



Selfie z muzeum



Selfie z muzeum

Na czym polega nowa moda wśród młodych i jak reagują na nią światowe muzea



Selfie, a więc autoportret wykonywany za pomocą smartfona, to zjawisko, które przebojem wdiera się do światowych przestrzeni muzealnych. Młodzi zwiedzający chętnie fotografują się na tle dziedzictwa, by następnie udostępnić swój wizerunek w mediach społecznościowych. Okazuje się, że ta nowa i dynamicznie rozwijająca się moda spolaryzowała środowisko muzealników. O selfie w muzeach pisano już na łamach m.in.: The Guardian, Los Angeles Times, Huffington Post, New Yorker, czy The Telegraph. Dyskusja, która toczy się wokół zjawiska selfie tylko, częściowo dotyczy samych „telefonicznych autoportretów”. Obserwując tę debatę nie sposób oprzeć się wrażeniu, że jest to przede wszystkim dyskusja o tym, czym jest i czym powinno być muzeum w XXI wieku oraz w jaki sposób powinno otwierać się na nowych – szczególnie młodych - odbiorców.

Tekst ten będzie służył przywołaniu najważniejszych wątków toczącego się sporu. Zaprezentujemy przejawy nowej, fotograficznej mody oraz różne reakcje zarządzających muzeami, podejmowane w odpowiedzi na narastającą siłę opisywanego trendu. Pokażemy też szanse i zagrożenia związane z tym zjawiskiem.

Autor: Łukasz Maźnica

Opracowanie graficzne: Małgorzata Adamczyk

Czym jest selfie i jak trafiło do muzeum?

Selfie, „slitfocia”, zdjęcie „z rąs” – wszystko to określenia na autoportret wykonany przy użyciu aparatu fotograficznego (najczęściej wbudowanego w smartfon czy tablet). Jeszcze do niedawna tego rodzaju „dzieła” uznawane były za powód do wstydu, obciach. Większość Polaków kojarzyła je z japońskimi turystami, którzy chętnie fotografowali się wszędzie, ze wszystkim i na tle wszystkiego.

Dziś o selfie pisze nie tylko światowa prasa, o czym była mowa wcześniej. Zjawisko to analizują profesorowie historii sztuki¹. In. profesor Maria Poprzeczka, która w magazynie „Książki” określa telefoniczny portret jako nową, naturalnie wyłaniającą się formę autoportretu:

Autoportrety malarskie to rzecz dawna. Także fotografia pozwalała na wizerunek własny. Wymogiem były lustro i lustrzanka, w każdym razie aparat nieprzykładany do oka, niezasłaniający twarzy. Albo samowyzwalacz. Ustawiało się aparat, naciskało wężyk, po czym pędem biegło, by przybrać właściwą pozę i minę. Można było również wbić się w kilka osób do automatu robiącego na poczekaniu zdjęcia paszportowe, co dawało efekt podobny do samojebki. Różnica - fundamentalna - tkwi w czym innym: selfies są natychmiast wrzucane do sieci. Potencjalnie ich ogląd może być globalny. Naszą fotkę z papieżem Franciszkiem, celebrytą, narzeczoną czy kumplem może zobaczyć cały świat. Może, chociaż nie musi.

Tajemnica masowego udostępniania własnych zdjęć jest trudna do jednoznacznego wyjaśnienia. Warto jednak zwrócić uwagę na to zjawisko, ponieważ popularność selfie zbiega się w czasie z kształtowaniem się nowej roli społecznej muzeów. Utożsamiane

¹Pierwsze selfie datuje się na rok 1913. Miała je wykonać księżniczka Anastazja, córka Mikołaja II (<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/11/1913-duchess-anastasia-takes-a-selfie/281853/>).

z ciszą i kontemplacją, zarezerwowane dla koneserów, quasi świątynie sztuki, zaczęły zmieniać się (gdzieniegdzie) w miejsca otwarte, skupione na przyciąganiu szerokiego audytorium. Przez organizatorów (samorządy, ministerstwa) traktowane jako kolejne narzędzie promocji i rozwoju gospodarczego poprzez turystykę. Tak rozumiane muzeum ma przyciągać - niezwykłą bryłą, wyjątkową kolekcją czy interesującą tożsamością. Zwiększanie audytorium odbywa się kosztem przestrzegania sztywnych, konserwatywnych zasad odbioru sztuki. Cały czas jesteśmy świadkami procesu negocjowania granic, w ramach których mogą i powinny poruszać się muzea i zwiedzający. Jednym z zagadnień, które stanowi element pertraktacji nad nowym ładem, jest polityka muzeów wobec fotografowania i – zawężając – wobec selfie.



Grafika: Pierwsze selfie wykonane aparatem Kodak przez księżniczkę Anastazję w 1913 roku

Źródło: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/11/1913-duchess-anastasia-takes-a-selfie/281853/>

Selfie - z różnym skutkiem - wkracza na salony

Zapoczątkowanie obecnej szerokiej mody na autoportrety w przestrzeniach muzealnych przypisuje się często gwiazdom popkultury Beyonce i Jay Z. Ich wspólne zdjęcie na tle Mona Lisy wykonane w paryskim Luwrze obiegło wszystkie największe serwisy społecznościowe oraz portale i blogi z kategorii lifestyle. Słynne muzyczne małżeństwo znalazło wielu naśladowców. Fani zaczęli powielać przykład dany przez idoli, pomysł się przyjął i - szczególnie wśród ludzi młodych – zapoczątkowany został efekt kuli śnieżnej, polegający na coraz większej liczbie zainteresowanych wykonaniem własnego muzealnego selfie.



Grafika 2.: Beyonce i Jay Z w paryskim Luwrze – selfie, które zapoczątkowały światową modę
Źródło: <http://www.vanityfair.com/hollywood/2014/10/beyonce-jay-z-louvre-mona-lisa>

Chętnych do fotografowania i dzielenia się swoimi zdjęciami jest na tyle dużo, że dziś oficjalnie obchodzi się już tzw. #MuseumSelfie-Day. Jest to dzień, w którym niemal obowiązkiem osób aktywnych

w mediach społecznościowych jest wrzucenie na swoje konto muzealnego selfie. Wiele instytucji wykorzystuje tę okazję, aby przyciągnąć w swoje mury osoby dotychczas niezainteresowane sztuką. Organizowane są specjalne konkursy, a odwiedzających zachęca się do uwiecznienia odbywanej wizyty.

Na bazie doświadczeń związanych z #MuseumSelfieDay powstało wiele inicjatyw wpisujących się w ten nurt. Jednym z nich jest tzw. #emptyevent zapoczątkowany przez Edinburgh's Scottish National Gallery of Modern Art, a potem powielony także m.in. przez Tate Modern, nowojorskie Metropolitan Museum czy Luwr. Wydarzenie to polega na wpuszczeniu do przestrzeni muzealnych po godzinach otwarcia osób zainteresowanych fotografowaniem się na tle dzieł sztuki, a następnie udostępnianiem powstałych zdjęć w serwisie Instagram. Każde takie wydarzenie to setki (czy nawet tysiące) zdjęć, które użytkownicy tego medium mogą oglądać za pomocą hashtagów, takich jak #emptyscotmodern czy #scotmodern.

Innym interesującym przedsięwzięciem z pogranicza świata muzealnego, selfie i mediów społecznościowych jest inicjatywa Museum of Selfies. Pomysł, zapoczątkowany przez Dunkę Olivie Muus oparty jest na fanpage'u funkcjonującym w ramach portalu Facebook. Autorka oraz osoby śledzące stronę (dziś jest ich blisko 5 000) umieszczają tam swoje zdjęcia stworzone w konwencji zakładającej, że muzealne dzieło sztuki ma wyglądać, jakby to jego bohaterowie fotografowali samych siebie przy użyciu smartfona. W ten sposób powstało już kilkaset remiksów dziedzictwa – zdjęć zabawnych, ale też nadających uwiecznianej sztuce zupełnie nowego znaczenia i kontekstu.



Grafika 3. Przykład dzieła wykonanego w konwencji Museum of Selfies

Źródło: <https://www.facebook.com/museumofselfies/photos/a.980860938593981.1073741827.980815235265218/1078616418818432/?type=1&theater>

Poszerzanie się mody na selfie skutkowało rozwojem rynku, wspierającego amatorów tej formy fotografii. Jednym z efektów tego procesu było powstanie selfie sticks (w Polsce nazywanych kijkami do selfie). Na przełomie 2014 i 2015 roku one także – obok samych selfie - stały się stałym elementem krajobrazu największych światowych muzeów. Dla wielu instytucji – nawet tych o liberalnej polityce fotograficznej - był to moment, w którym zaczęto się zastanawiać, czy moda na telefoniczne autoportrety powinna być tak mocno obecna w murach muzealnych i gdzie są granice tolerancji dla tego zjawiska. Osiągnięto pewną masę krytyczną, która zapoczątkowała szeroką, światową dyskusję. Jej efekty – rozumiane jako reakcja świata muzealnego – okazują się być bardzo różne, często mocno zaskakujące.

Dylemat muzeów – wspierać czy zabraniać

Działania, jakie muzea podejmują obecnie w odpowiedzi na zjawisko selfie, podzielić można na cztery główne grupy.

Pierwszy rodzaj reakcji, to skrajna negacja nowej mody. Instytucje, należące do tej grupy zakazują nie tylko selfie, ale w ogóle fotografowania wewnątrz muzeum. Tym samym wracają do konserwatywnego wzoru „świątyni sztuki”. Argumentem najczęściej pojawiającym się w tym kontekście jest zakłócanie (podczas wykonywania zdjęć) spokojnego odbioru sztuki innym zwiedzającym. Do tej grupy instytucji zaliczyć można m.in. madryckie muzeum Prado, nowojorskie muzeum Guggenheima, czy florencką galerię Uffizi.

Drugi rodzaj reakcji można określić, jako bierność w wyznaczonych granicach. Muzea wpisujące się w ten zbiór nie zakazują selfie i innych form fotografii. Wprowadzają jednak ograniczenia dotyczące wykorzystywania przyrządów dodatkowych, jak wspomniane selfie sticks, czy statywy. Związane jest to głównie z zagrożeniem, jakie - zdaniem tych instytucji - powodowali dla otoczenia (tj. dla eksponatów² i dla innych osób) zwiedzający korzystający z kijków do selfie. Takie rozwiązanie zostało przyjęte w wielu amerykańskich (m.in. nowojorskie Metropolitan Museum of Art, bostońskie Muzeum Sztuk Pięknych, J. Paul Getty Museum w Los Angeles) oraz brytyjskich muzeach (m.in. londyńska National Gallery).

Warto wyróżnić w tym miejscu także amsterdamskie Van Gogh Museum. Instytucja ta wprowadziła swego rodzaju salomonowe rozwiązanie pomiędzy pierwszym, a drugim spośród wyróżnionych powyżej

²Znane są przykłady uszkodzenia dzieł sztuki podczas wykonywania selfie. W mediolańskiej akademii sztuk pięknych 19-letni student, odwiedzający tamtejszą galerię, poważnie uszkodził dziewiętnastowieczną kopię starożytnej greckiej rzeźby „Pijany Satyr”. Inna historia miała miejsce w Tübingen University, gdzie student, chcący zrobić sobie selfie w rzeźbie, utknął w niej i musiał skorzystać z pomocy straży pożarnej. Ironicznego charakteru całej sytuacji dodaje fakt, że rzeźba „Chacón-Pi” (która jest główną „bohaterką” opisywanej tu sytuacji), wykonana przez Fernando de la Jarę, przykuła uwagę studenta, bo przedstawiała waginę.

typów reakcji na selfie. Muzeum - początkowo otwarte na wszelkie formy fotografii – przeprowadziło badania, z których wynikało, że wielu odwiedzających skarży się na amatorów selfie. Mieli oni zakłócać i wręcz uniemożliwiać odbiór sztuki. W odpowiedzi na ten problem podjęto dwie decyzje:

1. zakazano wszelkich form fotografowania dzieł znajdujących się w muzeum i
2. stworzono specjalną salę, gdzie umieszczono kopie najbardziej znanych eksponatów i gdzie zakaz fotografowania nie obowiązuje.

To eksperymentalne rozwiązanie funkcjonuje wciąż stosunkowo krótko, z tego względu cały czas trudne jest wskazywanie efektów, jakie będą z niego płynąć.

Entuzjastyczny – tak można nazwać trzeci rodzaj reakcji muzealników na zjawisko selfie. Do tego grona podmiotów zaliczyć można te instytucje, które nie tylko są otwarte na selfie, ale także starają się wykorzystać to zjawisko do własnych celów. Najczęściej jest to związane z wplataniem nowej mody do działań promocyjnych muzeów. Może się to odbywać na bardzo wiele sposobów. Muzeum Sztuki Współczesnej z San Francisco zachęca swoich kuratorów do takiego aranżowania wystaw, które będzie odpowiadać na potrzeby osób chcących wykonać w muzeum atrakcyjny autoportret. Mało tego, do współpracy z tą instytucją zapraszani są także profesjonalni fotografowie, którzy wskazują miejsca, skąd można uchwycić najlepsze kadry do selfie. Lokalizacje te są następnie oznaczane poprzez specjalną informację i dostępne dla każdego zwiedzającego. Podobne rozwiązanie – na ten moment w przypadku wybranych wystaw – testuje paryskie Centre Pompidou.

Inne, ciekawe rozwiązanie proponuje zwiedzającym Los Angeles County Museum of Art. W ramach wystawy „Faces of America” każdy odwiedzający może sobie wykonać selfie, które następnie - poprzez specjalny ekran - trafia na muzealną ścianę i staje się częścią ekspozycji. Aktywne włączenie twórców selfie w jedną z wystaw LACMA jest rozwinięciem stałej polityki promocyjnej tej instytucji. Od dłuższego czasu na bieżąco śledzi ona użytkowników mediów społecznościowych, którzy fotografują się w jej wnętrzach i oznaczają swoje zdjęcia przy wykorzystaniu odpowiedniego hashtagu. Muzeum stara się wchodzić w interakcję z takimi osobami, zachęcając ich do kolejnych wizyt i kolejnych zdjęć. Podobne działania podejmuje także krakowskie Muzeum Sztuki Współczesnej MOCaK.

Negacja	Bierność w wyznaczonych granicach	Poszukiwanie kompromisu	Entuzjazm
•Muzeum Prado (Madryt, Hiszpania), •Muzeum Guggenheima (Nowy Jork, USA), •Galeria Uffizi (Florencja, Włochy)	•Metropolitan Museum of Art (Nowy Jork, USA), •Muzeum Sztuk Pięknych (Boston, USA), •J. Paul Getty Museum (Los Angeles, USA) •National Gallery (Londyn, Wlk. Brytania)	•Van Gogh Museum (Amsterdam, Holandia)	•Muzeum Sztuki Współczesnej (San Francisco, USA) •Centre Pompidou (Paryż, Francja) •Los Angeles County Museum of Art (Los Angeles, USA) •MOCaK (Kraków, Polska)

Schemat 1. Typologia reakcji światowych muzeów na zjawisko selfie
Źródło: opracowanie własne.

Ostatni możliwy do wyróżnienia sposób reakcji na selfie to powoływanie zupełnie nowych placówek, które będą dedykowane amatorom selfie. Tego rodzaju przedsięwzięcie zostało zrealizowane pod koniec 2014 roku w filipińskiej Manili³. Art in Island - pierwsze światowe muzeum dedykowane selfie posiada wystawę składającą się z około dwu-

³Warto wspomnieć, że wg badań magazynu TIME Filipiny to światowa stolica selfie. W przeliczeniu na mieszkańca wykonuje się tam najwięcej tego rodzaju zdjęć, które następnie publikowane są w serwisie Instagram.

stu interaktywnych eksponatów 3D – grafik, tworzących złudzenia bezpośredniego uczestniczenia w scenie obrazowanej na dziele sztuki. Zarządzający tym nietypowym muzeum sami opisują wizję działania ich instytucji na portalu Facebook w następujący sposób:

Zawsze gdy odwiedzasz muzeum jesteś przyzwyczajony do zachowywania się cicho. Nie wolno Ci niczego dotykać, ani robić zdjęć. Nie masz później żadnego dowodu, że odwiedziłeś miejsce, w którym przecież faktycznie byłeś. To dlatego, specjalnie dla tych, którzy myślą „muzeum nie jest dla mnie” stworzyliśmy Art in Island.



Grafika 4. Przykładowe „dzieło” z filipińskiego Art in Island
Źródło: <https://www.facebook.com/artiniland>

Szersze spojrzenia na zjawisko

Zdecydowanie nie widać wspólnego głosu muzeów, jeśli chodzi o styczność tej grupy instytucji ze zjawiskiem selfie. Część z nich (wydaje się, że na ten moment mniejszość) stara się walczyć z autoportretami. Reszta z mniejszą lub większą ostrożnością otwiera się na nową modę i stara się ją wpieść w tworzoną ofertę.

Potrzeba czasu, aby ocenić, która z tych strategii przyniesie lepsze rezultaty. Intuicja podpowiada, że otwarte podejście do selfie i włączenie tego zjawiska w strategię promocyjną instytucji może dać interesujące efekty. Opisywana moda dobrze wpisuje się w najnowsze trendy dotyczące światowych muzeów (koncepty muzeum otwartego, czy partycypacyjnego). Otwiera te instytucje na nowe – dotychczas niezainteresowane ich ofertą – grupy odbiorców. Tym samym selfie może stać się skutecznym narzędziem rozwijania widowni (od ang. audience development) muzeów. Telefoniczne autoportrety robią wiele dla rozprawienia się ze stereotypem muzeum, stanowiącego miejsce ciszy i skupienia. Dają szansę – szczególnie młodym odbiorcom – nie tylko odbierać sztukę, ale też dawać upust indywidualistycznym potrzebom, dzielenia się z innymi tym co dla każdego z nich jest interesujące i piękne.

Nie można wykluczyć, że dla sporej grupy amatorów telefonicznych autoportretów selfie ograniczy się wyłącznie do poszukiwania rozrywki, śmiesznych kadrów, którymi można się podzielić ze znajomymi. Jednak nawet wówczas ciężko jednoznacznie źle oceniać nową modę. Wszystko zależy tu od szerszego spojrzenia na rolę muzeum. Jak mówi R. Dodge z Royal Ontario Museum „Dla nas, selfie pokazuje, że można się bawić w muzeum i - idąc dalej – że muzeum może być



zabawą". Takie – zupełnie niekonserwatywne – podejście ma dać korzystne rezultaty w perspektywie kilku, czy kilkunastu lat i uratować muzea od zapomnienia. Selfie oswaja sztukę, czyni ją przedmiotem zainteresowania młodych odbiorców. Telefoniczny autoportret to jedna z dróg do zainteresowania widza dziedzictwem obecnym w murach instytucji. Pierwszy krok, który – przynajmniej w przypadku części odbiorców – ma stanowić jedynie początek szerszego i bardziej wnikliwego zgłębiania tajników sztuki.

Dodatkową korzyścią z muzealnego selfie jest łatwość i szybkość, z jaką każde pojedyncze zdjęcie rozchodzi się po cyfrowych kanałach, trafiając w ciągu kilku chwil do wielu odbiorców. Oprócz promocji autora zapewnia to promocję miejsca, w którym fotografia została wykonana, w tym przypadku konkretnego muzeum. Promocję, zupełnie bezpłatną i – jak można podejrzewać – relatywnie skuteczną⁴.

Podsumowanie

Nowa rola muzeum i pojawienie się w ich murach selfie to procesy ściśle powiązane. Dziedzictwo kulturowe dla mas niejako automatycznie otwiera się na zjawiska masowe. Muzea, chcące imponować wielomilionowymi statystykami odwiedzin, muszą być ukierunkowane na turystów (bo tylko oni są w stanie zapewnić takie liczby). To ich potrzeby – często inne od potrzeb pasjonatów sztuki – zaspokajają się w takich instytucjach w pierwszej kolejności. Dopiero w drugiej kolejności następuje pogłębiona refleksja, jak pogodzić dwa żywioły – wa-

⁴ Co wynika z mechaniki funkcjonowania mediów społecznościowych, gdzie największą popularnością cieszą się materiały udostępniane przez osoby, będące w kręgu znajomych.

kacyjnych, żądnych wrażeń gości oraz pragnących spokoju, konese-
rów sztuki wysokiej. Na to ostatnie pytanie wciąż brak jednej i jasnej
odpowiedzi.

Strategie przyjmowane przez muzea w odpowiedzi na opisywane
zjawisko są bardzo różne. Od skrajnie negujących (zupełny zakaz fo-
tografowania) aż po nazbyt optymistycznie wpisujące się w nową
modę (muzeum dedykowane selfie w Filipiniach). Optymalna dro-
ga wydaje się wieść gdzieś między tymi dwiema skrajnościami.
Selfie – jakkolwiek będzie dyskredytowane – posiada liczne zalety.
Otwiera muzea na młodych, dotychczas nie zainteresowanych sztuką,
dziedzictwem, czy historią.

Muzea, które bronią się przed selfie, tego rodzaju argumenty nie
przekonują. Wielu obrońców restrykcyjnej polityki fotograficznej nie
odczuwa potrzeby otwierania muzeów na szersze grono odbiorców.
Bliskie jest im podejście Michaela Savage’a, blogera zajmującego się
sztuką, który tak odnosi się do zjawiska selfie - „To zaburza relację
ze sztuką. Selfie zamienia odbieranie największych dzieł ludzkiej cy-
wilizacji w fotograficzne umieszczanie samego siebie na ich tle. (...) Nie
można doświadczyć siły dzieła „One” Jacksona Pollocka bez stania na-
przeciw niego w ciszy i skupieniu. Sztuka to coś poważnego. To nie
lekka rozrywka”. Brak szacunku dla sztuki i dziedzictwa to jeden
z najczęściej podnoszonych argumentów przeciwko selfie. Czy słusz-
ny? Można mieć wątpliwości. Obserwując cyfrową rzeczywistość, nie
sposób oprzeć się wrażeniu, że telefoniczny autoportret to dla grupy
osób natywnych cyfrowo nowy sposób przeżywania rzeczywistości.
Odbierania miejsc i wydarzeń, których jest się uczestnikiem. Jeśli tak,

to zakaz wykonywania muzealnego selfie może być w dłuższej perspektywie równoznaczny z wyeliminowaniem tych instytucji z praktyk wielu osób (dziś nastolatków, a w przyszłości dorosłych, którzy determinować będą zainteresowania swoich dzieci). Jednocześnie, wielkim wyzwaniem dla muzeów stosujących otwartą politykę, jest dziś sprawienie, by selfie nie było celem samym w sobie. Zarazem początkiem i zwieńczeniem kontaktu ze sztuką. Jeśli ten będzie oparty wyłącznie o ślepe podążanie od dzieła do dzieła w poszukiwaniu co bardziej interesujących fotograficznie eksponatów, to niebawem – wraz z przeminieniem mody na muzealne selfie – także i te muzea mogą opustoszeć i popaść w zapomnienie.

Bibliografia

1. <https://news.artnet.com/in-brief/should-museums-ban-selfies-for-an-hour-every-day-103173>
2. <http://www.cbc.ca/news/arts/selfies-popular-in-museums-but-some-see-them-as-trouble-1.3011102>
3. http://wyborcza.pl/1,75248,17298080,Selfie_z_obrazem__czyli_co_sie_dzieje_noca_w_muzeum.html
4. <http://mashable.com/2015/02/03/selfie-stick-ban/>
5. <http://www.latimes.com/entertainment/arts/la-et-cm-museum-selfies-20150608-story.html#page=1>
6. <http://www.museumsassociation.org/museum-practice/new-practice/25032015-scotland-holds-first-empty-museum-event>
7. http://wyborcza.pl/1,75248,17298080,Selfie_z_obrazem__czyli_co_sie_dzieje_noca_w_muzeum.html
8. <http://www.rp.pl/artykul/1173340.html?print=tak&p=0>
9. <http://www.dobreprogramy.pl/Uprasza-sie-o-kulturalne-zachowanie-nie-robimy-selfie-z-kijka-w-muzeum,News,61661.html>
10. <http://mashable.com/2015/02/03/selfie-stick-ban/>
11. <http://life.forbes.pl/jak-selfie-wdarlo-sie-do-swiatyni-sztuki,artykuly,183837,1,1.html>



Unidentified woman taking her own photograph using a mirror and a box camera, roughly 1900
źródło: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Unidentified_woman_taking_her_own_photograph_using_a_mirror_and_a_box_camera,_roughly_1900.jpg



warsztat
innowacji
społecznych

www.warsztat.org.pl
kontakt@warsztat.org.pl
<https://www.facebook.com/WarsztatInnowacjiSpolecznych>



ekultura

ekultura.org
[@ekultura_org](https://www.facebook.com/ekultura.org)
<https://www.facebook.com/ekultura.org>