



COOLtura

**Przewodnik dla przewodnika młodzieży w podróży do
sztuki**

CENEF

2023

SPIS TREŚCI

TO NIE JEST ROZDZIAŁ WPROWADZAJĄCY DLA TYCH, KTÓRZY POMIJAJĄ WSTĘP.

1 . POZNAJMY SIĘ, JESTEM ZANNA! CZYLI KIM SĄ DZISIEJSI MŁODZI ODBIORCY SZTUKI?

Pokolenie Z

Nasze życie w przestrzeni internetowej

2. MŁODZI LUDZIE NAS POTRZEBUJĄ! ROLA PRZEWODNIKA PO SZTUCE W ŻYCIU MŁODEGO CZŁOWIEKA

Kim są przewodnicy po sztuce?

Misja przewodnika młodej osoby w podróży przez sztukę.

Dlaczego nie udaje nam się zainteresować młodych ludzi?

3 LEKCJE Z "INNOŚCI"? JAK MÓWIĆ O KULTURZE I SZTUCE TAK, BY MŁODZI LUDZIE NAS ROZUMIELI?

Co to znaczy mówić językiem młodzieży?

Żeby kontakt ze sztuką nie bolał.

Wyobraźnia - most, na którym możemy spotkać się z młodymi ludźmi.

Narodziny kultury - pomysły na działania.

4. STAŃMY SIĘ WIDOCZNI! MARKETING KULTURY SKIEROWANY DO MŁODZIEŻY.

Uprzedzenia wobec marketingu sztuki i kultury.

Problemy marketingowe z powodu niespełnionych oczekiwań młodych ludzi.

Jak (nie) docierać do młodych odbiorców?

Marketing instytucji kultury w przestrzeni internetowej.

Marketingowe pomysły na uatrakcyjnienie wydarzeń.

5 MIEJSCE SPOTKAŃ: SALA WYSTAWOWA

Galeria/Muzeum = miejsce spotkań

O wybojach, potokach, powalonych drzewach, oblodzonych drogach, mgłę i rozjechanych jeźcach: pułapki na drodze do sztuki wizualnej.

"Co to za retro?"

"Mam wrażenie, że tylko przeszkadzam pracownikom galerii...".

Drzewo na drodze: "W muzeum nic mnie nie zachwycało".

Sopel: "Ja też mógłbym to stworzyć!".

Mgła: "Ale przecież nie znamy artysty!".

Rozjechany jeź: "Zakazy, nakazy, łańcuchy".

Zabierzmy młodych na wernisaż!

Droga do wiedzy prowadzi przez pytania.

Propozycje aktywności.

Inspirujące strony internetowe i aplikacje.

6. MIEJSCE SPOTKAŃ: BIBLIOTEKA

Kim jest "czytelnik"?

Dlaczego musimy czytać i dlaczego mówimy o tym w tej publikacji?

Pytania do rozmów o książkach i ukrytej w nich sztuce.

Młodzi ludzie i czytanie.

Promujmy czytelnictwo w szkołach.

Młodzi ludzie i biblioteki.

Propozycje działań, które mogą wzmacniać więzi młodzieży ze sztuką literacką

1. Propozycje działań w bibliotece.

2. Pomysły na łatwe działania promujące czytelnictwo w szkołach.

3. Przykłady działań w zależności od potrzeb młodzieży.

4. Zabawy z książką

Nie dajmy się zniechęcić!

7. MIEJSCE SPOTKANIA: SCENA

Sztuka, która się dzieje. Na scenie.

Wydarzyła się tragedia (w teatrze).

Teatr kontra film.

Balet to nie żarty.

Muzyka na scenie. Dużo, bardzo dużo muzyki.

A co z muzyką poza sceną?

8 EDUKACJA NIEFORMALNA - OBOWIĄZKOWY ZESTAW REANIMACYJNY PRZEWODNIK PO SZTUCE

Czym jest edukacja nieformalna?

Po co edukacja nieformalna w sztuce i kulturze?

Jakie umiejętności społeczne można rozwijać poprzez edukację nieformalną?

Krytyczne myślenie a sztuka.

Na czym polega tajemnica edukacji nieformalnej?

Z kim mamy do czynienia? Teoria osobowości Honeya i Mumforda

Metody, techniki i działania edukacji nieformalnej

Metoda

Technika

Działanie

Zanim zaczniemy...

Jak wybrać odpowiednią metodę?

O czym pamiętać podczas wykonywania czynności?

Jak przygotować wydarzenie z wykorzystaniem metod edukacji pozaformalnej?

Lista obowiązkowego wyposażenia przewodników artystycznych.

Wybór metod, technik i działań z zakresu edukacji pozaformalnej, które można wykorzystać w pracy przewodników artystycznych .

Refleksja, refleksja, refleksja.

10. KULTURA W ERZE CYFROWEJ. NARZĘDZIA INTERNETOWE, KTÓRE MOGĄ BYĆ WYKORZYSTANE W PRACY INSTYTUCJI SZTUKI KULTURY

Narzędzia ICT jako sposób, a nie cel, edukacji artystycznej i kulturalnej

W jakim obszarze kultury można wykorzystać narzędzia online?

Oprogramowanie do obsługi wydarzeń online

Narzędzia i aplikacje, które można wykorzystać na różnych etapach realizacji wydarzenia

Wybór aplikacji, które mogą być wykorzystane do wprowadzenia elementów grywalizacji do działań

Bonus: aplikacja Touch The Culture

TO NIE JEST PODSUMOWANIE .

Podręcznik niezapomnianego przewodnika po podróży
artystycznej młodego człowieka

ŹRÓDŁA

TO NIE JEST WSTĘP!

Rozdział dla tych , co pomijają wstępy.



WSTĄPCIE DO ŚWIATA SZTUKI.

"Tutaj stajecie się częścią opowieści".

"Tutaj nie musisz być cicho. Śmieję się, płacz, podziwiał...".

"Dotknij eksponatu!"

Czy byłoby to zbyt nieprawdopodobne, gdyby podobne znaki znalazły się w muzeum lub galerii? A towarzyszący grupie przewodnik, zamiast pokrowców na buty i surowego "psssst!" proponował zwiedzającym, pierwszą podpowiedź do ekscytującej "ucieczki"? Nagle zwykłe oglądanie eksponatów zamieniłoby się w pełną przygód wyprawę po sztuce, a zamiast chrząknięć czy chichotów młodych buntowników zapędzonych do instytucji kultury, po muzeum rozeszłoby się echo miliona pytań nastolatków, którzy chcą dowiedzieć się czegoś więcej.

Niezły pomysł. Czy może raczej science fiction?

Może takie coś spowodowałoby wzrost liczby wpisów w książce odwiedzających, może poprawiłby się statystyki odwiedzających muzea, a może sfrustrowani pracownicy instytucji kulturalno-artystycznych wreszcie poczuli, że ich praca ma sens...

A może stałoby się coś znacznie ważniejszego: pędzące życie młodego człowieka zatrzymałoby się na chwilę, a on sam stałby w niemym zachwycie przed czymś, co go przerasta. Czymś, czego nie trzyma w rękach, nie może złapać swoim iPhone'em, nawet jeśli jest sprytnym fotografem. Czymś, co potrafi wpłynąć na jego emocje bardziej niż najbardziej wpływowy influencer i czego nie da się opanować żadnym językiem programowania. Tym "czymś", czego doświadczył ten młody człowiek, jest prawdziwy kontakt ze sztuką...

Pewien właściciel księgarni powiedział kiedyś, że ze sztuką i młodymi jest trochę jak ze sprzedażą iPhone'ów. Podobno, gdy Steve Jobs wypuszczając na rynek pierwszego iPhone'a, powiedział tak: "Ludzie nie potrzebują iPhone'ów. Ale musimy ich przekonać, że potrzebują".

Czy młodzi ludzie potrzebują sztuki? Jak ich przekonać, że jest im potrzebna? Zapewne na pierwsze z tych pytań odpowiedzieliście twierdząco, inaczej nie sięgnęli byście po ten przewodnik. Natomiast drugie pytanie jest powodem, dla którego powstała ta publikacja.

W czasach pandemii, kiedy zamykano instytucje kultury, a artyści zmagali się z utratą dochodów, w mediach społecznościowych pojawiały się reakcje typu "Idźcie do Tesco wykładać towar, bezużyteczne nieroby!". Właśnie wtedy uświadomiliśmy sobie, jak dziś postrzegani są twórcy (nie mamy na myśli celebrytów z Instagrama) i zaczęliśmy przyczyn długotrwałego spadku zainteresowania młodego pokolenia niektórymi obszarami kultury i sztuki.

Wraz z partnerami i ekspertami ze Słowacji, Czech i Polski - specjalistami z dziedziny kultury, sztuki, edukacji nieformalnej, pracy z młodzieżą i IT - w ramach projektu "Touch The Culture" , opracowaliśmy narzędzia dla wszystkich, którzy chcą być niezastąpionymi przewodnikami młodzieży w ich podróży do sztuki.

<https://app.touchtheculture.eu/>



2. PUBLIKACJA - COOL-tour, PORADNIK MŁODEGO CZŁOWIEKA W PODRÓŻY DO SZTUKI

W publikacji, którą właśnie trzymacie w rękach lub przeglądacie w sieci, zastanawiamy się nad pytaniami: kim są dzisiejsi młodzi ludzie? Jak możemy pomóc im zrozumieć sztukę, jak rozmawiać z nimi o sztuce, jak możemy uatrakcyjnić nauczanie sztuki w instytucjach oraz jak pogłębić zainteresowanie młodych sztuką? Chcielibyśmy, aby ta publikacja była zbiorem przepisów i pomysłów , zestawieniem praktycznych działań i wskazówek, kompendium nowych trendów i metod edukacji nieformalnej. Mamy nadzieję, że ta publikacja wesprze konsekwentnie przewodników po sztuce, którzy będą towarzyszyć młodym ludziom w trakcie ich pierwszej, drugiej trzeciej randki ze sztuką



Publikację można pobrać pod tym linkiem:

<https://touchtheculture.eu/publikacja/>



3.ZAŁĄCZNIKI

Właściwym rodzeństwem publikacji są 4 załączniki, które powstały jako produkt uboczny publikacji. Są to materiały, które mogą stanowić samodzielny materiał metodyczny, a ich wyodrębnienie pozwoliło na rozszerzone opracowanie i łatwiejszą orientację w tematyce.

Załącznik 1: Kieszonkowy przewodnik po edukacji nieformalnej dla przewodników artystycznych
Wybór metod, technik i działań

Załącznik 2: Droga do wiedzy poprzez pytania
Pomysły na rozmowy o sztuce

Załącznik 3: Jak (źle) spotkałem się ze sztuką
Zestaw motywujących obrazów

Załącznik 4: Należymy do siebie
Wskazówki obrazkowe

Załączniki można pobrać z tego linku:

<https://touchtheculture.eu/publikacja/>



Odkrywamy karty

Faktem jest, że w naszym mieście w dniu otwarcia galerii nie stoi przed nią tłum młodych ludzi. Może to i jest trochę smutne, ale przyzwyczailiśmy się do tego. Młodzież nie chodzi do galerii. Kropka. A gdyby na końcu zdania postawić znak zapytania?

Młodzi ludzie nie chodzą do galerii? Dlaczego ? Czy nie są zainteresowani tą wystawą? Nie wiedzą o niej? Nie zainteresowało ich ogłoszenie o wystawie? Czy ostatnim razem mieli złe doświadczenia z edukatorem, przewodnikiem? Czy było to nudne? W czym tkwi problem?

Jedno jest pewne. Na pewno nie jest tak, że młodzi nie lubią sztuki. Problem leży gdzie indziej. Chodzi o to, że mamy karty, a my nie znamy reguł tej gry.

W tej publikacji spróbujemy zagrać w grę kartami, które rozdał nam przypadek. W tym celu przestaniemy postrzegać siebie jako instytucję moralną, która "strzeże" sztuki i patrzy z góry na tych, którzy nie potrafią docenić jej wartości, a wspólnie będziemy zaglądać przez ramię w karty naszego przeciwnika - młodego człowieka, którego najchętniej widzieć w naszej instytucji kultury.

Kiedy już odsłoniemy karty, odpowiadamy na następujące pytania:

Kim jest dzisiejsza młodzież (odbiorca sztuki)?

Czego potrzebuje dzisiejsza @instamłodzież i czego szuka w sztuce?



Jak rozmawiać z młodzieżą o sztuce?

Spróbujmy wyjść z naszej roli przewodnika i nauczyć się mówić ich językiem.



Jak sprawić, by sztuka w instytucjach była atrakcyjna dla młodych ludzi?

Spróbujmy użyć kilku wskazówek marketingowych.



Jak pogłębić zainteresowanie młodzieży różnymi rodzajami sztuki?

Jak zachęcić młodych do interesowania się różnymi formami sztuki?



Jak doświadczać w sztuce?

Ożywmy naszą zwykłą praktykę nowymi trendami eksperymentalnymi, nieformalnymi metodami edukacji lub połączeniem sztuki i narzędzi ICT.



Wierzmy, że odpowiedzi na te pytania wesprą pasję w przekazywaniu tajemników sztuki i dodadzą skrzydeł do dalszej **pracy w przewodniczeniu młodzieży w drodze do sztuki...**

Karty rozdane, gra się zaczęła !

DRUGIE PODEJŚCIE DO WSTĘPU.

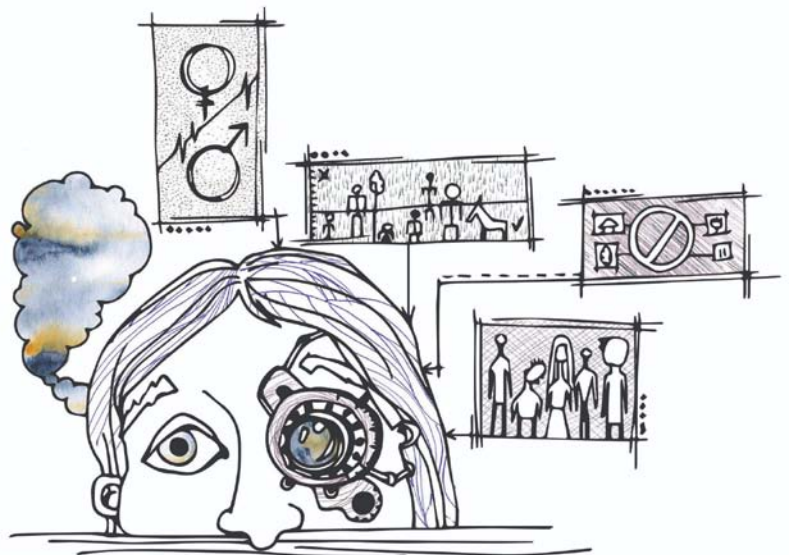
Kiedy zabraknie nam natchnienia.

#zmieńsposóbpatrzenia

"Widzimy wzrost zachowań agresywnych, niepotrzebnych wulgaryzmów, a wszystko to jest brakiem kultury. Kultura jest higieną społeczeństwa. Jest przyjemnością dla duszy. Musimy mieć doświadczenia kulturalne, inaczej społeczeństwo się skończy. Stanie się chore. Nie można tylko chodzić do sklepu spożywczego i myśleć, że to wystarczy, aby zaspokoić podstawowe potrzeby. To strasznie mało i absolutnie nie wystarcza do pełni życia"-mówi Marián Turner, dyrektor generalny Filharmonii Słowackiej, w wywiadzie dla portalu mojakultura.sk.

Zmiana sposobu patrzenia.

Oczywiście wszyscy, którzy sięgnęli po ten podręcznik, zdają sobie sprawę, że kultura i sztuka mają ogromną wartość i znaczenie w wychowaniu, kształtowaniu sposobu myślenia i charakteru kolejnych pokoleń. Pracownicy instytucji kultury czy nauczyciele przedmiotów artystycznych czują jeszcze większą odpowiedzialność za przekazywanie wiedzy, wartości i miłości do sztuki swoim młodym podopiecznym.



Jednak często ten wysiłek nie spotyka się z takim odzewem, jakiego byśmy sobie życzyli. Wszyscy słyszeliśmy takie słowa od wypalonych kolegów i koleżanek po fachu: "Przecież młodzież w ogóle nie chodzi do filharmonii, nie ma pojęcia, gdzie w mieście jest galeria, a artykuł w Wikipedii uważa za dobrą literaturę!..."

Obowiązkowe wyjścia w postaci wycieczek szkolnych się nie liczą. To rozumiecie, że do życia pracowników kultury wkracza frustracja i pojawia się wrażenie, że "młodzi ludzie mają w nosie kulturę". I że właściwie zupełnie bez sensu jest poświęcać energię na tę (nie)potencjalną kategorię odbiorców wydarzeń artystycznych.

Być może wielu pasjonatów kultury wypaliło się w swoich wysiłkach na rzecz przybliżenia sztuki młodym i czeka na systemowy kataklizm, zmianę programów nauczania czy napływ dotacji. A przecież czasem wystarczy naprawdę niewiele - zmienić kilka zdań w rozmowie z pisarzem, zadać właściwe pytanie po spektaklu teatralnym czy poświęcić czas na przygotowanie się do opery.

Być może i Ty należysz do tych, których frustruje apatia młodych lub ignorancja Twoich pełnych dobrych intencji zamiarów "ukulturalniania" ich. W tej publikacji chcielibyśmy zaproponować kilka wskazówek, jak zacząć inaczej patrzeć na młodych ludzi. Wierzmy, że to właśnie zmiana optyki i zrozumienie, jak przekazywać młodym ludziom to ważne "przesłanie" o sztuce, które nosimy w naszych sercach, przyniesie wiele światła i nowego zapału do naszej pracy jako przewodników sztuki.

Zacząć robić rzeczy inaczej

Po zmianie perspektywy następuje krok drugi. **ZACZNIJ ROBIĆ RZECZY INACZEJ**. Czasem wystarczy "drobny trik z nową optyką", a nasze wysiłki na rzecz przybliżenia sztuki młodemu pokoleniu przyniosą znacznie bardziej pozytywny efekt. To właśnie w tym momencie my : poszukiwacze przygód, pasjonaci sztuki, wszelkiego rodzaju edukatorzy, animatorzy i kuratorzy w muzeach i galeriach, wykładowcy, bibliotekarze, przewodnicy turystyczni czy pasjonaci i liderzy, wreszcie rodzice, zdajemy sobie sprawę, że jesteśmy dla młodych ludzi bardzo ważni, a nawet , bądźmy nieskromni, niezastąpieni. Bo to my mamy przywilej nauczania ich i bycia przy nich, gdy znajdą się na głębszych wodach artystyczno-kulturowych niż ich obecne umiejętności pływackie na to pozwalają.

Każda dziedzina sztuki ma swoją specyfikę, podobnie jak poszczególne wydarzenia czy działania artystyczne. W niniejszej publikacji skupiliśmy się na tych najpopularniejszych i z pomocą młodzieży staraliśmy się przeanalizować, pod jakimi względami nie są one wystarczająco atrakcyjne dla młodego pokolenia i jakie zmiany, zarówno w promocji, przygotowaniu, przebiegu, jak i analizie wydarzeń, mogłyby przynieść pożądane spełnienie naszych celów.

Ulepsz stare, nie bój się nowego

Gdybyśmy chcieli kompleksowo zająć się zagadnieniem młodzieży i sztuki, nie wystarczyłoby nawet 50 obszernych książek. Spróbowaliśmy zebrać w jednej publikacji spostrzeżenia, zalecenia, wskazówki i triki, których używamy, by przekazywać młodym ludziom sztukę i kulturę zrozumiałym dla nich językiem. Nie było to łatwe.

SZTUKA.TO LEK.SZTUKA UZDRAWIA.

Korzystaliśmy ze spotkań z młodzieżą i praktykami kultury prowadzonych w formie okrągłych stołów (CENEF, 2021), pracowaliśmy z osobistymi doświadczeniami autorów z pracy w obszarze kultury, sztuki, edukacji pozaformalnej i ICT, a także czerpaliśmy inspirację z tekstów fachowych. W celu jak najbardziej przejrzystego przekazania treści, odniesienia do wykorzystanych źródeł zostały pominięte bezpośrednio w tekście, a ich lista znajduje się na końcu publikacji.



Do przygotowania tego przewodnika przyczyniło się ośmiu autorów z różnych sektorów ze Słowacji, Czech i Polski. Swoje doświadczenie, wiedzę, spostrzeżenia i inspiracje przełożyli na tekst i ilustracje. Dlatego teksty publikacji nie są jednolite pod względem formalnym czy językowym. Nie umniejsza to wartości informacji, które starali się przekazać oraz faktu, że publikacja powstała z zamiłowaniem do kultury i sztuki oraz dla jej dalszego rozpowszechniania.

Mimo że wtórną grupą docelową naszej publikacji jest młodzież w wieku od 14 do 25 lat, to przekazywane informacje, po wprowadzeniu odpowiednich korekt, mają zastosowanie do wszystkich kategorii wiekowych potencjalnych gości instytucji kultury i sztuki.

A więc - zaprowadźmy młodych na ich (pierwszą, drugą, trzecią...) "randkę ze sztuką". Wierzimy, że jeśli między młodymi ludźmi a sztuką "zaiskrzy", może to być miłość na całe życie.

Autorzy

1 POZNAJMY SIĘ, JESTEM ZANNA!

Lub kim są dzisiejsi młodzi odbiorcy sztuki?

Rozdziałowi towarzyszą Katka, Anička i Júlia

POZNAJMY SIĘ, JESTEM ZANNA!

Lub kim są dzisiejsi młodzi odbiorcy sztuki?

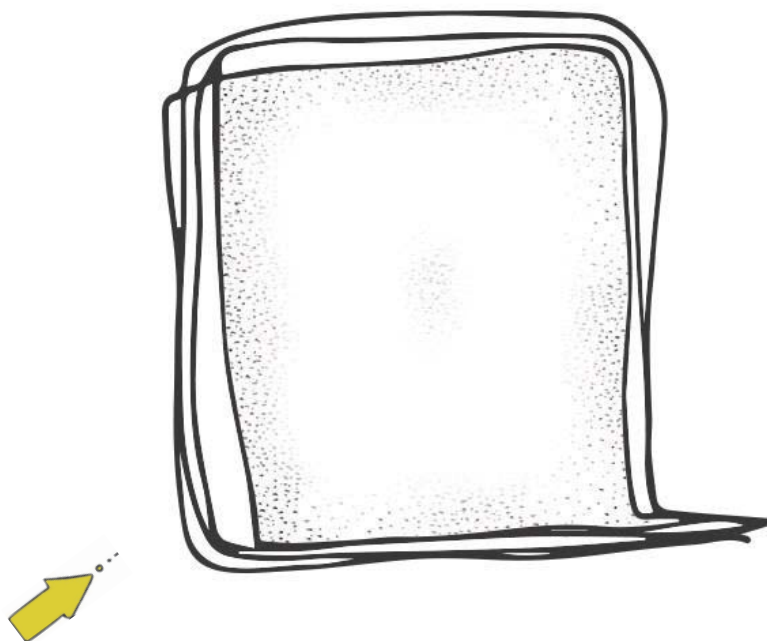
#wczymproblem? #Idontunderstand

Ustalenie, na czym polega problem szwankującej komunikacji, nie tylko w zakresie rozmów o sztuce, ale także w zakresie marketingu, który stosujemy, by zaprosić młodzież na wydarzenie artystyczne, i dlaczego młodzi ludzie nas nie rozumieją, jest dość proste:

nie znamy ich,
nie rozumiemy ich języka,
nie słuchamy ich,
nie próbujemy poznać, co lubią i dlaczego, co ich fascynuje, czym się zachwycają, o czym marzą...
nie wiemy, kto jest dla nich bohaterem,
nie wiemy, jakie są ich wartości, co jest dla nich ważne..

Kiedy myślimy o młodych ludziach w naszej galerii, naszym teatrze, na naszym wieczorze poetyckim - tak, o tych, których może jeszcze nie ma, tych, którzy tylko przechodzą obok, a mogliby wejść do środka....

Kogo widzimy?



Wpiszmy tu swój pomysł..

My również musimy zatrzymać się i zastanowić, kto tak naprawdę stoi przed nami. Musimy poobserwować ich, po słuchać... Jakie to pokolenie i jaka będzie sztuka, którą będą tworzyć lub wspierać? Poznajmy tych młodych ludzi!

Poznajcie się.

To Zanna!



**Fikcyjna postać stworzona
do celów "naukowych" tej publikacji**

#somethingaboutus



Mój nick : @Zanna,

Imię i nazwisko : Zuzana Nová,

Jestem przedstawicielką pokolenia Z,

Urodziłam się 1 stycznia 2006 roku.

Generacja Z

- #itsus

Więcej o moim pokoleniu :

- Nazwa mojego pokolenia pochodzi od kolokwializmu "zoomowcy" - stąd skrót Gen Z,
- Jesteśmy następcami pokolenia Y,
- urodziliśmy się między 1996 a 2012 r,
- jesteśmy cyfrowymi tubylcami - pierwsze pokolenie, które nie doświadczyło życia bez internetu.

Mówi się o nas, że :

- W porównaniu z poprzednimi pokoleniami spożywamy mniej alkoholu,
- jesteśmy bardziej wrażliwi i mamy więcej problemów ze zdrowiem psychicznym.
- Spędzamy dużo więcej czasu w sieci, czytamy mniej książek, co zmniejszyło naszą zdolność do skupienia się oraz ograniczyło zasób słownictwa,
- a nasze zdolności poznawcze, podobno , zmały.
- Cyfrowa społeczność sprawia, że czujemy się jak w domu.
- Jesteśmy świadomi, empatyczni i bardzo wrażliwi na kwestie społeczne i środowiskowe.



Czego potrzebujemy ?

- **Należć do grupy** (być akceptowanym, przyjmowanym),
- **być niezależnym** (móc współdecydować),
- **odnieć sukces** (musimy wiedzieć, że nasze wysiłki są warte zachodu),
- **zdobywać nowe doświadczenia** (chcemy poznawać, rozumieć świat),
- **czuć się zaopiekowanym** (potrzebujemy czuć, że jesteśmy szanowani i akceptowani przez otoczenie).

media były używane do uspokajania dzieci z tego pokolenia, na równi ze smoczkami (chyba że smoczki w ogóle nie były używane),

6% rodziców założyło swoim dzieciom z tego pokolenia konto w mediach społecznościowych, a 8% ma konto e-mail,

nikogo, więc, nie dziwi, że to pokolenie jest uzależnione od ekranu.



Nasze życie w przestrzeni online

#wifiismyheaven

Co o moim pokoleniu mówią liczby?

- W cyfrowym świecie 98% z nas korzysta przede wszystkim ze smartfona,
- 59% z nas nie może spędzić dnia bez wysłania przynajmniej jednej wiadomości tekstowej,
- 46% Generacji Z śledzi co najmniej 10 influencerów,
- ponad 40% Gen Z ma konto na Facebooku, a mniej niż 10% korzysta z Twittera i Pinteresta,
- prawie 19% respondentów wchodzi w interakcję ze swoimi ulubionymi markami za pośrednictwem mediów społecznościowych,
- 73% członków Generacji Z chętnie otrzymuje wiadomości od swoich ulubionych marek za pośrednictwem Instagrama,
- 82% respondentów uważa, że media społecznościowe mogą być korzystnym narzędziem w pracy,
- zaskakujące 51% respondentów woli kontakt twarzą w twarz, podczas gdy tylko 25% preferuje komunikację cyfrową,
- członkowie Pokolenia Z oglądają dwa razy więcej filmów online niż członkowie innych pokoleń,
- 55% użytkowników nie wytrzyma bez internetu dłużej niż 5 godzin,
- 81% użytkowników pomija reklamy, gdy ma taką możliwość,
- 65% z nas sprawdza codziennie Instagram, 62% YouTube, 51% Snapchat i 34% Facebook.
-

Jak utrzymać naszą uwagę

- Najlepszym sposobem na przyciągnięcie naszej uwagi jest treść zabawna, kreatywna i atrakcyjna wizualnie.
- Masz około 8 sekund na zwrócenie naszej uwagi, zanim zdecydujemy się pójść gdzie indziej.
- Reagujemy pozytywnie jeśli instytucja/organizacja ma wyraźne wartości i misję.
- Lubimy marki zaangażowane społecznie.

- Doceniamy, gdy komunikaty handlowe są dostarczane w sposób lifestylowy, najlepiej z kanału naszego ulubionego influencera i w języku, który rozumiemy.

To nas nie interesuje:

- Rabaty,
- Programy lojalnościowe,
- Klasyczne formaty reklamy (plakaty, ulotki),
- Bezsensowne żarty - suchary
- Seksizm,
- Stereotypy dotyczące płci,
- Język rasistowski lub ksenofobiczny,
- Żarty na temat tożsamości i orientacji seksualnej.



Co na nas działa

- Zaimponuj nam - bądź pomysłowy,
- Sprowokuj nas,
- Buduj z nami relację zaufania,
- Staraj się systematycznie utrzymywać naszą uwagę.

2 Młodzi nas potrzebują!

Rola przewodnika sztuki w życiu młodego człowieka.

Temu rozdziałowi towarzyszą Júlia i Katka

Młodzi nas potrzebują!

Rola przewodnika sztuki w życiu młodego człowieka

#udajeszbedekeraczyco?

Kim są przewodnicy sztuki?

Poznajmy się, jestem Magdaléna Šoltýsová. Jestem przewodniczką sztuki.

Jestem fikcyjną postacią , stworzoną na potrzeby naukowe niniejszej publikacji.



(W rzeczywistości jednak jestem więcej niż prawdziwa - jestem "fantastyczną" nauczycielką literatury i języka słowackiego).

Reprezentuję setki przewodników i przewodniczek:

- wszelkiego rodzaju edukatorów,
- animatorów galerii i muzeów,
- kuratorów,
- wykładowców,
- bibliotekarzy,
- artystów,
- przewodników turystycznych
- pasjonatów i liderów
- rodziców
- rówieśników/przyjaciół/kolegów z klasy,

a w niektórych przypadkach, samych młodych ludzi (gdy są przewodnikami dla siebie).

Czyli jestem tymi wszystkimi pasjonatami sztuki, którzy dostąpili zaszczytu odprowadzenia młodych ludzi na ich "pierwszą randkę ze sztuką". Ta publikacja nadaje tym osobom zaszczytny tytuł:

przewodnik młodego człowieka w podróży do sztuki.

Przewodnicy to niezwykle osoby, które wiedzą jak zachwycać się pięknem i mają ogromną mocą, by zachwycać tym pięknem innych. Jednak ta mega moc musi być poparta wiedzą i umiejętnościami, aby tego wszystkiego nie zepsuć i nie przypisać sobie współautorstwa w historii doświadczania życia. Bez wiedzy i umiejętności przewodnik ryzykuje utratę tytułu "przewodnika" na rzecz autorstwa opowieści pod tytułem: "Jak pomogłem Filipowi odkryć, że sztuka jest tylko dla wybranych".





Misja przewodnika młodego człowieka w podróży do sztuki

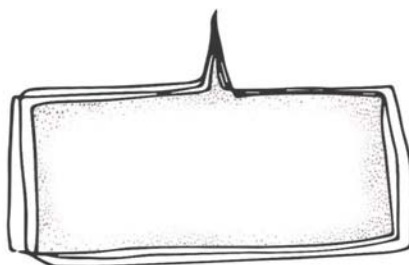
#ocochodzi? #wyraźnycel

Młodzi ludzie potrzebują nas do nauki o sztuce tak samo, jak potrzebują instruktorów w szkole jazdy. Tak jak uczymy ich prowadzenia samochodu - od opanowania teorii - znaków i praw drogowych - do praktyki - jazdy w godzinach szczytu - możemy nauczyć ich opanowania praw obowiązujących w sztuce i tego, jak radzić sobie z doświadczeniem artystycznym. To trochę tak, jakbyśmy uczyli ich, jak przebijać się przez korki albo jak cofać się.. Kiedy już się tego nauczą, kiedy dostaną prawo jazdy, to od nich zależy, gdzie pojadą i co odkryją po drodze. Mogą się nawet spowodować wypadek i zapłacić mandat, ale mogą też dotrzeć do miejsc, o których my byśmy nawet nie pomyśleli i odkryć coś wspaniałego.

Tyle tytułem wzniesłego wstępu. Wróćmy jednak do rzeczywistości, pozostajmy przy naszych biurkach (czy je też trzeba posprzątać ?) i zadajmy sobie ważne pytanie:

 ... "Jaki cel mają nasze instytucje kultury, skupiając się na młodych ludziach?"

Tu wpisz swoje pomysły :



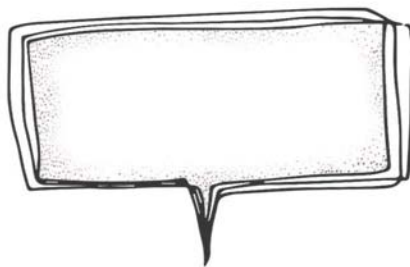
Przede wszystkim, sami dla siebie musimy zdefiniować :

 ... „ **Co może zaoferować nasza instytucja czy inicjatywa artystyczna młodzieży? “**

Wystawy, spektakle, spotkania z pisarzami... Jakie to ma znaczenie dla estetycznego, emocjonalnego osobistego rozwoju młodego człowieka?



 ... „Co straci młody człowiek, jeśli nie przyjdzie na nasze wydarzenie?”



Zazwyczaj zaczynamy przygotowywać wydarzenia opierając się o zasady działania naszej instytucji lub statut naszej organizacji, na tej samej zasadzie pracujemy nad komunikacją z odbiorcą (promocja, przebieg wydarzenia i jego ewaluacja). Jednak ważne jest, abyśmy rozumieli jakie korzyści z naszego konkretnego wydarzenia kulturalno-artystycznego ma młody człowiek. Czym korzyść dla młodzieży różni się od korzyści dla starszego, dorosłego odbiorcy sztuki?

Jeśli wyraźnie widzimy cel,, możemy zacząć szukać powodów, które utrudniają nam drogę do jego osiągnięcia.

Dlaczego nie udaje nam się przekonać młodej osoby do naszego pomysłu?

#itaknieprzyjdę #tojestłabe

1. Bo nie wiedzą co z tego będą mieć

Co będziemy z tego mieć? Młodzi ludzie często pytają o to swoich nauczycieli i rodziców. Postarajmy się ich zrozumieć. Bardzo często młodym, (nie)dobrowolnym gościom instytucji kultury brakuje wiedzy o powodzie, dla którego uczestniczą w wydarzeniu. Z różnych powodów brakuje czasu na określenie swoich oczekiwań, z którymi przychodzą, ale też i podsumowania, z czym opuszczają wydarzenie. Brak przestrzeni na nawiązanie do codzienności może spowodować, że młody człowiek opuszcza wydarzenie z kolejnym powierzchownie przyswojonym obrazem lub informacją, które tylko bezużytecznie zajmują miejsce na jego osobistym dysku twardym. Ta informacja zostaje "nieprzypisana", po prostu wyrzucona "gdzieś", nie ma swojej teczki, adresu. Ta informacja czy obraz później są niemożliwe do znalezienia. Często po takiej wizycie w podświadomości młodej osoby pozostaje posmak, że nie są "wybrani" lub "wystarczająco dobrzy" (wystarczająco wykształceni czy kreatywni), aby zrozumieć przesłanie wystawy, ekspozycji itp. Ta frustracja sprawia, że poczuć się tak, jakby świat sztuki w ogóle nie dotyczył. Zamykają drzwi, których już nigdy nie otworzą. Pomóżmy im tak, jak pomagamy zredukować, na przykład, ryzyko zwichniętej kostki: zminimalizujemy wyboje, w których mogą utknąć, zminimalizujemy przeszkody, które muszą przeskoczyć na swojej osobistej drodze do sztuki.

2. Ponieważ rozwój to zmiana, a zmiana często wiąże się napięciem

Czy zastanawiasz się,, dlaczego młodzi ludzie nie przychodzą na nasze imprezy? A nawet jeśli przychodzą, to okazują sprzeciw, buntują się ? Dlaczego nie reaguje tak, jak naszym zdaniem, powinni na tego typu wydarzeniach artystycznych?



Odpowiedź jest prosta:

MŁODZI MUSZĄ SIĘ Z NAM PRZECIWKSTAWIAĆ.

Inaczej sztuka by się nie rozwijała.

Jednak jednocześnie **młodzi potrzebują nas w swoim spotkaniu ze sztuką.**

Zaakceptujmy i uszanujmy ich bunt.

Być opozycją,
negować,
zaprzeczać,
buntować się

to absolutnie naturalne i właściwe dla młodych ludzi cechy. W ich wieku muszą się określić, znaleźć własną tożsamość, dzięki temu ludzkość się rozwija. Ze sztuką jest podobnie. **Sztuka rozwija się właśnie na zasadzie tego "napięcia". To, co nowe, powstaje na zaprzeczeniu tego, co stare.** Barok był przepychem, który następne pokolenie zanegowało prostymi liniami i wprowadziło klasycyzm. Wzajemne zaprzeczanie zasad poszczególnych epok (czy stylów) artystycznych można znaleźć w całej historii sztuki. Jednak bunt artystyczny nie oznacza, że w ogóle nie opieramy się na osiągnięciach i wiedzy poprzedniej epoki, nie czerpiemy z nich, nie udoskonalamy na nowo wynalezionych praktyk. Gdybyśmy na nich nie bazowali, to właściwie tylko cofnęlibyśmy się w rozwoju sztuki.

Bo mamy uprzedzenia na temat młodzieży

#cotyomniemyślisz?

*Młodzi w nosie mają kulturę
Są artystycznymi ignorantami.*

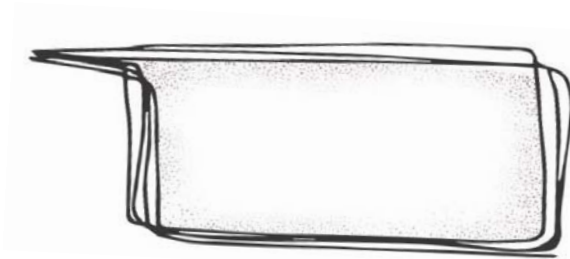
*Sztuka nie jest dla nich
Oni po prostu siedzą w domu przy komputerze.
Zajmują się sami sobą.*

*W domu nikt nie kieruje ich w stronę sztuki.
Kręcą ich horrory, przemoc.*

Z ręką na sercu, kto z nas nie miał już podobnej myśli w głowie, mimo że na początku wstydziliśmy się powiedzieć to głośno? **Stereotypy** to ustandaryzowane idee, często obciążone emocjonalnie, przekazywane nam jako wyraz opinii publicznej. To, czy nasze wrażenia będą pozytywne, czy negatywne, zależy od tego,

czy identyfikujemy się z danym "problemem", czy nie. Posiadanie stereotypów jest całkowicie naturalne. Uprzedzenia to zazwyczaj już negatywne postawy, które mogą wywoływać w nas pewne zachowania wobec danej grupy – np. dla młodych ludzi nie warto nic robić, jest to bezużyteczne, nie docenią tego. Pracujmy nad sobą, aby stereotypy i uprzedzenia nie obciążały naszego pragnienia "zrobienia czegoś". Poznawajmy młodych, rozmawiajmy z nimi, czytajmy współczesną literaturę specjalistyczną o tym pokoleniu, odwiedzajmy miejsca, które odwiedzają i skupmy się na pozytywnych aspektach, które czynią młodych młodymi.

A co ja myślę o młodych ludziach?



Ponieważ rzadko ich pytamy, a jeśli już pytamy, to nie słuchamy tego, co nam mówią.

Odpowiednim sposobem na sprawdzenie, co czują i jak postrzegają młodzi ludzie, jest wysokiej jakości grupowa lub indywidualna refleksja prowadzona bezpośrednio w przestrzeni wystawienniczej lub w szkole lub na innej (w tym również internetowej) platformie dyskusyjnej. Idealem jest mieć możliwość i wystarczającą motywację, aby skonfrontować swoje obserwacje lub interpretacje z kimś innym. Różnorodność opinii i postaw może wskazać nowe ścieżki rozumowania. Jednocześnie wyostrza zdolność widzenia świata i ludzi w wielobarwny sposób, a ta osobista (moderowana/nimoderowana) konfrontacja opinii zapobiega ostrej polaryzacji również w innych obszarach.

Wysokiej jakości refleksja odpowie między innymi na pytania o przeniesienie zdobytych informacji, wiedzy, umiejętności w praktykę, a tym samym faktycznie odpowie młodym ludziom na ich zaczepne pytanie: "Co z tego będę miał?". Jednocześnie, "udostępniając im sztukę" i wskazując im miejsce w tym "niezrozumiałym" systemie, dajemy im poczucie, że oni także są "wybrańcami".



Wicie, młodzi ludzie naprawdę myślą o nas jako o tych "na zewnątrz", znajdujących się poza codziennością, wybranych. Powiedzieli nam o tym.

Ponieważ jako przewodnicy zwykle wspieramy motywację zewnętrzną, a to nie wystarcza



Paraliżującym zjawiskiem tradycyjnym systemie edukacji szkolnej (i nie tylko w edukacji szkolnej – podobnie jest np. z wychowaniem w rodzinach) jest nacisk na motywację zewnętrzną. Obiekty kulturalne i artystyczne nie są tu wyjątkiem. Motywację zewnętrzną wspiera m.in. nienajlepszy system oceniania przedmiotów szkolnych. Uczniowie często nie uczą się w szkole dlatego, że chcą rozwijać swoją wiedzę i umiejętności, ale ze względu na ocenę lub wewnętrzne nagrody lub kary (jestem lepszy od innych lub czuję się gorszy, zawstydzony). Ocena jest również formą nagrody, a nagrody zmniejszają wartość samego działania i niszczą lub zniekształcają wewnętrzną motywację

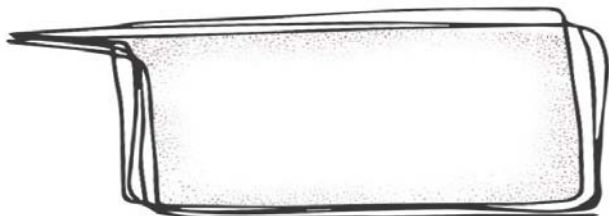
Motywacja zewnętrzna a wewnętrzna

Mówimy o wewnętrznej motywacji, gdy działamy bez żadnych oczywistych zewnętrznych nagród, gdy cieszymy się aktywnością lub postrzegamy ją jako okazję do odkrywania, uczenia się i wykorzystywania naszego potencjału. Mówiąc wprost, motywacja wewnętrzna sprawia, że ktoś robi coś lub uczy się czegoś dla własnej satysfakcji, dla własnego doświadczenia, a nie z obawy przed karą lub pragnieniem nagrody.

W tym miejscu odpowiedzmy sobie:

Komu zawdzięczamy to, że nasz stosunek do sztuki i kultury jest dziś taki, a nie inny?

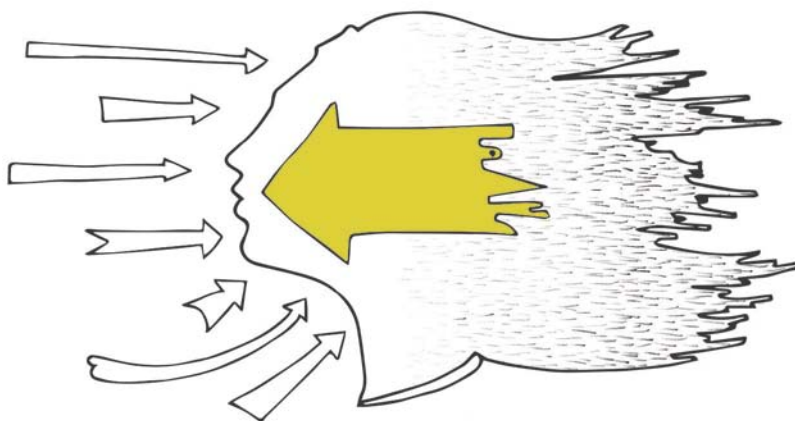
Swoje pomysły schowajmy do tej szuflady, tu będą bezpieczne.



Dwóch z ośmiu autorów tej publikacji pisze w tym okienku
imię : Magdaléna Šoltýsová

Ta osoba nauczyła nas dostrzegać piękno i pozwalać mu dotknąć naszej, nazwijmy to, "duszy". Neurologicy z pewnością nazwaliby to jakimś właściwym terminem z obszaru sensoryki. Kiedy spotkamy tę osobę na ulicy, nie wstydźmy się rzucić jej na szyję (no, przynajmniej się z nią przywitajmy) i wyrazić naszą wdzięczność za te wszystkie spotkania z pięknem, które kiedykolwiek przyprawiły nas o gęsią skórę.

Z pewnością będzie to najcenniejsza forma wynagrodzenia za jej pracę. Ponieważ, bądźmy szczerzy, nikt nie wykonuje tej pracy ze względu na pieniądze ☹.




Podczas spotkań z pracownikami kultury (Cenef, 2021) panowała powszechna zgoda, że miłość do sztuki, kultury i osobiste pragnienie poznawania sztuki powstała dzięki charakterystycznej osobowości pedagoga, pracownika instytucji kulturalnej, przyjaciela rodziny... Po prostu była to właściwa osoba na właściwym miejscu, czyli:

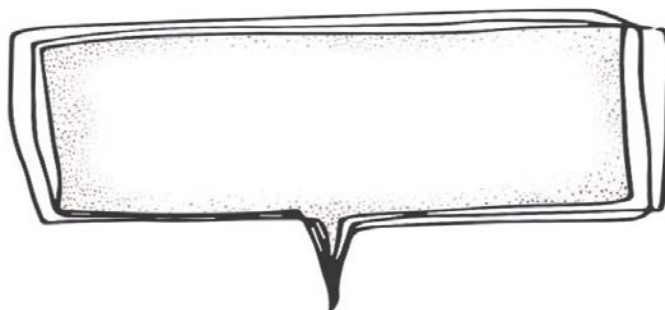
- był to oczywisty autorytet w tej dziedzinie, który pokazał swój związek ze sztuką głównie poprzez swoje działania (sposób komunikacji, poglądy, ubiór)
- wybrał podejście pełne szacunku jako swój "styl nauczania", tj. równy stosunek do ucznia / podopiecznego
- towarzyszył i zachęcał młodego człowieka do bliskiego kontaktu ze sztuką,
- nie udzielał gotowych odpowiedzi, ale zachęcał ucznia/podopiecznego, do samodzielnej odpowiedzi na pytania.

W jaki sposób przewodnik po sztuce może wzmocnić i rozwinąć wewnętrzną motywację młodych ludzi do kontaktu ze sztuką:

Wewnętrzna motywacja:

- wspierajmy i rozwijajmy niezależność naszych podopiecznych,
- wspierajmy ich samodzielność , ale i zdolność do współpracy,
- wybierzmy zadania i aktywności wymagające aktywności - zaangażowania młodzieży
- wspierajmy kreatywność i twórczość
- stwórzmy przestrzeń do wyrażania i  samorealizacji młodych ludzi

Tu wpisz swoje pomysły :



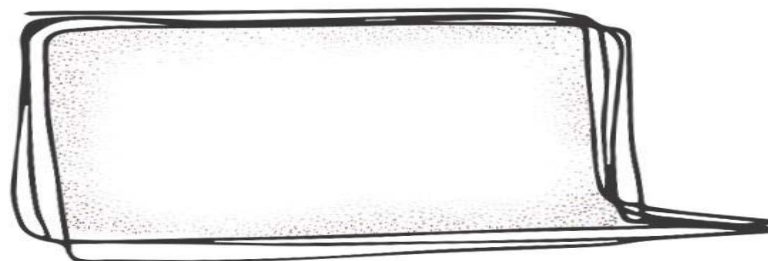


W jaki sposób przewodnik po sztuce może wzmocnić i rozwinąć zewnętrzną motywację młodych ludzi do kontaktu ze sztuką:

Zewnętrzna motywacja :

równy stosunek nauczyciela do wychowanków/opiekuna do podopiecznych,
nieformalny styl przywództwa,
stosunek do podopiecznych, entuzjazm
wrozumiałość zarówno dla grupy/klasy, jak i dla osobistych problemów poszczególnych młodych ludzi,
ciekawość procesu przekazywania informacji i doświadczeń, zdobywania wiedzy przez młodzież,
świadomość celów edukacji dla ich osobistego rozwoju.

Tu wpisz swoje pomysły:



Łącząc akceptowane formy motywacji zewnętrznej (np. osobowość wychowawcy) i promując wewnętrzną motywację, młodzi ludzie mogą zainteresować się nowym doświadczeniem poprzez czerpanie radości z poznawania lub uczenia się.

Kształtowanie charakteru jako koncepcja wspierania wewnętrznej motywacji młodych ludzi

Ciekawą koncepcją wspierania wewnętrznej motywacji młodych ludzi do aktywnego lub biernego uczestnictwa w życiu kulturalnym i artystycznym jest kształtowanie charakteru. Kształtowanie charakteru pomaga młodym ludziom rozwijać pozytywne mocne strony osobiste (cnoty). Charakter reprezentuje "zestaw" osobistych cech i predyspozycji, które prowadzą nas do określonych emocji, dają impuls do motywacji i kierują naszym zachowaniem. Dzieła sztuki mogą również przyczynić się do kształtowania umysłu i charakteru. Aktywne angażowanie się w dyskusję o sztuce pomaga w formułowaniu własnych pomysłów i przekształcaniu ich w **postawy**. Z pomocą charakteru (i klasycznego) podejścia edukacyjnego do edukacji estetycznej, młodzi ludzie mogą odkrywać wartości, które faktycznie kryją się za dziełami sztuki. Na Słowacji taką pracę zajmuje się *Akadémia veľkých diel*.

<https://www.akademiavelkychdiel.sk/>

Konkursy jako narzędzie motywacji - tak czy nie?

#itaktegonieum

Wiele instytucji kultury stara się zainteresować młodych ludzi danym rodzajem sztuki lub określoną działalnością artystyczną poprzez ogłoszenie konkursu (literackiego, wokalnego, plastycznego, fotograficznego, teatralnego, recytatorskiego...). Kilka konkursów ma charakter stały, ma swoją tradycję, a nawet ponadregionalny charakter, oferuje ciekawe nagrody, a w jury zasiadają znani artyści. I na pierwszy rzut oka wydaje się, że to działa. Znajdzie się kreatywna młodzież, prześle swoje prace, za które zostaną przyznane nagrody. Jednak nawet rywalizacja w dobrych intencjach może mieć negatywny wpływ na młodych ludzi i ich stosunek do sztuki.

Kwestia konkursów to bardzo kontrowersyjny temat. Pomimo tego, że ten format jest bardzo popularny w naszym społeczeństwie, w szkołach oraz na polu kultury i sztuki, konkurencja i jej nadmiar w życiu młodych ludzi może mieć więcej negatywnych niż pozytywnych skutków. Porażka w konkursie na zawsze odstraszyła wielu młodych ludzi od zajęcia, które wcześniej było hobby bliskim sztuce (pisanie wierszy, śpiewanie, fotografowanie...). Te młode osoby doświadczyli niezrozumienia, ośmieszenia, niesprawiedliwości. Za stołem jury zasiadali tylko „wybrańcy”, którzy swoim negatywnym werdyktem tylko podwyższyli i tak już dość wysokie bariery.

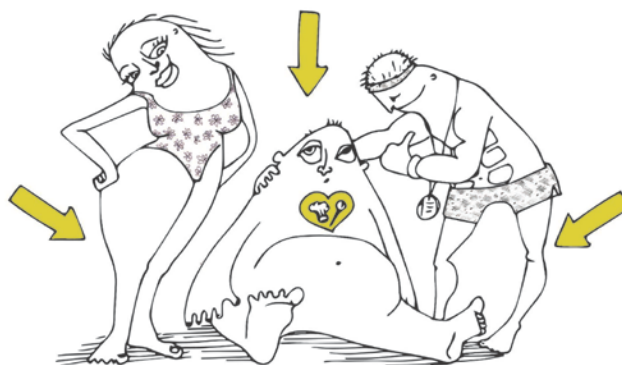
Cóż, może niektórzy z nas też mają traumę z konkursu, w którym musieliśmy uczestniczyć „obowiązkowo”. Przypomnijmy sobie przypadkach, kiedy uczniowie pod „groźbą” oceny przynoszą prace, napisane przez rodziców lub rysunki, narysowane przez dziadków. Znamy osobiście takich ludzi, których ten sposób całkowicie odrzuciło od literatury lub malarstwa..

Istnieje jednak alternatywny sposób motywowania szerszego grona osób zainteresowanych twórczością i prezentowaniem jej przed publicznością. Oprowadzania pozakonkursowe, warsztaty z publicznymi prezentacjami, dyskusje z uznanymi autorami i analizą twórczości młodych amatorów, wspólna twórczość, performansy, letnie szkoły artystyczne i obozy... To może być zaproszenie do spotkania ze sztuką, zaproszenie do tworzenia, uczenia się, wspólnej ekscytacji i inspiracji. Bez bólu i zranienia, bez poczucia, że ktoś jest lepszy ode mnie.

Poniżej przekazujemy perspektywę psycholog J. Nováčkovej, którą przedstawiła na konferencji „Szkoła XXI wieku” w 2014 roku.

Ssaki kojarzą uczenie się z pozytywnymi emocjami. Tylko jedna osoba znalazła sposób na postrzeganie uczenia się (zwłaszcza nauki w szkole) jako sytuacji zagrożenia. Gdzieś nawet osiągnęliśmy taki etap, że za każdym razem, gdy mózg rozpoznaje uczenie się, wyzwała się reakcja stresowa i uczenie się jest praktycznie zablokowane. W tym kontekście konkursy można uznać za jeden z czynników, tworzących środowisko, które nie sprzyja nauce. W trakcie tej aktywności uczeń wchodzi w fazę zagrożenia.

Konkursy są powszechnie postrzegane w szkołach jako narzędzie zwiększania wydajności (motywacji zewnętrznej), ale nie jest to zjawisko naturalne. Choć w naturze, wśród zwierząt, konieczne jest zapewnienie maksymalnej wydajności w określonych momentach, to nie dzieje się to w formie konkursu, tylko w formie przestuchania/przeglądu. Taka forma jest naturalną częścią życia, gdy wybieramy najbardziej zdolną osobę ze wszystkich.



"Kiedy przesłuchanie się kończy, praca zwycięzcy dopiero się zaczyna. Jeśli udowodni, że jest najlepiej przygotowany do konkretnego zadania, będzie musiał to potwierdzić wykonując kolejne zadania. Przesłuchanie jest również ważne dla całej grupy osób. Natomiast w konkursie znalezienie zwycięzcy jest zakończeniem całego procesu."

Poprzez konkursy uczniowie uczą się, że najważniejsza jest wydajność, a nie umiejętności.

Konkurs jest zewnętrzną motywacją, a jego celem jest otrzymanie nagrody. Aktywność jest często tylko środkiem do otrzymania tej nagrody. Mechanizm polega na porównywaniu się z innymi, częstym ryzykiem jest uzyskanie nieadekwatnej samooceny.

Na pierwszy rzut oka wydaje się, że konkursy mają wiele pozytywów, ale tak naprawdę ta forma jest często nadużywana do zaspokojenia ludzkich potrzeb, takich jak być w czymś dobrym, odnieść sukces i zdobyć uznanie. Konkurencja określa ranking w grupie, a to przynosi korzyści tylko nielicznym osobom.

To od nas, przewodników po drodze młodych ludzi do sztuki, zależy, jak podejmiemy do konkursów (w szkołach i instytucjach kultury). Niezależnie od tego, czy zachęcamy, a nawet zmuszamy młodych ludzi do uczestnictwa w nich (często chowając się za wymogami systemu), czy tworzymy konkurencyjne środowisko lub wybieramy alternatywną ścieżkę (np. poprzez wspieranie i tworzenie programów pozakonkursowych, które mają inspirujący charakter lub poprzez podejmowanie wyzwań w celu kreatywnego rozwiązywania zadań, które promują współpracę zespołową i grupową itp.).

Bo sposoby dotarcia do sztuki są różne

Tak jak nie wszyscy lubią tę samą książkę, tak nie wszyscy lubią ten sam film. Ale ważne jest, aby sztuka była dla wszystkich, żeby każdy mógł się nią cieszyć. Choć, oczywiście, nie każda sztuka jest tylko dla przyjemności. Jakaś sztuka ma za zadanie obrażać, wskazywać na jakiś problem. Kłopot polega na tym, że między sztuką a jej odbiorcą mogą pojawić się blokady, które uniemożliwiają kontakt.

Takich blokad jest wiele:: lokalizacja, możliwości finansowe, czas, dostępność. Jedną z barier jest również wiedza, którą trzeba mieć, aby cieszyć się sztuką. Możemy postrzegać sztukę nawet nie znając tła historycznego, jeśli skupimy się na kolorach, wymiarach, procesie tworzenia, kompozycji lub treści itp.

TO SPRAWIEDLIWY TEST. WSZYSCY MACIE TAKIE SAME WARUNKI. TEST ZALICZY TEN, KTO WDRAPIE SIĘ NA DRZEWO.

Jeśli naszym zadaniem jest wystarczająco skutecznie przekazywanie tematów artystycznych i kulturowych młodym ludziom, tj. tak, aby zrozumieli, co chcemy powiedzieć, musimy znać i brać pod uwagę m.in. specyfikę ich wieku. Pomimo różnych cech osobowości (indywidualnych potrzeb, zainteresowań, pragnień, wartości, mocnych i słabych stron, które wpływają na zachowanie i działania młodzieży), młodzi ludzie wszystkich pokoleń są podobni pod wieloma względami.

Na percepcję sztuki wpływa również wyobraźnia, myślenie, odczuwanie i wyobraźnia postrzegającego, dlatego ważne jest, aby wiedzieć, przez jaki kanał percepcji estetycznej konkretna forma sztuki jest przekazywana naszym podopiecznym. **W końcu ważną umiejętnością przewodnika sztuki jest umiejętność zidentyfikowania tego lub innego kanału tego lub innego odbiorcy, ponieważ tylko w ten sposób jesteśmy w stanie elastycznie dostosować nasz język komunikacji.**

4 rodzaje percepcji estetycznej

- **typ intelektualny** - merytoryczny, dokładny, obiektywny, mało emocjonalny, nacisk na formalną stronę dzieła sztuki,
- **typ emocjonalny** - emocjonalnie zdeterminowana percepcja, subiektywny nacisk na stronę merytoryczną dzieła sztuki,
- **typ skojarzeniowy** - percepcja wzbogacona o stale pojawiające się skojarzenia, projekcja "z zewnątrz do wewnątrz", nacisk na stronę merytoryczną dzieła sztuki,
- **typ empatyczny** - percepcja w towarzystwie empatii, projekcja "od wewnątrz na zewnątrz", nacisk bardziej na formalną stronę dzieła sztuki.

Ponieważ nie mówimy ich językiem

#blablalba

Ale to już osobny rozdział. Weź łyk herbaty i przewróć stronę.

3 LEKCJE Z "INNOŚCI"?

Jak mówić o kulturze i sztuce,
żeby młodzi nas rozumieli

Rozdziałowi towarzyszą Katka, Júlia i Lenka

Co to znaczy - mówić językiem młodych ludzi?

Trochę pofantazjujemy. Wyobraźmy sobie, że Jan Kraus zaprasza do swojego programu pracownika kultury albo nauczyciela przedmiotów artystycznych, słowem, jednego z nas - przewodnika po sztuce. I zada nam trudne pytanie: "Po co jest sztuka?" Ponieważ jest to show i patrzy na nas cały naród, prawdopodobnie odpowiemy trochę inaczej niż w pisemnym eseju dla rady metodologicznej. Teraz trzeba zupełnie inaczej myśleć i mówić o kulturze i sztuce

Jak byśmy odpowiedzieli, siedząc na czerwonej kanapie obok popularnego prezentera? Czy reakcją na naszą odpowiedź będzie śmiech publiczności i muzyczny dżingiel, którym muzycy nagrodzą naszą dowcipną wypowiedź? Czy prowadzący program prezenter byłby miło zaskoczony naszym inteligentnym i dowcipnym przesłaniem, czy otrzymalibyśmy aplauz? To właśnie ten styl, w jakim powinniśmy myśleć, kiedy chcemy rozmawiać o kulturze i sztuce z młodymi ludźmi. **Albo zabrmi dżingiel, albo po prostu przełączą się na inny kanał.**

Mówienie do młodych ludzi ich językiem nie oznacza obniżania poziomu sztuki.

Żeby kontakt ze sztuką nie bolał

#touchtheculture



"- Jak Wam się podobał dzisiejszy koncert edukacyjny?"
- "Nuda".
"- Podobno , orkiestra zagrała coś z U2. Nie interesowało cię to?"
- "Tak. Spoko."
- **"A opowiesz mi coś więcej o tym ?"**
- **"Na obiad mieliśmy kiełbaski".**
- **"???"**

Komunikowanie się z młodzieżą o sztuce to ogromne wyzwanie – dla rodziców, edukatorów i pracowników organizacji kulturalnych. Pragmatycy nazwaliby to wyzwanie raczej jednym wielkim problemem. Problem ten dotyczy faktycznej promocji wydarzeń, towarzyszenia podczas wydarzeń kulturalnych i ich późniejszej oceny lub analizy doświadczenia artystycznego lub estetycznego. Nie rozumiemy ich, nie umiemy "czytać" młodych ludzi, nie znamy ich narzędzia komunikacji, dlatego nie możemy przekazać im w ich języku tego, co uważamy za tak ważne w sztuce.

Podczas szkolenia w ramach projektu Touch The Culture daliśmy pracownikom kultury tematy małych scenek , aby mogli komunikować się o sztuce z młodzieżą. Ich etiudy aktorskie były najczęściej wskazywane przez jakąś umowę handlową (coś za coś) typu: "Kiedy idziesz do opery, dostajesz też bilety na swój koncert rockowy. Albo: "Kiedy pójdziesz ze mną do teatru, dam ci więcej kieszonkowego". Ale czy to prawda? Czy powinniśmy szantażować młodych ludzi nawet ze względu na edukację artystyczną? Co zrobić, aby sami chcieli sztuki, byli nią zainteresowani i chcieli się z nami o tym komunikować?

#tellmesomething #za8sekund #naTikToku

Szalenie szybki rozwój technologii informacyjnej i to, jak młodzi ludzie są w stanie ją kontrolować, jak się za jej pośrednictwem komunikują i jaką część swojego życia absorbują (lub nawet tworzą z nimi równoległe życie wirtualne) spowodowały, że ścieżki różnych pokoleń coraz bardziej się rozchodzą. Ale nawet jeśli uznamy tę technikę za "winną" za to, że nie dogadujemy się z młodszym pokoleniem, co zyskujemy? Rozwiązaniem nie jest pogoń za osiągnięciami techniki, aby dogonić młodych. Prawdopodobnie nigdy nie będziemy w stanie tego zrobić. Zawsze będą nas daleko przed nami. Musimy znaleźć inny most, przez który dotrzemy do ich brzegu. Lub po czym chcieliby dowiedzieć się naszego.

#IMAGINE

Wyobraźmy sobie filmową apokaliptyczną scenę:

Cywilizacja upada, a czczona królowa starego świata postanawia ocalić przynajmniej młode pokolenie. Zabierze ich na odległą wyspę, gdzie mają szansę przeżyć. Gdy do starego kraju dociera wiadomość, że młodzi przesiedleńcy, pozostawieni samym sobie, w jakiś sposób stali się dziki i zaczynają się nawzajem pożerać, królowa wysyła swojego najwierniejszego admirała, aby przetransportował ostatnie resztki starej kultury na wyspę młodych - rzadkie dzieła sztuki, które powinny podnosić i kultywować młode pokolenie. Admirał wraz ze swoją załogą z determinacją wyrusza na trudną misję, gromadząc na swoim statku najcenniejszą rzecz, którą ludzkość uważała za wykwit swojej kultury. Obrazy, książki, rzeźby, rysunki architektoniczne, nuty, zabiera ze sobą nawet ostatniego baletmistrza. Na jego statku znajduje się najcenniejszy skarb cywilizacji. Rozpoczyna się ostatnia próba zapewnienia, że przeszłość nie zostanie wymazana na dobre.

Rejs na wyspę przesiedleńców to zarówno pożegnanie ze starym światem, jak i nieustanna walka o przyszłość. Dzielny admirał stawia czoła niewyobrażalnym przeszkodom na morzu. Zniszczenie świata jest zauważalne w szaleństwie elementów natury, ale oprócz nich pirackie statki zdegenerowanych hulków, które spowodowały apokalipsę, kilkakrotnie przekraczają swoją podróż na wyspę młodych ludzi.

W bitwie admirał stopniowo traci swoją załogę i części rzadkiej kolekcji skarbów. Po uderzeniu w klif jego statek rozbija się, a reszta wiernych desperacko walczy o życie i o zbawienie nielicznych dzieł sztuki, które pozostały. W końcu, po silnym sztormie, morze myje kilku na wpół martwych marynarzy z rannym admirałem na brzeg wyspy. Wszyscy w swoich rękach z niepokojem ściskają ostatnie resztki starożytnego, kulturowego świata. Na wybrzeżu nagle pojawia się tłum dzikusów - wysiedlonych młodych ludzi z zaginionego świata. "Nadzieja na nowy świat... Przyszłość, lepsze, piękniejsze jutro... – szepcze dzielny admirał, czołgając się od ostatnich sił do niezrozumiałych osadników. "Przynieśliśmy ci to... To dla ciebie" – z oddaniem wręcza obraz o nieocenionej wartości.. Zapadnie cisza. Admirał spogląda na twarze młodych ludzi. Teraz chciałby poczuć coś w rodzaju podniecenia, blasku, błysku euforii w powietrzu. W końcu wie, do czego zdolna jest sztuka. Tak się jednak nie dzieje. Na twarzach dzikusów jest jakby kamienna maska, pod którą nie widać. Nie wiadomo, co myślą, co czują. Pozostali na wpół martwi żeglarze wyłączają wszystkie swoje siły i składają trudne do ochrony dziedzictwo poprzednich pokoleń przed młodymi osadnikami. Czekają na wdzięczność, satysfakcję, uznanie, podziw... Jeśli nie do nich, to z pewnością należy do tych kosztowności, w których autorzy wycisnęli tyle piękna i mądrości. Nagle jeden z dzikusów zbliża się do wizerunku admirała. Patrzy na innych młodych ludzi i z pewnością siebie wodza mamrocze pogardliwie: "I co ja z tego mam? Co to będzie dla mnie?" A obraz rzuca z powrotem do morza. Gdyby to było w filmie, admirał, przy wysiłku ostatnich sił, zanurzyłby się w morzu dla obrazu. Z huronowskim rykiem znów wybiegał z wody w kierunku niezrozumiałych młodych dzikusów, a na koniec, jak rozgniewany Neptun, brał obraz w dłoń i z całej siły potrzasał głupim młodzieńcem po głowie. Wszyscy widzowie z pewnością mu to wybaczą. Ale gdyby stało się to podczas obowiązkowej wycieczki szkolnej po galerii, admirał (czyli prawdopodobnie każdy zapalony pracownik kultury) rozważyłby to (i bóg morza). Wystarczy wyobrazić sobie niską pensję i możliwe kary prawne Chociaż – ta pokusa (na widok nieświadomych nastolatków) byłaby tam silna. Ale dotknięcie sztuki młodych ludzi pewnie by bardzo bolało...

Czasami i my – "dorośli" pracownicy instytucji kultury i wychowawcy – jesteśmy jak ci dzielni marynarze. Dokładamy wszelkich starań, aby przybliżyć sztukę młodym ludziom. Znamy jego wartość, widzimy sens w tym trudnym zachowaniu i przekazie. Tylko my wiemy, jak wiele jesteśmy gotowi poświęcić. A kiedy pokonamy wszystkie przeszkody i ofiarujemy tę cenną sztukę młodemu człowiekowi, odpowiedź, której oczekujemy, nie nadchodzi. Młody człowiek zapyta nas tylko pogardliwie: "Co ja z tego mam? Co to będzie dla mnie?" I nie możemy odpowiedzieć poprawnie, chociaż znam odpowiedź

Musimy nauczyć się ich języka, zmienić nasze kodowanie lub po prostu zbudować mentalny most nad drapieżną rzeką wzajemnego niezrozumienia.

Fantazja (imagination, wyobraźnia)

= Most, na którym możemy spotkać młodych ludzi

Kiedy mamy problem, jak komunikować się z młodymi ludźmi o sztuce, jak im ją ofiarować, jak przekazywać informacje o sztuce, jak pomóc im przetwarzać doświadczenia lub przygotować ich do spotkania ze sztuką, musimy dać przestrzeń wyobraźni, pracować z nią i akceptować wyobraźnię młodych.

#imaginationisfreedom

- . Sztuka pochodzi z fantazji i pobudza wyobraźnię.
- . Sztuka daje wyobraźni bieg. Dzięki wyobraźni jesteśmy wolni. Nikt nie może odebrać nam naszych idei, zniszczyć ich, wymazać.
- . Młodzi ludzie kochają wolność – wyobraźnia jest narzędziem wolności.
- . Fantazja jest działaniem, działaniem, procesem, nie jest "nicnierobieniem", jest nawet czasami wielkim wysiłkiem.
- . Wyobraźnia potrzebuje czasu, przestrzeni, ciszy... Dlatego doświadczenie artystyczne nie może być szybko "zagłuszone" przez inne doświadczenie. W przeciwnym razie fantazja (w holmezkowskim "pałacu umysłu") nie zakończy swojej pracy.

JAK ZABIĆ FANTAZJĘ

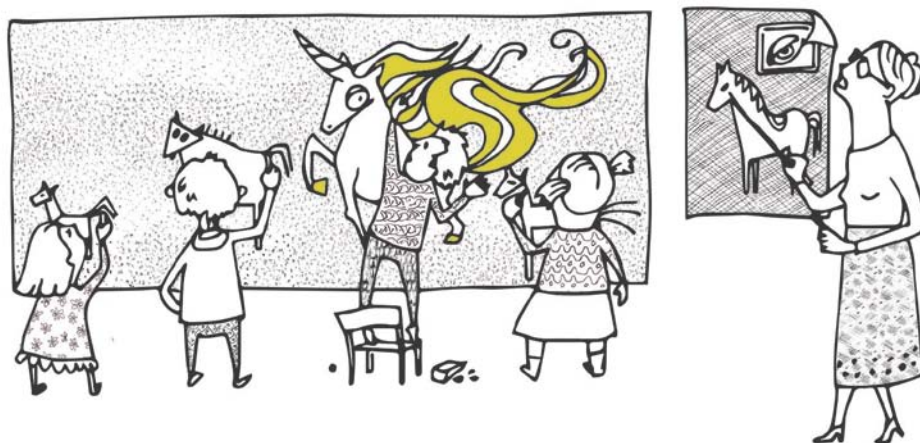
albo

Poradnik o tym, jak wychowywać dzieci na płytkich konsumentów sztuki

#zabijeszwyobraźnię-uratujeszajfon

- Powiedz im, co autor chciał powiedzieć tą pracą. Z dykcją, która nie przyjmuje argumentów.
- Nigdy nie pytaj ich, co o tym myślą, nie mówiąc już o tym, co myślą o dziele sztuki.
- Nie wspominaj o ciekawych szczegółach i zapomnij o historiach związanych z pracą lub życiem autora. Młodzi widzowie mogą za bardzo puścić wodze fantazji.
- Niech nawet nie przychodzi ci do głowy, aby dać im możliwość spróbowania stworzenia czegoś podobnego. Lub na przykład zmienić coś na swój sposób w pracy (np. zakończenie powieści lub dramatu). Ryzykowałbyś, że zanurzą się w historii lub – co gorsza – obudzą w nich zainteresowanie rodzajem sztuki.
- Nie wąż się użyć formuły: "Wyobraź sobie..." To jest magiczne, a młodzi mogą czuć się zbyt wolni. Co by było, gdyby zaangażowali wyobraźnię i zinterpretowali dzieło sztuki na swój własny sposób???

Wierzmy, że nigdy nie użyjesz wspomnianego przewodnika, aby zabić fantazję



Sztuka jako proces, który wymaga dwóch

#artneedsyou

.Sztuka jest interakcją, procesem, który nie kończy się ostatnim pociągnięciem pędzla lub napisaniem ostatniego zdania w powieści. Dzieło sztuki działa na widza, a widz może następnie poradzić sobie z tym dotykiem na różne sposoby. Również stanie w galerii przed obrazem i rojenie się o tym, co przedstawia, jest sztuką (lub jej ważną częścią). Jeśli z góry powiemy młodym ludziom (podajemy jak na tacy) – "to, co autor chciał powiedzieć tym dziełem", m.in. rozleniwiamy ich, nie zmuszamy ich do wysiłku umysłowego i jednocześnie pozbawiamy ich wolności do fantazjowania. A ze sztuki – złożonego i bogatego procesu – wybieramy tylko sam obiekt sztuki.

#challengeforus

Zaoferujmy młodym ludziom możliwość uczestniczenia lub współtworzenia procesu artystycznego / sztuki. Obiekt/dzieło sztuki czeka. Chce na nich działać. Potrzebujemy ich wolnego wyboru, aby przyjąć ofertę i wejść we wspólną grę, aby mógł rozpocząć dialog, aby mógł rozpocząć związek... Aby pozwolić sztuce ich dotknąć.

Niech wiedzą, że są ważni dla procesu artystycznego. Że po prostu nie może się bez nich obejść, że to nie zadziała. Że dzieło sztuki samo w sobie nie ma sensu, jeśli nie stoi przed nim widz, który chce z nim wchodzić w interakcje.

Zapewnijmy ich, że mają wolność. Że mogą mieć jakieś zdanie i oczekiwania co do tego spotkania ze sztuką, że mogą być rozczarowani, oburzeni, że mogą się śmiać, a nawet niezrozumiale wzruszać ramionami. Ta sztuka nie chce ich nigdzie wepchnąć, nie mówiąc już o gwałceniu ich w jakikolwiek sposób.

Jedyne, czego od nich oczekujemy, to "skan kodu QR" czyli – przynajmniej ich minimalny czas i uwaga oraz specjalne "skupienie" na pracy. Jeśli dadzą sztuce szansę, ich "urządzenie" – czyli fantazja – może w wyjątkowy i niepowtarzalny sposób rozszyfrować to, co widzialne

"Widziałeś to? A teraz spróbuj sobie wyobrazić..."

"Proszę, zamknij na chwilę oczy i zbuduj swój własny świat w swoim umyśle..."

"Wiem, że twoja wyobraźnia już działa pełną parą, więc chciałbym zaoferować ci jedną sugestię. Zastanawiam się, co możesz z tym zrobić.../ Wiesz już, co z tym zrobić..."

"Masz?"

Wyobraźnia może nas do siebie zbliżyć, połączyć w jedną falę. Okazujemy młodym ludziom szacunek, którego tak bardzo pragną. Podnosimy ich do naszego poziomu, a nawet wyżej – dajemy im rodzaj władzy nad nami – gdy prosimy ich, aby otworzyli drzwi do ich świata fantazji i zwerbalizowali, dokąd byli w stanie pójść w procesie sztuki (i jej interpretacji). Fantazja jest własnością prywatną, cennym światem wewnętrznym, do którego młodzi nie muszą nas wpuszczać. Ale mogą nas tam zaprosić. Jeśli mamy taki przywilej/majątek i jesteśmy uznani za godnych "przeżycia wizyty w ich domu", zachowujmy się tam przyzwoicie

Unikajmy korekt, instruktażu, szukania ziarenka kurzu na półce... Podziwiamy ich wyjątkowość. Spróbujmy postrzegać ich doświadczenie estetyczne kompleksowo z boku, z całym ich doświadczeniem życiowym,

które na nie wpływa.

Wyrażajmy szacunek i zainteresowanie – np. pytaniami wspierającymi i dziękujmy za zaufanie.

I nie zapominajmy szeptać im, że interpretacja dzieła sztuki jest czymś w rodzaju zabawy na placu zabaw. Możesz bawić się dziełem sztuki i pozwolić mu bawić się tobą, twoimi emocjami, twoim doświadczeniem, twoją wiedzą. Możesz ścigać się z nim, bawić się w chowanego, huśtać się lub wspinać na przeszkody, lub wspólnie budować zamek z piasku. Oczywiście możesz też stać z boku przez cały czas, ale to już nie jest zabawne

Szczytem budowanego zaufania między młodym człowiekiem a jego "przewodnikiem na drodze do Szczytem budowanego zaufania między młodym człowiekiem a jego "przewodnikiem na drodze do sztuki" jest to, że młody człowiek zaczyna mówić o doświadczeniu "na polu sztuki". Jeśli pozwala nam zajrzeć do swojego wewnętrznego świata i podzielić się swoim doświadczeniem lub procesami myślowymi zainicjowanymi przez spotkanie ze sztuką. Wtedy przewodnik może dosłownie pogratulować sobie.

1. **Jak wykorzystać wyobraźnię do inicjowania rozmów o sztuce**

Jak wykorzystać wyobraźnię do inicjowania rozmów o sztuce

Niezależnie od tego, czy jesteś przewodnikiem po galerii, prezenterem teatralnym, nauczycielem estetyki czy historii sztuki, rozpoczęcie rozmowy o sztuce "na moście fantazji" będzie również wymagało twojej wyobraźni. I trochę więcej swojej edukacji – zalecamy poznanie podstawowej wiedzy ze świata młodych ludzi (i aktualizowanie jej na bieżąco) – czego słuchają, jakie filmy oglądają, w jakie gry komputerowe grają, sprawdź kilka nazwisk najsłynniejszych YouTuberów i przejdź do TikTok (uwierz mi, chwileczkę).

Nie musisz się martwić, że "nauka dzisiaj" zajmie Ci dużo czasu. Potrzebujesz tylko pewnego rodzaju wskazówki, przynęty, aby przyciągnąć ich uwagę. (Oczywiście, dogłębne "studiowanie" przybliży cię do zrozumienia młodych.) Jeśli połączysz to odpowiednio z odważnym pomysłem (szalony paradoks obalający szkieletowe idee o sztuce), masz w kieszeni zaproszenie na drugi brzeg. A potem naprawdę zostaw miejsce na wyobraźnię.

#tammożeiwpadnę #tegomogęspróbować

Wyobraźmy sobie, że reżyser Avengers otrzymuje ofertę na miliony dolarów – wystawienia historii jak balet na londyńskiej scenie. Myślisz, że podjąłby się tego? Co byłoby dla niego największym wyzwaniem? W końcu fabuła akcji, szybki ruch i taniec są sobie bliskie... Ale jak przedstawić transformację Hulka? A co z wybuchami samochodów? Co w tym byłoby najciekawsze dla ciebie?

Czy zamiast tego chciałbyś być namalowany przez Picassa lub Rembrandta? Oba portrety byłyby wyjątkowe, ale któryś z nich prawdopodobnie miałby więcej polubień na Instagramie / facebooku? Którego portretu użyłbyś jako zdjęcia profilowego?

Od kilku tygodni w radiu leci nową piosenką Eda Sheerana (zamień to na jakikolwiek aktualny przebój). Prezenter poinformował, że piosenka ma dwie wersje, a teraz zabrmi ta druga. Słuchasz

uważnie. Słowa piosenki wydają ci się bardzo znajome. Ed umuzykalnił twój wiersz, który napisałeś w okresie lockdown'u. O czym mógłby być ten wiersz? (Czy pamiętasz jeszcze uczucie izolacji, strachu, samotności?)

Wyobraźcie sobie, że gdyby dramat Romeo i Julia zakończył się szczęśliwie: oboje przeżyli i uciekli gdzieś razem, tam gdzie nikt ich nie znajdzie (Pobraliby się, mieliby dużo dzieci, Julia mogłaby trochę przytyć,, Romeo wracałby do domu zmęczony pracą... Wszystko byłoby dobrze, tylko że ich dzieci nie mogłyby pojechać do babci na święta.) Czy ta historia nie straciłaby na sile? A co z obydwojma zwaśnionymi rodami? Czy mieliby jakiś powód do pojednania? Myślisz, że nadal czytaliśmy tę sztukę w szkole?

2. **Jak wyobraźnia może pomóc przygotować młodych ludzi do spotkania ze sztuką**

Spróbujmy tajnych szyfrów i funkcji reżysera teatralnego. To może zadziałać.

Oto co najprawdopodobniej słyszałeś:

Po co idziemy do teatru?

Czemu musimy iść na wystawę do galerii?

Znowu będzie ta nudna dyskusja z pisarzem?!

Po naszej podróży z admirałem z historii na początku tego rozdziału, wiemy, że ratując bogactwo "starego świata", musimy najpierw przezwyciężyć negatywne nastawienie młodych do – nazwijmy to – "zinstytucjonalizowanych" wydarzeń. To znaczy – przede wszystkim musimy wznieść się ponad ich negatywne nastawienie. Pod żadnym pozorem nie bądźmy tym zniesmaczeni. Jeśli zaoferujemy im jedną z następujących motywacji, zanik uprzedzeń może być przyjemnym zjawiskiem towarzyszącym.

A co, jeśli wszystko jest inne, niż się wydaje?

#koddaVinci #decodingisanewchallenge

Ile warstw może mieć obraz? A wiersz? Co kryje się za słowami i symbolami? Co się stanie, jeśli ujawnimy kod autora? Kiedy nie rozumiemy sztuki, czy jest to jak uwięzienie w escape room? Jak mogę znaleźć klucz do drzwi ewakuacyjnych? Czy tylko jeden klucz pasuje? A może jest ich kilka? A czy każdy z nas nie może mieć własnego klucza?

Młodzi ludzie powinni najpierw zrozumieć, że sztuka jest grą symboli, tajnym szyfrowaniem, a znajdowanie wiadomości, które autor umieścił w pracy, powinno być zabawne.

Jeśli nie rozumiemy sztuki, nie oznacza to, że jej nie mamy takich zdolności lub że autor jest podstępny i robi nam to celowo. Być może jego dziedzictwo jest po prostu ukryte głębiej pod powierzchnią i należy włożyć więcej wysiłku, aby je odkryć.

Sztuka to zabawa w chowanego. Im cięższa gra, tym bardziej wciągająca jest dla graczy.

Czy w ogóle można nauczyć się odkrywać symbole w sztuce?

#007

To tutaj na scenę wkracza przewodnik młodzieżowy. Pochodnych i ułamków może się w jakiś sposób nauczyć sam uczeń, ale dobry matematyk, który potrafi to wyjaśnić, jest bezcenny. To samo dotyczy sztuki. Jeśli potrafimy nauczyć młodych ludzi pewnych zasad i reguł "kodowania" w dziełach sztuki, oddajemy w ich ręce świetne narzędzie – jakbyśmy wprowadzali w ich wyobraźnię funkcjonalny algorytm.

Wskazówki dotyczące możliwości interpretacji poszczególnych typów artystycznych przedstawiono w osobnych rozdziałach. W sztukach wizualnych obowiązują inne zasady, w inny sposób możemy zacząć odkrywać warstwy w literaturze, a inne rzeczy zauważa się w muzyce. Natomiast to, co jest ogólną prawdą i co możemy podpowiedzieć młodym ludziom przed faktycznym spotkaniem ze sztuką (przed konkretnym wydarzeniem artystycznym), jest następujące:

Ściągowka dla agentów James Art 007:

Bądź na 100% tu i teraz.

Doświadczenie artystyczne jest ulotne. Nie będzie go tu za chwilę. Nie zmarnuj go.

Daj szansę autorowi.

Nie decyduj się po pierwszej minucie. Być może właściwa odpowiedź jest na samym końcu.. Zachowaj swoją uwagę.

Zwróć uwagę na całość i szczegóły.

Czasami trzeba dystansu (odległości i czasu), a czasami trzeba pracy pod mikroskopem. .

Coś tu nie gra? Poszukaj drugiego planu.

Czy coś ci przeszkadza? Co ukrywa przed nami "podejrzany"?

Znajdź wskazówki! Skąd i dokąd prowadzą?

To, co było wcześniej i co nastąpiło później – zarówno w kontekście historycznym, jak i w osobistej historii autora.

Przygotuj własną hipotezę.

Nawet najbardziej śmiałe i szalone wyjaśnienia są właściwe.

A teraz po naszymu

#challengenumbertwo

.Jeśli przypadkiem "wątek" agenta 007 (rozszyfrowanie dzieła sztuki) nie zadziałał, tutaj mamy drugą wskazówkę. I tym razem rozgryźć inaczej.

Niech nasi młodzi ludzie przez jakiś czas spróbują być twórcami dzieła sztuki: wyobrażają sobie i doświadczają w swoich umysłach całego procesu jego powstawania – od tematu do demonstracji publiczności, słuchaczom czy czytelnikom. Zobaczymy, co i jak oni kodują w swojej pracy.

Gdy spróbują siebie jako twórcy (choćby tylko w wyobraźni), będą mogli lepiej dostrzec cały proces artystyczny, a przede wszystkim zrozumieją, że artysta oczekuje informacji zwrotnej i liczy na nią podczas tworzenia. Będą bardziej wrażliwi na postrzeganie pracy i bardziej otwarci na dzielenie się spostrzeżeniami na jej temat.

Dajmy im na chwilę "władzę" nad sztuką

#message #power #beauty #challenge #fight

Postawmy ich na chwilę w roli tego, kto decyduje o formie i treści dzieła sztuki oferowanego szerokiej publiczności. Można to zobrazować bardzo plastycznie, na przykład, sytuacja w teatrze:

Gdybyś posiadał teatr, co byś w nim zagrał (jakie tytuły byś w nim zagrał)? Chcesz zabawiać publiczność? Czy przekazać im coś poważnego? Z pewnością zrobiłbyś to w jakiś szczególny sposób, żeby to nie wyglądało jak przemówienie polityka. Zapewne, w jakiś sposób zakodowałbyś swoje "przesłanie", aby widzowie nie mieli jej "jak na tacy." Odszyfrowywanie tajnej wiadomości jest ekscytujące i daje dużo zabawy. Ale jak byś to zrobił? Do czego byś się odwołał? Co chciałbyś wzbudzić w innych ludziach? Wyobraź sobie, że nawet kilkaset osób może zmieścić się w teatrze. A następnego dnia przyjdą inni... Masz możliwość zabrania głosu. Masz o wiele więcej – masz narzędzia do wpływania na ich emocje. Możesz sprawić, że widz będzie płakał, śmiał się, ale też może przestraszyć się lub oburzyć... Kiedy zaczniesz wpływać na ich emocje, będą bardziej otwarci na Twój przekaz lub wyzwanie (na pewno znasz to z reklam). Sztuka naprawdę ma moc dotykania czegoś w nas... Może poszerzyć horyzonty, zmienić perspektywę, zachęcić do aktywności, pomóc zdecydować się na odważne działania.

A teraz pokażmy młodym ludziom narzędzia, które mogą wykorzystać w danej dziedzinie sztuki. Również w tym mogą poczuć wolność, którą tak bardzo kochają – wolność wyboru artystycznych środków, za pomocą których mogą wyrazić siebie.

Masz ogromną ilość ekspresji w swoim teatrze, która może być potężnym narzędziem do przekazywania twoich myśli. Możesz używać mowy – od cichych szeptów po głośne okrzyki, od radosnego śmiechu po krzyk, od słów miłości i pasji, po zimny wyrok kary śmierci... Możesz tworzyć różnorodne widowiska wizualne - sceny, tła i światła, projektowanie / dobór kostiumów również leży w twoich kompetencjach ... Możesz użyć muzyki, aby to wszystko wzmocnić... Ale przede wszystkim masz historię – to jest najważniejsze. Ludzie uwielbiają historie. Wyobraź sobie, ilu z nich ogląda każdego wieczoru historie w telewizji. Jaką historię im zaoferujesz? Czy to będzie dramat? Akcja? A może chcesz, żeby się bali? Czy przygotujesz dla nich szaloną komedię lub romans? Czy zagłębisz się w historyczne porażki historie mitycznych bohaterów? Możesz zrobić wszystko. Masz władzę...

Jesteśmy przekonani, że to działanie – np. potencjalny repertuar własnego teatru – może zainicjować wyobraźnię.. W tym ćwiczeniu i jego późniejszej analizie młodzi ludzie są krytykami siebie nawzajem (widzowie, czytelnicy, słuchacze, odwiedzający, klienci, fani, konkurenci...). Gorąco polecamy gry fabularne i zajęcia sytuacyjne. Takie doświadczenie przyda im się podczas prawdziwej randki ze sztuką, bo będą mogli spojrzeć na rzeczy inaczej i inaczej zareagować.

3. Jak wyobraźnia może pomóc w analizie i ocenie doświadczenia artystycznego

Szkoła krytyków

Udrękę, która zwykle towarzyszy rozmowom z młodymi ludźmi na temat wydarzenia kulturalnego, można całkiem elegancko ominąć, ale jednocześnie osiągnąć wyniki, na których nam zależy. Nie musimy wyciągać młodych z ich strefy komfortu pytaniami typu: "Co Ci się podobało w tym wydarzeniu?", "Jakie jest Twoje wrażenie?", "Co do Ciebie przemówiło?". Zwykle po takich pytaniach zapada niezręczna cisza (zwłaszcza jeśli chodzi o pytania na forum), można wyrazić swoją opinie inaczej, np. poprzez grę fabularną. Zagrajmy z nimi w krytyków sztuki. Ale podejźmy do tego poważnie! Uwaga! Krytyk i Maruda z Królowy Śnieżki to nie to samo. (Marud mamy tu aż za dużo!)



Na pewno znasz filmy, w których prestiżowe restauracje walczą o gwiazdki Michelin. Przybycie krytyków jest zawsze owiane mnóstwem legend, a ponieważ ma to być niezapowiedziana anonimowa inspekcja, kelnerzy uważnie obserwują, który z gości dyskretnie wyciąga maleńki notatnik i robi notatki. Kiedy nadejdzie taki moment i krytyk zjawia się w restauracji, obsługa dba o to, by wszystko było więcej niż idealne i obserwuje zachowanie krytyka po każdym kąsie. A po jego odejściu ciągną się dni oczekiwania na fatalny artykuł od którego zależy przyszłość restauracji. We Francji niekiedy takie artykuły były dosłownie śmiertelne, bo właściciele restauracji odbierali sobie życie po zmniejszeniu liczby gwiazdek.

Wyobraź sobie, że jesteś krytykiem Michelin, tylko nie idziesz "do pracy" do restauracji, ale do galerii, na koncert, balet lub prezentację nowej książki. Od twojej oceny będzie zależeć to, czy instytucja kultury przetrwa – ilu odwiedzających do niej zwabisz, czy odwrotnie- ilu zniechęcisz do odwiedzania.

Ocena ta ma być opublikowana w prestiżowym "Red Michelin Guide" – więc musi zawierać analizę popartą argumentami. Nie wystarczy dać "lajka" kciukiem w górę lub w dół. Recenzja musi być naprawdę rozbudowana, aby uzyskanie lub odebranie gwiazdki było w pełni uzasadnione.

Dziś niewiele osób czyta profesjonalne artykuły krytyczne o sztuce. Gdy wzmianka o nowej premierze w lokalnym teatrze lub otwarciu w galerii zostanie przypadkowo znaleziona w zwykłych gazetach (internetowych gazetach codziennych), są to w większości płatne artykuły dostarczane przez działy PR zaangażowanych instytucji kultury. Albo redaktorzy gazety po prostu powielają wypowiedzi twórców z konferencji prasowych, nie dodając do tego eksperckiego punktu widzenia lub własnej opinii. Młody

człowiek nie spotyka się z krytyką sztuki w życiu codziennym, a zatem nie może tego nawyku kształtować.

Gdy instytucje kultury nie otrzymują informacji zwrotnej od swoich gości, często kierują się tylko liczbą odwiedzających, a zdarza się, że zachowują się jak zwykłe sklepy (zrobimy cokolwiek, aby ludzie do nas przychodzili). Dlatego teatry prezentują płytkie komedie pełne wulgaryzmów, a biblioteki kupują "popularne" książki – bo odbiorcy tego chcą. Bez eksperckiej krytyki, która edukuje publiczność (a tym samym czyni ją bardziej wymagającą, żądającą lepszej jakości produkcji od instytucji artystycznych) nie otrzymamy wymyślonych gwiazdek Michelin, nie rozwinie się, nie podniesiemy poziomu.

Kultura potrzebuje krytyków, aby się rozwijać. Gdybyśmy zadbali o nawyk krytycznego myślenia u młodego pokolenia – także w dziedzinie sztuki – pomogliśmy nie tylko im, ale także instytucjom kultury, które miałyby większe możliwości rozwoju.

Tiktokowi Krytycy

#hejthejthejt? #tobeaninfluencer

Załącz specjalne konto, kanał Youtube lub TikTok, publiczną grupę w sieci społecznościowej lub inną przestrzeń komunikacyjną, w której młodzi ludzie mogą dodawać swoje materiały – na przykład, recenzje wydarzeń kulturalnych, które miały miejsce.

Motywuj ich nawet jakąś nagrodą (umów się np. z innymi instytucjami kultury – młodzi ludzie będą zachwyceni wygranym biletem do teatru lub dobrą książką).

Podaj jasne zasady dotyczące tego, co musi zawierać post (krytyka sztuki), a co jest zabronione.

Powierz odpowiedzialnemu administratorowi moderowanie dyskusji pod postem (czasami może to pójść w złą stronę, więc ktoś musi interweniować).

Jeśli już masz grupę stałych autorów (twórców filmów lub artykułów), ustal, aby wstępnie zgłaszali wydarzenia, które chcieliby recenzować i dzielili się tematami, aby recenzować jak najwięcej różnorodnych wydarzeń. Lecz na samym początku, niech piszą czy robią filmy na jakikolwiek bliski im temat, to nic, że czasem będą się zdarzać 3-4 recenzje tego samego wydarzenia).



Drugą opcją jest uzgodnienie z już istniejącą platformą (od radia, mediów drukowanych, strony internetowej miasta po publiczną grupę na Facebooku), aby zrobić miejsce dla młodych, miejsce na ich wkład w wydarzenia kulturalne, w których uczestniczyli. Młodzi ludzie będą zaszczytzeni, jeśli otrzymają taką możliwość i będą publikować pod własnym nazwiskiem.

Werbalizacja – ustna lub pisemna – to świetna okazja do uporządkowania swoich myśli. W ten sposób młodzi ludzie nauczą się interpretować dzieło sztuki.

Oczywiście muszą znać zasady – sam ich tego nauczysz (lub zainspirujesz się naszymi metodami w następnych rozdziałach).

#nieznoszętego #happyend

A teraz wyobraźmy sobie zakończenie filmu. Na początku rozdziału poznałeś fabułę. Teraz oglądamy film od momentu, gdy zdesperowani rozbitkowie próbują wydobyć z morza przynajmniej resztki niezwykłych dzieł sztuki ze starego świata. Młodzi przesiedleńcy powoli gromadzą się na wybrzeżu, ze zdumieniem obserwują wysiłki ledwo żywych marynarzy. "Nadzieja na nowy świat... Przyszłość, lepsze, piękniejsze jutro... – szepcze dzielny admirał, czołgając się po piasku w kierunku osadników. "Przywieźliśmy wam to ... To dla was" – z oddaniem wręcza obraz o nieocenionej wartości. Zapada cisza. Admirał spogląda na twarze młodych ludzi. Teraz ma nadzieję zobaczyć na ich twarzach coś w rodzaju podniecenia, blasku, błysku euforii. Przecież admirał wie, do czego zdolna jest sztuka. Nagle jeden z dzikusów zbliża się do admirała. Patrzy na innych młodych ludzi i z pewnością wodza mamrocze: "Co ja z tego będę miał? Co jest w tym takiego cennego? Najwyraźniej jest to coś niesamowitego, skoro naraziłeś swoje życie. Chodź z nami i pokaż nam, co z tym mamy robić..."

Temat ćwiczenia: Odczarowanie potwora

Pomóżmy młodym ludziom zrozumieć, że kultura nie jest straszna, a jeśli i jest, to tylko dlatego, że, jak w przypadku większości duchów, po prostu nie znamy przyczyny pewnych zjawisk, dlatego szukamy najprostszego wyjaśnienia. W tym przypadku najłatwiej jest powiedzieć: "Nie interesuje mnie kultura. Nie rozumiem kultury". Pozwoli to uniknąć ośmieszenia z powodu błędnej interpretacji terminu lub niemożności wyrażenia swojej opinii. Ale każdy z nas na pewno, słysząc to pojęcie, coś sobie wyobraża, choć nikt nie ma pewności, że jego definicja "kultury" jest słuszna. Co więcej - nawet ci (lub tylko ci), którzy poświęcili temu swoje życie, nie ośmielają się definiować kultury.

Głównym problemem jest to, że większość ekspertów, którzy próbowali zdefiniować kulturę, patrzy na kulturę z perspektywy zagadnień, którymi się zajmuje. Nie oznacza to, że ich definicja tego pojęcia jest błędna, po prostu jest jednowymiarowa. Kolejny problem polega na tym, że każdy z nich ma rację na swój sposób. Wracamy więc do pytania "Jak przybliżyć młodym treść pojęcia kultura?" i nasza odpowiedź brzmi - zostawmy to im.. Pozwólmy im wybrać najbardziej odpowiadającą im definicję.

Zamiast gotowego rozwiązania: "Zapisz: (to) jest kultura, bo on to powiedział (ten i tamten ekspert)", zaoferujmy im wiele opcji i pozwólmy im wybrać. Ale zanim to nastąpi, zapytajmy ich, co rozumieją przez kulturę:

Jakie skojarzenia macie ze słowem KULTURA?



- Najpierw przeprowadźmy burzę mózgów (zapiszmy pomysły na tablicy lub dużej kartce papieru, tak, żeby napisy były widoczne dla wszystkich)
- następnie posortujmy pojęcia (na podstawie podobieństwa) w kategorie,
- Wybierzmy te, które służą do wyrażania treści słowa kultura
- podkreślmy najbardziej związane z nich
- Wprowadź zadanie do pracy w grupach:

DOBRY POMYŚL

Spróbuj użyć słów zapisanych podczas burzy mózgów, aby zdefiniować pojęcie KULTURA.

Zbierzmy odpowiedzi i porównajmy je, najpierw między sobą, potem z przygotowanymi definicjami innych autorów (uznanych ekspertów). Czego się dowiemy?

Młodzi ludzie mogą tworzyć związane oraz kreatywne definicje kultury.

Pozwól im wybrać definicję, która najbardziej im się podoba, poprośmy o argumenty na korzyść tego wyboru.

Dajmy młodym ludziom przestrzeń do samodzielnego zrozumienia wszystkiego, co ważne. Dlaczego? Ponieważ wiemy, że jeśli człowiek sam coś wymyśli, może zachować to w swojej pamięci na dłużej.

Co więcej, taki młody człowiek wie, jak doszedł do tej wiedzy i dlaczego. Dowiaduje się, że, tak naprawdę, wie już coś o kulturze i nie jest sam. Jego rówieśnicy są podobni do niego. To odkrycie

może zmotywować go do dalszego poszukiwania odpowiedzi, wzbudzić w nim ciekawość, przyczynić się do większej otwartości w dyskusji i odwagi w prezentowaniu swoich poglądów.

Taki wstęp wystarczy jako punkt wyjścia do otwarcia rozmów o kulturze. A o czym dalej rozmawiać z młodzieżą? Na przykład o tym:

- Jak daleko sięga kultura ludzkości? Gdzie są jej źródła?
- Co należy do kultury?
- Jak kiedyś wyglądała kultura i jak jest dzisiaj?
- Jaka jest rola lub znaczenie kultury dla człowieka?
- Czym jest dla mnie kultura? itd.

Jako inspirację do dalszej pracy możemy wykorzystać karty pracy na wstępie do tematu "KULTURA", a podczas ich realizacji sięgnijmy po porady i wskazówki z rozdziału edukacja pozaformalna.

Temat działań na temat NARODZINY KULTURY



Komiks

Karta pracy 1

Ćwiczenia mogą być wykorzystane na pierwszej lekcji estetyki jako wprowadzenie do historii sztuki lub jako inspiracja do stworzenia własnego materiału. Aby pracować z komiksem i historią tak sensownie, jak to możliwe, zalecamy przejrzanie rozdziału poświęconego metodom edukacji pozaformalnej i zastosowanie powyższych zasad i praktyk.



Projektowanie zadań dla pracy grupowej



NARODZINY KULTURY (KOMIKS)

1. *Spróbuj napisać lub opowiedzieć historię zgodnie z komiksem*
2. *Wymyślaj teksty dla poszczególnych obrazów w bezpośredniej mowie.*
3. *Spróbuj posortować wycięte obrazy, aby utworzyć historię.*
4. *Powierz grupom przygotowanie i odtwarzanie scen na podstawie poszczególnych obrazów komiksów. Część uczestników może reprezentować publiczność. Podsumowując, spróbujemy powiązać koncepcje z tabeli z poszczególnymi scenami.*
5. *Spróbuj dopasować terminy z tabeli do poszczególnych obrazów. Jeśli żadna ci się nie podoba, albo czegoś brakuje, stwórz własne koncepcje.*

| | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Życie w społeczeństwie | sztuki piękne |
| Nauka i wiedza | sport |
| normy społeczne i zasady | moda |
| obyczaje | muzyka |
| <i>Zaproponuj własną koncepcję:</i> | <i>Zaproponuj własną koncepcję:</i> |

Fikcja o narodzinach kultury



Historia Karta pracy 2

1 Wyobraźmy sobie grupę prehistorycznych ludzi. Ich największym priorytetem i celem każdego dnia było przetrwanie. A dokładniej - najedzenie się. Znajdź kilka nietrujących jagód, ewentualnie złap mamuta.

2 Grupa tych prehistorycznych ludzi właśnie skończyła jeść mamuta, którego obserwowali przez ponad tydzień. Dopiero dziś udało im się go złapać. Wszyscy się oblizują, rozluźniają i stopniowo każdy z nich zaczyna coś robić. Pierwsza osoba wstaje, podnosi śmieci i segreguje je. (Raczej nie ☺).

3 Drugi przygląda się uważnie szkieletowi zwierzęcia i porównuje go ze szkieletem gazeli (oczywiście ☺ prehistoryczne), którą złapali poprzedniego dnia.

4 Dwoje dzieci chwytą kości w kształcie kija hokejowego i używa ich do przerzucania kamyków.

5 Pewna młoda kobieta wplata we włosy małą kość. Takich "spinek" na głowie ma już pod dostatkiem, ale właśnie ta kość przypomina jej kwiat... Inne kobiety potajemnie naśladują tę atrakcyjną prababcie. Któregoś dnia, tak jak ona, owinęły i sobie wokół szyi liany. Wyglądało to naprawdę "pra-szykownie"!

6 Starsze kobiety ściągają skórę z mamuta, myślą praktycznie ☺ – to pójdzie na koce, to na schronienie, jeśli będziemy musieli opuścić jaskinię... Jeden facet kłóci się z nimi: potrzebuje właśnie tego kawałka skóry. Jest błoniasty, a kiedy go rozciąga i uderza ręką, wydaje świetny dźwięk. Kobiety wahają się. W końcu zamieniają ciepło koca na dźwięk pierwotnego bębna. Muzyka zwyciężyła.

7 Zakochany pracłowiek, który przed chwilą odciął (i ofiarował) swojej ukochanej soczysty kawałek brzucha mamuta, teraz próbuje zrobić bransoletkę z fragmentu kości swoim pierwotnym nożem. Następnym razem będzie to już pierścionek. Zaręczyny. ☺

8 Inny członek grupy chwytą w rękę kiel mamuta i patrzy na niego. "Powinniśmy umieścić go w miejscu, w którym wszyscy możemy go zobaczyć, niech przypomina nam, jak pokonaliśmy to duże zwierzę" - myśli w duchu. Wspina się do wejścia jaskini i z dumnym okrzykiem instaluje kiel właśnie tam. Starzec kładzie dwa owalne kamyki pod kłem mamuta. Ku pamięci tych, którzy tym razem nie przeżyli polowania na mamuty.

9 Do kamyków przychodzą kobiety żałobnice, ich płacz uzupełnia bębnienie i jeszcze jeden nowy dźwięk - inny pierwotny artysta napiął mamutowe jelita i zaczął na nich brzdąkać palcem. Do dźwięku swojego nowego instrumentu dodaje rozpaczliwy śpiew gardłowy, który tworzy echo w jaskini. Atmosfera nagle staje się uroczysta. Nawet dwóch małych chłopców przestało grać w pradawnego hokeja i przyszło do rodziców. Z otwartymi ustami obserwują starca, który nagle zaczął wykonywać dziwne gesty w kierunku kamyków. Jakby rozmawiał z martwym mamutem, ogniem, a nawet wiatrem, który gwizdże na zewnątrz przed jaskinią. Kiedy mężczyzna uklęknął, wszyscy członkowie grupy również uklękli.

10 Podczas gdy wszyscy klęczą, jeden z tej grupy, który zazwyczaj nie poluje na mamuty, wyjmując kilka węgielków z kominka i za plecami innych uwiecznia ten moment na ścianie jaskini. Mamut mu się udał, ale jakoś dziwnie rysuje tych ludzi. Przecież nie zabili mamuta aż tak bohatercko! Mamut po prostu został przez nich znaleziony zaklinowany w gęstym krzaku. (Obydwaj zmarli, upamiętnieni i kamikami, padli ofiarami nieszczęśliwego zbiegu okoliczności, w trakcie zaciągania martwego mamuta do jaskini.)

Okej, może nie do końca tak było, ale co, jeśli to historia z czasów prehistorycznych jest tak interesująca, właśnie dzięki temu artyście ? ☺



Projektowanie zadań do pracy grupowej NARODZINY KULTURY (HISTORIA)

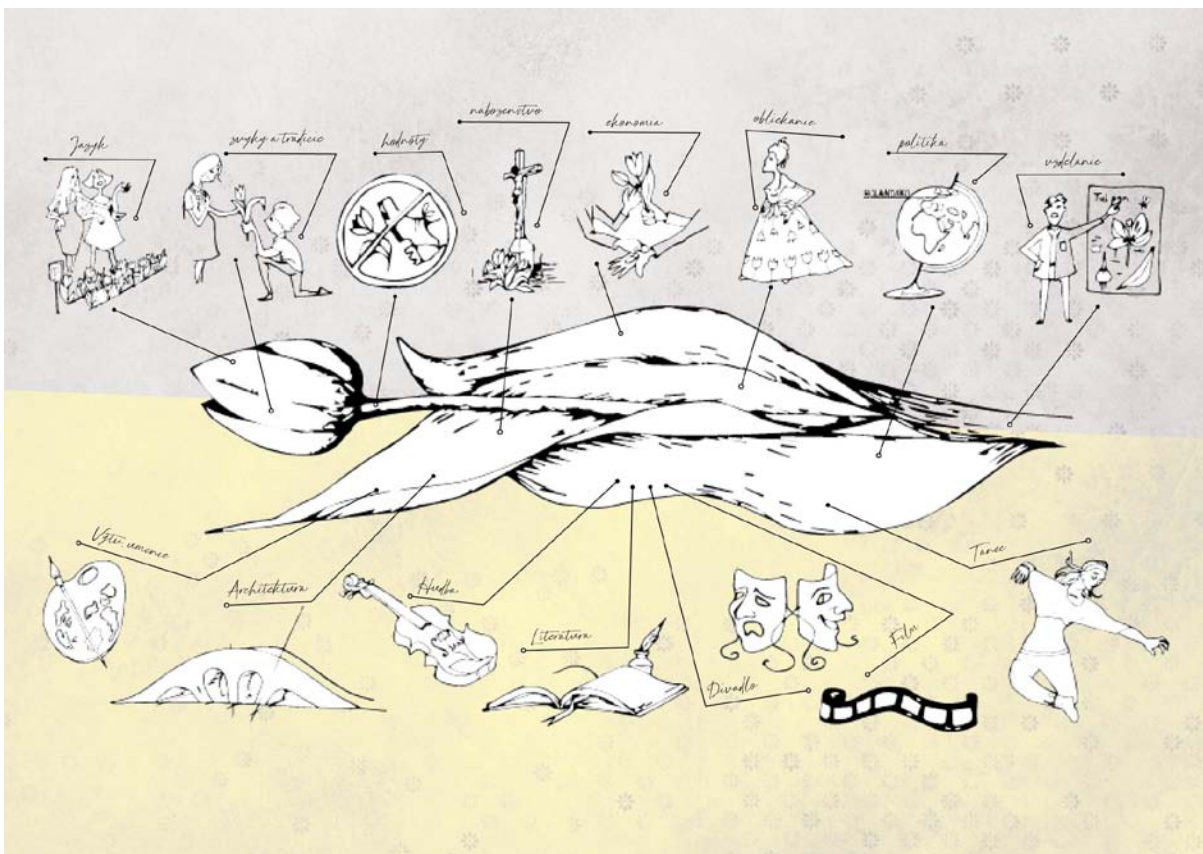
1. Powierz grupom przygotowanie i odegranie scen zgodnie z każdą częścią historii. Część uczestników może reprezentować publiczność. Podsumowując, spróbujemy powiązać hasła z tabeli z poszczególnymi scenami.

| | |
|--|--|
| moda | Użyteczność kontra sztuka |
| sztuka – biżuteria | Nauka i wiedza |
| Duchowość, życie pozagrobowe | Trofea – utożsamianie człowieka jako tego, który triumfuje nad naturą |
| sport | Pamięć o zmarłych, tradycje |
| Idealizacja, heroiczne wzorce do naśladowania | Rytuały, duchowość, religia |

2. Spróbuj znaleźć elementy kultury w każdej części historii. Jako podpowiedzi , należy użyć terminów z tabeli w zadaniu 1.
3. Spróbuj znaleźć paralelę między różnymi częściami historii a teraźniejszością. Porozmawiajmy o tym.
4. Stwórz komiks na podstawie historii.
5. Spróbuj zapisać informacje uzyskane z historii na mapie myśli.

**Materiały informacyjne na temat NARODZIN KULTURY
Podsumowanie teorii na temat KOMIKSU i HISTORII**

**GÓRNY RZĄD OD LEWEJ: JĘZYK , ZWYCZAJE I TRADYCJE,
WARTOŚCI,RELIGIA,EKONOMIA,MODA,POLITYKA,NAUKA**



DOLNY RZĄD OD LEWEJ: MALARSTWO,ARCHITEKTURA,MUZYKA,LITERATURA,TEATR,FILM,TANIEC

Czym jest kultura?

Co ja myślę :

Co o tym myślą eksperci (Tutaj, drodzy przewodnicy, możemy wpisać naszą ulubioną definicję kultury, którą chcielibyśmy się podzielić z naszymi podopiecznymi):

4 BĄDŹMY WIDOCZNI!

Marketing kultury skierowany do
młodzieży

Rozdziałowi towarzyszy Anička

BĄDŹMY WIDOCZNI!

Marketing kultury skierowany do młodzieży

Dziś tradycyjne instytucje kultury konkurują z większą ilością wydarzeń kulturalnych niż kiedykolwiek wcześniej. Największą atrakcją dla młodej publiczności są np. muzea nauki, ponieważ stawiają na maksymalnie interaktywne podejście. Takie podejście jest również znane jako "edutainment", czyli połączenie edukacji i rozrywki. Obejmuje to, na przykład, 3D, interaktywne wyświetlacze lub obiekty, oddziałujące na różne zmysły (zapach, smak, dotyk itp.).

Młodzi uczestnicy wydarzeń kulturalnych nie chcą być tylko biernymi widzami. Marketing musi sprostać tym wymaganiom, a także zapewnić odbiorcom interaktywny produkt. Należy wziąć pod uwagę, że publiczność ma obecnie łatwy dostęp do informacji, może wchodzić w interakcje z organizacją online, ale także ze sobą nawzajem, i może szybko podejmować decyzje o tym, w którym wydarzeniu kulturalnym wziąć udział. Młodzi ludzie często decydują o swoich działaniach w oparciu o (współ)uczestnictwo rówieśników.



Skuteczny marketing skierowany do młodzieży musi być skoncentrowany na doświadczeniu.

Aby być konkurencyjnym, tradycyjne instytucje kulturalne muszą wprowadzać innowacje do swojej oferty, zwłaszcza jeśli oferta jest skierowana do dzieci i młodzieży.

Muzea, galerie, zarządcy dziedzictwa kulturowego, organizatorzy różnych wydarzeń kulturalnych mają do dyspozycji różne produkty i to od nich zależy, jaką strategię marketingową przygotowują dla swoich klientów.

Najważniejsze jest, aby wziąć pod uwagę potrzeby młodych odbiorców, nawiązać z nimi długoterminową i skuteczną komunikację, zacząć używać ich języka i budować ich lojalność wobec instytucji.

Świat został zdominowany przez globalizację i ciągły rozwój technologii informatycznych. Dziś konsumenci mogą wybierać spośród różnorodnych ofert produkty dostosowane do ich potrzeb. Obecnie w marketingu stosuje się "holistyczne podejście", które opiera się na tradycyjnych podejściach, ale jednocześnie **podkreśla wykorzystanie technologii cyfrowych do tworzenia długoterminowych relacji z klientami. Instytucje kultury powinny również dostosować się do dynamicznego świata technologii, standardowej komunikacji sfery komercyjnej, żeby budować zaufanie i przejrzystość.**

Zmiany są wyzwaniem dla organizacji kulturalnych, ale wyzwanie to nie powinno być rozumiane jako potrzeba zwiększenia ilości klientów, ale raczej jako **potrzeba przeprojektowania produktu kulturalnego w celu zwiększenia udziału konsumentów i zbudowania więzi między konsumentami a instytucją.**

Na decyzję o zakupie produktu kultury wpływają takie czynniki jak: wartości, przekonania, osobowość, wykształcenie, rodzina, klasa społeczna, pochodzenie etniczne czy otoczenie.

Uprzedzenia wobec marketingu w dziedzinie kultury artystycznej

Marketing jest ważną częścią funkcjonowania organizacji/instytucji zorientowanych kulturowo. **Dziś rozumiemy produkty kulturalne jako wszelkiego rodzaju i możliwości spędzania wolnego czasu . Czy istnieje różnica między marketingiem w sferze kulturalnej, komercyjnej i niekomercyjnej?** Sfery te są obecnie splecione jak nigdy dotąd, jednak nadal mają swoją specyfikę. **Najbardziej fundamentalne różnice wynikają z uprzedzeń i klisz w dziedzinie sztuki.**

1. Marketing nie pasuje do kultury

Wielu pracowników kultury nadal kojarzy marketing z manipulacją klientami i jest zdania, że marketing jest częścią świata korporacyjnego. Jednak bez marketingu wielu potencjalnych odwiedzających nie dowie się o naszych wydarzeniach. Nie jest to wybór między dwiema drogami: "nie sprzedawać doświadczenia i zachować powagę" lub "sprzedawać doświadczenie i zaspokajać potrzebę". Marketing w kulturze nie musi oznaczać utraty reputacji, wystarczy znaleźć odpowiedni środek.

2. Masowa kultura nie jest wystarczająco dobra

W percepcji nie tylko pracowników instytucji publicznych, ale także w umysłach ludzi istnieje związek między faktem, że za każdym razem, gdy coś jest sprzedawane masowo, jest to jest to wytwór niskiej jakości, przeznaczony specjalnie dla masowej publiczności. Uprzedzenie to odnosi się do jakości sztuki i kontrowersji o to, czym kultura masowa jest, a czym nie jest i czy jest "wystarczająco dobra".

Jeżeli grupą docelową są ludzie młodzi, pojęcia sztuki i rozrywki powinny być ze sobą powiązane, a produkt kultury powinien zawierać zarówno element artystyczny, jak i rozrywkowy.

3. Sztuka jest wykorzystywana do promowania różnych podmiotów/firm/polityki

Marketing podmiotów komercyjnych i instytucji publicznych jest skierowany nie tylko do tych, którzy konsumują ich usługi i produkty, ale powinien również być skierowany do tych, którzy go finansują. Jest to więc marketing oparty na relacjach i dwukierunkowej komunikacji, utrzymujący relacje nie tylko ze swoimi klientami, ale także ze sponsorami, darczyńcami i administracją publiczną. Niestety, prawda jest taka, że sztuka skazana sama na siebie, często nie przetrwałaby wcale. Kultura to dziedzina, która wymaga wsparcia z różnych środowisk (w tym finansowych).

4. Sztuki nie można utożsamiać z rozrywką

Klient w środowisku kulturowym zwykle nie kupuje tylko towaru, ale kupuje, przede wszystkim, doświadczenie, które obejmuje wiele motywów osobistych i psychologicznych. Na zachowania zakupowe i podejmowanie decyzji wpływają głównie trendy makroekonomiczne, czynniki kulturowe, czynniki społeczne, czynniki psychologiczne i czynniki osobiste. Ponadto bardzo trudno jest zdefiniować, co jest uważane za sztukę, a co za rozrywkę, a przecież te obszary są ze sobą powiązane. Sztuka jako taka nie powinna być rozrywką, pochodzi z wnętrza artysty, z drugiej strony zależy od klienta. Jeżeli grupą docelową są ludzie młodzi, pojęcia sztuki i rozrywki powinny być ze sobą powiązane, a produkt kultury powinien zawierać zarówno element artystyczny, jak i rozrywkowy.

5. Ten, kto oferuje wysokiej jakości treści kulturalne, nie potrzebuje promocji

Niezadowolenie klientów (odwiedzających wydarzenia kulturalne) jest znacznie mniej prawdopodobne w przypadku dóbr i usług kulturalnych niż w przypadku tradycyjnych dóbr konsumpcyjnych, ponieważ korzystanie z nich jest bardzo subiektywne. **Konsumenci dostrzegają ogólne korzyści, jakie otrzymują.** Wiele instytucji błędnie uważa, że zadowolenie konsumenta zależy tylko od jakości prezentowanych treści, jednak zależy to od wielu innych zmiennych określonych przez konsumenta, na te oczekiwania często wpływa poczta pantoflowa, czyli rekomendacja od przyjaciół w bezpośrednim kontakcie lub za pośrednictwem sieci społecznościowych.

Kiedy marketing nie spełnia oczekiwań młodych ludzi

#skądjamamtowiedzieć?

To prawdziwe reakcje młodych ludzi wobec oferty i promocji instytucji kultury.

- 1. "Kiedy dowiaduję się o wydarzeniu po fakcie." lub "Zwykle dowiaduję się o wydarzeniu tylko z rozmowy z przyjaciółmi, którzy byli na nim".**

Przede wszystkim, młodzi ludzie muszą się dowiedzieć o wydarzeniu w odpowiednim czasie i w odpowiedni sposób – tak, aby informacje w ogóle miały szansę do nich dotrzeć. Jest to ściśle związane z odpowiednią strategią marketingową.

2. "Zwiastun/reklama/plakat wydarzenia mnie nie zainteresował." lub "Gdyby to było na Twitterze, wiedziałbym o tym".

Nawet jeśli informacja dociera do młodych, często nie jest przekazywana w taki sposób, aby przemawiać do młodych. Aby informacja znalazła właściwą drogę dla młodych ludzi, konieczne jest poznanie ich pragnień, zainteresowań i potrzeb.

3. *"Nie chcę być tylko biernym odbiorcą, chcę być aktywnie zaangażowany."*

Samo bierne uczestnictwo w wydarzeniu nie wystarcza młodym ludziom. Chcą być aktywnymi uczestnikami, mieć coś do powiedzenia, zaangażować się. Chcą być widziani i słyszani. Można to również zrobić poprzez marketing przed wydarzeniem, działania w trakcie wydarzenia lub po jego zakończeniu.



ART MARKETING

to tak zwany marketing sztuki, który ma na celu zaspokojenie potrzeb i życzeń konsumenta, niezależnie od branży. Jednak w sektorze sztuki biznes jest ważnym czynnikiem. Termin ten jest zwykle rozumiany jako "obrotów dziełami sztuki", zarówno na rynkach dzieł sztuki, jak i w dziedzinie wystawiania lub udostępniania publiczności sztuki i dziedzictwa kulturowego lub "marketingu muzeów i galerii".

Szersze ujęcie tej koncepcji przedstawia się jako marketing we wszystkich dziedzinach kultury i sztuki, w tym w literaturze, muzyce, teatrze, architekturze, filmie i sztukach użytkowych, dotyczy marketingu wykonawców (aktorów, piosenkarzy, muzyków), a także marketingu praw autorskich i sprzedaży dzieł sztuki.

Jak (nie) dotrzeć do młodych odbiorców

#chybatoniedłownie

Dlaczego na młodych ludzie nie działa promocja instytucji kultury? Fakt ten wynika z kilku czynników:

1. Niektóre instytucje kultury nie znają potrzeb młodych ludzi

Jeśli chcemy przyciągnąć młodych ludzi na wydarzenia kulturalne, ważne jest, aby zrozumieć, co motywuje ich do udziału w tym wydarzeniu. Analiza frekwencji na wydarzeniach kulturalnych wskazuje kilka opcji:

- zainteresowanie określoną formą sztuki lub artystą
 - udział w rytuale społecznym
 - Pragnienie zabawy
 - Samorozwój
 - Zaangażowanie społeczne

Na przykład, podczas wizyty w muzeach najważniejszą motywacją jest pragnienie wiedzy, podczas gdy podczas odwiedzania innych rodzajów sztuki najważniejszą motywacją jest socjalizacja. Instytucja kultury musi zdać sobie sprawę z tego, że motywacja różni się w zależności od formy sztuki oraz typu odbiorcy. Chęć doświadczania wysokiej jakości sztuki jest ważną motywacją dla konsumentów, którzy często uczestniczą w wydarzeniach artystycznych i kulturalnych, ale jest znacznie mniej ważna dla tych, którzy rzadko je odwiedzają. Osoby zainteresowane określoną formą sztuki lub artysty prawdopodobnie już uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych.

Konieczne jest jednak również zrozumienie innych korzyści, jakie ludzie otrzymują dzięki uczestnictwu w wydarzeniach kulturalnych. Przyczyni się to do tego, że organizacja kulturalna zaprojektuje odpowiedni produkt, wybierze odpowiednią cenę, właściwe miejsce i stworzy skuteczną promocję. Ustalenie odpowiedniej strategii marketingowej w kulturze komplikuje fakt, że instytucje kultury nie wiedzą wystarczająco dużo o czynnikach decyzyjnych i zakupowych - **organizacje kulturalne muszą wiedzieć, co odwiedzający chcą zobaczyć, usłyszeć, doświadczyć i co ma na nich największy wpływ w podejmowaniu decyzji**. W szczególności ważną rolę w podejmowaniu decyzji odgrywają czynniki kulturowe i społeczne. Siły te są wewnętrzne, osobiste, a także zewnętrzne, społeczne. Siły wewnętrzne to własne wartości, przekonania, cechy osobowości i charakter jednostki. Siły zewnętrzne obejmują edukację, rodzinę, klasę społeczną, rasę i otoczenie.

Punktem wyjścia jest więc oparcie strategii marketingowej na danych o odbiorcach docelowych. Poznaj ich dokładnie, poznaj ich różnorodne potrzeby. Biorąc pod uwagę grupę docelową, do której adresowana jest niniejsza publikacja, są to postawy i cechy tzw. Pokolenia Z, czyli młodych ludzi urodzonych między połową lat 90. a 2012 rokiem.

Pomysł z praktyki:

- **Konsultacje z młodymi**

Melbourne Science Gallery: Kampanie marketingowe muzeów dla młodych ludzi.

W 2018 roku galeria doprowadziła do powstania grupy o nazwie Science Curious. Grupa liczy około 35 członków w wieku od 14 do 27 lat. Galeria spotyka się z tą grupą przez cały rok. Celem grupy jest Science Curious jest kwestionowanie galerii (jako instytucji), niezgadanie się z nią, zadawanie jej pytań. Grupa

współpracowała z muzeum w trakcie ustaleń dotyczących przyszłych tematów. Pomysły obejmują projekty dotyczące odpadów i produktów jednorazowego użytku. W ten sposób galeria może odkrywać rzeczy, które naprawdę interesują młodych ludzi. Grupa wpływa również na marketing i komunikację - na język i ton komunikacji wykorzystywany w komunikatach, które publikuje galeria. Grupa wpłynęła nawet na projekt nowego budynku, co wskazuje na to, że będzie to przestrzeń, do której młodzi ludzie będą chcieli się udać i czuć się mile widziani.

<https://www.museumnext.com/article/museum-campaigns-for-young-people-by-young-people>



- Dostosujmy się do młodych

Kunsthalle Prague. Młodzi odbiorcy do 26 roku życia mają bezpłatne członkostwo. Jeśli chcą iść na wystawę za darmo, muszą wstąpić do klubu. To czyni ich częścią klubu i zwiększa prawdopodobieństwo, że będą lojalni wobec instytucji. Ta instytucja kulturalna organizuje różne wydarzenia tylko dla osób z członkostwem. Wydarzenia te wnoszą w kontekst galerii coś, co jest dobrze znane młodym, np. piosenkarkę i popularną wśród młodzieży markę odzieżową (np. koncert piosenkarki Tea Sofia we współpracy z pop-up sklepem marki Pork Dumpling Ever).

Ponadto Kunsthalle Prague ma specjalne godziny otwarcia dla młodzieży, ponieważ klasyczne godziny otwarcia od 10.00 do 16.00 nie są dla nich odpowiednie.

<https://www.kunsthallepraha.org/en/events/junior-members-party-tea-sofia-mimomrtn>

2. Treści marketingowe nie są tworzone z myślą o docelowych odbiorcach

Dla dzisiejszych konsumentów najważniejsze nie są produkty i usługi, ale oni sami - spełnienie ich pragnień i życzeń - i to właśnie wykorzystuje content marketing. Innymi słowy, użytkownicy Internetu nie podejmują decyzji wyłącznie na podstawie reklam, ale również swoich pragnień. **Na zachowania konsumentów wpływa świadomość czy dany produkt lub usługa jest najkorzystniejsza dla nich.**

CONTENT MARKETING to bardziej strategia długofalowa, to sztuka komunikowania się ze zwolennikami i klientami bez presji na sprzedaż. Konfigurowanie odpowiednich treści umożliwia **Inbound Marketing**, który wpływa na wszystkie etapy cyklu zakupowego w oparciu o pełne zrozumienie klienta i grupy

docelowej, zachowań i zainteresowań klientów, buduje świadomość marki (komunikuje się przez wiele platform) i ma niskie koszty realizacji.

Jedną z najważniejszych części strategii treści jest identyfikacja grupy docelowej poprzez stworzenie persony marketingowej, czyli dokładnego profilu jednego przedstawiciela grupy docelowej, opisu jego wyglądu, zainteresowań, wieku itd. Taki profil odpowiada nie tylko na pytanie, kim jest, ale także kim chciałby być, ujawnia sposób życia, wartości i nawyki, podpowiada, gdzie ta postać marketingowa mieszka, gdzie spędza wolny czas, jakie ma problemy i potrzeby, jak się komunikuje, robi zakupy itp.

W oparciu o konkretną osobę łatwiej jest stworzyć motywy promocyjne lub plan działań precyzyjnie skierowany do młodego odbiorcy w instytucji kultury. Na przykład można skupić się na rozwiązaniach konkretnych problemów, które dotyczą grupy docelowej (recykling, środowisko, wpływ ekologiczny). Jeśli nie jesteśmy pewni, czy wymyślony przez nas temat będzie ciekawy, zawsze starajmy się spojrzeć na niego z punktu widzenia jednej z osób.

Możemy stworzyć kilka marketingowych person i ważne jest, aby były one jak najbardziej szczegółowe. Jednak musi to być nie więcej niż 5 person, aby nie zacząć się w nich gubić. Nie musimy skupiać się tylko na nastolatkach, warto również dotrzeć do ich rodziców, nauczycieli czy pracowników instytucji kultury, którzy z nimi współpracują i wpływają na ich zainteresowania, a także wydarzenia kulturalne, w których uczestniczą.



Pomysł z praktyki: zabawa i sztuka w jednym:

Uczmy się od ekspertów - ożywmy dzieła sztuki

Współpraca Art Institute of Chicago z AirBnB: Projekt Van Gogh BnB miał na celu przede wszystkim promocję wystawy "Van Gogh's Bedrooms" w Chicago Art Institute, która prezentowała trzy domowe obrazy Van Gogha z końca lat 80. XIX wieku. Pomysł był prosty i przekonujący: przekształcić "Żółty pokój" Van Gogha w pełni funkcjonalną trójwymiarową sypialnię i udostępnić ją publiczności za pośrednictwem menu Airbnb.

Odwiedzający przybyli tysiącami, a wielu podzieliło się swoim pobytem w Internecie. Już tydzień po publicznym uruchomieniu projektu poinformowały o nim media w ponad 100 krajach. Van Gogh BnB i Chicago Institute of Art stały się popularnymi tematami na Facebooku, odnotowując 250% wzrost sprzedaży biletów online. Projekt zdobył złotą nagrodę w konkursie Cannes Design Lions w czerwcu.

<https://www.targetinternet.com/digital-marketing-case-study-airbnbs-van-gogh-bnb-collaboration/>

3. Język i forma marketingu nie są dostosowane do odbiorców

Budowanie obecności online poprzez darmowe zasoby jest również częścią "Inbound Marketing". Jego głównym celem jest dotarcie do odpowiedniej grupy użytkowników, czyli grupy docelowej, w odpowiednim czasie odpowiednimi kanałami z odpowiednimi treściami. Chodzi o **cztery podstawowe czynniki marketingu inbound : treść, kanał, czas, ludzie**. Stworzone treści można łatwo udostępniać innym użytkownikom, treści budują reputację organizacji, wzmacniają zaufanie do marki, szczegółowo informują klienta i tak dalej. Może przyciągnąć nowych klientów i partnerów (lub darczyńców) i wzbudzić naturalne zainteresowanie użytkowników.

Idealnie byłoby, gdyby organizacja mogła tworzyć treści, których ludzie szukają, ale nie mogą znaleźć.

Jak informować młodych ludzi ?

Skorzystaj z unikalnych informacji, doświadczeń, humoru lub niektórych z tych wskazówek:

- "How to..." - instrukcje użytkowania (np. w formie posta na blogu lub w sieciach społecznościowych, które mogą dać odpowiedzi na pytania "Jak?, Dlaczego?, Kiedy?, Gdzie?")
- Wywiad z autorytetem lub celebrytą w branży (taka treść może uzyskać dużą ilość dalszego rozpowszechniania)
- Wiadomości branżowe (ukazuje stan i potencjał organizacji)
- Kontrowersyjne opinie (automatycznie przyciągają uwagę)
- Publikowanie źródeł i linków (czytelnicy dostają dodatkowe informacje o branży)
- Wiadomości z życia organizacji
- Posty wideo, podcasty (zaleca się krótki opis treści - przynajmniej głównych wątków - i umieszczenie tego, na przykład, w opisie pod filmem)
- Zdjęcia opatrzone postem (z otwarcia, z premiery, ze spotkania literackiego)
- Tworzenie subskrypcji (organizacje mogą uzyskać kontakty e-mail)
- "Najczęściej zadawane pytania" (publikowane w Internecie lub mediach społecznościowych)
- Porównanie z innymi organizacjami (tutaj musimy pozostać obiektywni)
- Publikowanie recenzji, referencji, opinii na temat produktów lub usług
- Organizowanie własnych wydarzeń - wideokonferencje, transmisje online

Przykład: Historie sprzedają

Historie pomagają docelowym odbiorcom zrozumieć, co chcemy im powiedzieć. Pozwól młodym odpocząć i pomarzyć. Sposób, w jaki coś mówimy, jak coś opisujemy i przedstawiamy, wizualizuje w umyśle odwiedzającego obraz, który odbiorca akceptuje lub odrzuca. Jak wykorzystać historie? Użyjmy siły suspensu, skupmy się na szczegółach, zamieniajmy rzeczy w ludzi, a ludzi - w rzeczy, angażujmy zwierzęta, bawmy się pomysłami.

Artyści często mówią: "Moja praca mówi sama za siebie". A kupcy z kolei: "Ludzie nie kupują sztuki, ale historie". Prawda leży gdzieś pośrodku. Ludzie kupują sztukę, a nie tylko historię. Ale historie mają znaczenie. Historia artysty lub jego dzieł może wpłynąć na to, jak ludzie ją odbierają. Przez historię rozumiemy w rzeczywistości połączenie wielu różnych rodzajów "historii", zarówno werbalnych, jak i niewerbalnych, które definiują markę lub atmosferę wokół konkretnego dzieła sztuki. "Historię" wystawy można zmienić dość dramatycznie tylko poprzez zmianę kontekstu. Te same prace wiszące w pracowni artysty i wiszące na targach sztuki lub w galerii opowiadają zupełnie inne "historie". Również gość - młody człowiek ma swoją własną historię, która może wzbudzić zainteresowanie konkretnym dziełem sztuki. Może go poruszyć, przypomnieć ważne wydarzenie w jego życiu. Być może dotrzemy do młodych ludzi z pracą, która odzwierciedla jego historię.

Marketing instytucji kultury w przestrzeni online

#wrzućtonatiktoka #nieistniejeszjeślinieماعيلafacebooku

Portale społecznościowe

Wykorzystanie portali społecznościowych do promocji instytucji kultury i ich działalności jest tanie ze względu na duży zasięg tej formy promocji. Jeśli chodzi o sieci społecznościowe, organizacja powinna wiedzieć do jakich grup docelowych może dotrzeć w każdej sieci społecznościowej i do czego służy każda sieć. Oto tylko kilka przykładów portali społecznościowych, w których młodzież jest najbardziej aktywna.

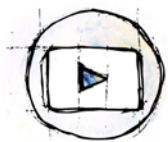
Które media społecznościowe są "obserwowane" przez pokolenie Z na co dzień

Instagram 65 %
YouTube 62 %
Snap 51 %
Facebook 34%
Twitter 23 %
Facebook/Messenger 22 %
Pinterest 14 %
TikTok 11 %
Discord 10 %
Tumblr 8 %



• **Instagram** - ogólnodostępna aplikacja na smartfony, która umożliwia udostępnianie zdjęć i filmów, komunikację, a teraz także handel. Instagram jest najważniejszym medium społecznościowym dla pokolenia Z, którzy obserwują i naśladują influencerów. Dlatego każda organizacja powinna mieć konto na Instagramie.

• historia
tytuł,



YouTube - platforma do publikowania i udostępniania filmów (może również służyć jako organizacja). Możesz także używać YouTube do promowania produktów – przesyłania samouczków, wersji demonstracyjnych lub recenzji. Zadbaj o dobrą jakość filmu, ciekawy nie zapomnij o tagach. YouTube oferuje również narzędzie, które ułatwia ocenę sukcesu twojego profilu - YouTube Analytics.



• **Facebook** - to najczęściej używana i popularna sieć społecznościowa na świecie, która bardzo ułatwia dzielenie się informacjami, zdjęciami i wiadomościami z fanami i przyjaciółmi. Dzięki niemu organizacja może zyskać swoich fanów, a co za tym idzie, zwiększyć ruch na swojej stronie internetowej. Nie jest ważne, czy strona ma tysiące fanów, liczy się interakcja i aktywność. Wśród młodszego pokolenia Facebook schodzi na dalszy plan, jest wykorzystywany raczej pasywnie. Jednak zawsze dobrze jest utworzyć wydarzenie na Facebooku (młodzi często naradzają się, gdzie się udać i wysyłają linki do wydarzeń do siebie nawzajem. Zaletą jest to, że mogą zobaczyć, kto z ich znajomych bierze udział w wydarzeniu.



• **Twitter** - Najpopularniejsza usługa mikroblogowania. Ma duży wpływ na określone grupy klientów, którzy częściej wchodzi w interakcje z dziennikarzami. Pozwala użytkownikom wysyłać i czytać posty - tweety. Organizacje coraz częściej używają Twittera do publikowania informacji, promowania, komunikowania się z klientami i budowania swojej marki. Zaletą jest otwartość Twittera, która ułatwia pozyskanie wysokiej jakości linków zwrotnych. Posty są w większości publiczne, więc są zauważane i rozpowszechniane przez Google bardzo szybko. Dzięki funkcji **retweet** interesujące treści rozprzestrzeniają się na Twitterze znacznie łatwiej niż w innych sieciach społecznościowych.



• **TikTok** - Jedna z nowszych sieci społecznościowych. Jest to aplikacja mobilna, która pozwala tworzyć i udostępniać krótkie filmy o długości 3-60 sekund. Filmy można łatwo edytować, dodając tekst, muzykę, dubbing lub emotikony. Po przestaniu filmu na konto TikTok można go udostępnić w innych sieciach społecznościowych, takich jak Facebook lub Instagram. Korzystają z niego głównie najmłodszy widzowie.



• **Snapchat** - to usługa udostępniania zdjęć. Korzystając z aplikacji, możesz zrobić selfie lub uchwycić wyjątkową chwilę i wysłać ją znajomym jednym kliknięciem. Zdjęcia wyświetlają się na telefonie odbiorcy tylko przez dziesięć sekund, a następnie są automatycznie usuwane. Aplikacja umożliwia także nagrywanie filmów lub dodawanie filtrów i animacji. Popularność tej aplikacji wśród młodszego pokolenia wciąż rośnie.



Współpraca z wpływowymi osobami #youtuberzy

współpraca z influencerami jest bardzo dobrym sposobem na promocję wydarzenia, szczególnie dla młodych ludzi, ale także dla ich rodziców. Autorytety zawsze wpływały na postawy. Najważniejszym krokiem influencer-marketingu jest znalezienie odpowiedniego influencera.

Jak wybrać odpowiedniego influencera?

- odpowiednim miejscem do wyszukiwania są tematycznie istotne blogi, dyskusje lub strony bardzo poczytne, na portalach społecznościowych, wśród osób piszących o sztuce lub temacie wystawy lub autora,
- Zwykle obserwuje je duża liczba osób i wykazują dużą aktywność zarówno w komentarzach, jak i udostępnieniach.
- Zazwyczaj mają bloga, na którym często publikują, lub ich nazwa znana jest ze stron czasopism branżowych.
- mogą być częstymi prelegentami na konferencjach lub często udzielać

wywiadów w mediach;

- Istnieją również narzędzia internetowe do wyszukiwania influencerów; a także systemy, które mogą filtrować influencerów np. według liczby obserwujących i tym podobnych (np. Commun.it, SocMetrics, FriendOrFollow, Klout),

- organizacja może zapłacić zewnętrznej firmie, która znajdzie dla niej influencera (w Czechach jest to na przykład BSNAP lub Get Boost, agencja specjalizująca się w YouTuberach).

Jak zaangażować influencerów?

Instytucja kultury może angażować influencerów na wiele sposobów – wystarczy pozwolić im tworzyć treści do mediów społecznościowych lub strony internetowej instytucji, pozwolić im konkurować o swoje produkty lub usługi, mianować ich ambasadorami, zaprosić na wydarzenie, mogą stać się twarzą kampanii lub po prostu udostępnić wyznaczone treści.



Pomysły marketingowe na zwiększenie atrakcyjności wydarzenia

#funnyidea

Jedną z największych zalet promocji online jest to, że można ją mierzyć i oceniać oraz że wykorzystuje różne formaty (audio, wideo, tekst, zdjęcia, obrazy), a także nowe formaty online, takie jak gify lub memy, które powstają niemal natychmiast i stają się viralowe, są zabawne, popularne, często udostępniane. Najważniejszą zmianą w dziedzinie PR jest to, że nie jest on już komunikowany tylko za pośrednictwem mediów lub poprzez wydawanie komunikatów prasowych (choć te nadal muszą być wydawane), teraz instytucje komunikują się bezpośrednio z użytkownikami.

Obrazy, zdjęcia, infografiki i filmy jako narzędzie promocji

Oczywiście ważna jest nie tylko część tekstowa treści, ale szczególnie konieczne jest **wykorzystanie obrazów, zdjęć, infografik i filmów do promocji:**

- **memy i gify są bardzo** popularne,
- **zdjęcia** powinny być spontaniczne i unikalne (lepiej własne zdjęcie niż z bazy zdjęć stock, lepiej mieć zdjęcie niższej jakości, które przyciągnie uwagę obserwujących niż idealne, ale niczym nie wyróżniające się),
- W przypadku **filmów** należy zastanowić się, jakie są cele organizacji - zwiększyć świadomość marki, przyciągnąć nowych klientów, przedstawić organizację, a następnie zdecydować, za pośrednictwem jakiego kanału organizacja będzie je udostępniać (YouTube, Instagram, influencerzy,...).

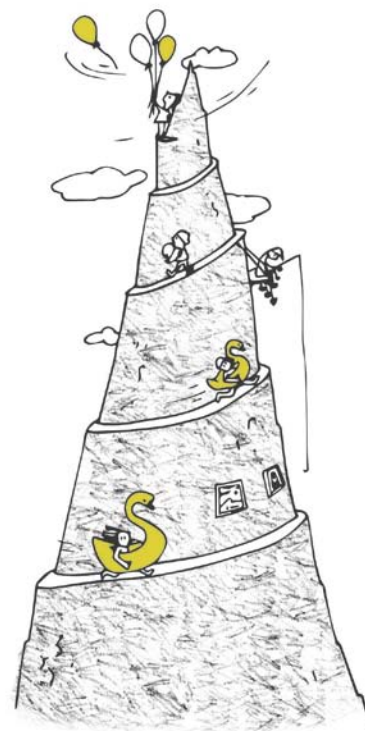
Ważne jest jednak nie tylko udostępnianie wysokiej jakości treści, ale także ciągłe odpowiadanie na posty, komentowanie ich, odpowiadanie na pytania, skargi lub pochwały.

Wskazówki, jak umieścić sztukę w kontekście życia codziennego młodzieży

1. Połączmy tradycyjne wydarzenie z niekonwencjonalnym miejscem

Na przykład dobrym sposobem na przyciągnięcie młodych widzów na tradycyjne wydarzenie kulturalne jest połączenie wydarzenia z innym interesującym miejscem poza instytucją kultury, co często ma silny wpływ na młodych ludzi.

Przykład: Opera na plaży w Wielkiej Brytanii (Skegness) - zamiast szampana i kawioru serwowane są ryby z frytkami. Nie było potrzeby smokingów i szpilek, a , nawet koszulek, dzieci mogły bawić się w towarzystwie opery. Publiczność mogła cieszyć się operą i plażą. Wogan (2012) .



2. Uczyńmy sztukę zabawą



Getty Museum udostępniło swoje zbiory w popularnej na całym świecie grze online Animal Crossing. Ta gra pozwala graczowi manipulować sztuką - na przykład, dekorując nią własny dom.

<https://observer.com/2020/04/getty-museum-animal-crossing-art-collection/>

3. Dajmy odwiedzającym możliwość tworzenia

#becreative

Czy nie chciałbyś, aby twoja praca wisiała w muzeum?

W 2006 roku Art Gallery of Ontario (AGO) w Kanadzie postanowiło zorganizować inny rodzaj wystawy. Zamiast prac profesjonalnych artystów, AGO poprosiło publiczność o portrety. Wszystkie portrety musiały mierzyć 4 x 6 cali, ale mogły być wykonane różną techniką. Chociaż prośba o portrety nie była szeroko promowana przez AGO, pomysł spodobał się publiczności. "In Your Face" otrzymał 10 000 portretów od osób, grup i całych społeczności z Kanady i wielu innych krajów.

4. Bądźmy częścią TikTok

W przypadku instytucji kulturalnych jednym z pionierów na TikTok była galeria Uffizi we Florencji, która podwoiła ruch młodszych gości od czasu dołączenia do TikTok. Dzięki udostępnianiu krótkich zabawnych filmów, obecność galerii na TikTok stała się globalnym fenomenem, szczególnie dla tych, którzy już dorastali w pełni zdigitalizowanym świecie. Oprócz często omawianego sukcesu galerii Uffizi, można również wspomnieć o Muzeum Historii Naturalnej Carnegie, które było również jednym z pierwszych, które zanurzyło się w świat viralowych filmów Tiktok, aby zwiększyć swoją popularność wśród młodszych pokoleń. Skromne początki zostały zastąpione dość masowym zaangażowaniem muzeów w świat TikTok wiosną 2021 r., kiedy w maju odbył się pierwszy światowy maraton filmów viralowych #MuseumMoment, w którym uczestniczyły najśłynniejsze muzea i galerie. W wydarzeniu wzięły udział różne instytucje dziedzictwa kulturowego: od galerii sztuki nowoczesnej i klasycznej po muzeum archeologiczne. Do tego czasu hashtagi kulturowe, takie jak #FineArt, #ArtHistory i #ArtOnTikTok, odnotowały już ponad 2 miliardy wyświetleń miesięcznie, co stanowi wzrost o ponad 3000% w ciągu ostatniego roku.

<https://emuzeum.cz/aktuality/tiktok-jako-cesta-muzei-ke-generaci-z>

6. Spraw, aby nasza wystawa była miejscem godnym Instagrama #like

Ten długoterminowy trend polega na przykład na tworzeniu miejsca na wystawach, w którym każdy będzie chciał zrobić zdjęcie. To sprawi, że wystawa będzie bardziej partycypacyjna, ponieważ odwiedzający umieszczają zdjęcie na swoim profilu i rozpowszechniają świadomość o istnieniu wystawy bez konieczności płacenia za reklamę przez galerię. Przykładem jest obecna wystawa Jiřího Přihody'ego w Galerii Rudolfinum.

<https://forbes.cz/vejdete-do-prazdna-na-vystave-jiriho-prihody-se-budete-chtit-vyfotit/>

7. Stwórzmy "mema" z dzieł sztuki

Dzieła sztuki w LACMA jako memy (przykład GUERILLA MARKETINGU)

Muzeum Sztuki w Los Angeles tworzy "memy" (prawdopodobnie inspirowane profilem Classical Art Memes) z niektórych zdjęć ze swojej kolekcji w swoich postach na Instagramie. Posty, o których mowa, mają znacznie większą oglądalność i przyciągają młodszą publiczność do muzeum.



https://www.instagram.com/lacma/?utm_source=ig_embed&ig_rid=92aadab9-7e40-4ea3-b4e8-ae678b9fa40

8. Albo zrobmy cos jeszcze bardziej kreatywnego, nowego, pomyslowego...

Oto 6 kolejnych wspanialych kampanii marketingowych:

<https://www.museumnext.com/article/6-of-the-weirdest-and-most-wonderful-museum-marketing-campaigns-youll-ever-see/>

[#iamwaitingforit](#)

5 Meeting Point: SALA WYSTAWOWA

Rozdziałowi towarzyszą Julia i Estera

Meeting Point: SALA WYSTAWOWA



ZA TYMI DRZWIAMI CZEKA NA WAS SZTUKA

Muzea i galerie to instytucje kultury, które gromadzą, przechowują i prezentują społeczeństwu dziedzictwo kulturowe, historyczne, przyrodnicze i artystyczne. Jednym ze specyficznych zadań galerii jest udostępnianie zbiorów ze wszystkich dyscyplin sztuk wizualnych oraz realizacja dorobku twórczego i artystycznego lub prezentacji dla publiczności. Rolą muzeów jest z kolei udostępnianie zbiorów publiczności, zwłaszcza na potrzeby studiów, poznania, edukacji i doświadczenia estetycznego, za pomocą określonych środków komunikacji muzealnej. Tradycyjne formy prezentacji muzealnych, takie jak **wystawy** czy **ekspozycje**, są nadal najczęściej wykorzystywane do tych celów.

Przez **wystawę** rozumiemy publicznie dostępną prezentację dzieł sztuki. Może to być wystawa autorska lub kuratorska. Różni się od ekspozycji długością i tematyką. Jest krótkotrwała, sięga głębiej niż ekspozycja.

Ekspozycja jest prezentacją długoterminową, opiera się głównie na tematyce muzeum i prezentowane są głównie obiekty z kolekcji muzeum.

**TEORIA to N.U.D.A.
Teoria jest T.O.X.I.C!
A dużo teorii to M.E.G.A.T.O.X.I.C!!!**

Chyba nie zaszkodziłoby , gdyby młodzi ludzie wiedzieli o galeriach i muzeach na przykład to:



UWAGA! RYZYKO PORAŻENIA PIĘKNIEM!



Galeria/Muzeum = Meeting Point

Muzeum to:

- miejsce, w którym spotykam się ze sobą,
- miejsce, w którym odczuwam poruszenie,
 - miejsce, w którym można marzyć,
- miejsce, w którym piękno doprowadza do utraty tchu,
 - miejsce, w którym czuję się bezpiecznie,
- miejsce, w którym się uczę i nawet o tym nie wiem,
 - miejsce, w którym jest zabawa,
 - miejsce, które czyni mnie wyjątkowym,
 - miasto, gdzie:

niech młodzi tu dopowiedzą

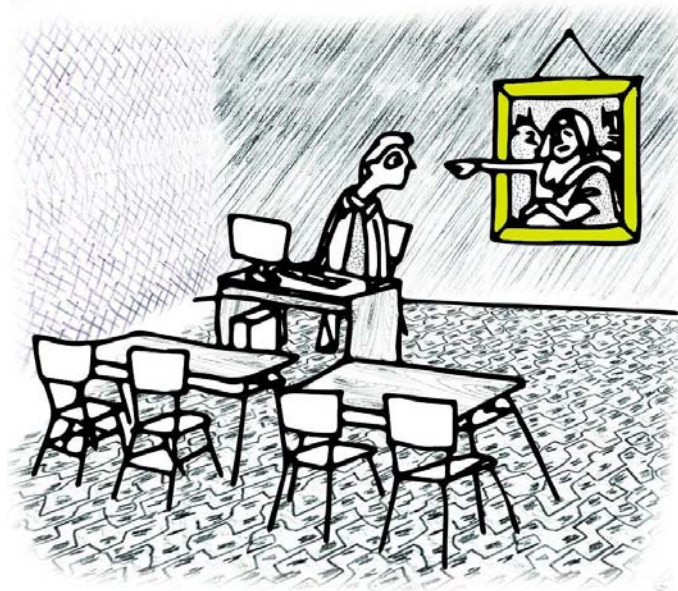


Ok, ok, przynajemy, to może jest zbyt ekspresyjne czy ulotne

ale **Z.R.O.Z.U.M.I.A.Ł.E**

Galerie czy muzea to miejsca, w których rozwija się osobowość młodych ludzi, wrażliwość estetyczna, umiejętności wizualne, krytyczne i twórcze myślenie lub wiedza. Poprzez sztukę młodzi poznają historię, świat, uczą się rozumieć otaczających ich ludzi i poznają siebie - swój wewnętrzny świat. A co jest w tym najlepsze - nawet tego nie zauważają!

Misja jest jasna. Po prostu znajdź sposób, żeby to się udało.



Gdzie (oprócz muzeów i galerii) szukać sztuki?

Zmień swój sposób patrzenia i zabierz młodzież, na przykład, do zamku lub pałacu, do lapidarium, do depozytariusza, do kolekcji prywatnych, kościołów, meczetów, synagog, do miasta, na plac zabaw, do zoo, na przyrodę, na cmentarz, do pracowni artysty, galerii handlowej, na aukcję i targi oraz biennale, na festiwal, do jaskini, na wykopaliska, do archeoparku, do bibliotek, księgarni, sklepów z antykami, na zajęcia plastyczne. Albo do Internetu, choć, oczywiście zdigitalizowane kolekcje, gry czy różne aplikacje nie zastąpią spotkania z oryginałem. Ale możemy potraktować to jako serwis randkowy. W końcu tyle związków narodziło się właśnie tak!

Wycieczka po muzeum lub galerii nie jest wyścigiem .Nawet na małej wystawie nie musimy obejrzeć wszystkiego.

O wybojach na, powalonych drzewach, gołoledzi, mgle i rozjechanych jeźach...

Pułapki na drodze do sztuki wizualnej

#ocowamchodzi?

Działamy w dobie tzw. wizualnej eksplozji, która nabrała zawrotnego tempa. **Kultura współczesna to przede wszystkim kultura wizualna, która wnosi zmiany w dziedzinie percepcji wizualnej.** Wpływu kultury wizualnej na wzorce percepcji powoduje, że **z jednej strony widzimy coraz skuteczniej, ale z drugiej tracimy zdolność widzenia głębszego, zanurzonego, skupionego, czego wymaga percepcja dzieła sztuki.** Przechodzimy fundamentalną zmianę w ludzkiej świadomości spowodowaną "rewolucją cyfrową", opartą na komputerowej manipulacji obrazem i rozwoju nowych technologii obrazu. Konkurowanie tradycyjnej wystawy z cyfrowymi prezentacjami wizualnymi wydaje się być nadludzkim zadaniem. **Osobistego kontaktu ze sztuką nie zastępują jednak ekrany, a możliwość dotarcia do wielu zmysłów jednocześnie gra na korzyść tradycyjnych form prezentacji. Jednak innowacje są niezbędne.** Tu wszystko zależy od nas. "Atrakcyjność" wydarzeń dla młodych ludzi zależy od treści i formy – języka, w jakim komunikujemy im treść, temat czy pomysł. Ważne jest, aby zaprojektować samą wystawę/ekspozycję z pozycji autora lub kuratora wystawy, ale też nie zapominajmy o odbiorcy.

Jak zatem przekazać (atrakcyjnie) młodym ludziom tematy, które chcemy zaprezentować w formie wystawy czy ekspozycji? Co zrobić, żeby spotkania młodzieży z dziełami sztuki urzekały, inspirowały, wzbogacały i ekscytowały ich na tyle, aby młodzi ludzie powiedzieli : "To było naprawdę epickie, to była magia, OMG!". Być może na tym etapie potrzebny byłby kurs mentorsko-resuscytacyjno-motywacyjny, po prostu kurs nabywania mega-umiejętności, abyśmy my, przewodnicy młodych ludzi na drodze do sztuki, mogli wypełnić tę misję i nie udławić się oparami wypalenia zawodowego.

Ok, zaczynamy! Challenge!!! Do it!

JEŚLI ZMIAŹDŹY CIĘ SZTUKA - WYGRYWASZ



Wprowadzenie młodych ludzi do świata kultury i sztuki uczyni ich bardziej wykształconymi, mądrzejszymi i bardziej kulturalnymi dorosłymi.

Poniżej opiszemy problemy, nazwijmy je wybojami, powalonymi drzewami itp., w podróży młodego człowieka do sztuki, które utrudniają bezpieczne, wygodne, bezbolesne i zabawne eksplorowanie zakamarków świata kultury i sztuki. Czasami nawet błahe problemy mają niszczący wpływ na rozwijanie

relacji młodych ludzi ze sztuką i kulturą. Problemy, o których będziemy mówić, zostały zdefiniowane przez młodych ludzi w wieku 16-24 lata przy naszych okrągłych stołach (Cenef, 2021), więc nie są to tylko nasze "przestarzałe" pomysły.

W kolejnych akapitach i rozdziałach postaramy się wycelować w nich bronią ciężkiego kalibru - **nowoczesnymi trendami i metodami, technikami lub działaniami edukacji nieformalnej, które mogą nas wesprzeć w trakcie zdobywania mega umiejętności.**

"Wystawa? Pokaz? Ale retro!" Wybój na drodze.

Samo słowo wystawa ma zły wpływ na młodych ludzi, kojarzy im się z epopeją geologiczną, kiedy dinozaury jeszcze chodziły po świecie. Ok, może przesadzamy, ale nie zmienia to faktu, że za tym określeniem kryje się taka nieatrakcyjna, nieruchoma forma. Trzeba to zmienić. Tradycyjne formy wystaw i ekspozycji skierowane są do odbiorców, którzy postrzegają przede wszystkim wizualnie.

Akceptowalnym sposobem na zapoznanie młodych ludzi z danym formatem prezentacji i wprowadzenie słowa "wystawa" do ich słownictwa jest stworzenie przestrzeni do doświadczenia formy prezentacji z pierwszej ręki, czyli z pozycji twórcy/realizatora wystawy/ekspozycji. W dostosowanej do wieku i wiedzy formie z bliską dla nich treścią, w domowym (bezpiecznym) środowisku, na temat, który jest dla nich zrozumiały. Takim treningiem może być np. wystawa szkolna/klasowa. Będzie to działanie, którego realizacja uświadomi im, że za słowem "wystawa" kryje się proces.

Organizację takich imprez można powierzyć członkom rady szkolnej, klasy, członkom klubów szkolnych. Idealnie jest przenieść odpowiedzialność na uczniów (nauczyciel jest tylko na stanowisku mentora). Tematem wystaw mogą być prace plastyczne uczniów, historia szkoły, osobowości szkolne, projekty roczne, aktualne tematy, które mają wpływ na młodzież, społeczeństwo lub tematy związane z aktualnym programem nauczania itp. Najważniejsze jest, aby młodzież samodzielnie zaprojektowała temat i metodę realizacji. Nie bójmy się formatu wystawy w szkołach!

Zachęć uczniów do korzystania z mniej tradycyjnych form prezentacji, niech wystawa będzie interaktywna lub wykorzystuje technologię cyfrową. Ważnym momentem powinno być końcowe podsumowanie działania. Ryzyko podobnych działań polega na tym, że zazwyczaj w ich realizację zaangażowani są ci sami "działacze szkolni", więc musi być odpowiedni podział zadań w zespole.

"Czuję, że po prostu przeszkadzam pracownikom galerii " Dół.

#czujęsięjaknieproszonygość #chcęjużstąpić #runbejbyrun!

Podczas pierwszego kontaktu młodego człowieka z przestrzenią muzeum czy galerii bardzo ważne jest poczucie akceptacji. Może to wpłynąć na jego relacje z instytucjami tego typu na całe życie.

Jeśli chcemy, aby młody gość czuł się akceptowany, usługa przewodnika nie powinna ograniczać się do otwierania drzwi, sprzedaży biletów czy nadzoru nad korzystaniem z obiektów.

Jednak należy pamiętać, że wszystko zależy od osobowości osoby zwiedzającej. Jedni chętnie korzystają z oprowadzania, udzielania informacji, innym może przeszkadzać nadmierne zainteresowanie przewodnika. Pracownik towarzyszący odwiedzającym powinien być przygotowany na różnych gości..

Jeśli taki sposób działania nie odpowiada pracownikowi (w małych instytucjach zarządzanie wystawami powierza się osobom, które nie zawsze posiadają odpowiednie zdolności, wykształcenie czy zaawansowane umiejętności skutecznej komunikacji), "moment akceptacji" możemy powierzyć nowoczesnym technologiom, które zrobią to zamiast przewodnika (audio/video, nagranie powitalne dyrektora instytucji, autora, kuratora wystawy itd.)Może to być wirtualny przewodnik, który poprowadzi nas przez wystawę w intymnej atmosferze poprzez np. aplikację mobilną). Zaletą wirtualnego przewodnika jest to, że odwiedzający może go wyłączyć bez wyrzutów sumienia, gdy w pewnym momencie nie jest już

zainteresowany. Jeśli instytucja nie ma wystarczających możliwości tworzenia i aktualizowania tego typu usług przewodnickich, możliwe jest zwrócenie się do szkół artystycznych lub technicznych zajmujących się filmem lub programowaniem z prośbą o współpracę.

Zgodnie z wynikami okrągłych stołów Cenef 2021 młodzi zwiedzający również mają poczucie, że sami są obiektem wystawy, kiedy w minimalistycznych przestrzeniach wystawienniczych nie ma nikogo oprócz nich. Można to zrozumieć, tak urządzona przestrzeń jest im obca, ponieważ przychodzą do tych instytucji rzadko. Podświadomie nie chcą przebywać w tych przestrzeniach dłużej niż to konieczne, więc wolą wizyty grupowe z klasą/osobami, które znają. Aby stworzyć relację z miejscem, wskazane jest spędzanie w nim czasu mniej formalnie, uczestnicząc w wernisażach lub aktywnie uczestnicząc w programach towarzyszących galerii/muzeum. Nauczyciel może wybrać odpowiedni format "przełamania lodów" w porozumieniu z pracownikiem galerii / muzeum.

"Syndrom" zamkniętych drzwi

Wyobraźmy sobie, że codziennie przechodzimy obok galerii. Czasami zauważamy witrynę, może plakat, czasami nawet nie podnosimy wzroku. W czasach, gdy największe firmy świata walczą o stałą uwagę użytkowników z pomocą najlepszych marketerów, psychologów i programistów, nasze instytucje biernie czekające na łaskę widza są skazane na porażkę. Mówiąc prościej, musimy sprawić, by potencjalni odwiedzający poczuli, że jesteśmy zainteresowani ich wizytą.

Musisz im przeszkadzać!

-Stwórz moment, który wyrwie potencjalnego widza z wizualnej rutyny, niech już przy drzwiach doświadczy czegoś niezwykłego: może to być interaktywny baner, instalacja, osobiste zaproszenie (rzeźba na żywo, zaproszenie wizualne, zmieniające się obrazy, które otwierają drzwi dla zwiedzającego).

- Zmień formę zaproszenia tak, aby nie stała się niezwykła.

- Skonsultuj się z twórcą, być może sam wymyśli autorską propozycję reklamy.

Że takie zagrywki są niegodne szanującej się galerii? Zrównoważmy to wysokiej jakości artystyczną obróbką artystyczną / graficzną / architektoniczną. W tym przypadku możemy współpracować ze szkołami artystycznymi.

"Nie byłem podekscytowany niczym w muzeum."

POWALONE DRZEWO NA DRODZE

#soboring...

Pomysły na asfaltowe łaty, czyli jak ograniczyć nudę w muzeach i galeriach

Obecnie najpopularniejszym sposobem jest multisensoryczny i interaktywny sposób prezentacji elementów wystawy. Są one pod wieloma względami oparte na psychologicznych prawach i teoriach uczenia się. Podejścia te są najczęściej stosowane przez tzw. muzea/galerie dziecięce, które nie posiadają własnej kolekcji. Jeśli jednak chcemy dziś dotrzeć z naszymi wystawami do młodych ludzi, to wypada – a nawet trzeba – inspirować się pomysłami dla dzieci, projektując wystawy w tradycyjnych instytucjach.

Nie tylko dzieci, ale także młodzież i dorośli muszą się "bawić".

1. Wystawa multisensoryczna to...

Wystawa multisensoryczna oznacza zaangażowanie wielu zmysłów człowieka w odbiór wystawy, umożliwiając w ten sposób zwiedzającym lepsze zrozumienie przedstawionych zjawisk. Metoda ta poprawia zdolność zapamiętywania i rozumienia znaczenia odsłoniętych elementów. Jednocześnie dostarcza odwiedzającym wyjątkowe wrażenia i rozrywkę.



WZROK jest głównym narzędziem dla znacznej części populacji i możemy nim dostrzec prawie wszystkie eksponaty. Osoba uzyskuje do 80 do 90% informacji o otaczającym środowisku wzrokiem. Percepcja wzrokowa wymaga odpowiednich kolorów, oświetlenia i skalowania eksponatów i ich opisów lub piktogramów, tak aby były jasne, logiczne i czytelne. Kolor jest istotną cechą wizualną. Niewystarczające, ale także nadmiernie stymulujące środowisko może być szkodliwe, dlatego ciepłe neutralne kolory beżowe lub piaskowe są szczególnie zalecane dla dużych obszarów w instytucjach edukacyjnych. Mocne kolory należy nakładać tylko na małe powierzchnie. Do czynności wymagających koncentracji odpowiednie jest mocniejsze światło (idealne jest światło dzienne), a szeroka gama jasnych kolorów i ich intensywności może być stosowana w celu stworzenia atmosfery. Nowe techniki oświetleniowe ujawniają innowacyjne możliwości tworzenia zróżnicowanej atmosfery. Kolor i oświetlenie mogą być bardzo sugestywne i pomóc stworzyć pożądaną atmosferę ekspozycji.

EFEKTY DŹWIĘKOWE Stymulują kolejną znaczącą percepcję zmysłową. Słuch może być stymulowany przez nagrania mówione z ważnymi informacjami, akompaniamentem muzycznym, dźwiękami natury lub innym odpowiednim efektem akustycznym wyjaśniającym i uzupełniającym ekspozycję. Inni odwiedzający są również źródłem bodźców akustycznych. Uzupełnienie eksponatu o informacje dźwiękowe pomaga również odwiedzającym z wadami wzroku.

ZMYŚŁ WĘCHU/SMAKU. Na wystawach o odpowiedniej tematyce można sobie również wyobrazić zaangażowanie tych zmysłów. W przestrzeni wystawienniczej powstaje sceneria węchowa, węchowe dzieła sztuki wykorzystują powietrze jako medium zorientowane na publiczność. Zwiedzający dostrzegają znaczenie eksponatów węchowych, które wydają się być bardziej sugestywne, ponieważ odwiedzający często nie mogą uniknąć zapachów i zapachów z eksponatów i z otoczenia (np. zapachów materiałów wewnątrz, perfum zwiedzających itp.). Ogólnie rzecz biorąc, odczucia węchowe mają bardzo silny wpływ na osobę. Planując ekspozycję, bierzmy również pod uwagę znaczenie tego zmysłu. Bodźce smakowe rzadko są stosowane jako element prezentacji muzealnej, ale innowacyjne podejścia mogą również zachęcać do zaangażowania zmysłu smaku i mieć potencjał edukacyjny. Najwygodniej jest zastosować ten zmysł do ekspozycji z dziedziny gastronomii.

DOTYK jest niezwykle ważnym zmysłem, który pozwoli "zobaczyć" mapy, modele i miniatury, alfabet Braille'a. Dlatego bardzo wygodne jest zintegrowanie elementów dotykowych z wystawami. Dzięki dotykowi łatwiej nam poznać połączenia przestrzenne i właściwości powierzchni eksponatu. Dotykanie przedmiotów o różnych kształtach i materiałach wywołuje różne reakcje. Struktura, faktura, twardość, kształt, temperatura i inne właściwości powierzchni materiału wpływają na stopień pozytywnego lub negatywnego doświadczenia postrzegania obiektu. Należy również wziąć pod uwagę bezpieczeństwo elementów dotykowych dla ludzi, tak aby były one nieszkodliwe, łatwe w konserwacji i odporne na zużycie.

"Przez zmysły do umysłu"

2. Interaktywne eksponaty **#tegochcęspróbować**

Innym innowacyjnym sposobem prezentacji muzealnej są **interaktywne eksponaty**, które również nazywamy "**hands-on**". Terminy "praktyczny" i "interaktywny" są synonimami, oba odnoszą się do bezpośredniej eksploracji z celem edukacyjnym, z wynikiem interaktywnych działań edukacyjnych określanych jako "stan umysłu". Zwłaszcza, że dzięki fizycznej interakcji z eksponatem przede wszystkim za pomocą rąk, ale może to być również za pomocą stóp lub całej sylwetki (**hands-on**), osiągamy połączenie z aktywnością intelektualną (ang. **minds-on**). W tradycyjnych muzeach odwiedzający są często ograniczeni do percepcji wzrokowej. W tych muzeach nie wolno dotykać eksponatów (**hands-off muzea**).



Interaktywne wystawy powinny łączyć wszystkie trzy obszary nauki zdefiniowane w taksonomii Blooma. Mamy tu trzy obszary (domeny):

1. Obszar poznawczy (rozum)

poznawcze uczenie się obejmuje wiedzę i zrozumienie,

2. Obszar afektywny (emocjonalny)

Afektywne pole uczenia się wpływa na postawy, wartości, hobby i motywację

3. Obszar psychomotoryczny

Rozwój psychomotoryczny obejmuje umiejętności fizyczne, umiejętności motoryczne i koordynację

Dlaczego warto stawiać na elementy interaktywne w formach prezentacji?

- pomagają skuteczniej zrozumieć temat,
- są bardziej stymulujące i empiryczne dla publiczności niż bierne formy prezentacji,
- zapewniają możliwość nie tylko dotykania eksponatów, ale także manipulowania nimi i aktywnego uczestnictwa w programie (na przykład w formie eksperymentów),
- ułatwiają postrzeganie prezentowanych tematów w powiązaniu z praktyką,
- promują bezpośrednie poszukiwania, a tym samym uczenie się nieformalnego;
- ułatwiają zrozumienie zjawisk i zjawisk przedstawionych,
- dzięki nim, nauka jest przyjemna, a odwiedzający nawet nie zdają sobie sprawy, że się uczą.

Wizyta w galerii jest właściwie przedstawieniem teatralnym lub filmowym na odwrót. Widz jest aktywny, porusza się, podczas gdy dzieła sztuki pozostają na swoim miejscu.

3. Projektowanie ekspozycji zorientowanej na człowieka

Ważną innowacją w dziedzinie muzeów i galerii jest projektowanie architektoniczne zorientowane na człowieka. Wystawy, a także przestrzenie, w których odbywają się działania prezentacyjne, powinny być zorientowane na człowieka. Takie podejście uwzględnia i szanuje różnorodne potrzeby odwiedzających (nawet tych niepełnosprawnych), w uzyskaniu pełnego doświadczenia. W tym sensie konieczne jest umożliwienie odwiedzającym o różnych potrzebach interakcji z eksponatami i ułatwienie im udziału w działaniach związanych z wizytami muzealnymi.

4. Technologie ICT w działalności muzeów i galerii

#terminalpłatniczyniedziela

W muzeach i galeriach, w celu przekształcenia potencjału edukacyjnego w zmianę poznawczą, wykorzystywane są **technologie informacyjno-komunikacyjne**, które w innowacyjny sposób uzupełniają interaktywną ekspozycję i wnoszą duży postęp w dziedzinie prezentacji i edukacji. Technologia zapewnia większą elastyczność i zdolność adaptacji do różnych wymagań i indywidualnych umiejętności ludzi, na przykład umożliwia przekształcanie formatów wizualnych w formy dźwiękowe lub dotykowe.

Technologie komunikacyjne oznaczają techniki, procedury i środki wykorzystywane przez społeczeństwo do przekazywania informacji. W przestrzeni muzeów i galerii można spotkać się z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w postaci np. paneli dotykowych, projekcje filmów krótkometrażowych, wykorzystania klitek wideo i płaskich ekranów do prezentacji, "holograficznej" prezentacji zbiorów (które nie mogą być eksponowane), prezentacje nagrań audio (np. audioprzewodniki lub sound shading wystaw itp.), wstawienie komputera bezpośrednio do wystawy, zbiory multimedialne lub modelowanie wirtualnej rzeczywistości. Na przykład dla pracowników galerii / muzeów narzędzia online są niezbędnymi pomocnikami w realizacji działań, a brak wykorzystania narzędzi ICT, zwłaszcza w promowaniu działań, jest prawie niewyobrażalny (korzystanie z sieci społecznościowych w Internecie itp.).

5. Atrakcyjne środki wyrazu



Różne środki wyrazu mogą wpływać na stopień koncentracji, nastrój, emocje odbiorcy. Głównymi czynnikami są: kolorystyka, oświetlenie przestrzeni wystawienniczej, rozwiązanie kształtowe, ale także środowisko akustyczne lub węchowe (smakowe)). Ukierunkowane włączenie tych czynników może mieć sugestywny wpływ na odwiedzającego i pozostawić na nim silne wrażenie.

KOLORY POWIEDZĄ WIĘCEJ NIŻ SŁOWA

6. Jasność prezentacji

Ze względu na częste rozproszenie uwagi najtrudniej jest stymulować skuteczną edukację u dzieci i młodzieży.

Dlatego przy tworzeniu ekspozycji bardzo ważne jest, aby zwrócić uwagę na **przejrzystość prezentacji ,tematów, zjawisk, aby logicznie uporządkować sekwencję informacji we współpracy z**

ekspertami, aby można było w jak największym stopniu wspierać poznawcze uczenie się i głębsze zrozumienie.

Często używane **teksty towarzyszące** w muzeach i galeriach powinny być zwarte, a przede wszystkim pouczające. Jednak maksymalna zwężoność jest również nie na miejscu. Opis przedmiotu typu: "gliniany wazon" nic nie mówi, a więc jest całkowicie bezużyteczny. Tekst opisowy powinien odpowiadać na pytania, które przychodzą na myśl, gdy patrzysz na eksponat. Tekst powinien uprzedzać pytania: Co to jest (temat)? Dlaczego warto to obejrzeć? Do czego służy? Dlaczego tak się dzieje? Skąd się bierze?

Teksty powinny wskazywać więcej niż jeden raz: *O czym jest wystawa? Co wystawione przedmioty mają wspólnego z odwiedzającym? Jak urządzona jest wystawa? Co jest warte zapamiętania?*

Najczęstsze błędy tekstów towarzyszących to to, że są zbyt długie, zbyt techniczne, nudne, bez istotnych informacji, błędne gramatycznie, zbyt krótkie lub niewłaściwie umieszczone.

7. Adekwatność środowiska, logiczna sekwencja przestrzenna podczas wycieczki

Aby osiągnąć efekt edukacyjny, elementy wystawy muszą być w stanie wzbudzić ciekawość i pobudzić koncentrację, przy udziale odpowiedniego rozwiązania architektonicznego budynku, jego otoczenia i wnętrza. Duża liczba eksponatów w poszczególnych przestrzeniach może mieć monotony lub wyczerpujący wpływ na odwiedzającego, a on często nie może postrzegać takiej ilości informacji. Tutaj należy szukać możliwości, w jaki sposób przestrzeń mogłaby zostać podzielona na segmenty, strefy relaksu z akcentami architektonicznymi, które przyniosłyby odwiedzającemu regenerację. Określenie i wskazanie logicznych tras zwiedzania może również pomóc edukacji w muzeum w zapewnieniu przyjemnego i edukacyjnego doświadczenia w większej harmonii z pedagogicznymi i dydaktycznymi zasadami kolejności.

"Ja też mógłbym to stworzyć!"

GOŁOLEDŹ

"Nie rozumiem tego. I'm lost."

Twórcy ekspozycji w galeriach stają przed realną możliwością, że korzenie braku zainteresowania sztuką piękną, braku interaktywności widzów z wystawionymi pracami pochodzą z neurobiologicznych podstaw percepcji, a kultura wizualna naszych czasów przekształca wzorce percepcyjne współczesnych zwiedzających galerię do tego stopnia, że kompetentne postrzeganie statycznych obrazów jest dla wielu z nich trudne lub wręcz niemożliwe. Z dzisiejszej perspektywy ważne jest zatem zdobycie nie tylko podstawowej umiejętności czytania i pisanie (umiejętność czytania, pisanie, liczenia), ale także **umiejętności wizualnych (umiejętność posługiwania się obrazami)**.

Trening umiejętności wizualnych.

Percepcję wizualną rozumiemy jako **aktywny odbiór informacji w którym zawarte są wszystkie atrybuty: kształt, kolor, linia, ruch.** W edukacji artystycznej percepcja (percepcja wizualna) jest związana z ikonografią, która w rzeczywistości jest techniką zrozumiałości obrazu. Do rozwoju rozumienia obrazu można wykorzystywać programy edukacyjne muzeów w formie animacji galeryjnych/muzealnych.

NIE ROZUMIETE? NIE MARTWCIE SIĘ, SZTUKA ZNAJDZIE DROGĘ DO UMYŚLU.



Animacje galeryjne/muzealne

W formie animacji galeryjnych/muzealnych możliwe jest skupienie się na bliższym zrozumieniu pracy lub intencji artysty poprzez działania empiryczne (wywiady, dyskusje czy własne działania twórcze). **Jest to najskuteczniejsze rozwiązanie w edukacji artystycznej, poprzez jej ożywienie i przybliżenie**, ponieważ osobiste doświadczenie zetknięcia się z dziełem sztuki w oryginale jest niezastąpione. Animacje istnieją jako program towarzyszący trwającej wystawie. Ich zadaniem jest przybliżenie publiczności sedna wystawy i twórczości poszczególnych artystów, tak aby było to zrozumiałe dla laików, aby każdy poznał sposób powstawania dzieła sztuki, zrozumiał intencje autorów, mógł w pełni dostrzec pracę i poddać ją własnej refleksji. Jednocześnie celem takiej animacji jest "wyciągnięcie" zwiedzającego z bezczynności i zachęcenie go do udziału w interpretacji eksponowanego artefaktu. W tym procesie ważne jest doświadczenie zwiedzającego i bezpośredni kontakt z dziełem sztuki. Oprócz doświadczenia, animacje dostarczają również wiedzę uczestnikom.

Animacje galerii/muzeów zakładają

- niedyrektywne podejście liderów,
- aktywizacja uczestników;
- aktywne zaangażowanie uczestników;
- rozumienie stylu życia młodych ludzi.

Struktura programu animacyjnego powinna obejmować etapy:

1. ewokacja, 2. świadomość, 3. refleksja.

Możemy też oprzeć się na poszczególnych fazach cyklu Kolba.

A jak jest w rzeczywistości? Galerie i muzea (zazwyczaj tylko te większe) oferują takie programy kilka razy w miesiącu, a nawet jeśli, to skupiają się przede wszystkim na dzieciach. A co z młodzieżą? Czy mamy wzruszyć ramionami, że jest już za późno i nie ma szans na nadrobienie zaległości w naszej interwencji ratunkowej? Czy rzeczywiście jest za późno?

Rodzic też może zostać edukatorem w galerii / muzeum, towarzysząc grupie nastolatków.

Pracownicy galerii / muzeów uwielbiają pracować z różnymi formami arkuszy roboczych. Oprócz pracy bezpośrednio przy wydarzeniu, arkusz roboczy może być również używany w domu lub szkole i ważne jest, aby "dostosować go" do grupy wiekowej w odniesieniu do celów, do których dążymy.

Wskazówki w sprawie arkuszy interaktywnych

<https://www.muzeum-turnov.cz/doprovodne-programy/>



Muzeum Czeskiego Raju w Turnovie

Ryc. po prawej: Odwiedzający nie tylko pracują umysłowo, ale także angażują motorykę małą i dużą. Indywidualne działania mają na celu przyciągnięcie zarówno chłopców, jak i dziewcząt, którzy stają się mineralogami, szlifierzami lub jubilerami. "Podróżnicy" mają możliwość pracy nie tylko z kopiami przedmiotów kolekcjonerskich, ale także z oryginałami – co jest niesamowitym doświadczeniem.

"Ale nie znamy tego artysty!"

MGŁA

Przyjście na wystawę prac artysty o którym nie wie się nic, to jak przyjście w odwiedzinach do nieznanymi i zagładanie do ich sypialni. Obiektywnie rzecz biorąc, podczas takiej wizyty osoba może czuć się nieswojo. Poznanie autora, jego historii jest ściśle związane ze zrozumieniem i późniejszą interpretacją jego pracy. Pomysłowo przetworzony profil autora może również służyć jako forma marketingu.

Pamiętka o autorze

Możesz dowiedzieć się o autorze lub jego pracy na różne sposoby. Młodzi ludzie z pewnością chcieliby, aby było to zabawne, pomysłowe i szybkie. Istnieje wiele atrakcyjnych filmów, komiksów i prezentacji w Internecie, a także krótkie programy radiowe lub filmy animowane, które oferują wystarczająco dużo i istotnych informacji, a także są pełne żartów, więc oglądanie ich jest zarówno zabawne, jak i pouczające. Jeśli jednak nie znaleźliśmy niczego odpowiedniego (nikt jeszcze twórczo nie "uchwyił" autora, którego chcemy przybliżyć naszym gościom i nie przetworzył jego życie lub dzieło w formie, która byłaby atrakcyjna dla dzisiejszej młodzieży), mamy przed sobą wyzwanie – STWÓRZ PAMIĄTKĘ O AUTORZE.

Jeśli chcemy, aby młodym ludziom na pewno się to spodobało, jest jeden sprawdzony sposób - FORMĘ PAMIĄTKI ZOSTAW MŁODYM. Są kreatywni, pomysłowi, opanowali technologię, więc nie będzie dla nich problemem zrobienie krótkiego filmu z zabawnymi obrazkami i dźwiękiem. Jeśli odpowiednio ich zmotywujemy (publikując posty w mediach, na stronach internetowych i portalach społecznościowych instytucji publicznych itp.), zrobią to z zapałem, może nauczą się pracować w zespole i potraktują to jako okazję do popisania się swoimi umiejętnościami.

Ale jeśli do nas należy stworzenie takiej pamiętki, możemy postępować zgodnie z tymi wskazówkami:

- **Wybermy formę, która jest nam bliska i jesteśmy w tym wykwalifikowani.** Nie musimy już teraz zapisywać się na intensywny kurs Photoshopa ani kupować drogiego aparatu. Wykorzystajmy umiejętności i doświadczenie, które mamy, tylko może wykorzystajmy je trochę odważniej.
- **Obraz mówi więcej niż słowa.** To od nas zależy, czy dobierzemy formę prezentacji wideo, komiksu, wpisu YouTubera, stand-upu, skoczki radiowego czy serii memów.
- **Nie bójmy się angażować naszej wyobraźni.** Zostańmy hollywoodzkim scenarzystą i wyobraźmy sobie, z której strony pokazałby historię tego artysty. Fikcja jest nie tylko uzasadniona, ale także bardzo pomocna na wiele sposobów. Hiperbolizujemy, wyolbrzymiamy, upiększamy – sztuka to zniesie. W ten w naszej pamiętce autor będzie bardziej "rzeczywisty" dla młodych.
- **Poszukajmy porównań zrozumiałych dla dzisiejszej młodzieży.** Autor był podobny do nich czy zupełnie inny? Co robił w ich wieku? Dlaczego zaczął tworzyć? Jak może ich zainspirować? Nie przesadzajmy z informacją, postawmy na osobistą historię specyfikę czasu, w którym żył i tworzył autor, unikajmy dat, nudnych faktów czy dokładnych nazw instytucji.
- **Ukryjmy wszystkie ważne informacje w dialogach..** Zdialogizowana forma jest atrakcyjna, bardziej zwięzła, gęstsza. Pamiętajmy jednak, że prawdziwy dialog odbywa się w konkretnej sytuacji i w określonych okolicznościach (kim są uczestnicy dialogu?, czy wiemy coś o ich charakterze?, jakie mają relacje?, gdzie są i co robią teraz?, co robili przed spotkaniem i co się stanie po rozmowie?...). Pamiętajmy o tym.
- **Bawmy się słowami. Stwórzmy na przykład hasło z nazwiska autora lub z tytułu jego najślynniejszego dzieła.** Gdyby widz/zwiedzający/student zapamiętał tylko to hasło (które zawierałoby też głębsze znaczenie twórczości), to by wystarczyło.
- **Zdjęcia i ciekawe fakty z życia.** Zawsze podawaj fakty z życia w związku z twórczością, aby nie zdarzyło się, że młodzi ludzie pamiętają tylko zdjęcia a resztę całkowicie pomijają.

- **Nie przesadzajmy z ilością informacji.** Pamiętajmy, jak to bywa, gdy przejadamy się świątecznymi smakołykami - przeciągamy świąteczną kolację aż do Nowego Roku, a od 1 stycznia zaczynamy dietę.

Korzystajmy z różnych dyscyplin artystycznych - scenopisarstwa, reżyserii, filmu dokumentalnego.

Niewidzialni autorzy

Ekspozycja muzealna, podobnie jak wystawa artysty, jest wynikiem pracy twórczej, a informacje o jej autorze lub autorach (czy są historykami, edukatorami muzealnymi, archeologami, artystami, kuratorami itp.) oraz o jego/ich podejściu do tematu mogą wiele wyjaśnić zwiedzającym. Opowiedzmy im historię wyboru tematu, pozwólmy młodym zwiedzającym poznać koncepcję ekspozycji, motywy, cele, wyjaśnijmy im wybór środków wyrazu.

"Przecież tam wszystko jest zabronione!"

Rozjechany jeź.

Zakazy, nakazy, łańcuchy...

Nie dotykaj, nie wchodź, nie rób zdjęć, nie jedz lodów, nie jeźdź na rolkach w przestrzeniach wystawowych, nie hałasuj, nie wnoś plecaków, a przede wszystkim, nie dotykaj eksponatów!

Często zdarza się, że pierwsze, co widzimy po wejściu do muzeum lub galerii to znaki zakazu lub nakazów. Jak to wpływa na młodych ludzi, których główną misją życiową w tym wieku jest bunt? Takie zakazy wzbudzają niepokój i niepewność, a czasem - ochotę bronić się lub atakować. Co powiesz na to, aby skupić się na znakach, które mówią nam, co w galerii / muzeum jest dozwolone. W muzeum wolno: być zaskoczonym, wolno odkrywać, poznawać, dotykać (nie tylko rękami!), robić zdjęcia.

Być może najbardziej (niezrozumiałym zakazem jest zakaz dotykania eksponatów. Jeśli nie jest to wystawa typu interaktywnego, w której pożądane jest aktywne zaangażowanie widza, taki zakaz może być prawdziwym testem siły woli. Dotyk jest silniejszym impulsem podczas eksploracji otoczenia niż percepcja wzrokowa. W twórczości artystycznej bardzo ważna jest zmysłowa wiedza o świecie. Stykając się z dziełami sztuki, naturalne jest, że oprócz kształtu ludzie interesują się także materiałem, sposobem powstania dzieła, a to często zmusza dorosłych do dotknięcia obiektu.

Zaspokojeniu tej potrzeby może na przykład służyć **pudełko dotykowe** z różnymi materiałami (drewno, kamień, metal, glina, tekstylia itp.) lub pokazy różnych powierzchni, kolorów itp., oczywiście w zależności od rodzaju wystawy. Odwiedzający mogą poczuć ich powierzchnię, temperaturę, dźwięk lub wagę. Możemy też skupić się na narzędziach pracy, które były potrzebne do stworzenia eksponowanego dzieła lub obiektu. Działanie to można uzupełnić na przykład arkuszem roboczym, który koncentruje się na różnorodności materiałowej i technologicznej wystawionych dzieł lub artefaktów.

DOTKNIJCIE TEGO SERCEM!



Pomysły na zachęcające tabliczki muzealne

Za tymi drzwiami spotkasz sztukę.

Wejdz! Witamy w świecie sztuki!

Masz rację. Sztuka leczy.

Miejsce, w którym mogę się spotkać ze sobą.

Uwaga! Strefa sztuki. Ryzyko przelania się emocji.

Zachwyć się !Tutaj uczymy się zachwycać.Poczuj to sercem!

Grafika działa inaczej niż aplikacje na urządzeniach mobilnych.

Irracjonalne też jest OK.

To ęsia skórka, a nie alergię. Nie stresuj się. Sztuka tak działa.

W tej galerii wykonałeś w sumie 653 kroków. Aktywność serca była zwiększona dzięki sztuce.

Kolory, kształty, linie, światło i cień, punkt widzenia i emocje...jest o wiele więcej powodów do podziwu.Obrazy mogą powiedzieć więcej niż słowa.

A co byś zrobił z pędzlem i farbą?

Fantazjowanie dozwolone.

Nie musisz być cicho. Śmieć się, płacz, podziwiaj!

Kiedy triumfuje nad tobą piękno - wygrujesz.

Uwaga! Piękno paraliżuje!

Nie wstydz się piękna.

Jesteś w szoku? Gratulacje! Czasami sztuce udaje się to za pierwszym razem.

Jak się z nami czujesz?

Do następnego dotknięcia sztuki!

Przyjdź, gdy będziesz chciał znowu mieć dość piękna!

Dotknij eksponatów! Najlepiej sercem.

Dziękujemy za przekroczenie czerwonego sznurka i zejście z wyznaczonej trasy.

Cieszymy się, że chcesz być jak najbliżej sztuki.

Sztuka fascynuje, nawet jeśli nie wiesz o niej wszystkiego.

Zabierzmy młodych na wernisaż...

#tofakt?

- "Gdzie byłeś tak długo?"

- "Aaa, byłem z przyjaciółmi na takiej jednej epickiej imprezie. "

Wernisaż to ceremonia otwarcia wystawy lub ekspozycji, zwykle temu wydarzeniu towarzyszy program artystyczny. Wernisażem może być otwarcie wystawy, kolekcji lub ekspozycji, nowej przestrzeni ważnej instytucji kulturalnej, wyspecjalizowanej przestrzeni kulturalnej, klubu o znaczeniu artystycznym itp. Wernisaże mogą być ogólnodostępne, ale też zamknięte, gdy w wydarzeniu uczestniczą tylko zaproszeni goście. Wernisaże zwykle odbywają się po południu lub wczesnym wieczorem, a w trakcie wieczoru są serwowane przekąski, które pełnią funkcję "lodołamaczy". Wernisaż jest okazją do spotkania z artystą, osobami z innych instytucji kulturalnych i artystycznych, przedstawicielami mediów oraz innymi przedstawicielami środowiska artystycznego. Zazwyczaj z okazji wernisażu wydawany jest komunikat prasowy oraz katalog wystawy.

"O co im chodzi !? Albo jaki jest cel wernisażu?"

- otwarcie wydarzenia kulturalnego (krótko- lub długoterminowego),
- zapoznanie publiczności z główną ideą wystawy - wciągnięcie widzów w schemat myślenia i artysty, nie tylko poprzez zwięzłe i nudne opisy poszczególnych prac,
- udostępnianie wystawionych obiektów ogółowi społeczeństwa,
- przedstawienie artysty,
- doprecyzowanie kontekstu wystawy autorskiej w programie misji instytucji (dlaczego ten lub inny artysta/ dlaczego właśnie ten temat wystawy),
- uzasadnienie wyboru dzieł, co je łączy i jaki jest ich wspólny mianownik,
- wprowadzenie do sposobu organizacji wystawy (logiczny przebieg i system, który powinien mieć sens dla widza i prowadzić go przez całą wystawę w danym temacie, chronologicznie lub tematycznie),
- artysta opowiada o swojej metodzie pracy, użytych materiałach lub procesach myślowych w trakcie tworzenia serii prac; wernisaż może również obejmować demonstrację procesu twórczego wystawianego artysty,
- poznanie dzieła i przesłania artysty,
- świetna okazja do wyjaśnienia młodym ludziom sensu i znaczenia konkretnej wystawy lub wernisażu,;
- stworzenie przestrzeni do kontrowersji wokół wystawionych prac, do dyskusji o ich znaczeniu,
- poprzez wernisaże , sztuka staje się bardziej dostępna, interesująca i atrakcyjna dla publiczności w różnym wieku
- wernisaże pozwalają tchnąć nowe życie do muzealnych przestrzeni
- udostępnienie tego, co kiedyś było zarezerwowane dla , tzw. wyższej klasy, ogółowi społeczeństwa,
- stworzenie okazji do zakupu dzieła,
- i na sam koniec...nasza subiektywna opinia : kto by nie się nie cieszył z kanapek, zrobionych przez babcię artysty? :-)

Po co tyle teorii?

Ważne jest, abyśmy wiedzieli dokładnie, na czym polega otwarcie wydarzeń kulturalnych i artystycznych, żebyśmy mogli nam się przekazać te informacje młodym ludziom w zrozumiałym dla nich języku.

Co młodzi ludzie chcieliby(i powinni) wiedzieć o wernisażu:

Wernisaż to:

- odpoczynek
- impreza, coś w rodzaju przyjęcia urodzinowego,
- miejsce, gdzie spotykamy przyjaciół i znajomych,
- miejsce, gdzie spotkamy przedstawicieli świata kultury danej miejscowości,
- wejście przez tajemnicze drzwi do pracowni autora,
- nawiązanie bliższej relacji z autorem,
- nieformalne budowanie relacji, przyjaźń ze sztuką,
- sposób na przełamanie lodów,
- przywilej,
- przystawka do dania głównego (daniem głównym jest stała wystawa lub ekspozycja)

Jak zagwarantować zerową uwagę (nie tylko młodej) publiczności na wernisażu

#crazyplan

Jak zepsuć przemówienie - porady dla kuratora wystawy. (Serio, nie róbcie tego !!!)

- Podczas wystąpienia bądź nudny tak bardzo, jak to tylko możliwe,
- Zaserwuj sobie i publiczności trochę adrenaliny, w ogóle nie przygotowując przemówienia,
- Przepraszaj publiczność za wszystko.
- Szukaj tekstu przemówienia,
- Porozmawiaj z technikami o problemach , które spowodowały utratę prezentacji,
- Cały czas czytaj z kartki
- Na początku wystąpienia powiedz formułkę "Zostałem poproszony o otwarcie wernisażu...",
- Bądź tak sztywny , jak to tylko możliwe;
- Mów cicho, niewyraźnie i monotonicznie,
- W żadnym wypadku nie patrz na publiczność,
- Idealnie by było gdybyś cały czas stał tyłem do publiczności i czytał tekst wyświetlanej prezentacji,
- Przemówienie powinno składać się z jak najdłuższych i skomplikowanych zdań, upewnij się co do wystarczającej ilości zdań podrzędnych,
- Skup się na faktach, pomiń wszelkie ciekawe historie , w ogóle, zapomnij o opowiadaniu historii,
- Pomiń wszystko, co może być interesujące, zabawne lub zaskakujące dla publiczności,
- Nie używaj rekwizytów,,
- Będzie super, jeśli twoje przemówienie potrwa co najmniej 2x dłużej niż to to było zaplanowane,
- Postaraj się zadręczyć publiczność (w momencie, gdy mówisz już przez 10 minut, powiedz: "Podsumowując, właśnie o tym będę mówić podczas swojego wystąpienia...", po kolejnych 20 minutach powiedz - "... a teraz przejdę do najważniejszej rzeczy...". Kiedy miną kolejne dziesięć minut, powiedz: "Kończąc przemówienie, chciałbym powiedzieć...", a potem powiedz tak jeszcze ze 3 razy w ciągu następujących 15 minut,

- Jeśli zabierasz się za właściwe opowiadanie w momencie, kiedy powinieneś już skończyć, wygrześć - ty dopiero się rozkręcasz, a słuchacze już są w głębokiej depresji,
- Mów po francusku do Hiszpanów - pod żadnym pozorem nie powinieneś dostosowywać języka do grupy docelowej
- Opowiadaj te same dowcipy wielokrotnie przynajmniej przez przez kilka lat,
- Przedstaw portret autora w formie długiej biografii faktograficznej, która zawiera wszystkie lata, daty i nazwy instytucji w całości,
- Będzie wspaniale, jeśli połowa gości w drugim rzędzie nic nie usłyszy z powodu braku nagłośnienia,
- Nie przesadzaj z pomysłowością i kreatywnością.
- Zaczynij mówić o sobie, żeby nadać przemówieniu luźnego charakteru

Zamiast powyższych (anty)porad, spróbuj tego:

Wskazówki dostosowujące wernisaż do wymogów współczesności

- **Zaangażowanie odbiorców:** interaktywne wejście, np. w formie quizu lub ankiety. Z pomocą aplikacji online możemy zadawać pytania dotyczące tematu wystawy, prac, autora wystawy .;
- **Zaangażowanie odbiorców:** możemy użyć zmodyfikowanego formatu metody Living Library. "Książką" może być autor wystawy, kurator, członkowie rodziny artysty, przyjaciele.
- **Program muzyczny** powinien wspierać temat lub ideę, z którą artysta pracuje (tekst, styl muzyczny, melodie budujące nastrój wystawy);
- Nie załamuj się, jeśli twoja organizacja nie ma wystarczających środków na muzyczny program towarzyszący. Możemy użyć odtwarzanej muzyki lub zaprosić do współpracy uczniów miejscowej szkoły podstawowej, tylko upewnij się co do wyboru materiału muzycznego (z pewnością widziałeś już zestresowane dzieci wykonujące skomplikowane etudy, te dzieciaki wcale nie były zadowolone z udziału w tym przedsięwzięciu);
Można dać przestrzeń lokalnym artystom ulicznym (o ile to współgra z koncepcją wernisażu i łączy muzykę z wernisażem) ;
Ciekawą opcją może być pokaz taneczny;
Zadbaj o program, który spodoba się wszystkim grupom wiekowym.

Zachęcajmy młodzież do zorganizowania własnego wernisażu w ramach szkolnej wystawy! Pozwólmy uczniom stać się kuratorami, autorami, pracownikami technicznymi, artystami - zostawmy im wybór roli . Zalecamy jednak wystarczająco długi czas na przygotowanie. Dla zabawy, możemy wcielić się w członka tzw. "stada gołębi" , czyli ludzi, którzy przyszli na wernisaż, tylko po to aby zjeść kanapki i wypić kieliszek wina. Prawie w każdej galeria czy muzeum możemy zobaczyć skupiska "gołębi" podczas otwarcia wystaw (Rozumiemy to :-).

Droga do wiedzy przebiega przez pytania

#whatsquestions

Niezależnie od tego, jaką formę przybierają rozmowy o sztuce, pytania pomagają pogłębić relację widza z dziełem i samą sztuką, a to jest naszym celem. Format rozmowy kwalifikacyjnej zakłada, oczywiście, pytania, które powinniśmy zadawać mądrze, najlepiej bez próby oceniania odpowiedzi.

Oto wskazówki, kiedy, jak i jakie pytania można zadać, aby podróż młodego człowieka przez świat sztuki była jak najprostsza, a może nawet zabawna. Poczucie samotności lub dezorientacji to pułapka, która czai się za drzwiami każdej instytucji kulturalnej i artystycznej, kiedy młody człowiek orientuje się, że natrafił na taką pułapkę, to może odwrócić się na pięcie i ratuje się ucieczką do bezpiecznej strefy. Innymi słowy, "zwiewa i już nigdy nie powróci".

Zasady zadawania pytań:

- nie zadowolajmy się sztywną odpowiedzią, drążmy, formułujmy pytania otwarte, aby nie można było odpowiedzieć tylko "tak" lub "nie",
- trzeba wybrać odpowiednią formę w zależności od rodzaju interakcji (pytania pisemnie, anonimowe, w bezpośredniej dyskusji),
- urozmaicajmy techniki przeprowadzania refleksji,
- używajmy różnych technik pracy grupowej podczas zadawania pytań.
- możemy również wykorzystać pytania w oprowadzaniu, aby zaangażować publiczność i ją aktywizować,
- pomagajmy sobie nawzajem nowoczesnymi technologiami cyfrowymi, łącząc w ten sposób dwa światy,
- można nagradzać j dobre pytania (uwagą, zachętą, podziękowaniami),
- Motywujmy młodych ludzi do tworzenia i zadawania własnych pytań.

Zapytajmy tak:

Co widzimy?

- *Z jakiego materiału została wykonana ta praca?*
- *Jakich narzędzi użył artysta?*
- *Czy któraś praca była tak pociągająca/interesująca, że chciałeś jej dotknąć? Dlaczego?*
- *Czy zainteresowała cię technika artystyczna zastosowana przez autora?*

Co czujemy?

- *Jaka była pierwsza rzecz, która przyszła ci do głowy, gdy spojrzawsz na pracę?*
- *Czy twoje odczucia zmieniły się, gdy przyjrzałeś się bliżej?*
- *Jaką jeszcze nazwę nadałbyś temu dziełu?*
- *Co byś zmienił w tym dziele? Dlaczego?*
- *Jakiej muzyki chciałbyś słuchać podczas oglądania tego dzieła?*
- *Czy praca jest w jakiś sposób związana z tym, czego obecnie doświadczasz?*
- *Chciałbyś zobaczyć to dzieło ponownie?*
- *Myślisz, że artysta chciał Cię zachęcić do zrobienia czegoś w życiu?*
- *Jak myślisz, jak ludzie z innego kontynentu, z innej kultury, postrzegaliby tę pracę?*
- *Gdybyś miał okazję trafić do jednej z wystawionych prac, co by to było i dlaczego?*
- *Czy ta praca wymaga od nas zaangażowania wyobraźni? Czy zachęca nas do tego? Jak?*
- *Sądziś, że autorowi udało się stworzyć coś, czego nikt wcześniej nie zrobił przed nim nie zrobił?*
- *Jak myślisz, jaką funkcję pełni ta praca? Czy zwraca na coś uwagę, jest produktem swoich czasów,*

wyraża uczucia, idee, myśli, opinie, marzenia, służy jako reklama lub "dekoracja"? Proszę o doprecyzowanie.

Postacie, portrety

- *Co powiedziałbyś postaci z obrazu, gdybyś ją spotkał?*
- *Chcesz się z nią zaprzyjaźnić? Dlaczego?*
- *Którą osobą na obrazie chciałbyś być i dlaczego?*
- *Która z postaci cię zainspirowała? Ta?*
- *Na tym obrazie jest wiele postaci, myślisz, że się znają?*
- *Jaka jest relacja między postaciami?*
- *Czy któraś z postaci jest ważniejsza od pozostałych?*
- *Który z bohaterów jest optymistą/flegmatykiem/introwertykiem/ekstrawertykiem ?*
- *Jak myślisz, która z postaci jest zakochana, ma jakiś problem, choruje?*
- *Ile mniej więcej lat ma ta postać?*

Zwierzęta

- *Dlaczego to konkretne zwierzę zostało wybrane do pracy?*
- *Która z cech przedstawionego zwierzęcia jest tobie najbliższa?*
- *Jakie imię nadałbyś zwierzęcemu bohaterowi?*

Kraj

Czy od pierwszego spojrzenia wiesz, jaki to kraj – na podstawie czego?

Chciałbyś mieszkać w tym kraju?

Do którego z przedstawionych domów chciałbyś się wprowadzić? Dlaczego?

Gdybyś był "w obrazie" i bawił się w chowanego ze znajomymi, gdzie byś się ukrył ?

Jak uważasz, czy można powiedzieć, czy jest to obszar miejski czy wiejski?

Martwa natura

- *Czy masz któreś z przedstawionych tu przedmiotów w domu?*
- *Gdybyś miał możliwość zaaranżowania innej martwej natury z tych samych przedmiotów, jak by to wyglądało?*
- *Jak myślisz, jaką symbolikę ma ta martwa natura?*
- *Czy dostrzegasz sens w umieszczeniu przedstawionych rzeczy razem na jednym obrazie? Czy zgadzasz się z takim wyborem?*

Abstrakcja

- *Czy autor użył jakichś geometrycznych kształtów?*
- *Musiał je wcześniej zaplanować czy działał raczej spontanicznie?*
- *Czy praca tworzy złudzenie optyczne?*
- *Czy kształty przypominają coś rzeczywistego?*

Autor

- *Jak myślisz, jak wyglądało życie artysty, który stworzył to dzieło?*
- *Myślisz, że miał wielu przyjaciół?*
- *Czy chciałbyś mieć swój portret wykonany przez tego artystę lub żeby ten artysta namalował scenę rodzajową z życia twojego lub twoich przyjaciół?*

- *Gdybyś mógł zadać artyście jedno pytanie, jaki by to było pytanie?*
- *Czy uważasz, że ta praca jest wyrazem realnych doświadczeń autora czy raczej wytworem jego wyobraźni, wyrazem jego marzeń?*

Okres powstania dzieła

- *Czy twoim zdaniem okres, w którym dzieło powstało, ma związek z tematem i motywem utworu? Jak wiele podobieństw widzisz między nimi?*
- *Czy uważasz, że praca jest nowoczesna? Czym jest dla ciebie "nowoczesność"?*
- *Czy kojarzysz jakieś znane osoby z tamtych czasów?*
- *Jakie znaczące wydarzenia miały miejsce w tym okresie?*

Światło

- *Jaką porę dnia autor zobrazował artysta ? Czy widzimy cienie na obrazie?*
- *Skąd pochodzi światło?*
- *Czy jest to światło dzienne czy sztuczne?*
- *Czy światło wpływa na atmosferę sceny na obrazie, czy jest to nastrój, który autor chciał przekazać widzowi?*

Kolory

- *Jakie kolory dominują na obrazie?*
- *Które kolory są całkowicie nieobecne na obrazie?*
- *Jaka jest symbolika użytych kolorów?*
- *Co te kolory znaczyły dla ludzi w czasach, gdy dzieło powstawało, a co znaczą dzisiaj?*

Kompozycja

- *Jak autor próbuje przyciągnąć naszą uwagę?*
- *Czy autor skupia się na szczegółach ? Co zdradzają szczegóły?*
- *Czy tak szczegółowy widok był konieczny?*
- *Czy obraz wygląda trójwymiarowo?*

W galerii/muzeum

- *Które dzieło/obiekt najbardziej przykuł twoją uwagę?*
- *Dlaczego?*
- *Który obraz /obiekt chciałbyś mieć w swoim pokoju?*
- *Czy kurator w sposób odpowiedni przygotował wystawę/wernisaż ?*
- *Czy jest coś niezrozumiałego dla ciebie na tej wystawie?*
- *Co ci się tu nie podoba?*
- *Który z obiektów/obrazów podarowałbyś swojej mamie, dziadkowi, najlepszemu przyjacielowi, siostrze... dlaczego?*
- *Czy jest tu jakaś praca, która sprawiła, że poczułeś się źle?*
- *Czy jest jakaś praca, która cię mocno poruszyła? Czy odczułeś ten "dotyk piękna"? Jak byś nazwał to uczucie?*
- *Czy ,twoim zdaniem, niektóre prace są bezużyteczne (są stratą czasu zarówno dla autora, jak i*



- widza)?
- *Jak myślisz, które dzieło byłoby najdroższym obiektem na aukcji?*
- *Którą pracę wybrałbyś do reklamy, zapowiedzi w mediach społecznościowych, aby przyciągnąć jak najwięcej młodych / dzieci / seniorów?*
- *Czy uważasz, że któraś z ram obrazów cenniejsza niż sama praca?*

Pytania o sztukę

- *Myślisz, że kiedy ktoś pokazuje nam coś, czego wcześniej nigdy nie widzieliśmy, to jest właśnie sztuka?*
- *Czy kiedykolwiek czułeś, że nie rozumiesz sztuki? Jak radzisz sobie z tym uczuciem?*

Te pytania pochodzą z inspirującej książki
Silvii Šeborovej, *Niedzielną impreza z Picassem*, 2021

Pytania dotyczące znalezienia relacji interdyscyplinarnych

Co z matematyki / geometrii / geografii / literatury... możemy znaleźć na danym obrazie?

Na przykład: która z gwiazd na obrazie może reprezentować Wenus? Co symbolizuje np. cyprys w kulturze europejskiej?

Wskazówki dotyczące pytań ze zrozumieniem

- *Dlaczego...?*
- *Jaka jest różnica między...?*
- *Jak to jest powiązane...?*
- *Co by się stało, gdyby...?*
- *Jak mógłbym kogokolwiek przekonać...?*
- *Jak można wykorzystać fakt...?*
- *Co by się zmieniło...?*

Pomysły na działania,

które mogą pogłębić związek młodych ludzi ze sztuką

#idziemysiębawić

- stworzenie portretu psychologicznego postaci z utworu lub autora,
- działania storytellingowe - praca z historiami dzieł i biografiami autorów ,
- tworzenie "historii" na szkolnym Facebooku, post z życia kulturalnego i artystycznego szkoły na Instagramie
- Quest - znajdź największe muzeum na świecie, najwięcej prac w muzeum, najdroższe dzieła na świecie. Użyj superlatywów: najdroższe sprzedane obrazy, najbardziej kultowe dzieła, najdziwniejsze dzieła, najzabawniejsze...

- Zbuduj klasowy/szkolny ranking najpopularniejszych dzieł sztuki,
- praca z symboliką (kolory, zwierzęta, przedmioty),
- komputerowa edycja prac,
- napisanie informacji prasowej o wystawie, pisanie recenzji po wystawie,
- utworzenie posta na blogu/vlogu po wydarzeniu,
- organizacja wystawy/wernisażu w szkole.,
- zorganizowanie balu przebierańców z wykorzystaniem postaci z dzieł sztuki/znanych artystów,
- zmiana ekspozycji
- stworzenie alternatywnego plakatu wystawy,
- szkolne wyzwania artystyczne (challenge),
- tworzenie gier planszowych, tworzenie PubQuiz'u, questingu/gry miejskiej, Escape Room'u.

Inspirujące strony internetowe i aplikacje

Inspirujące interaktywne muzea i galerie na Słowacji, w Polsce i Czechach

www.bibiana.sk
www.tricklandia.sk
www.smopaj.sk
www.kvantarium.sk
www.steelpark.sk
www.iqlandia.cz
www.iqpark.cz
[www.iqplanetarium,](http://www.iqplanetarium.com)
www.pop.cz/dinosauria
www.kopernik.org.pl
www.1944.pl
www.hydropolis.pl

Filmy edukacyjne:

Profesor Škrečok - historia sztuki w formie animowanych filmów jako uzupełnienie interakcji zwiedzającego poprzez aplikację.
<https://skrecok.sng.sk/>

Sám v múzeu - Inspirujące filmy przygodowe o artefaktach i dziełach sztuki.
<https://decko.ceskatelevize.cz/sam-v-muzeu>

Gry edukacyjne:

Sám v múzeu - gry
 Gry edukacyjne online o tematyce sztuki lub historii.
<https://decko.ceskatelevize.cz/skobiciny>

Aplikacje edukacyjne:

Google Arts & Culture - Brama do świata sztuki, historii, ludzi i cudów świata. Dzięki tej aplikacji mamy dzieła, historię i wiedzę z prawie 2000 instytucji kulturalnych z ponad 80 krajów świata na wyciągnięcie ręki. Niektóre funkcje: Art Transfer – przekształcenie wykonanego przez nas zdjęcia w obraz w stylu klasycznych dzieł sztuki, Art Selfie – szukanie portretów, które wyglądają jak my, Art Projector – jak wyglądają prace w rzeczywistych rozmiarach, Galeria kieszonkowa – zwiedzanie galerii i dzieł sztuki z bliska, Art Camera – prace w wysokiej rozdzielczości, Street View - odwiedź słynne zabytki. Można również zwiedzać według czasów i kolorów, rozpoznawać dzieła sztuki, chodzić z przewodnikiem po wystawach, zapisywać swoje ulubione dzieła sztuki oraz tworzyć własne galerie i udostępniać je znajomym, wyszukiwać pobliskie muzea i wystawy, subskrybować cotygodniowy newsletter i otrzymywać aktualizacje ulubionych treści, jest również funkcja tłumaczenia wystawy z całego świata na własny język ojczysty.
<https://artsandculture.google.com>

NGA Kids Art Zone - Aplikacja ma osiem interaktywnych działań inspirowanych dziełami z kolekcji National Gallery of Art, a także szkicownik do rysowania i własną przestrzeń wystawienniczą, w której użytkownicy mogą zapisywać i przeglądać dzieła sztuki stworzone za pomocą programu.
<https://www.nga.gov/learn/kids-app.html>

Kuinji! - Aplikacja skupiająca się na nauce rozpoznawania różnych stylów artystycznych za pomocą gier.
<https://www.educationalappstore.com/app/kuinji-learn-art-and-paint-styles>

Touch the culture - Narzędzie do przygotowywania działań edukacyjnych: spersonalizowane mini-gry, które bawią, edukują i motywują do fizycznego uczestnictwa w wydarzeniach oraz zapewniają uzyskanie informacji zwrotnej na temat wydarzenia.
<https://app.touchtheculture.eu/>

Art Authority for iPad - Aplikacja przenosi Muzeum Sztuki Real-World na urządzenie mobilne. Umożliwia porównywanie różnych prac według artysty, tytułu, tematu lub lokalizacji. Zawiera również przegląd okresów twórczości, osi czasu pracy i biografie ponad 1000 artystów.
<https://apps.apple.com/us/app/art-authority-for-ipad/id364048834>

Wirtualne spacer:

AB EX NY - Aplikacja Manhattan Museum of Modern Art (MoMA) pozwala odkrywać sztukę współczesną, słuchać audio, oglądać filmy od kuratorów wystaw oraz udostępniać prace w mediach społecznościowych.
<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1085?>

WEB UMENIA - internetowy katalog dzieł sztuki ze zbiorów słowackich galerii zarejestrowanych w Centralnej Ewidencji Dzieł Sztuk Pięknych. Tutaj znajdziemy podstawowe informacje o dziełach i ich autorach, ale także oryginalne artykuły, filmy i kolekcje.
<https://www.webumenia.sk/>

Inicjatywy:

Akadémia veľkých diel - to program rekreacyjny dla uczniów szkół średnich. Opowiadając o wielkich dziełach, poznają siebie i świat oraz szukają odpowiedzi na wielkie pytania w wielkich historiach.
<https://www.akademiavelkychdiel.sk/>

Ateliér Pelle - warsztaty z artystami podczas wystawy. Uczestnicy uczą się różnych technik, stylów artystycznych, twórczości wideo oraz animacji. Dzięki temu uczą się historii sztuki, rozwoju kultury i tak dalej. Program jest opracowywany w oparciu o zapotrzebowanie rodziców i szkół.
<https://villapelle.cz/atelier-pelle/>

6 Meeting Point: Biblioteka



A JAKA JEST TWOJA HISTORIA?

Rozdziałowi towarzyszą Lenka i Julia

Meeting Point: BIBLIOTEKA

Literatura jako sztuka (tak, literatura też jest sztuką)

#jakwzskole?

Literatura jest jednym z najstarszych rodzajów sztuki. Jest to sztuka słów, która nie jest związana z pochodzeniem pisma, tylko istnieje w formie ustnej od początków języka. Literatura artystyczna składa się z tekstów tworzonych z intencją estetyczną. To, co czyni tekst wyjątkowym, to specyficzny sposób użycia środków językowych. Pisarz wybiera sposób ekspresji, który charakteryzuje się nowością, wyjątkowością i niepowtarzalnością. Jaka jest literatura artystyczna i dlaczego jej potrzebujemy? Podobnie jak inne formy sztuki, dostarcza nam doznań estetycznych. **Młody człowiek również oczekuje od dzieła literackiego doświadczenia artystycznego.** Odzwierciedleniem spełnienia tego oczekiwania jest wskaźnik czytania młodego pokolenia. Ważne jest, aby wspierać młodych ludzi w ich wysiłkach poszukiwania i znajdowania sztuki w książkach. **Trzeba przenieść ich z biernej roli czytelnika krótkich fragmentów literatury obowiązkowej do aktywnego poszukiwania piękna w literaturze.**



LITERATURA PIĘKNA

Jednocześnie literatura jest specyficznym rodzajem komunikacji (od autora przez dzieło do odbiorcy). **Nie każda komunikacja tego rodzaju jest tak samo udana.**

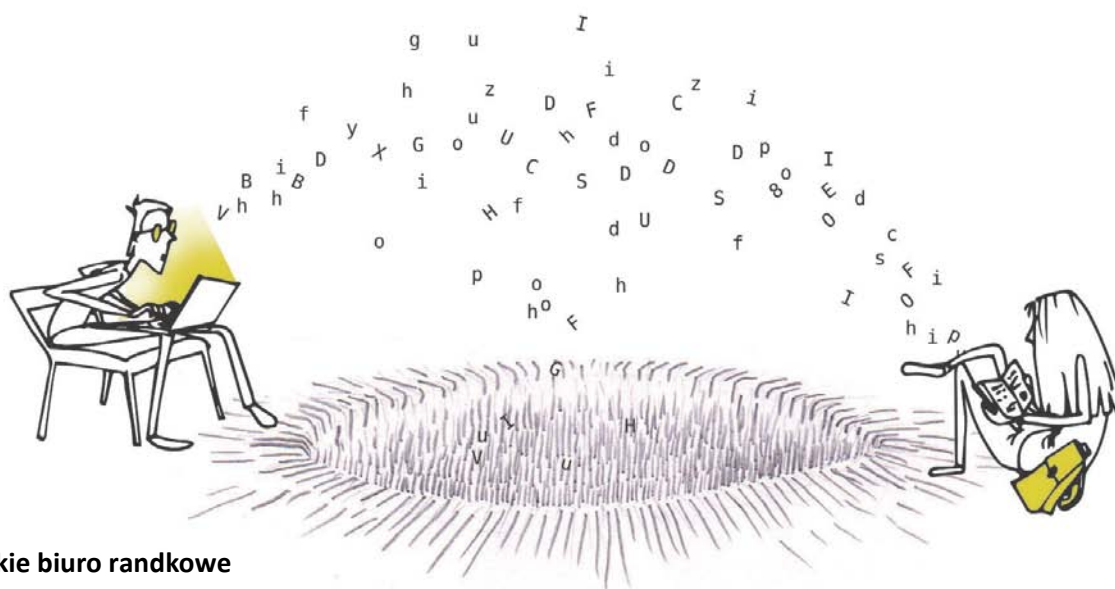
Ma to związek z wysiłkiem pisarza, aby sprostać indywidualnym oczekiwaniom czytelnika i jego zdolnością do przeniesienia osobistego lub zapośredniczonego doświadczenia (pragnienia lub uczucia) na samego czytelnika. Tak więc sukces komunikacji (autor - młody czytelnik) i stopień fascynacji sztuką zależą od tego, czy twórca ma odpowiedni materiał empiryczny, ale też nie można się obejść bez talentu literackiego. Istnieją inne czynniki, które działają na korzyść lub niekorzyść artystycznego doświadczenia czytelnika, takie jak: zdolność do empatii wobec uczuć i potrzeb młodego czytelnika, dobór odpowiedniego języka (sposobu ekspresji), wybór tematu i środowiska lub zdolność do angażowania i zatrzymywania uwagi czytelnika. Niemożność dostrzeżenia przez młodych ludzi artystycznej wartości literatury może wynikać z błędu popełnionego w procesie komunikacji - błąd może być:

- po stronie autora,
- po stronie odbiorcy komunikatu (młoda osoba),

Niepowodzenie może być również spowodowane niewłaściwym kanałem komunikacji lub przeszkodami pojawiającymi się gdzieś w procesie komunikacji.

Problemy młodego czytelnika

Problemem młodego czytelnika może być np. brak zainteresowania poszukiwaniem i odnajdywaniem piękna w literaturze, ponieważ młody człowiek nie wie jeszcze, że istnieje takie dzieło literackie, które naprawdę odwołuje się do jego przeżyć lub odczuć. Brak zainteresowania może szybko przerodzić się w zainteresowanie, jeśli uda nam się namówić go na swoistą "randkę w ciemno". W takiej "randce" bierze udział dwóch uczestników na zasadach podobnych do tych stosowanych w relacjach międzyludzkich. Jednym z uczestników spotkania jest konkretna młoda osoba, nastolatek, który ma już za sobą przyjemne i nieprzyjemne spotkania z literaturą. Drugim uczestnikiem jest książka. Nie ma znaczenia jak ta książka wygląda: nowa czy odrapana, gruba czy cienka, kolorowa czy szara. Jeśli randka ma się udać, po prostu musi to być **właściwa książka**. Nie odnajdziemy piękna książki, patrząc tylko na okładkę, musimy zajrzeć do środka. Czasami udaje się to za pierwszym razem, a obaj uczestnicy spotkania stają się przyjaciółmi na całe życie. Innym razem, trwa to nieco dłużej, a z każdą próbą nawiązania bliższych relacji między dwoma uczestnikami oddala szanse na porozumienie się.



Literackie biuro randkowe

Zadaniem przewodnika jest pośredniczenie w randce tak, aby spotkanie zakończyło się sukcesem, wykorzystajmy wszystkie nasze atuty: znajomość potrzeb **konkretnego młodego człowieka** lub przynajmniej zdolność do określenia grupy docelowej, na tej podstawie - możemy odpowiednio dobrać język, temat, gatunek, autora itp. Jeśli połączymy te wszystkie detale, to przez głowę przemknie nam **konkretny pomysł**, pojawi się **konkretna książka**. Nie lekceważmy pierwszej randki, bo następna może się nie wydarzyć.

Kim jest "CZYTELNIK"? #taknapewnonie

Kimś, kto mówi, że jest czytelnikiem ale czyta tylko jedną książkę w ciągu roku? A może czytelnikiem jest ten, kto myśli, że czyta mało, bo przeczytał tylko dziesięć książek w ciągu roku?

W badaniach czytelniczych czytelnik figuruje jako osoba, która czyta co najmniej jedną książkę rocznie, w dowolnej formie i w dowolnym celu. Takie postrzeganie czytelnika jest powszechnie akceptowane w metodologiach badawczych w różnych krajach i na tej podstawie możemy dokonywać porównań. Na początku nowego tysiąclecia badania Eurostatu w piętnastu krajach UE (2002) pokazały, że średnia ilość osób "nieczytających" wynosi 42% (osoby "nieczytające" - to osoby, które nie przeczytały ani jednej książki w ciągu roku).



Nawiczej czytają w Skandynawii, najmniej - na południu Europy. Poziom czytelnictwa w różnych krajach UE waha się od 30% do 85%. Kultura czytelnictwa na Słowacji, w Czechach i Polsce ma wiele wspólnego z innymi krajami. Ogólnie rzecz biorąc, poziom wykształcenia jest głównym czynnikiem różnicującym: wraz ze wzrostem edukacji rośnie procent czytelnictwa.

Młodym ludziom nie powinno wystarczać sporadycznie czytanie (1-6 książek na rok), powinniśmy ustawić poprzeczkę wyżej i starać się dążyć do poziomu stałego czytania (czyli 7-12 książek na rok). Dlaczego? W tej podróży i młodych do książek nie powinniśmy zapominać, że czytanie jest (między innymi) pewnym nawykiem, a nawyk ten wymaga pewnej częstotliwości i regularności.

KTO JEST DOBRYM CZYTELNIKIEM

Początkowo osoba piśmienna różniła się od analfabety tym, że znała litery, wiedziała, jak rozszyfrować słowa i zdania. Jednak dobry czytelnik jest kimś więcej niż osoba piśmienna. Musi dokonać czegoś więcej: przedrzeć się przez tekst i odnaleźć wszystkie możliwe znaczenia i sensy, spróbować zrozumieć co autor próbuje przekazać i po co w ogóle to robi.

Tak więc dobry czytelnik to osoba z pasją, osoba, która czyta książki z własnej inicjatywy i dla własnej przyjemności

Czytelnik w czasach korony

Niespodziewany koronawirus wtrącił się w rozwój czytelnictwa. Jaki wpływ miała pandemia na zachowania czytelników i kulturę czytania (czytanie, kupowanie, sprzedaż i wypożyczanie książek)? Według badań przeprowadzonych w Czechach (2021) obroty księgarni spadły o 15-30%. Brakujące obroty były stopniowo zastępowane przez e-sklepy, ale zmieniła się struktura sprzedaży towarów. W tym samym czasie produkcja wydawnicza spadła o 18,5%.

Biblioteki były przez pewien czas zamknięte lub działały w trybie ograniczonym. Znalazło to odzwierciedlenie w zmianie ich funkcjonowania. Biblioteki w większym, stopniu zaczęły udostępniać zdigitalizowane zbiory, wzrosła liczba wypożyczonych e-booków, a także zwiększyła się działalność internetowa bibliotek. Wydarzenia kulturalne i edukacyjne bibliotek zostały przeniesione do przestrzeni online, co spowodowało wzrost liczby uczestników (bariera technologiczna okazała się mniej dotkliwa w porównaniu z barierą przestrzenną).

Pandemia dała czytelnikom więcej czasu, czyniąc czas ograniczeń pandemicznych czasem na czytanie.

Wzrosła liczba tych, którzy czytają i czas poświęcony na czytanie. W miarę rozwoju sytuacji gospodarczej po pandemii można założyć, że rosnące obawy o wzrost cen i inflacji będą miały wpływ na zachowania czytelnicze. Może się to przełożyć np. na oszczędności na zakupie książek czy większe wykorzystanie bibliotek publicznych.

Dlaczego musimy czytać i dlaczego mówimy o tym w tej publikacji?

#jestemciekaw

Dlaczego młodzi ludzie powinni czytać?

Po prostu po to, aby życie było piękniejsze i prostsze jednocześnie... Im lepsze umiejętności czytania, tym większe są szanse na dobrą pracę, poszerzają się horyzonty, rozwija się zdolność krytycznego myślenia. Młodzi ludzie, którzy czytają, nie tylko uczą się lepiej, ale także odnoszą większe sukcesy w życiu.

Czytanie jest działalnością społeczną, która pozostawia ślad społeczno-kulturowy. Nasza osobista aktywność czytelnicza sprawia, że jesteśmy częścią więzi społecznych. W czytaniu zawsze jest wbudowany moment dzielenia się, budowania sieci społecznościowych lub stworzenia połączenia interpersonalnego. Często postrzegamy czytanie jako sprawę indywidualną, a może nawet intymną. Czytamy tam, gdzie czujemy się dobrze, czytanie sprawia nam przyjemność. Jednocześnie odkrywamy, że uwielbiamy rozmawiać o tym, co czytamy, dzielić się tym, co czytamy z bliskimi, możemy przenieść to, co czytamy (np. morał z opowieści) do prawdziwego życia, angażujemy się w dyskusje o książkach, inspirujemy nasze otoczenie naszą aktywnością czytelniczą, lubimy polecać książkę bliskiej osobie/znajomemu, czytamy naszym dzieciom, opowiadamy historie z książek na spotkaniach, lepiej rozumiemy uczucia innych ludzi. Czytanie dla siebie zbliża nas do społeczeństwa.

Dlatego właśnie zadaniem przewodników artystycznych – rodziców, nauczycieli, wykładowców, pisarzy, bibliotekarzy, promotorów czytelnictwa i wielu innych "ważnych" dorosłych- jest zachęcanie dzieci do czytania i wspieranie ich aż do momentu, kiedy w pełni uświadomią sobie znaczenie czytania.



Literatura daje nam więcej

Literatura daje nam narzędzi poznania siebie i innych ludzi. Czytając opowieści i wiersze, możemy poznać i wczuć się w sytuacje i doświadczenia innych ludzi. A im bardziej zanurzamy się w historię, tym bardziej nas ona wciąga. Jednocześnie literatura wzbogaca i wzmacnia relacje międzyludzkie, otwierając drogę naszym przodkom.

Wszystko zaczyna się we wczesnym dzieciństwie, i prawdą jest, że jeśli fundamenty

są słabe, nie zbudujemy na nich domu. Być może, musimy powrócić do fundamentów i wzmocnić ich, a dopiero potem rozważyć rozbudowę budynku.

Nie musimy godzić się z tym, że umiejętność czytania dzieci i młodzieży jest słaba, nigdy nie jest za późno na to, aby zacząć czytać.

perspektywy zewnętrznej nagrody. Sam proces czytania ma dla nich wartość. Są w stanie dłużej stawiać czoła problemom, które mogą pojawić się w związku z czytaniem i mają ogólnie pozytywne nastawienie do czytania.

Wraz ze wzrostem poziomu rozwoju umiejętności czytania motywacja zmienia się z MUSZĘ – na CHCĘ.

Tak więc czytanie jest kwestią relacji. Nie jest to coś, z czym się rodzimy, ale to, co nabywamy, przede wszystkim dzięki środowiskom, w które wchodzimy (rodzina, szkoła, społeczeństwo).

Czasem nie jest łatwo odnaleźć motywację do czytania, ta niechęć może być nieoczywista i trudna do zdefiniowania, ale tak samo nieoczywisty może być sposób radzenia sobie z problemem. Na przykład, jeśli młoda osoba chce uczestniczyć w dyskusjach na temat książek w szkole lub na imprezie, musi przeczytać książkę, aby wziąć udział w rozmowie, więc nie zaczyna czytać dlatego, że chce, ale dlatego, że musi. Potem jednak jej nastawienie może ulec zmianie, książka staje się dla niej interesująca, a co za tym idzie, zmienia się motywacja do czytania.

Zmiana motywacji może być powodem do ponownego sięgnięcia po książkę.

Co z tym wszystkim możemy zrobić?

- Przekonujmy
 - Pytajmy
- Bądźmy zainteresowani
 - Zwróćmy uwagę na znaczenie motywacji młodego człowieka jako czytelnika
- Bądźmy świadomi motywów młodych ludzi, jeśli chodzi o czytanie i wybór książek

Jeśli chcemy pracować z motywacją, musimy zajrzeć **do wnętrza młodego człowieka przed nami**. Zadajmy mu kilka pytań, które pomogą nam (i jemu) poruszać się po jego pragnieniach i celach (automotywacja). Spróbujmy dowiedzieć się, jak się czuje podczas czytania i jak chciałby się czuć, czy czyta z własnych pobudek, czy dlatego, że zmuszają go do tego okoliczności zewnętrzne, czy uważa czytanie za sensowne i wartościowe zajęcie. Poniższe pytania mogą nam w tym pomóc:

PYTANIA DO PIERWSZEJ ROZMOWY O KSIĄŻKACH I SZTUCE LITERACKIEJ

OGÓLNE ROZMOWY O KSIĄŻKACH

Doświadczenie czytania:

- Dlaczego w ogóle czytasz?
- Co myślisz o czytaniu?

Preferencje czytelnicze:

- *Jaka była ostatnia książka, którą przeczytałeś? Co o niej myślisz?*
- *Czy czytasz kilka książek jednocześnie? Dlaczego? O czym są te książki?*
- *Jak często czytasz? Czy to ci wystarczy?*
- *Co pomogłoby ci czerpać przyjemność z czytania?*
- *Czy dobrze ci się czyta? Czy wręcz przeciwnie?*
- *Jakie książki czyta ci się najprzyjemniej?*
- *Jaki jest twój ulubiony gatunek/autor/l okres, w którym rozgrywa się historia? Dlaczego ?*
- *Jakie kryteria, musi spełniać książka, byś o niej powiedział: To dobra książka!*
- *Gdybyś miał przeczytać klasykę, co by to było?*
- *Czy dostałeś książkę na Boże Narodzenie? Od kogo? O czym była ta książka? Jak myślisz, dlaczego wybrali dla ciebie właśnie tę książkę ? Czy, twoim zdaniem, osoba, która podarowała tobie tę książkę, brała pod uwagę swoje osobiste upodobania, czy w stu procentach skupiła się na twoich preferencjach? Co o tym świadczy?*
- *Na urodziny otrzymałeś paczkę, która wygląda jak książka. Co chciałbyś w tej paczce znaleźć?*
- *Jaką książkę zabrałbyś na bezludną wyspę?*
- *Twoja ulubiona książka / autor w kraju i na świecie?*
- *O której książce chciałbyś zapomnieć, aby móc przeczytać ją znowu po raz pierwszy?*

Relacje z literaturą:

- *Z ilu książek składa się twoja domowa biblioteka? Jak wygląda?*
- *Jeśli ktoś inny spojrzy na twoją bibliotekę, co może o tobie powiedzieć na jej podstawie?*
- *Częściej kupujesz, dostajesz w prezencie czy wypożyczasz książki? Dlaczego?*
- *Czy robisz notatki w książkach? Jeśli tak, to jak one wyglądają?*
- *Czy zaglądasz na koniec książki ? Czy dotykasz okładki ?*
- *Czy traktujesz książki z szacunkiem?*
- *Czy lubisz dotykać papieru ? Jaki papier bardziej ci się podoba? Kredowy, biały, naturalny, twardszy, bardziej miękki? A może w ogóle cię to nie obchodzi?*
- *Czy masz swoją ulubioną zakładkę, skąd ją masz?*
- *Jaki rodzaj czcionki podoba ci się najbardziej?*
- *Czy lubisz pożyczać książki przyjaciołom i znajomym?*
- *Czy umiesz asertywnie prosić o zwrot swojej książki? Jak to robisz?*
- *Czy możesz wyobrazić siebie jako bibliotekarza? Co chciałbyś robić najbardziej?*

Ebooki i audiobooki:

- *Czy wolisz e-booki od książek tradycyjnych, czy odwrotnie? Dlaczego?*
- *Czy lubisz audiobooki?*
- *Czy masz ulubionego aktora, który czyta audiobooki? Jak opisałbyś jego głos i sposób w jaki go używa?*
- *Czy z audiobooka czerpiesz taką samą przyjemność jak z wersji drukowanej?*

ROZMOWY NA TEMAT KONKRETNEJ KSIĄŻKI

Oczekiwania

- *Czego oczekujesz od książki o takim tytule?*
- *Czy uważasz, że efekty wizualne książki są atrakcyjne? Tak/ nie, dlaczego?*
- *Co możesz powiedzieć o wyglądzie książki(okładka, czcionka, papier, ilustracje)?*
- *Czy czytałeś jakieś książki tego autora?*
- *Czy czytasz tę książkę po raz pierwszy? Jeśli tak, to czego się po niej spodziewasz?*
- *Jak bardzo jesteś zmotywowany do przeczytania tej książki?*
- *Czego potrzebujesz, aby zacząć czytać tę książkę?*
-

Podczas czytania

- *Zdania, wypowiedzi, które zwróciły twoją uwagę - czy jakieś podkreśliłeś/napisałeś?*
- *Co już wiedziałeś i czy zostało to potwierdzone?*
- *Jakie informacje są dla ciebie nowe?*
- *Co musisz jeszcze wyjaśnić?*
- *Czy coś w tej książce jest inne, niż myślałeś?*

Po przeczytaniu książki

- *W jaki sposób twoje oczekiwania wobec książki sprawdziły się ?*
- *Czy coś cię zaskoczyło?*
- *Czy coś cię poruszyło?*
- *Czy coś w tej historii cię zdenerwowało?*
- *Czy było coś niezrozumiałego?*
- *Który fragment wywołał najsilniejsze emocje?*
- *Opisz jednym słowem o czym była ta książka.*
- *Opisz jednym słowem swoje wrażenia po przeczytaniu tej książki.*
- *Jaką wartość twoim zdaniem ma opisana w tej książce historia?*
- *Gdyby ta książka była filmem, jakiego rodzaju muzyką byłaby ścieżką dźwiękową?*
- *Gdybyś miał zrobić film oparty na tej książce, jaki gatunek byś wybrał? Jakich aktorów obsadziłbyś w głównych rolach?*
- *Czy pomijałeś strony, fragmenty?*
- *Czy przeczytałeś zakończenie książki na samym początku? Jeśli tak, to czy żałowałeś tego?*
- *Jaki wątek najbardziej do ciebie przemówił? Dlaczego?*
- *Czy zapamiętasz tę historię?*
- *Czy znasz prawdziwą historię z życia, podobną do tej z książki?*
- *Komu poleciłbyś tę historię?*

- *Czy potrzebowałeś jakiejś konkretnej wiedzy, np. z historii, geografii lub innych dziedzin, aby lepiej zrozumieć historię? Jakiej?*
- *Czy mógłbyś zrezygnować z przeczytania tej książki, nie skończyć jej? Dlaczego?*
- *Czy zmieniłbyś zakończenie historii? Jeśli tak, to w jaki sposób?*
- *Jak potoczy się ta historia dalej? Czy sięgnąłbyś po kontynuację tej historii?*
- *Jaki alternatywny tytuł nadałbyś tej książce?*

Autor

- *Czy podczas czytania wyobrażałeś sobie, jak autor pisze książkę? Jak wygląda miejsce, w którym tworzy, jakie ubranie ma na sobie?*
- *Co myślisz o autorze po przeczytaniu tej książki?*
- *W jakim wieku mógł napisać tę historię? Dlaczego tak myślisz?*
- *Czy używa własnego nazwiska lub pseudonimu? Czy używa żeńskiego czy męskiego pseudonimu?*
- *Co wiedziałeś o autorze przed przeczytaniem książki?*
- *Co wiesz o nim po przeczytaniu?*
- *Czy chciałbyś poznać autora? Co byś mu powiedział?*

Postacie

- *Czy w jakikolwiek sposób identyfikujesz się z głównym bohaterem? Czy podczas czytania czułeś się jak on/ona?*
- *Czy kibicowałem bohaterowi w jego działaniach?*
- *Czy złapałeś się na myśli, że oceniasz bohatera?*
- *Czy podobał ci się główny bohater? Tak/nie? Dlaczego?*
- *Czy imię postaci pasowało do jego charakteru? Czy to ma to jakieś znaczenie?*
- *Czy bylibyście przyjaciółmi?*
- *Czy mógłbyś zakochać się w takiej osobie?*
- *Czy postać przypominała ci, wizualnie, prawdziwą osobę, którą znam?*
- *Czy postać przypominała ci prawdziwą osobę, którą znasz?*
- *Z którą postacią w historii masz najwięcej wspólnego? Co konkretnie?*
- *Z którą postacią masz najmniej wspólnego?*
- *Czy chciałbyś, aby któraś z postaci była prawdziwa? Dlaczego?*
- *Jak psycholog / sportowiec / matematyk / opisałby głównego bohatera?*
- *Historię której postaci chciałbyś przeżyć na nowo?*



Wygląd konkretnej książki

- Czy ta książka miała zapach?
- Jaki?
- Jaki papier został użyty?
- Jak wyglądała okładka? Twoim zdaniem, czy istniał powód, aby wybrać właśnie taką okładkę?
- Jaką czcionkę zastosowano? Czy pasowała do książki?
- Czy książka została zilustrowana?
- Czy wybór ilustratora i stylu pasował do charakteru opowieści?
- Czy zrozumiałbyś tę historię na podstawie samych ilustracji?

MŁODZI LUDZIE A CZYTANIE



Czy młodzi ludzie mało czytają?

#czyfacebooksięliczy?

Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa. Wyraźnie widać, że obecnie dzieci i młodzież czytają mniej niż w czasach, gdy nie miały do wyboru innych, atrakcyjniejszych alternatyw - telewizji, komputera, telefonu i świata online. Jest tyle ciekawszych rzeczy, które mogą robić. Są to przede wszystkim zajęcia, które angażują wiele zmysłów i przez to są bardziej atrakcyjne dla młodych ludzi. Czytanie po prostu angażuje niewiele zmysłów, co stawia je w niekorzystnej sytuacji w porównaniu z innymi formami.

Na przykład w wieku 13-17 lat tylko 22% młodych ludzi wybiera czytanie jako sposób spędzania wolnego czasu. Wolą spędzać czas ze znajomymi (prawie 79%).

Młodzi ludzie wyraźnie skłaniają się ku mediom elektronicznym i preferują bierne formy spędzania czasu wolnego od aktywnych. Stosunek do czytania jest najgorszy w wieku 17 lat, zgodnie z wynikami słowackiego sondażu - w tym wieku średnio aż 47% nie czyta książek. Prawie połowę młodzieży w wieku 13-17 lat można uznać za stałych czytelników książek (książka, przeczytana tydzień temu, wczoraj lub dzisiaj), zdecydowanie więcej jest ich wśród dziewcząt niż chłopców (53% : 40%).

Kiedy młody człowiek dobrowolnie sięga po książkę

w sytuacji kiedy:

może wybierać, co i kiedy czytać,

nie może robić nic innego (np. znajduje się w miejscu, gdzie nie WiFi, jest chory, podróżuje itp.),

zawsze będzie wolał czytać niż uczyć się przedmiotu, którego nie lubi

jego koledzy i koleżanki z klasy też czytają, rozmawiają o tym i on też chce być "w temacie"

potrafi podzielić się z innymi swoimi spostrzeżeniami z tego, co przeczytał,

zna część historii i chce wiedzieć, co będzie dalej,

informacje są dla niego przydatne i interesujące (dostrzega korzyści z czytania),

wie, co lubi (w literaturze), ma ulubiony gatunek/autora,

czytanie jest zabawą, relaksem, rozwojem kreatywności

chce uciec, szuka zrozumienia, którego nie może znaleźć w prawdziwym życiu, chce żyć historią, fantazją itp.

Znajomość tych powodów może ułatwić pedagogom, bibliotekarzom i rodzicom poszukiwanie motywacji dla konkretnego dziecka, młodzieży czy ucznia. Młody człowiek często nie ma pojęcia, co mu się podoba w literaturze, nie zna jej zalet.

Spróbujmy pokazać młodym ludziom nowe gatunki literackie, naszkicować fragment opowieści, opowiedzieć o tym, co my, dorośli, lubimy czytać. Zwróćmy uwagę na to, co czytają jego rówieśnicy, co lubi robić, co go interesuje = pomóżmy jemu i sobie odkryć motywację , który jest pierwszym krokiem do świata nowych doświadczeń czytelnicznych.

Co motywuje młodych do czytania?

- **zabawa, relaks** - przodują ci, którzy odkryli, że czytanie jest zabawą;

- **ciekawość i kreatywność** – potrzeba odpowiedzi na ważne pytania, możliwość wyrażania się i realizowania poprzez literaturę;

- **sojalizacja** – poprzez czytanie tworzą się relacje, buduje się życie społeczne, młodzież może być częścią społeczności;

- **obowiązek** – muszą czytać, aby sprostać określonym zadaniom, oczekiwaniom dorosłego, aby lepiej sobie radzić z przeszkodami/próbkami, które czekają na nich w życiu;

- **rozwój osobisty** – potrzeba poszerzania horyzontów, uzupełniania braków, zdobywania nowych i ewaluacji starych informacji;

- **rozumienie/wsparcie** - książka może być przyjacielem, pomocą w trudnych chwilach, może pomóc odnaleźć drogę, znaleźć rozwiązania w sytuacjach życiowych, uciec od rzeczywistości lub znaleźć alternatywne rozwiązanie;

- **orientacja/zakotwiczenie w świecie** – rozwój empatii i dzięki temu lepsze rozumienie ludzi i rzeczy wokół siebie, łączenie wiedzy i znaczeń, rozumienie kontekstów.

Preferencje czytelników Generacji Z i Alfa

Preferencje gatunkowe i tematyczne młodzieży czytelniczej odzwierciedlają ofertę rynku medialnego.

Wśród dzisiejszej młodzieży, największą popularnością cieszy się opcja-

„żadnych preferencji czytelniczych” (24% chłopców i 9,5% dziewcząt).

Największy sukces odniosła powieść grozy (15% chłopców i 18% dziewcząt),

powieść młodzieżowa (4% chłopców i 25% dziewcząt),

powieść romantyczna (18% dziewcząt i 1% chłopców),

powieść wojenna (14% chłopców i 3% dziewcząt),

powieść historyczno-przygodowa (10% chłopców i 6% dziewcząt),

powieść kryminalna (6% dziewcząt i 7% chłopców),

powieść biograficzna (5% chłopców i 6% dziewcząt),

powieść religijna (2% chłopców i 3% dziewcząt),

bajki i baśnie (1,64% chłopców i 2,24% dziewcząt).

Przyjrzyjmy się sylwetce Zanny, raczej nie zainteresuje jej los Janka Muzykanta, znajomość tych dzieł na pewno jej się przyda, ale raczej nie będzie to literatura, która skłoni ZANNĘ do regularnego czytania. Może najpierw będzie się zaczytywać jakąś sagą o wampirach albo nordyckim kryminałem dla nastolatków, ale ważne, że zaczęła czytać. Później ZANNĘ może zainteresować także historia Izabeli Łęckiej, ale to nie „Lalka” obudzi miłość Zanny do czytania. My – przewodnicy – powinniśmy elastycznie reagować na zapotrzebowanie czytelnicze młodych ludzi bez obaw o utratę reputacji czy pogwałcenie naszych zasad.

Niech młodzi czytelnicy najpierw „zjedzą” to, co lubią, a my stopniowo pokażemy im, że są też „zdrowsze”, nowe, nieznanne, ale ciekawe smaki. W końcu apetyt rośnie w miarę jedzenia.

Książkowi wszystkożercy #sątuhamburgery?

Określenie „książkowi wszystkożercy” jest pochodną szerszej nazwy „wszystkożercy kulturowi”. To określenie wcale nie jest obraźliwe, oznacza twórców i konsumentów tzw. „nowej kultury” (przynajmniej od lat 90-tych XX wieku), która rozwinęła się na zasadzie przeciwwagi do „starej kultury” snobów, którzy początkowo nie akceptowali żadnej innej kultury, oprócz wyższej.

Pod wpływem okoliczności, z biegiem czasu, elity były w stanie zaakceptować jako „swoją” kulturę, pierwotnie przeznaczoną dla mas. Okazało się, że im wyższy status społeczno-ekonomiczny mają ludzie, tym bardziej zróżnicowaną kulturę konsumują. Jednocześnie prawdą jest, że poszukują kultury znacznie częściej niż inni. Termin „wszystkożerca kulturowy” podkreśla zatem



umiejętność doceniania najróżniejszych form kultury i właśnie ta postawa otwartości na wszystkie gatunki kulturowe wyróżnia kulturowego wszystkożercę .

Czy możemy jakoś wesprzeć tę " wszystkożerność" ?

Rozumienie literatury zakłada rozumienie kultury jako symbolicznego kodu, który człowiek nabywa albo poprzez absorpcję ze środowiska rodzinnego, albo poprzez edukację. Wychodzimy z założenia, że dzieło sztuki ma sens i interesuje tylko tych, którzy mają wystarczające kompetencje kulturowe, czyli potrafią poprawnie rozszyfrować sztukę. Ci, którzy nie opanują określonego kodu, czują się zagubieni w chaosie liter, słów, zdań i znaczeń.

Spróbujmy sprawić, by młodzi ludzie rozumieli sztukę w formie dzieła literackiego. Jeśli tego nie zrozumieją, nigdy nie będą mieli pełnego doświadczenia czytania.

Od czego mamy zacząć?

W rodzinie, szkole, bibliotece?

Wszędzie tam, gdzie młodzi ludzie mogą nabyć niezbędne kompetencje poprzez bezpośredni kontakt z dziełami sztuki, lub na spotkaniu z osobami, które te kompetencje już posiadają.

Młodsze pokolenie jest bardziej skłonne do akceptacji wielu gatunków literackich, jest bardziej wszystkożerne niż dorośli lub osoby starsze. W dzieciństwie i okresie dojrzewania wciąż kształtuje się smak (zmysł estetyczny). Potrzeba wyróżniania się, otwartość na nowe/nieznane to pozytywne czynniki, które mogą ułatwić nam wysiłek kształtowania zmysłu estetycznego.

PROMUJMY CZYTANIE W SZKOŁACH

Oprócz rodziny, która jest kluczowym elementem w kształtowaniu pozytywnego nastawienia do czytania i książek są także inne instytucje. Ważną grupą osób, które potrafią naprowadzić dzieci na czytelnictwo jesteśmy my – przewodnicy młodzieży w świecie sztuki słownej. Reprezentujemy większe lub mniejsze instytucje, w których pracujemy ze słowem, książką i piękną literaturą, najczęściej są to szkoły, biblioteki, organizacje non-profit, muzea i galerie, instytucje kultury, ale także księgarnie i wydawnictwa. Dzięki nam bezpośredni kontakt młodego człowieka z literaturą artystyczną może mieć miejsce na lekcjach języka i literatury polskiej, na wydarzeniach bibliotecznych lub w księgarniach, ale także podczas prezentacji twórczości lokalnych lub krajowych autorów w galeriach lub domach kultury . W tych miejscach postaramy się stworzyć przestrzeń do tworzenia relacji społecznych wśród młodych ludzi, którzy lubią czytać Spróbujmy zaszcześcić w jak największej liczbie młodych ludzi miłość do literatury, przecież już mamy tę miłość w sobie.

SZKOŁA



Jak możemy dalej wspierać czytelnictwo młodych ludzi? Zachęcajmy je do zadawania pytań podczas czytania, dostrzegania argumentów w tekście, analizowania informacji itp. Bądźmy mentorami czytania i pracy z tekstem. **Uwierzmy, że czytanie można łatwo włączyć do każdej lekcji.** Zapomnijmy o przeszkodach i stereotypach dotyczących braku czasu, profesjonalnej kadry, doświadczenia czy zasobów. W dalszej części tego rozdziału przedstawiamy kilka wskazówek, jak to zrobić innowacyjnie, w sposób interesujący także dla młodych ludzi i możliwy do zastosowania w środowisku szkolnym. Jeśli tego nie zrobimy, po prostu nie będziemy mieć dobrych uczniów, którzy wyrosną na zadowolonych młodych ludzi, ponieważ czytanie dotyczy nie tylko wszystkich przedmiotów w szkole, ale wszystkich dziedzin życia człowieka.

SZKOŁA NIE JEST PRZYGOTOWYWANIEM DO ŻYCIA. SZKOŁA JEST ŻYCIEM.

CZYTANIE OTWIERA OKNO NA ŚWIAT #likeawindow

Szkoła ma drugi co do znaczenia wpływ na rozwój umiejętności czytania po rodzinie. Rozwijają ją jednak głównie na najniższym poziomie. Ten, kto nie opanował umiejętności czytania, jest całkowicie zagubiony we współczesnym społeczeństwie. Ta umiejętność pomaga nam stawić czoła pewnym pułapkom świata, ale świat wciąż może pozostać dla nas miejscem niezrozumiałym.

Jiří Trávníček, literaturoznawca, od dawna badający czytanie w Czechach, wyróżnia trzy poziomy czytania. Rozwijając umiejętność czytania, przechodzimy od: umiejętności, poprzez kompetencje do habitus (nawyk).

Mieć kompetencje do czytania oznacza być funkcjonalnie piśmiennym, a zatem zdolnym do radzenia sobie w świecie. Jednak brak „nawyku” czytania ogranicza nas jedynie do pragmatycznego minimum. A ponieważ czytanie nie jest dla nas oczywiste, nie może też być dla nas przyjemnością.

Tylko wtedy, gdy będziemy czytać także jako habitus (nawyk), możemy uważać się za kulturowo spełnionych. Możemy czerpać przyjemność z czytania, a przyjemność zwiększa naszą zdolność rozumienia tekstów. W miarę, jak czytanie staje się mniej przyjemne, spada liczba czytanych książek i zainteresowanie nimi.

Nie powinien więc dziwić fakt, że dwie piąte (40%) 15-latków czyta książki nie dla przyjemności, ale dlatego, że musi. Radość z czytania od najmłodszych lat zastępuje zestaw obowiązków związanych z czytaniem. Dla niektórych czytanie dla przyjemności powraca w starszym wieku. Nastolatki zwykle nie osiągają poziomu habitusu. Ich kompetencje czytelnicze mogą być na różnym poziomie, mimo że przechodzą ten sam proces edukacyjny co ich rówieśnicy (te same metody w tym samym wieku). Wiąże się to z faktem, że czytanie w szkołach rozwijane jest tylko do poziomu umiejętności, a zapomina się o innych poziomach (kompetencjach i habitusie).

Międzynarodowe testy uczniów PISA oprócz matematyki i nauk ścisłych mierzy umiejętność czytania przez

uczniów. Spośród krajów Europy Środkowej najlepsze wyniki osiąga Polska. Uczniowie w Czechach plasują się wśród przeciętnych, Słowacja jest już wśród krajów poniżej średniej w OECD (2018). Testy wykazały, że uczniowie czytali albo wcale, albo czytali bardzo mało beletrystyki. I to właśnie wydaje się być bardzo ważne dla rozwoju umiejętności czytania i ma wpływ na wyniki uczniów. **Pozytywną wiadomością jest to, że czas spędzony na czytaniu wśród uczniów, którzy lubią czytać, wydłużył się. Na przykład na Słowacji uczniowie, którzy czytają beletrystykę kilka razy w tygodniu, osiągają znacznie wyższy wynik w zakresie umiejętności czytania (do 78 punktów) niż uczniowie, którzy nigdy lub prawie nigdy nie czytają beletrystyki.**



Wyniki badań potwierdzają potrzebę rozwijania czytelnictwa na wyższych poziomach, a tym samym dojścia do stanu, w którym młodzież może czerpać przyjemność z czytania, rozumieć czytany tekst i dostrzegać nie tylko potrzebę czytania, ale także inne korzyści, jakie niesie ze sobą czytanie.

POROZMAWIAJMY Z MŁODZIEŻĄ O KSIĄŻKACH I SZTUCE

Na naszych zajęciach możemy zachęcić lub rozpocząć nieformalną dyskusję na temat książek, które czytają młodzi ludzie. Jeśli będziemy to robić regularnie, nie będzie to nas kosztować wiele wysiłku, a będziemy w stanie wpłynąć na ich stosunek do czytania i dać im bezpośredni kontakt ze sztuką literacką.

Ale najpierw zadajmy sobie pytania

Spróbujmy odpowiedzieć na te pytania, które Tibor Hujdič, znany propagator czytelnictwa, tak często zadaje w swoich wykładach:

Jaka jest kultura czytania w naszej rodzinie/szkole?

Pytania do przewodników po sztuce literackiej:

Czy codziennie czytam swoim dzieciom (moje dzieci jako dzieci w domu, dzieci w klasie)?

Czy pozwalam im wybierać, co czytać?

Czy mamy bibliotekę w domu/szkole?

- Czy odwiedzamy bibliotekę?
- Czy zachęcam moje dzieci do czytania w domu?
- Czy zachęcam rodziców moich dzieci do czytania im w domu?
- Mają n 15 minut dziennie na spokojne czytanie?
- Czy sam jestem czytelnikiem?
- Czy rozmawiam z dziećmi, które pasjonują się czytaniem?
- Czy czytają książki, które są dla nich odpowiednie?
- Czy czytam książki, które oni sami czytają?
- Czy daję dzieciom przestrzeń na rozmowę o tym, co czytają?
- Czy wierzę, że każde dziecko może być czytelnikiem?
- Czy czytanie jest karą dla moich dzieci?

Co stoi na przeszkodzie poprawie umiejętności czytania?

Surowy zakaz czytania w szkołach

Czy uczniowie mają możliwość przeczytania książki przyniesionej z domu w szkole? Czy mogą czytać to, co im się podoba? Od czwartej klasy czytanie w szkole ustaje, a dzieci w szkole w ogóle nie czytają tego, co chciałyby. Nauczyciele najczęściej argumentują, że na innych zajęciach (poza literaturą) nie ma czasu na czytanie.

Tibor Hujdič, znany dzieciom jako Pan Marchewka, podczas akcji wsparcia czytelnictwa w szkołach stara się skłonić dyrekcję szkoły, nauczycieli i opinię publiczną do refleksji nad miejscem i rolą czytania w edukacji szkolnej. Jednocześnie zwraca uwagę, że nie należy akceptować istniejącego stanu czytelnictwa w szkołach. Jeśli obniżymy nasze wymagania i zadowolimy się faktem, że dzieci nie czytają, a będziemy się cieszyć jeśli przeczytają cokolwiek, to przyniesie dokładnie odwrotny skutek. Nie pomoże to również w utrzymaniu obecnego poziomu czytelnictwa.



A może by tak na zebraniach nauczycielskich zadać pytanie o potrzebę i korzyści płynące z udziału nauczycieli i/lub uczniów w warsztatach prowadzonych przez zapalonych popularyzatorów czytelnictwa w naszej szkole? **Wielu twórców literatury dla dzieci i młodzieży, a także ilustratorów swoją działalnością promuje również czytelnictwo. Dajmy im przestrzeń na naszych zajęciach.** Ciekawe informacje, artykuły, pomysły i działania oferują również platformy internetowe.



Jak ułatwić czytanie ?

powiedzmy uczniom, na czym mają się **skupić**

zaproponujmy im **więcej** zdjęć, obrazów, ilustracji

wskażmy **słowa kluczowe**,

skróćmy tekst.

TA PÓŁKA JEST NIEBEZPIECZNA. BĘDZIECIE CHCIELI PRZECZYTAĆ WSZYSTKO.



Biblioteki szkolne i klasowe

„Raj musi wyglądać jak biblioteka”, taki był pomysł Jorge Luisa Borgesa, przedstawiciela literatury latynoamerykańskiej. Biblioteki były częstym motywem jego twórczości literackiej i gdyby naprawdę istniały, byłyby najpiękniejszymi bibliotekami świata. Nawet osoba, która nie przeczytała w życiu ani jednej książki, chciałaby odwiedzić taką bibliotekę, są magiczne. Gdybyśmy zdołali stworzyć takie biblioteki w szkołach, wygralibyśmy co najmniej w połowie.

Zapomnijmy o wszelkich formalnościach związanych z założeniem biblioteki szkolnej (od koncepcji, przez ustawy i rozporządzenia, wytyczne metodyczne, po międzynarodowe wytyczne i edukację informacyjną). Pomyślmy o tym, że uczniowie i studenci potrzebują bibliotek w szkołach. Stwórzmy przestrzeń do kontaktów młodzieży z literaturą.



Przyciągniemy dzieci atrakcyjnym otoczeniem i elementami rekreacyjnymi.

Biblioteka powinna być architektonicznym sercem szkoły, tak aby uczniowie codziennie przechodzili obok niej lub bezpośrednio przez nią.

Dzięki funkcjonalnemu systemowi samodzielnego wypożyczania możemy obniżyć koszty operacyjne. Nawet jeśli kilka książek nie zostanie zwróconych, i tak jest to tańsze niż płacenie bibliotekarzowi.

Zaufajmy naszym młodym czytelnikom, a to zaufanie nam się opłaci.

Jeśli nie mamy możliwości stworzenia biblioteki, stwórzmy chociaż przestrzeń do spędzenia czasu z książką. Cicha przestrzeń, w której możesz czytać w spokoju.

W strefach wypoczynkowych ustawmy regały z książkami, którymi będziemy przyciągać uwagę, zainteresujmy młodych wystawami książek i nowościami książkowymi.

Umilmy uczniom/studentom czas oczekiwania na zajęcia.

Stwórzmy miejsce do dzielenia się doświadczeniami czytelniczymi, w którym uczniowie mogliby wymieniać się informacjami i wskazówkami dotyczącymi książek (na przykład drzewo "polecajek" książkowych na którym uczniowie mogą zostawić wiadomość swoim kolegom z klasy – jaką książkę przeczytali, co im się w niej podobało i dlaczego). W ten sposób uczniowie motywują się nawzajem przez pozytywny przykład rówieśników.

Młodzi ludzie a biblioteki



Dlaczego młodzi ludzie nie chodzą do biblioteki? #będzietam impreza? #niemapoco

Czy to jest prawda? Z badań przeprowadzonych na Słowacji wynika, że do biblioteki chodzi około 30% młodych ludzi. Czy to dużo czy mało? Na przestrzeni sześciu lat (2011 – 2017) został zaobserwowany spadek liczby odwiedzających biblioteki na Słowacji o 5%. Regularne korzystanie z bibliotek wśród młodzieży w wieku 13-17 lat wynosi zaledwie około 20%, co zdecydowanie wskazuje na niską frekwencję i jednocześnie wskazuje, że korzystanie z bibliotek nie jest dla młodych ludzi koniecznością.

Co mówią młodzi ludzie:

w bibliotece jest nudno

nic mnie tam nie interesuje

w bibliotece zawsze musi być cicho

czuję, że nie mogę czuć się swobodnie (weź książkę i wyjdź jak najszybciej),

nie mam powodu, żeby tam iść

wolę kupić książkę

nie mają tam wyboru, nie mogę tam znaleźć tego, czego potrzebuję.

nie z usług bibliotecznych nie jest dla młodzieży koniecznością.

Głównymi powodami, dla których młodzież nie chodzi do biblioteki, jest subiektywny brak zainteresowania młodzieży oraz niechęć do korzystania z usług bibliotecznych. Jeśli zapytamy nastolatka, dlaczego nie chodzi do biblioteki, odpowie nam tak:

nie mam czasu (29%)

wolałbym kupić książkę (23%)

nie chcę (19%)

nie lubię książek (10%)

nie jestem zadowolony z oferty biblioteki (10%),

biblioteka jest daleko (4,6%).

Inne przyczyny to: brak informacji o działalności i usługach biblioteki oraz obojętność jej pracowników. Stosunek młodego pokolenia do bibliotek wskazuje również na to, że biblioteki nie dbają o usługi dla młodzieży, a także nie czują potrzeby analizy zainteresowań młodzieży.

Ważnym czynnikiem wpływającym na stosunek młodych ludzi do książek i bibliotek jest potrzeba pozyskiwania i wykorzystywania informacji przez młodych ludzi do nauki, hobby i zainteresowań. Około 37% młodych ludzi nie ma żadnych zajęć pozaszkolnych ani zainteresowań, do których potrzebuje informacji. Nawet nauczyciele nie proszą uczniów wystarczająco często o szukanie informacji w bibliotekach. Młodzi ludzie wolą Internet jako źródło informacji. Zadania szkolne polegające na pozyskiwaniu informacji z pozaszkolnych źródeł pojawiają się sporadycznie. **Uczniowie nie są przyzwyczajeni do korzystania z biblioteki** jako instytucji nastawionej na naukę i zdobywanie informacji.

Młodzi ludzie nie chodzą do biblioteki, bo nie muszą. Nie otrzymują bodźców ze środowiska rodzinnego czy szkolnego, które skłoniłyby ich do wizyty w bibliotece.

Więc w czym problem? #jesteśproblemem

1. **Słaby związek szkoły z biblioteką**, samodzielną nauką i korzystaniem z zasobów informacyjnych. Częstotliwość samodzielnej pracy z zasobami pozalekcyjnymi jest mała. Rozwiązaniem jest integracja bibliotek i zasobów informacyjnych z edukacją (rozwiązanie systemowe), a także wsparcie komunikacji pomiędzy biblioteką a młodym czytelnikiem .

2. **Niski poziom interwencji czytelniczej w wieku przedszkolnym**. Zainteresowania czytelnicze i motywację do czytania w późniejszym wieku trzeba wspierać i kształtować już od najmłodszych lat, tu najważniejszą rolę odgrywa rodzic. Programy alfabetyzacji i czytania w rodzinie pomogą podnieść ten poziom. To obszar, którym zajmuje się również biblioteka w ramach wspólnotowej przestrzeni kulturalnej (np. zajęcia czytelnicze dla rodziców z dziećmi).

3. **Niewystarczające wsparcie czytelnictwa = czytanie dla przyjemności**. Czytanie dla przyjemności pojawia się w młodym wieku, jest zauważalne u uczniów klas II i III, a wraz z wiekiem zanika. Gdy tylko dziecko nauczy się czytać, ta czynność zostaje z nim i stopniowo staje się czynnością bardziej związaną z nauką i zdobywaniem informacji niż z doświadczeniem i czasem wolnym. W tym kierunku można rozwijać działania , mające na celu rozwijanie umiejętności czytania z zainteresowaniem w oparciu o świadomy wybór. Spróbujmy wprowadzić narzędzia wspierające motywację do czytania dla poszczególnych kategorii wiekowych (np. quizy czytelnicze, dyskusje z autorami, warsztaty czytelnicze i inne).

Sztuka w bibliotekach



Biblioteka jest instytucją kulturalną, edukacyjną i informacyjną, która zaspokaja potrzeby kulturalne, informacyjne, naukowo-badawcze i edukacyjne użytkowników oraz wspiera ich uczenie się przez całe życie.

Biblioteka to przede wszystkim miejsce, w którym można znaleźć piękno, a dokładniej - literaturę piękną.

Dosłownie, biblioteka może być ucieleśnieniem sztuki werbalnej.

Biblioteka wspiera uczestnictwo młodzieży w kulturze i kształtuje młodych ludzi na książkowych wszystkichożerców, czyli młodych ludzi z postawą otwartości na wszystkie gatunki literackie.

To, czy biblioteka będzie miejscem artystycznych doznań, czy tylko przestrzenią do gromadzenia książek, zależy od ludzi, którzy w danej bibliotece pracują (dyrekcja, pracownicy, autorzy) oraz od działań, które zdecydują się realizować.

Co młodzi ludzie robią w bibliotekach?

Ze statystyk wynika, że młodzi korzystają głównie z wypożyczalni książek. Nie interesuje ich czytelnia, doradztwo, dostęp do internetu i komputera czy wydarzenia organizowane w bibliotece. Wizyta nastolatka w bibliotece najczęściej wiąże się z potrzebą wypożyczenia książki do wykonania zadania szkolnego, lub też nastolatek chce wypożyczyć książkę, która go interesuje, a tak się składa, że nie ma możliwości kupienia jej lub pozyskania jej w formie elektronicznej. Aby zaspokoić te potrzeby młodych ludzi, wystarczyłoby, żeby biblioteki na bieżąco uzupełniały i powiększały swoje zasoby książkowe, ewentualnie można jeszcze przeszkolić bibliotekarza, aby jak najlepiej mógł doradzić młodemu człowiekowi. Młodzi czytelnicy nie uważają jednak zbiorów bibliotecznych i tradycyjnych usług bibliotecznych za coś najważniejszego. Chcieliby również korzystać z "nietradycyjnych" usług w bibliotece. Niestety, rzadko się zdarza, by młody człowiek przyszedł do biblioteki, ponieważ dzieje się tam coś ciekawego. A przecież takie wydarzenie może być dość silną motywacją, by udać się do biblioteki po raz pierwszy.

Pierwsza wizyta w bibliotece jest kluczowa!

Wystarczy odwiedzić bibliotekę po raz pierwszy i już nie będzie to tylko abstrakcyjnym słowem/nieznany miejscem, dlatego tak ważne są działania biblioteki, mające na celu dotarcie do potencjalnych gości: działania, dzięki którym, młody człowiek wychodzi z biblioteki w dobrym nastroju.

Jak to widzą młodzi ludzie (4 obszary przeszkód w bibliotekach)

Dla młodego pokolenia biblioteka stanowi szereg przeszkód związanych z jej lokalami, funkcjonowaniem, systemem bibliotecznym, personelem i działalnością. Wszystkie te czynniki wpływają na odwiedzającego i razem tworzą ogólne wrażenie i atmosferę. Pracując nad eliminacją lub łagodzeniem przeszkód, biblioteka może nie tylko lepiej dostosować się do młodych ludzi, ale także lepiej wypełniać swoją misję.

Celem jest, aby biblioteka była miejscem, do którego młodzi ludzie będą chętnie wracać, bo znaleźli to, czego szukali – dobrą książkę, przyjemne otoczenie, porady i wsparcie, a przede wszystkim **przyjemne doświadczenia**. Podstawą jest wiedza, czego chcą i potrzebują młodzi ludzie, poznanie ich oczekiwań i motywacji, a dzięki temu - uzyskanie podejścia do nich. Kolejnym krokiem jest odpowiednie reagowanie na potrzeby młodych ludzi poprzez wprowadzanie odpowiednich rozwiązań, m.in. odpowiednie programy i aktywności, innowacyjne rozwiązania.

1. Przestrzeń



Co młodym ludziom nie podoba się w bibliotekach:

- Nie potrafię się odnaleźć , czuje się zagubiony.
- Nie mam gdzie usiąść , zostawić rzeczy, odłożyć książek, które chcę wypożyczyć

Czym, według młodych, musi być biblioteka:



- **Przestrzeń do pracy, gdzie można tworzyć i korzystać z potrzebnych materiałów i narzędzi do pracy,**

- **Miejsce spotkań (centrum spotkań, miejsce prowadzenia warsztatów, kawiarnia)**

Lokale biblioteczne często nie spełniają wyobrażeń młodego pokolenia o miejscu, gdzie chciałoby się spędzić wolny czas. Nie chodzi tylko o wnętrza, ale o ogólne wrażenie, jakie to miejsce wywiera na gościach. Jeśli po pierwszej wizycie zapamiętają tę przestrzeń jako zimną, surową i sterylną , to nie będą chcieli tu wracać. Zmieńmy biblioteki w przyjazne miejsca, gdzie młodzi ludzie mogą dzielić się swoimi opiniami, realizować projekty i spotykać się ze sobą, niech biblioteka będzie miejscem, w którym dobrze się czują. Pozwólmy im współtworzyć miejsce, w którym czują się dobrze.

Biblioteka Publiczna w Kansas City(USA) to dobry przykład tego, jak może wyglądać biblioteka:

<https://kclibrary.org/community-services/for-educators/services-at-library>

Biblioteka jest dla ludzi, nie dla książek

#cosdlamnie

Przecież nie zbudujemy bibliotek według tego, jak wyobrażają to sobie młodzi ludzie!.. A jednak takie biblioteki istnieją, m.in. biblioteka przeznaczona dla dzieci i młodzieży w wieku od 10 do 15 lat, Biblo Toyen w Oslo. Jest wiele miejsc, do których wstęp mają tylko osoby pełnoletnie. Dzieci i młodzież też zasługują na swoje miejsce, w którym mogą być same. Mogą spędzać czas w klubach szkolnych do 4 klasy, w 5 klasie nie mają już takiej możliwości, więc biblioteka powstała z myślą o wspieraniu łączenia różnych środowisk, ale także wypełnianiu luki w spędzaniu czasu wolnego dzieci i młodzieży pomiędzy IV klasą szkoły podstawowej a liceum.

Za wyjątkiem pracowników biblioteki obowiązuje całkowity zakaz wstępu dla osób dorosłych. Rodzice mogą

czekać na zewnątrz, w „Poczekalni” w formie opuszczonej kabiny kolejki linowej, która znajduje się przed wejściem do biblioteki. Wnętrze biblioteki podzielone jest na kilka części, bardziej otwarte przestrzenie przeplatają się z bardziej zamkniętymi miejscami do siedzenia, leżenia czy nauki. Lustrzany korytarz prowadzi do przyjemnej części wypoczynkowej dla większych grup lub do samochodów, sof i kabin kolejek linowych, w których dzieci mogą usiąść, zrobić zadanie domowe, zagrać w szachy, gry planszowe lub po prostu ukryć się przed światem.

Niezwykły wygląd całej biblioteki twórcy zawdzięczają planowaniu wraz z młodzieżą. Tworząc bibliotekę, zapytali grupę docelową, czego by chcieli, o czym marzą i czego sobie życzą. Ale otwarcie biblioteki nie zakończyło udziału młodych czytelników w jej funkcjonowaniu. Młodzi ludzie nadal biorą udział w decydowaniu o tym, jak będzie wyglądać biblioteka i co się w niej będzie działo.



Ikongrafika: jak dołączyć do nas i zostać czytelnikiem/czytelniczką.

Chcesz czytać?-znajdź nas-odwiedź naszą placówkę -wypełnij formularz-wejdz pomiędzy regały- i już jesteś czytelnikiem-wnieś opłatę członkowską-wyberz książkę-i zacznij czytać-jesteśmy tu dla was - biblioteka w Koszycach.

Instrukcja korzystania z biblioteki

Dawno, dawno temu, kiedy kazali nam przeczytać lekturę, udawaliśmy się do biblioteki. Dziś nastolatek najpierw sprawdza w internecie, czy może znaleźć książkę w internecie, potem sprawdza, ile książka kosztowałaby w księgarni, a jeśli nie uda mu się wykonać tych dwóch kroków, następuje kolejne poszukiwanie: gdzie jest biblioteka, czy jest otwarte, czy można zarejestrować się online, jaka jest opłata rejestracyjna, jak zamówić itp. Byłoby idealnie dla takiego czytelnika, gdyby mógł bezpośrednio odebrać potrzebną mu książkę za pomocą kilku prostych kliknięć w Internecie. Cóż, wygląda na to, że w większości bibliotek nie posunęliśmy się jeszcze tak daleko. Zwykle musi zarejestrować się fizycznie, a następnie opanować system rezerwacji. Jeśli ominie te pułapki, będzie mógł w końcu pożyczyć książkę (jeśli jest dostępna, ponieważ jego pozostałych 20 kolegów z klasy otrzymało to samo zadanie w szkole). Jednak z pewnością wykona wspomniane obowiązkowe czynności w Internecie. Aby mógł łatwo znaleźć wszystko, czego szuka, biblioteka powinna być gotowa. Na przykład bardzo pomocne są jasne instrukcje „jak to zrobić” za pośrednictwem infografik.

Przykład infografiki „Jak zostać czytelnikiem”,
Koszycska biblioteka młodzieżowa

Obrázok, zdroj: <https://www.kosicekmk.sk/index.php/extensions/sluzby/pre-skoly>

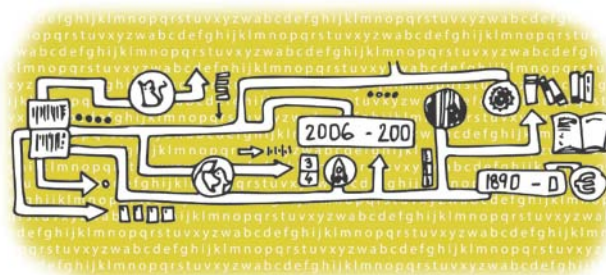
Odwróćmy problem!

Czasami najprostsze rozwiązanie jest również najbardziej odpowiednie. Jeśli nie wiemy, jak sprawić, by biblioteka była naprawdę ciekawa dla młodszego pokolenia, postarajmy się przynajmniej, żeby nie stała się dla nich odpychająca.

Odpowiedzmy sobie na pytanie : Jak powstrzymać nastolatka przed przyjściem do biblioteki?

Wtedy dowiemy się, co najbardziej zniechęca nastolatków w bibliotece i jednocześnie ominiemy największe bariery. Największe przeszkody nie są tak naprawdę trudne do usunięcia. Czasem wystarczy tylko uśmiechnąć się do nastolatka lub powiedzieć do niego coś miłego.

2. System biblioteczny i fundusz biblioteczny



Bariery i rozwiązania:

- **Nie mogę znaleźć książki, książki są jakoś dziwnie ułożone** (przydałaby się mapa lub plan).
- **Najciekawsze lub najdroższe książki albo albo książki, których potrzebuję do szkoły, są wiecznie wypożyczone lub w ogóle ich nie ma** (monitoruj popyt na książki i trendy w czytelnicznych priorytetach młodzieży).
- **Brakuje mi nowych formatów - e-booków, audiobooków, muzyki** (jednocześnie można by je wykorzystać do stworzenia przyjemnej atmosfery w bibliotece - kojąca muzyka w przestrzeniach bibliotecznych).

Czego chcą młodzi

- Prosta i przejrzysta instrukcja korzystania z biblioteki, innowacyjny system kategoryzacji książek,
- łatwe znalezienie książki, którą są zainteresowani lub której potrzebują.

Biblioteczny system kategoryzacji wciąż stanowi wielką zagadkę nawet dla wielu dorosłych. A co z 12-letnim początkującym czytelnikiem, który chce przeżyć kolejną przygodę z czytaniem? Jak odnajdzie się w chaosie? Być może, wystarczyłoby uporządkować książki dla dzieci i młodzieży tematycznie (a nie alfabetycznie) i uprościć orientację wizualną – za pomocą kolorów, obrazków czy wypowiedzi w dymkach.



Książki ustawione tematycznie

Młodzi ludzie zazwyczaj nie szukają książek według autora, ale według gatunku lub tematu, który ich interesuje. Łatwiej jest im odnaleźć się w działach z tytułami takimi jak: suspens, morderstwa i tajemnice, romanse, historia, sport, komiksy, wszystko po angielsku,..., czy wśród półek z kuszącymi tytułami "przyprawia cię o dreszcze" lub „zmienią twoje życie”. Co powiecie na półki zamontowane na szynach, żeby można było przesuwac i przestawiac je w zależności od potrzeb? Same książki mogą zbliżac się do swoich czytelników lub wręcz przeciwnie, oddalać się od nich, w zależności od tego, co jest w danym momencie pożądane.

(Inspirującą wskazówką jest Picture Book Library (Iwaki, Japonia), która jest także muzeum książek obrazkowych dla dzieci i wystawia książki jako dzieła sztuki:

System oparty na zaufaniu

Nawet ustawienie książek we właściwym miejscu może przyczynić się do lepszej orientacji czytelników w bibliotece. Dziś robią to zwykle bibliotekarze, ale w krajach nordyckich biblioteki stosują bardziej innowacyjne rozwiązania: każda książka ma swój własny chip, a dzieci mają elektroniczny identyfikator, który można sparować z książkami. Jak coś wypożyczą to jest to dopisane do ich karty, a jak oddają książkę to nie wkładają jej gdzieś do pudełka, żeby bibliotekarz zaniósł ją na właściwe miejsce, tylko dostają informację z systemu na której półce książkę zostawić. To naprawdę działa.

Zburzmy ustalony porządek!

Spróbujmy zastąpić szereg nakazów/zakazów w bibliotekach szeregiem zaleceń i usprawnień. Zastąpmy słowa „musisz, nie wolno” słowami „możesz, masz prawo, jeśli chcesz” i otwierajmy przed młodym człowiekiem możliwości zamiast je zamykać.

Przyjrzyjmy się kilku zasadom, czego nie wolno robić w bibliotece. Jak brzmiałyby sformułowane w formie dopuszczającej? Stwórzmy wspólnie z młodymi czytelnikami (zatwierdzone przez nich i dyrekcję biblioteki) takie „uprawnienia” i umieśćmy je w widocznym miejscu.

Przykład zmiany reguł w bibliotece #likeit

| Regulamin biblioteki | Zmiana |
|---|--|
| W bibliotece zachowuję się cicho i nie przeszkadzam innym (w tym bibliotekarzowi). | <ul style="list-style-type: none">• Mam możliwość zadawania pytań, jeśli chcę się czegoś dowiedzieć.• Mam prawo wyrażać radość (śmiech i radość), jeśli coś w książce mnie bawi, ale także smucić się, jeśli podczas czytania jest mi smutno.• Potrafię zapytać o opinię i doświadczenia innych osób z książką, którą chcę wypożyczyć. |
| W bibliotece obowiązuje całkowity zakaz jedzenia i picia. | <ul style="list-style-type: none">• Mogę zaspokoić głód i pragnienie, odpoczywając. Jeśli mam na coś ochotę - pójdę do stołówki, kąciku kuchennego.. |

| | |
|---|--|
| <p>Student może wypożyczyć maksymalnie 2 książki.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mogę dotykać książek, patrzeć na nie, przeglądać je i czytać bezpośrednio w bibliotece. Ciekawość nie zna granic. Wypożycz tyle książek, ile potrzebujesz. |
| <p>Przed wejściem na dywan należy zdjąć buty.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Poczuj się tu jak w domu, zdejmij buty i usiądź wygodnie. |

3. Personel



Bariery i rozwiązania:

- **Mam wrażenie, że pracownicy nie mają dostatecznego rozeznania w literaturze lub w ogóle nie znają się na literaturze** (przy doborze pracowników należy zwracać szczególną uwagę na związek z literaturą i regularnie szkolić ich z zakresu pracy z młodzieżą).
- **Kiedy potrzebuję pomocy, nie mam się do kogo zwrócić lub mam nieprzyjemne wrażenie, że przeszkadzam** (można rozwiązać braki kadrowe w bibliotekach wolontariatem dla młodych ludzi lub ofertą staży studenckich).

Czego chcą młodzi ludzie (potrzeby/wymagania):

- równe, partnerskie podejście,
- fachowość ze strony bibliotekarzy,
- pozytywne nastawienie do ludzi i literatury,
- zorientowanie na zainteresowania i potrzeby młodzieży,
- umiejętność doradzania, zachęcania i motywowania,
- dostarczanie spersonalizowanych wskazówek dla młodych ludzi (według



wieku, płci, zainteresowań, typu osobowości).

Pracownicy bibliotek nie wykorzystują w wystarczającym stopniu potencjału napływu czytelników.

Dlaczego tak jest? Nawet jeśli z jakiegoś powodu młodzież odwiedza biblioteki, personel nie jest wystarczająco przygotowany do pracy z młodzieżą. Nie wiedzą, nie chcą? Powody są częściowo subiektywne, ale także obiektywne. Do obiektywnych należy zaliczyć brak zainteresowania ze strony dyrekcji i samych pracowników biblioteki podejściem do młodych ludzi i sprawieniem, by czuli się mile widziani w bibliotece. Nieprzyjazny lub niekompetentny pracownik przenosi swoje negatywne nastawienie na gości biblioteki. Co mogłoby zmienić sytuację? Z pewnością, podczas zatrudniania pracownika, należy zwrócić szczególną uwagę czy zainteresowanie literaturą oraz potrzebami młodych ludzi jest wystarczające wysokie u danego kandydata.

Z punktu widzenia młodego człowieka dobry bibliotekarz musi:

- podchodzić z entuzjazmem do swojej pracy,
- dostrzegać swój wpływ na młodych gości,
- poznać motywacje czytelników do wizyty w bibliotece,
- uzyskać informacje zwrotne od młodych gości, którzy pozytywnie reagują na indywidualne podejście,
- dostrzegać efekty swojej pracy odzwierciedlone w zachowaniu czytelników,
- rozwijać swoje zdolności i umiejętności w zakresie udzielania informacji i pracy z młodzieżą,
- wymieniać się doświadczeniami z kolegami z innych bibliotek,
- inspirować się przykładami dobrych praktyk w kraju i za granicą.

Bibliotekarz dnia dzisiejszego. Superbohater? #avenger

W bibliotekach spotykamy więcej kobiet-bibliotekarek niż mężczyzn. Stereotypowe wyobrażenia o bibliotekarzach dominują wśród średniego i starszego pokolenia, któremu osoba bibliotekarza kojarzy się z osobą starszą, zachowującą się z rezerwą.. Najmłodszy czytelnicy biblioteki tworzą swój stereotyp. Na szczęście będzie on zupełnie inny od naszego. Jaki, jeszcze nie wiemy. W wyobrażeniach pokolenia Y i Z pierwotny stereotyp został już zastąpiony **nowym typem superbohatera bibliotekarza/bibliotekarki**.

Wpływ na kształtowanie się tej idei miały także filmy i seriale telewizyjne oraz dzieła literackie, w których odważni wojownicy z bibliotek pełnili rolę obrońców tajemnic, ale także strażników porządku świata. Dzisiejsza bibliotekarka jest młoda, ładna, inteligentna, wszechstronna, z nadprzyrodzoną zdolnością owianą tajemnicą. To z pewnością bardziej pociągający pomysł niż obraz znudzonego bibliotekarza opartego o półkę z książkami.

Zawód „bibliotekarza” był początkowo szanowany, a bibliotekarze często należeli do nielicznych osób piśmiennych. Jednak ich status stopniowo zaczął obniżyć, a dzisiejsze badania pokazują, że studenci nie wiedzą, na czym polega praca bibliotekarza. Na podstawie tych stereotypów bibliotekarz jest w ogóle postrzegany jako zawód zbędny.

Młodzi doradcy książki

Działania biblioteczne angażujące bezpośrednio młodych ludzi na **stanowiska doradców książki** mogą umożliwić młodemu pokoleniu czytelników zrozumienie pracy bibliotekarza. Między dorosłym a młodzieżowym bibliotekarzem tworzy się relacja zaufania, dochodzi do wzajemnego uczenia się i inspiracji. Młodzi bibliotekarze mogą być bardziej akceptowalnym wyborem dla nastoletnich gości (doradztwo w formie porady rówieśniczej). Młodzi bibliotekarze znają potrzeby młodych ludzi, nie muszą się do nich dostosowywać, bo sami są młodzi. Mogą pomóc bibliotece swoimi innowacyjnymi pomysłami i poradami na temat wykorzystania technologii w celu dotarcia do młodszego pokolenia i komunikowania się z nim. Inne możliwości aktywizacji młodzieży to tworzenie stanowisk młodzieżowych ambasadorów czy powoływanie parlamentów bibliotecznych.

4. Usługi i działalność biblioteczna



Barierzy i rozwiązania:

- Biblioteki służą tylko do wypożyczania książek (potrzebne jest rozpowszechnianie informacji o usługach bibliotecznych).
- Nie wiem, czy coś jeszcze się tam dzieje (działalność biblioteki musi być widoczna i nagłośniona).
- Tylko mole książkowe chodzą do bibliotek, co bym tam robił? (trzeba rozpowszechnić informacje o działaniach skierowanych do młodzieży właśnie).
- Biblioteka jest nudna (wprowadź innowacyjne, eksperymentalne zajęcia).
- Nie chcę być tam sama (oferta zajęć dla grup).

Czego chcą (potrzebują lub żądają) młodzi ludzie:

- Doświadczyć czegoś nowego, innego niż to, do czego są przyzwyczajeni,
 - Spędzenia wolnego czasu zgodnie z własnymi pomysłami, obcowania z kulturą, spotkań towarzyskich, wypoczynku, samorealizacji i rozwoju,
 - Rozwiązania ich bieżących problemów , doświadczenia akceptacji = oferta działań odpowiadających na ich potrzeby,
 - Świadomości, że literatura i poezja jest dla każdego,
 - Wyjaśnienia, dlaczego książki są potrzebne i po co i rozumieć literaturę.

CO POWIESZ NA KAWAŁECZEK POEZJI?



Biblioteka oferuje tysiące opowiadań, reprezentuje setki autorów i ma zbiór literatury pięknej jak żadna inna instytucja. Pod tym względem potrafi zaskoczyć nawet młodego gościa. Ale biblioteka to, przede wszystkim, miejsce spotkań, a rola biblioteki w społeczności jest niezastąpiona. Instytucja biblioteki nie może zniknąć, ale ulega przemianie. Możliwości tej przemiany są praktycznie nieograniczone.

Choć w bibliotekach wciąż niewiele jest zajęć dla dzieci i młodzieży, okazuje się, że większym problemem niż brak zajęć jest zaniedbany lub nieistniejący marketing bibliotek publicznych.

Jedną z grup użytkowników są ludzie młodzi, których potrzeby i życzenia, postawy i zainteresowania są bardzo charakterystyczne. Kiedy biblioteka wybiera tę grupę docelową i w większym stopniu spełnia jej życzenia, nie musi się martwić o utratę czytelników. Wręcz przeciwnie, może przyciągnąć dużą grupę nowych użytkowników. Jednak inne instytucje również zabiegają o wolny czas użytkowników. Dlatego, jeśli biblioteka chce pozostać konkurencyjna, musi postawić na młodych ludzi.

Młodzi ludzie, jako konsumenci usługi, faktycznie ją współtworzą. W rzeczywistości jednak nie mają one wystarczającej znajomości oferty usług bibliotecznych. Jak więc dotrzeć z informacją do młodych, potencjalnych gości biblioteki? Znajomość grupy docelowej i trendów, zgodnie z którymi żyje, jest niezbędna do osiągnięcia celu.

Biblioteczny marketing internetowy: pomysły

- inspiracja osobistym przykładem z wykorzystaniem narzędzi internetowych (rekomendacje znajomych/autorytetów dla młodzieży, informacje na portalach społecznościowych),
- prowokowanie młodych ludzi aktualnymi formami marketingu internetowego, takimi jak filmy, krótkie filmy, linki, wyzwania, konkursy, aplikacje książkowe itp.,
- prowadzenie dyskusji online na interesujące młodzież tematy (np. recenzje książek, pamiętnik czytelnika itp.),
- wprowadzenie czytania eksperymentalnego dla dzieci (dla młodszej grupy docelowej),
- kontaktowanie się z młodymi wolontariuszami w celu pomocy w prowadzeniu zajęć dla dzieci i młodzieży oraz promocji działań,
- współpraca z innymi instytucjami (szkoły, przedsiębiorstwa kultury, artyści, gminy).
-

Myślimy jak nastolatki

Jeśli zapytamy dziecko, jak powinna wyglądać biblioteka, może odpowiedzieć na to pytanie w ciągu sekundy, nawet jeśli nigdy nie było w bibliotece. Nie musi pytać, która to biblioteka i dlaczego chcemy to wiedzieć, ma co do tego jasność. Otwarty umysł i wyobraźnia działają bez zastrzeżeń, które od razu dopadają dorosłego, jeśli zdarzy nam się zaskoczyć go tym samym pytaniem.

Jaka będzie reakcja dorosłego? Pewnie spojrzy na nas ze zdziwieniem i zapyta: Jaka biblioteka? Co to za głupie pytanie? Dlaczego was to obchodzi? itp. Prawdopodobnie w ogóle nie otrzymamy odpowiedzi.

W jakiś sposób oduczyliśmy się marzyć, używać fantazji. Jednak każde niepowodzenie jest po prostu kolejną możliwością, której jeszcze nie widzimy. Brakuje nam otwartości umysłu. Dzieci mają otwarty umysł całe życie. Dzięki temu mogą widzieć i rozumieć rzeczy, których na pierwszy rzut oka nie widać. Wiek do pięciu lat nazywany jest okresem „dlaczego?”. Wiek od pięciu do dwunastu lat to okres „dlaczego nie?”. A wiek od dwunastu lat do przejścia na emeryturę to okres „dlatego”. Wiek emerytalny to znowu okres „dlaczego?”.

Jeśli nie widzimy już wariantów i możliwości, skonsultujmy się z młodymi ludźmi, połączmy ich „dlaczego

nie” z naszym doświadczeniem i umiejętnością realizacji własnych i cudzych pomysłów oraz doprowadzenia sprawy do końca.

Pomysły na działania, które wpływają na wzrost zainteresowania młodzieży sztuką literacką

1. Tematy zajęć w bibliotece

Co ciekawego mogą zrobić biblioteki dla młodych ludzi? Biblioteki świadczą nie tylko usługi biblioteczne i informacyjne, ale także usługi mające na celu tworzenie więzi i sieci społecznych. To właśnie takie zajęcia interesują młodych ludzi.

Znana działalność biblioteki:

- tydzień biblioteki,
- Wieczór z Andersenem/wieczór w bibliotece,
- wystawy dzieł literackich i ilustracji,
- dyskusje z autorami,
- prezentacje książek,
- odczyty autorskie,
- dyskusje z ekspertami (literaturoznawcami),
- kółka literackie,
- kreatywne pisanie/kursy dla początkujących pisarzy,
- konkursy/quizy literackie, kiermasze książki,
- prezentacje nowych książek,
- docenienie autorów i książek przez czytelników (na podstawie głosowania publicznego),
- dni poświęcone specjalnym tematom (np. dzień baśni),
- edukacja językowa, zajęcia dla różnych grup docelowych i grup defaworyzowanych (niepełnosprawni i niewidomi, język obcy).

W ramach swoich funkcji kulturalnych i społecznych, m.in.:

- koncerty,
- teatry amatorskie
- pokoje zabaw,
- obozy,
- warsztaty plastyczne,
- kursy i szkolenia o różnej tematyce.

Pomysły - jak przybliżyć bibliotekę młodym ludziom

- **Wyzwania czytelnicze dla młodzieży:**
 - przeczytaj: książkę historyczną
 - piątą książkę od lewej na trzeciej półce od góry,
 - książkę z biblioteki,
 - książkę wydaną w roku, w którym się urodziłeś,
 - książkę w języku obcym,
 - książkę z gatunku science-fiction/fantasy,
 - książkę azjatyckiego autora,
 - książkę z imieniem w tytule,
 - ulubioną książkę,
 - książkę autora, z którym masz takie same inicjały.

Zainspirowany wyzwaniem czytelnictwem z Koszycką Biblioteką Młodzieżową

Nowe życie znanych historii na Instagramie

Biblioteka w Nowym Jorku wykorzystała platformę Instagram i przedstawiła znane historie w nowym świetle, adaptując książki dla młodszych czytelników na Instagram. Klasyczne tytuły znalazły tym samym nowe życie na Instagramie i zostały udostępnione milionom czytelników. Specjalnie stworzone ilustracje i historie trafiły na profil biblioteki na Instagramie. Dzięki temu projektowi w ciągu 24 godzin biblioteka otrzymała 13 tys. nowych obserwujących, a ich liczba wciąż rośnie. Efektem starań jest to, że klasyczne tytuły docierają do młodych czytelników.

Źródło: https://www.nypl.org/blog/2019/08/20/nypl-insta-novels?utm_campaign=instanovels

- **Możesz rozwijać się w nieskończoność dzięki czytaniu**

Licznik Czytelnika to aplikacja o tematyce literackiej, stworzona przez bibliotekarzy Biblioteki Miejskiej Antonín Marko Turnov we współpracy z nauczycielami. Ma on na celu wspieranie czytania dzieci w wieku od 0 do 15 lat. Dzieci i młodzież mogą wybierać w aplikacji książki do czytania według swojego wieku i zainteresowań (gatunki, tematy). Po przeczytaniu książki młodzi czytelnicy zaznaczają zakończenie czytania danej lektury, a postać w aplikacji staje się wyższa. Listę regularnie uzupełniają nauczyciele, bibliotekarze, czytelnicy i eksperci od czytania i pisanie. Aplikacja nie jest zależna od żadnego wydawcy i jest publicznie dostępna, a jej przewodnie hasło to: „Im więcej czytasz książek, tym szybciej rośniesz”.

Aplikację można znaleźć tutaj : <https://www.ctenarskymetr.cz/>

- **Młodzi Ambasadorzy Biblioteki - Biblioteka w Koszycach**

Celem tej działalności bibliotecznej jest zgrupowanie młodych ludzi, którzy chcą doskonalić swoje umiejętności i wykorzystują konta osobiste w sieciach społecznościowych do kreatywnej promocji biblioteki i jej działalności. Biblioteka co roku szkoli ambasadorów spośród aktywnych influencerów oraz nastolatków/młodych dorosłych (15-25 lat). Warunkiem zostania ambasadorem jest pozytywne nastawienie do książek, aktywność czytelnicza w bibliotece, aktywne konto na jednym z portali społecznościowych oraz regularne uczestnictwo we wspólnych spotkaniach edukacyjnych i warsztatach. Młodzi ambasadorzy mają okazję rozwijać swoje umiejętności m.in. poprzez cykliczne seminaria i warsztaty poświęcone pracy z fotografią, wideo lub grafiką online lub wspólne odkrywanie innych innowacyjnych możliwości promocji.

- **Król Młodych Czytelników i Sejm Biblioteczny**

Koszycka Biblioteka Młodzieży wybiera króla czytelników wśród dzieci. Spośród dwóch rund konkursowych pierwsza poświęcona jest testowi wiedzy, a druga umiejętnościom tworzenia krótkich filmów prezentujących ulubioną lekturę. Rolą wybranego króla jest dużo czytać i propagować czytanie w imieniu biblioteki w swoim otoczeniu. Biblioteka utworzyła również Parlament Biblioteczny z finalistów konkursu przy Królu Czytelników, aby król nie musiał rządzić sam. Parlament zajmuje się m.in. pomysłami, jak jeszcze bardziej uatrakcyjnić bibliotekę dla młodszych czytelników lub jak przyciągnąć do niej osoby, które twierdzą, że nie lubią czytać.

Bibliotekarz młodzieżowy - biblioteka w Kansas City

W bibliotece Kansas City oferują możliwość wcześniejszej rezerwacji usług bibliotekarza młodzieżowego na określony czas. Czytelnik może wybrać bibliotekarza, skontaktować się z nim i poprosić o radę w wyborze książek czy np. pomóc napisaniu CV.. Ta usługa jest dostępna również dla nauczyciela i może być wykorzystana przez grupę (klasa, grupa zorganizowana). Bibliotekarz młodzieżowy pomaga np. w przeszukiwaniu zasobów książkowych, dołączeniu do książkowej grupy dyskusyjnej, zajęciach STEAM, wirtualnym zwiedzaniu biblioteki, poradach dotyczących gier planszowych itd.

Źródło : <https://kclibrary.org/book-a-youth-librarian>

Działalność bibliotek poza swoją siedzibą [#niebójsięwyjść](#)

Dzięki działaniom projektowym biblioteki mogą realizować działania także poza swoją siedzibą, m.in. w instytucjach kultury, szkołach, miejscach ogólnodostępnych. Oto kilka przykładów zajęć dla młodzieży ze słowackich bibliotek:

Dotknięcia poezji – wiersze słowackich autorów prezentowane w formie plakatów w komunikacji miejskiej,

Koncerty z interpretacją utworów młodych autorów w szkołach i instytucjach kultury; wieczory literackie połączone z muzyką,

Networking młodych i starszych/bardziej popularnych pisarzy,

Prezentacja książek z biblioteki na innych imprezach dla młodzieży (koncerty, prelekcje, kursy) poprzez współpracę ze szkołami, przedsiębiorstwami kultury, klubami sportowymi, miastami i gminami,

Oferta porad książkowych dla młodzieży – wybór wartościowej literatury dla młodzieży w formie broszur i ulotek dystrybuowanych odpowiednimi kanałami dla młodzieży (sieci społecznościowe),

Lekcje przeniesione, edukacja informacyjna w bibliotece – zapoznaje dzieci i młodzież z zasadami poprawnego czytania, uczy jak obchodzić się z książkami i samodzielnie poruszać się po zbiorach bibliotecznych, pomaga w doborze książek itp.,

Wydarzenia online w czasie pandemii - wirtualne wizyty w bibliotekach, spotkania online z bibliotekarzami, tematyczne spotkania grupowe online (m.in. Astrid Lindgren, Latająca biblioteka Franklina, Opowieść ludowa, Detektyw w 5 minut),

Maraton Czytelniczy – coroczna masowa próba pobicia rekordu największej ilości czytających dzieci,

Czyta cała rodzina - festiwal literacki, którego celem jest przywrócenie czytania w domu rodzinnym. W jego trakcie biblioteka oferuje szereg zabawnych wydarzeń oraz gości ciekawe osobowości. Na program festiwalu składają się dyskusje autorskie, eksperymenty literackie, spektakle teatralne, wymiana książek oraz szereg rozrywkowo-edukacyjnych gier towarzyskich. Podczas festiwalu czyta się absolutnie wszędzie, na terenie filii bibliotecznych, w domach kultury, w szkołach, ale także w parku czy szpitalu dziecięcym.

Miesiąc spotkań autorskich - projekt odbywa się lipcu, w czasie wakacji. Celem tego „maratonu” wieczornych czytań jest zaproponowanie mieszkańcom i gościom miasta specyficznej formuły festiwalu literackiego, w ramach którego autorzy ze Słowacji, Czech, Polski, Ukrainy oraz wybranego gościnnie kraju podróżują do pięciu europejskich miast (Brno, Ostrawa, Koszyce, Lwów, Wrocław). Pisarze, poeci, dramatopisarze i tłumacze przyjeżdżają, by zaprezentować swoją twórczość literacką. Korzenie festiwalu sięgają Brna, Koszyce dołączyły do niego w 2011 roku, a Preszów w 2022 roku.

2. Pomysły na proste aktywności wspierające czytelnictwo w szkołach

#chętozmenu

Nie trzeba długiego przygotowania ani dużo czasu, wystarczy chęć nauczycieli do włączenia czytania do swoich lekcji.

Zaangażujmy uczniów w docenienie dzieł literackich.

Przykład: nagroda René, która wspiera czytelnictwo młodych ludzi i ich zainteresowanie książkami, jednocześnie zapoznaje ich z wartościową literaturą współczesną. Nagroda przyznawana raz w roku przez uczniów wybranych szkół średnich za najlepsze oryginalne dzieło prozy słowackiej. Nagroda jest przyznawana od 2017 roku przez Centrum Informacji Literackiej i firmę Anasoft literatura. W pierwszym etapie uczniowie czytają pięć rekomendowanych przez jury książek, mają kilka tygodni na ich przeczytanie, a następnie dyskutują o nominowanych książkach i samodzielnie wybierają najlepszą książkę minionego roku. W drugiej rundzie jeden uczeń jako przedstawiciel szkoły dyskutuje z przeciwnikami z innych szkół na temat kandydatów. Na wspólnym spotkaniu wybiorą laureata nagrody René.

Dajmy możliwość interpretacji tekstu literackiego na zajęciach.

Czytajmy coś spoza programu, przynajmniej raz w miesiącu. Idealnie, gdy proza jest jak najkrótsza, aby nie zniechęcać młodych i nie zajmować im zbyt dużo czasu na przeczytanie, plusem jest kontrowersyjny, ciekawy lub zabawny temat. Uczniowie są wtedy bardziej zmotywowani i chętni do wyrażania opinii i dyskusji nad tekstem. Sami są czasem zaskoczeni tym, co można znaleźć między wierszami lub też odnajdują powiązania z aktualnym kontekstem społecznym.

Spójrzmy na sprawy inaczej.

Jak urozmaicić lekcję literatury? Nie masz pomysłu? Spróbuj zapytać młodych ludzi i postaraj się spełnić ich życzenie (choćby jedno). Zobaczysz, co z tego będzie. Zadaj im pytanie podczas lekcji literatury i porozmawiaj z nimi. Lub daj im zadanie w grupach, aby wymyślili ciekawe, ale co najważniejsze - akceptowalne przez rozwiązanie. Powiedz im: "Wyobraźcie sobie, jak wyglądałyby zajęcia z literatury, które by wam się podobały. Co powinno się podczas takiej lekcji wydarzyć? Czego chcielibyście doświadczyć na takich zajęciach z literatury, gdybyście naprawdę mieli na to wpływ?" Wśród pomysłów młodych można znaleźć takie przykłady: lekcja literatury jest prowadzona przez uczniów, a sam nauczyciel pracowałby nad zadaniem razem z innymi uczniami lub - podczas lekcji powstają nowe utwory literackie.

Sprawmy, by codzienność stała się niezwykła.

Czy możemy zamienić zwykłe czytanie w czytanie „doświadczalne”? Bez większych przygotowań i w taki sposób, żeby nawet młodzież dobrze się bawiła? Możemy!

Zaangażujmy w czytanie inne zmysły. Wzrok jest zajęty czytaniem, ale nie sprawia mu to przyjemności. Inne rodzaje sztuki pozwalają zaangażować więcej zmysłów, zwłaszcza audiowizualne. A może połączyć czytanie książki ze słuchaniem muzyki, tworząc własne nagrania audio czytanego tekstu? Czytanie tekstów możemy łączyć z kolorami i plastyką, np. wyszukując odpowiednie obrazki, tworząc własne ilustracje do poszczególnych części książki. Moglibyśmy też wspólnie z uczniami stworzyć śpiewniki (np. dobierając wiersze do muzyki) lub zamienić książkę w teatr (połączenie czytanego tekstu z ekspresją ruchową, tańcem). Taka aktywność na lekcjach literatury naprawdę mogłaby pomóc ożywić literaturę.

Popracujmy z tekstem, opowiadaniem, książką.

WARSZTATY CZYTANIA I PISANIA odbywają się w niektórych czeskich szkołach od 1997 roku. Warsztaty umożliwiają uwzględnienie różnic w poziomie czytania uczniów poprzez wybór książki odpowiedniej do ich aktualnego poziomu czytania. Na warsztacie uczeń może przeczytać całą książkę beletrystyczną, co ma kilka zalet w porównaniu z krótkimi fragmentami w czytance:

Uczeń może przeżyć tę historię, chce wiedzieć, jak potoczy się dalej.

Książka ma większe szanse go zaangażować, uczeń poznaje motywacje bohaterów, relacje w fabule, rozwój postaci, fabuła trzyma go w napięciu, przeżywa przygodę razem z głównymi bohaterami i czuje, czym jest magia czytania, która sprawia, że sięgamy po kolejną książkę.

Regularne czytanie długich tekstów fabularnych tworzy trwalszy związek z czytaniem i książkami. Okazjonalni czytelnicy stają się w ten sposób stałymi czytelnikami.

3. Przykłady działań według potrzeb młodzieży

Aktywizacja osób "nieczytających":

rozpowszechnianie literatury (punkty z książkami w mieście, księgarnie w parkach, wiersze w autobusach itp.),

czytanie eksperymentalne,

żywe biblioteki,

prezentacja książek/czytania dla młodzieży przez popularne osoby w formie dyskusji na żywo lub online, prezentacja lub udostępnienie krótkiego filmu, np. o ulubionej książce

wystawy tematyczne, koncerty, dyskusje połączone z prezentacją odpowiednich książek.

Socjalizacja:

quiz literacki z nagrodami książkowymi, skoncentrowany na uważnej lekturze, dokładnej analizie postaci,

randki literackie - grupa czatowa dla postaci z książek (również w formie aplikacji lub gry przygodowej),

aplikacje książkowe mające na celu dzielenie się opiniami, recenzjami książek,

misja biblioteczna – odkryj to, o czym nawet nie wiedziałeś (eksperymentalne odkrywanie innych stron biblioteki).

Samorealizacja:

tworzenie własnego audiobooka (indywidualnie lub w ramach pracy grupowej),

napisanie książki – spójrz na literaturę z innej strony (z punktu widzenia autora), tworzenie własnego formatu literackiego, również jako w formie pracy grupowej (ilustracje, obróbka graficzna, wydawnicza, promocja, ICT),

tworzenie okładki książki – może być postrzegane jako czynność twórcza lub motywacyjna (twórca okładki musi wiedzieć, o czym jest książka, więc musi ją przeczytać lub przynajmniej znać treść), tworzenie komiksu, obrazka do opowiadania, uzupełnienie tekstu opowiadania obrazkami, prezentacja twórczości literackiej młodzieży, w bibliotece, szkole, klubie (np. wieczory poetyckie), publikowanie lub współtworzenie magazynu młodzieżowego, pisanie artykułów prasowych o książkach (blogowanie).

Samorozwój:

przekazywanie informacji o zawodach związanych z tworzeniem książek, pracą w bibliotece, wykłady, dyskusje, wycieczki, wyzwania literackie, wyjazdy literackie - m.in. wizyta w miejscu, w którym żyła ważna osobistość, muzeum autora, połączona z innym przeżyciem, gra recenzentów – postawienie się w sytuacji krytyka utworu literackiego (recenzja tekstu piosenki).

Niech młodzi ludzie sami wymyślą, co szkoły, biblioteki i inne instytucje powinny zrobić, żeby oni i ich rówieśnicy więcej czytali. To będzie wyzwaniem i jednocześnie okazją do zrozumienia, że sami młodzi mają możliwość wpływu na innych.

4. Książkowe gry #casinoroyal

Zwiedzanie, odkrywanie, dotykane to czynności niezbędne do nauki. Zaoferujemy młodym ludziom możliwość „zabawy” z książkami. Przygotujemy dla nich zadania książkowe, podczas których poznają literaturę i z nią popracują. Podczas tych zajęć można wybierać książki, przeglądać je, czytać i tłumaczyć. Zadania grupowe pomogą zmniejszyć początkową nieśmiałość i strach przed opuszczeniem strefy komfortu. Z tych (głównie grupowych) zadań możemy korzystać niemal wszędzie – w szkole, bibliotece, podczas zajęć dodatkowych itp. W większości przypadków do ich realizacji wystarczy kilka książek, wybrane teksty lub komputer.

a) Stwórzmy autorski zbiór wydarzeń historycznych związanych z czytaniem!

Zbierzmy razem ciekawe informacje, artykuły, zdjęcia i umieśćmy je na symbolicznej osi czasu: informacje o zdolności człowieka do abstrakcyjnego myślenia, wynalezieniu pisma, rozwoju umiejętności czytania i pisania, wynalezieniu prasy drukarskiej, obowiązku szkolnym, lekcjach literatury w szkołach, zakładaniu bibliotek itp. Można to kontynuować : e-booki, czytniki książek, przewidywany rozwój czytelnictwa w przyszłości. To ćwiczenie pomoże młodym ludziom zrozumieć czytanie w kontekście i pozwoli im zwiualizować czytanie jako naturalną część ludzkiego życia od czasów prehistorycznych do współczesności.

b) Zmień kryteria sortowania literatury – zaproponuj, jakie mogłyby być, np.: sortuj nie według gatunków i okresów, ale według odczuć po przeczytaniu, według tematu, według postaci, środowiska, popularności itp., a następnie sklasyfikuj kilka książek zgodnie z twoją propozycją kategoryzacji.

c) Uporządkuj 20 książek w grupy według (co najmniej pięciu kryteriów): według tytułu, materiału, koloru, rozmiaru, funkcji, treści, postaci, nastroju ,... lub utwórz grupy złożone z książek/tekstów według podanych kryteriów. Może to być rywalizacja na czas.

d) Przygotować kartkę na każdy dzień - według alfabetu, którą każdy uczeń/odwiedzający w bibliotece może uzupełnić wybranym przez siebie tekstem; następnie pokaż/podziel się kartkami; może to być

praca grupowa lub indywidualna.

Na przykład: wyszukaj i wypisz:

A - anegdota, B - bajka, C - cytat, który najbardziej Ci się podoba, D - ważna data związana z literaturą, E - ekologiczny wymiar książki, G - hmm, co mi się w tej książce nie podoba, K - jaką książkę uważam za kicz, W - widowisko (czy widziałem spektakl teatralny na podstawie tej książki?) lub A - alternatywa (inna wersja historii), W - walka (jaki konflikt ma miejsce w książce), U - uczucie (co najbardziej cię poruszyło podczas czytania, co cię najbardziej poruszyło), D - detal (która konkretna rzecz najbardziej cię zainteresowała - przedmiot, postać, miejsce) i tak dalej.

e) Co tu nie pasuje: przygotuj listę książek według pewnego wspólnego klucza, zadaniem uczniów jest odgadnięcie, które z książek nie należą do grupy (uczniowie nie znają klucza). Możemy to również zlecić jako zadanie, w którym jeden uczeń ma przygotować listę książek dla swoich rówieśników.

f) Połącz niemożliwe do połączenia:

- Zaproponujmy nastolatkom losowy wybór kilku postaci, autorów itp. a ich zadaniem będzie znalezienie jak największej liczby cech wspólnych.

- albo inaczej: na podstawie podanych wskazówek (może to być tekst lub przedmiot), spróbuj określić, jaki to rodzaj książki. Przykładowe wskazówki: miasto, w którym mieszkał lub urodził się autor, ulubione danie głównego bohatera, opis głównego bohatera itp. Na podstawie tych pytań, nastolatki domyślą się, o jaką książkę lub autora chodzi.

g) Zrób to inaczej: Na podstawie tego ćwiczenia uczestnicy mogą przeanalizować konkretny utwór literacki i zastanowić się, dlaczego autor stworzył go właśnie w takiej formie. Zadanie: wymyśl inne zakończenie książki, zmień charakter postaci, dodaj postać, przedmiot lub wydarzenie do fabuły. Jak potoczyłaby się historia? Jak wyglądałaby ta historia bez negatywnych postaci?

h) Czytaj w nietypowych miejscach - w autobusie, w domu towarowym, na drzewie itp.

Jeśli będzie to zrobione w grupie, może to być świetny sposób na promocję czytelnictwa w ogóle lub konkretnej biblioteki (zrób zdjęcie, a następnie udostępnij go w sieciach społecznościowych).

i) Zorganizuj przedstawienie z książkami lub o książkach, widowisko o spotkaniu różnych postaci literackich, karnawał postaci książkowych itp.

j) Wykorzystaj książkę w nietypowy sposób- np. książka w podróży, książka w nietypowym miejscu, zrób jej zdjęcie. Może to być również wyzwanie lub konkurs promujący czytelnictwo (np. książka w środku miski z owocami). Gdzie można wykorzystać książkę? Co można z nią zrobić? – książka przyda się wszędzie tam, gdzie używana jest cegła (wieża, dom), meble (stół, krzesło), lub potrzebne jest coś do rzucania, książka może również służyć jako : ramka na zdjęcie, mini półka, portfel, podstawka itp.

k) Szkolenie z pisania - grupie lub poszczególnym osobom przydzielamy pięć zadań, na których wykonanie będą mieli 5 minut, można je zlecić jednorazowo lub kilka razy w ciągu pięciu godzin/spotkań (5 minut, 5 słów, 5 zdań, 5 książek).

1. Znajdź 5 słów w pięciu książkach i utóż z nich zdanie.
2. Napisz 5 zdań ze znalezionych słów.

3. Wypisz 5 rzeczy/zalet/odczuć, które daje ci czytanie.
4. Napisz 5 początkowych zdań powieści, które nie istnieją/książek, które znasz (nieważne, że ich nie czytałeś, nie wiesz, o czym są - jak byś je napisał?).
5. Wypisz imiona 5 postaci z książek, którymi chciałbyś się stać (5 książek, w których chciałbyś żyć) itp.

Szczegółowe opisy warsztatów z pisania, czytania oraz gry książkowe można znaleźć w Kieszonkowym przewodniku po edukacji nieformalnej dla przewodników sztuki, który również jest dostępny pod adresem:

<https://touchtheculture.eu/publikacja/>



Nie zniechęcajmy się!

Widzimy wiele pomysłów, porad i możliwości, aby zachęcić młodych ludzi do zainteresowania się czytaniem. Kiedy jednak wyobrazimy sobie ich zastosowanie w praktyce, pojawia się słowo ALE. Jak nie pozwolić, by to słowo zrujnowało nasze plany i zapał? Najlepiej w ogóle nie mówić „ALE”, ale jeśli już pojawiło się w naszej głowie, spróbujmy uczciwie odpowiedzieć na pytania, które następują po słowie „Ale..”

DOBRZE, ALE...

- Kto to zrobi?_Nikt inny za nas tego nie robi.
- Nie mam na to czasu, mam dużo obowiązków_Skąd mam wiedzieć, skoro jeszcze tego nie próbowałem?
- Nie wiem jak to zrobić_Wszystkiego można się nauczyć i zawsze znajdzie się ktoś kto może mi doradzić (szkolenia rozwijające umiejętności, artykuły, filmy, tutoriale)
- Nie mam do tego narzędzi, materiałów_Prawie nic (poza książkami) nie jest potrzebne do ćwiczeń, a jeśli na końcu zajrzę do źródeł wykorzystanej literatury, gotowe rozwiązania znajdę w jednej z tych książek. Wykorzystam to, co jest powszechnie dostępne.
- Nie mam powodu by to robić/nie rozumiem po co to robić_Mogę zrobić coś ważnego/korzystnego dla innych (świata). Młody czytelnik potrzebuje mnie (nauczyciela, pracownika młodzieżowego, bibliotekarza, dorosłego), aby odkryć tajemnicę piękna literatury.
- To za trudne_Pomyślę jak to uprościć, zrobię to po swojemu
- Dyrektor się z tym nie zgodzi/kolegom się to nie spodoba_Dla każdego dyrektora/kolegi znajdzie się argument, który może go przekonać: to co staram się robić jest potrzebne i pożyteczne, wystarczy pomyśleć o tym co jest ważne dla konkretnego dyrektora lub kolegi (np. atrakcyjniejsze zajęcia przyniosą lepsze wyniki, lepsze wyniki, szkoła będzie lepiej oceniana przez uczniów, zbudowanie dobrego imienia/reputacji, więcej zabawy dla mnie,...)
- To nie działa_Dowody na to, że to działa, już są. Trzeba tylko w to uwierzyć!

Możemy znaleźć wiele powodów, dla których to nie powinno lub nie może działać.

Ale wszystko jest w naszych rękach.

RAZEM Z ARYSTOTELESEM , ŻYCZYMY WAM SMACZNEGO



7 Meeting Point:

TEATR

Rozdziałowi towarzyszą Katka i Marcin

Sztuka, która się dzieje. W teatrze.

#nieprzegapanichwili

Jak nie przegapić sztuki, która dzieje się tu i teraz



WSTRZYMAJCIE ODDECH, OTWÓRZCIE OCZY.

WCHODZICIE DO PRZESTRZENI, GDZIE SZTUKA DZIEJE SIĘ TU I TERAZ.

Proszę zdjąć płaszcze i przejść przez lobby... Wasze miejsca są w dziesiątym rzędzie po prawej stronie, miejsca piętnaście i szesnaście. Za chwilę zaczniemy... Usiądźcie wygodnie, wyłączcie telefony i patrzcie (lub oddajcie się we władzę marzeń) z szeroko otwartymi oczami. Na scenie ożyje historia, która pozostanie z wami aż do opadnięcia kurtyny. Cieszcie się tą chwilą.

To się już nigdy nie powtórzy...

Dramat, musical, balet, opera i operetka, teatr lalek, teatr poezji, pantomima....



Fenomen niepowtarzalności chwili.

To, co widzisz i słyszysz na scenie, za chwilę się rozplynie. Zniknie. Przyjdzie sprzątaczką i, zanim

garderobiany oddadzą ostatni płaszcz, pozamiata deski, na których przed chwilą ktoś umarł, ktoś cierpiał, kochał. A publiczność cierpiała, kochała i umierała razem z nim. A teraz , odmienieni, wracają do domu. A przynajmniej powinni...

Specyfika sztuki dramatycznej, teatralnej lub innej - scenicznej

#teatrpotęga

Kiedy chcemy zabrać młodych ludzi do teatru, możemy zacząć od czegoś takiego: wytłumaczyć im specyfikę tego rodzaju sztuki. To coś naprawdę wyjątkowego:

1. **Niepowtarzalność chwili, ulotność piękna.** Krótko mówiąc, przedstawienie się kończy. Nie możemy go zabrać ze sobą w torebce i postawić na półce w domu.
2. **Ważna rola widza - chemia między sceną a publicznością.** Aktorzy i widzowie wiedzą, jak na siebie wpływają. Widz jest tu ważniejszy niż się wydaje.
3. **Fenomen sztuki zbiorowej** – powstająca w ten sposób forma artystyczna zwykle obejmuje grono osób, artystów i techników, których nie widać na scenie.
4. **Połączenie kilku rodzajów sztuki** - uaktywnienie zmysłów odbiorców.

Wyjątkowość chwili

Możesz przerwać czytanie książki i wrócić do niej później. Ale na scenie odbywa się sztuka, której za chwilę tu nie będzie. I każda powtórka będzie inna. Jeśli przegapisz początek gry, możesz przegapić sens historii. Musisz być tu i teraz i w pełni cieszyć się występem - **sztuką chwili** - od początku do końca.

Ważna rola widza

Posąg Michała Anioła przedstawiający Dawida jest taki sam od wieków i całkowicie nie zależy od tego, co o nim myślimy. Nie wpłyniesz na posąg. On będzie -, niezależnie od tego, czy będziesz chichotać z rozbawienia, czy odejdziesz z obrzydzeniem.

Zupełnie inaczej jest jednak z teatrem i innymi formami scenicznymi. Wchodząc do teatru przyjmujesz **ważną rolę – rolę widza, od którego dosłownie zależy sztuka sceniczna.** Śmiech, aplauz publiczności, a nawet krępująca cisza mogą działać więcej, niż się wydaje. Aktorzy polegają na reakcjach publiczności, pragną ich, reakcja widzów zachęca do lepszego występu lub poszukiwania nowych form gry, które lepiej „działałyby” na widownię. Aktorzy dostrzegają, że publiczność jest za każdym razem inna. Bawią się z nią. Ale jednocześnie widz ma dużą władzę nad aktorami. Niezręczna cisza, w której aktorzy spodziewaliby się oklasków lub śmiechu, potrafi naprawdę zdenerwować aktorów. Krótko mówiąc, między sceną a widownią działa swoista „chemia”.

Fenomen sztuki zbiorowej – kawałki puzzle w pięknym obrazie

Chyba w żadnym innym rodzaju sztuki nie pracuje ze sobą tak wielu różnych ludzi i różnych profesji.

Wszyscy podporządkowane są wizji reżysera i dramaturga, którzy starają się pobudzić do wspólnej idei zespół artystyczny, a także obsługę techniczną. To, co widzimy z punktu widzenia wygodnego siedzenia, to unikalna forma artystyczna, nad którą wiele osób już pracowało i nadal wykonuje mnóstwo pracy. Spróbuj odgadnąć, kto stoi za danym dziełem (od fryzjera do inżyniera dźwięku, od kompozytora do instruktora bhp, od konferansjera do inżyniera oświetlenia, od dramaturga do choreografa i od reżysera do biletera...)

Zaangażowanie wielu zmysłów

Teatr i inne formy sceniczne (dramatyczne) mają tym większą moc „uderzenia”, że skutecznie i wyrafinowanie potrafią łączyć kilka rodzajów sztuki. W teatrze śledzimy losy bohaterów, a akcja rozgrywa się w artystycznie udekorowanej przestrzeni. Słuchamy dialogów, czujemy napięcie czy inną atmosferę poprzez muzykę różnych gatunków, która jest mniej lub bardziej eksponowana. Emocje potęgują światła, dym i inne efekty... Gdy ktoś na scenie zapala papierosa, czujemy zapach... Jednak czasem i w teatrze możemy się udusić...

Wydarzyła się tragedia (w teatrze)

#okłamalimnie

Pierwotnie mieliśmy dylemat, czy zacząć ten fragment od starożytnych Greków i ich katharsis, czy od dzisiejszych nastolatków i ich wyraźnej niechęci do teatru. Wybraliśmy drugą opcję. Grecy są teatralnie „uzdrowieni” od dawna, ale jeśli nie „uzdrowimy” ewentualnych urazów, które mogą przytrafić się młodym ludziom (lub już się wydarzyły) podczas oglądania spektaklu teatralnego, to może się zdarzyć, że aktorzy wkrótce będą musieli grać pustej widowni z przyklejonymi papierowymi twarzami na fotelach, jak podczas pandemicznych streamów i będą musieli zapomnieć o bijących brawo (i wzruszonych) gościach nowej generacji.



Co tak tragicznego może wydarzyć się w teatrze?
Oprócz dobrze zagranej tragedii na scenie, oczywiście...



Może się zdarzyć, że widz może poczuć się rozczarowany, albo co gorsza - oszukany. Oczekiwania mogą boleśnie zderzyć się z prawdą. Oczywiście nie chodzi o to, że namawiamy do rozpieszczania młodej widowni i podawania jej tylko lekkostrawnych przysmaków - czyli tylko tego, czego młodzież oczekuje. To zaszkodziłoby teatrowi i pozbawiłoby go jednej z jego najistotniejszych funkcji – teatr musi niepokoić, stawiać niewygodne pytania, prowokować twórczo, wносить nowe idee, naświetlać problemy, poszukiwać prawdy, nawet jeśli to boli...

Ale teraz chcielibyśmy porozmawiać o uzasadnionym, prawdziwym uczuciu rozczarowania po obejrzeniu spektaklu, kiedy widz zrazi się tak bardzo, że już nikt nie będzie w stanie namówić go do do teatru (albo stwierdzi, że już nigdy nie wyrzuci pieniędzy „na taką głupotę”).

Kiedy coś takiego się dzieje? W jakiej sytuacji widz czuje się „oszukany”?



Przede wszystkim - gdy widz nie rozumie spektaklu– (nawet w przypadku, gdy naprawdę bardzo się stara). Lub czuje się do czegoś przymuszony lub czymś urażony. Może tak być np. w przypadku jeśli::

- **Spektakl jest zbyt metaforyczny, abstrakcyjny, „zbyt artystyczny” dla przeciętnego widza** (bardzo wystylizowane dialogi czy sama gra aktorska, wyrachowane, ekscentryczne kostiumy, niemal minimalistyczna, sugestywna scena, których widz, mimo największych starań , nie może rozszyfrować ani zrozumieć intencji reżysera – wysila się, ale nie jest w stanie odgadnąć symboli i gubi się w nich) – spektakl jest wtedy skomplikowany i niezrozumiały dla widza, czuje, że to nie dla niego, że nie należy do teatru w tej chwili. Nawet jeśli nie wychodzi od razu, przestaje być częścią spektaklu – w takim momencie ztraca się łączność między sceną a publicznością.
- **Spektakl może być „przestarzały”** (dawny, archaiczny język, nieaktualny temat, który w żaden sposób nas nie dotyczy i nie rozumiemy jego historycznego kontekstu) – **nieatrakcyjny dla widza**.
- **Ale może być wręcz odwrotnie - spektakl potrafi „próbować przypodobać się widzowi”** (brutalny, prymitywny humor, „teraz trzeba się śmiać”, „teraz masz bić brawo”, bardzo dosłowne, tanie żarty, prymitywne wulgaryzmy...) - zbyt prosta, naiwna i infantylna , „prostacka sztuka” poniża widza („robią ze mnie durnia?”).
- **Gra może nadmiernie eksploatować emocje** i używać niezwykle mocnych, wręcz przerysowanych i szokujących środków wyrazu... (Na przykład co innego oglądać nagość w telewizji, a co innego - oglądać nagą osobę na żywo. Ale „gwałtu” na widzu może dokonać też muzyka lub oświetlenie, które potrafią wywołać nawet ból fizyczny, napięcie bez chwili wydechu)

Spektakl sugeruje, a nawet na siłę wymusza zaakceptowanie jakiejś koncepcji jako jedynej możliwej. Odbiera widzowi możliwość wyboru strony, po której chce stanąć. Spektakl obraża wartości światopoglądowe, przekonania religijne lub inne uczucia widza (wyśmiewa np. religię, rasę...) , a ponieważ widz nie ma możliwości obrony w danej chwili, to czuje się pozbawiony wolności.

Jeśli taka artystyczna „wpadka” przydarzyła się dorosłemu widzowi, to prawdopodobnie otrząśnie się on z tego nieprzyjemnego doświadczenia dużo szybciej niż młody człowiek, który ma znacznie mniejsze doświadczenie (w ogóle dużo mniej różnych doświadczeń teatralnych do porównania), a ponadto jest znacznie bardziej wrażliwy emocjonalnie w tym wieku, rana jest bardziej bolesna i dłużej będzie się goić.

Pytanie brzmi, jak można uniknąć/zapobiec temu rozczarowaniu? Czy oczekiwania młodych ludzi muszą się spełnić i czy dorośli za to odpowiedzialni?



Czy teatry mają obowiązek nie zawieść widzów i grać tylko to, co widzom się podoba? (W końcu to oni zapłacili za bilety!) A może lepiej nawet nie ryzykować tego, że ludzie nie zrozumieją artystycznego przedstawienia i trzeba wystawiać tylko łatwe w odbiorze sztuki , bez ukrytych znaczeń i głębszej symboliki (żeby widz nie męczył się myśleniem)? Czy twórcy powinni unikać tematów, które mogą kogoś poruszyć, obrazić? Nie tędy droga!

Teatr ma być symboliczny i abstrakcyjny, teatr nie może podawać widzowi wszystkiego na tacy, ma go zapraszać do gry – do szukania odniesień i ukrytych znaczeń. Jeśli jednak aktor/twórcy przedstawienia „wygrywają”/„zwyciężają” w tej grze w chowanego, widz może być zniechęcony porażką.

Teatr ma oddziaływać na emocje, wywoływać napięcie, ekscytację... W końcu na tym polega katharsis - emocjonalne oczyszczenie, do którego teatr dąży od czasów starożytności. Jednak zaangażowanie się w historię, współczucie bohaterom, nie mogą być wymuszone.

Teatr ma też krytykować i obnażać przywary społeczeństwa. W teatrze musi być możliwość swobodnego wyrażania światopoglądu autorów. Ale widz też musi czuć się swobodnie, nawet jeśli nie zgadza się z ich opinią.

A sztuka może być całkiem dobra, nawet ta „przestarzała”. Pięćsetletni Szekspir z pewnością ma coś do powiedzenia nawet dzisiaj.

Stworzenie spektaklu teatralnego to tak naprawdę ogromne ryzyko. Twórcy teatralni starają się być artystyczni i twórczy, ale jednocześnie chcą, aby widz rozumiał sztukę. Cieszą się, gdy doceni ich nauczyciel, piłkarz, księgowy, murarz i programista.

Teatr ma być dla wszystkich.



Cóż, nie zawsze wszystkim wszystko będzie się podobać.

Dlatego twórcy często balansują, czasem zwracają się ku skrajnościom... Czasem twórcy chcą, by publiczność dobrze się bawiła i oderwała od codziennych problemów, innym razem prowokują i zmuszają do zastanowienia się nad rzeczami, o których, w natłoku spraw codziennych, zwykle się nie myśli. Jednak absolutnie wszystkim twórcom teatralnym zależy na tym:



chcą, aby teatr był świętem dla ludzi.

To powinno być przeżycie. Inne, niż w domu przed telewizorem...



... dlatego do teatru nie idzie się w piżamie!



ZOSTAWCIE TU KURTKI, PRACĘ I WSZYSTKIE SMUTKI.

ZABIERZEMY WAS DO ŚWIATA SZTUKI.

Jak przygotować się do doświadczenia teatralnego

TRZEBA BYĆ DOCIEKLIWYM I DUŻO PYTAĆ

#manymanyquestions

Dobrze byłoby najpierw przeczytać recenzję lub chociażby adnotację podaną przez sam teatr. Owszem „randka w ciemno” ma swój urok, ale jeśli jest to pierwsza wizyta młodych ludzi w teatrze lub zależy ci, aby ta wizyta była dla nich wyjątkowym przeżyciem, to gorąco polecamy, jeszcze przed wizytą w teatrze, zadać młodym ludziom następujące pytania:

Co zdradza tytuł spektaklu?

- *Jaki to gatunek: komedia, tragedia, dramat...?*
- *Idę na komedię czy na poważny dramat?*
- *Czy mam się przygotować na zabawne, relaksujące doświadczenie, czy też mam się przygotować do wewnętrznej pracy i poszukiwania ukrytych znaczeń symboli podczas spektaklu?*
- *Jaka to będzie opowieść? W jakich czasach dzieje się ta opowieść, kim są bohaterowie, problem zostanie tam przedstawiony?*

Kto jest autorem / reżyserem sztuki?

- *Czy to nowa sztuka, czy jest wystawiana od dziesięcioleci, a nawet stuleci...?*
- *Jeśli to dramat klasyczny, to do jakich czasów przeniósł go dzisiejszy reżyser? Żaden reżyser nie chce wystawiać na scenę tego, co już było wystawiane, przez wielu reżyserów przed nim. Trzeba szukać tej zmiany, nawiązań do dzisiejszych czasów, aktualnych problemów...*
- *W jakim kontekście historycznym i społecznym autor umiejscowił sztukę? Sztuka zawsze była swego rodzaju reakcją na zło ówczesnego społeczeństwa – m.in. teatr w czasach totalitaryzmu pełen był ukrytych odniesień i zakazanych symboli – ludzie rozumieli się za pomocą szyfrów, szukali znaczeń, czuli, że są związani z innymi, którzy myślą podobnie, dostrzegali nadzieję, ale i wspólny sprzeciw....*

Jaki jest charakter teatru, do którego idę?

- *Czy to teatr miejski czy narodowy? A może niezależny, eksperymentalny? Nie jest to regułą, ale po niezależnych teatrach można spodziewać większej ekstrawagancji...*
- *Czy idę do teatru ruchu? Czy może do teatru poezji?*
- *Czy mogę być częścią spektaklu (teatr interaktywny), czy też jest to spektakl z aktorami klasyczną „czwartą ścianą”, a więc mogę tylko przyglądać się dziejom bohaterów spektaklu?*
- *Jakich środków wyrazu użyją w tym spektaklu?*

Kto jest reżyserem spektaklu?

- Czy to jest miejscowy reżyser, którego spektakle już kiedyś widziałem?
- A może występuje gościnnie, czy też ma swój (tematyczny) teatr? Może jest lalkarzem z wykształcenia albo uczy sztuki aktorskiej lub reżyserii na uczelni...

Kim są aktorzy ?

- Jaką obsadę ma spektakl?
- Czy są to stali pracownicy tego teatru, czy też reżyser zaprosił kogoś z innego teatru?



Polecane linki do recenzji teatralnych na Słowacji:

www.mojakultura.sk

www.monitoringdivadiel.sk

www.mloki.sk

<https://www.theatre.sk/projekty/casopis-kod/aktualne-cislo>

Kiedy szkoła musi iść do teatru

#megaodpowiedzialność #wybierzeciecośfajnegoplease

Kiedy zapytaliśmy dział marketingowy pewnego teatru wojewódzkiego na Słowacji, co oferują nauczycielom, którzy chcą zabrać do teatru swoich 16-17-letnich uczniów, otrzymaliśmy następującą odpowiedź:



„Nie mamy spektakli przeznaczonych specjalnie dla nastolatków. W większości przypadków po prostu proponujemy spektakle, w których jest najmniej wulgarnych słów.”



Ups... Poważnie???


Możemy się domyślić, dlaczego w repertuarach teatrów są przedstawienia dla dzieci: kiedy rodzice nie będą już mieli pomysłu, co zrobić z dziećmi w weekend, to przypomną sobie o teatrze... I zapłacą. Dlaczego jednak twórcy repertuarów większości teatrów w ogóle nie myślą o kategorii nastolatków? Czy dlatego, że za bilety grupa szkolna zapłaci tylko połowę? Albo myślą, że przygotowanie repertuaru dla nastolatków nie jest warte zachodu, bo nastolatki i tak za nic nie przyjdą do teatru z własnej woli? A szkoły zaakceptują

wszystko...Nauczyciele po prostu muszą zapełnić czymś czas , który nastolatki mają spędzić poza szkołą, natomiast zupełnie nie obchodzi ich, co to będzie.

Młodzi ludzie nie są grupą docelową zdecydowanej większości teatrów...

Osoby, walczące o prawa młodzieży mogą całkiem słusznie krytykować teatry. Szacunek dla nielicznych wyjątków - teatrów, które starają się zrobić coś do młodzieży.

Ale gotujemy z tego co mamy.



Pedagog, któremu dyrekcja szkoły powierzyła zorganizowanie wyjścia do teatru dla uczniów (wciąż skupiamy się na nastolatkach) ma przed sobą trudne zadanie. I jeszcze większa odpowiedzialność. Naprawdę nie zazdrościmy mu tej odpowiedzialności. Ma zabrać młodych ludzi tam, gdzie ich jeszcze nie byli albo gdzie byli dawno temu, ostatni raz, być może, w przedszkolu albo kiedy rodzice w pracy dostali bilety do teatru. Nauczyciel ma zaprowadzić młodzież na spotkanie ze sztuką. A teraz "zastanawia się"...

„Jaki spektakl będzie odpowiedni? Czy im się spodoba? Czy będą chcieli poświęcić swój czas i uwagę? Czy będą mieli coś do powiedzenia? Czy zostaną oczarowani? A może będzie to całkowita porażka nic z tego nie wyjdzie?

Nauczyciel nie powinien pozostawiać takiego spotkania przypadkowi. Tak wiele zależy od niego. **Jeśli młody człowiek w teatrze poczuje**, że to nie jest dla niego (spektakl jest zbyt artystyczny, niezrozumiały), **jeśli poczuje się zażenowany** (naiwne środki wyrazu, prostacki humor) albo **go w ogóle to nie zainteresuje** (temat jest mu obcy, nie rozumie kontekstu historycznego lub brakuje mu doświadczenia życiowego), ta chemia między nastolatkiem a teatrem po prostu się nie pojawi, a taki nastolatek nigdy nie polubi teatru.

W warunkach tak dużej odpowiedzialności, warto nie opierać się tylko na krótkim opisie w ulotce programowej teatru, ale koniecznie zobaczyć dany spektakl na własne oczy, a najlepiej - oczami młodych. A potem obiektywnie ocenić (również z ich punktu widzenia), czy wybrany spektakl będzie rzeczywiście najlepszym wyborem.

Jeśli nauczyciel znajdzie spektakl, który jest adaptacją lektury szkolnej – to może to być dobry wybór. Trzeba jednak sprawdzić czy to jest odpowiednia wersja, bo reżyserzy zazwyczaj chcą jakoś zmodyfikować dobrze znane dzieło. Takie zmiany mogą dezorientować uczniów (szczególnie przed maturą).

Jeśli istnieje możliwość wyboru pomiędzy komedią baletem, tragedią, operą, teatrem eksperymentalnym czy musicaliem, polecamy musical. Będzie najbardziej zrozumiały dla młodzieży - przez język i inne środki wyrazu - muzykę, taniec... Jednak zdecydowanie - lepiej wcześniej obejrzeć musical samodzielnie.



Jak wychować krytyka, czyli - nie bij nieszczerych braw (co z tego, że wypada)

#wyrzaźsiebie

Nawet jeśli młodzi ludzie nienawidzą wszystkiego, co „obowiązkowe” (a nie oszukujmy się, my też nie lubimy „obowiązków”), te zorganizowane (=obowiązkowe) przedstawienia dla szkół mają ogromny potencjał. Są doskonałą okazją do wychowania krytyków teatralnych.. Czy może być jeszcze bardziej odpowiednia okazja do rozmowy o doświadczeniu artystycznym, niż sytuacja , w której grupa rówieśników ogląda tę samą sztukę teatralną w tym samym czasie? Spontaniczna dyskusja może rozpocząć się zaraz po wyjściu z teatru, a nauczyciel pełni jedynie rolę swego rodzaju moderatora. Jeśli tak się nie stanie, można później zapoczątkować taką dyskusję.

Uczmy młodych ludzi rzetelnie analizować to, co widzą.

Opinia ewaluacyjna powinna wynikać z przedstawionych argumentów, powinna być podsumowaniem szeregu szczegółów, które zauważyliśmy i którymi się zajęliśmy. Szybkie i jednoznaczne opinie („To żenada. Było słabo. W teatrze zawsze jest jedno o to samo”), tylko wzmacniają ego „krytyków” i dają pole do uprzedzeń. Uczmy młodzież ciekawości, odrobiny pokory i szacunku do wykonanej pracy artystycznej.

Po pierwsze, musimy odpowiedzieć na wiele „dlaczego”:

- *Dlaczego autor wybrał taki temat? Czy jest aktualny?*
- *Dlaczego akurat ta historia? Czy widzę tam analogię do dnia dzisiejszego?*
- *Dlaczego ta historia zaczęła się i skończyła w ten sposób? Co ja myślę o zakończeniu?*
- *Dlaczego takie wydarzenia miały miejsce? Wciągnęła mnie w fabuła?Ufałem temu, co widzę?*
- *Dlaczego autor zastosował takie środki wyrazu? Jak je odebrałem?*

Dopiero wtedy przejdziemy do „podoba się/nie podoba się”

czyli - "co mnie interesowało, niepokoiło, ekscytowało i dziwiło...". Dobra krytyka teatralna to zwięzła odpowiedź np. na poniższe pytania.

O czym można rozmawiać po spektaklu?

Jaka była historia?

Czy był dla mnie nowa czy coś mi przypominała ? Czy czegoś się dowiedziałem? A może w żaden sposób mnie to nie dotyczyło? Jakie było zakończenie tej historii?

Jak reżyser i dramaturg uchwycili tę historię?

- *Jak udało im się mnie wciągnąć w historię?*
- *Czy mieli dobre pomysły na zbudowanie napięcia, utworzenie i rozwiązanie głównych i drugoplanowych konfliktów?*
- *Czy miało to na mnie wpływ? Jak poradziłem sobie z napięciem?*
- *Czy mi się podobało? A może czasem się nudziłem? Czy patrzyłem na swój zegarek w smatfonie?*

Czy podobała mi się oprawa wizualna spektaklu?

- *Jaka była scena, scenografia, dekoracje, rekwizyty, kostiumy, światła, efekty specjalne...?*
- *Jak reżyser bawi się przestrzenią?*
- *Czy wykorzystuje głębię i wysokość sceny, przekracza wyimaginowaną czwartą ścianę ?*
- *Jak zmienia się przestrzeń? Czy widz się w tym nie gubi?*

Jak zostali przedstawieni bohaterowie spektaklu?

- *Czy postacie były jednoznaczne i przejrzyste, czy też tajemnicze i nieprzeniknione?*
- *Czy zmieniały się? Czy któraś z postaci przekształciła się zupełnie na nowo?*
- *Czy któraś postać była mi szczególnie bliska?*
- *Czy byłbym w stanie się z nią zidentyfikować?*
- *Co ja bym zrobił na miejscu bohatera?*
-

Jak oceniam grę aktorską?

- *Czy postacie były wiarygodne? Czy któryś z aktorów szczególnie się wyróżniał lub był wyraźnie "słabszy"?*

Jak muzyka na mnie wpłynęła?

- *Czy byłem jej świadomy podczas występu?*
- *Czy ona mi przeszkadzała? A może nawet jej nie zauważyłem?*

Jaki był tam poziom symboliki, wyobrażeń, metaforyczności?

- *Czy krzesło było tylko krzesłem?*
- *Czy zastosowano zastępcze rekwizyty, które zmuszały widza do zaangażowania wyobraźni?*
- *A może wszystko było bardzo dosłowne?*

Czego doświadczyłem podczas spektaklu?

- *Jakie emocje wywołało to przedstawienie?*
- *Czy odczuwałem strach, smutek, napięcie, współczucie?*
- *Czy czasem było wesoło?*
- *Ile razy śmiałem się w głos? Czy tylko zmuszałem się do śmiechu?*

Z jaką myślą opuszczam teatr?

- Co chcę jeszcze przemyśleć ?
- Co mnie zdenerwowało?
- Co cię zaskoczyło?

A co z aplauzem?

- Chciałem krzyknąć "brawo"?
- Czy moja owacja na stojąco była szczerą, czy po prostu wstałem, bo wszyscy inni na widowni wstali?
- Czy miałem ochotę wyjść w połowie spektaklu?

Rozpowszechnianie

Jeśli chcemy wychować młodych krytyków teatralnych, a przynajmniej nauczyć młodych ludzi, aby w sposób kulturalny i logiczny opowiadali o tym, co widzieli, musimy znaleźć dla nich odpowiednią motywację. Może to być również **wyjątkowa przestrzeń do wyrażenia opinii na temat dzieła sztuki lub wydarzenia kulturalnego**. Platforma, na której młodzi ludzie prezentowaliby swoje poglądy i dyskutowali o nich. Niezależnie od tego, czy będzie to miejsce w szkolnej lub lokalnej gazecie, na stronach internetowych lub portalach społecznościowych, które śledzą niektórzy koledzy z klasy, czy po prostu dyskusja „off-line” na żywo podczas lekcji literatury lub plastyki... Im większe jest to forum dyskusyjne, tym bardziej młodzi ludzie czują się ważniejsi i jest szansa, że odpowiedzialnie sformułują swoje wypowiedzi.

Trzymamy kciuki za każdego edukatora, żeby nie zmarnował całych sił na samą początkową dyskusję, pełną negatywnych uwag. Będzie to wymagało szalonego zaangażowania, entuzjazmu i wytrwałości, ale jest to tego warte. Dbając o umysł i percepcja estetyczna młodych ludzi, dbamy o przyszłość, bo dobrze rozwinięta zdolność do krytycznego myślenia będzie miała wpływ także na samą produkcję teatralną.

Teatr kontra kino

#przełączycina innykanał

Jaka jest różnica między teatrem a kinem - oprócz popcornu i coli? Nie podają ich w teatrze, tak samo, jak okularów 3D. Czy to, że mówimy, że teatr jest „poważną” sztuką, bo ładnie się do niego ubieramy? A może to dlatego, że teatr istniał dużo wcześniej?

Unikajcie takich konstruktów myślowych w obecności młodych ludzi. Nawet w teatrze można znaleźć tanią tandetę, aw kinie wręcz przeciwnie – dobrą sztukę. Zastanówmy się, jak rozmawiać z młodymi ludźmi o tych dwóch często porównywanych zjawiskach:

TEATR

JESTEŚMY TAM! Tak blisko. Mówią bezpośrednio do nas. Nie chroni nas odległość do Hollywood ani ekran kinowy. Czujemy oddech aktora i boli nas jego upadek na drewnianą scenę, bo wiemy, że to nie jest sztuczka. Czasami patrzy prosto na nas. Wie, że tu jesteśmy. Jesteśmy częścią przedstawienia. Cały zespół artystyczny i techniczny jest tutaj ze względu na nas - bo siedzimy na widowni.

KINO

Kiedy w kinie zapada ciemność, możemy wejść przez ekran do najbardziej fantastycznego świata. Tak łatwo i chętnie wierzymy w iluzję. Możemy przenieść się głęboko w przeszłość lub daleko w przyszłość i przełączać się między tymi dwoma światami w ułamku sekundy. Jesteśmy w stanie uwierzyć w prawa najbardziej szalonego zmyślonego świata i jego historii. Widok z kamery przenosi nas z dolin do gór i miast, widzimy rzesze ludzi wędrujących, walczących, spieszących się... Widzimy szczegóły natury - od małej mrówki po wieloryba w morskich głębinach. Kamera przenosi nas na drugi koniec planety lub do kuchni sąsiadów, do której nigdy byśmy nie trafili.

Konkurencja? Wcale!

Przyjrzyjmy się niektórym szczegółom sposobów wyrazu.

Zwróćmy uwagę na dialogi. W filmie obraz wiele mówi, w teatrze częściej polegamy na słowach. W filmie wystarczy ich minimum, czasem są wręcz zbędne. Z drugiej strony, w teatrze przemówienia bohaterów mogą tworzyć napięcie, przyspieszać bieg wydarzeń i opowiadać wszystko o postaciach. W teatrze dialogi są częściej stylizowane artystycznie, w filmie starają się być jak najbardziej zbliżone do zwykłej mowy.

W filmie i teatrze stosuje się inny rodzaj aktorstwa. W teatrze wszystko musi być „większe” – mowa, gesty i mimika, aby widz mógł wreszcie zobaczyć, co przeżywa bohater. Aktorstwo filmowe jest naturalne, bardziej minimalistyczne. Jeśli aktor „przesadza”, nie wierzymy mu.

Obrazowość filmu a symbolika rekwizytów w teatrze. Obie formy sztuki działają na naszą wyobraźnię, umiejętność łączenia konotacji. Jednak każda robi to inaczej. W teatrze jesteśmy w stanie uwierzyć, że siedzi przed nami król, nawet jeśli aktor stoi w garniturze i na pustej scenie, a zamiast tronu jest zwykłe krzesło. (Wystarczyłoby, żeby inny aktor się mu uklonił, podał mu kieliszek wina, mówiąc: „Burgundy,

Wasza Wysokość...”) W filmie - to byłoby zdecydowanie niewystarczające. Albo wręcz przeciwnie – jeśli kamera zabierałaby nas do mieszkania, w którym porzucane są określone rzeczy (np. puszka piwa na stole obok kawałka pizzy, obok - gazeta z ogłoszeniami o pracę, porzucane rachunki z wezwaniami o zapłatę a, gdzieś w tle, telewizor z meczem piłki nożnej) od razu domyślił się , kto tam mieszka i jaki jest.



Pobawmy się w Akademię Filmową

#Oscarnight

Jednym ze sposobów,, jak uczyć młodych ludzi analizowania i oceniania doświadczeń artystycznych, jest rozmowa o filmach. Czasami po prostu trzeba zacząć od gwiazdek. Ile gwiazdek dałbyś temu filmowi? Dlaczego? W momencie, kiedy ktoś próbuje uzasadnić liczbę gwiazdek, zaczyna się rozmowa o sztuce.

Na co zwracają uwagę krytycy filmowi? Nieważne, czy to kryminał, horror, komedia romantyczna czy animacja . Zasady „dobrego” filmu są takie same.

Dobry film, czyli...



Przede wszystkim chodzi o fabułę.

Filmowcy często szukają inspiracji w książkach, ponieważ w książkach jest mnóstwo mocnych historii. Jednak często **scenariusz** filmu jest oryginalny, niezależnie od tego, czy jest fikcją, czy inspirowany prawdziwymi wydarzeniami. Jeśli scenarzysta wymyśli własną historię lub zaadaptuje książkę, klucz do sukcesu filmu leży po jego stronie. Następnie na scenę wkracza **reżyser**. Ma precyzyjną intencję, wizję, co chce osiągnąć, jakie emocje chce wywołać w widzach. Krótko mówiąc, ma wszystko przemyślane i wszystkie komponenty artystyczne i techniczne są podporządkowane jego intencji.

Akcja zawsze rozgrywa się w określonej przestrzeni i czasie . Akcja ma swoją prehistorię, są okoliczności, które na nią wpływają. Najciekawsze momenty to te, kiedy zaczyna się historia (film) i kiedy się kończy. Może nawet ty czasami nie



chciałeś uwierzyć, że film naprawdę się skończył, rozważałeś inne warianty zakończenia historii, a potem myślałeś o tym jeszcze przez kilka dni. Najwyraźniej taki też był zamysł reżysera.

Zwróćmy uwagę na kamerę.

Dokąd nas zaprowadzi, co nam pokaże, a co przed nami ukryje. Jak bawi się z nami w chowanego, w jakiej kolejności coś nam pokazuje. Niektóre ujęcia mogą nas zachwycić: są tak piękne, artystyczne, pomysłowe, wieloznaczne...



Postacie i ich relacje są ujawniane stopniowo.

Mają pewną przeszłość i przyszłość. Film jest wycinkiem z ich życia (nawet jeśli jest to film biograficzny, widzimy tylko wybrane fragmenty, pokazujące kluczowe momenty). Dokąd dojdą na tym odcinku? Jak przedstawia się ich przemiana, dojrzewanie, co i jak zostanie rozstrzygnięte na korzyść kogo? Czy ktoś jest nam bliski? Komu kibicujemy? Kogo rozumiemy, a kto nas przeraża?



Między bohaterami rodzi się napięcie i konflikt,

który jest rozwiązywany w określony sposób (poprzez działania bohaterów lub interwencję „z zewnątrz”). Jak twórcy dawkują napięcie? Czy jesteśmy w ciągłym napięciu? Czy są miejsca, w których można odetchnąć (np. zabawne momenty)? A może film dłuży się i czekamy, aż coś się w końcu wydarzy?



Muzyka potęguje napięcie.

W niektórych momentach muzyka jest niemal niezauważalna, w innych - jest tak emocjonalna, że rozpoznalibyśmy ją wśród setek innych motywów scenicznych (motyw przewodni z Gladiatora, pamiętacie?). Znamy wiele filmów, które zdobyły Oscara za muzykę. Ale w niektórych filmach muzyka może być bardzo rozpraszająca, a czasem, może jej brakować.



Akademia Filmowa ocenia również kostiumy, scenografię, charakteryzację i efekty wizualne.

W zależności od gatunku i miejsca akcji, elementy te mogą odgrywać znaczącą rolę w filmie. Jednak inaczej postrzegamy je w dramacie historycznym, a inaczej - we współczesnej komedii familijnej. Dużo krytyczniej oceniamy efekty specjalne, zwłaszcza w gatunkach sci-fi i fantasy.

Gdyby chcieliście zrobić z młodzieżą własną Noc Oscarów, albo przynajmniej sporządzić ranking filmów, które ocenią jako najlepsze, oto zestawienie kategorii, w których Amerykańska Akademia Sztuki i Wiedzy Filmowe co roku przyznaje prestiżowe nagrody filmowe - Oscary: najlepszy film, reżyser, scenariusz oryginalny, adaptacja, aktor/aktorka, aktor/aktorka drugoplanowi, scenografia, zdjęcia, montaż, efekty

specjalne, dźwięk, montaż dźwięku, muzyka, piosenka, kostiumy, charakteryzacja, pełnometrażowa animacja, krótkometrażowa animacja, długo/krótkometrażowy dokument, film nieanglojęzyczny, krótkometrażowy film aktorski, choreografia.

A skoro mówimy o przemyśle filmowym i Oscarach, mamy tu anegdotę związaną z nazwą „Oscar”. Nikt nie wie, kiedy tak naprawdę narodziły się Oscary. Nagroda Amerykańskiej Akademii Filmowej pierwotnie wcale nie nosiła nazwy Oscar. Nagrody Akademii wręczono po raz pierwszy w 1929 roku, a dopiero po dziesięciu latach organizatorzy uznali przydomek statuetki, która honoruje wybitne osiągnięcia filmowe, za nazwę nagrody.. Istnieją przypuszczenia, że statuetka została tak nazwana po raz pierwszy przez pracownika biblioteki akademii filmowej, ponieważ miała przypominać mu jego wuja Oscara. Ale kto wie, jaka jest prawda? Może kiedyś Hollywood nakręci o tym film.

Któremu filmowi dałbyś Oscara? W jakiej kategorii?

Jaka była historia i jakie było jej przesłanie?

- *Czy film wniósł coś nowego do mojej osobistej kinematografii, czy już widziałem podobny film wiele razy?*

Jak zostali przedstawieni bohaterowie filmu?

- *Jak oceniam poziom gry aktorskiej?*

Co myślę o dialogach w filmie?

- *Zainteresowały mnie? Czy było ich za dużo? Za mało?*

Jak oceniam efekty wizualne?

- *Czy otoczenie i kostiumy odpowiadały czasowi, w którym toczy się akcja?*
- *Co pokazała mi kamera?*

Jak film wpłynął na mnie?

- *Co czułem? Czy reżyserowi udało się wciągnąć mnie w tę historię?*
- *Jakie emocje zostały we mnie po filmie?*
- *Czy zrozumiałem intencje autora?*

Chcąc przejść do kolejnego tematu, wspomnijmy, że statuetkę Oscara zdobył także film „Czarny łabędź”. Zwykle nie pokazują go na Discovery, National Geographic czy innych kanałach przyrodniczych ☹

Balet to nie zabawa

#tylkopocotelegginsy

Gdyby gra planszowa Activity obejmowała kategorię „balet”, rodzinne spotkania i imprezy mogłyby być jeszcze bardziej zabawne. "Wyraż siebie tańcem, odegraj historię tańcem, wyraż swoje emocje - tańce m..."

Śmieszne? Żenujące? A przecie z taniec jest czymś takim normalnym



dla młodych ludzi.. Spójrzcie tylko, jak poważnie traktują swój hip-hopowy zespół taneczny, jak naśladują tancerzy w teledyskach, jak kręcą własne tutoriale taneczne na YouTube i TikTok.

Taniec jest im bliski. Ale rozumiemy, że facet w obcisłych legginsach na tle malowanego Jeziora Łabędziego mimo wszystko wywoła uśmiech na ich twarzy. Nawet jeśli ten facet robi salto w powietrzu i skacze jak akrobata.

Jak przybliżyć balet młodym ludziom?

Może dla nastoletnich dziewcząt nie będzie to taki problem – wystarczy, że przypomną sobie swoje lalki baletnicy lub zajrzą do pamiętników z dzieciństwa, w których napisały: „Jak dorosnę, będę baletnicą...” Pełen wdzięku ruch, gracia, delikatność i piękno z pewnością bliższe są dziewczęcej części widowni. Ale co z chłopcami?



Czym mogą zachwycić się faceci?

#baletjestsexy #czytonaprawdejesttakięglupie?

Trener fitness z pewnością powiedziałby:

- Zwróć uwagę na siłę ramion, gdy tancerz unosi partnerkę nad głową.. Perfekcyjna koncentracja, świetna kondycja, widać za tym silną wolę i lata ciężkiej pracy.
- Dzięki tym nieszczęsnym "leggingsom" widać każdy wyćwiczony mięsień na nogach - zwróćcie uwagę jak pracują nogi podczas lądowania ze skoku wzwyż. Bez wątpienia, nie miałbyś szansy doszrzec tego, gdyby tancerz był w dresach.
- Zobacz idealne połączenie tancerza i muzyki. Rytm, precyzja, wszystkie ruchy są rozplanowane co do sekundy, a do tego, tancerz jest skoordynowany z całym zespołem – synchronizacja z pozostałymi tancerzami jest stuprocentowa.
- Nie wiem, czy byłbym w stanie zagrać cokolwiek przy takim wysiłkiem fizycznym - przeżywać i przedstawiać emocje lub relacje za pomocą mimiki podczas takiego wysiłku.
- Myślę, że balet mógłby być również dyscypliną olimpijską. Tancerze baletowi mają mój szacunek. To naprawdę długie mordercze treningi i wyrzeczenie. I nie mówię nawet o bólu związanym z treningiem baletowym.
- Wielu sportowców włącza zajęcia baletowe do swojego programu treningowego. Łyżwiarze figurowi, pływacy synchroniczni, akrobatycy... To przemyślany system pracy z ciałem, poważnie.
- Elementy baletu wykorzystuje się również np. w nowoczesnych ćwiczeniach „port de bras”, dzięki czemu nawet dorośli mogą dziś zacząć ćwiczyć balet i dzięki niemu zadbać o formę. Balet jest dziś w modzie.
- I hej, balet to coś takiego jak boks, tylko że każdy z tancerzy walczy sam ze sobą. ☺

A jeśli naszej młodzieży na balet nie zabrał taki trener czy nauczyciel wf, to inny przewodnik również może z dużym wyprzedzeniem przygotować swoich młodych przyjaciół do występu w balecie.

Jak przygotować młodzież do występu baletowego

- **Co to jest balet?** Podaj im przynajmniej podstawowe informacje o balecie (kiedy i gdzie powstał, dlaczego tańczony jest w tym samym stylu od tylu lat, dlaczego balet klasyczny jest ważny także dla tancerzy innych gatunków, nawet sportowców; że oprócz baletu klasycznego jest też balet nowoczesny czy jazzowy, że znane są rosyjskie, francuskie, włoskie szkoły baletowe itp.) - szybko można sobie wygooglować.
- **Na jakie przedstawienie idziemy?** Przede wszystkim, zapoznaj się z historią (bohaterowie, główny wątek, zakończenie). Doświadczysz radości odnajdywania - kto jest kim. Jeśli spektakl polega na baletowej adaptacji tekstu dramatycznego (np. balet Romeo i Julia adaptuje tekst Szekspira), dobrze jest wcześniej zapoznać się z tekstem (fajnie będzie odgadnąć, który monolog lub dialog jest „tańczony” na scenie...).
- **Dokąd idziemy?** Do jakiego budynku? Jeśli przedstawienie odbywa się w zabytkowym budynku teatru, to samo wspomnienie o nim bardzo pomoże młodym ludziom... Będą zafascynowani samym budynkiem... Są różne doświadczenia. Z innym nastawieniem idzie się do pięknego barokowego zabytku, a z innym - do nowoczesnej sali kongresowej.

Co zachwyca w balecie?

- **Opowiadanie historii, wyrażanie relacji, emocji poprzez ruchy...** Informacje przekazywane są między postaciami i tancerzami a publicznością nawet bez użycia słów.
- **Muzyka i jej siła wyrazu.** Łączenie muzyki z ruchem. Precyzyjne wyczucie czasu, rytm, tempo. Naprzemienność choreografii solowej i grupowej, ich synchronizacja.
- **Reprezentacja wizualna sztuki. Tła, dekoracje, kostiumy, światła...**
- **Pomysły reżyserskie, praca dramaturga, zmiana znaczeń...** - symbolika, żartobliwość, pomysłowość twórców, jak potrafią m.in. wyrazić nastrój samym ruchem...

Muzyka na scenie. Dużo, dużo muzyki.

#jestesmywlochamiczyco? #showmustgoon

Muzyka jest częścią niemal każdego przedstawienia teatralnego. Istnieją jednak gatunki, w których **całe historie** są przedstawiane i „opowiadane” głównie poprzez muzykę i śpiew. Musical, śpiew, teatr muzyczny, operetka... I - tak, to trudne. Najtrudniejsza jest opera.

Gdybyśmy chcieli pozostać na poziomie realnie osiągalnych celów i nie próbowali podnosić wam poprzeczki, powiedzielibyśmy, żebyście dali spokój z próbami przekonania młodzieży do opery. To naprawdę jest trudne... Ale jesteśmy entuzjastami wysokich poprzeczek, a nawet w nie wierzymy, dlatego proponujemy ci to:

Uwierzcie, że młodzi ludzie są w stanie zrozumieć piękno opery. Młodzi ludzie kochają muzykę. Są na muzykę szczególnie wrażliwi.

Muzyka potrafi wzbudzić w młodych ludziach emocje, porwać do tańca, wprowadzić w trans, zachęcić do działania. Tak, wierzymy, że zabranie dzisiejszych młodych punków, hip-hopowców, raperów, piłkarzy i unihokeistów, influencerów i modelek, motocyklistów, a nawet dzieci, do opery to naprawdę świetny pomysł.



Dobra, możemy zacząć od popularnego **musicalu**. Na przykład Jesus Christ Superstar – są rockowe gitary, młodzi to pokochają. Albo Bracia Krwi. Ta historia chwyta za serca. Poza tym musical ma też mocny element taneczny i jest gatunkiem dla mas, więc z pewnością będzie bliższy młodzieży.

Ale nie zapominajmy o wspomnianej powyżej wysokiej poprzeczce. Młodzi ludzie mają takie zdolności.. Naprawdę. A to, że lubią rzeczy trudne, wyzwania... to fakt. Więc jak? Podejmujecie się tego?

Challenge stulecia: zabierzmy takiego „ignoranta” do opery

Postępujemy tak samo, jak w „Operacji Balet”. Zamiast trenera fitness o operze mógłby opowiadać popularny śpiewak, udzielający lekcji śpiewu w miejscowym domu kultury. Wiedzieliby o operze wszystko... Jeśli takiego śpiewaka nie mamy, zrobimy to sami. Przygotowanie jest bardzo ważne dla młodych ludzi. Pogooglujemy razem, poszukajmy przykładów na YouTube, przeczytajmy libretto, a przynajmniej, poznajmy fabułę... Młody człowiek powinien wiedzieć, czego się spodziewać po operze.. I powinien na to czekać. Utopia? Zupełnie nie.

Co to jest opera? Kiedy powstała i jak się rozwijała? Dlaczego śpiewacy operowi tak dziwnie śpiewają? Czy oni w ogóle wiedzą, że można inaczej? Kto powiedział, że to ładne? Co to jest aria i recital? Co oznaczają słowa bas, baryton i tenor, alt, mezzosopran i sopran? W jakim języku będzie śpiewana ta opera? Czy zrozumie co oni śpiewają ? Czy będą napisy? Czy cała orkiestra zagra na żywo?

Podobnie jak w przypadku baletu czy teatru, po spektaklu spróbujmy porozmawiać o tym, co młody człowiek przeżył, zobaczył, usłyszał, co go zaniepokoiło, podekscytowało, zdziwiło, znudziło... Pytania do „analizy po” są bardzo podobne. A kiedy już „przeżyjesz” operę, z łatwością poradzisz sobie z wszelkiego rodzaju koncertami...



A co z muzyką poza sceną?

#atjaksięodżywasz?

Muzyka w słuchawkach. Na youtube, spotify... Muzyka w pokoju nastolatka, na imprezie, w firmie, w skateparku, podczas prób osiedlowego zespołu i hip-hopowej grupy tanecznej...

Muzyka jest sztuką, a młody człowiek jest w niej bezpośrednio zanurzony i rzadko wznosi się ponad

powierzchnię. Serio - cisza w życiu nastolatka zdarza się bardzo sporadycznie. Prawie jak awaria prądu.

Młodzi ludzie kochają muzykę. Wydaje nam się, że kochają tylko bardzo głośna i rytmiczna muzyka... I że wszystko, co nie gra w tej chwili w radiu lub nie ma dziesiątek tysięcy subskrypcji na YouTube, jest już poza ich zainteresowaniem. Ale co, jeśli tak nie jest?

W jaki sposób przewodnik artystyczny (rodzic, wychowawca, pracownik organizacji kulturalnej) może pomóc młodemu człowiekowi poruszać się po gatunkach muzycznych i wykonawcach – zwłaszcza, gdy w ogóle nie znamy idoli dzisiejszej młodzieży?

„Czego słuchasz?” „Ściszej to natychmiast!” „To sama agresja!” „Same wrzaski! Podoba ci się to?!” „Jak ta piosenkarka jest ubrana!? Czy jest w zespole tylko dlatego, że jest ładna? - Za naszych czasów była lepsza muzyka.” To jest jedna wilka bzdura.

Z pewnością nie jest to dobry sposób na rozpoczęcie dyskusji o sztuce z nastolatkiem. Nazwalibyśmy to po prostu – paleniem wszystkich mostów.

Młodzi ludzie wierzą w „swoją” muzykę. Ich muzyka jest ich religią. A my jesteśmy przybyszami, którzy chcą przekonać młodych do swojej religii. Bardzo natarczywie. Jeśli chcemy im coś zaoferować, musimy potraktować to jako wymagającą długoterminową misję. Nie da się tego załatwić jedną płytą Beethovena czy koncertem muzyki klasycznej raz w roku.


Porozmawiajmy o muzyce z młodymi ludźmi. Spróbujmy zapytać ich, na przykład, o to


Pytania do rozmowy o muzyce:


- *Jaka była ostatnia piosenka, od której dostałem gęziej skórki?*
- *Czy ciągle nucę tę piosenkę, nie mogę wyrzucić jej z głowy?*
- *Jakiego rodzaju muzyki słucham, kiedy jestem smutny/szczęśliwy/zły?*
- *Beatlesi czy Queen? Adele czy Katy Perry? Rock czy pop? Fortepian czy akordeon? Gitara elektryczna czy akustyczna? Głośno czy cicho?*
- *Jaki jest mój stosunek do folku, muzyki klasycznej, opery itp.?*
- *Gdybym miał zadedykować jedną piosenkę mojej ukochanej, jaka by to była piosenka?*
- *Którą piosenkę zadedykowałbym mojemu wrogowi, mojemu nauczycielowi matematyki, moim dziadkom?*
- *Gdybym miał dzisiaj skomponować utwór muzyczny na temat mojego dnia, jaki byłby ten utwór? (tempo, głośność, dobór instrumentów? czy będzie śpiew? śpiewa mężczyzna czy kobieta? jaki byłby sens tekstu?)*
- *Czy mam określony gust muzyczny? Kto miał największy wpływ na mój gust?*
- *Czy mam zastrzeżenia do muzyki mainstreamowej?*
- *Wolę muzykę w domu czy na koncercie?*
- *Jeśli byłem już na kilku koncertach moich ulubionych wokalistów i zespołów, co z nich pamiętam? Który moment koncertu był dla mnie najmocniejszy? Czy po koncercie nadal słucham tych piosenek, czy wolę, aby wrażenia utrwały się w ciszy?*

- *W jakim koncercie lub wydarzeniu muzycznym chciałbym wziąć udział??*

Szalone wyzwanie: Zabierzmy młodych ludzi na festiwal!

... Gdybym miał czternaście lat i rodzice powiedzieliby mi, że zabierają mnie na słynny festiwal muzyczny (Pohoda to topowy festiwal na Słowacji), pewnie bym się cieszył. Po pierwsze pomyślałbym, że jeszcze przez kilka lat nie będę mógł pojechać tam z przyjaciółmi, a po drugie, nigdy nie pomyślałbym, że zechcę pojechać na coś takiego. Myślę, że spodobałoby mi się. Mam nadzieję, że nie narobią mi wstydu i dadzą mi wystarczająco dużo swobody. Ale jednocześnie będą blisko, jeśli zechcę kupić colę i burgera. Prawdopodobnie nalegałbym na jakąś umowę o wzajemnym szacunku - Pakt o niewprowadzanie się w zakłopotanie. I chciałbym zabrać ze sobą przyjaciela, z którym byłbym w namiocie (Spać z rodzicami w namiocie? !Brrr!).

... Gdyby nauczyciel powiedział nam w szkole, że nasza klasa ma zorganizować szkolny festiwal muzyczny i że powinienem być w zespole organizacyjnym, byłbym szczęśliwy. Razem z moim zespołem rzucilibyśmy się na to od razu i zwołali najlepsze możliwe zespoły, wymyślili program towarzyszący i pięknie udekorowalibyśmy szkolne podwórko. Szkoła będzie żyła muzyką przez cały tydzień. Dalibyśmy przestrzeń do zaprezentowania się wszystkim uczniom, którzy potrafią grać na instrumencie muzycznym. Moglibyśmy też stworzyć zespół szkolny. Albo niech zrobią koncert ci, co uczą się w szkole muzycznej.. Nieważne, nie będzie to nic odkrywczego. Przynajmniej będzie kolorowo.

... Gdyby szkoła zabrała nas na wycieczkę do Pragi (no, nawet do Bratysławy czy Koszyc) i między innymi wybralibyśmy się na koncert muzyki poważnej albo do opery w pięknym zabytkowym budynku, to dałoby się to przeżyć. Wspólna przygoda, doświadczenia z podróży, odkrywanie nowych miejsc i ta muzyka... Na pewno nie mielibyśmy nic przeciwko. A gdyby na Rynku odbywał się koncert lub festyn, na pewno byśmy tam byli.

To nie jest zwykła ankieta. Tylko fikcja pamiętnikarska autorów. Ale autentyczna. Czy ty powiedziałbyś tak samo? Jak byś zareagował, gdyby rodzice zabrali cię na festiwal muzyczny w szkole średniej?

A czy teraz, jako osoba dorosła, zabrałbyś swojego nastolatka na taką imprezę?

To sytuacja win-win. Oczywiście, nie chodzi tylko o wzmacnianie relacji rodzinnych. Poznajemy muzykę młodych ludzi, spotykamy się z młodzieżą na imprezie masowej (mamy gwarancję dobrej zabawy), a z drugiej strony młody człowiek otrzymuje propozycję przeżycia przygody i poszerzenia horyzontów. Szeroka gama koncertów różnych zespołów (najlepiej także różnych gatunkowo) oraz towarzyszące im programy artystyczne - dyskusje, wystawy, warsztaty - mogą zachęcić młodych do głębszego poznania sztuki. A przynajmniej młoda osoba będzie miała okazję, by spotkać się z inną sztuką niż ta, która w kółko gra w jej słuchawkach.

Partnerzy i twórcy tej publikacji z Polski, którzy są organizatorami wielu wydarzeń kulturalnych, a zwłaszcza dużego festiwalu muzycznego Folkowisko, przygotowali krótki opis fenomenu festiwalu. Traktujemy to jako narzędzie edukacji artystycznej, które może być atrakcyjne dla młodych ludzi, a jednocześnie bardzo skuteczne.

Festiwal - to cykl imprez i wydarzeń jednego typu, którego głównym elementem jest spektakl muzyczny. Festiwal może łączyć różne formy aktywności i skupiać się na różnych tematach. To interaktywny sposób zdobywania wiedzy i doświadczenia. Oprócz festiwali muzycznych odbywa się wiele festiwali filmowych i teatralnych, a także festiwali literackich, a nawet naukowych.

Bo święto po łacinie oznacza: radosne, wesołe, odświętne - to idealna forma zwracania się do młodzieży. Do młodego

odbiorcy może dotrzeć poprzez różne bodźce i formy. Najczęściej pociąga go muzyka, za którą mogą pójść inne formy kształcenia. Najciekawsze festiwale to festiwale interdyscyplinarne, łączące różne formy przekazu.

Większość ludzi wyobrażając sobie festiwal, widzi duże imprezy masowe i kojarzy je głównie z muzyką, imponującym line-upem i tysiącami uczestników bawiących się na świeżym powietrzu. Należy pamiętać, że festiwal może przybierać różne formy i mieć różny zakres. Ważnym elementem jest jego wielodniowy i cykliczny charakter oraz artystyczny, kulturalno-rozrywkowy i edukacyjny charakter. Termin „festiwal”, który zakorzenił się w języku angielskim, odnosi się do dużych imprez kulturalnych trwających kilka dni, ale obejmuje również imprezy religijne, regionalne i ludowe. Większość ludzi kojarzy to określenie wyłącznie z muzyką, ale istnieje wiele innych rodzajów festiwali, które warto odkryć i poznać.

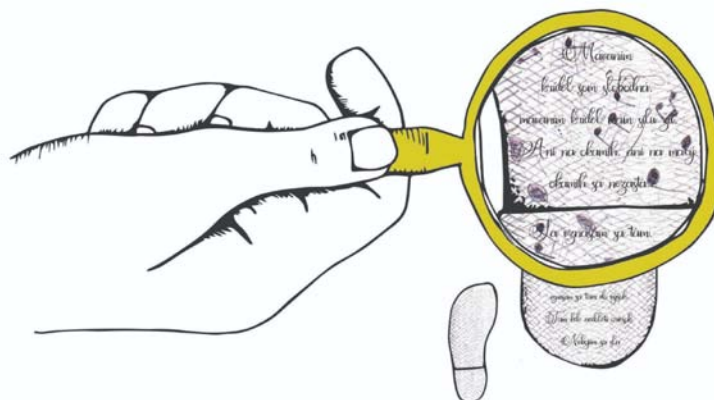
Festiwal umożliwia grupowe przeżycia, interakcję i poczucie kulturowej akceptacji społeczności. Wzbudza emocje, a jego długość umożliwia elastyczny dobór atrakcji, w których uczestniczy widz.

Ważnym elementem jest cykliczność imprezy, która tworzy wokół festiwali grono widzów, wiernych fanów, którzy często co roku wracają na imprezę. To ułatwia promocję. Jednak budowanie marki w społeczności wymaga również dużego zaangażowania i czasu.

Festiwale różnią się od innych imprez głównie wielkością, czasem trwania imprezy oraz liczbą występujących artystów. Najbardziej znane imprezy tego typu to Glastonbury Festival (Wielka Brytania), Sziget Festival (Węgry), Pol'and'Rock (Polska), Colours of Ostrava (Czechy), Pohoda Festival (Słowacja). Co roku w całej Europie odbywają się tysiące festiwali.

Festiwale kultury i sztuki to chwile celebracji różnych form twórczości artystycznej. Na takich festiwalach najczęściej odbywają się spektakle teatralne, taneczne czy kabaretowe. Poza tym, widzowie oglądają filmy, słuchają muzyki i uczestniczą w wystawach sztuk pięknych lub performatywnych, więc prawie każdy może znaleźć odpowiedni dla siebie festiwal. Są też wydarzenia kulturalne, które skupiają się na konkretnej formie sztuki, np. festiwale operowe i teatralne, którym zwykle nie towarzyszą inne formy.

Duże festiwale są organizowane przez profesjonalne firmy, które są wyposażone w sprzęt, infrastrukturę i odpowiednią wiedzę. Jednak każdy może stworzyć mniejszy festiwal. Nawet małe miasteczko, ośrodek kultury czy szkoła...



Muzyka i tekst

#itaknieznamangielskiego

Pod koniec tego rozdziału zagłębimy się na chwilę w teksty utworów muzycznych. To duży temat, ale w dowolnej chwili możemy do niego wrócić (za każdym razem, gdy usłyszymy ciekawą piosenkę).

Teksty mogą być bardzo potężnym elementem artystycznym piosenek, ale muzyka popularna nie zawsze zwraca na nie uwagę. Tak jakby słuchacze potrzebowali tylko kilku tych samych zdań, powtarzanych w kółko: "kocham cię, tęsknię za tobą, jestem sam, jesteś aniołem, złamałeś mi serce..." Ewentualnie, trochę bardziej buntownicze zwrotki rapowe: "świat jest zły, jestem buntownikiem, mówię prawdę, obudź się...". Należałoby jeszcze dodać przekleństwa, bez których rap jakoś nie może się obejść, ale to, może, pomińmy.

Oto fragmenty kilku tekstów znanych polskich wykonawców i zespołów. Nie są najnowsze, ale można tu zauważyć kilka ważnych rzeczy. Kiedy pokażemy te wydrukowane teksty młodym ludziom, co oni powiedzą?

| | |
|--|--|
| <p><i>Tu chodzi o to by od siebie nie upaść za daleko jak te dwa tysie kamienie nad rzeką chodzi o to by pierwsze chciało słuchać co by to drugie powiedzieć chce do ucha że po mej głowie czasem się ich boję:</i></p> <p><i>chodzą słowa nie do powiedzenia.. nie do powiedzenia</i></p> <p><i>Dzień dobry kocham cię, już posmarowałem tobą chleb. Dzień dobry kocham Cię, nie chcę cię z oczu stracić, więc, jeszcze więcej.. Dzień dobry kocham cię, podzielimy dziś ten ogień na dwoje, Dzień dobry kocham cię, to zapamiętaj miasto niech o tym wie.</i></p> <p>Strachy na Lachy Dzień Dobry</p> | <p><i>Olewam rząd, mandaty drogowe Dilerów, maklerów, warty honorowe I jeszcze wążacza olewam na zdrowie Prymasa w lampasach, komuchy nie lubię</i></p> <p><i>Tylko na Tobie naprawdę mi zależy Tylko Ciebie naprawdę potrzebuję I kiedy kiedy znikasz, kiedy Ciebie nie ma W powietrzu czuję, czegoś mi brakuje</i></p> <p><i>Ludzie mówią, że jestem pijakiem Chodnikowym równym chłopakiem Ludzie mówią, że nie trzymam tonacji Nie ćwiczę gam nowej demokracji</i></p> <p><i>Ale ja mam w sobie mordercę, Wojownika, chcę zjeść Twoje serce Chcę mieć w Tobie przyjaciela Poczuć coś, poczuć coś, coś Ci dać</i></p> <p>T.Love I love you</p> |
| <p><i>Jestem tego pewny, w głębi duszy o tym wiem, Że gdzieś na szczycie góry, wszyscy razem spotkamy się. Mimo świata który, kocha i rani nas dzień w dzień, Gdzieś na szczycie góry, wszyscy razem spotkamy się. Się porobiło czeka to też nas, Ziemia, coraz więcej pragnie ciała ludzkich mas, Nikt nam nie powiedział, jak długo będziemy żyć,</i></p> | <p><i>Ile ja bym dała, by widzieć Ciebie znów Ile niewypowiedzianych mam w głowie słów I czy nie zimno, czy nie zimno Ci tam? Tak mało dałeś sobie szans</i></p> <p><i>Już jest po, więc aniołom szepnij to Że tęskni ktoś za dotykiem Twoich rąk</i></p> |

| | |
|---|---|
| <p><i>Do jakich rozmiarów ciągnęła się będzie życia nić. Nikt nam nie powiedział, kiedy mamy się pożegnać, I ile mamy czekać aby znowu się pojednać, Ramię w ramię nawzajem siebie wspierać, Rodzimy się by żyć, żyjemy by umierać. Aniele śmierci proszę powiedz mi, Czemu w stosunku do nas jesteście obojętny, Najlepsze są dla ciebie młode ofiary, Nigdy nic Ci nie zrobiły a traktujesz je jak psy. Zobacz! Ile miłości w każdym człowieku, Nie jeden by chciał przeżyć choć pół wieku, Nie jednemu od wielu lat najbliższych ziomów brak, Ciężko pogodzić się z tym, ale mimo tego ja i tak...</i></p> <p>Grubson Na szczycie</p> | <p><i>Że głodowałeś za dnia, ale dawałeś ile się da Już jest po, więc aniołom szepnij to</i></p> <p><i>Co mi tutaj po tym, że będę Ciebie chciał A może niebo chciało Cię bliżej mieć A teraz zimno, zimno bez Ciebie tu Tak dużo mogłam dać Ci słów</i></p> <p>Sanah Aniołom szepnij to</p> |
| <p><i>Dziś późno pójdę spać Gdy wszyscy będą w łózkach Otwarte oczy mam A głowa pełna i pusta I nie wiem, o czym myśleć mam Żeby mi się przysnił taki świat W którym się nie boję spać W którym się nie boję spać</i></p> <p><i>Już na mnie idzie tłum I depta wszystko po drodze Nie mogę uciec mu On też przed sobą nie może Gwiazd już nie widać, no bo jak? Kiedy łuna z ziemi bije tak Jak gdyby chciała zalać świat Jak gdyby chciała zalać świat</i></p> <p><i>Choć nie chcę budzić się Nie umiem spać Świat dziwny jest jak sen A sen jak świat</i></p> <p>Kwiat Jabłoni Dziś późno pójdę spać</p> | <p><i>Małomiasteczkowa twarz Małomiasteczkowa głowa Małomiasteczkowy styl Małomiasteczkowo kocham Z małego miasta wielkie sny Atakują twoje ulice Wyśniłem sobie Ciebie, gdy Śpiewałem głośno pod prysznicem Ten mój małomiasteczkowy hit I małomiasteczkowe słowa Ten małomiasteczkowy rytm Melodia małomiasteczkowa Z małego miasta wielkie sny Gromadzą się na twoich ulicach Pamiętam, bardzo chciałem tu być Na pewno dużo bardziej niż dzisiaj Znowu jadę do Ciebie sam Znowu jadę do Ciebie Znowu jadę do Ciebie sam Znowu jadę do Ciebie</i></p> <p>Dawid Podsiadło Małomiasteczkowy</p> |

Pytania dotyczące tekstów piosenek

- *Który z tekstów mnie zainteresował? Który był zwyczajny, niewyróżniający się niczym szczególnym?*
- *Gdybym miał stworzyć tekst popularnej piosenki, od czego bym zaczął? O czym miałbym pisać? Czy byłbym bezpośredni, czy wolałbym ukryć swój przekaz w metaforach i porównaniach? Jakim rodzajem tekstu chciałbym się inspirować?*
- *Czy teksty w piosence są dla mnie ważne? Kiedy słucham zagranicznej piosenki, czy próbuję przetłumaczyć jej tekst? Czy tekst może mnie niepokoić lub interesować? Czy lubię piosenkę ze względu na jej tekst? Dlaczego lubię właśnie tę piosenkę?*
- *Co według mnie składa się na jakość tekstu wysokiej jakości? Jakie są moje kryteria?*
- *Czy znam dobre teksty w języku obcym?*
- *Jak postrzegam barierę językową w tekstach? Czy mogę „wyczuć” tekst obcy tak dobrze, jak ten w moim ojczystym języku? Czy to coś zmienia w moim stosunku do artysty i piosenki?*
- *Dlaczego autorzy tekstów nie są celebrytami? Dlaczego prawie nikt nie rozpoznaje ich twarzy?*
- *Czy ludzie powinni wiedzieć o nich więcej? Jeśli tak, to jaką metodę ich promocji proponuję? Czemu miałyby służyć ich „widoczność”?*

Gdybyśmy chcieli przeanalizować obrazowość i symbolikę tekstów, środki poetyckie i czystość rymów, młodzi ludzie prawdopodobnie natychmiast by nas uziemili: przecież nie jesteśmy na zajęciach z literatury i nie potrzebują tego na maturę. Po prostu wyszliby, trzaskając drzwiami. Może na początek wystarczy, że uświadomią sobie, że sztuka może zaoferować dużo więcej: że mogą i powinni oczekiwać więcej, że jeśli będą wymagający i nie zadowolą się tylko okruchami piękna, mają szansę, zobaczyć pełnię piękna.

Spróbujmy ich zafascynować.



I uczujmy razem z nimi , codziennie doświadczając prawdziwego piękna.

8 EDUKACJA NIEFORMALNA

Obowiązkowy sprzęt do resuscytacji
przewodnika sztuki

Temu rozdziałowi towarzyszy Júlia

NIEFORMALNA EDUKACJA

Obowiązkowy sprzęt do resuscytacji przewodnika po sztuce

#sos #nechcęmetodyustausta

Kształtująca się osobowość młodych ludzi jest obecnie atakowana przez wiele przekazywaczy informacji - tekstowych i obrazowych. Czyhają one w najskrytszych kryjówkach, gotowe wyskoczyć w odpowiednim momencie, czepiają się młodego człowieka i obejmują go namiętnie lepкими mackami, aż pojawi się kolejny chciwy adept zbierania informacji. Zwyczajne życie zostało przeniesione do przestrzeni internetowej, która sukcesywnie zwiększała ich (a właściwie to i nasze) przeładowanie megadawkami „przydatnych” dla życia informacji, ale i zatrutowało to życie śmierdzącymi odpadami informacyjnymi. Oprócz wyłączenia sensorów zdolnych do wykrycia człowieczeństwa w ludziach, Internet, w swojej (nie)doskonałości, oferuje też nieskończoną ilość zabawy, wirtualnego kontaktu, adrenaliny, kolorów, akcji, wirtualnych uścisków i emocji wyrażanych w żółtych buźkami... Nie, Śniadanie wioślarzy Renoira nie jest w stanie rywalizować z czymś takim.

Powrót młodych ludzi z przestrzeni wirtualnej do rzeczywistości wymaga silnej motywacji i przekonania, że ma to sens, a także wymaga umiejętności przewodników sztuki. Skutecznym i sprawdzonym sposobem dotarcia do młodszego pokolenia i **zapewnienia mu (porównywalnego) doświadczenia pozyskiwania informacji jest włączenie metod edukacji empirycznej do tradycyjnych form pracy edukatorów szkolnych, galeryjnych, muzealnych czy innych przewodników młodzieży po świecie sztuki.**

Czym jest edukacja nieformalna?

-Edukacja nieformalna to celowe, ale też dobrowolne uczenie się.

-Odbywa się poza formalnym systemem edukacji, podczas gdy edukacja formalna prowadzi do osiągnięcia określonego poziomu wykształcenia udokumentowanego zaświadczeniem (dyplom, świadectwo itp.).

-Są to zorganizowane zajęcia edukacyjne poza ramami systemu szkolnego, które oferują uczestnikom edukacji świadomy rozwój doświadczeń życiowych, umiejętności i postaw.

-Poszczególne zajęcia, jak i sam program edukacyjny, mają określone cele oparte na potrzebach i doświadczeniach uczestników.

-Rozwija i uzupełnia edukację z edukacji formalnej, nie jest jej przeciwieństwem.

Tak, tak. Lekcje. Nudy. Podsumujmy to więc po swoim.

Edukacja nieformalna to zestaw pierwszej pomocy pełen urządzeń ratujących życie, takich jak ciśnieniomierz, zestaw infuzyjny, defibrylator i leki - od witamin, przez antybiotyki, po środki przeciwbólowe, gotowe do szybkiej interwencji na każdym etapie ratowania młodego człowieka, a koszt jego uzyskania jest minimalny. Tak, edukacja nieformalna może ratować życie, ponieważ swoimi metodami, technikami i działaniami nie pozwala, aby związek młodego człowieka ze sztuką umarł (z powodu złej diagnozy lub braku leków) we wczesnym wieku.

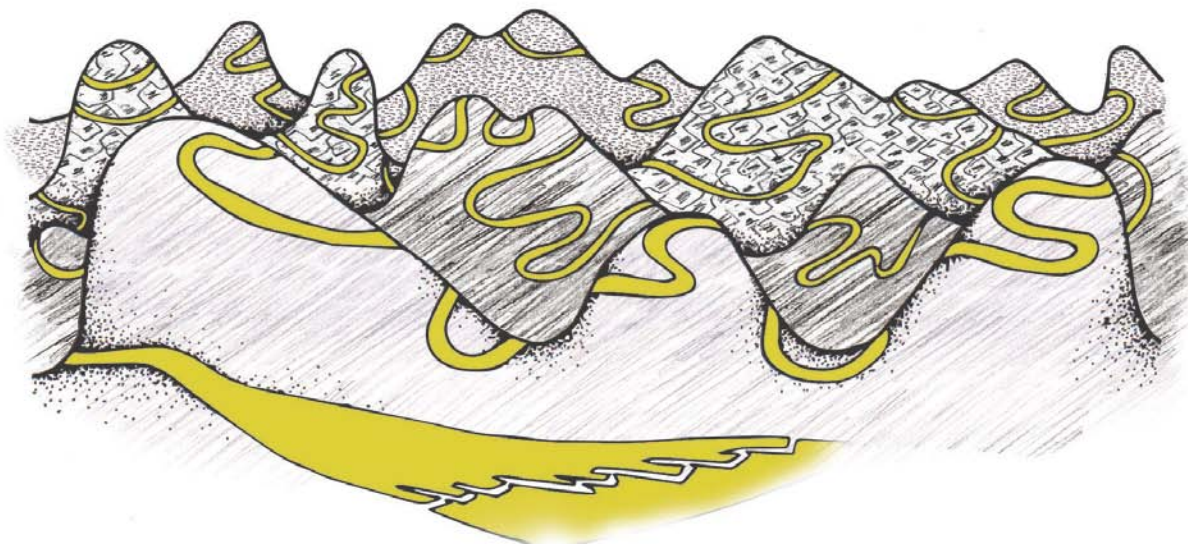
Dlaczego edukacja nieformalna jest potrzebna w dziedzinie kultury i sztuki?

PONIEWAŻ:

- **pracuje z doświadczeniem, tworzy doświadczenie** – sztuka i różne jej formy prezentacji stwarzają doskonałe warunki dla ważnej fazy cyklu edukacyjnego, jaką jest DZIAŁANIE – sama sztuka w formie doświadczenia, m.in. z koncertu lub spektaklu baletowego, który właśnie obejrzałeś, będzie dalej pracować jako “tłumacz” kolejnego doświadczenia.
- **pracuje z emocjami** - w jakiej innej dziedzinie pracuje się z emocjami częściej niż w sztuce/kulturze? To niezbędne- połączenie!
- **łączy kilka zmysłów naraz** – informacja, która przechodzi przez kilka zmysłów, jest jednocześnie zapamiętywana głębiej (uczący się zapamiętuje: 10% tego, co widzi, 15% tego, co słyszy, 20% tego, co widzi i słyszy, 40% tego, co o czym dyskutuje, 80% tego, czego sam próbuje, 90% tego, czego uczy się od innych)
- **pokrywa potrzeby wszystkich stylów uczenia się** – odpowiednia nie tylko dla teoretyków, ale także dla aktywistów, filozofów i pragmatyków,
- **tworzy i wzmacnia relacje w grupie lub zespole** – umożliwia silne przeżycie grupowe z rówieśnikami,
- **nie stwarza poczucia, że jesteśmy w procesie “uczenia się”** – w końcu nikt nie chce się uczyć o sztuce – sztukę trzeba „doświadczyć”
- **aktywizuje umysł i ciało** – nie ma tu mowy o nudzie – nieformalna edukacja jest fajna,
- **generuje wiedzę, umiejętności, postawy** – zastanówmy się tylko, ile informacji z ilu obszarów kryje się na jednym obrazku, ile można omówić i jak cały ten proces może kształtować nasze opinie czy postawy,
- **prowadzi do rozwoju umiejętności społecznych,**
- **uczy (krytycznego) myślenia.**

„Podróż jest celem”

Kilka spostrzeżeń na temat rozwoju edukacji nieformalnej,
umiejętności społecznych i krytycznego myślenia



Jakie umiejętności społeczne można rozwijać poprzez edukację nieformalną?

Dzięki odpowiednio dobranym i ukierunkowanym metodom edukacji nieformalnej możemy rozwijać, oprócz wiedzy, ważne umiejętności społeczne, którymi są:

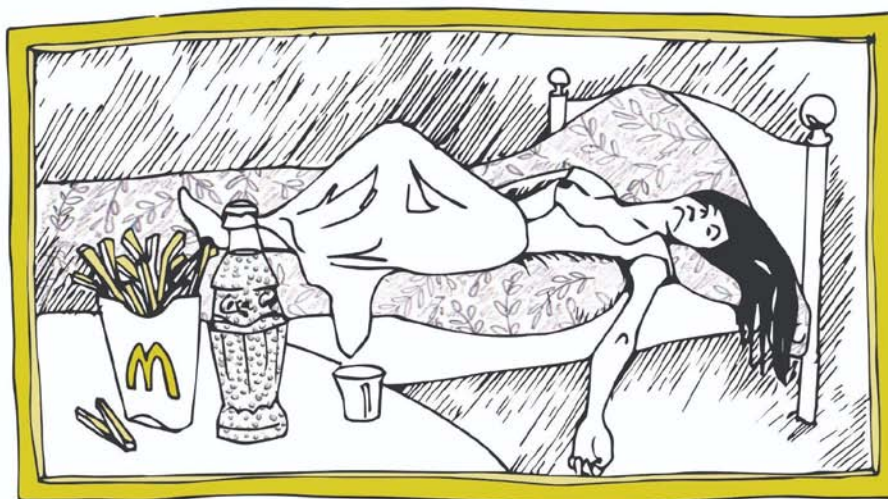
- aktywne słuchanie** – słuchanie, kiedy aktywnie upewniamy się, że zrozumieliśmy i poprawnie zinterpretowaliśmy nie tylko pojedyncze słowa, ale również sens całego przekazu,
- empatia** – umiejętność wczuwania się w drugą osobę, jej sytuację, to, co prawdopodobnie przeżywa,
- skuteczna komunikacja** – umiejętność mówienia odpowiednim, zrozumiałym językiem dla danego odbiorcy,
- asertywność** - umiejętność przedstawiania swojego punktu widzenia na różne sprawy, udzielania informacji zwrotnej i argumentowania bez poniżania kogoś,
- umiejętność komunikowania swoich emocji** – dostosowana do czasu i miejsca,
- negocjacje (mediacje)** - umiejętność mediacji, wyjaśnienia stronom, że nie możemy całkowicie wygrać lub przegrać podczas negocjacji,
- umiejętność rozpoznania i oceny problemu** – z późniejszym wdrożeniem możliwego rozwiązania,
- inteligencja emocjonalna** - poprawna ocena zachowań osób wokół ciebie.

Myślenie krytyczne a sztuka

"Sztuka? A co mi to da? Chcę być dyrektorem finansowym..."



Bo sztuka uczy nas myśleć (krytycznie), a myślenie krytyczne jest jedną z 4K podstawowych kompetencji (wraz z komunikacją, kreatywnością i kooperacją), których pracodawcy wymagają od swoich pracowników, aby ich organizacje czy firmy odnosiły sukcesy. Naucz krytycznie myśleć i potraktuj katharsis jako miły bonus.



Każde dzieło sztuki może dobrze służyć jako wyjątkowy materiał do szkolenia umiejętności krytycznego myślenia. Czego więcej mógłby wymagać przewodnik po drodze do wiedzy? Każde dzieło sztuki, to gotowy, opracowany, "oprawiony" materiał szkoleniowy.

Może tobie też dyktowano zdanie typu: "Głównym motywem Szekspirowskiego Otella jest zazdrość". Prawdopodobnie, pytali cię o to.

... **Czy to stwierdzenie jest prawdziwe?**

Nie twierdzimy, że tak nie jest, ale kto to sprawdził? I czy w ogóle da się to sprawdzić? Czy to naprawdę była zazdrość? Nie bezgraniczna miłość?


... **Podyskutujmy.**

Podważamy twierdzenie o autorytecie.

Co ktoś inny ma do powiedzenia na ten temat? Kim jest ta osoba? Z jakimi zasobami pracuje? Dlaczego Otello zabił Desdemonę? Dlaczego powinniśmy potępić jego czyn i czy w ogóle go potępiamy? Czy Otello był mordercą, głupcem, a może niewolnikiem sytuacji?

... **Zbadajmy to**

... **Znajdźmy połączenia, podobieństwa**

... **spójrzmy na problem kompleksowo**

... **zadawajmy więcej pytań, dużo pytań, dużo dobrych pytań.**

... **Bądźmy ciekawi - sięgnijmy w głąb,**

... **sformułujmy argumenty .**

Na tym właśnie polega krytyczne myślenie.

Nie zabijajmy ciekawości naszych słuchaczy tymi samymi, uniwersalnymi odpowiedziami (ten utwór przedstawia..., głównym tematem, ideą jest..., autor chciał wyrazić..., itp.), których my - przewodnicy - często udzielamy jeszcze zanim nadejdzie moment, że nasi słuchacze zastanowią się nad odpowiedzią. W ten sposób nie tylko nie rozbudzamy ich ciekawości, ale wręcz tłumimy ją na samym początku..

 Poprowadźmy naszych podopiecznych do samodzielnego odpowiadania na ciekawe pytania.

Pozwólmy im znaleźć własne odpowiedzi i skonfrontować je z opiniami innych, prowadząc do zaakceptowania opinii odmiennych od ich własnych. Uczmy (się) tego poprzez przykłady różnych spojrzeń na dzieła sztuki, uczmy tego naszych podopiecznych na przykładach. Proponujemy im tysiące bohaterów, autorów, piosenek, życiowych dylematów.

Metody edukacji nieformalnej są odpowiednim narzędziem, aby poprowadzić uczestników naszej wyprawy artystycznej do zrozumienia "nauczania", odkrycia związków faktami, wyrobienia sobie własnego zdania i ogólnie pogłębienia wiedzy lub rozwinięcia umiejętności społecznych. Więcej o tych metodach, które z pewnością pokochacie (a jeśli nie wy, to przynajmniej młodzież, z którą będziecie pracować - to sprawdzone) znajdziecie w dalszej części przewodnika.

W czym tkwi sekret edukacji nieformalnej?

Cykl uczenia się według Kolba

Edukacja nieformalna działa w oparciu o cykl uczenia się Kolba, który jest jedną z najbardziej popularnych teorii uczenia się i zdobywania wiedzy. Opiera się na założeniu, że 80% ludzkiego poznania pochodzi z własnych, niezbywalnych doświadczeń i zasadniczo zwiększa zapamiętywalność nowej wiedzy.

Zadbajmy o mocne fundamenty! Połączmy naukę z zabawą. Nie wstydzmy się wypowiadać słowa EDUTAINMENT czy wracać do znanego powiedzenia "uczymy się przez zabawę". My również będziemy się w ten sposób lepiej bawić. Najbardziej oczywistą korzyścią płynącą z edutainment jest lepsza retencja wiedzy.

Cykl Kolba mówi, że uczenie się jest skuteczne, gdy obejmuje 4 następujące po sobie fazy:

1. DZIAŁANIE

- etap skoncentrowany na "przeżyciu",
- jest to konkretne doświadczenie, uczestnicy czegoś doświadczają oraz i próbują,
- odbywa się w kontekście gry, aktywności lub zadania.

2. REFLEKSJA

- faza "myślenia",
- spojrzenie wstecz na to, co wydarzyło się podczas aktywności, refleksja nad doświadczeniem - jak ja je przeżyłem, jak to wyglądało dla innych członków grupy,
- identyfikacja kluczowych momentów, obserwacja i refleksja nad doświadczeniem z różnych perspektyw,
- Metody refleksji to np.: burza mózgów, dyskusja, ocena, analiza lub informacja zwrotna.

3. PODSUMOWANIE

- faza "analizowania",
- formowanie abstrakcyjnych pojęć i idei na podstawie doświadczeń i refleksji,
- nazywanie większego kontekstu, zasad, dlaczego rzeczy są takie, jakie są,
- formułowanie wniosków (TEORII) dla siebie, własnego rozumienia, skierowanego ku przyszłości,
- metody uogólniania to np. spisywanie wniosków, tworzenie projektów i prezentacji.

4. PRZEJŚCIE DO PRAKTYKI

- faza "łączenia",
- zdobyta wiedza jest wykorzystywana w praktyce,
- "eksperymentując" z wnioskami,
- powstają nowe koncepcje.

Z kim mamy do czynienia? #kimjestem?

Albo teoria osobowości Honeya i Mumforda

Musimy tak prowadzić zajęcia, aby były one zrównoważone i uniwersalne dla wszystkich uczestników, niezależnie od preferowanych stylów i metod uczenia się.

Najpierw jednak musimy zrozumieć z kim mamy do czynienia. Teoria Kolba przeplata się z teoriami osobowości. Zainspirowali się nią również Peter Honey i Alan Mumford. W swojej teorii opisują oni 4 typy ludzi.



OD "12" ZGODNIE Z RUCHEM ZEGARA: AKTYWISTA - REFLEKTANT(w chmurce "Auć, to bolało!")-TEORETYK(w chmurce "tu jest napisane, że można to wyłączyć")-PRAGMATYK. Na tabliczce: Uwaga! Nie dotykać!

1. Aktywiści

Uczą się metodą prób i błędów. Często najpierw działają, później myślą, lubią interakcję i pracę z ludźmi, nie lubią długo słuchać.

2. Reflektanci

Muszą znać kontekst, mieć wystarczająco dużo informacji o tym, co się wydarzy, dlaczego zamierzają to zrobić; mogą uczyć się przez obserwację, nie potrzebują własnego doświadczenia do wyciągania wniosków. Dokładnie zastanawiają się przed sformułowaniem opinii; jako jedni z ostatnich zabierają głos w grupie.

3. Teoretycy

Logicznie myślący, potrzebują jasnych i popartych argumentów, przeszkadzają im działania bez kontekstu i wyjaśnienia, oparte na emocjach.

4. Pragmatycy

Ucząc się, muszą wiedzieć, jak to działa w praktyce, skuteczne jest dla nich, jeśli omawiane tematy są związane z ich pracą, zainteresowaniami, potrzebują praktycznych przykładów.

***Niewiele osób stosuje tylko jeden ze stylów uczenia się. Tak jak różne typy osobowości łączą się w człowieku w różnym stopniu, uczenie się jest również połączeniem różnych stylów.**

Metody, techniki i działania edukacji nieformalnej

#trzebapróbowaćtegoz naszymi dziećmi

... METODA

Ogólnie opisuje drogę lub metodę, dzięki której dotrzemy do wyznaczonego celu. Metoda odnosi się do środków, procedur i instrukcji stosowanych do osiągnięcia celu. Różnorodność metod i ich przemienność wzbudza zainteresowanie, podtrzymuje motywację, energię i sprzyja efektywności uczenia się. Wybrane metody i techniki mają prowadzić do osiągnięcia założonych celów.

... TECHNIKA

Za technikę uważamy konkretną odmianę metody, środki, których używamy do każdej metody. Każda metoda może mieć różne odmiany, różne techniki, które ją doprawiają, aby jak najlepiej spełnić założone cele edukacyjne. Na przykład, jeśli wybierzemy metodę "wykładu", możemy to zrobić za pomocą różnych technik - używając obrazów, opowieści, filmów lub prezentacji, lub też zlecając samym uczestnikom prowadzenie wykładu na wcześniej opracowany temat.

... DZIAŁANIE

Jest to spójny zestaw metod i technik, które sprawdziły się w dłuższym okresie czasu i są stosowane w mniej więcej tej samej formie (choć zawsze muszą być przynajmniej w pewnym stopniu dostosowane do grupy, otoczenia czy kontekstu, w którym są stosowane). Jest to łączenie konkretnej metody z konkretną techniką, wybraną z myślą o celach edukacyjnych. W jej trakcie uczestnicy przechodzą przez celowy proces uczenia się.

Zanim zaczniemy...

1. **Określmy jasno, jaki jest nasz cel** - co chcemy osiągnąć dzięki naszemu wydarzeniu.

Przykład. Dzięki temu nasze wydarzenie będzie miało charakter "edukacyjny".

2. **Wyberzmy ścieżkę (metodę), którą chcemy osiągnąć nasz cel.**

Na przykład jako metody edukacyjne wybieramy interpretację, pracę w grupach i symulację.

3. **Wyberzmy technikę, którą zastosujemy do realizacji metody.**

Na przykład stosujemy zasady zadawania pytań, poszukiwania i rekonstrukcji artefaktu archeologicznego.

4. **Przygotujmy działanie (łączące metodę i technikę).**

Przykład: jako działanie służące realizacji celu wybraliśmy realizację symulowanego stanowiska archeologicznego.

Jak wybrać odpowiednią metodę ?

Nasz wybór ma być dopasowany , musimy zwrócić uwagę na :

- cel, który chcemy osiągnąć,
- czas, który mamy do dyspozycji,
- materiał, którym dysponujemy,
- nasze umiejętności i możliwości "przewodnie" (preferowany styl uczenia się, doświadczenie, gotowość do podjęcia ryzyka, umiejętności, mocne i słabe strony itp.)
- charakter grupy (liczba uczestników, ich style uczenia się, wiek, tło kulturowe, umiejętności, skład wg płci itp.)
-

O czym należy pamiętać przy realizacji zajęć?

- Miejmy dokładnie przemyślaną kolejność wprowadzania poszczególnych instrukcji,
- miejmy starannie opracowaną strategię refleksji i informacji zwrotnej,
- nie wybierajmy metod, w których uczestnicy mogą doświadczyć uczuć, z którymi nie będziemy w stanie sobie poradzić (np. zajęcia ze zbyt dużym kontaktem fizycznym, gdy członkowie grupy nie znają się dobrze, lub zajęcia, w których uczestnicy wchodzą w negatywne role, jeśli nie mamy wystarczająco dużo miejsca na refleksję nad działaniem itp.)
- należy zaakceptować fakt, że niektóre osoby nie chcą brać udziału w zajęciach
- trzeba mieć na uwadze, że proces uczenia się jest indywidualny dla każdego uczestnika zajęć, dlatego wybrana metoda może sprawić, że dla niektórych doświadczenie będzie nieprzyjemne,
- trzeba monitorować, jak uczestnicy czują się w trakcie zajęć i reagować na to (rozmawiać z nimi o tym, co się dzieje, modyfikować zajęcia na bieżąco, jeśli jest to konieczne i możliwe, przypominać o możliwości nieuczestniczenia w zajęciach, wyjaśniać zasadność włączenia zajęć do programu lub wybrać inne rozwiązanie sytuacyjne). Jako facylitator musimy umieć przeanalizować sytuację i ocenić, czy metoda spowodowała trudności, czy też wynikają one z subiektywnych odczuć uczestników. Poświęćmy odpowiednio dużo czasu na analizę powstałego problemu.

Jak przygotować wydarzenie z wykorzystaniem edukacji nieformalnej?

#notmycupoftea



Logiczna kolejność kroków w budowie edukacji nieformalnej

0. Przygotowanie przestrzeni (przestrzeń, materiały, wyposażenie, technologia, oświetlenie itp.)

1. **Powitanie uczestników, przedstawienie organizatorów i tematu imprezy**(nie przedstawiamy jeszcze celów nauczania)
2. **Poznanie oczekiwań uczestników**
3. **Przedstawienie celów kształcenia i przygotowanych metod**
4. **Wprowadzenie regulaminu imprezy edukacyjnej lub wspólne jego stworzenie** (jeśli jest to dłuższa impreza)

5. Działania mające na celu poznanie uczestników

6. Realizacja działania (przywołanie, instrukcja, działanie)

7. Refleksja (1. spojrzenie wstecz na działanie, 2. doświadczenie uczestników związane z działaniem, 3. powiązanie doświadczenia z praktyką)

8. Ewaluacja wydarzenia (podsumowanie wniosków, nazwanie niespełnionych/zrealizowanych oczekiwań i celów, ogólne wrażenie z działania, propozycje ulepszeń)

Wybór metod, technik i działań edukacji nieformalnej,

które mogą być wykorzystane w pracy przewodników artystycznych

1. Działania w początkowej fazie szkolenia

OKREŚLENIE OCZEKIWAŃ
OKREŚLENIE REGUŁ

2. Działania mające na celu pracę z dynamiką grupy

DZIAŁANIA "NA PRZEŁAMANIE LODÓW"
TEAMBUILDING

3. Działania mające na celu generowanie i sortowanie pomysłów

BRAINSTORMING
MAPY UMYSŁU
DIAGRAM VENNA

4. Metody pracy w grupie

PRACA W GRUPIE
METODA KULI ŚNIEŻNEJ - SNOW BALLING
METODA PUZZLI

5. Działania w zakresie pracy z informacją

CUBING
I.N.S.E.R.T.
CINQUAIN
NIEDOKOŃCZONE ZDANIA
SORTOWANIE INFORMACJI
CZTERY KORONY
LIFT PITCH
PUB QUIZ

6. Działania w zakresie przekazywania informacji

WYKŁAD
PREZENTACJA
DEMONSTRACJA
STORYTELLING
ŻYWA BIBLIOTEKA ONLINE

7. Działania mające na celu wymianę informacji, poglądów, postaw...

ARENA DYSKUSJI

KOROWÓD
CZTERY KORONY
BUZZ GROUPS
OPEN SPACE
AKWARIUM
SŁOWO
TALKSHOW
ŻYWA BIBLIOTEKA

8. Metody skoncentrowane na doświadczeniu

ODGRYWANIE RÓL
SYMULACJA

9. Wykorzystanie zasad gier w edukacji nieformalnej

GAMING
GRY PLANSZOWE

10. Zajęcia praktyczne w terenie

QUESTY/ GRY MIEJSKIE
GRY W KSIĄŻKI
ESCAPE ROOM(s)
GEOCACHING
INTERAKTYWNE ŚCIEŻKI PRZYRODNICZE
WYCIECZKA

11. Działania w przestrzeni internetowej

CHALLENGE
GRUPY DYSKUSYJNE
INFLUENCING
PODCASTY
WEBINAR

12. Formaty mające na celu oprowadzenie zwiedzających po wydarzeniach

WYCIECZKI Z PRZEWODNIKIEM
PRZEWODNIKI AUDIO
KARTY PRACY

13. Działania związane z rozwojem wiedzy i umiejętności

WORKSHOP - warsztat, twórcze spotkanie robocze
SZKOLENIE / SEMINARIUM
PROJEKTY SZKOLNE
WARSZTAT CZYTELNICZY
WARSZTAT PISARSKI

14. Refleksja

REFLEKSJA
SAMOŚWIADOMOŚĆ
EWALUACJA - informacja zwrotna na temat zajęć/wydarzenia

Opracowane działań można znaleźć w
Kieszonkowym przewodniku po nieformalnym uczeniu się dla przewodników artystycznych,
który jest również dostępny online pod adresem:



<https://touchtheculture.eu/publikacja/>

REFLEKSJA, REFLEKSJA, REFLEKSJA

#samoświadomość?

REFLEKSJA

Powszechną praktyką w instytucjach artystycznych i kulturalnych w naszej przestrzeni jest skupienie się zazwyczaj tylko na fazie doświadczenia. Tym samym, w ramach cyklu Kolba, pozostajemy jedynie w fazie AKTYWNOŚCI. W naszych warunkach nie mamy przestrzeni stworzonej dla fazy refleksji. Fazy refleksji, generalizacji i transferu mogą być w wystarczającym stopniu pokryte przez dobrze wdrożoną metodę edukacji nieformalnej, którą nazywamy refleksją nad działaniem. Włączenie jej do procesu edukacyjnego, niezależnie od tego, czy jest to spektakl teatralny, wystawa, koncert czy dopiero co przeczytana książka, jest wskazane, a nawet konieczne, jeśli nie chcemy, by wrażenia z doświadczenia (spotkania z dziełem) poszły w zapomnienie i nie zostały zagłuszone przez następne doświadczenie.

Dlaczego refleksja jest taaaak ważna w drodze młodego człowieka do sztuki?



Bo młody człowiek odnajduje siebie w refleksji!

Spotyka siebie w różnych sytuacjach, pozycjach, konfrontuje swój świat ze światem, do którego trafia przy spotkaniu z dziełem sztuki i w ten sposób poznaje siebie, określa kim jest.

Czym jest refleksja...

- refleksja oznacza myślenie, kontemplowanie lub zastanawianie się,
- jest kluczowym "składnikiem", który przekształca doświadczenie w naukę,
- narzędziem, które służy do wydobycia potencjału uczenia się z danej metody lub czynności,
- jest to proces, w którym podsumowujemy doświadczenie z różnych perspektyw i myślimy krytycznie o tym, co się stało i jak,
- spojrzenie wstecz (przyjrzenie się zyskom i stratom z poprzednich doświadczeń), szukanie powiązań między wynikiem działania a działaniami jednostki lub grupy,
- pomaga łączyć informacje ze szkolenia teoretycznego z doświadczeniem zdobytym podczas realizacji działania w kierunku samorozwoju i lepszego zrozumienia treści nauczania,
- stwarza przestrzeń do wzajemnej wymiany pomysłów, doświadczeń i umiejętności rozwiązywania problemów,
- odbywa się za pomocą pytań (różnych technik lub działań), zwykle w grupie, nazywając wydarzenia, procesy, wiedzę w sensie "czego się nauczyliśmy i co robić dalej".

Kiedy wprowadzamy refleksję?



Zawsze, gdy realizujemy jakieś cele edukacyjne. Po zakończeniu aktywności lub podczas dłuższego programu - kursu, szkolenia, webinaru itp. zostawiamy czas i miejsce na refleksję.

Zasady realizacji refleksji

• Stworzenie bezpiecznej przestrzeni

Każdy uczestnik powinien być wysłuchany, ale nie oceniany. Zauważamy, kto nie podzielił się swoimi odczuciami. Zachęcamy każdego do wypowiedzenia się w swoim imieniu i konkretnie. Jeśli kilka osób uważa, że jedna osoba była liderem i podejmowała wszystkie decyzje - pytamy o zdanie wszystkich, a następnie pytamy tę osobę, jak się z tym czuła, co to znaczy, czy inni byli wystarczająco zaangażowani itp.

• Odpowiednia ilość czasu

Konieczne jest zarezerwowanie odpowiedniej ilości czasu na refleksję, nie powinna się ona odbywać "jeśli zostanie czas" obok pakowania i sprzątnięcia. Może się okazać, że czynność refleksji będzie trwała dłużej niż samo działanie. Powinna mieć miejsce bezpośrednio po doświadczeniu, kiedy uczucia związane z działaniem są silne i nie wpływają na inne doświadczenia.

• Refleksja nie jest po to, by bronić działalności lub negować uczucia jednostek

Nawet w przypadku negatywnych emocji lub postaw wobec przeżywanego doświadczenia, należy pamiętać, że z porażki lub dyskomfortu można się wiele nauczyć.

- Nie przenosi się dalej tego, co zostało powiedziane w refleksji

Tę zasadę należy przekazać wszystkim, zwłaszcza na początku. Nie prowadzimy zapisu refleksji, nie robimy notatek. Jeśli stosujemy pisemną formę refleksji, to oczywiście możemy je zachować, ale z treścią dzielimy się powściągliwie..



Metoda 4 pytań

Metoda ta przedstawia sekwencję tego, o co należy pytać w refleksji.



1. przebieg,
2. odczucia,
3. uwagi,
4. możliwości.

1. Pytania o PRZEBIEG wydarzenia

Uczestnicy nazywają to, co wydarzyło się podczas ćwiczenia, skupiając się na jednostce i grupie. Ważne jest, aby uczestnicy mówili o tym, co wydarzyło się podczas aktywności tu i teraz. Dzieje się tak dlatego, że czasami mają tendencję do bronięcia się i unikania odpowiedzi, a w praktyce radzą sobie z tym dużo lepiej.

- *Jak wyglądała wasza współpraca?*
- *Kto wpadł na pomysł?*
- *Czy ustaliliście wspólny kierunek działania?*
- *Jak komunikowaliście się, gdy pojawił się problem?*
- *Jak dzieliliście się rolami?*
- *Co wam pomagało, co sprawiało problemy?*
- *Co było kluczem do rozwiązania problemu?*
- *Co było największym wyzwaniem?*
- *Czy podczas zajęć zdarzały się sytuacje, w których nie mogliście dojść do porozumienia? Jak zareagowaliście/postąpiliście?*
- *Czy byłeś zadowolony z końcowego rezultatu?*
- *Co pomogło Ci najbardziej? Która informacja/zdarzenie podczas działania najbardziej pomogło Ci w osiągnięciu celu/rozwiązaniu zadania?*

2. Pytania o ODCZUCIA

W tej części pozwolimy uczestnikom wyrazić swoje odczucia związane z zajęciami. Ponownie nie zapominamy o przestrzeni dla jednostek i atmosferze grupowej.

- *Jak się czułeś podczas zajęć?*
- *Co ci się najbardziej podobało, a co nie?*
- *Co było dla Ciebie najłatwiejsze, a co najtrudniejsze?*
- *Czy zauważyłeś, jak czuli się inni?*
- *Kiedy czułeś się najlepiej?*
- *Co byś zrobił następnym razem tak samo?*
- *Co zrobiłbyś inaczej/lepiej?*

- *Gdybyśmy chcieli stworzyć zestaw zasad dla Twojej pracy na podstawie tej aktywności, jakie by one były?*

3. Pytania o UWAGI

Istotą tego kroku jest stworzenie mapy, jakie kluczowe punkty odkryli uczestnicy i uogólnienie wniosków, do których doszli. Nakreślenie teorii.

- *Co zrobiło na tobie największe wrażenie z tego, co usłyszałeś?*
- *Czego się nauczyłeś?*
- *Czy zdałeś sobie sprawę z czegoś podczas zajęć?*
- *Czy zmieniłeś zdanie lub dostosowałeś swoje rozumowanie po interakcji z innymi/po zdobyciu pewnych informacji?*
- *Czy uważasz, że podobna sytuacja może mieć miejsce/ miała miejsce w życiu? Jakie przypadki możesz sobie przypomnieć?*
- *Czy dzięki tej aktywności zdobyłeś nowe informacje?*
- *Czego dowiedzieliście się o sobie?*
- *Co cenisz w innych? O sobie?*
- *Jakie są Twoje mocne strony? Jakie umiejętności rozwinęły?*

DOBRY POMYŚL



Wskazówka dla praktyków: Zapisz wypowiedzi uczestników na flipcharcie. Później mogą się do nich odwołać na kolejnym etapie, kiedy będą chcieli przenieść poznane informacje do praktyki. W tym momencie zadaj pytania o to, co sobie uświadomili, co połączyli.

4. Pytania o MOŻLIWOŚCI

Celem ostatniego kroku jest znalezienie powiązania między tu i teraz (sytuacją podczas zajęć) a praktyką/zwykłym życiem. Ustalenie, jak to, czego uczestnicy nauczyli się podczas zajęć, odnosi się do świata rzeczywistego, do ich pracy.

- *Jaka jest paralela między tą (doświadczoną) sytuacją a praktyką?*
- *Jak możesz wykorzystać te informacje w praktyce?*
- *Co osobiście wynosisz dla swojego życia/praktyki?*
- *Co postanowiłeś zmienić w swoim prawdziwym życiu?*
- *Jakie kroki możesz podjąć, jeśli spotkasz się z podobną sytuacją w prawdziwym życiu?*
- *Kiedy możesz zastosować w praktyce to, czego się nauczyłeś?*
- *Kto powinien być odpowiedzialny za zajmowanie się/ stosowanie tych zadań/zasad w środowisku online/offline?*
- *Czy byłbyś w stanie zastosować wiedzę z zajęć w prawdziwym życiu? W jakich przypadkach/sytuacjach?*
- *Co możemy poprawić? Nad czym musimy popracować?*
- *Gdybyśmy przeprowadzili to ćwiczenie jeszcze raz, w tych samych warunkach, co zrobiłbyś inaczej?*

AUTOREFLEKSJA #jużtogdzieśwcześniejstyszałem

Autorefleksja jest metodą samoanalizy stanu uczestnika. To przestrzeń, czas na uświadomienie sobie siebie, swojej perspektywy i postawy wobec danego tematu oraz stworzenie własnego obrazu tego, jak dany temat dotyka rzeczywistości każdego uczestnika. Jest to przestrzeń do ponownego przeżycia poprzednich działań i doświadczeń w tym kontekście.

Istnieje szereg technik, które pozwalają dokonać rozbioru podjętych działań, a następnie skonfrontować je w odniesieniu do teraźniejszości i przyszłości. Ważny jest również temat podany do refleksji. Nie jest on wykorzystywany w przypadku tematów technicznych czy działań związanych z nabywaniem wiedzy, ale raczej przy omawianiu złożonych tematów oraz w działaniach opartych na zmianie postaw uczestników. Można stosować różne techniki pracy z takimi pytaniami, jak:

- *Jak słuchałem?*
- *W jaki sposób współpracowałem?*
- *W jakim stopniu wykorzystywałem swoje możliwości w pracy?*
- *Jak rozumiałem to, o czym się uczyliśmy?*
- *Czego w ogóle nie rozumiałem?*
- *O co jeszcze chcę zapytać?*

Możemy również skupić się na problematycznych zjawiskach (błędach), z jakimi spotkał się uczestnik i zasugerować sposoby ich korekty itp.

OCENA - ZAANGAŻOWANIE W DZIAŁANIE lub WYDARZENIE

Ewaluacja to zbieranie informacji o wynikach działań i porównywanie ich z wcześniej ustalonymi kryteriami w celu "zmierzenia" wartości wyniku. Jest to szybki i skuteczny sposób na ujawnienie atmosfery panującej w grupie, wychwycenie braków merytorycznych i treściowych w przeżywanym zajęciach, stosowanych metodach i technikach.

Kiedy dokonać oceny?



Realizowane działanie oceniamy po jego realizacji, w przypadku wydarzeń długoterminowych tak często jak to możliwe (po określonych jednostkach treści - blokach, na koniec dnia lub na koniec wydarzenia).

Rozszerzoną wersję rozdziału można znaleźć w **Kieszonkowym przewodniku po edukacji nieformalnej dla przewodników artystycznych**, który jest również dostępny online pod adresem:

<https://touchtheculture.eu/publikacja/>



9 Kultura w epoce cyfrowej

Narzędzia internetowe, które mogą być
wykorzystywane w działaniach
instytucje kultury i sztuki

Temu rozdziałowi towarzyszy Jano

Kultura w epoce cyfrowej

Narzędzia internetowe, które można wykorzystać w działalności instytucji kultury i sztuki

#wkońcucosdlanas

Świat się zmienia, a wraz z nim zmienia się społeczeństwo. Młodzi ludzie żyją w dwóch przestrzeniach. Tej realnej i tej internetowej. Przestrzeń online jest już nieodłącznym elementem dzisiejszych czasów i jeśli chcemy, aby nasze instytucje docierały do młodych ludzi, nie mamy innego wyjścia, jak tylko dostosować się do tej rzeczywistości. Nie musimy rozpaczać ani się bać. Dziś istnieje niezliczona ilość aplikacji, narzędzi i systemów, które można wykorzystać w pracy instytucji kultury i sztuki.

Z pewnością nie trzeba dodawać, że produkty i dzieła sztuki kulturalnej mają swoją specyfikę. Często nie możemy ich odbierać tylko jednym zmysłem i zapośredniczonym medium, ale żeby zrozumieć kontekst ich powstania lub więź z ich twórcą, musimy używać kilku zmysłów jednocześnie, odbierać przestrzeń lub mieć dodatkowe informacje i bodźce. I nie ma znaczenia, czym jest dzieło - czy jest to książka, kompozycja, film, obraz, rzeźba... Instytucje prezentujące dzieło, a często i sami autorzy, starają się stworzyć środowisko, w którym dzieło o wartości kulturowej i artystycznej jest zainstalowane lub prezentowane w taki sposób, aby atmosfera odbiorców jego przekazu była jak najbardziej immersyjna, angażująca i działająca na ich emocje i zmysły. Zrozumiałe jest zatem, że nie wszyscy preferują stosowanie narzędzi i aplikacji teleinformatycznych w dziedzinie kultury i sztuki, gdyż same nie są w stanie w pełni przekazać doświadczenia kulturalno-artystycznego.

Narzędzia ICT jako sposób, a nie cel edukacji w dziedzinie sztuki i kultury



Niestety (a może raczej na szczęście?), żyjemy w XXI wieku, kiedy technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) są częścią codziennego życia, nie tylko młodych ludzi. Nie sposób zatem ignorować tego faktu. Wręcz przeciwnie.

W interesie nas, przewodników po sztuce, powinno być wykorzystanie, a nawet "nadużywanie" atrakcyjności narzędzi ICT na rzecz skutecznej komunikacji z młodymi odbiorcami.

Sektor ICT i IT jest jednym z najszybciej rozwijających się obszarów. Każdego dnia pojawiają się nowe narzędzia, aplikacje i funkcje, rozszerzając ich zastosowanie i rozmieszczenie w różnych dziedzinach życia. Dlatego nie jest w naszej mocy przedstawienie pełnego przeglądu istniejących narzędzi.

W niniejszej publikacji zwrócimy uwagę na aktualne "trendy internetowe", które umożliwiają uatrakcyjnienie i usprawnienie niektórych działań w sektorze sztuk kultury. Ewentualnie posłużą jako inspiracja do poszukiwania nowych narzędzi przybliżających kulturę i sztukę młodemu pokoleniu.

Pandemiczna sytuacja spowodowana przez Covid 19, jak również nasze wywiady z młodymi ludźmi i pracownikami młodzieżowymi, pokazują nam, że konieczne jest poszukiwanie i włączanie nowych cyfrowych podejść również w tym sektorze.

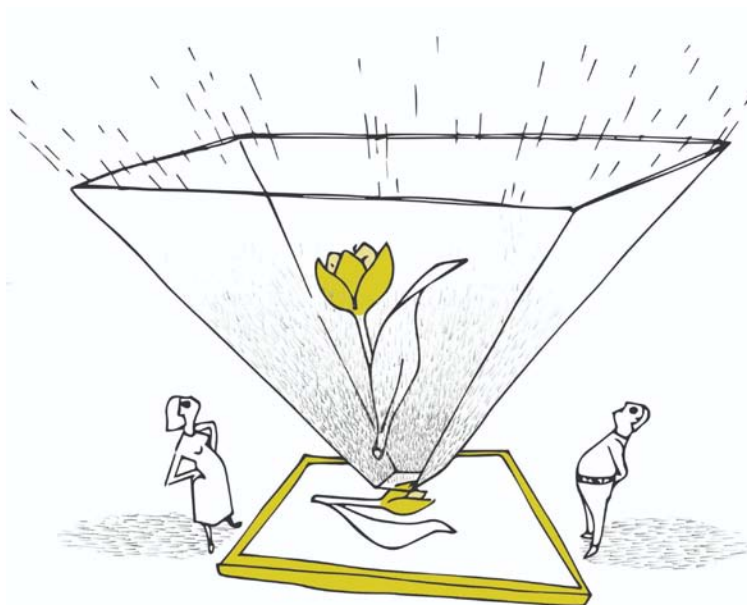
Korzyści płynące z mediów audiowizualnych i elektronicznych zapośredniczonych przez ICT:

- potęga wizualna,
- technologia ułatwiająca automatyczną (przez ustawienia) i programową prezentację,
- programy, które są łatwe do kopiowania, powtarzania i mogą działać w sposób ciągły,
- możliwość łączenia różnych efektów graficznych, tekstowych i dźwiękowych,
- możliwość powiązania obiektów rzeczywistych ze światem cyfrowym - internetowym.

Wady:

- wysokie koszty dostarczenia i rozwoju instrumentów
- opieka i konserwacja sprzętu i systemów
- konieczność zapewnienia szczególnej przestrzeni oraz dostępność technologii.

Innowacyjne funkcje ICT, które są powszechnie stosowane, zwłaszcza w większych instytucjach:



panele dotykowe,
wyświetlanie krótkich filmów,
wykorzystanie ramek wideo i płaskich ekranów do prezentacji zdjęć i tekstów,

"holograficzne" prezentacje obiektów kolekcji - wyświetlanie z zachowaniem trójwymiarowości,
prezentacja nagrań dźwiękowych,
wirtualnej rzeczywistości (np. łączenie rzeczywistych wystaw ze zdigitalizowanymi obiektami i ekspozycjami
z wykorzystaniem zasad i środków wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości),
wielojęzyczne audioprzewodniki itp.

W jakim obszarze kultury można wykorzystać narzędzia internetowe?

Narzędzia internetowe są narzędziem, a nie celem kształcenia miłości do sztuki!

Młodzi muszą się "odłączyć"!

Przy wystarczającej wiedzy na temat dostępnych narzędzi i technologii, odpowiednich umiejętnościach technicznych i zawodowych do pracy z nimi, zaangażowaniu w wymyślanie nowych funkcji i odrobinie kreatywności, narzędzia i aplikacje online mogą być wykorzystywane w niemal każdym (jeśli nie każdym) obszarze kultury i sztuki. To od nas zależy, jak bardzo jesteśmy otwarci na nowe możliwości i na jakim etapie zdecydujemy się na "wdrożenie" TIK i aplikacji. Nie należy jednak przeceniać ich korzyści, bo - jak zawsze - są one szkodliwe i - jeśli nie zostaną wykorzystane w sposób przemyślany - mogą przynieść więcej kłopotów niż pożytku.

Wiele z narzędzi online można wykorzystać jako:

- narzędzia wspierające inne (podstawowe) działania,
- narzędzia do stworzenia samodzielnego wydarzenia online.

Przykłady zastosowań:

- programy edukacyjne,
- warsztaty kreatywne,
- programy animacyjne,
- wykłady,
- wykłady,
- programy muzealne w szkole,
- przewodniki dla dzieci/młodzieży,
- zabieganie o opinie lub ich udzielanie itp.

Obecnie nie jest konieczne, aby zwiedzający pracował na urządzeniu stacjonarnym, ale może korzystać z własnego urządzenia: np. tabletu lub smartfona. Urządzenia te mogą być również wypożyczane przez instytucję na czas wydarzenia.

Oprogramowanie do obsługi wydarzeń online

W czasach pandemii, gdy możliwości spotkań i prowadzenia imprez masowych zostały ograniczone lub gdy konieczne jest przekazanie wybranego tematu szerszemu gronu odbiorców, którzy nie mogą osobiście uczestniczyć w spotkaniu, na pierwszy plan wysunęły się i są realizowane różne **wydarzenia online**:

Mogą to być na przykład:

- **wykłady online,**
- **prezentacje online,**
- **dyskusje strumieniowe online,**
- **webinaria,**

lub interaktywne wydarzenia online, np:

- **warsztaty online,**
- **szkolenia.**

Wydarzenia online mogą być wykorzystywane jako jeden ze sposobów komunikowania się naszych instytucji z odbiorcami, którzy z różnych powodów nie mogą uczestniczyć w naszych fizycznych wydarzeniach (szkoły, grupy, osoby z dalszych okolic lub z zagranicy). Innymi słowy, daje zainteresowanym możliwość odtworzenia naszych wydarzeń z zapisu zgodnego z ich aktualnymi potrzebami i możliwościami.

WEBINARY:

Pierwotnie termin webinar był używany w odniesieniu do seminarium internetowego, ale dziś termin ten jest używany w odniesieniu do prezentacji online, spotkania, szkolenia lub nawet warsztatów.

W zależności od poruszanego tematu, prelegenta oraz sposobu zaangażowania lub braku zaangażowania uczestników, warto zaplanować czas trwania wydarzenia. Utrzymanie uwagi w przestrzeni online i zadbanie o to, by uczestnicy wydarzenia podążali za nami bez interakcji, nie jest wcale łatwe, a w przypadku jednego prelegenta prezentującego dużą ilość informacji technicznych, mogłoby zabraknąć efektu.

Dlatego proponujemy mini rekomendacje dotyczące ich realizacji:

Krótkie webinary

trwające około 20 - 40 minut nadają się na podtematy, tutoriale online "Jak to zrobić? Tips and tricks!", Screencasting - krótkie nagrania wideo z pracy na monitorze, przygotowanie do prezentacji/wydarzeń offline lub jako materiały uzupełniające i tutoriale w e-learningu (np. w ten sposób można pokazać jak pracować z aplikacją lub poruszać się po stronie internetowej).

Dłuższe webinary

trwające około 60+ minut, nadają się do moderowanych spotkań z ekspertem lub gdy w trakcie wydarzenia zmienia się kilku gości lub wykładowców. Dłuższe webinaria są często uzupełniane o część warsztatową online, gdzie wymagane jest zaangażowanie i współpraca uczestników przy użyciu wspólnych aplikacji. Podczas webinarów wykładowca pełni również rolę moderatora lub kuratora treści cyfrowych.

ONLINE WORKSHOP

Podobnie jak warsztaty face-to-face, warsztaty online są popularną formą nauki. Wynika to również z faktu, że uczestnicy wydarzenia są aktywnie zaangażowani w proces uczenia się. Jest to odpowiedni wybór dla młodych ludzi, ponieważ stwarza przestrzeń do wzajemnego wzbogacania się, interakcji, bardziej wszechstronnego rozwoju osobistego, a uczestnik nie jest tylko w pozycji biernego odbiorcy informacji. Aby móc stworzyć inspirujące środowisko, zaangażować uczestników w działania w przestrzeni internetowej, ale także efektywnie wykorzystywać narzędzia ICT podczas wydarzeń face-to-face, musimy posiadać gruntowną wiedzę na temat narzędzi i ich możliwości.

W tym miejscu postaramy się przedstawić przynajmniej częściowo niektóre z narzędzi, które można wykorzystać do przygotowania webinarów, warsztatów online czy wzbogacenia prezentacji o elementy cyfrowe.

Jeśli zdecydujemy się na przeprowadzenie webinaru lub warsztatów, to w dzisiejszych czasach nie jest to trudne technicznie. Jeśli tylko dysponujemy dobrą technologią, niezawodnym łączem internetowym i odpowiednią aplikacją, zorganizowanie takiego wydarzenia od strony technicznej nie jest niemożliwe. Na rynku jest dość szeroki wybór narzędzi i aplikacji i to od każdego organizatora wydarzenia zależy, którą aplikację wybierze.

Czym się kierować przy wyborze aplikacji do warsztatów i kursów online?

Lub jak znaleźć odpowiednie narzędzie do naszej pracy:

- *Ilu uczestników będzie na wydarzeniu?*
- *Czy będę potrzebował również nagrania?*
- *Czy będę udostępniać ekran? (większość narzędzi już to oferuje)*
- *Czy będę korzystać z dodatkowych funkcji? (np. wspólna tablica, kwestionariusz, itp.)*
- *Jak długo będzie trwało wydarzenie? (niektóre narzędzia pozwalają na prowadzenie wydarzenia za darmo, ale z limitem czasowym)*
- *Większość narzędzi działa przez przeglądarkę internetową, ale niektóre mogą wymagać zainstalowania aplikacji na urządzeniu. Czy to jest ok dla trenera i uczestników?*
- *Czy będziemy dzielić uczestników na mniejsze grupy? Czy będą pracować w mniejszych grupach (salach)?*
- *Czy wystarczy wersja darmowa, czy będziemy musieli zainwestować w płatną wersję wybranego narzędzia?*
- *Jak często chcemy prowadzić wydarzenia? Czy będą to jednorazowe wydarzenia, czy będę je robić regularnie?*
- *Po udzieleniu odpowiedzi na poprzednie pytania, zazwyczaj otrzymujemy również odpowiedź na pytanie: Jaki typ licencji jest dla nas odpowiedni? Czyli jaka licencja oprogramowania, z jakimi funkcjami, jest dla nas odpowiednia?*

Najbardziej znane narzędzia komunikacji wideo wykorzystywane podczas wydarzeń online

#dziękinimnieumarłemnacovid

Zoom

Jeśli jesteśmy w stanie zainwestować trochę środków, jest to najczęściej używana aplikacja w naszej przestrzeni.

Google meet

Teams

ClickMeeting

Whereby

Jitsy

Narzędzia i aplikacje, które można wykorzystać na różnych etapach wydarzenia

PRZED WYDARZENIEM

Staramy się dotrzeć do potencjalnego uczestnika, wzbudzić jego zainteresowanie, poznać jego potrzeby, możliwości i oczekiwania, dlatego wskazane jest, aby znać przynajmniej niektóre narzędzia do komunikacji i zarządzania.

Komunikacja: Mailchimp (www.mailchimp.com) - służy do tworzenia ciekawych i przejrzystych newsletterów, które mogą być wysyłane do Twoich kontaktów za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Spotkania: Doodle (www.doodle.com) – to narzędzie służy do planowania spotkań i wydarzeń. Każda z adresowanych osób może po prostu zaznaczyć godziny i daty, w których jest dostępna.

Narzędzia analizy, oceny: Typeform (www.typeform.com) – tworzenie kwestionariuszy i formularzy. Formularz Google jest często używany jako bezpłatna alternatywa.

Udostępnianie: dropbox (www.dropbox.com), Google Drive (www.google.com/drive/) - miejsce do przechowywania online, które pozwala nam zapisywać dokumenty i udostępniać je innym.

Wideo: Soapbox (wistia.com/soapbox), Loom (www.loom.com) - nagrywanie siebie kamerą i praca na ekranie.

Praca z linkami: bit.ly (www.bitly.com) – skracanie linków URL. Krótkie linki są łatwiejsze do wejścia i lepiej zapamiętane. Bit.ly oferuje również możliwość generowania kodów QR, które są obecnie często używane. (QR code – dwuwymiarowy kod kreskowy, w którym zakodowany jest tekst lub link do strony.) Inne przykłady stron, które umożliwiają wygenerowanie kodu QR: QR code generator (www.qr-code-generator.com), QR Code Monkey (www.qrcode-monkey.com). Do odczytywania tych kodów służą smartfony lub tablety.

W TRAKCIE WYDARZENIA

Staramy się angażować uczestników podczas wydarzeń online i offline, tworząc przestrzeń do interakcji i w ciekawy sposób przekazując informację.

Prezentacja: Prezi (www.prezi.com), Google slides (<https://www.google.com/slides/about/>), PowerPoint – narzędzia do tworzenia prezentacji z możliwością dodania animacji.

Interakcja: Mentymetr, AhaSlides, Slido, VoxVote, PollEverywhere - zadawanie pytań podczas wydarzeń, głosowanie i odpowiadanie na pytania, uzyskiwanie informacji zwrotnej.

Quizy: Socrative, Quizizz, GimKit, Quizalize, Quizlet, Kahoot.

Interaktywne zadania, quizy i gry: Toglic, Flippity, LearningApps, H5P, Educaplay, WordWall, Genally, Jigidi (puzzle), StoryCubes - fillery, pexeso, escape roomy, "wisielec", puzzle itp.

Wizualizacja, wideo: Adobe Express (www.adobe.com/express/), Reevio (reevio.com), Canva (www.canva.com) – tworzenie materiałów graficznych i wideo (dla uczestników lub na wydarzenia).

Udostępnianie: Padlet (padlet.com) – wspólna tablica ogłoszeń, panel z tłem i materiałami dla uczestników.

Wirtualna współpraca: Miro, Klaxoon, Jamboard, Witeboard, Whiteboard - tablica online z różnymi narzędziami i elementami interaktywnymi.

Gra: ActionBound (en.actionbound.com) – aplikacja mobilna ze zdefiniowanymi zadaniami, które rozwiązują uczestnicy. Zadania określa nauczyciel, kurator lub wykładowca.

Zaangażowanie, motywacja, rywalizacja: ClassCraft (www.classcraft.com) – narzędzie motywacyjne z elementami grywalizacji dla uczniów w klasach.

Grupowanie, dzwonienie, zadawanie pytań: Wheel of Names, ClassDojo, Picker Wheel - narzędzia online do losowego wyboru spośród zdefiniowanych opcji.

Śledzenie czasu: Timeanddate (<https://www.timeanddate.com/>), Big timer (www.bigtimer.net) - timer do śledzenia czasu rozwiązywania zadań.

PO WYDARZENIU

Naszym celem jest uzyskiwanie sugestii i opinii od uczestników wydarzeń, dostarczanie im materiałów i utrzymywanie z nimi kontaktu w przypadku przyszłych wydarzeń. Do tego możemy wykorzystać wiele narzędzi, które możemy wykorzystać przed i w trakcie wydarzenia.

Test, opinie: Quizlet, Typeform, Mentymetr.

Komunikacja: e-mail, sieci społecznościowe, Mailchimp.

Udostępnianie: dropbox, Padlet.

Materiał informacyjny: Canva.

Wspomniane narzędzia nie zapewniają kompleksowego przeglądu witryn i aplikacji, z których można korzystać. Zaproponowaliśmy jedynie przegląd witryn i narzędzi, z którymi zetknęliśmy się podczas naszej pracy, oraz wskazaliśmy obszary, kiedy i gdzie można z nich korzystać.

Wybór aplikacji, za pomocą których możemy wprowadzić interaktywne i rozrywkowe elementy do zajęć:

#tospożytkuję

| Poużycie | Príklady aplikací | Link: |
|---|-------------------|---|
| Gry wykorzystujące tablicę online (przenoszenie i komponowanie obrazów, łączenie, oś czasu, praca z kartami Dixit lub Imaglee itp.) | Jamboard | https://jamboard.google.com/ |
| | Witeboard | www.witeboard.com |
| | Padlet | https://sk.padlet.com/ |
| | Whiteboard | www.whiteboard.fi |
| | Miro | https://miro.com |
| Podział na grupy, wyznaczanie, zadawanie pytań | Picker Wheel | https://pickerwheel.com/ |
| | ClassDojo | www.classdojo.com |
| | Wheel of Names | https://wheelofnames.com/ |
| Głosowanie, zadawanie pytań, szybkie quizy, interaktywne prezentacje i uzyskiwanie informacji zwrotnych | Mentimeter | www.mentimeter.com |
| | AhaSlides | www.ahaslides.com |
| | Slido | www.sli.do |
| | VoxVote | www.voxvote.com |
| | PollEverywhere | www.poll everywhere.com |
| Quizy i testy wiedzy | Kahoot | www.kahoot.com |
| | Socrative | www.socrative.com |
| | Quizizz | www.quizizz.com |
| | GimKit | www.gimkit.com |
| | Quizalize | www.gimkit.com |
| | Quizlet | www.quizlet.com |
| Interaktywne zadania, quizy i gry (dodatki, pexeso, escape roomy, „wisielec”, puzzle itp.) | Toglic | www.toglic.sk |
| | Flippity | www.flippity.net |
| | LearningApps | www.learninapps.org |
| | H5P | https://h5p.org/ |
| | Educaplay | www.educaplay.com |

| | | |
|--|-----------------|---|
| | WordWall | www.wordwall.net |
| | Genially | www.genial.ly |
| | Jigidi (puzzle) | www.jigidi.com |
| | StoryCubes | https://rpg.nathanhare.net/storygen/ |
| Rzeczywistość mieszana (ściśle połączenie świata rzeczywistego ze sztucznym, w którym środowisko fizyczne i obiekty cyfrowe współistnieją i oddziałują na siebie w czasie rzeczywistym) | Quiver vision | https://quivervision.com/ |
| | Merge cube | https://mergeedu.com/cube |
| Podstawy programowania i robotyki (różne imprezy z wykorzystaniem robotów) | BeeBot, Ozobot | https://ozobot.com/ |
| | Dash&Dot | www.makewonder.com |
| | ScottieGo | https://scottiego.com/en/ |
| Oprogramowanie do webinarów i warsztatów online (komunikacja z uczestnikami) | ClickMeeting | https://clickmeeting.com/ |
| | Whereby | https://whereby.com/ |
| | Zoom | https://zoom.us/ |
| | Teams | https://www.microsoft.com/sk-sk/microsoft-teams/ |
| | Jitsy | https://meet.jit.si/ |
| | Google meet | https://meet.google.com |

Bonus : APLIKACJA TOUCH THE CULTURE

APLIKACJA TOUCH THE CULTURE - powstała w ramach projektu Touch The Culture, którego produktem jest również publikacja Przewodnik młodego człowieka po drodze do sztuki. Aplikacja oparta jest na zasadzie znanych gier i zabaw, które poprzez środowisko internetowe można przenieść również do pracy instytucji kultury i sztuki czy szkół. Przy odrobinie kreatywności i czasu na w przygotowanie, gry te mogą być również zrobione w formie drukowanej - offline. W tej części skupimy się jednak bardziej na aplikacji online i jej funkcjach. **Wyjątkowość aplikacji polega na możliwości tworzenia przez przewodników artystycznych własnej zawartości mini-gier** związanych z aktualnym tematem, którym aktualnie zajmujemy się w naszej placówce lub szkole.

Aplikacja wykorzystuje szereg mini-gier, które są inspirowane praktykami, stosowanymi w działaniach edukacyjnych. Poprzez ich łączenie, różnicowanie i odpowiednie dopasowanie możliwe jest tworzenie różnych gier o różnych celach i dla różnych grup docelowych.

Aplikacja Touch The Culture zawiera następujące (mini)gry:

Pexeso - Wyszukiwanie par, które do siebie pasują. Mogą to być pary identyczne lub komplementarne. Pary mogą mieć formę Obrazek - Obrazek, Obrazek - Tekst, Tekst - Tekst.

Quiz - Gra polegająca na zadawaniu pytań i udzielaniu odpowiedzi. Dla każdego pytania są cztery możliwe odpowiedzi. Tylko jedna z odpowiedzi jest prawidłowa. Pytania mogą być w formie tekstu lub obrazka.

Correct Choice - Zadawane jest pytanie i są dwie możliwości wyboru. Tylko jedna z nich jest prawidłowa. Odpowiedzi mogą być na przykład: tak/nie, prawda/fałsz, lub konkretne wartości, takie jak lata, nazwiska itp.

Znajdź na obrazku - minigra pracuje z obrazkami i odnajdywaniem konkretnych szczegółów - informacji na danej reprezentacji graficznej. Graczowi przedstawiany jest obrazek, a jego zadaniem jest zaznaczenie miejsca na obrazku zgodnie z zadaniem.

Timeline - pracujemy z zestawem pięciu kart (obrazkowych lub tekstowych), które należy posegregować według zadanego klucza.

Pytania otwarte - graczowi można zadać pytania otwarte do przemyślenia, poprawność odpowiedzi w tym zadaniu nie może być automatycznie weryfikowana. Celem jest zastanowienie się nad zadaniem lub uzyskanie od gracza wymaganych informacji.

Z aplikacji można skorzystać lub pobrać ją pod tym linkiem:

<https://app.touchtheculture.eu/>



TO NIE KONIEC

#neverendingstory

Drodzy instruktorzy i instruktorki sztuki,

dotarliśmy do końca jednej ze ścieżek naszej kreatywności. Ale podróż nie kończy się tutaj. Wręcz przeciwnie!!! Najważniejszy etap, który sprawdzi jakość naszego sprzętu, jest dopiero przed nami. Czas na zmianę !

Drodzy koledzy i koleżanki,

nie oszukujmy się. To nie będzie malownicza wycieczka wioślarska po spokojnym jeziorze. To będzie spływ dziką rzeką. Jedna spektakularna misja, wyprawa pełna adrenaliny i endorfin, która będzie nas kosztować dużo czasu, nerwów , a może i zdrowia (Wy też pracujecie w zabytkowym budynku, którego nie da się ogrzać?), ale tej pracy nie da się zlecić komuś innemu. Wy trzymacie w rękach tę publikację, a więc wskazujecie na swój i status przewodników po sztuce. JESTEŚCIE WYBRAŃCAMI!

Z wyposażeniem, otrzymanym w tej publikacji jesteście gotowi do rozpoczęcia walki. Nigdy nie poddawajcie się!

Historia sztuki XXI wieku kiedyś nam podziękuje za nasze zaangażowanie.

Ponieważ przyszłość kultury to kultura przyszłości.

W podziękowaniu za to, że daliście nam, autorom, szansę pomarzyć i wyrazić to, co chcieliśmy powiedzieć światu (ok, ok, pomijamy akapity, które nas nie dotyczą), chcemy zapakować do waszych plecaków przewodników jeszcze to::



Podręcznik niezapomnianego przewodnika młodego człowieka po drodze do sztuki



Jak rozmawiać z buntownikami

- Mówmy do młodych jak do dorosłych, nie zwracajmy się do nich jak do dzieci.
- Bądźmy ich partnerem, a nie mentorem.
- Słuchajmy ich z uwagą.
- Szanujmy ich zdanie, nawet jeśli się z nim nie zgadzamy.
- Bądźmy wobec nich wymagający, ale też dajmy im drabinę, po której mogą się wspinać, by mieli szansę na sięgnięcie po "sztuki wysokie".
- Jeśli już pozwalamy im wypłynąć na głębokie artystyczne wody, nie zostawiamy ich bez nadzoru, jeśli nie potrafią jeszcze dobrze pływać.
- Ale też zostawmy ich sam na sam ze sztuką.
- Pozwólmy im (współ)decydować o charakterze wspólnej podróży ku sztuce, ale jednocześnie nauczmy je brać odpowiedzialność za efekty swoich decyzji.
- "Chodźmy razem do opery/wystawy..." jest o wiele fajniejsze niż: "Pójdźmy do opery/wystawy/...".
- Stwórzmy im przestrzeń do bezpośredniej konfrontacji - do (dez)identyfikacji ze sztuką (dziełem, ideą, postaciami, techniką...).
- Nie szkodzi, jeśli żadna z prac ich nie zachwyci.

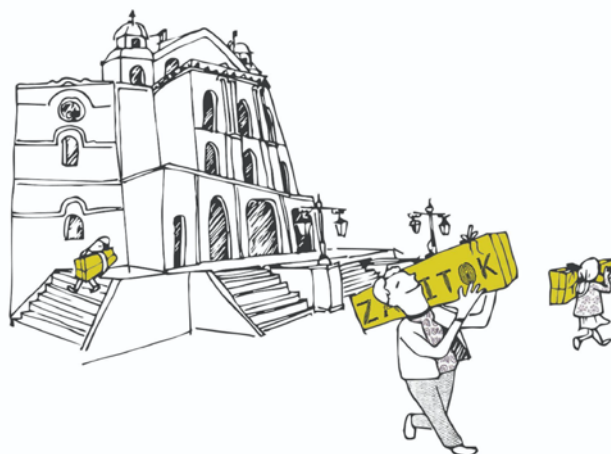
... **Jak zostać niezapomnianymi**

- Zróbmy wszystko, aby wesprzeć ich wewnętrzną motywację do wytrwania w obcowaniu ze sztuką.
- Nie podawajmy im "gotowych" informacji, ale towarzyszymy w ich odkrywaniu.
- Śledźmy trendy panujące wokół.
- Wykorzystujmy w naszych wydarzeniach metody uczenia się nieformalnego lub doświadczalnego.
- Wykorzystajmy dostępne narzędzia ICT jako środek komunikacji przed, w trakcie i/lub po wydarzeniu.
- Zadawajmy pytania, zadawajmy dużo pytań, zadawajmy dużo dobrych pytań.
- Niech młodzi ludzie tworzą pytania.
- Pytajmy o ich opinię, bądźmy ciekawi i wdzięczni za krytykę pracy/wydarzenia.
- Poświęćmy wystarczająco dużo czasu na dokładną refleksję po wydarzeniu - bez refleksji nie ma ono sensu.
- Wymagajmy, aby ich wrażenia/opinie/postawy były dobrze sformułowane..
- Zachęcajmy ich do udzielania informacji zwrotnych, oceniamy wydarzenia, oceniamy sztukę.

... **Jeśli nie chcemy ich stracić**

Nie róbmy tego:

- **Nieistotne informacje**, które mogą znaleźć w ciągu kilku sekund w Internecie - lata, liczby nikogo nie interesują. Nawet ulubione smakołyki, sporządzone z najlepszych składników, spożyte w zbyt dużej ilości, mogą spowodować kłopoty z trawieniem.
- **"Dyktowanie" uczuć, jakie spotkanie ze sztuką powinno w nich pozostawić** – „co autor chciał powiedzieć...”.
- **Natychmiastowa korekta ich opinii i wrażeń** - nie śmiejmy się nawet z ich wyraźnie "błędnego" punktu widzenia.
- **Mówienie o "wysokiej kulturze, której i tak nie zrozumiecie"**. Zresztą, nie pouczajmy...



Takimi działaniami na pewno nie zaszkodzimy:

Opowiedzmy o naszym osobistym spotkaniu ze sztuką i mówmy o tym ze szczerym entuzjazmem. Pogadanki z podręczników zostawmy nauczycielom chemii - a właściwie to nawet oni niech nie korzystają z "gadek" z podręczników ☺.

Wszędzie szukajmy opowieści – poznajemy życie dzięki opowieściom, żyjemy w świecie opowieści, każdy dzień składa się z indywidualnych historii, historie są w nas, my jesteśmy opowieścią. Wszyscy rozumieją o co tu chodzi..

Zainteresujmy ich informacjami, które nie są łatwe do zdobycia, a które są w jakiś sposób związane z tym, czym żyją. Nawet drobiazgi z życia artystów mogą zrobić swoje ☺. Artysta stanie się bliższy.

Mówmy (o sztuce)tak, aby młodzi ludzie mogli ją zrozumieć.

Poznajmy profil dzisiejszego nastolatka, korzystajmy z jego narzędzi komunikacji, mówmy jego „językiem” – i trochę go słuchajmy ☺.

Przygotujmy imprezy atrakcyjniejsze dla młodzieży.

Oznacza to skuteczną i ukierunkowaną promocję, bardziej atrakcyjne narzędzia, powiązania międzyprzedmiotowe, wykorzystanie narzędzi ICT oraz wykorzystanie nieformalnych metod edukacji.

Przygotujmy ich na wydarzenie artystyczne jako wyjątkowy kontakt ze sztuką - zwracamy uwagę na motywację, dobór istotnych informacji, odpowiednie nastawienie się.

Nauczmy je, jak przeżywać spotkanie z dziełem sztuki -

jak „zatrzymać czas”, pozwolić sobie na zadumę, stanąć w pokorze przed czymś, co nas przerasta; nie bać się, że nie „załapiemy” od razu.

Nauczmy je przetwarzać doświadczenie artystyczne -

opisywać emocje i wrażenia, pracować z nimi, jak się wrażeniami „dzielić”, jak zbyt wcześnie nie zgubić

tych wrażeń w kolejnym doświadczeniu...

Nie pozwólmy im opuścić naszego wydarzenia bez „DOŚWIADCZENIA”!

Ale najważniejsze – uczmy młodych ludzi zachwytu!

Życzymy niezapomnianej podróży!



DO ZOBACZENIA NA NASTĘPNYM SPOTKANIU Z PIĘKNEM.

I nie zapominajmy - **podróż jest celem!**

BIBLIOGRAFIA

TO NIE JEST WSTĘP

Anonym, 2022. *Pridte s detmi do kosickej filky* [online]. Moja kultúra [cit. 2022-12-05]. :<https://mojakultura.sk/pridte-s-detmi-do-kosickej-filky/>

Anonym, 2022. *Stanislav Rakús získal cenu Anasoft litera 2022* [online]. aktuality.sk [cit. 2022-12-05]. <https://www.aktuality.sk/clanok/bVhsnt0/stanislav-rakus-ziskal-cenu-anasoft-litera-2022/>

VACHOVÁ, Zuzana, 2022. *Marián Turner: Ponuku Slovenskej filharmónie chcem rozšíriť pre mladých ľudí* [online]. Moja kultúra [cit. 2022-12-05]. <https://mojakultura.sk/marian-turner-ponuku-slovenskej-filharmonie-chcem-rozsirit-pre-mladych-ludi/>

1. POZNAJMY SIĽ, JESTEM ZANNA!

ACUFF, Dan S. a Robert H. REIHER, 1997. *What kids buy and why: the psychology of marketing to kids*. New York: Free Press. ISBN 0684834480.

Anonym, 2020. *Mini slovník tínedžerov* [online]. Ipčko [cit. 2022-11-18]. : <https://ipcko.sk/mini-slovník-tinedzerov/>

Anonym, 2022. *Generácia Z* [online]. Wikipédia [cit. 2022-11-20]. : https://sk.wikipedia.org/wiki/Gener%C3%A1cia_Z

Anonym, 2022. *Generácia Alfa* [online]. Wikipédia [cit. 2022-11-20]. : https://sk.wikipedia.org/wiki/Gener%C3%A1cia_Alfa

BATAT, Wided, 2020. How can art museums develop new business opportunities? Exploring young visitors' experience. In: *Young Consumers* [online]. Roč. 21, č. 1, s. 109-131 [cit. 2022-06-10]. ISSN 1747-3616. : <https://doi.org/10.1108/YC-09-2019-1049>

ČAVOJSKÁ, Katarína, 2019. *Analýza potrieb mladých ľudí* [online]. Bratislava: Úrad splnomocnenca vlády SR pre rozvoj občianskej spoločnosti [cit. 2022-11-20]. : https://www.minv.sk/swift_data/source/rozvoj_obcianskej_spolocnosti/participacia/vystupy_np_parti/2020/janu_ar_marec/1_P0178_PP2_Analyza%20potrieb%20mladych%20ludi.pdf

GEORGIEV, Deyan, 2022. *Gen Z Statistics – What We Know About the New Generation* [online]. [cit. 2022-06-04]. : <https://review42.com/resources/gen-z-statistics/>

WALIA SHARMA, R. a Pinaki DASGUPTA, 2009. Marketing to children: a planning framework. In: *Young Consumers* [online]. Roč. 10, č. 3, s. 180-187 [cit. 2022-06-10]. ISSN: 1747-3616. : <https://doi.org/10.1108/17473610910985991>

2. MĽODZI NAS POTRZEBUJA

Anonym, 2022. *Diskusiou o veľkých dielach spoznáваме seba a svet* [online]. Ivanka pri Dunaji: Akadémia veľkých diel [cit. 2022-11-20]. : <https://www.akademiavelkychdiel.sk/o-nas>

CHERRY, Kendra. *Vnútoraná motivácia* [online]. [cit. 2022-11-16]. : <https://sk.reoveme.com/vnutorna-motivacia/>

KOPŘIVA, Pavel, Jana NOVÁČKOVÁ, Dobromila NEVOLTOVÁ a Tatjana KOPŘIVOVÁ, 2012. *Respektovat a byt respektován*. Chvalčov: Pavel Kopřiva - Spirála. ISBN 978-80-904030-0-0.

PORVAZOVÁ, Alena, 2021. *Motivácia ako predpoklad úspešného učenia sa žiakov* [online]. Prešov: Štátna školská inšpekcia [cit. 2022-11-20]. : https://www.ssi.sk/wp-content/uploads/2021/06/Motivacia_predpoklad_uspesneho_ucenia_ziakov.pdf

TRIBULOVÁ, Barbora, 2021. *Malé divy v SNG: Dotyk s umením* [online]. MEDIUM [cit. 2022-11-20]. : <https://medium.com/sng-online/mal%C3%A9-divy-v-sng-dotyk-s-umen%C3%ADm-80a803b5fa57>

3. LEKCJE Z "INNOŚCI"?

D'AVENIA, Alessandro, 2022. *Krátkozrakosť budúcnosti / Niečo tvoriť a niekoho milovať, to nám umožní byť šťastnými* [online]. POSTOJ MEDIA [cit. 2022-12-05]. : <https://www.postoj.sk/117512/nieco-tvorit-a-niekoho-milovat>

D'AVENIA, Alessandro, 2022. *Plagáty v detskej izbe / Ktoré sú tie moje hviezdy?* [online]. POSTOJ MEDIA [cit. 2022-12-05]. : <https://www.postoj.sk/117014/ktore-su-tie-moje-hviezdy>

4. BADŽMY WIDOCZNI!

ACUFF, Dan S. a Robert H. REIHER, 1997. *What kids buy and why: the psychology of to kids*. New York: Free Press. ISBN 0684834480.

marketing

Anonym, 2016. *Studie: děti a reklama* [online]. [cit. 2018-11-04]. : https://www.mediar.cz/wp-content/uploads/2016/12/Studie_OgilvyMather_Deti-a-reklama-2016.pdf

BAČUVČÍK, Radim, 2011. *Marketing neziskových organizací*. Neratovice: VeRBum. ISBN: 9788087500019.

- BATAT, Wided, 2020. How can art museums develop new business opportunities? Exploring young visitors' experience. In: *Young Consumers* [online]. Roč. 21, č. 1, s. 109-131 [cit. 2022-06-10]. ISSN 1747-3616. : <https://doi.org/10.1108/YC-09-2019-1049>
- CALVERT, Sandra L., 2008. Children as Consumers: Advertising and Marketing. In: *The future of children* [online]. Roč. 18, č. 1, s. 205-234 [cit. 2018-04-11]. : <https://doi.org/10.1353/foc.0.0001>
- FOTR, Jiří, 2012. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3985-4.
- GEORGIEV, Deyan, 2022. *Gen Z Statistics – What We Know About the New Generation* [online]. [cit. 2022-06-04]. : <https://review42.com/resources/gen-z-statistics/>
- HALADA, Jan, 2015. *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. ISBN 978-80-246-3075-5.
- JOHNOVÁ, Radka, 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2724-0.
- KOLB, Bonita, 2005. *Marketing for cultural organisations: new strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre, and opera*. London: Thomson. ISBN 1-84480-213-2
- KOLB, Bonita M., 2013. *Marketing for Cultural Organizations - New Strategies for Attracting Audiences - third edition*. Taylor & Francis Group, New York: Routledge. ISBN: 9780415626972.
- MACHÁČKOVÁ, Kristýna, 2013. *Virální marketing, knihovny a čtenářství: magisterská diplomová práce*. Brno: Masarykova univerzita. : https://is.muni.cz/th/no1ty/Viralni_marketing_KristynaMachackova.pdf
- PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ, 2010. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3622-8.
- WALIA SHARMA, R. a Pinaki DASGUPTA, 2009. Marketing to children: a planning framework. In: *Young Consumers* [online]. Roč. 10, č. 3, s. 180-187 [cit. 2022-06-10]. ISSN: 1747-3616. : <https://doi.org/10.1108/17473610910985991>

The Power of Stories in Selling Art - Part I

https://sovereignartist.substack.com/p/the-power-of-stories-in-selling-art?utm_medium=reader2

Przydatna literatura

- BLAHOVÁ, Hana, 2017. *SPECIFIKA INTERNETOVÉHO MARKETINGU PRO KULTURNÍ INSTITUCE SE ZAMĚŘENÍM NA OBSAHOVÝ MARKETING: Magisterská diplomová práce*. Brno: Masarykova univerzita. : https://is.muni.cz/th/fh87a/diplomova_prace_hana_blahova.pdf

Hercíková, Eva, 2010. *PROPAGACE DĚTSKÝCH TÁBORŮ: Bakalářská práce*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. : https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/54131/V_13510_Pb.pdf

JABBAROVÁ, Yasmin, 2018. *Marketing fastfoodových společností cílící na děti: Bakalářská práce*. Praha: Univerzita Karlova. : <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/99206/130230444.pdf>

KOLB, Bonita, 2005. *Marketing for cultural organisations: new strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre, and opera*. London: Thomson. ISBN 1-84480-213-2.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

ŘEZNÍČEK, Josef a Tomáš PROCHÁZKA, 2014. *Obsahový marketing*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4152-6.

STEKLÁ, Zuzana, 2013. *Nové marketingové metody v knihovnách: Diplomová práce*. Praha: Univerzita Karlov. : <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/51709/120138521.pdf>

TAIT, Rachel, a kol., 2019. *How can we engage more young people in arts and culture?* [online]. London: New Philanthropy Capital. : <https://www.thinknpc.org/wp-content/uploads/2019/08/Arts-Engagement-Report-2019-web.pdf>

VYSKOČIL, Tomáš, Lucie PALKOSTOVÁ a kol., 2013. *Bud'te vidět. Inbound marketing pohledem H1.cz* [online]. [cit. 28. 3. 2017]. : <https://adoc.pub/bute-vidt-inbound-marketing-pohledem-h1cz-toma-vyskoil-lucie.html>

5. Meeting Point: SALA WYSTAWOWA

BRABCOVÁ, Alexandra, 2003. *Brána muzea otevřená*. Náchod: JUKO. ISBN 8086213285.

HALL, George M., 2006. *Jak připravit úspěšnou přednášku*. Praha: Galén, ISBN 80-7262-422-9.

HORÁČEK, Radek, 1998. *Galerijní animace a zprostředkování umění*. Brno: CERM. ISBN 80-7204-084-7.

KOPŘIVA, Pavel, Jana NOVÁČKOVÁ, Dobromila NEVOLTOVÁ a Tatjana KOPŘIVOVÁ, 2012. *Respektovat a být respektován*. Chvalčov: Pavel Kopřiva - Spirála. ISBN 978-80-904030-0-0.

KUBÍKOVÁ, Slávka, 2018. *Klub nerozbitných detí*. Bratislava: Postoj Media. ISBN 978-80-89994-00-7.

KULKA, Jiří, 2008. *Psychologie umění*. Praha: Grada. ISBN 978- 80-247232-9-7.

PEŠEK Tomáš, Tibor ŠKRABSKÝ, Monika NOVOSÁDOVÁ a Jolana DOČKALOVÁ, 2020. *Šlabikár neformálneho vzdelávania v práci s mládežou*. Bratislava: YouthWatch a ANEV. ISBN 978-80-973031-2-9.

SÝKOROVÁ, Lenka, 2016. *Nezávislé kurátorství ve volném čase: Nezávislý kurátor a umělec-kurátor na české vizuální scéně v letech 2006–2016*. Ústí nad Labem: FUD UJEP, ISBN 978-80-7561-028-7.

ŠEBOROVÁ, Silvie, 2021. *Nedělní party s Picassem. Jak nadchnout děti pro umění*. BRNO: Jan Melvil publishing. ISBN 9788075551504.

Žródla internetowe :

Anonym, 2021. *Vzdelávanie s galériou* [online]. Webumenia [cit. 2022-11-20]. : <https://www.webumenia.sk/edu/vzdelavanie-s-galeriou-metodicke-listy>

FILOVÁ Natália, Lea ROLOVÁ, 2020. *K MÚZEU 21. STOROČIA Inovatívne formy expozícií pre deti* [online]. [cit. 2022-11-20] : https://alfa.stuba.sk/wp-content/uploads/2020/09/01_2020_Filova_Rollova.pdf

HOMZOVÁ, Janka, 2015. *Galerijná pedagogika vo výtvarnej edukácii v základných, stredných školách a v ZUŠ Bratislava* [online]. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20]. : https://archiv.mpc-edu.sk/sites/default/files/publikacie/j_homzova_galerijna_pedagogika_vo_vytvarnej_educacii_v_zs_ss_a_zus.pdf

KAŽA, Katarína, 2011. *Múzejná komunikácia*. In: MAJCHROVIČOVÁ Viera, ŠULLOVÁ Zuzana. 2011. *Informačno-komunikačné technológie - využitie v prezentačnej forme činnosti múzeí* [online]. Banská Štiavnica: Slovenské technické múzeum [cit. 2022-11-20]. ISBN 978-80-970250-5-2. : http://zms.sk/wp-content/uploads/2015/07/IKT_zbornik_ZMS2011.pdf

PAVLÍKÁNOVÁ, Martina. *Kontexty vzdelávania múzea/galérie a školy* [online]. Bratislava: Univerzita Komenského [cit. 2022-11-20]. : https://www.muzeologia.sk/index_htm_files/MuzeologiaKD_1_2013_Pavlikanova.pdf

PAVLÍKÁNOVÁ, Martina, 2015. *Vzdelávanie v múzeách a galériách na Slovensku* [online]. Bratislava: Univerzita Komenského [cit. 2022-11-20]: https://www.muzeologia.sk/index_htm_files/MaKD_2_2015_Pavlikanova.pdf

PONDELÍKOVÁ, Renáta, 2014. *Metódy a formy interpretácie výtvarného diela a ich využitie v procese výtvarnej edukácie* [online]. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20]. : https://archiv.mpc-edu.sk/sites/default/files/publikacie/metody_a_formy_interpretacie_vytvarneho_diela_2912015.pdf

TRIBULOVÁ, Barbora, 2021. *Malé divy v SNG: Dotyk s umením* [online]. MEDIUM [cit. 2022-11-20]. : <https://medium.com/sng-online/mal%C3%A9-divy-v-sng-dotyk-s-umen%C3%ADm-80a803b5fa57>

TULEJOVÁ, Zuzana, 2020. *Vyučovanie estetiky ako cesta k prehĺbeniu vzťahu k umeniu: diplomová práca* [online]. Bratislava: Masarykova univerzita. [cit. 2022-11-20]. : https://is.muni.cz/th/stn5r/Diplomova_praca_Archive.pdf

Zákon č. 206/2009 Z. z. Zákon o múzeách a o galériách a o ochrane predmetov kultúrnej hodnoty a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov [online]. [cit. 2022-11-20]. : <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2009-206>

6. Meeting point: BIBLIOTEKA

Čtenářská gramotnost, 1. díl, Pracovní listy k seriálu Čtenářská gramotnost: Číst se učíme zase jen čtením. <https://www.datocms-assets.com/58599/1639250619-170126-serial-mf-dnes-1-dil.pdf>

Anonym, 2019. *Zverejnenie výsledkov slovenských žiakov v medzinárodnej štúdii OECD PISA 2018: výsledky testovania* [online]. [cit. 2022-11-20]. : <https://www.minedu.sk/zverejnenie-vysledkov-slovenskych-ziakov-v-medzinarodnej-studii-oecd-pisa-2018/>

BRASSEUR, Philippe, 2021. *Mysli ako génius*, Bratislava: Albatros. ISBN: 978-80-566-2320-6

ČERNICKÝ, Gregor a Viera RISTVEJOVÁ, 2022. : *Čo číta ... kráľ detských čitateľov*. In: *Svet (z) kníh* [online]. Roč. 2022, č. 3, s. 21 -22 [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://online.fliphtml5.com/yrvza/gjdk/>

FOBEROVÁ, Libuše, 2009. *Knihovna jako nekonečný příběh, který se lidé učí číst*. In: *KNIHA VE 21. STOLETÍ 2009: KONFERENCE KNIHA VE 21. STOLETÍ*. [online]. Opava: Slezská univerzita v Opavě, s. 20 - 47 [cit. 2022-11-20]. : <http://k21.fpf.slu.cz/wp-content/uploads/2012/01/Sborn%C3%ADk-K21-2009.pdf>

FRIEDLAENDEROVÁ, Hana a kol., 2022. *COVIDOČTENÍ*. Brno: Host. ISBN 978-80-275-1095-5.

GAJDOŠ, Adam, a kol., 2019. *Kultúra v štyroch dejstvách* [online]. Bratislava: Národné osvetové centrum [cit. 2022-11-20]. : <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2019/07/4-dejstva-interaktivne-jednostrankove-april.pdf>

HARPÁŇ, Michal, 2004. *Teória literatúry*. Bratislava: Tigr. ISBN 8088869374.

Knižnica pre mládež mesta Košice, 2021. *Motivačné aktivity s detským čitateľom, Zborník príspevkov z webinára konaného v dňoch 16. – 17. 6. 2021* [online]. Košice: Knižnica pre mládež mesta Košice [cit. 2022-12-11]. ISBN 978-80-89161-69-0. Dostupné z: https://www.kosicekmk.sk/images/Vydavame/MA_21_Zbornik.pdf

KONRÁDYOVÁ, Nika a Miriam SLAVKOVSKÁ, 2021. *MOTIVÁCIA K ČÍTANIU A ČITATEĽSKÉ PREFERENCIE ADOLESCENTOV* [online]. In: *E-psychologie* [cit. 2022-12-11]. Roč. 15, č. 1. : https://e-psycholog.eu/pdf/Konradyova_Slavkovska2.pdf

KOPÁČIKOVÁ, Judita, Ľudmila Hrdináková a Anna Gašparoviová, 2011. *Čítanie mládeže v Slovenskej republike, interpretácia výsledkov výskumu* [online]. Košice: Slovenská asociácia knižníc. ISBN 978-80-8143-001-5. : <http://www.sakba.sk/dokumenty/2011/citanie-mladeze.pdf>

KOPÁČIKOVÁ, Judita, 2017. *Čítanie mládeže v SR: prezentovanie výsledkov* [online]. Martin: SNK [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <http://www.sakba.sk/dokumenty/2017/vyskum-prezentacia-Kopacikova5.pdf>

KOŠŤÁLOVÁ, Hana, 2020. Jak jsme začínali s dílnou psaní ve třetí třídě. In: *Učitel'ský měsíčník* [online]. Roč. 2020, č. 4, s. 25 – 29 [cit. 2022-11-20]. https://www.datocms-assets.com/58599/1644398093-um_2020_12_jak-jsme-zacinali-s-dilnou-psani.pdf

KOŠŤÁLOVÁ, Hana, 2021. *Pisatelství v celé škole*. In: *Učitel'ský měsíčník* [online]. Roč. 2021, č. 6, s. 16 [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://www.datocms-assets.com/58599/1644397743-pisatelstvi-v-cele-skole.pdf>

MALÍKOVÁ, Natália, 2022. Knižničný parlament zastupuje všetkých detských čitateľov. In: *Svet (z) kníh* [online]. Roč. 2022, č. 3, s. 35 - 36 [cit. 2022-11-20]. <https://online.fliphtml5.com/yrvza/gjdk/>

ŠLAPAL, Miloš, 2007. *Dílina čtení v praxi*. In: *Kritické listy. Čtvrtletník pro kritické myšlení ve školách* [online]. Roč. 2007, č. 27, s. 13–20 [cit. 2022-11-20]. ISSN 1214–5823. https://kritickemysleni.cz/wp-content/uploads/2020/05/KL27_web.pdf

ŠTYBNAROVÁ, Jana, 2020. *Jaké prostředí žáky podněcuje ke čtenářství a pisatelství?* In: *Učitel'ský měsíčník* [online]. Roč. 2021, č. 1, s. 31 – 33 [cit. 2022-11-20]. <https://www.datocms-assets.com/58599/1644398209-1639079469-um-2020-09-jake-prostredi-zaky-podnecuje-ke-ctenarstvi-a-pisatelstvi.pdf>

TRÁVNÍČEK, Jiří, 2020. *Kultúrne vetřelec*. Brno: Host. ISBN 9788027502455.

TRÁVNÍČEK, Jiří, 2014. *Překnížkováno*. Brno: Host. ISBN 9788074912566.

VANICKÁ, Barbora, 2022. *Ambasádorky – tajná síla knihovnice*. In: *Svet (z) kníh* [online]. Roč. 2022, č. 1, s. 12 – 14 [cit. 2022-11-20]. <https://online.fliphtml5.com/yrvza/yrnz/#p=13>

Žródia internetowe:

Anonym, 2016. *Prieskum: Tretina rodičov si s deťmi číta len príležitostne alebo nečíta*. [online]. [cit. 2022-11-20]. <https://domov.sme.sk/c/20120409/prieskum-tretina-rodicov-si-s-detmi-cita-len-prilezitostne-alebo-necita.html>

Anonym. *Čtenářský metr* [online]. Město Petřvald – knihovna [cit. 2022-12-11]. : <https://petrvald.knihovna.cz/navstevni-kniha/>

Anonym. *Cena René* [online]. Anasoft litera [cit. 2022-12-11]. <https://www.anasoftlitera.sk/main/anasoft-litera/cena-rene>

Anonym. *Services at the Library* [online]. The Kansas City Public Library, [cit. 2022-12-11]. <https://kclibrary.org/community-services/for-educators/services-at-library>

Anonym, 2022. *Dílna psaní* [online]. [cit. 2022-11-20]. <https://sites.google.com/oalib.cz/novemetodyaktivity/domovska-stranka/dilna-psani>

Anonym. *Ako sa stať čitateľom* [online]. Košice: Knižnica pre mládež mesta Košice [cit. 2022-11-20]. : <https://www.kosicekmk.sk/index.php/extensions/sluzby/ako-a-preco-sa-stat-citatelom>

Anonym. *Ambasádori knižnice* [online]. Košice: Knižnica pre mládež mesta Košice [cit. 2022-11-20]. : <https://www.kosicekmk.sk/index.php/accordion-2/568-ambasadori-kniznice>

HERNÁNDEZ, Diana. *Iwaki Museum of Picture Books for Children, Japan* [online]. Pinterest [cit. 2022-12-11]. : <https://sk.pinterest.com/pin/1970393570189974/>

JURÁKOVÁ, Natália, 2016. *Stereotypy v knihovníctve* [online]. Bratislava: Slovenské národné stredisko pre ľudské práva [cit. 2022-11-20]. ISBN 978-80-89016-81-5. http://www.snslp.sk/wp-content/uploads/Stereotypy_v_knihovnictve-2016.pdf

LAVRÍKOVÁ, Eva, 2016. *Keď deti spoluvytvárajú svoj priestor – knižnica snov v Osle* [online]. Úlet s knihou, o.z., [cit. 2022-11-20]. <https://www.uletsknihou.sk/ked-deti-spoluvytvaraju-svoj-priestor-kniznica-snov-v-osle-1002>

LOBASH, Lynn Ann, 2019. *Read NYPL Insta Novels* [online]. New York Public Library [cit. 2022-12-11]. : https://www.nypl.org/blog/2019/08/20/nypl-insta-novels?utm_campaign=instanovels

ŠUJAK, Jozef, 2019. *Projekt na podporu čítania* [online]. DOBRÁ ŠKOLA [cit. 2022-12-11]. : <https://dobraskola.sk/projekt-na-podporu-citania/>

Obrázok: Knihovník pre mládež: <https://kclibrary.org/book-a-youth-librarian>

7. Meeting point: TEATR

Anonym, 2022. *Ján Luterán o Idiotoch: Divadlo, ktoré neprovokuje, je premárnená šanca* [online]. Moja kultúra [cit. 2022-12-05]. <https://mojakultura.sk/jan-luteran-o-idiotoch-divadlo-ktore-neprovokuje-je-premarnena-sanca/>

Anonym. *O ČASOPISE KØD* [online]. Bratislava: Divadelný ústav [cit. 2022-12-05]. <https://www.theatre.sk/projekty/casopis-kod/o-casopise>

8. EDUKACJA NIEFORMALNA – ZESTAW PIERWSZEJ POMOCY

ČUJOVÁ, Martina, 2010. *Do Európy hrou IV*. Bratislava: IUVENTA. ISBN 978-80-8072-109-1.

HAJTMÁNKOVÁ, Marcela a Janette MAZÍNIOVÁ, 2008. *Živé knihy nechajme knihy rozprávať*. Bratislava: IUVENTA. ISBN 978-80-8072-069-8.

HANUŠ, Radek a Jana HAKOVÁ, 2021. *Praktická učebnice zážitkové pedagogiky*. Praha: Nadace Pangea. ISBN 978-80-270-9208-6.

KOPŘIVA, Pavel, Jana NOVÁČKOVÁ, Dobromila NEVOLTOVÁ a Tatjana KOPŘIVOVÁ. 2012. *Respektovat a být respektován*. Chvalčov: Pavel Kopřiva - Spirála. ISBN 978-80-904030-0-0.

MIHÁLIKOVÁ, Jana, 2001. *Do Európy hrou I*. Bratislava: IUVENTA. ISBN 8088893798.

MIHÁLIKOVÁ, Jana, 2002. *Do Európy hrou II*. Bratislava: IUVENTA. ISBN 8088893925.

MIHÁLIKOVÁ, Jana. 2004. *Do Európy hrou III*. Bratislava: IUVENTA. ISBN 8080720312.

NEVOLOVÁ, Monika, 2017. *Přestaň prezentovat, začni vyprávět - Storytelling - odliš se od ostatních*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-5664-6.

PEŠEK, Tomáš, Tibor ŠKRABSKÝ, Monika NOVOSÁDOVÁ a Jolana DOČKALOVÁ, 2020. *Šlabikár neformálneho vzdelávania v práci s mládežou*. Bratislava: YouthWatch a ANEV. ISBN 978-80-973031-2-9.

SMATANA Ján a kol., 2021. *(NE)BEZPEČNE V SIETI Manuál rozvoja kritického myslenia v online priestore*. Prešov: Centrum pre podporu neformálneho vzdelávania (CeNef). ISBN 978-80-570-3376-9.

Žródla internetowe:

Anonym. *Čo je kritické myslenie* [online]. Akadémia kritického myslenia [cit. 2022-11-20]. <https://kritickemyslenie.sk/co-je-kriticke-myslenie/>

Anonym. *Jak si vyrobit vlastní deskovou hru* [online]. wikiHow [cit. 2022-06-20]. <https://www.wikihow.cz/Jak-si-vyrobit-vlastn%C3%AD-deskovou-hru>

Anonym, 2019. *Porovnávejte cez Vennov diagram* [online]. Lepšia geografia [cit. 2022-11-20]. <https://lepsiageografia.sk/materialy/porovnavajte-cez-vennov-diagram/>

BLAHUTKOVÁ, Márie, 2012. *Aktivní výuka formou skupinových metod* [online]. Brno: Fakulta sportovních studií MU [cit. 2022-11-20]. https://is.muni.cz/el/1451/jaro2012/cn1034/kurz_TW_-_Teambuilding_Aktivni_vyuka_formou_skupinovykh_metod.pdf

- BYSTRĀNSKĀ – SIPTĀKOVĀ, Mária a Peter ČERŇANSKÝ, 2014. *Praktické využitie metódy sokratovského dialógu* [online]. Nitra: Katedra fyziky, Fakulta prírodných vied UKF [cit. 2022-11-20]. https://ufv.science.upjs.sk/_projekty/smolenice/pdf_14/10_bystrianska.pdf
- DRUSKA, Peter, 2019. *Ako chyby pomáhajú učeniu* [online]. [cit. 2022-11-20]. <http://matika.dvp.sk/2019/03/14/ako-chyby-pomahaju-uceniu/>
- DVORSKÝ, Maroš, 2009. *Využitie metód neformálneho vzdelávania na hodinách slovenského jazyka a literatúry* [online]. Prešov: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20] https://www.statpedu.sk/files/articles/dokumenty/sutaze/pedagogicke_citanie_dvorsky.pdf
- GRĀNSKA, Zuzana. *Súťaže by v školách mali mať minimálny priestor* [online]. Eduworld [cit. 2022-11-20]. <https://eduworld.sk/cd/zuzana-granska/457/jana-novackova-sutaze-by-v-skolach-mali-mat-minimalny-priestor>
- HERIAN, Karol, 2020. *Vedomí učitelía - metódy vo vyučovaní* [online]. Daphne inštitút aplikovanej ekológie [cit. 2022-11-20]. : <https://daphne.sk/vedomi-ucitelia-metody-vo-vyucovani/>
- KONÍČKOVĀ, Jaroslava. *Ako využívať brainwriting?* [online]. Eduworld [cit. 2022-11-20]. : <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/6802/ako-vyuzivat-brainwriting>
- KONÍČKOVĀ, Jaroslava, 2019. *Kreatívne metódy, ktoré môžete využiť na vyučovaní* [online]. Slovenský jazyk [cit. 2022-11-20]. : <https://slovenskyjazyk.com/kreativne-metody-ktore-mozete-vyuzit-na-vyucovani/>
- KONÍČKOVĀ, Jaroslava. *Prečo je storytelling pre vás a vaše deti dôležitý?* [online]. Eduworld [cit. 2022-11-20]. : <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/341/preco-je-storytelling-pre-vas-a-vase-deti-dolezity>
- KONÍČKOVĀ, Jaroslava. *Rozvíjanie verbálnych schopností žiakov pomocou dvojitého kolotoča* [online]. Eduworld [cit. 2022-11-20]. : <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/2049/rozvijanie-verbalnych-schopnosti-ziakov-pomocou-dvojiteho-kolotoca>
- KOVANDA, Radek, 2018. *15 starých dětských her na středověkém obraze: které z nich jste hráli i vy?* [online]. G.cz [cit. 2022-11-20]. : <https://g.cz/seat-15-starych-detskykh-her-na-stredovekem-obrazu-ktere-z-nich-jste-hrali-i-vy/>
- LENTS, Nathan H., 2017. *Why Play Is Important - Animal behavior helps illuminate why we play.* [online]. Psychology Today [cit. 2022-06-20]. : <https://www.psychologytoday.com/us/blog/beastly-behavior/201705/why-play-is-important>
- MADRO, Marek, 2022. *Prečo sú online výzvy pre mladých také príťažlivé* [online]. Bratislava: IPčko [cit. 2022-11-20]. : <https://ipcko.sk/preco-su-online-vyzvy-pre-mladych-ludi-pritazlive/>
- MISTRÍK, Erich, 2022. *Estetický slovník* [online]. Bratislava: Pedagogická fakulta Univerzity Komenského [cit. 2022-11-20]. : <http://www.estetickyslovník.sk/>

MOLČANOVÁ, Iveta, 2013. *Netradičné metódy na hodinách SJL v primárnom vzdelávaní* [online]. Prešov: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20]. : https://mpc-edu.sk/sites/default/files/projekty/vystup/4_ops_molcanova_iveta_-_netradicne_metody_na_hodinach_sjl_v_primarnom_vzdelavani.pdf

NOVÁKOVÁ, Ľubica, 2014. *Kritické myslenie na 1. stupni ZŠ, stratégia rámca učenia EUR* [online]. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20].: https://mpc-edu.sk/sites/default/files/projekty/vystup/7_ops_novakova_lubica_-_kriticke_myslenie_na_1_stupni_zs_-_strategia_ramca_ucenia_eur.pdf

NOVÁKOVÁ, Ľubica, 2015. *Možnosti vizualizácie v procese učenia* [online]. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2022-11-20]. https://archiv.mpc-edu.sk/sites/default/files/publikacie/b_novakovova_moznosti_vizualizacie_v_procese_ucenia.pdf

URBANOVÁ, Elena. *Čo je to gamifikácia a oplatí sa ju použiť?* [online]. e-learnmedia [cit. 2022-06-20]. : <https://www.e-learnmedia.sk/blog/co-je-to-gamifikacia-a-oplati-sa-ju-pouzit/>

VORAČOVÁ, Barbora. *O metodě storytellingu a jeho využití ve školství* [online]. Storytelling o.s. [cit. 2022-11-20].: <https://docplayer.cz/17827168-O-metode-storytellingu-a-jeho-vyuziti-ve-skolstvi-obsah-co-je-to-storytelling-vyuziti-storytellingu-ve-skolstvi-practicke-ukoly-a-techniky.html>

ZIELIŃSKI, Krzysztof a kol., 2012. *Metodológia Webinárov* [online]. Webinar 2 Výučba [cit. 2022-11-20]. ISBN 978-83-63481-02-5.: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/33b7f22a-eff5-4cfc-a722-bec270d1538f/metodyka_SK_FINAL.pdf

9. Kapitola: KULTURA W DOBIE INTERNETU

FRK, Braňo, 2018. *Jak na vzdělávací webináře?* [online]. MEDIUM [cit. 2022-06-15]: <https://medium.com/learning-design/jak-na-vzd%C4%9Bl%C3%A1vac%C3%AD-webin%C3%A1%C5%99e-2af04eed759f>

FRK, Braňo, 2019. *Digitální nástroje pro lektory* [online]. [cit. 2022-06-15]. <https://www.slideshare.net/branofrk/digitln-nstroje-pro-lektory>

MAJCHROVIČOVÁ, Viera a Zuzana ŠULLOVÁ, 2011. *INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÉ TECHNOLOGIE VYUŽITIE V PREZENTAČNEJ ČINNOSTI MÚZEÍ: Zborník príspevkov z konferencie* [online]. Banská Štiavnica: Slovenské technické múzeum [cit. 2022-11-15]. ISBN 978-80-970250-5-2. http://zms.sk/wp-content/uploads/2015/07/IKT_zbornik_ZMS2011.pdf

ZIELIŃSKI, Krzysztof a kol., 2012. *Metodológia Webinárov* [online]. Webinar 2 Výučba [cit. 2022-11-20]. ISBN 978-83-63481-02-5. https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/33b7f22a-eff5-4cfc-a722-bec270d1538f/metodyka_SK_FINAL.pdf

Oprócz wyżej wymienionej literatury autorzy wykorzystali osobiste obserwacje, czerpiąc wiedzę z własnych doświadczeń i lub ukończonych szkoleń i przeprowadzonych wydarzeń. Źródła i cytaty zostały podsumowane na końcu publikacji dla przejrzystości i płynności tekstu publikacji.

Autorzy:

Júlia Balážová
Lenka Eliaš Čuchtová
Katarína Pirohová
Ján Smatana
Ester Surovčík
Anna-Maria Zwyrtek
Marcin Piotrowski

Ilustracje: **Júlia Mádziková**

Grafika: **Júlia Balážová**

Korekta: **Katarína Pirohová**

Organizacje:

CENEF - Centrum pre podporu neformálneho vzdelávania (Słowacja)
Hnutí Brontosaurus (Czechy)
Stowarzyszenie Czajnia (Polska)

Wydawnictwo: **CENEF - Centrum pre podporu neformálneho vzdelávania Prešov**

<https://touchtheculture.eu/publikacia/>

1.wydanie

Nakład:

Wydawnictwo:

Rok wydania : 2023

Przewodnicy to niezwykle osoby, które wiedzą jak zachwycać się pięknem i mają ogromną mocą, by zachwycać tym pięknem innych .Jednak ta mega moc musi być poparta wiedzą i umiejętnościami, aby tego wszystkiego nie zepsuć i nie przypisać sobie współautorstwa w historii doświadczania życia. Bez wiedzy i umiejętności przewodnik ryzykuje utratę tytułu "przewodnika" na rzecz autorstwa opowieści pod tytułem: "Jak pomogłem Filipowi odkryć, że sztuka jest tylko dla wybranych"

Loga: CEneF, Brontosaurus, Czajnia, Erasmus plus, EU