodzi	Miasto Łódź	Spektakl "Warszawski Nokturn" o Powstaniu Warszawskim	Teatr
18	Słupski Ośrodek Kultury	Miasto Słupsk	Stage reading/Czytanie dramatu - "Znikam" Arne Arne Lygre	Teatr i performance
19	Regionalne Centrum Kultur Pogranicza w Krośnie	Gmina Krosno	"Kaczucha" - Przegląd Dziecięcych Zespołów Tanecznych	Wydarzenia
20	Nowohuckie Centrum Kultury w Krakowie	Gmina Miejska Kraków	Organizacja wystawy makiet kolejowych	Wydarzenia
21	Dom Literatury w Łodzi	Miasto Łódź	Forum Młodej Literatury	Wydarzenie
22	Tarnogórskie Centrum Kultury	Gmina Tarnowskie Góry	Festiwal muzyczny - Muzyka na Plan (2014)	Wydarzenie
23	Tarnogórskie Centrum Kultury	Gmina Tarnowskie Góry	Festiwal muzyczny - Muzyka na Plan - VI edycja	Wydarzenie
24	Świdnicki Ośrodek Kultury	Gmina Miasto Świdnica	7. Festiwal Filmów Dokumentalnych "Okiem Młodych"	Wydarzenie

Źródło: Opracowanie własne.

Autorka, dokonując analizy opisów projektów przygotowywanych przez projektodawców, zwraca uwagę, że fundusze są pozyskiwane na jednorazowe projekty i najczęściej dotyczą one organizacji festiwalu lub spektaklu teatralnego. Przedsięwzięcia o charakterze wystawienniczym, wydawniczym, edukacyjno-animacyjnym czy chociażby konserwatorskim należą do rzadkości. A projekty z kategorii architektura, design, fotografia, rękodzieło czy wideo/film do tej pory w ogóle nie były realizowane przez publiczne instytucje kultury.

## Zakończenie

Z badań wynika, że publiczne instytucje kultury bardzo rzadko korzystają z alternatywnej formy pozyskiwania funduszy, jaką są m.in. kampanie crowdfundingowe. Jeśli natomiast podejmują się takiego trudu, to najczęściej jednorazowo. Niezwykle interesującym przykładem jest Słupski Ośrodek Kultury, który zorganizował do tej pory cztery kampanie crowdfundingowe na portalu WspieramKulture.pl i wszystkie zakończyły się sukcesem.

Projekty, na które instytucje kultury pozyskują środki finansowe w trakcie kampanii crowdfundingowych, to najczęściej jednorazowe wydarzenia (festiwale i spektakle). Spośród 24 kampanii, które autorka analizowała, aż w 17 przypadkach udało się uzyskać, a nawet przekroczyć pierwotnie zakładaną kwotę. Cel finansowy definiowany przez projektodawców był bardzo różny. Pięć instytucji podjęło trud pozyskania 20 tys. zł lub więcej i czterokrotnie udało się ten cel osiągnąć. Najczęściej jednak projektodawcy określali cel finansowy w przedziale poniżej 5 tys. zł (12 kampanii).

Z tych wstępnych badań wynika, że choć publiczne instytucje kultury mogą pochwalić się sukcesami w zakresie pozyskiwania funduszy na portalach crowdfundingowych, to sporadycznie podejmują trud organizacji kampanii. Zdaniem autorki mimo niskiej skali zjawiska przeprowadzone badania mogłyby posłużyć jako wstęp do bardziej pogłębionych analiz. Warto byłoby dociec, dlaczego publiczne instytucje kultury rozpoczynają kampanie crowdfundingowe oraz jakie wymierne korzyści to przynosi (poza finansowymi)? Jakiego rodzaju trudności pojawiają się w trakcie zarządzania kampanią crowdfundingową? W jaki sposób projektodawcy motywują do wsparcia finansowego? Kim są osoby wspierające i z jakiego powodu angażują się w kampanie crowdfundingowe? Badania tego typu mogłyby nie tylko pozwolić zrozumieć sposób działania publicznych instytucji kultury, które mają doświadczenie w organizowaniu kampanii crowdfundingowych, ale być może także zachęcić inne instytucje do pozyskiwania funduszy z alternatywnych źródeł na realizację własnych pomysłów.

## Literatura

- Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A. (2014), *Crowdfunding: Tapping the Right Crowd*, „Journal of Business Venturing”, Vol. 29, No. 5.
- Borello G., Crescenzo V. de, Pichler F. (2015), *The Funding Gap and The Role of Financial Return. Crowdfunding: Some Evidence From European Platforms*, „Journal of Internet Banking and Commerce”, Vol. 20, No. 1.
- Dziuba D.T. (2014), *Rozwój systemu crowdfundingu w globalnej gospodarce elektronicznej*, w: A. Szewczyk, G. Wojarnik (red.), *Chmury nad e-biznesem*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica”, nr 34 (798), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Gałaszka P., Bystrov V. (2012), *Spółecznościowe finansowanie produkcji dóbr kultury na przykładzie serwisu Megatotal.pl*, „Zarządzanie w Kulturze”, nr 13.
- Grass D. (2011), *Crowdfundin: How to Rise Money with the Online Crowd*, Jump Profit, Las Vegas.
- Król K. (2013), *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu dzięki społeczności*, Crowdfunding.pl, Warszawa.

- Malinowski B.F., Giełzak M. (2015), *Crowdfunding. Zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu*, Helion, Gliwice.
- Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M., Parasuraman A. (2011), *Crowd-funding: Transforming Customers into Investors Through Innovative Service Platforms*, „Journal of Service Management”, Vol. 22, No. 4.
- Pluszyńska A. (2018), *Crowdfunding – historia i definiowanie*, w: A. Pluszyńska, A. Szopa (red.), *Crowdfunding w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Szopa A. (2018), *Charakterystyka modeli i platform crowdfundingowych w Polsce*, w: A. Pluszyńska, A. Szopa (red.), *Crowdfunding w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

## Streszczenie

Jednym z ważniejszych problemów dotyczących rozwoju instytucji kultury w Polsce jest dostęp do źródeł finansowania. Fundusze są szczególnie potrzebne przy realizacji projektu, a ich brak często uniemożliwia wprowadzenie pomysłu w fazę realizacji. Niekiedy też wpływa negatywnie na jakość przedsięwzięcia. Instytucje kultury otwierają się na pozyskiwanie nowych źródeł finansowania, inicjując m.in. kampanie crowdfundingowe. Wymaga to jednak od instytucji pewnych kompetencji i podejmowania świadomych decyzji.

Celem artykułu jest analiza zrealizowanych kampanii inicjowanych przez publiczne instytucje kultury i próba odpowiedzi na pytanie: czy na tym polu instytucje mogą pochwalić się jakimiś sukcesami? Autorka przybliży obszary wykorzystania crowdfundingu w instytucjach kultury, bazując na wybranych serwisach internetowych w Polsce (PolakPotrafi.pl i WspieramKulture.pl), charakteryzuje adaptowane modele finansowania społecznościowego, omawia rodzaje inicjowanych projektów i ocenia ich skuteczność.

## Słowa kluczowe

finansowanie społecznościowe, publiczne instytucje kultury, projekty kulturalne

## The financial successes in crowdfunding campaigns organized by public cultural institutions (Summary)

One of the biggest challenge in front of cultural institutions in Poland is to gain new finance sources to keep development ongoing. One of possibility, which becomes more common currently, is crowdfunding compains. However, this requires proper competences and decisions inside the institutions.

The overriding goal of the paper is to analyze the crowdfunding campaigns organized by public cultural institutions, based on to websites: PolakPotrafi.pl and WspieramKulture.pl. The author of the paper characterize types of initiated projects, assess their effectiveness by close review of crowdfunding models used by these subjects.

## Keywords

crowdfunding, public cultural institutions, cultural projects