

Czy Program Innowacyjna Gospodarka może mieć coś wspólnego z zaspokajaniem potrzeb społecznych?

Jak najbardziej. przykładem jest portal Qlturka.pl, opiniotwórcze medium dla dzieci i młodzieży, działające dzięki wsparciu z działania 8.1 „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej” PO IG.

- Przez wiele lat zajmowałam się recenzowaniem i tłumaczeniem książek dla dzieci. W pewnym momencie doszłam do wniosku, że najwyższy czas zająć się bardziej kompleksowo kulturą dla najmłodszych – mówi Ewa Świerżewska, twórczyni Qlturki.

Pomysł powstał już kilka lat wcześniej, ale nie było szans na sfinansowanie pełnej koncepcji. Dopiero Program Innowacyjna Gospodarka umożliwił realizację projektu „Portal edukacyjno-społecznościowy Qlturka.pl, pierwszy etap budowy agencji promocyjno-wydawniczej działającej w obszarze kultury dla dzieci”.

Prace nad serwisem rozpoczęły się 1 października 2008 r., w pierwszym dniu realizacji projektu. – *Musiałam działać zgodnie z planem zakreślonym we wniosku. Od tego momentu rozpoczął się dla mnie niezwykle intensywny okres życia, wypełniony ciężką, całodzienną pracą – mówi Świerżewska. Ale dzięki uporowi i determinacji już 6 grudnia 2008 r., po niespełna dwóch miesiącach, strona ruszyła.*

Pieniądze z PO IG w wysokości 265 tys. zł (z czego 225 tys. pochodzi z budżetu UE) zapewniły m.in. pokrycie kosztów opracowania graficznego i budowy mechanizmu portalu. Dofinansowaniu Qlturka zawdzięcza też rozmach i możliwość promowania się na szeroką skalę.

120 tys. czytelników

W ciągu dwóch lat działalności portal zgromadził w swych zasobach ponad 7,5 tys. artykułów, recenzji książek, płyt, opisów sztuk teatralnych, filmów oraz wystaw plastycznych. Można się tu zapoznać z utworami wybitnych poetów i pisarzy lub najwybitniejszymi dziełami malarstwa.

Najmłodszemu dedykowany jest „Kulturalny Plac Zabaw” – wirtualny skarbiec dziecięcej rozrywki, gwarantujący, że dziecko, które tu trafi, na pewno wykorzysta czas w najlepszy możliwy sposób. Rozrywkę zapewniają gry, kolorowanki, wirtualne puzzle i układanki.

Rygory, które pomysłodawczyni portalu sama sobie narzuciła podczas pisania wniosku o dofinansowanie, zmobilizowały ją do walki o jak najlepsze wyniki oglądalności. – celem było 80 tys. tzw. unikalnych użytkowników. - *Udało się nam ten cel zrealizować w zamierzonym czasie z nawiązką – mówi.*

Już w czerwcu 2010 r. Qlturka mogła się pochwalić 430 tys. odsłon w miesiącu, 120 tys. użytkowników oraz newsletterem, który co tydzień dociera już do ok. 12 tys. prenumeratorów.

Od kuchni

Aż trudno uwierzyć, że cała redakcja portalu to właścicielka i redaktorka na etacie.

– Duchowym wsparciem na każdym etapie jest mąż: pomagał przygotować wniosek, wspiera koncepcyjnie. Współpracujemy z autorami zewnętrznymi, którzy od czasu do czasu tworzą dla nas teksty na zamówienie. Zamawiamy też specjalnie pisane opowiadania i powieści w odcinkach u profesjonalnych pisarek i ilustratorek. Dopiero ostatnio dołączyła kolejna stała współpracownica – mówi redaktor naczelna Qlturki.

- Prawdziwym wsparciem jest grupa wolontariuszy. Są wśród nich blogerki, mamy na urlopach macierzyńskich i wychowawczych oraz jeden tatuś. Zależy im na pisaniu, na aktywności, dlatego też za swą pracę nie oczekują honorariów – cieszą się z książek i biletów na aktualne wydarzenia, nad którymi portal obejmuje patronaty medialne. Dla części z nich wystarczającą zapłatą jest możliwość zaistnienia, gdyż pisanie jest pasją i wewnętrzną potrzebą.

Portal jest tylko pierwszym etapem budowy agencji promocyjno-wydawniczej działającej w obszarze kultury dla dzieci – traktowanej dotychczas po macoszemu przez media. Qlturka pokazała duże zapotrzebowanie na wysokiej jakości informację z tej dziedziny, stanowiącej przeciwwagę dla świata spod znaku Barbie. W planach jest uruchomienie możliwości zakupu wybranych produktów, a także akcje społeczne, mające promować udział w kulturze dzieci z różnych środowisk (przeciwdziałając wykluczeniu społecznemu). – *W naszej działalności, prócz biznesu, który oczywiście jest bardzo ważny, dużą rolę odgrywa realizacja misji – podkreśla Ewa Świerżewska.*

Źródło: Innowacyjni 1(11)/2011, Jerzy Gontarz, Joanna Pieńczykowska