

Narodowe Centrum Kultury

„Projektowanie
oferty kulturowej
on-line”



Fundusze
Europejskie
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



Program szkolenia

Termin	Godzina	Bloki tematyczne
Dzień 1	8:00 – 8:30	Poznanie i integracja.
	8:30-10:00	Tworzenie mapy zasobów instytucjonalnych i lokalnych.
	10:00-10:15	Przerwa
	10:15 - 11:45	Przegląd narzędzi cyfrowych umożliwiających zdalną edukację i animację kultury cz. I (narzędzia do prowadzenia spotkań, warsztatów on-line, webinarów).
	11:45 - 13:15	Przegląd narzędzi cyfrowych umożliwiających zdalną edukację i animację kultury cz. II (m.in. narzędzia do prowadzenia e-kursów, transmisji on-line; internetowe narzędzia do zarządzania projektami, tworzenia podcastów, edycji materiałów foto i video).
	13:15 - 14:00	Przerwa
	14:00 - 17:00	Narzędzia cyfrowe - wykorzystanie ich w codziennej pracy domów kultury - testowanie ich w praktyce.
Dzień 2	8.00 – 10.00	Prezentacja dobrych praktyk i aktualnych trendów działań z zakresu zdalnej edukacji kulturowej i animacji.
	10:00 -10:15	Przerwa
	10:15 -12:15	Podstawy koncepcji budowania publiczności wraz z badaniem potrzeb odbiorców.
	12:15 – 12.30	Przerwa
	12.30 – 14:00	Zaprojektowanie działań odpowiadających na zdiagnozowane potrzeby i wykorzystujące zmapowane zasoby domu kultury, cz. I.
	14:00 - 14:45	Przerwa
	14.45 - 16:00	Zaprojektowanie z uczestnikami działań odpowiadających na zdiagnozowane potrzeby i wykorzystujące zmapowane zasoby domu kultury, cz. II.
	16:00 - 16:30	Podsumowanie szkolenia – sesja pytań.
	16:30 - 17:15	Ewaluacja

Skrypt szkoleniowy

Rozdział I: Mapowanie zasobów (instytucji i lokalnych) - w perspektywie domów kultury

Wprowadzenie

Celem rozdziału jest zaprezentowanie możliwości jakie daje mapowanie zasobów domu kultury, ośrodka kultury czy centra kultury i sztuki dla ich celów rozwojowych. W ramach niniejszego rozdziału możecie zapoznać się z „mapą drogową zasobów”, która będzie nawigować Was po obszarach, które zostaną poddane analizie.

Zaprezentowane są tu również wskazówki do tego jak planować pracę nad tworzeniem mapy oraz w jaki sposób analizować zgromadzone na niej dane i informacje, w sposób najbardziej odpowiadający potrzebom danej instytucji.

Czym jest mapowanie zasobów instytucji?

Mapowanie zasobów to proces zbierania, gromadzenia i analizowania informacji dotyczących zasobów lokalnych oraz instytucjonalnych, powiązań między nimi i wzorców korzystania z tych zasobów przez określone społeczności. (Miroslaw Grochowski „Potencjał kulturalny Wrocławia w ujęciu przestrzennym”).

Procesom mapowania podlegają, według takiej definicji, materialne i niematerialne zasoby kultury (instytucje, zasoby intelektualne, artefakty kultury) oraz przepływy informacji, środki finansowe, systemy decyzyjne czy strefy wpływu aktorów będących częścią ekosystemu kultury). Międzynarodowa organizacja UNESCO opisuje proces „mapowania kultury” jako identyfikację wszystkich zaangażowanych podmiotów albo tych, które potencjalnie mogą być zaangażowane w kulturę, określenie ich potrzeb i trendów kształtujących sposoby interakcji między nimi w celu bardziej efektywnego wykorzystania istniejących zasobów.

Jaki jest cel mapowania zasobów instytucji?

Domy kultury, ośrodki kultury czy centra kultury i sztuki działające w Polsce borykają się z różnego rodzaju problemami organizacyjnymi i rozwojowymi. Ich specyfika zależna jest od miejsca, w jakim znajduje się dana instytucja, osób, które daną instytucję tworzą i środowiska lokalnego. Dlatego każdy dom kultury posiada swój unikalny potencjał. W celu efektywniejszego zbadania potencjału danej instytucji wyznaczamy dwa wymiary analizy: teoretyczny i praktyczny.

Poziom teorii

W tym wymiarze dokonujemy analizy zasobów instytucji i jej otoczenia w sposób ustrukturyzowany.

Celem takiego działania jest:

- zdiagnozowanie i spisanie wszystkich trudności i deficytów, jakie występują w danej instytucji;
- zhierarchizowanie trudności i deficytów;
- analizę poszczególnych trudności i deficytów oraz określenie sposobów ich rozwiązania (od tych, których rozwiązanie jest najłatwiejsze i mamy na nie bezpośredni wpływ do tych, których rozwiązanie jest poza naszym zasięgiem).

Efektem tego działania jest:

- spisanie możliwych wyzwań i odpowiadającym im rozwiązań;
- określenie potencjału do wdrożenia poszczególnych rozwiązań;
- wskazania tego, co potrzebujemy zrobić/posiadać, by wdrożyć dane rozwiązanie.

Poziom praktyki

W tym wymiarze dokonujemy działań na rzecz efektywnego działania instytucji w jej otoczeniu.

Celem takiego działania jest:

- uporządkowanie instytucji wewnętrznie;
- polepszenie kondycji funkcjonowania pracowników i współpracowników;
- rozwinięcie oferty i zakresu działalności organizacji;
- poszerzenie oferty instytucji o obszary merytoryczne, którymi do tej pory się nie zajmowała (np. oferta on-line);
- zbudowanie lepszej relacji z otoczeniem i adresatami oferty, szczególnie w zakresie działań włączających;
- polepszenie wizerunku domu kultury jako nowoczesnej instytucji kultury.

Możliwości, jakie daje mapowanie zasobów domu kultury:

Poziom teorii	Poziom praktyki
Buduje wiedzę o tym co mamy, inspiruje, pozwala docenić posiadane zasoby	Definiuje lokalne zasoby, pokazując rozpiętość i różnorodność możliwej działalności
Identyfikuje wcześniej nieznanne zasoby, możliwości działania i współpracy	
Pozwala obiektywnie spojrzeć na posiadane zasoby i uzyskać ich pogląd z lotu ptaka	Pozwala wyjść od pobieżnych, intuicyjnych informacji o posiadanych zasobach do przekształcania ich na konkretne i potwierdzone informacje
Wspomaga identyfikację sieci możliwej współpracy podmiotów i organizacji	Umożliwia zarówno widzenie teraźniejszości (sytuacji obecnej), jak również planowanie przyszłości
Pozwala zdiagnozować braki i potrzeby organizacji	Integruje zespół/grupę ludzi pod kątem wypracowania wspólnego planu rozwojowego

Analiza funkcjonowania domu kultury, ośrodka kultury czy centrum kultury i sztuki uwzględnia mapowanie na poziomie instytucji oraz jej otoczenia:

Mapowanie **w oparciu o instytucję** opiera się o badanie:

- zasobów materialnych instytucji (siedziba, wyposażenie, sprzęt)
Zasoby materialne: Jak wygląda Wasza siedziba: budynek, miejsca parkingowe? Jakim sprzętem dysponujecie? Jakiego rodzaju posiadacie wyposażenie? Jaką przestrzeń zewnętrzną dysponujecie?
- zasobów ludzkich (pracownicy, współpracownicy, wolontariusze)
Zasoby ludzkie: Jakimi dysponujecie pracownikami oraz współpracownikami? Jakie są ich kompetencje? Czy działają w waszej instytucji wolontariusze? Jeśli tak, to w jaki sposób działają?
- zasobów informatycznych (posiadany sprzęt i oprogramowanie)
Zasoby informatyczne: Jaki posiadacie sprzęt? Jaki dodatkowy sprzęt mógłby wesprzeć Wasze działania cyfrowe? Jakich programów używacie do pracy? Jakich programów, narzędzi informatycznych i cyfrowych używacie do realizacji działań? Czy posiadacie niezbędną wiedzę do prowadzenia działań i pracy on-line? Jakie są Wasze mocne strony w zakresie zasobów informatycznych? Jakie są Wasze obawy w tym zakresie?
- zasoby programowe (oferta, rekwizyty, materiały, programy, własność intelektualna, cykliczne wydarzenia, warsztaty itp.)
Zasoby programowe: Jak wygląda Wasza oferta? Jak mogłaby wyglądać? Co mogłoby pomóc Wam rozwinąć Waszą ofertę? Czy i jak możecie zmaksymalizować zasięg Waszego działania? Czy Wasza oferta jest dopasowana również do warunków działalności on-line?
- zasoby relacyjne
Zasoby relacyjne: badanie relacji z otoczeniem (formalnych i pozaformalnych).
W jakich obszarach współpracujemy? Jaki posiadamy sposób komunikacji? Jakie posiadamy wspólne wartości?

Mapowanie **w oparciu o otoczenie** opiera się o:

- **badanie potencjalnych obszarów (wyżej wymienionych) poprzez osoby działające w tych obszarach:** osoby za nie odpowiedzialne; osoby, które mogą mieć wiedzę z danego obszaru, a niekoniecznie wynika to z formalnie przyporządkowanych im funkcji; osoby, które są zewnętrznymi specjalistami danego tematu, zagadnienia (a do których możemy zwrócić się z prośbą o pomoc/wsparcie);
- **badanie i analiza zasobów materialnych**, których jesteśmy właścicielami, które są nam użyczone, lub z których korzystamy; tych, których nie korzystamy, ale potencjalnie moglibyśmy, bo są w naszym zasięgu organizacyjnym; tych, z których nie korzystamy (z różnych przyczyn), ale są w naszych zasięgu geograficznym.

W jaki sposób przygotować się do mapowania zasobów instytucji?

1. Ustalenie osób odpowiedzialnych za przeprowadzenie analizy:

Kto powinien być członkiem zespołu opracowującego mapę zasobów?

- osoba, która faktycznie czuje się zmotywowana do przeprowadzenie takiego procesu;
- pracownik/współpracownik posiadający wiedzę nt. organizacji i otoczenia posiadający umiejętności analityczne oraz wysokie kompetencje komunikacyjne oraz pozytywny odbiór.

Proces mapowania możecie zrealizować wewnątrz jednostki angażując w niego swoich pracowników i współpracowników. Jednak przy diagnozowaniu zasobów lokalnych zachęcamy do otwartości na lokalnych liderów, przedstawicieli stowarzyszeń, instytucji, nieformalnych grup działania, mieszkańców, którzy w znacznie bardziej dokładny sposób umożliwią zbudowanie szerszego i prawdziwszego obrazu w/w zasobów.

Co w sytuacji, gdy analizę robi jedna osoba i nie ma możliwości zaangażowania innych?

Warto konsultować swoje mapowanie z kimś, kto nie jest zaangażowany w pracę instytucji, ale może mieć ciekawy pogląd na sprawę (np. przedstawiciel lokalnego ngo, aktywny nauczyciel, pracownik innej jednostki).

2. Ustalenie zasobów wykorzystywanych do procesu mapowania:

Kto powinien być członkiem zespołu opracowującego mapę zasobów?

- zasoby sprzętowe (np. oprogramowanie, dyktafon, aparat fotograficzny, telefon, komputer, tablet);
- zasoby informacyjne (wyniki poprzednich badań, wiedza ekspercka, źródła zastane nt. instytucji, archiwum, dokumenty administracyjne instytucji);
- przestrzeń do rozmów, wywiadów, spotkań.

3. Ustalenie formatów wykorzystywanych do gromadzenia danych do mapy zasobów:

- zorganizowanie spotkania grupy roboczej, której celem będzie kreatywne wypracowanie zasobów lokalnych, do której zaprosicie różne osoby wymienione powyżej;

- zorganizowanie indywidualnego spotkania konsultacyjnego;

- wywiady z przedstawicielami różnych jednostek i instytucji;

- przeprowadzenie badania ankietowego (tu też może być on-line);

- zorganizowanie warsztatów dla potencjalnych osób, które mogą podzielić się informacjami, opinią i perspektywą nt. funkcjonowania instytucji;

- gromadzenie dokumentacji fotograficznej i omówienie/analiza wniosków;

- analiza dokumentacji historycznej instytucji, np. zrealizowanych programów, wydarzeń;

- analiza dokumentów organizacyjno-administracyjnych podmiotu, w oparciu o które funkcjonuje instytucja.

4. Zaplanowanie procesu mapowania zasobów - Mapa drogowa zasobów

- przeanalizowanie obszaru mapy drogowej;

- wyznaczenie celów i zadań w oparciu o mapę zasobów do których dążycie:
 - na poziomie instytucji,
 - na poziomie otoczenia;

- **zaplanowanie planu minimum i maksimum**, żeby zbadać poszczególne obszary będące przedmiotem analizy; stworzenie listy zadań, które trzeba wykonać, żeby zmapować poszczególne obszary, a następnie wyciągnąć wnioski i zaplanować rozwój obszaru.

Wnioski z mapowania zasobów domu kultury, ośrodka kultury czy centrum kultury i sztuki.

Prowadzenie badań, w tym m.in. mapy zasobów umożliwia pozyskanie wiedzy o odbiorcach i ich potrzebach, poznanie deficytów i mocnych stron instytucji kultury. Często zdarza się, że jest to okazja do konfrontacji założeń z rzeczywistością. Co ważne, dotychczasowe doświadczenia wskazują, iż pracownicy instytucji kulturalnych dostrzegają także, że prowadzenie badań jest przyczynkiem do wprowadzenia zmian w organizacji.

Pomocą w uporządkowaniu wniosków może być wpisanie ich do poniższej tabeli.

Nowe Odkrycia	
Ujawnione potrzeby	
Mocne Strony	
Obszary do pracy/braki	
Zrealizowane wyzwania	
Szanse/możliwości	
Zagrożenia	



Rozdział II: Przegląd narzędzi cyfrowych umożliwiających zdalną edukację i animację kultury (w tym: narzędzia do prowadzenia spotkań i warsztatów on-line, webinarów, e-kursów, transmisji on-line).

Wprowadzenie

Od wielu lat instytucje kultury proponowały swoim odbiorcom transmisję wydarzeń kulturalnych. W ten sposób mogliśmy się stać częścią światowego audytorium i obserwować, co dzieje się np. na największych scenach świata. Branża kultury, podobnie jak inne branże, małymi krokami zaczęła przenosić swoją działalność w przestrzeń Internetu i coraz chętniej korzystała z możliwości, jakie ta wirtualna przestrzeń daje. Trend ten przyspieszył ze względu na izolację społeczną związaną z pandemią. Wykorzystując koniunkturę na zdalną pracę i zdalne nauczanie - Internet wypełnił się nowymi programami do zarządzania, prowadzenia wideokonferencji, webinarów, lekcji on-line, a ilość dostępnych aplikacji o różnym przeznaczeniu i funkcjonalnościach jest imponująca. Zapewne praca programistów i autorów aplikacji zostanie już w naszej codziennej działalności zawodowej, tym bardziej, że daje zupełnie nowe możliwości upowszechniania informacji, ułatwia zarządzanie, oferuje atrakcyjny przekaz (szczególnie dla młodego pokolenia) i w wielu przypadkach może bardzo usprawnić i urozmaicić działalność domów kultury.

Z jakich narzędzi cyfrowych korzystać do realizacji działań w domu kultury, ośrodku kultury czy centrum kultury i sztuki?

W niniejszym rozdziale prezentujemy:

- Wybrane narzędzia do zarządzania organizacją, zespołem, projektami, które są **bazą działalności administracyjno-organizacyjnej instytucji**;
- Aplikacje dostępne na rynku - w podziale na ich funkcjonalności i omówimy szerzej wybrane z nich (przeanalizujemy narzędzia cyfrowe umożliwiające zdalną edukację i animację kultury w tym: narzędzia do prowadzenia spotkań i warsztatów on-line, webinarów, e-kursów, transmisji on-line, edycji materiałów foto i video) - **do pracy organizacyjnej i merytorycznej**;
- Internetowe narzędzia do wyszukiwania danych, informacji i treści w środowiskach cyfrowych - **do pracy merytorycznej**;
- Zagadnienia związane z licencją na materiały publikowane w sieci.

Oczywiście należy mieć na uwadze to, że w miarę upowszechniania i zdobywania popularności różnych programów i aplikacji - coraz więcej z nich jest płatnych - jeżeli chcemy korzystać z pełni ich możliwości.

Dlatego szerzej omówimy te aplikacje, które mają bogaty zakres funkcjonalności w swoich podstawowych wersjach, a także te wersje rozszerzone, które dana instytucja wskazuje, jako najpotrzebniejsze.

Prezentacja narzędzi

Wybrane narzędzia do zarządzania organizacją, zespołem, projektami, które są bazą działalności administracyjno-organizacyjnej instytucji.

1. Zarządzanie i administracja

Od 21.04.2020 funkcjonuje nowa nazwa pakietu aplikacji Office. Pakiety Office 365 Business Essentials, Business i Business Premium zmieniły nazwy na Microsoft 365 Business Basic, Microsoft 365 dla firm oraz Microsoft 365 Business Standard. Ich funkcjonalność pozostaje niezmienną.

Aplikacje pakietu Microsoft jak Word czy Excel są synonimami pracy w biurze. Microsoft 365 jest następcą klasycznego pakietu biurowego, od którego odróżnia się nastawieniem na obsługę danych w chmurze, większą integracją z usługami Microsoftu oraz zupełnie nowy sposób podejścia do współpracy w zespole.

W pakiecie aplikacji otrzymujemy aplikacje : Word, Excel czy PowerPoint, przestrzeń na pliki w chmurze OneDrive, aplikację poczty Outlook oraz nowoczesny komunikator Microsoft Teams. Wszystkie aplikacje i narzędzia Microsoft 365 są zsynchronizowane z zasobami organizacji przez co możemy wygodnie współpracować online i szybko udostępniać dokumenty. Każda wersja pakietu Microsoft 365 pozwala na korzystanie z mobilnych aplikacji na telefonach iPhone i Android.

Google Workspace Business Standard (dawniej G Suite Business) to pakiet biurowy z aplikacjami, które ułatwią pracę w Twojej firmie. 2TB miejsca dla każdego użytkownika na Dysku Google, współdzielony dysk dla Twojego zespołu i możliwość zorganizowania spotkań w Google Meet dla 150 osób - to tylko niektóre korzyści, jakie Google



2. Zarządzanie projektami

Google Workspace to G Suite w nowej i ulepszonej wersji. Google Workspace to nie tylko popularna poczta Gmail, której możemy używać z domeną swojej instytucji. To pełen pakiet, dzięki któremu otrzymujemy dostęp do aplikacji Google z dodatkowymi funkcjami oraz mnóstwo przestrzeni na dane w chmurze.

Google Workspace , a szczególnie jego wersja Business to pakiet biurowy z aplikacjami i 2TB miejsca dla każdego użytkownika na Dysku Google, współdzielony dysk dla zespołu danej instytucji i możliwość zorganizowania spotkań w Google Meet dla 250 osób.

Funkcjonalności Google Workspace są bardzo podobne - do tych, które oferuje Microsoft 365: mamy do dyspozycji edytor tekstów, arkusz kalkulacyjny, przygotowanie prezentacji, tablice współdzielone, pocztę, komunikatory.



Microsoft Project to aplikacja wspomagająca zarządzanie projektami, zasobami, czasem i finansami projektu. W ostatnich latach Microsoft udoskonalił swój produkt i można zaryzykować twierdzenie, że jest to obecnie najbardziej wyspecjalizowany, zaawansowany i bardzo popularny system oferujący czytelne narzędzia do planowania działań, budowy harmonogramów, nadzorowania realizacji projektów i raportowania. Program Project jest sprzedawany jako aplikacja autonomiczna, więc nie znajdziemy jej w pakiecie Microsoft 356.

Korzystanie z tego narzędzia umożliwia:

Planowanie zadań - Tworzenie harmonogramów

Program daje możliwość nie tylko przygotowania harmonogramu działań z zastosowaniem diagramu Gantta, ale także harmonogram działań, pokazujący: co jest do zrobienia w projekcie, ile czasu wymagają poszczególne działania, w jakiej kolejności należy je realizować, ale również jakie są zależności pomiędzy działaniami, jaka jest pracochłonność i koszt.

Planowanie pracy – identyfikacja i przydzielanie osób i zasobów do zadań

Przygotowując projekt powinniśmy przewidzieć: jakich pracowników/specjalistów potrzebujemy do realizacji zadania, ilu pracowników, w jakim czasie, czy pracownicy będą dostępni, jakie zasoby techniczne/materiałowe będą potrzebne do sprawnego realizacji projektu. Te elementy możemy zdefiniować i dane wprowadzić do programu. W każdym momencie realizacji projektu, (jeśli tylko wprowadzane są aktualne informacje o stanie projektu), możemy się szybko zorientować czy są opóźnienia w terminach, odchylenia w ilości pracy czy odchylenia kosztów.

Kontrolę realizacji projektu – wprowadzanie postępu prac i korektę harmonogramu

System oferuje gotowe do użytku raporty, np. Postęp czy Przegląd zasobów, które pozwalają szybko monitorować postęp i skutecznie komunikować się z zespołem, kierownictwem i wszystkimi zainteresowanymi.

Tworzenie i zarządzanie budżetem projektu

Planując projekt można wprowadzić do niego również informacje o kosztach (lub przychodach) projektu. Koszty te można wprowadzać bezpośrednio do zadań lub poprzez zasoby. Zapisując następnie plan bazowy, koszty planowane są zapamiętane, a koszty bieżące zależą od aktualnego planu i wartości rzeczywistych. W efekcie uzyskamy możliwość porównywania planowanego budżetu projektu z realizowanym na każdym etapie projektu, bezpośrednio w widokach programu Project:

Wizualne wsparcie zarządzania projektem

Project oferuje użytkownikom przejrzyste prezentacje pokazujące rozplanowanie zadań, przydziały zasobów, efektywność kosztową i wiele innych ważnych informacji na temat projektów (prezentacja na osi czasu – w sposób kompaktowy, wyróżniając kluczowe punkty, fazy i zadania)



Asana to dość proste i intuicyjne narzędzie do zarządzania zadaniami i projektami. Sprawdzi się też m.in. w prowadzeniu kanału na YouTube. Korzystając z Asana możemy przeglądać zadania w formie kanban, list zadań, czy kalendarza. Widoki te możemy filtrować – dla danego projektu lub całościowo. (np. podgląd w trybie kalendarza dla wszystkich projektów prowadzonych równocześnie). Istnieje możliwość dodawania osób, które równocześnie pracują nad danym projektem.

Wersja darmowa umożliwia:

- tworzenie przestrzeni workspace dla projektu. Można stworzyć wiele projektów i mieć osobny workspace pod każdy prowadzony projekt
- dodawanie osób do projektu – do każdego workspace'a możemy dodać za darmo do 15 osób
- dodawanie podzadań w zadaniach
- dodawanie załączników
- ustalanie deadline'ów
- przypisywanie zadań do konkretnych osób
- dodawanie obserwatorów do zadań
- dodawanie etykiet do zadań
- konwertowanie zadań do projektów
- dodawanie komentarzy w zadaniach
- oznaczanie osób w zadaniach i komentarzach
- czaty dla każdego projektu – każdy projekt ma zakładkę „conversations” gdzie można umieszczać informacje, rozmowy lub pytania odnośnie projektu
- proste statusy postępu w projekcie – w Asanie możemy ustawić przypomnienie np. na dany dzień tygodnia, każdy projekt ma miejsce na pliki

Płatna wersja Asany dodatkowo oferuje:

- timeline dla projektu
- bardziej zaawansowane opcje statusów projektu
- tworzenie zależności między zadaniami
- możliwość tworzenia prywatnych projektów i zespołów, niewidocznych dla reszty
- własne pola, które my wykorzystamy i dostosować do własnych potrzeb w projekcie

Przegląd narzędzi cyfrowych umożliwiających zdalną edukację i animację kultury, w tym: narzędzia do prowadzenia spotkań i warsztatów on-line, webinarów, e-kursów, transmisji online, edycji materiałów foto i video.

1. Spotkania i warsztaty online, webinaria, e-kursy

Google Meet oraz Microsoft Teams często jest wyborem naturalnym w zależności od pakietów wykorzystywanych w danej instytucji. W przypadku GoogleWorkspace polecamy wybór Google Meet, dla Microsoft 365 – Microsoft Teams, Jeśli kompatybilność z narzędziami nie jest istotna wówczas Zoom lub ClickMeeting również jest propozycją do rozważenia.



Microsoft Teams ma bardzo rozbudowane narzędzia oraz możliwości. Korzystający z pakietu Microsoft Office docenią dopełnianie się wszystkich biurowych narzędzi z Microsoft Teams takich jak Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint oraz wiele innych. Microsoft Teams umożliwia tworzenie grup dyskusyjnych oraz chatów. To pozwala wysłać pliki pomiędzy uczestnikami zespołu znacznie szybciej niż mailem oraz pozostawać w stałym kontakcie z zespołem.

- kompatybilność z Microsoft 365,
- duża liczba funkcji i zastosowań,
- możliwość udostępniania ekranu,
- zdalne sterowanie innym komputerem podczas spotkania za zgodą drugiego użytkownika,
- aplikacja na Androida i iOS'a,
- możliwość użytkowania przez przeglądarkę i aplikację,
- spotkanie do 250 osób.



Google Meet. Komunikator charakteryzuje się przede wszystkim prostotą. Jeśli nie potrzebujesz żadnych wymyślnych funkcji wtedy Google Meet jest wyborem idealnym. Rozwiązanie jest idealne dla tych osób, które są przyzwyczajone do korzystania ze wszystkich rozwiązań Google'a i cenią sobie posiadanie jednego konta do wszystkich usług. (Dysk Google, Gmail oraz Kalendarz Google).

- prostota i intuicyjność, łatwa obsługa funkcji
- możliwość udostępniania ekranu,
- dobra jakość połączenia,
- synchronizacja z usługami Google,
- możliwość użytkowania w każdym systemie operacyjnym,
- nie ma możliwości zdalnego kierowania innym komputerem - istnieje osobna usługa Google dla tej czynności – Chrome Remote Desktop
- aplikacja na Androida i iOS'a
- spotkanie do 250 osób



Zoom. Jeśli szukamy prostego sposobu do zrobienia wideokonferencji i nie potrzebujemy nic innego poza komunikatorem, wtedy Zoom jest dobrym wyborem. Należy jednak wziąć pod uwagę, że:

- w przypadku komputera brak jest możliwości rozmowy przez przeglądarkę – trzeba pobrać aplikację, która działa na Androida i iOS's,
- można zorganizować spotkanie do 100 osób



ClickMeeting

To propozycja polskich twórców aplikacji do prowadzenia transmisji on line. Proste menu, program niezwykle łatwy w obsłudze, Najlepiej sprawdza się w prowadzeniu webinarium (może w nich brać do 1000 osób). Ciekawym rozwiązaniem jest możliwość oglądania transmisji na żywo przez You Tube lub Facebook.

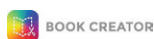
2. Prezentacje on-line

AuthorStream, EMAZE, Google Slides (dostępne w narzędziach Google), PowerShow, PowToon, Prezi, SlideServe, SlideS, Vcasmo, Visime



3. Dokumenty e-booki

Bookemon, Calameo, Festisite, FlipSnack, Issuu, Joomag, LucidPress, StoryJumper, BookCreator



4. Plakaty i infografiki

Adobe Spark, Canva, Crello, Easel.ly, Glogster, Piktochart, PoserMyWall, Smore, ThingLink, Visime



5. Komiksy, napisy na zdjęciach

AddText, Comixify, Funny Times, Make Beliefs Comix, Pixton, TonnyTool, Witty Comics, WriteComics



6. Chmury wyrazowe

Tgxedo, WordArt, WordClouds, Wordle



7. Mapy myśli

AnswerGarden, Bubbl, Coggle, MindMeister, Popplet, Miro



8. Quizy, gry, ankiety

AnswerGarden, Kahoot, Ippuzzle, JigsawPlanet, JigZone, Maze Generator, Maze Maker, PolICODE, ProProfs, PurposeGames



9. Wirtualne tablice, zbiory, współpraca

BitPaper, Lino, Padlet, Pinterest, Wakelet



10. Narzędzia audio

Acapella.tv, Blabberize, Incredibox, SlideTalk, Vocaroo, VoiceThread, Voki



11. Pokazy zdjęć, filmy, galerie

Adobe Spark, Animoto, Biteable, Dermandar, FlexClip, Imgur, Kizoa, Loupe, Mixbook, PhotoPeach, PictureTrail, Slideful, VoiceThread, YouTube, Zentation



12. Edytory grafiki

Adobe Spark, BeFunky, Blingee, BlogGif, Canva, Dreamies, EasyMoza, Fotofexer, FotoJet, Fotor, Fotoramio, FunPhotoBox, ImageBot, ImageChef, iPicky, LeonaPix, Lunapic, Online Image Editor, Phixr, Photo, Photo Collage, Photo Frame Show, PhotoFaceFun, PhotoFunia, Photofunny, Photovisi, PicJoke, PicMix, Pixabay, Pixiz, Pizap, Ribbet, Tuxpi, Vip Talisman



13. Rysowanie on-line

ABCya, Sumo Paint



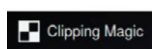
14. Animacje, awatary

Acapella.tv, Blingee, Emaze, FreeGifMaker, GIFMaker, Glitter Photo, Makegif, MyspaceGens, Picasion, PowToon, Satisfaction, South Park Studios, SP-studio, Voki



15. Gadżety, napisy na bloga

Animaatjes, Clipping Magic, Cool Text, Da Button Factory, DesignMantic, FlamingText, Fodey, FontMeme, Gadgets, GraphicsFactory, Presentations ETC, TheGuardian, Satisfaction, Superstickies, Toolpaq



16. Blogi, portfolio, Wiki

Blogger, Weebly, Wix, WordPress



Internetowe narzędzia do wyszukiwania danych, informacji i treści w środowiskach cyfrowych.

Zasoby udostępnione w sieci w formacie elektronicznych baz danych ze zdjęciami i dokumentami są zasobem wykorzystywanym do projektowania działalności kulturalnej i animacji. Większość z nich na potrzeby działalności kulturalnej i edukacyjnej jest nieodpłatna, m.in.:

Polona — polska biblioteka cyfrowa oferuje już blisko 2 miliony obiektów cyfrowych, większość w domenie publicznej, do pobrania w wysokiej rozdzielczości bez logowania i zbędnych formalności. Więcej o Polonie przeczytasz w tym wpisie (<https://otwartzasoby.pl/cyfrowa-biblioteka-narodowa>).

Rijksmuseum — holenderskie muzeum narodowe posiada jedną z największych i najprzyjemniejszych do oglądania i pobierania w wysokiej jakości kolekcji cyfrowych obrazów.

Metropolitan Museum of Art — nowojorskie muzeum opublikowało 375 tysięcy zdjęć obiektów muzealnych z ostatnich 5000 lat.

NASA — zdjęcia satelitarne ziemi, zdjęcia kosmosu, plakaty promujące podbój innych planet, to wszystko NASA udostępnia za darmo i bez ograniczeń prawnych. Jeśli interesują Cię ich patenty, projekty 3D i inne materiały przeczytaj więcej tutaj. (<https://otwartzasoby.pl/kosmos-i-domena-publiczna-przypadek-nasa>)

Źródło: <https://otwartzasoby.pl>

Szukaj w archiwach - (NAC)

<https://www.szukajwarchiwach.gov.pl>

Szukaj w Archiwach to serwis, którego celem jest udostępnienie w Internecie opisów i skanów materiałów archiwalnych z archiwów państwowych i innych instytucji. Dzięki temu możesz korzystać z wielu zbiorów bez wychodzenia z domu. Dostęp jest całkowicie otwarty – nie wymaga logowania i jest bezpłatny.

E-podręczniki - obecnie Zintegrowana Platforma Edukacyjna (wymaga logowania)

<https://zpe.gov.pl>

ZPE jest platformą wspierającą przede wszystkim nauczycieli na wszystkich etapach kształcenia, również kształcenia zawodowego. Znajdują się na niej materiały poświęcone edukacji artystycznej (np. historia sztuki, historia muzyki, muzyka, plastyka, literatura). Co ciekawe, znajdują się tam również materiały z wychowania fizycznego - dotyczące np. dbałości o zdrowie, zdrowiej diety, czy ćwiczeń relaksacyjnych - można je potraktować, jako doskonały materiał do pracy np. z seniorami.

Rozdział III: Licencje i prawa autorskie

Creative Commons to system licencji, dzięki którym właściciel praw autorskich upoważnia użytkownika do korzystania z jego utworu pod pewnymi warunkami. Głównym celem twórców licencji Creative Commons było stworzenie kompromisu pomiędzy pełną ochroną praw autorskich a dzieleniem się twórczością z innymi (tym samym zapewnienie jak najszerszego dostępu do kultury i edukacji).



Stworzono następujące licencje Creative Commons:

CC-BY - Uznanie autorstwa

Najszersza licencja CC, na prawach której można swobodnie kopiować, rozprowadzać, zmieniać i miksować objęty prawem autorskim utwór pod warunkiem podania imienia i nazwiska autora utworu pierwotnego oraz źródła pochodzenia utworu.

CC BY-SA Uznanie autorstwa – na tych samych warunkach

Utwór udostępniony na tej licencji możesz swobodnie kopiować, rozpowszechniać w dowolnym medium, co więcej – możesz go swobodnie miksować, zmieniać, opracowywać, a nawet na nim zarabiać. Jest jednak jeden warunek. Utwór lub jego opracowanie trzeba udostępnić potem dokładnie na tej samej licencji, na jakiej został znaleziony. przykład: Wikipedia i projekty siostrzane

CC BY-NC Uznanie autorstwa, użycie niekomercyjne

Utwór udostępniony na tej licencji można swobodnie wykorzystywać, kopiować i rozpowszechniać pod jednym warunkiem: oznaczenia autora oryginału oraz wykorzystywania go do celów niekomercyjnych (nie wolno na nim zarabiać); utwory zależne mogą być objęte inną licencją

CC BY-ND Uznanie autorstwa bez utworów zależnych

W przypadku tego typu licencji nie wolno zmieniać, przekształcać, miksować lub tworzyć na podstawie wykorzystwanego utworu jakichkolwiek nowych dzieł. Wymaga oznaczenia autora oryginału oraz zachowania go w oryginalnej postaci (bez utworów zależnych)

CC BY-NC-SA Uznanie autorstwa, użycie niekomercyjne, na tych samych warunkach

Utwór można kopiować, rozprowadzać, zmieniać, przedstawiać i wykonywać pod warunkiem oznaczenia autora oryginału, nie zarabiania na nim i udostępniania utworów zależnych na tej samej licencji;

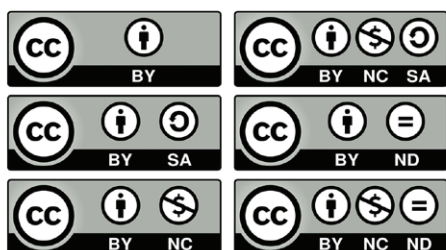
CC BY-NC-ND Uznanie autorstwa, użycie niekomercyjne, bez utworów zależnych

Utwór można kopiować, rozprowadzać, zmieniać, przedstawiać i wykonywać pod warunkiem oznaczenia autora oryginału, nie zarabiania na nim i zachowania go w oryginalnej postaci;

CC0 - Creative Commons Zero

Narzędzie, które umożliwia „zrzeczenie się” praw autorskich (w tym osobistych) w tych krajach, w których jest to prawnie możliwe. Polskie prawo autorskie nie daje możliwości zrzeczenia się autorskich praw osobistych. Dlatego w polskim porządku prawnym CC0 rozumiane jest jako przekazanie utworu do domeny publicznej lub możliwe najszersze „zrzeczenie się” praw, czyli zrzeczenie się tylko autorskich praw majątkowych.

Do tej domeny publicznej mogą również należeć utwory, które nie stanowią przedmiotu prawa autorskiego na podstawie art. 4 ustawy o prawie autorskim (np. dokumenty i materiały urzędowe) lub nie są wytworem ludzkiej pracy np. eksponaty geologiczne.



Symbole stosowane w CC

(należy pamiętać, że licencje: CC-BY i CC-BY-SA - są w pewien sposób „wolne” i mogą stanowić domenę publiczną, w pozostałych - pewne prawa są zastrzeżone).

Rozdział IV: Przedstawienie dobrych praktyk i aktualnych trendów działań z zakresu zdalnej edukacji kulturowej i animacji oraz korzystania z mediów społecznościowych, cyberbezpieczeństwa i e-integracji. Netykieta.

Wprowadzenie

Celem niniejszego rozdziału jest poznanie dobrych praktyk i aktualnych trendów z zakresu prowadzenia zdalnej edukacji i animacji, zainspirowanie do podejmowania przez domy kultury, ośrodka kultury czy centra kultury i sztuki inicjatyw z zakresu kultury i animacji w formie on-line oraz zwrócenie uwagi na kwestie cyberbezpieczeństwa i netykiety.

Obszary prezentacji dobrej praktyki

- dobre praktyki z realizacji projektów dot. edukacji kulturalnej oraz animacji;
- działalność instytucji w formie on-line oraz w formie hybrydowej;
- media społecznościowe i ich wykorzystanie w działalności instytucji;
- cyberbezpieczeństwo i netykieta;
- różnorodność kulturowa i pokoleniowa w świecie on-line.

Kolejna część materiałów skoncentrowana jest wokół tematu dobrych praktyk i trendów związanych ze zdalną edukacją kulturową i animacją. Porusza tematy związane z „byciem” instytucji w sieci. Dla niektórych instytucji kultury pandemia, okazała się „barierą” nie do pokonania, a dla innych wyzwaniem mobilizującym do działania w innych formach niż dotychczas. W instytucjach zaczęły pojawiać się propozycje działań i wydarzeń on-line. Były i są one bardzo różnorodne. I pomimo świadomości, że nic nie zastąpi bezpośrednich spotkań z odbiorcą w formie „face to face”, to pojawienie się kultury, w większym niż dotychczas zakresie w sieci, umożliwiło dostęp do niej ludziom, którzy często nie skorzystaliby ze stacjonarnej oferty danego domu kultury. Dzięki pojawieniu się w sieci i cyfryzacji, instytucje mogą znacząco rozszerzać zasięg w kwestii inicjatyw i docierania do dotychczasowych jak i nowych odbiorców.

Dobre praktyki z działań on-line:

1. Inicjatywa: FOTOŚWIATY - Ośrodek Kultury im. C. K. Norwida w Krakowie

Inicjator: Zofia Karnasiewicz, Małgorzata Szymczyk-Karnasiewicz, Aleksandra Paduch

Opis inicjatywy: Projekt rozpoczęła kampania informująca o akcji zbierania zdjęć i relacji z archiwów domowych Nowohucian. Tematy poszukiwanych zdjęć dotyczyły dzieciństwa, młodości i dorosłości w kontekście życia codziennego w Nowej Hucie. W trakcie zbierania materiałów odbywały się wywiady z przedstawicielami lokalnej społeczności. Drugim etapem była selekcja zebranych zdjęć. Ostatecznie wybrano ich sto pięćnaście. Następnie przekazano je Krzysztofowi Ridanowi, który stworzył z nich spoty wideo.

Finałem projektu było wydarzenie on-line, na którym zaprezentowano powstałe spoty oraz instalację artystyczną z rzutnikami. Dodatkowo w ramach inicjatywy został ręcznie wykonany album, w którym udokumentowano historię pracy nad FOTOŚWIATAMI. Na potrzeby realizacji projektu powstała również strona inicjatywy na portalu Facebook – FOTOŚWIATY.

2. Zajęcia on-line #ZOSTAŃWDOMU - Dom Kultury w Swarzędzu

Opis inicjatywy: By nie stracić kontaktu z uczestnikami zajęć i odbiorcami swojej oferty, DK zaproponował przeniesienie części swojej działalności oraz zajęć do sieci. Filmiki instruktażowe dotyczące zajęć m.in. z lekcji grania na perkusji, pianinie i gitarze, zostały zamieszczone na serwisie YouTube. Dodatkowo DK organizował wystawę fotografii oraz kilka transmisji koncertów on-line, które odbyły się z różnych okazji.

Odbiorcy: Mieszkańcy Gminy Swarzędz

3. Warsztaty dla młodzieży Dziennikarstwo Online - Miejski Dom Kultury w Barcinie

Opis inicjatywy: Bezpłatne szkolenie dla młodzieży z dziennikarstwa on-line, za pośrednictwem platformy Teams. Tematy poruszane na szkoleniu to m.in. kluczowe zagadnienia związane z tworzeniem, publikacją, promowaniem i moderowaniem treści informacyjnych w Internecie (jak nie dać się podejść fake newsom, a także metody sprawdzania i wyszukiwania wiarygodnych źródeł informacji); tradycyjne formy publikacji, takie jak tekst, video, foto pod kątem wykorzystania ich w Internecie; zarządzanie treścią na stronie, dobieranie multimediów oraz moderowanie dyskusji w komentarzach i na forum.

Ponadto każdy uczestnik pozna tajniki bezpiecznego budowania wizerunku on-line oraz rozpoznawania plagiatu i legalnego cytowania treści.

Dobre praktyki - formuła hybrydowa

1. Inicjatywa: Filmowy portret Chorzowa Starego - Chorzowski Ośrodek Kultury

Opis inicjatywy: Film dokumentalny na temat Chorzowa Starego i Maciejowic łączący rys historyczny z teraźniejszym życiem w dzielnicy. Celem projektu było zapoznanie społeczności oraz szerokiego grona odbiorców z historią. Ciekawą stroną projektu była interpretacja historii opowiedzianej przez specjalistów, jak i mieszkańców, oczami młodych twórców, studentów szkoły filmowej. Premiera filmu przygotowana została on-line.

2. Inicjatywa: Starochorzowski plenerowy escaperoom - Chorzowski Ośrodek Kultury

Opis inicjatywy: Dwuetałowa gra terenowa przybliżająca i utrwalająca historię Chorzowa Starego. Celem projektu było kształtowanie umiejętności poznawczych, zacieśnianie relacji międzypokoleniowych, przybliżenie historii, nauka przez zabawę, kształtowanie umiejętności aktywnego spędzania czasu, popularyzacja melodii śląskich oraz aktywizacja multimedialna. Pierwszym etapem było zalogowanie się chętnych osób na profilu FB, na którym opublikowane zostały zdjęcia Chorzowa Starego, warsztaty on-line – techniki pamięci, materiały do gry przybliżające m.in. w prosty sposób historię Chorzowa Starego. Podczas drugiego etapu, w określonym dniu odbyło się zadanie terenowe dotyczące historii miasta, podzielone na 6 sekcji. Zadanie ułożone chronologicznie, udzielenie poprawnej odpowiedzi umożliwiało przejście do kolejnego etapu gry.

3. Inicjatywa. Razem dla sztuki – łączymy pokolenia - Gminny Ośrodek Kultury w Klembowie

Inicjator: Stowarzyszenie Zespół Muzyki Dawnej Flauti Divertenti

Opis inicjatywy: Zajęcia wokalne i instrumentalne dla przedstawicieli różnych grup wiekowych zakończone wspólnym koncertem. Do prowadzenia warsztatów zaangażowani zostali pedagodzy Szkoły Muzycznej z Wołomina. GOK udostępnił pomieszczenia do prowadzenia prób i Koncertu Galowego. Głównym celem inicjatywy było kształtowanie relacji międzypokoleniowej poprzez wspólne muzykowanie, koncerty, propagowanie muzyki oraz zawiązanie zespołu muzycznego. Działanie skierowane było do osób dorosłych i seniorów, a także członków Zespołu Flauti Divertenti. Zajęcia warsztatowe odbywały w zrewitalizowanych piwnicach Pałacu w Woli Rasztowskiej, które są Filią Gminnego Ośrodka Kultury w Klembowie. Na koniec inicjatywy odbył się koncert on-line.

Jeśli chcesz poznać więcej dobrych praktyk, to koniecznie zajrzyj na strony:

<https://www.nck.pl/dotacje-i-stypendia/dotacje/programy-dotacyjne-nck/dom-kultury/realizacje,c> - znajdziesz tam dobre praktyki dotyczące innowacyjnych projektów zrealizowanych przez domy kultury, w ramach programu Dom Kultury+.

<https://www.youtube.com/watch?v=T0DW-68y3go&t=63,,5s> - nagranie z webinarium „W sieci możliwości - inspiracje do działań on-line”, warto je obejrzeć i poznać pozytywne płynące z obecności instytucji kultury w Internecie.

<http://www.animacja.kulturalna.us.edu.pl/biblioteka/ZOOM-Dobre-praktyki-dom-kultury.pdf> - publikacja pod nazwą „Dobre pomysły w Polsce” przykłady udanych projektów, działań, idei, pomysłów zrealizowanych w małych i dużych domach kultury w Polsce.

https://ckzamek.pl/media/files/Atlas_dla_Kultury_Jak_udostepniac_wydarzenia.pdf - publikacja „Atlas dla kultury. Jak udostępniać wydarzenia kulturalne osobom z niepełnosprawnościami” to wydawnictwo, które pomaga organizatorom wydarzeń kulturalnych spojrzeć na ich dostępność z perspektywy osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami.

<https://wniedoczasie.pl/narzedzia/kultura-online> - testt pod tytułem „Kultura online” ukazujący skuteczne narzędzia i kilka prostych pomysłów do wdrożenia, w instytucjach kultury, które chcą funkcjonować w sieci. W powyższym linku znajduje się też zapis z webinarium oraz odpowiedzi na wiele istotnych pytań dotyczących organizacji działań kulturalnych online.

http://zoomnadomykultury.e.org.pl/data/files/Strategia_rozwoju-11_krokov.pdf - „Strategia rozwoju. Zrób to sam” czyli publikacja zachęcająca jak w 11 krokach stworzyć strategię instytucji kultury. Jest to materiał, który wspiera na każdym etapie tworzenia strategii. Pojawia się w nim wiele istotnych pytań oraz narzędzi, które wspomagają proces jej powstania.

Chcąc wdrażać dobre praktyki, pamiętajcie by:

- określić i scharakteryzować zasoby kulturowe i osobowe nie tylko w swojej instytucji, ale także jego otoczeniu (w oparciu o mapowanie zasobów);
- analizować potrzeby odbiorców odnośnie kultury i form spędzania wolnego czasu;
- pomyśleć o współpracy z potencjalnymi partnerami instytucji,
- nie odwzorowywać pomysłów innych domów kultury „1:1” - dobre praktyki mają służyć inspiracji;
- zidentyfikować lokalnych animatorów i liderów, którzy mogą pomóc we wdrażaniu nowego pomysłu;
- zaplanować pracę całego zespołu, zajmującego się realizacją nowych działań;
- zwracać uwagę na cyberbezpieczeństwo w działaniach instytucji (przeczytasz o nim poniżej).

Bezpieczeństwo w sieci

Funkcjonując w sieci jako instytucja kultury, należy pamiętać o kwestiach związanych z bezpieczeństwem cyfrowym, które jest szczególnie ważne w kontekście zajęć i innych aktywności prowadzonych przez dom kultury on-line.

Nie jest to zadanie najprostsze, ale cel ten można szybko osiągnąć, stosując odpowiednie procedury i rozwiązania. Efektywne bezpieczeństwo cyfrowe wymaga pełnego zaangażowania całego zespołu. To zespół ma za zadanie na bieżąco identyfikować i chronić cyfrowe zasoby naszej instytucji, szybko wykrywać incydenty i odpowiednio na nie reagować. Temat cyberbezpieczeństwa w instytucji kultury warto rozpocząć od edukacji i szkolenia pracowników oraz uświadamiania im wewnętrznych i zewnętrznych czynników ryzyka. Należy także przedstawić pracownikom procedury i rozwiązania, które umożliwią ograniczenie i wyeliminowanie zagrożeń. Kultura cyberbezpieczeństwa w instytucji powinna obejmować m.in. następujące elementy: edukowanie i szkolenie wszystkich pracowników i systematyczne sprawdzanie ich wiedzy; kompleksową architekturę cyberbezpieczeństwa, która jest stałą częścią procedur, a także uświadamianie pracowników, że każdy z nich pełni ważną rolę w zapewnianiu cyberbezpieczeństwa i ponosi za nie odpowiedzialność.

Kilka porad dotyczących tworzenia kultury cyberbezpieczeństwa:

- Wiedza na temat zabezpieczeń stosowanych w instytucji jest niezbędna. Mając odpowiednią wiedzę o zagrożeniach i czynnikach ryzyka, pracownicy mogą skuteczniej chronić swoje dane zarówno w pracy, jak i w domu.
- Wszyscy pracownicy poważnie traktują wprowadzone do instytucji zasady związane z cyberbezpieczeństwem. Wprowadzone zasady są spójne dla wszystkich działów instytucji.
- Zabezpieczenia stosowane w instytucji powinny być zrozumiałe i dopasowane do realiów, w których funkcjonuje dom kultury.



Netykieta

Czym jest netykieta?

Netykieta stanowi zbiór zasad dotyczących zachowania w Internecie i dobrych praktyk, które usprawniają poruszanie się w sieci.

Zasady Netykiety

Regularnie sprawdzaj skrzynkę mailową i informuj o dłuższej nieobecności.

Czy lubisz długo czekać na odpowiedź? Zapewne nie. Dlatego spraw, by komunikacja przebiegała szybko i efektywnie. Jeżeli przez dłuższy czas nie będziesz miał dostępu do maila, poinformuj o tym.

Nie wysyłaj dużych załączników i nie przesyłaj spamu.

Nie wysyłaj załączników większych niż 2 MB, aby nie zaśmiecać skrzynki odbiorcy. Do przekazywania dużych plików wykorzystaj chmurę. Całkowicie niedopuszczalne jest przysyłanie łańcuszków szczęścia, spamu i nie przeskanowanych plików, które mogą zawierać wirusy i inne złośliwe oprogramowanie.

Pisz czytelne maile.

Wiadomości mailowe przesyłaj w formacie tekstowym, bez zbędnych udziwnień w postaci różnych czcionek, kolorów i wklejonych obrazków. Swoją stopkę ogranicz maksymalnie do 4 linijek. Nigdy nie pisz z włączonym caps lockiem, ponieważ może to być odebrane jako krzyk. Pamiętaj, że tytuł powinien być związany z treścią wiadomości. Gdy wyślesz jednego e-maila do większego grona odbiorców, korzystaj z pola BCC (lub UDW – Ukryty do Wiadomości).

Zawsze zwracaj się w kulturalny sposób do innych internautów.

Gdy kierujesz swoją wypowiedź do drugiej osoby - do potencjalnego odbiorcy działań instytucji, staraj się korzystać ze zwrotów grzecznościowych. Pamiętaj, aby zawsze kulturalnie wyrażać swoje opinie.

Korzystaj z Internetu z rozwagą.

Wystarczy, że nie będziesz utrudniał życia innym użytkownikom Internetu. Nie zakładaj niepotrzebnie kilku kont e-mail i traktuj innych internautów tak, jak sam chciałbyś być traktowany przez nich.

Rozdział V: Podstawy koncepcji budowania publiczności wraz z badaniem potrzeb odbiorców.

Wprowadzenie

Celem niniejszego rozdziału jest zapoznanie się z tworzeniem koncepcji budowania publiczności, polegającej na budowaniu relacji z odbiorcami oferty domu kultury poprzez badanie i poznanie ich potrzeb.

Obszary:

- Rozwój publiczności
- Badanie potrzeb odbiorców

Rozwój publiczności to długotrwały proces wychodzący poza standardową sprzedaż wydarzeń kulturalnych. Ma on za zadanie włączać społeczność skupioną wokół instytucji kultury do jej działań, budować z nią relacje, rozwijać jej zainteresowania. Procesowi rozwoju publiczności ma towarzyszyć dbałość o dotychczasowego widza, jak i świadome docieranie do nowego. Myśląc o rozwoju publiczności w praktyce należy uwzględniać, że są nią wszyscy odbiorcy działań instytucji zajmujących się kulturą, sztuką i animacją czyli goście, czytelnicy, słuchacze, widzowie, uczniowie, studenci, wolontariusze, a także media, partnerzy i sponsorzy.

Publiczność to serce działań instytucji kultury. Warto stale ją poznawać, angażować w projekty, a także oddawać jej przestrzeń do działania. W praktyce to wszystko przełoży się na frekwencję oraz ruch w instytucjach, a także na obecność podczas spotkań prowadzonych on-line.

Myśląc o rozwoju publiczności trzeba mieć na uwadze dwa aspekty - ilościowy (frekwencja) i jakościowy. Oba mogą iść w parze, jednak by tak było, potrzeba czasu, konsekwencji w prowadzeniu działań i dużych pokładów cierpliwości.

Chcąc rozwijać publiczność w Domach Kultury, warto odpowiedzieć sobie (w zespole swojej instytucji) na kilka pytań:

- Kim jest i co lubi publiczność instytucji?
- Dlaczego uczestniczy w projektach?
- Dlaczego przychodzi tak rzadko/tak często?
- Co wie o naszej instytucji i z jakich źródeł pozyskuje informacje?
- Na jakim nowym odbiorcy nam zależy? (wiek, poziom wykształcenia, zainteresowania, styl życia itp.)
- Do kogo chcemy dotrzeć z naszym wydarzeniem? (do tych osób, które już u nas były, czy do nowych odbiorców?)

Rozwijając publiczność instytucji pamiętaj, że:

- najważniejsi są ludzie, zarówno ci, którzy pracują wewnątrz instytucji, jak i odbiorcy działań kulturalnych – widzowie, słuchacze, ale też media, partnerzy, sponsorzy, wolontariusze;
- wszyscy pracownicy domu kultury (choć czasami) powinni mieć kontakt z publicznością, gdyż ten kontakt dodaje energii, motywacji i pozytywnie wpływa na zaangażowanie;
- sposób obsługi widowni ma być spójny dla wszystkich wydarzeń;
- wszyscy widzowie mają być serdecznie witani;
- warto obserwować i słuchać tego, czym dzieli się i o czym rozmawia widownia;
- istnieje wiele czynników, które mają wpływ na decyzję o udziale w wydarzeniu, należy do nich m.in. świadomość istnienia instytucji, interesująca oferta, łatwość dot. dojazdu i odjazdu, zachowane po wydarzeniu wspomnienia i lokalny PR, czyli „poczta pantoflowa”;
- nowi odbiorcy są bardziej wrażliwi na ew. niedociągnięcia i uchybienia;
- warto traktować odbiorcę jako partnera, współtwórcę, konsultanta lub wolontariusza, dzięki temu mamy szansę na większe zaangażowanie w działanie/wydarzenie, które tworzymy;
- warto zapytać odbiorcę o jego potrzeby i uwzględnić je w realizacji działań;
- publiczność to „Ambasador”, który może wiele informacji przekazać dalej;
- warto stale i sukcesywnie zbierać informacje na temat publiczności;
- korzystaj z różnych metod komunikacji z publicznością mając na uwadze jej preferencje;
- kanały dystrybucji informacji i język przekazywania wiadomości o wydarzeniach kulturalnych należy dostosowywać **każdorazowo** do konkretnych grup docelowych;
- poziom wydarzeń, które organizujecie ma znaczenie;
- warto czasem zaryzykować, świadomie eksperymentować i zaskakiwać, odbiorcy to doceniają.

To dlaczego publiczność trafia lub nie do instytucji kultury zależy od różnych czynników. Przyczyny NIE_uczestnictwa można podzielić na wewnętrzne – np. brak zrozumienia i zainteresowania kulturą, brak nawyku uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych oraz powody zewnętrzne – brak czasu, pieniędzy, informacji. O to jakie są faktyczne powody, najlepiej zapytać samych zainteresowanych. By móc zrobić to skutecznie, warto zapoznać się ze wskazówkami eksperta, dr. Marka Troszyńskiego, socjologa. Wskazówki zaprezentowane są w formie wywiadu zamieszczonego w publikacji „Sztuka dla widza! Koncepcja rozwoju widowni”, z dr. Troszczyńskim rozmawiała z p. Agnieszka Wlazeł.

Problematyka uczestnictwa w kulturze jest cyklicznie podejmowana w projektach badawczych Narodowego Centrum Kultury. W 2018 r. zrealizowano badanie dotyczące partycypacji Polaków w kulturze muzycznej. Wnioski z badania dotyczące m.in. potencjalnej publiczności przedstawiono w artykule Grażyny Pol i Zuzanny Maciejczak – Kwiatkowskiej, zatytułowanym „Kogo nie interesuje kultura (instytucjonalna)? Segmentacja uczestników kultury” opublikowanym w czasopiśmie „Zarządzanie w kulturze” t. 20, nr. 4 z 2019 r. dostępnym pod linkiem: <https://www.ejournals.eu/Zarzadzanie-w-Kulturze/2019/20-4-2019/art/15610/>

Żeby dowiedzieć się czegoś o naszej publiczności, powinniśmy przeprowadzać badania społeczne. To, w moim przekonaniu, jest najlepszy i jedyny sposób zrozumienia, kto jest po drugiej stronie, kto jest partnerem naszej rozmowy. Szczególnie w przypadku, gdy nie możemy spotkać się z tą osobą bezpośrednio lub jeśli jest to zbiorowość np. 10, 20, 1000 osób. Właściwie przeprowadzone badania społeczne są nieskończonym źródłem informacji dotyczącym publiczności.

Jak badać publiczność?

Najczęściej nawet dysponując niewielkim budżetem, możemy przeprowadzić prosty sondaż, np. rozdając kwestionariusze ankiet ludziom, którzy przyszli na przedstawienie albo kupują u nas bilety. Możemy również rozesłać ankietę za pośrednictwem mediów społecznościowych lub wykorzystać w tym celu bezpłatne narzędzia internetowe np.

- **WebAnkieta** - <https://www.webankieta.pl>
- **Formularze Google** - <https://www.google.pl/intl/pl/forms/about>
- **Survicate** - <https://survicate.com>
- **Survio** - <https://www.survio.com/pl/wlasciwosci>

Możemy też zorganizować wywiady (badania jakościowe). Upraszczając, jest to rodzaj rozmowy – indywidualnej lub w grupie, prowadzonej tak, żeby uzyskać jak najwięcej informacji zgodnie z wcześniej przygotowanym scenariuszem. Profesjonalnie przeprowadzone badania kojarzą nam się najczęściej z budżetami idącymi w setki tysięcy złotych. Ale czasami do przeprowadzania badań opinii wystarczy kilkaset złotych, kilka tysięcy, a czasami są to badania zupełnie bezkosztowe. Jeśli dysponujemy najważniejszym elementem dostępem do respondentów, z którymi możemy porozmawiać, bezpośrednio lub poprzez media, np. mail, to jest to dobry punkt startu do przeprowadzenia badania.

Od czego powinniśmy zacząć badania, bez względu na to, czy robimy je sami, czy też zlecamy je komuś? Co jest najważniejsze?

W badaniach najważniejsze jest to, z kim chcemy rozmawiać. Jeśli trafnie jesteśmy w stanie, po pierwsze, zdefiniować taką grupę, a po drugie, często ważniejsze, dotrzeć do przedstawicieli takiej grupy, to jest to pierwszy wielki krok w kierunku właściwego badania. Inaczej mówiąc – choćbyśmy mieli najdoskonalsze narzędzie i największy budżet, jeśli nie będziemy rozmawiać z właściwymi osobami, zebrane dane okażą się zupełnie bezużyteczne.

Czy powinniśmy wiedzieć, co chcemy uzyskać z badania? Czy w badaniu powinna być teza?

Kiedy mamy już dobrze zdefiniowaną grupę docelową, to, jeszcze przed rozpoczęciem realizacji badania, powinniśmy określić, jakiego rodzaju informacje są przez nas pożądane. Badania służą odpowiedzi na bardzo konkretnie postawione przez nas pytania. Każde badanie wiąże się z inwestycją czasu, zazwyczaj jest to inwestycja również finansowa. W związku z tym, trzeba sobie zadać pytanie: po co to robię? Co zyskam dzięki temu badaniu? O jaki rodzaj informacji będę bogatszy po zakończeniu projektu badawczego?

Badanie i co dalej?

Każdy raport badawczy powinien kończyć się wnioskami, które stanowią punkt wyjścia do rekomendacji. Chcemy zebrać wiedzę po to, żeby coś zmienić. Oczywiście warto o tym myśleć od samego początku, mocno zakreślając obszar badania. Warto pytać o takie informacje, które będą mógł wykorzystać w konkretnych działaniach.

Rozdział VI: Zaprojektowanie z uczestnikami działań odpowiadających na zdiagnozowane potrzeby i wykorzystujące zmapowane zasoby.

Projektowanie planu rozwojowego w kontekście wniosków z mapowania zasobów – ćwiczenia

Porządkowanie zasobów - ćwiczenie (1)

Do stworzonej mapy zasobów pomocne mogą być poniższe uzupełnienia - możecie zaznaczyć kolorem na stworzonej mapie zasobów właściwości poszczególnych z nich. Każdy zasób może mieć więcej niż jedna właściwość:

- zasoby, które składają się na naszą kulturę, tożsamość
- zasoby wymagające inwestycji finansowej
- zasoby, z których możemy korzystać w perspektywie najbliższego roku
- zasoby, które możemy skutecznie wykorzystać w planowaniu np. od przyszłego roku
- zasoby, którym możemy nadać nową funkcję lub włączyć w działania, w kontekście w którym nigdy nie braliśmy pod uwagę
- kluczowe zasoby, o które się opieramy
- zasoby dodatkowe pomagające konstituować lepiej działanie/cel rozwojowy
- właściwości, które określamy sami i są dla nas ważne

Wartościowanie zasobów - ćwiczenie (2)

Popatrzcie na mapę zasobów i zaznaczcie te, które Waszym zdaniem są trudne i ograniczające.

Następnie zastanówcie się nad poszczególnymi z nich odrębnie i zaproponujecie względem nich rozwiązania, które by spowodowały że zasób jest zasobem pozytywnym.

Projektowania celów rozwojowych - ćwiczenie (3)

- W oparciu o poszczególne obszary zasobów zaplanujcie cel minimum i maksimum, do jakiego dążycie w projektowaniu zmiany czy rozwoju
- zapiszcie oba PLANY

Cele powinny być ustanowione dla wszystkich analizowanych obszarów

Cele dla	Plan Minimum	Plan Maximum
zasobów materialnych instytucji (siedziba, wyposażenie, sprzęt)		
zasobów ludzkich (pracownicy, współpracownicy, wolontariusze)		
zasobów informatycznych (posiadany sprzęt i oprogramowanie)		
zasoby programowe (oferta, rekwizyty, materiały, programy, własność intelektualna, cykliczne wydarzenia, warsztaty itp.)		
zasoby relacyjne (partnerzy, sojusznicy)		

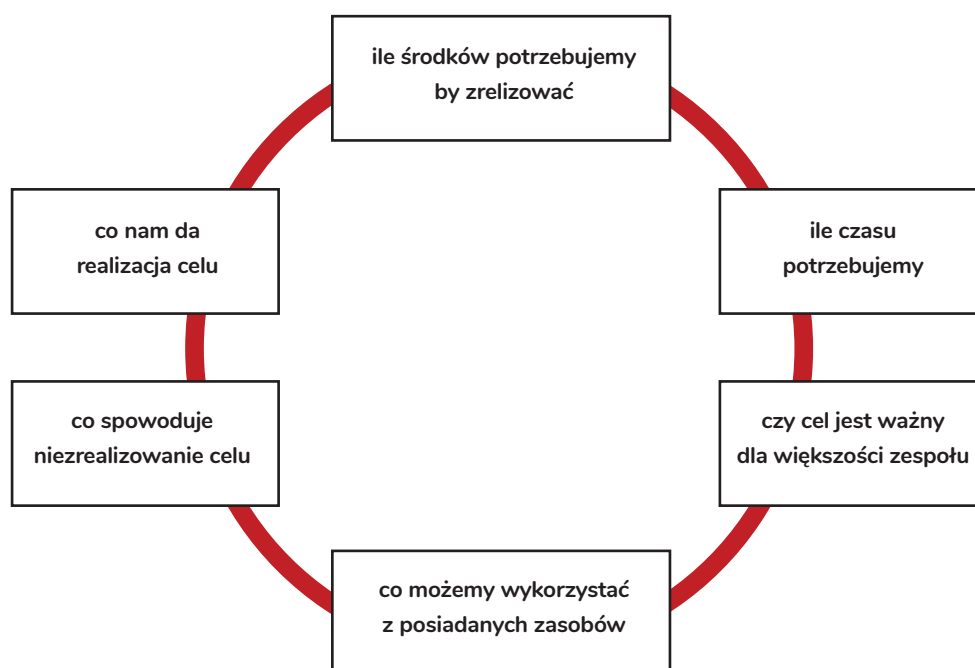
Przykład

Celem dla zasobów ludzkich jest: podniesienie kompetencji cyfrowej pracowników np. na poziomie organizacji pracy - wprowadzenie komunikacji na czacie i chmury do przechowywania danych i treści on-line.

W planowaniu zadań prowadzących Was do celu uwzględnijcie:

- potencjał zmapowany w dedykowanym obszarze;
- potencjał zmapowany w pozostałych obszarach, np. w obszarze relacji - mamy w otoczeniu w lokalnej organizacji osoby znające nowe technologie na wysokim poziomie i będą mogły podzielić się tą wiedzą z naszymi pracownikami, z powodu dobrej relacji;
- filtr do planowania zadań.

Filtr do planowania działań



W planowaniu zadań prowadzących Was do celu uwzględnijcie:

- nasze obecne mocne strony - co nas wyróżnia na tle innych instytucji i innych organizacji w regionie;
- jakie zmiany musimy wprowadzić - które są najważniejsze;
- czy są wystarczające środki/obiekty/środki dostępu/zasoby w określonym obszarze lub w określonym celu;
- zasoby w społeczności, o których wiemy mało lub nic;
- jaki będzie potencjalny wpływ nadchodzących zmian;
- kto będzie opiekunem wdrażanym zmian.

Co jeszcze można zrobić z planem:

- zrób prezentację Twojego planu z przedstawicielami jednostki samorządu terytorialnego, której podlegasz;
- zaproś na spotkanie inne podmioty i organizacje, które w mapowaniu zostały zdiagnozowane jako partnerzy czy sojusznicy;
- zbierz informacje zwrotne na temat zaprezentowanego planu;
- zastanówcie się jak można wykorzystać zgromadzoną wiedzę i zaplanowane działania w innych zewnętrznych projektach, grantach, o które możecie się starać;
- zastanówcie się jaki obszar i który plan mógłby zainteresować potencjalnie lokalnych sponsorów.