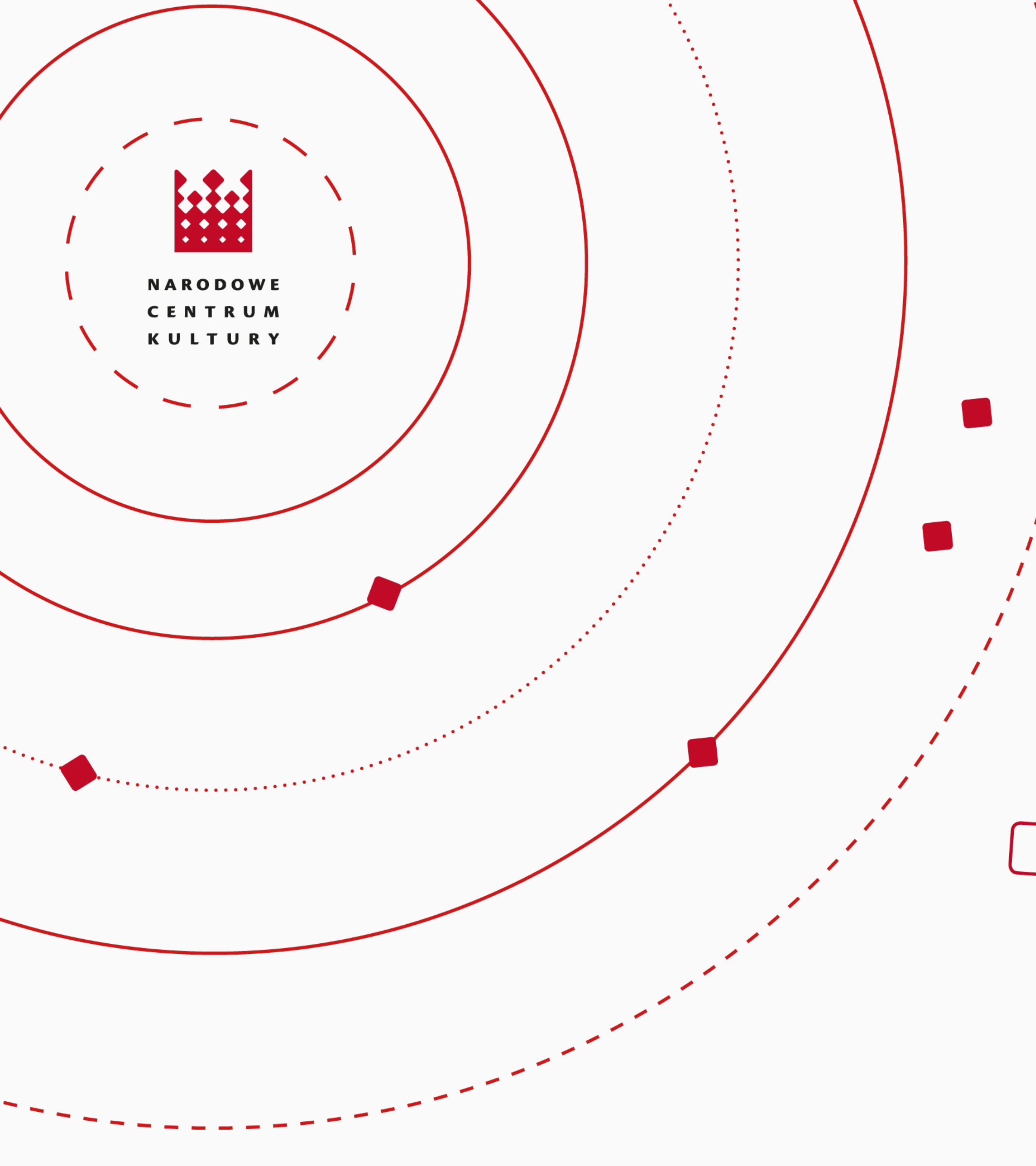




**NARODOWE
CENTRUM
KULTURY**





Patronat Marszałka
Województwa Lubelskiego
Jarosława Stawiarskiego



SPOTKANIA
KULTUR

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



BARDZO
MŁODA KULTURA
woj. lubelskie

Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Bardzo Młoda Kultura 2019-2021.



PRÓBA EPIDEMII

Edukacja kulturowa w przestrzeni
mediów wirtualnych – perspektywa wojewódzka

Bardzo Młoda Kultura. Lubelskie 2019-2021

Lublin 2020

Prezentowany raport jest odpowiedzią na zadanie skierowane do operatorów wojewódzkich projektu *Bardzo Młoda Kultura 2019-2021* dotyczące przygotowania analizy SWOT rozwijającej zagadnienie obecności edukacji kulturowej w przestrzeni mediów wirtualnych. Raport stanowi omówienie zrealizowanych badań wśród edukatorów, animatorów i nauczycieli z województwa lubelskiego, którzy zostali poddani swoistej próbie, zmuszeni byli do zwiększenia swojej aktywności w przestrzeni wirtualnej w czasach, gdy działalność placówek kulturalnych – ze względów epidemiologicznych – była ograniczana lub wstrzymywana na relatywnie długi okres czasu. Badanie miało zatem na celu rozpoznanie skali wykorzystywania narzędzi mediów wirtualnych przez edukatorów i animatorów kultury, zdiagnozowanie podstawowych problemów oraz wskazanie możliwości, które pojawiają się podczas realizowania zadań edukacyjnych w przestrzeni wirtualnej. W ostatnich miesiącach, ze względu na epidemię, edukacja kulturowa przeniesiona została w przestrzeń Internetu – stworzyło to nowe okoliczności, w których musieli się odnaleźć zarówno twórcy, animatorzy i pracownicy placówek kulturalnych, jak i odbiorcy wytworzonych treści. Zebranie ich opinii i doświadczeń może być cennym źródłem wiedzy przy budowaniu programów edukacyjnych w przyszłości, zwłaszcza wtedy, gdy narzędzie te będą jedynie wsparciem dla tradycyjnych form działalności.

Poniższa analiza, próbująca zdiagnozować mocne i słabe strony komunikacji wirtualnej oraz rozpoznać istniejące szanse i nadchodzące zagrożenia, które mogą pomóc/przeszkodzić w odbiorze treści kulturowych, kładzie więc główny nacisk na to, w jaki sposób wykorzystać potencjał tego typu narzędzi w rozwoju edukacji kulturowej (przede wszystkim tej o charakterze lokalnym), aby nie

tyle były one w stanie zastąpić tradycyjne formy działania w tym zakresie w przyszłości, ale aby można było znacząco te tradycyjne formy wesprzeć i ubogacić.

Analizę przeprowadzono z wykorzystaniem metod ilościowych i jakościowych. Ankiety CAPI zbierane były drogą elektroniczną poprzez panel LimeSurvey – zostały rozesłane do wszystkich instytucji kultury w województwie lubelskim oraz regionalnych edukatorów i animatorów znajdujących się w sieci współpracy Centrum Spotkania Kultur, operatora programu BMK na Lubelszczyźnie. Metodą tą pozyskano ankiety od 98 osób, w 65% reprezentujących publiczne instytucje kultury, a w 25% reprezentujących szkoły podstawowe lub średnie. W mniejszości w uzyskanej próbie pozostali reprezentanci podmiotów prywatnych prowadzących działalność w zakresie edukacji kultury (7%) oraz przedstawiciele organizacji pozarządowych (3%). Badania ilościowe uzupełniały telefoniczne wywiady pogłębione (TDI) z edukatorami i animatorami funkcjonującymi w różnych częściach województwa, biorące udział w różnych odstępach konkursów grantowych Programu Bardzo Młoda Kultura.

Przed epidemią:

„Online to jest możliwa tylko promocja i informacja”

Pod względem wykorzystywania narzędzi przestrzeni wirtualnej w placówkach kultury rok 2019 od 2020 roku różni się w sposób niebywały. Epidemia wpłynęła na aktywności i zachowania Polaków w wielu różnych sferach, podobnie w sposób ewidentny odcisnęła swoje piętno w wymiarze kultury. Zmusiła to wykorzystywania w o wiele większym zakresie te narzędzia komunikacyjne, które dotąd były używane tylko do celów informacyjnych, promocyjnych, do kontaktu z młodym odbiorcą kultury. O ile ogólnokrajowym instytucjom centralnym zdarzały się organizowane wydarzenia kulturalne online, to i tak najczęściej były to wydarzenia, które przede wszystkim odbywały się stacjonarnie, w sposób tradycyjny, ale dla powiększenia grupy odbiorców zdecydowano się na streaming, transmisję wydarzenia poprzez popularne narzędzia internetowe.

Na pytanie „Czy przed epidemią koronawirusa prowadzone były przez Pana/ Panią (i/lub instytucję, którą Pan/Pani reprezentuje), jakiegokolwiek działania w zakresie edukacji kulturowej z wykorzystaniem narzędzi mediów wirtualnych (internetowych)?” mniej niż połowa respondentów odpowiadało twierdząco

(42,5%), ale najczęściej wskazywaną formą aktywności w przestrzeni wirtualnej było udostępnianie materiałów audiowizualnych, filmików itp. (41,7%) oraz komunikacja bieżąca jako wsparcie działań edukacyjnych 38,9%. Na poziomie ok. 20% uplasowały się takie aktywności jak przesyłanie informacji jako wsparcie działań edukacyjnych (22%), warsztaty (19,4%) i spotkania z zaproszonymi gośćmi (19,4%). Aktywności te kierowane były przede wszystkim do młodych odbiorców – tak wskazało 61% respondentów. Osoby dorosłe, całe rodziny czy osoby starsze były o wiele rzadziej traktowane jako grupy docelowe działań w internecie. Najczęściej korzystano z takich narzędzi jak poczta elektroniczna, strona internetowa instytucji oraz portale społecznościowe typu Facebook.

Przedstawiciele instytucji kultury, bibliotek, placówek edukacyjnych i lokalni aktywiści najczęściej zaznaczali, że przed pandemią media społecznościowe były wykorzystywane głównie w celach promocji wydarzeń. Dotąd nastawienie było wręcz odwrotne – chodziło o to, by odciągnąć od komputerów, komórek, telewizorów i wszystkich innych uzależniających urządzeń elektronicznych. Traktowano to więc, jak typowy kanał komunikacyjny do przekazywania informacji:

Przed pandemią były działania online w formie promocji wydarzeń, ale bardziej działaliśmy stacjonarnie, na miejscu. Ci mobilni byli lepiej poinformowani, sami sobie przekazywali w mediach społecznościowych nowe informacje o wydarzeniach (W1, kobieta, sektor kultury)

Wcześniej nie korzystaliśmy zbyt intensywnie z form online, postawiliśmy na działania face-to-face. Jako promocja sprawdzało się świetnie (W3, kobieta, sektor kultury)

Przed pandemią media społecznościowe służyły nam do promocji, teraz w pandemii – działamy w internecie, na Facebooku. Chcemy ruszyć nasze miasto, na przykład poprzez zadanie dla ludzi, by przesłać zdjęcia, co poprawić w mieście, a co jest najpiękniejsze (W12, kobieta, sektor pozarządowy)

Online to jest możliwa tylko promocja i informacja. W przedszkolu nie pozyska się obecnie dzieci jako czytelników (są nowe przedszkolaki, rodzice nie wiedzą jeszcze o możliwości korzystania z biblioteki) – wcześniej poprzez osobiste kontakty łatwiej było zachęcić, a w internecie promować. Nowi mieszkańcy mogli dowiedzieć się, jak funkcjonują instytucje kultury w nowej, małej gminie (W15, kobieta, sektor kultury)

Zdarzały się wydarzenia, akcje czy pomysły, które były realizowane w formie działań w mediach społecznościowych i wówczas Internet stanowił kanał edukacyjny. Zazwyczaj były to działania skierowane do młodzieży (bo już nawet nie dzieci) – chodziło o uaktywnienie młodych ludzi w ich własnym świecie, bo na co dzień trudno jest nakłonić ich do pojawienia się w jakiejś instytucji kultury:

Przed pandemią to w internecie prowadziliśmy głównie promocję działań. Młodzież woli spotkać się osobiście, ale np. idea Zero Waste łączyła ludzi na grupie w social media już przed pandemią (W8, kobieta, sektor oświaty, sektor pozarządowy)

Przed pandemią były już organizowane konkursy online – talent show, obrazy – były pokazywane, a uczestnicy mieli je odwzorować we własnym zakresie (W5, mężczyzna, sektor kultury, sektor oświaty)

Już wcześniej była możliwość zajęć indywidualnych online – wokalnych, muzycznych. Jest to możliwe, ale z grupowymi jest ciężko. Wcześniej robiliśmy też relacje z wydarzeń, czy promocję w Internecie (W11, mężczyzna, sektor kultury)

Przed pandemią niektóre próby prowadzenia działań online były nieudane, nie cieszyły się specjalnym zainteresowaniem, ponieważ to bezpośrednie kontakty stanowiły podstawę komunikacji między ludźmi, jak ktoś chciał uczestniczyć w jakimś wydarzeniu – warsztatach, koncercie, spotkaniu czy choćby seansie filmowym – to uczestniczył w nim na miejscu. Nie miał ochoty siedzieć przed komputerem.

Przed pandemią były próby zorganizowania spotkania online, ale charakter naszej grupy i naszych działań jest zupełnie inny (W6, kobieta, niezależna aktywistka)

Promocja działań w internecie jak najbardziej, ale osobiste spotkania są bardzo ważne. Online to tylko namiastka. Bycie ze sobą w realu jest ważniejsze i bardziej cenione przez ludzi (W14, kobieta, niezależna aktywistka)

Zmianę społeczną wymusiła epidemia i wszystkie te obostrzenia, które spowodowały ograniczenie społecznych aktywności, wprowadzenie zakazu gromadzenia się, spotkania w celach towarzyskich. Potrzeba ludzka, aby się spotkać, podtrzymać relację, poznać świat, uczestniczyć w kulturze, została stłumiona, ale nie na tyle, aby człowiek czasu pandemii w ogóle wycofał się z tej sfery życia.

Stan zamrożenia: „Kultura bez ludzi nie jest kulturą”

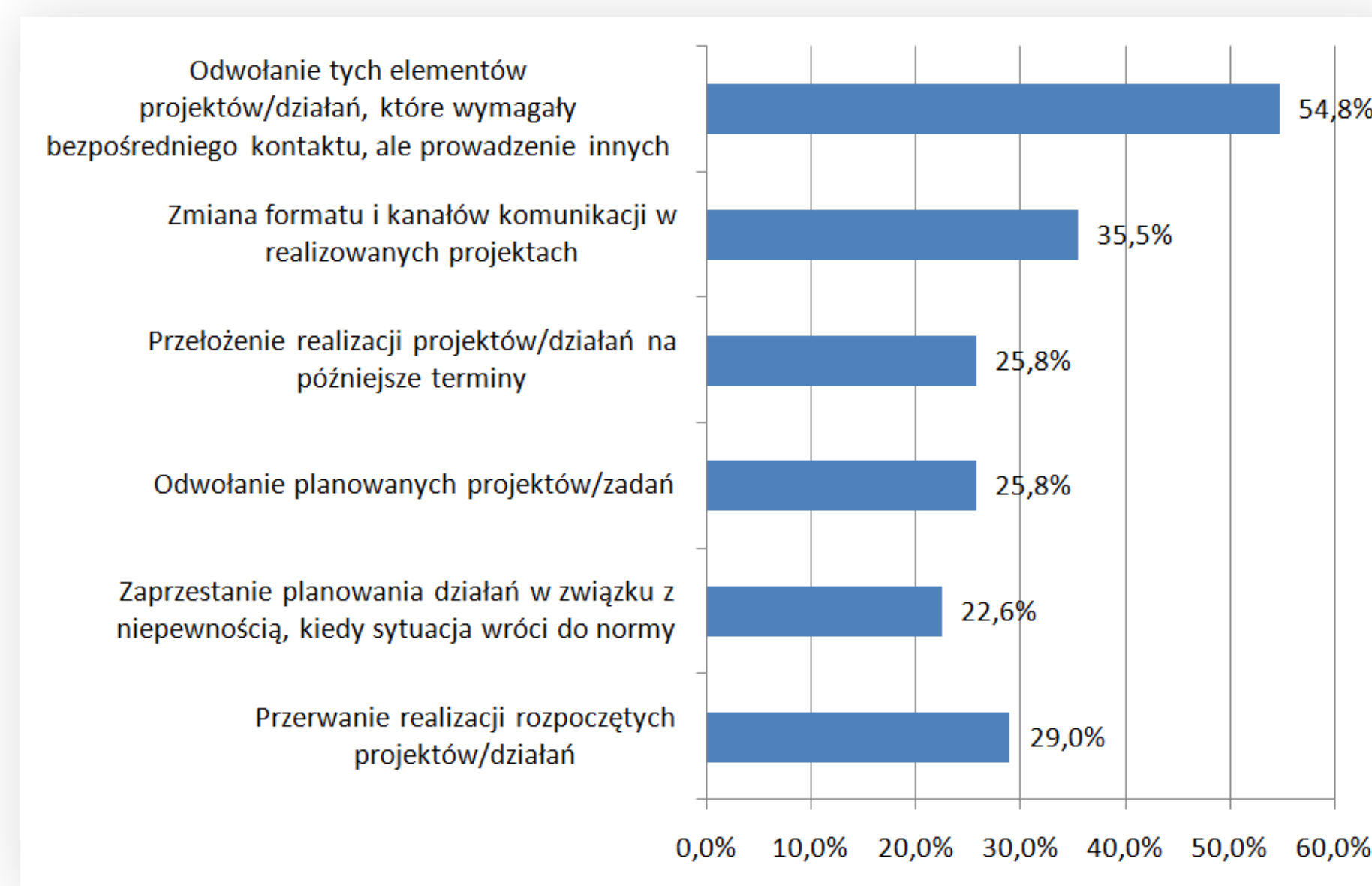
Lockdown mocno ograniczył aktywności związane z edukacją kulturową, spora część instytucji zmuszona była odwołać znaczną część zaplanowanych działań. Tylko 1/4 spośród badanych reprezentantów tego środowiska deklaruje, że ich instytucja prowadziła nadal większość zaplanowanych działań (Tab.1). Zdecydowana większość instytucji została jednak dotknięta dość radykalnymi zmianami. Choć próba badania była niewielka i niereprezentatywna, to znamieny jest fakt, że żaden z respondentów nie zaznaczył odpowiedzi, mówiącej o tym, że epidemia nie wpłynęła w żaden sposób na jego działalność w zakresie edukacji kulturowej.

Tabela 1. W jakim stopniu sytuacja związana z epidemią koronawirusa wpłynęła na dotychczas prowadzone przez Pana/Panią (i/lub instytucję, którą Pan(i) reprezentuje) działania w zakresie edukacji kulturowej?

nie wpłynęła na działalność (normalne funkcjonowanie)	0,0%
prowadzenie większości działań, wstrzymanie tylko niektórych z nich	25,8%
znaczące ograniczenie prowadzonych działań	29,0%
zdecydowane ograniczenie większości działań, prowadzenie tylko niektórych z nich	29,0%
całkowite wstrzymanie działalności	16,1%

Tam, gdzie jest to możliwe, działania z obszaru edukacji kulturowej, mimo epidemii, ograniczeń, są realizowane (Ryc. 1). Przybierają nieraz proste formy, wymagające czegoś większego zaangażowania się odbiorców albo większego wysiłku, aby śledzić je w internecie. W relacji edukatorów, mimo wkładania ogromnej energii w rozwijanie form zdalnych w ostatnim czasie, kultura przeżywana w osobistych spotkaniach i relacjach pozostaje priorytetem.

Ryc. 1. Jeśli sytuacja związana z epidemią wpłynęła na prowadzone przez Pana/Panią działania, to w jaki sposób (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)?



Oferta z zakresu edukacji kulturowej przedstawiana i realizowana w mediach społecznościowych jest różnie odbierana. W niektórych środowiskach zapotrzebowanie na takie działania jest spore, w innych w ogóle nie są akceptowane. Część przedstawicieli instytucji i organizacji działających w obszarze edukacji kulturowej podkreśla, że atrakcyjne propozycje znajdują swoich odbiorców. Czasami pojawiają się jednak trudności ekonomiczne czy techniczne, które ograniczają organizatorów.

Działamy online – jest taka możliwość, organizujemy konkursy, to „sprzedaje się”, młodzież jest aktywna. Jest zainteresowanie konkursami online, ale my jesteśmy ograniczeni kosztami. Konkursy zazwyczaj mają nagrody – np. bony na 100 zł do księgarni, jednak nie zawsze możemy jednak sobie na to pozwolić. Staramy się o sponsorów, ale z tym bywa różnie, zwłaszcza teraz (W1, kobieta, sektor kultury)

Teraz – to co się da, staramy się przenieść do internetu. Niestety są ograniczenia finansowe, które nam uniemożliwiają realizację wszystkiego, co chcemy. Jakość działań z edukacji kulturowej w sieci jest dziś na naprawdę wysokim poziomie, a na to potrzeba sporych nakładów finansowych. Jednak próbujemy coś zorganizować, np. konkurs plastyczny bożonarodzeniowy, będzie wystawa online (W2, kobieta, sektor kultury)

Przygotowujemy konkurs świąteczny, zawsze był to cykliczny konkurs na ozdoby świąteczne. Ludzie tego oczekują. A teraz chcemy, by nie przysłali zdjęcia starej ozdoby, tylko by pokazali, jak pielęgnują tradycje świąteczne – mogą to być zdjęcia wykonane podczas pieczenia, robienia czegoś, pozostawiamy dowolność (W15, kobieta, sektor kultury)

Potencjał w zakresie zwiększania możliwości działań internetowych i jednoczesnego poszerzania grona odbiorców jak najbardziej istnieje. Nie da się jednoznacznie stwierdzić, że wśród młodych edukacja kulturowa w formie online się sprawdzi, a wśród seniorów niekoniecznie, ponieważ zgromadzony materiał prezentuje różne perspektywy, z których wynika choćby i taka konstatacja, że i tym razem bardzo dużo zależy od odbiorcy, od jego motywacji, zaangażowania, kompetencji:

Klub seniora ma założoną grupę na Facebooku, na Messengerze piszą, udostępniają, ta forma kontaktu i wymiany treści dotyczących kultury, działań przyjęta się dobrze (W1, kobieta, sektor kultury)

U młodzieży większe zainteresowanie wydarzeniami kulturalnymi było przed pandemią, w realu. Teraz młodzież jest trochę wycofana, ale w konkursach biorą udział. Z kolei seniorzy bardziej się zaktywizowali online, są zachęceni do różnych akcji, np. „Niepodległa do hymnu” – mieli nagrać wiadomość głosową na temat hymnu lub po prostu zaśpiewać hymn i wysłać. Większe zainteresowanie było wśród pań, ale panowie też byli aktywni (W1, kobieta, sektor kultury)

Sama rzeczywistość wirtualna ma duży potencjał do rozwinięcia, jeśli chodzi o wdrażanie nowych treści z zakresu edukacji kulturowej w formie zdalnej, jednak powinno to być rozwijane na wysokim poziomie. Podstawę stanowi profesjonalne szkolenie kadr w zakresie nowoczesnego przekazu kultury w sieci. Mimo podjęcia działań i prób aktywizacji społeczności, by edukacja kulturowa w czasie pandemii mogła być realizowana, odbiorcy nie zawsze są zainteresowani zdalnymi możliwościami:

Szkoła, z którą współpracowaliśmy, jest teraz zamknięta, więc staramy się obecnie działać online – udało się zorganizować ostatnio quiz patriotyczny. Nie ma zbytniego zainteresowania formami online (W3, kobieta, sektor kultury)

Wolimy działać stacjonarnie, niewiele działań mamy online, choć konkursy się pojawiają. Na razie nie widzę też takiej potrzeby i zainteresowania ze strony ludzi (W9, kobieta, sektor kultury)

Dzieci czekają na zajęcia osobiste. Dom kultury na naszym terenie nie organizuje zajęć online, ale zainteresowanie nie byłoby zbyt duże. Nasze oddolne inicjatywy zostały zawieszono (W13, kobieta, niezależna aktywistka)

Grupy nieformalne działające w obszarze edukacji kulturowej rezygnują z prowadzenia form zdalnych, ponieważ ich działalność jest oparta o bezpośrednie relacje. Nie każdy rodzaj działalności jest możliwy do przekonwertowania na formę online, ale część aktywności może być realizowana zarówno zdalnie, jak i podczas osobistych relacji.

Zajęcia muzyczne nie są możliwe do przeniesienia, bo ciężko uczyć grać na odległość, z kolei np. programowanie w formie warsztatów dla młodzieży czy akcje dla seniorów są możliwe (W5, mężczyzna, sektor kultury, sektor oświaty)

Ograniczenia w prowadzeniu edukacji kulturowej w rzeczywistości wirtualnej mogą też wiązać się ze specyficznym stylem funkcjonowania ludzi w pandemii i podejmowaniem zdalnej pracy i nauki. Nadmierne obciążenie ludzi zadaniami online nie sprzyja zainteresowaniu dodatkowymi aktywnościami w internecie. Rodzice nie chcą już dla swoich pociech kolejnych aktywności w wersji online – jest ich za dużo. Dzieci za dużo czasu spędzają obecnie w trybie siedzącym, po lekcjach zdalnych w szkole nie powinny już więcej uczestniczyć w innych tego typu zajęciach w bibliotece czy ośrodku kultury, bo korzystanie z komputera powinno się ograniczać do niezbędnego minimum.

Zdalna kultura:

„Kultury nie da się robić w internecie, ona wymaga obecności”

Współcześnie tworzenie grup w mediach społecznościowych do przekazywania informacji, angażowania odbiorców w działania z zakresu edukacji kulturowej jest jedną z podstawowych form komunikacji i promocji. Dzięki temu jest możliwość docierania do wszystkich zainteresowanych poprzez dodawanie ich do grupy. W czasie pandemii, zwłaszcza po wprowadzeniu kształcenia zdalnego, zainteresowanie dodatkowymi działaniami online w niektórych przypadkach spada. Kursy, szkolenia, zajęcia pozalekcyjne przyjmują postać online, wobec czego kolejne działania prowadzone w takiej formie nie znajdują uznania:

Młodzież i dzieci są obecnie zmęczone nadmiarem form online – za dużo tego, za dużo komputerów, obserwujemy przesyt oferty online i nie jest łatwo zachęcić do takich działań (W2, kobieta, sektor kultury)

Dotrzeć się da, ale za dużo jest zajęć online w innych obszarach – w pracy, w szkole. Nie wyobrażam sobie przeniesienia życia do internetu. Jakies zainteresowanie ze

strony ludzi jest, ale bardziej interesują się spotkaniami na żywo, otwartymi imprezami plenerowymi – ludziom tego brakuje (W14, kobieta, niezależna aktywistka)

Edukatorzy zwracają też uwagę na to, że przekaz na odległość nie ma takiego samego odbioru jak w przypadku bezpośrednich relacji. Ponad 80% badanych (CAPI) deklaruje, że zaangażowanie odbiorców wydarzeń w formie online jest znacznie mniejsze niż w przypadku tradycyjnych form uczestnictwa. Bo czymże jest kultura? Spotkaniem:

Kultura bez ludzi nie jest kulturą. Grupy seniorskie bardzo się wycofały, czasem pojawiają się tylko zdawkowe telefony, w celach informacyjnych. Część z seniorów pewnie śledzi nasze działania w sieci. Obecnie raczej stawiamy na inicjatywy, publikacje, filmy, klipy, wystawy, bez specjalnego angażowania publiczności (W11, mężczyzna, sektor kultury)

Kultury nie da się robić w internecie, ona wymaga obecności. W ostateczności zostaje obecność, uczestnictwo online – ale to tylko zastępnik. Brakuje tu przeżywania. Obecnie dom kultury jest w bardzo ciężkiej sytuacji, są konkursy, wystawy online, przeglądy twórczości, filmiki. Starają się, ale to trudne wyzwanie. Odbiór jest ograniczony (W14, kobieta, niezależna aktywistka)

Ryc. 2. Jakie działania udało się przeprowadzić w trakcie epidemii z wykorzystaniem narzędzi mediów wirtualnych?



Najczęstsze aktywności w przestrzeni wirtualnej są takie same (udostępnianie treści w różnorodnych formach – Ryc. 2), ale wzrosła skala sięgania po tego typu narzędzia. Aktywności te kierowane są wciąż przede wszystkim do ludzi młodych (51% wskazań), ale wzrosła liczba inicjatyw kierowanych do dorosłych lub całych rodzin, stosunkowo najwięcej problemów jest w kierowaniu swych działań w formie zdalnej do osób starszych, co utrudnia głównie zjawisko wykluczenia cyfrowego starszych odbiorców. Ważna rola jest przypisywana rodzajowi oferty, z jaką wychodzi instytucja. Jeśli działania wzbudzają zainteresowanie, są innowacyjne, „na czasie”, to za pomocą narzędzi wirtualnych grono odbiorców rozszerza się błyskawicznie. Jeżeli aktywności

nie są atrakcyjne dla odbiorcy, nawet najlepsze narzędzia nie spowodują jego zaangażowania. Osoby aktywne, dla których kultura jest ważna, korzystają z oferty zarówno w jej tradycyjnych formach, jak i online. Trudności pojawiają się z dotarciem do osób mniej zaangażowanych, a zwłaszcza tych, którzy cenili sobie relacje na żywo.

Młodzież i dzieci bardzo się angażują – przed pandemią i w pandemii też. Zainteresowanie dzieci, młodzieży i dorosłych jest bardzo duże – widać chęci działania, i osobiście, i w sieci. Młodzież, zwłaszcza od 13 r. ż. jest niezwykle zaangażowana, chętna, chce coś robić – oni mają pasję. Najbardziej brakuje spotkań dzieciom i młodzieży – są zżyci z instruktorami, uczyli się czegoś nowego i teraz siedzą w domu. Obawiam się, że część dzieci może nie wrócić po pandemii i trzeba będzie na nowo do nich dotrzeć (W11, mężczyzna, sektor kultury)

Podstawową kwestią w docieraniu do odbiorców jest posiadanie przez nich dostępu do sieci i narzędzi wirtualnych. Czasami to są trudności techniczne, ale bywa też, że rodzice ograniczają dzieciom i młodzieży dostęp do mediów społecznościowych, przez co takie osoby są wykluczone z możliwości korzystania z oferty kultury. Narzędzia są potrzebne w komunikacji, ale w parze z ich stosowaniem powinna iść umiejętność ich obsługi, by jak najbardziej efektywnie móc korzystać z oferty kulturalnej. Aż 85% respondentów zgłosiło potrzebę doskonalenia w zakresie obsługi narzędzi przestrzeni wirtualnej, choć ogólnie badani dobrze oceniali swoje kompetencje w tym zakresie. Tym większa jest potrzeba rozwoju kompetencji cyfrowych wśród odbiorców treści kulturalnych. W innym wypadku zdalna kultura będzie tylko imitacją:

Z dziećmi jest ograniczony kontakt, rodzice niektórym ograniczają Facebooka – wtedy takie dziecko jest wykluczone. Zdarzają się takie pojedyncze przypadki, ale to się wiąże

ze stylem życia danej rodziny. Z seniorami też rzadko się kontaktujemy przez media społecznościowe. Nieliczni mają konta w social mediach. Nasi seniorzy są bardziej tradycyjni, choć powoli ludzie na wsi przestają się znać, jeśli w grę wchodzi migracja z miast (W15, kobieta, sektor kultury)

Obecnie seniorzy mają dostęp do internetu i czasem korzystają z oferty kulturalnej, ale bardziej doceniają spotkania na żywo. Jednak w internecie komentują działania obecnie organizowane, udzielają wskazówek czy informacji zwrotnych (W4, mężczyzna, sektor kultury)

Te narzędzia są potrzebne. Ogólnie obserwujemy, że kompetencje w zakresie ich obsługi są na wysokim poziomie, też wśród seniorów. Mamy plany warsztatów komputerowych dla seniorów, by mogli korzystać nie tylko z telefonów, ale też z komputera do działań edukacyjnych (W1, kobieta, sektor kultury)

Tabela 2. Podsumowanie jasnych i ciemnych stron komunikacji w przestrzeni wirtualnej (na podstawie badań TDI)

Pozytywne strony komunikacji online	Negatywne strony komunikacji online
Dostęp do internetu, a co za tym idzie, możliwość komunikacji wirtualnej jest dziś uważana za pewien standard dostępny dla niemalże każdego.	Czasami chodzi o prozaiczne kwestie techniczne, brak dostępu do sieci, słaby sprzęt bez odpowiedniego oprzyrządowania, by móc w pełni korzystać z oferty kulturalnej.
Komunikacja wirtualna pozwala na szybką reakcję, dostosowanie działań, naniesienie zmian. W przypadku spotkań osobistych zmiany zachodzą z opóźnieniem.	Obecnie mamy do czynienia z nadmiarem zajęć online, wobec czego kolejne nie znajdują uznania w takiej formie.
Komunikacja wirtualna prowadzona w profesjonalny, zaangażowany sposób, może sprawić, że działania będą podejmowane przez tłumy.	Przyzwyczajenie do bezpośrednich kontaktów sprawia, że internetowe nie sprawiają przyjemności i nie są satysfakcjonujące.
	Bywa, że nie nastąpiło dostosowanie oferty z powodu obawy przed reakcją potencjalnego odbiorcy. Przejście na stałą komunikację elektroniczną jest pewną rewolucją, nawet jeśli jest to ograniczone w czasie.
	Za pośrednictwem narzędzi wirtualnych nie jest możliwe przekazanie emocji, współdzielenie radości na takim poziomie, jaki jest podczas spotkań osobistych, nie ma takich silnych więzi.
	Barierę w komunikowaniu się przez internet stanowi też wstyd przed reakcją otoczenia. Nawet jeśli działania okazują się atrakcyjne dla odbiorcy, czasami liczy się on z opinią innych użytkowników internetu.
	Nie każde działania są możliwe do zaadaptowania w wersji online na wysokim poziomie.

Wizja przyszłości: „priorytetem będzie odbudowa zatartych relacji”

W zależności od nastawienia i zaangażowania odbiorców media wirtualne mogą pełnić różną rolę w czasach postepidemicznych. Jednakże osoby zajmujące się edukacją kulturową zgodnie twierdzą, że podstawą działań w tym zakresie są osobiste kontakty na żywo. Narzędzia wirtualne mogą pełnić rolę uzupełniającą, by ludzie, którzy z pewnych przyczyn nie mogą wyjść z domu i wziąć udziału w wydarzeniu na miejscu, mogli to zrobić online. W niektórych przypadkach działania w sieci wzmocniły kompetencje odbiorców, dlatego dostrzeżono potrzebę urozmaicenia działań stacjonarnych formami online:

Raczej te formy działań online w jakimś zakresie pozostaną, szkoda będzie zrezygnować. Poza tym teraz korzystają też takie osoby, które chwilowo są „unieruchomione” w domu – ze względu na chorobę, kwarantannę czy inne okoliczności, a które normalnie by w podejmowanych działaniach nie uczestniczyły (W1, kobieta, sektor kultury)

Lepiej mimo wszystko prowadzić działania stacjonarne, bo współpraca jest bardziej owocna, lepiej się dociera do uczestników. Internet tylko pomaga działaniom, ale ich nie zastąpi (W5, mężczyzna, sektor kultury, sektor oświaty)

Planujemy w jakimś stopniu działać online, bo niektóre programy pokazały, że warto dać młodym szansę, by mieli możliwość głosowania, mobilizowania innych do działania i udziału. Jednak u nas skala uczestników jest większa stacjonarnie. Dla pracowników ważny jest stały kontakt z ludźmi, tutaj trzeba ciągle być w kontakcie z rodzicami, ale rodzice są raczej chętni do współpracy. Pandemia nie ułatwiła pracy, ale zespół jest młody i daje sobie radę (W4, mężczyzna, sektor kultury)

Pewnie coś się będzie działo też online, ale nacisk będzie na zajęcia fizyczne, z osobistą obecnością. Kilka pomysłów jest – krótkie klipy z bieżących działań, pokazanie, że kultura działa, nie śpi. Ludzie widzą, że coś się dzieje i chętniej przychodzą, kiedy widzą, że to jest dla nich. Zrobiliśmy już online, liczba wejść była ogromna, lajkowali, komentowali, jednak brakuje bezpośrednich działań z obecnością publiczności (W11, mężczyzna, sektor kultury)

Prowadzenie aktywności online wymaga nie tylko nakładu pracy, ale i środków finansowych, szczególnie w zakresie obsługi i przygotowaniu contentu. Stanowi to spore wyzwanie dla osób, które mają ambicje, by aktywności wirtualne były prowadzone na odpowiednim poziomie. Osoby zajmujące się edukacją kulturową podkreślają, że narzędzia wirtualne nadal sprawdzą się i będą stosowane do promocji wydarzeń, ale warto jednak wrócić do działań stacjonarnych, ponieważ one angażują ludzi na zupełnie innym poziomie.

Młodzież jest „oblatana” w sprawach graficznych, różnych programach, Messenger i Facebook, w jakimś stopniu część form online zostanie, ale jednak kontakty osobiste są preferowane. Edukacja kulturowa jest łatwiejsza do realizacji poza szkołą, bo szkoły są nieco skostniałe, nie docenia siły w tych działaniach, potencjału młodzieży. A nasz młodzież chce kontaktu z innymi, niezależnie od tego, w czym będą uczestniczyć. Działania, których w pierwszej chwili nie doceniają, robią na nich wrażenie, ale to nie działania online. Jako przykład mogę podać projekt Wesele – na podstawie książki Wyspiańskiego. Młodzi pożyczili stroje, zrobili dekoracje, przynieśli jedzenie. Akcja działa się w szkole jako lekcja otwarta. Takich rzeczy nie da się zorganizować online, a z młodzieży energia aż kipi (W8, kobieta, sektor oświaty, sektor pozarządowy)

Media społecznościowe będą nam nadal pomocne do promocji. Mimo wszystko lepsze są działania osobiste, wolontariusze ze szkoły też są bardziej aktywni w realu (W12, kobieta, sektor pozarządowy)

Za pomocą narzędzi wirtualnych nie da się przekazać emocji związanych z uczestnictwem w wydarzeniu. Utrwalenie wydarzeń, ich przekaz w sieci dzięki narzędziom wirtualnym jest istotny, ale relacje powstają na żywo

Stawiamy na bezpośrednie działania, społeczność wiejska jest skupiona na realnych działaniach. Na przykład wystawa prac – dzieci są dumne, jak widzą swoje prace na żywo, odbierają nagrody, a formy online nie są jeszcze u nas przyjęte (W9, kobieta, sektor kultury)

Po zakończeniu pandemii priorytetem będzie odbudowa zatartych relacji. Widać, że dzieci tęskniły za innymi. Nie wyobrażamy sobie działalności instytucji kultury tylko

online. Kiedyś było dużo zajęć w bibliotece, pełno, całe grupy – teraz tego brakuje (W10, kobieta, sektor kultury)

Raczej planujemy powrót do tradycyjnych form działania. Był zorganizowany konkurs na wieńce dożynkowe i był pewien opór, by przedstawiać efekty tylko w internecie. Ludzie wolą pochwalić się efektami swojej pracy na żywo (W15, kobieta, sektor kultury)

Propagatorzy edukacji kulturowej dostrzegają ważną rolę narzędzi wirtualnych we współtworzeniu kultury, natomiast w czasach postepidemicznych ta rola sprowadza się w ich opinii przede wszystkim do promocji wartościowych wydarzeń. Przenoszenie działalności edukacyjnej do sieci powinno mieć charakter uzupełniający, ale w sposób szczególny podkreślano rolę kontaktów face-to-face, których nie da się w pełni zastąpić wirtualnymi.

Podsumowanie.

Matryca analizy SWOT:

edukacja kulturowa w przestrzeni wirtualnej

MOCNE STRONY

- Rozbudowana oferta programowa
- Możliwości komunikacyjne likwidujące problem odległości
- Potencjał pomysłów i kompetencje edukatorów
- Cyfrowo przygotowane pokolenie młodych ludzi
- Świat wirtualny jako środowisko naturalne młodego pokolenia
- Wielki potencjał promocyjny

SZANSE

- Potencjał zaangażowania w jednym momencie dużych grup odbiorców
- Jako uzupełnienie tradycyjnych form działalność, może niezwykle ubogacić podejmowane aktywności
- Możliwości szybkiej i sprawnej komunikacji, przekazywania informacji
- Potencjał do budowania zaangażowanych grup, szukających wspólnych aktywności
- Zmniejszenie skali wykluczenia cyfrowego
- Szansa na zniwelowanie wykluczenia kulturowego
- Coraz lepsza jakość i coraz większa dostępność sieci internetowej

SŁABE STRONY

- Niska jakość infrastruktury (sprzęt, łącze internetowe)
- Duże braki w kompetencjach komunikacyjnych odbiorców
- Trudności w zaangażowaniu odbiorcy
- Spora grupa wykluczonych cyfrowo (zwłaszcza w grupie osób starszych, 60+)
- Tryb siedzący, ograniczona aktywność fizyczna
- Uczestnictwo za pomocą narzędzi psujących zdrowie (wzrok, uzależnienie, kręgosłup etc.)
- Przeciążenie komunikacją zdalną
- Niska jakość komunikacji rozumianej jako budowanie relacji i dużo ograniczeń niepozwalających na kształtowanie więzi

ZAGROŻENIA

- Przymus działań zdalnych
- Przeciążenie cyfrowe
- Apatia, bierność, zniechęcenie odbiorców
- Stacjonarny, siedzący tryb pracy
- Szkodliwy dla zdrowia psychicznego i fizycznego

WNIOSEK	REKOMENDACJA	ADRESAT REKOMENDACJI
<p>Kultura wymaga obecności. Edukacja kulturowa bez fizycznego udziału uczestników jest bardzo trudna – inaczej kształtuje się kompetencje komunikacyjne, trudniej budować relacje zaufania, nieco inaczej wygląda praca w grupie i współdziałanie. Funkcjonowanie w zdalnej komunikacji ukazała jak silna jest potrzeba przebywania wśród ludzi.</p>	<p>Paradoksalnie, to może być szansa na wzmożoną aktywność kulturalną odbiorców w okresie postpandemicznym. Może narodzić się wzmożona potrzeba aktywności, spotkania, budowania relacji. Dobrze by było, aby instytucje były na to przygotowane, aby potrafiły odpowiedzieć na zapotrzebowanie, znaleźć się w odpowiedniej chwili z informacją o organizowanym wydarzeniu. To może być nowa szansa na pozyskanie nowych odbiorców.</p>	<p>instytucje kultury, edukatorzy, szkoły</p>
<p>Trudności techniczne i problemy sprzętowe przy formach stacjonarnych były jedynie „zgrzytem” podczas wydarzenia, przy fizycznej aktywności problemy techniczne były jedynie niedogodnościami. W przypadku komunikacji zdalnej znacznie ograniczają lub uniemożliwiają uczestniczenie w wydarzeniach odbywających się jedynie w przestrzeni wirtualnej.</p>	<p>Należy odpowiednio przygotować infrastrukturę instytucji publicznych, stworzyć fundusze umożliwiające wsparcie w podniesieniu jakości używanego sprzętu.</p>	<p>władze państwowe, samorządowe, władze publicznych instytucji kultury</p>
<p>Narzędzia są potrzebne w komunikacji, ale w parze z ich stosowaniem powinna iść umiejętność ich obsługi, by jak najbardziej efektywnie móc korzystać z oferty kulturalnej. Aż 85% respondentów zgłosiło potrzebę doksztalcenia w zakresie obsługi narzędzi przestrzeni wirtualnej, choć ogólnie badani dobrze oceniali swoje kompetencje w tym zakresie.</p>	<p>Wsparcie w zakresie metodyki prowadzenia zajęć zdalnych, obsługi narzędzi tym itp. należy się zwłaszcza nauczycielom, realizującym szkolne podstawy programowe, ale i edukatorom, animatorom oraz pracownikom instytucji kulturalnych zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, gdzie dotąd nie korzystano z tego typu narzędzi</p>	<p>władze państwowe, samorządowe, władze publicznych instytucji kultury</p>
<p>Duża jest też potrzeba rozwoju kompetencji cyfrowych wśród odbiorców treści kulturalnych. Walka z wykluczeniem cyfrowym. Zwłaszcza przedłużająca się epidemia może powodować coraz większe nierówności i może przyczynić się do większego wykluczenia przekładającego się na wiele sfer życia (bo coraz więcej aktywności prowadzonych jest w przestrzeni wirtualnej).</p>	<p>Należy zadbać o to, aby stworzyć dobre instrumenty pozwalające na doksztalcenie się w zakresie kompetencji cyfrowych. Szkolenia online, publikacje, materiały ilutracyjne, edukacyjne w formie wideo itp.</p>	<p>władze państwowe, samorządowe, władze publicznych instytucji kultury, szkoły, organizacje zrzeszające osoby starsze, Uniwersytet Trzeciego Wieku</p>
<p>Trwa obecnie wyjątkowy czas, który zmusza do wykorzystywania specyficznych narzędzi komunikacji, panuje w tym zakresie duża otwartość, zrozumienie i wyrozumiałość w przypadku błędów, problemów technicznych, niedopracowanych narzędzi czy sposobów pracy. Społeczeństwo przechodzi zmianę, przyzwyczajają się, oswajają z nowymi narzędziami, nowymi sposobami aktywności i komunikacji interpersonalnej.</p>	<p>Wydaje się, że jest to też dobry czas na eksperymenty z formą, z narzędziami, z metodyką. Obecne poszukiwania dla nowej formy i nowej jakości pozwolą w przyszłości w pełni wykorzystać ten potencjał i ubogacać tradycyjne aktywności o różne interaktywne formy.</p>	<p>szkoły, szkoły wyższe, edukatorzy, animatorzy</p>

ANEKS

Dyspozycje do wywiadu TDI

1. Sposób wykorzystywania narzędzi wirtualnych przed epidemią. Czy tylko do promocji / podstawowej komunikacji czy także jako jeden z kanałów działań edukacyjnych?
2. Epidemia: jaka oferta, co udało się przenieść do internetu? Co można jeszcze przenieść, jak oceniają potencjał rzeczywistości wirtualnej w tym zakresie? Czy i jakie jest zapotrzebowanie odbiorców na takie działania w internecie?
3. Jaka jest ocena narzędzi mediów wirtualnych pod względem dotarcia, zainteresowania i zaangażowania potencjalnego odbiorcy (zwłaszcza pytanie o dzieci i młodzież)?
4. Jakie dostrzegają główne problemy działań edukacyjnych w rzeczywistości wirtualnej? Pozytywne i negatywne strony takiego sposobu komunikacji.
5. Jakie widzą miejsce dla narzędzi mediów wirtualnych w czasach postepidemicznych, po zakończeniu epidemii?

ANKIETA CAPI

Edukacja kulturowa w przestrzeni wirtualnej – perspektywa wojewódzka (woj. lubelskie)

Centrum Spotkania Kultur w Lublinie oraz Instytut Nauk Socjologicznych KUL zapraszają do wypełnienia ankiety dotyczącej działalności edukatorów i animatorów kultury w województwie lubelskim w przestrzeni mediów wirtualnych. Badanie jest realizowane na potrzeby programu Bardzo Młoda Kultura 2019-2021.

Badanie ma na celu rozpoznanie skali wykorzystywania narzędzi mediów wirtualnych przez edukatorów i animatorów kultury, zdiagnozowanie podstawowych problemów oraz wskazanie możliwości, które pojawiają się podczas realizowania zadań edukacyjnych w przestrzeni wirtualnej. W ostatnich miesiącach, ze względu na epidemię, edukacja kulturowa przeniesiona została w przestrzeń Internetu – stworzyło to nowe okoliczności, w których musieli się odnaleźć zarówno twórcy, animatorzy i pracownicy placówek kulturalnych, jak i odbiorcy wytworzonych treści. Zebranie ich opinii i doświadczeń może być cennym źródłem wiedzy przy budowaniu programów edukacyjnych w przyszłości.

Ankieta ma charakter poufny i anonimowy. Nie powinna zająć Państwu więcej niż 10 minut.

Czy przed epidemią koronawirusa prowadzone były przez Pana/Panią lub instytucję, którą Pan/Pani reprezentuje, jakiegokolwiek działania w zakresie edukacji kulturowej z wykorzystaniem narzędzi mediów wirtualnych?

Tak

Nie --> DO PYT 5

Jakiego typu były to działania (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)?

1. Wykłady
2. Warsztaty
3. Dyskusje
4. Spotkania z zaproszonymi gośćmi
5. Pokazy filmowe
6. Transmisje teatralne
7. Transmisje muzyczne
8. Udostępnianie materiałów audiowizualnych, filmików
9. Udostępnianie materiałów audio, podcastów
10. Udostępnianie materiałów tekstowych, publicystycznych, eseistycznych
11. Udostępnianie materiałów szkoleniowych
12. Przesyłanie informacji jako wsparcie działań edukacyjnych
13. Komunikacja bieżąca jako wsparcie działań edukacyjnych
14. Inne

Do kogo były najczęściej skierowane?

1. Dzieci / młodzież

2. Rodziny
3. Osoby dorosłe / w wieku produkcyjnym
4. Osoby starsze, 60+

Jakie znaczenie podczas pracy PRZED EPIDEMIAŁ i prowadzonych wówczas działań w zakresie edukacji kulturowej miały poszczególne kanały komunikacyjne?

	Nie używany kanał komunikacji	Rzadko używany kanał komunikacji	Często używany kanał komunikacji	Główny lub jeden z głównych kanałów komunikacji
Komunikatory i rozmowy tekstowe (np. Whatsapp, Messenger)				
Poczta e-mail				
Strona internetowa				
Media społecznościowe: posty, publikacje, rozmowy w grupach (np. Facebook)				
Wideo publikowane online				
Telefonia komórkowa/ stacjonarna (telefon, SMS)				
Komunikatory i rozmowy audio-wideo (MS Teams, Zoom)				

W jakim stopniu sytuacja związana z epidemią koronawirusa wpłynęła na dotychczas prowadzone przez Pana/Panią (lub instytucję, którą Pan(i) reprezentuje) działania w zakresie edukacji kulturowej?

1. nie wpłynęła na działalność (normalne funkcjonowanie)
2. prowadzenie większości działań, wstrzymanie tylko niektórych z nich
3. znaczące ograniczenie prowadzonych działań
4. zdecydowane ograniczenie większości działań, prowadzenie tylko niektórych z nich
5. całkowite wstrzymanie działalności

Jeśli sytuacja związana z epidemią wpłynęła na prowadzone przez Pana/Panią działania, to w jaki sposób (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)?

1. przerwanie realizacji rozpoczętych projektów/działań
2. odwołanie tych elementów projektów/działań, które wymagały bezpośredniego kontaktu, ale prowadzenie innych
3. odwołanie planowanych projektów/zadań
4. przełożenie realizacji projektów/działań na późniejsze terminy
5. zmiana formatu i kanałów komunikacji w realizowanych projektach/zadaniach, aby dostosować je do panującej sytuacji i obowiązujących przepisów
6. zaprzestanie planowania działań w związku z niepewnością, kiedy sytuacja wróci do normy
7. zmiana formatu i kanałów komunikacji w planowanych projektach/zadaniach, by można je było zrealizować niezależnie od sytuacji pandemicznej

Jakie działania udało się przeprowadzić w trakcie epidemii z wykorzystaniem narzędzi mediów wirtualnych (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)?

1. Wykłady
2. Warsztaty
3. Dyskusje
4. Spotkania z zaproszonymi gośćmi
5. Pokazy filmowe
6. Transmisje teatralne
7. Transmisje muzyczne
8. Udostępnianie materiałów audiowizualnych, filmików
9. Udostępnianie materiałów audio, podcastów
10. Udostępnianie materiałów tekstowych, publicystycznych, eseistycznych
11. Udostępnianie materiałów szkoleniowych
12. Przesyłanie informacji jako wsparcie działań edukacyjnych
13. Komunikacja bieżąca jako wsparcie działań edukacyjnych

Do kogo były najczęściej skierowane?

1. Dzieci / młodzież
2. Rodziny
3. Osoby dorosłe / w wieku produkcyjnym
4. Osoby starsze, 60+

Jakie znaczenie podczas pracy zdalnej W TRAKCIE EPIDEMII i prowadzonych działań w zakresie edukacji kulturowej miały poszczególne kanały komunikacyjne?

	Nie używany kanał komunikacji	Rzadko używany kanał komunikacji	Często używany kanał komunikacji	Główny lub jeden z głównych kanałów komunikacji
Komunikatory i rozmowy tekstowe (np. Whatsapp, Messenger)				
Poczta e-mail				
Strona internetowa				
Media społecznościowe: posty, publikacje, rozmowy w grupach (np. Facebook)				
Wideo publikowane online				
Telefonia komórkowa/ stacjonarna (telefon, SMS)				
Komunikatory i rozmowy audio-wideo (MS Teams, Zoom)				

Jak ocenia Pan/Pani swoje kompetencje/przygotowanie do pracy w rzeczywistości wirtualnej?

1. Zdecydowanie dobrze
2. Raczej dobrze
3. Ani dobrze, ani źle
4. Raczej źle
5. Zdecydowanie źle

Czy zauważa Pan/Pani potrzebę przeszkolenia/doszkolenia w zakresie prowadzenia działań w rzeczywistości wirtualnej?

1. Zdecydowanie tak
2. Raczej tak
3. Raczej nie
4. Zdecydowanie nie
5. Trudno powiedzieć

Jak ocenia Pan/Pani kompetencje cyfrowe odbiorców prowadzonych przez Pana /Panią działań w zakresie edukacji kulturowej?

1. Zdecydowanie dobrze
2. Raczej dobrze
3. Ani dobrze, ani źle
4. Raczej źle
5. Zdecydowanie źle

Czy podczas prowadzenia działań w zakresie edukacji kulturowej pojawiały się problemy techniczne?

1. Tak, często
2. Tak, rzadko
3. Nie --> DO PYT

Jakiego rodzaju były to problemy?

1. Ze sprzętem komputerowym
2. Z programami, aplikacjami
3. Z łączem internetowym

Jak ocenia Pan/Pani zaangażowanie uczestników działań w zakresie edukacji kulturowej w przestrzeni wirtualnej?

1. Zdecydowanie większe niż w trakcie zajęć w formie tradycyjnej
2. Raczej większe niż w trakcie zajęć w formie tradycyjnej
3. Takie same jak podczas zajęć w formie tradycyjnej
4. Raczej mniejsze niż w trakcie zajęć w formie tradycyjnej
5. Zdecydowanie mniejsze niż w trakcie zajęć w formie tradycyjnej

Jaki podmiot Pan/Pani reprezentuje?

1. Jednoosobowa działalność (edukator(ka), animator(ka) itp.)
2. Organizacja pozarządowa
3. Publiczna instytucja kultury
4. Szkoła podstawowa lub średnia

Wiek:

Płeć:

Wielkość miejscowości zam.:



WYDAWCA



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.



Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Bardzo Młoda Kultura 2019-2021.

PATRONAT HONOROWY



Patronat Marszałka
Województwa Lubelskiego
Jarosława Stawiarskiego