

PRZEWODNIK PO INNOWACJI
TEATR OD PIERWSZEGO
WEJRZENIA

SPEKTAKLE
WYMIANA DOŚWIADCZEŃ
ROZMOWY O SZTUCE
WPROWADZENIA
DO SPEKTAKLI
DYSKUSJE

Drogi przyszły Innowatorze/Innowatorko, Przed Tobą przewodnik po innowacji „Teatr od pierwszego wejrzenia”.

Naszym celem było otwarcie nowoczesnej instytucji kultury, której odbiorcami są w większości młodzi ludzie, na osoby starsze i stworzenie grupy, w ramach której nastąpi wymiana doświadczeń międzypokoleniowych, możliwość poznania nowych perspektyw w odbiorze sztuki, a także pomoc tym osobom w przekroczeniu wysokiego progu wejścia do świata współczesnego teatru.

Zależało nam, żeby pomiędzy uczestnikami była różnica co najmniej jednego pokolenia, dlatego w testowaniu innowacji mogły wziąć udział osoby z dwóch przedziałów wiekowych: 18–40 i 60+.

Testowanie naszej innowacji nie byłoby możliwe, gdyby nie wsparcie Katarzyny Fetter z Fundacji im. Józefa Fettera, otwartych i życzliwych gości Kawiarni „Pora na Seniora” oraz pracownic Ośrodka Pomocy Społecznej Dzielnicy Mokotów filia nr I w Warszawie.

I przede wszystkim gdyby nie niezwykli uczestnicy: Ada, Aldona, Anna, Ela, Hania, Jolanta, Kacper, Karolina, Kasia, Kinga, Maciek, Maria, Mirka, Natalia, Sebastian i Jola.

Dla nas to był cudowny czas spotkań. Mamy nadzieję, że dla Ciebie również taki będzie.

Helena Świegocka i Magdalena Szymczak
Nowy Teatr w Warszawie

O INNOWACJI

Nazwa cyklu wywodzi się od pierwszego spotkania, podczas którego każda osoba w wieku 60+ miała okazję do 10-minutowej rozmowy z osobami z młodszego pokolenia (18–40 lat). Następnie anonimowo oceniali, z kim polubili się „od pierwszego wejrzenia” i na tej podstawie zostali dobrani w pary międzypokoleniowe, w których trzymali się razem już do końca naszego cyklu.

Podczas kolejnych spotkań cała międzypokoleniowa grupa brała udział w prelekcjach i warsztatach wprowadzających do spektakli, chodziła na wydarzenia z repertuaru Nowego Teatru i żywo o nich (i nie tylko!) dyskutowała przy kawie, herbacie i poczęstunku.

Spotkania odbywały się dwa razy w miesiącu, w soboty, od września do 17 grudnia.

Poniżej zamieszczamy rekomendowany plan wprowadzania innowacji. *

- | | | | |
|---|---|----|--|
| 1 | Przeprowadzenie rozmów ankierskich z seniorami i młodymi dotyczących m.in. preferowanych godzin aktywności, sposobu komunikacji, szczególnych potrzeb i ograniczeń. | 10 | Przygotowanie Kart Kandydatów oraz Kart Wyboru na podstawie informacji z formularza rekrutacyjnego. |
| 2 | Zaproszenie do współpracy trenerów, instruktorów i edukatorów kulturalnych oraz fotografa (chyba że w waszej instytucji pracują osoby, które mogłyby się tego podjąć). | 11 | Zamówienie usługi cateringowej według zebranych informacji dotyczących potrzeb żywieniowych uczestników. |
| 3 | Warsztaty dla pracowników Teatru, poruszające zagadnienia związane z pracą z grupami międzypokoleniowymi. | 12 | Przeprowadzenie szybkiego spotkania międzypokoleniowego w siedzibie instytucji, pierwsze warsztaty o spektaklu, połączone z wypracowaniem zasad uczestnictwa w innowacji oraz dobranie uczestników w pary. |
| 4 | Przygotowanie materiałów informacyjnych, dotyczących innowacji i naboru do testowania. | 13 | Organizacja warsztatów i spotkań par międzypokoleniowych według ustalonego harmonogramu i repertuaru instytucji; zadanie pracy domowej do wykonania w parach i prezentacji podczas ostatniego spotkania (nasi uczestnicy przeprowadzali wywiad dotyczący tego, jakie mają wrażenia ze spektakli, spotkań, rozmów, warsztatów w ramach projektu. Formę prezentacji pozostawiliśmy otwartą). |
| 5 | Przygotowanie formularza rekrutacyjnego, druk i udostępnienie go w Formularzach Google. | 14 | Ewaluacja. |
| 6 | Ogłoszenie naboru do testowania. | | |
| 7 | Kolportaż papierowych materiałów informacyjnych. | | |
| 8 | Wybór uczestników projektu. | | |
| 9 | Ogłoszenie wyników rekrutacji połączone z zapytaniem o zapotrzebowanie na wsparcie asystenta osoby niepełnosprawnej, specjalistyczny transport czy specjalne potrzeby żywieniowe oraz prośba o przesłanie zdjęcia, potrzebnego do stworzenia Kart Kandydatów i Kart Wyboru. | | |

* wzór scenariusza rozmowy ankierskiej, spis zagadnień i tematów dotyczących pracy z grupami międzypokoleniowymi i seniorami, które warto omówić podczas warsztatów dla pracowników, wzór formularza rekrutacyjnego, przykładowy plakat i ulotka, wzór Karty Kandydata(-tki), wzór Karty Wyboru oraz wzór formularza zawierającego zasady uczestnictwa w innowacji dla odbiorców znajdujące w Pakiecie Edukacyjnym, stanowiącym odrębną publikację.

PRZEWODNIK

Zagadnienia

1

Jak pracownicy mogą wdrażać innowację w swojej instytucji kultury? Jak poprawnie przygotować się do działań z grupami międzypokoleniowymi?

Poczytaj o różnych międzypokoleniowych projektach realizowanych przez inne instytucje, odezwij się do osób, które je prowadziły. Ktoś, kto ma już doświadczenie w tego typu działaniach, może mieć wiele cennych spostrzeżeń do przekazania. Poza tym zawsze raźniej wprowadza się nowości, gdy ma się wsparcie.

Poszukaj materiałów dotyczących różnic pokoleniowych – mogą to być artykuły w prasie psychologicznej, socjologicznej czy popularno-naukowej. Ważne, żeby pochodziły z rzetelnych źródeł. To pozwoli ci spojrzeć szerzej na kwestię międzypokoleniowości.

Wybierz docelową grupę, którą chcesz zaprosić do innowacji. To mogą być np. seniorzy i osoby pełnoletnie do 40. roku życia (tak jak w naszym przypadku); seniorzy oraz młodzież z ośrodków socjoterapeutycznych; seniorzy, korzystający z pomocy dziennych domów opieki i studenci kierunków artystycznych/kulturoznawczych. Niezależnie od tego jaką grupę wybierzesz – poznaj ją. Jeśli chcesz np. zaprosić do innowacji młodzież z ośrodków – pójdz do nich. Umów się z dyrekcją i zaproponuj, że opowiesz uczniom o swojej instytucji i innowacji np. na godzinie wychowawczej.

2

Jak poznać zasoby i potrzeby lokalnej społeczności?

Zazwyczaj, gdy w naszej głowie pojawia się pomysł, dość szybko koncentrujemy się na tym, co może być przeszkodą w jego realizacji, czego nie umiemy, z czym możemy mieć problem – czyli skupiamy się na tym, czego nam brak! Spróbuj odwrócić ten mechanizm i zastanów się:

- A Co sprawia ci przyjemność, co lubisz robić i dlaczego? (np. lubię gotować, bo sprawia mi radość, gdy innym smakuje to, co zrobiłem; lubię rozmawiać z ludźmi, bo to poszerza moją perspektywę patrzenia na świat);
- B Co dla innych jest trudne, a tobie przychodzi łatwo?
- C Jakie masz stałe cechy charakteru? (np. lubisz improwizować i niestraszne ci nagłe zmiany planów – jesteś elastyczny i szybko się adaptujesz; lubisz liczyć, wypełniać tabelki, porządkować dokumenty – jesteś skrupulatny i uporządkowany);

D Zapytaj współpracowników, jaka jest według nich twoja mocna strona i dlaczego? Może się okazać, że jest coś, czego ty sam/sama w sobie nie dostrzegasz.

Zasoby każdego w grupie składają się na zasoby zespołu – kiedy już je znacie, nie tylko łatwiej rozdzielić między siebie zadania, ale i efektywniej można się wspierać, gdy jakieś zadanie nie idzie zgodnie z planem.

Zastanów się teraz, jakie potencjalne zadania mogą być do wykonania w ramach danego projektu i kto w twoim zespole najlepiej by się w nich sprawdził. Może to być np. promocja i komunikacja wydarzeń w mediach społecznościowych i w szeroko pojętym internecie, ale także dotarcie z informacją bardziej tradycyjnymi kanałami (ulotki, plakaty w przestrzeni publicznej) czy tzw. marketing szeptany – bezpośrednia rozmowa z potencjalnymi uczestnikami projektu. Każdy z tych rodzajów promocji wymaga innych umiejętności i wykorzystania innych zasobów. Kto w twoim zespole czuje się w przestrzeni wirtualnej jak ryba w wodzie – uwielbia wymyślać ciekawe i chwytliwe posty, wie, jak „robić zasięgi” i czym przykuć uwagę użytkowników platform społecznościowych, zna strony, z których ludzie czerpią informacje o wydarzeniach kulturalnych? A kto ceni sobie bezpośredni kontakt z drugim człowiekiem, nie boi się zagadać do ludzi w kawiarni, przychodni czy na przystanku? Umie nie tylko interesująco opowiadać, ale i uważnie słuchać? Jeśli to wiesz, to wiesz także, jak rozdzielić zadania związane z promocją!

3

Rozeznanie potrzeb lokalnej społeczności

Lokalna społeczność to osoby, które są w twoim najbliższym otoczeniu, w otoczeniu twojej instytucji. To mogą być uczestnicy wydarzeń, które oferuje twoja instytucja, ale też klienci kawiarni, księgarni czy sklepu, które znajdują się na terenie. To także osoby, które nigdy nie były w twoim teatrze/ muzeum itp., ale które mieszkają w pobliżu, czy też korzystają z usług placówek sąsiadujących z twoją. Chcąc rozpoznać ich potrzeby, możesz zastosować następujące działania w zależności od stopnia ich relacji z twoją instytucją:

- A Osoby korzystające z wydarzeń w twojej instytucji – możesz przygotować ankietę dotyczącą potrzeb gości. Zapytaj m.in. o to, co im się podoba w twojej instytucji, z jakich wydarzeń najczęściej korzystają i dlaczego, a jakich wydarzeń im brakuje, czy mają jakieś pomysły, co można by wprowadzić, żeby pobyt w twojej instytucji był dla nich komfortowy.
- B Osoby odwiedzające twoją instytucję, ale niekoniecznie uczestniczące w wydarzeniach (np. klienci kawiarni

czy sklepiku, które znajdują się na terenie instytucji) – tu również możesz przygotować ankietę. Zapytaj m.in. o to, czy zdarza im się uczestniczyć w wydarzeniach w twojej instytucji, a jeśli nie, to dlaczego nie i jaki rodzaj wydarzeń byłby dla nich interesujący, co myślą o twojej instytucji (np. czy jest według nich dla młodych ludzi, czy nie tylko, czy oferuje bilety w przystępnych cenach, czy raczej dla osób dobrze sytuowanych finansowo).

WAŻNE!

Pamiętaj, by ankieta była nie tylko w wersji elektronicznej, ale również papierowej – nie każdy może i lubi korzystać z nowych technologii.

WSKAZÓWKA

Poza umieszczeniem ankiet papierowych w przestrzeni swojej instytucji (np. na stolikach, przy kasie) oraz w przestrzeni wirtualnej, możesz też informować i zachęcać do wypełnienia ankiety podczas wydarzeń dziejących się w twojej instytucji (np. po warsztatach, spektaklu – tu dobrym pomysłem może być rozdawanie ankiety osobom korzystającym z szatni).

- C Osoby nieodwiedzające twojej instytucji – to osoby, które raczej nie wypełnią ankiety, bo nie będą wiedziały o jej istnieniu. Do tej grupy najlepiej dotrzeć bezpośrednio. Zapytaj pobliskie kawiarnie, kluby seniora, uniwersytety trzeciego wieku, czy możesz przyjść i zaprosić ich gości do rozmowy, w której opowiesz o swojej instytucji, gdzie się znajduje, jakie wydarzenia oferuje i jakie planuje organizować. Powiedz, że w ramach tej rozmowy chcesz lepiej poznać praktyki kulturalne lokalnej społeczności, co pomoże twojej instytucji w projektowaniu działań realnie odpowiadających na potrzeby danej grupy.

PAMIĘTAJ

Rozmowa ankierska nie może być pospieszna, zarezerwuj na nią odpowiednią ilość czasu; nie zrażaj się, gdy ktoś nie będzie chciał z tobą rozmawiać; bądź otwarty na zmiany – osoba, z którą będziesz rozmawiać, może podczas udzielania odpowiedzi zejść na zupełnie inne tematy, bądź cierpliwy i ciekawy, bo może się okazać, że dowiesz się wielu istotnych dla siebie rzeczy, o których nawet nie pomyślałeś; nie staraj się za wszelką cenę uzyskać odpowiedzi na wszystkie ważne dla ciebie pytania; ta rozmowa może być pierwszym ważnym spotkaniem danej osoby z twoją instytucją.

WSKAZÓWKA

Możesz skorzystać z formularza rozmowy ankierskiej znajdującego się w naszym Pakiecie Edukacyjnym; docień, że ktoś poświęcił swój czas na rozmowę z tobą – możesz np. zaproponować takiej osobie zaproszenie lub tańszy bilet na wydarzenie w twojej instytucji lub podarować jakiś gadżet związany z twoją instytucją.

Każda ankieta to także możliwość opowiedzenia o innowacji, którą zamierzasz wprowadzić w swojej instytucji – w ankiecie papierowej możesz opisać innowację, podczas rozmowy ankierskiej – opowiedz o niej krótko. Zapytaj w ankiecie, co osoba myśli o tej innowacji, czy wzięłaby w niej udział, czy poleciłaby ją swoim znajomym/bliskim? Tak postawione pytania to doskonałe źródło informacji dla Ciebie jako twórcy. Nie bój się krytyki. Warto zdobywać informację zwrotną dotyczącą pomysłów, by mieć możliwość ciągnięcia ich do doskonałości.

Jakich argumentów użyć, by przekonać zarządzających instytucją kultury do jej uspołeczniania?

Uspołecznianie instytucji wpisuje się w nurt audience developmentu, czyli rozwoju publiczności, polegającego na badaniu potrzeb odbiorcy, rozwijaniu jego zainteresowań i włączaniu w różne działania. Jest to proces długofalowy, skomplikowany i żeby był skuteczny, wszyscy pracownicy instytucji powinni brać w nim czynny i świadomy udział. W koncepcji rozwoju publiczności na pierwszym miejscu są ludzie, a z nich wszystkich najważniejszy jest widz, czyli odbiorca. To bardzo ważne. Na szczęście dyrektorzy coraz chętniej czerpią z założeń audience developmentu i mają świadomość, że uspołecznianie instytucji jest potrzebne i przynosi wiele korzyści zarówno instytucji, jak i odbiorcy.

Jakie korzyści płyną z międzypokoleniowych projektów dla jednostki i społeczeństwa oraz jakie mogą mieć znaczenie gospodarczo?

- A Społeczne – osoby starsze nie korzystają z usług kulturalnych lub korzystają, ale w dużo mniejszym stopniu niż osoby młodsze. „Teatr od pierwszego wejrzenia” wychodzi naprzeciw kryzysowi uczestnictwa w wydarzeniach odbywających się w instytucjach takich jak nasza – postrzeganych jako elitarne, dla wąskiego grona i poza zasięgiem. Innowacja stwarza okazję do wyjścia z domu i ciekawego spędzenia czasu wśród nowych osób. Kontakty społeczne wpływają korzystnie na samopoczucie, niwelują uczucie samotności, przeciwdziałają marginalizacji. Społeczeństwo polskie starzeje się w szybkim tempie, w 2050 roku już co trzecia osoba w naszym kraju będzie powyżej 65. roku życia. Osoby młode, które dzisiaj odwiedzają twoją instytucję, nie przyjdą do niej, gdy będą starsi, jeśli już teraz nie zaczniesz programować oferty odpowiadającej na potrzeby seniorów. A jeśli sam jesteś jeszcze przed sześćdziesiątką, pamiętaj, że dbając o usługi dla starszych, dbasz o swoją przyszłość. Projektując dla innych, projektujesz też dla siebie.
- B Dla jednostki – projekty międzypokoleniowe stawiają także czoła dezintegracji pokoleniowej. Osoby starsze nie widzą młodych, a młodzi nie dostrzegają starszych. Nie mają potrzeby wchodzenia w relacje towarzyskie z innymi osobami spoza swojej kategorii wiekowej. Spotkania międzypokoleniowe to zupełnie nowa jakość. Każda ze stron ma okazję wyjść ze swojej bańki pokoleniowej i czerpać z doświadczeń innych. Możliwość obcowania

z młodymi osobami może dodawać energii i witalności, poprawiać stan emocjonalny, samoocenę, stawiać seniorów przed nowymi wyzwaniami.

- C Gospodarcze – rzetelne wprowadzenie uczestników w repertuar i zbudowanie z nimi dobrej i trwałej relacji może sprawić, że będą zainteresowani programem instytucji także po zakończeniu testowania. Może opowiedzą o dobrze spędzonym czasie podczas projektu swoim bliskim i zachęcą ich tym samym do odwiedzenia twojej instytucji. To przynosi realną wartość finansową (nowi widzowie, którzy kupią bilet na wydarzenia), ale przede wszystkim wpływa na rozwój widowni oraz jej dywersyfikację. Wydarzenia dla grup międzypokoleniowych wpływają także na postrzeganie twojej instytucji jako miejsca otwartego, tolerancyjnego i różnorodnego, w którym każdy może znaleźć coś dla siebie. To buduje pozytywny wizerunek twojej instytucji i wzmacnia relacje, jakie już nawiązałeś ze swoimi odbiorcami. Ludzie cenią miejsca, które poza oferowaniem usług budują wspólnotę wokół wyznawanych idei i wartości.

6

Jak dotrzeć do odbiorców innowacji? Jakie organizacje mogą w tym pomóc? Jak budować relacje z osobami i organizacjami, do których się już dotarło?

Na etapie bezpośredniego rezeznania potrzeb odbiorców warto zbierać dane kontaktowe osób, które wyrażą zainteresowanie innowacją. W ten sposób można zbudować wstępną bazę, do której odezwiiesz się, kiedy ruszy rekrutacja.

W dotarciu do odbiorców 60+ pomocne będą na pewno wszelkie organizacje związane z seniorami. Nawiązanie bezpośredniej współpracy z okolicznym Ośrodkiem Pomocy Społecznej jest cenne. Specyfika innowacji determinuje, że wezmą w niej udział głównie aktywni seniorzy, ale wśród beneficjentów ośrodka lub jego pracowników, może znajdzie się kilka chętnych osób. Jeśli w twoim mieście działają Uniwersytety Trzeciego Wieku lub Miejsca Aktywności Międzypokoleniowej – koniecznie zostaw tam swoje ulotki i plakaty, roześlij też ofertę do sekretariatów, jest duża szansa, że instytucje te udostępnią lub prześlą dalej wasz komunikat.

W dotarciu do odbiorców pomoże na pewno informacja w miejscach chętnie odwiedzanych w najbliższym sąsiedztwie. Zostaw ulotki wszędzie, gdzie się na to zgodzą – w kawiarniach, barach, piekarniach, księgarniach – nigdy nie wiadomo, kto się na nie natknie, a bliska odległość działa na twoją korzyść. Jako instytucja kultury macie prawdopodobnie sieć zaprzyjaźnionych miejscówek w branży – tam również przekaz

swoje materiały informacyjne. Jest duża szansa, że osobie korzystającej z oferty kulturalnej innej instytucji wpadnie w oko wasza innowacja.

Jeśli uda wam się do kogoś dotrzeć – to wspaniale! O to chodziło. Miejmy nadzieję, że weźmie udział w rekrutacji do projektu, zostanie przez was wybrany i stanie się uczestnikiem. Wtedy relacja napisze się sama.

WSKAZÓWKA

Nie zostawiaj osób, które nie przeszły rekrutacji, z niczym. Specjalny rabat lub inne udogodnienie w podzięce za to, że wyraziły zainteresowanie innowacją, to gest, który może sprawić, że osoba dotąd niezainteresowana wydarzeniami w twojej instytucji odwiedzi ją i być może zostanie na dłużej.

Jeśli udało się wam zainteresować projektem lub ogólnymi działaniami na rzecz seniorów instytucję, do której poszłicie z materiałami informacyjnymi, warto spróbować podjąć z nią współpracę. Tańsze bilety dla grupy zorganizowanej przez tę instytucję to obopólna korzyść – grupa poszerza horyzonty kulturalne i zyskuje preferencyjną cenę, wy – nową publiczność. W zależności od charakteru instytucji, kto wie, może zorganizujecie nawet wspólnie jakieś wydarzenie?

7

Jakie są dobre praktyki w budowaniu międzypokoleniowych relacji? Na jakie elementy warto być wrażliwym? Jakie trudności mogą się pojawić? Jak je niwelować?

Relacje międzypokoleniowe funkcjonowały, funkcjonują i będą funkcjonować w tradycyjnych społeczeństwach na poziomie rodziny. Większość z nas ma w nich większe lub mniejsze doświadczenie. Jednak co się stanie, jeśli przyjdzie nam nawiązać relację międzypokoleniową poza kręgiem najbliższych krewnych? Coraz rzadziej mamy do tego okazję. Czy uruchomi grupę empatia zbudowana na podstawie kontaktów z własnymi babkami, dziadkami, wnuczkami i wnukami, czy raczej odezwą się w niej negatywne stereotypy o młodziuży i seniorach?

To był pierwszy projekt międzypokoleniowy w naszej instytucji, dlatego podczas konsultacji z ekspertami gerontologii najbardziej interesowało nas, jak pracować z nowymi dla nas odbiorcami, czyli z osobami starszymi. Należy pamiętać, że mianem seniora określa się każdą osobę w wieku 60+, więc wewnątrz tej grupy mogą tak naprawdę spotkać się aż trzy pokolenia. To bardzo różnorodne osoby, w różnym wieku, o różnych charakterach i doświadczeniach. Nie ma więc jednoznacznej recepty, jak pracować z seniorami i grupą międzypokoleniową. Najważniejsze wskazówki starałyśmy się zebrać w „Spisie zagadnień i tematów dotyczących pracy z grupami międzypokoleniowymi i seniorami wraz z krótkim opisem”, które warto omówić podczas warsztatów dla pracowników dostępnym w Pakiecie Edukacyjnym.

Przy naszej innowacji od początku najbardziej obawiałyśmy się napięć, które mogą pojawić się w relacjach międzypokoleniowych, np. senior potraktuje młodszego jak kolejnego opiekuna – będzie go pouczał, nie akceptował innego zdania. Z kolei młodszy może potraktować seniora jak osobę bezwolną, którą trzeba prowadzić „za rękę”, „uszcześliwić”, zmieniając jej nawyki, schematy działania.

Dlatego warto podczas pierwszego spotkania (po szybkim spotkaniu międzypokoleniowym) wypracować z uczestnikami kontrakt, którego przestrzegać będą wszyscy (także prowadzący projekt).

Obawialiśmy się też, czy formuła szybkiego spotkania międzypokoleniowego zda egzamin i czy dziesięć minut to nie za mało czasu na rozmowę. Żeby ułatwić uczestnikom wejście w to pierwsze spotkanie i wybór pary, powstały Karty Kandydatów oraz Karta z pytaniami pomocniczymi (znajdziesz je w Pakiecie Edukacyjnym). Karty Kandydatów zdały egzamin – zawierały krótki opis każdej osoby, było też miejsce na notatki, z którego wiele osób chętnie korzystało. Nasza grupa nie miała problemów z rozmową – kartki z pytaniami pomocniczymi nie były potrzebne, a uczestników ciężko było namówić do zmiany stolika i rozpoczęcia kolejnej rundy rozmów. Ale stres zawsze może zrobić swoje, dlatego warto przygotować pytania pomocnicze.

8

Jak projektować materiały informacyjne, by były estetyczne i praktyczne dla każdej grupy wiekowej? Jakie trudności mogą mieć seniorzy w odbiorze tych materiałów? O czym warto pamiętać, żeby obie grupy czuły się adresatami naszego komunikatu?

Materiały informacyjne dotyczące innowacji powinny być estetyczne i praktyczne dla każdej grupy wiekowej. O ile styl materiałów to kwestia indywidualna, projektując ulotki i plakat warto kierować się kilkoma zasadami, które sprawią, że materiały będą czytelne i przejrzyste dla wszystkich. Kluczowe są tu problemy ze zmysłem wzroku, które mogą pojawiać się wraz z wiekiem.

Po sześćdziesiątym roku życia charakterystyczne jest zwężenie źrenicy, ograniczające dostęp światła do oka i stopniowe żółknięcie soczewki. Osoby dotknięte tym problemem mogą mieć trudności z odróżnieniem pastelowego odcienia niebieskiego od fioletowego oraz żółtego od zielonego i żółtozielonego. We wczesnych stadiach chorób takich jak jaskra, zwyrodnienie plamki żółtej czy cukrzycowa choroba oczu osoby mogą mieć trudności w rozróżnianiu niebieskiego i żółtego koloru. Projektując materiały informacyjne dla grupy

międzypokoleniowej zrezygnuj z kolorów pastelowych i nie łącz czcionek z tłami w tych kolorach.

Wraz z upływem lat powiększa się też wada dalekowidztwa. Aby mieć pewność, że plakaty i ulotki będą czytelne, używaj prostych czcionek bezszeryfowych, o wielkości minimum 12 punktów. Warto również podzielić tekst na bloki, a pomiędzy nimi zachować dużo pustego miejsca – wtedy oczy mniej się męczą podczas czytania. Zamiast szerokiego opisu ogranicz się do haseł i krótkich zdań. Najważniejsze z nich można też pogrubić. Jasne i przejrzyste komunikaty są wyrazem szacunku dla odbiorcy.

W przypadku „Teatru od pierwszego wejrzenia” zdecydowałyśmy się na dystrybucję materiałów informacyjnych zarówno online – w social mediach Nowego Teatru i portalach promujących bezpłatne wydarzenia kulturalne, jak i w wersji papierowej – w foyer Teatru i instytucjach działających na rzecz lokalnej społeczności oraz instytucjach związanych z seniorami. Sądzimy, że dwutorowy kolportaż jest niezbędny, żeby nie dopuścić do wykluczenia cyfrowego. Jednak z formularza rekrutacyjnego wynikało, że do zdecydowanej większości kandydatów dotarł komunikat w wersji cyfrowej. Poza materiałami informacyjnymi w postaci plakatów, ulotek i bannerów powstało 60-sekundowe explainer wideo, które wyjaśnia działanie innowacji w prosty i przystępny sposób. Można zobaczyć je tutaj: <https://vimeo.com/741909027>

9

O czym warto pamiętać podczas planowania poczęstunku dla grup międzypokoleniowych? Jakie szczególne potrzeby mogą tu wystąpić?

Przed zamówieniem cateringu lub przygotowaniem samodzielnym jedzenia dowiedz się, czy ktoś ma specjalne potrzeby żywieniowe: może jest na coś uczulony, a może czegoś po prostu nie jada? Zarówno seniorzy, jak i młodsze osoby mogą być na diecie np. cukrzycowej, niskosodowej, bezmięsnej, mieć alergie czy nietolerancje pokarmowe.

Dostosuj poczęstunek do długości trwania spotkania (wliczając w to nie tylko warsztaty czy rozmowy moderowane, ale także spektakl/ wystawę itp., na którą uczestnicy tego dnia się wybierają). Może wystarczy drobna przekąska oraz ciepłe i zimne napoje, a może uczestnicy spędzą w twojej instytucji pół dnia i przyjemnie byłoby nie martwić się o obiad czy kolację? Warto o to zadbać dla komfortu uczestników. Jedzenie sprzyja również rozluźnianiu atmosfery i kulturalowym rozmowom.

WSKAZÓWKA

Forma szwedzkiego stołu daje możliwość decydowania samemu o tym, co się chce zjeść, dzięki temu nikt nie czuje się skrupowany, że ma na talerzu coś, czego nie lubi lub nie może jeść.

Jak poprawnie moderować rozmowy o sztuce w grupie międzypokoleniowej? Jakiego języka używać, by każdy czuł się traktowany podmiotowo i na równi, by każdy rozumiał przekaz i czerpał przyjemność z dyskusji?

Ustalcie, jak będziecie się do siebie zwracać. Formuła zwracania się do siebie po imieniu pozwala szybko zmniejszyć dystans i poczuć się swobodniej, niweluje też poczucie różnicy wieku. Zapytaj uczestników, czy to jest dla nich komfortowe. Niech to będzie ich wybór. Najlepiej byłoby, gdyby jedna forma obowiązywała wszystkich.

Staraj się, by w twoich wypowiedziach i wypowiedziach osób prowadzących warsztaty nie pojawiało się zbyt dużo specjalistycznego słownictwa, a jeśli już zdecydujesz się na wprowadzenie takiego – omów je krótko. Nie pytaj, „czy ktoś z was nie rozumie tego słowa?” – przyznanie się do tego może być dla kogoś zawstydzające czy krępujące. Warto w takich momentach zaznaczać, że nie ma nic złego w tym, że się czegoś nie wie lub nie rozumie.

Pamiętaj, że jesteś moderatorem rozmowy – nie wygłaszasz wykładu, a wspierasz i towarzyszysz uczestnikom w dyskusji. Zachęć ich do niej. Możesz to zrobić zadając pytanie otwarte np. „A co wy myślicie na ten temat? Czym dla was jest...? Z czym kojarzy się wam...?”. Czasami jedno dobrze zadane pytanie otwiera pole do szerokiej dyskusji.

Zadbaj, by temat był na tyle otwarty, że każdy z uczestników będzie mógł się do niego odnieść i poczuć, że w jakimś stopniu jest mu bliski. Niektórzy czują się swobodnie dzieląc się swoimi przemyśleniami i osobistymi historiami, inni potrzebują „schować się” za metaforą czy przykładem. Im ogólniej sformułowany jest temat, tym łatwiej włączyć się w dyskusję. Np. rozmawiając o spektaklu poruszającym temat trudnych relacji matki z córką, możecie zastanowić się wspólnie nad tym, czym w ogóle jest relacja; przy wystawie dotyczącej II Wojny Światowej – czym jest ofiara i co ze sobą niesie?

Jeśli rozmowa odbywa się po wydarzeniu, zachęć do podzielenia się refleksjami zadając pytanie: „co was poruszyło, co przykuło waszą uwagę, czego wam brakowało?” – to tematy na które można rozmawiać niezależnie od tego, czy wydarzenie się podobało, czy wszystko w nim było dla zrozumiałe.

Bądź uważny na uczestników – obserwuj, czy każdy czuje się włączony w rozmowę, czy może ktoś chciałby coś powiedzieć, ale inni uczestnicy nie pozwalają mu dojść do głosu. Nie chodzi o to, żeby każdy się wypowiedział, ale żeby każdy czuł, że może. Ale też nie ingeruj za bardzo w tworzące się pomiędzy uczestnikami sposoby komunikacji. Każda grupa musi nauczyć się siebie.

PAMIĘTAJ

Ty także jesteś członkiem grupy. To, że pełnisz rolę koordynatora/trenera/instruktora/animatora jest twoją funkcją w tej grupie. Nie uda ci się zbudować dobrych relacji z odbiorcami, jeśli założysz, że jesteś z boku procesu.

PRZYKŁADOWY SCENARIUSZ WARSZTATÓW WOKÓŁ SZTUKI WSPÓŁCZESNEJ

Grupa wiekowa	<ul style="list-style-type: none">• grupa międzypokoleniowa (osoby 60+)• osoby w przedziale wiekowym 18–40 lat
Cel zajęć	<ul style="list-style-type: none">• zapoznanie uczestników ze sztuką współczesną• pokazanie zmian, jakie zaszły w myśleniu o sztuce w XX i XXI wieku (zarówno w jej tworzeniu, jak i odbiorze)• integracja grupy
Metody pracy	<ul style="list-style-type: none">• ćwiczenia performatywne• rozmowa
Czas trwania	<ul style="list-style-type: none">• ok. 2h; przy każdym ćwiczeniu podany jest orientacyjny czas jego trwania, docelowy czas uzależnij od możliwości fizycznych i percepcyjnych uczestników, ich liczby i poziomu zaangażowania
Aranżacja przestrzeni	<ul style="list-style-type: none">• sala, w której jest dość miejsca na ćwiczenia ruchowe• odpowiednia liczba krzeseł i stołów
Środki dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none">• kartki papieru• kredki, flamastry

Harmonogram

Wstęp

Czas trwania ok. 15 minut

Przedstaw uczestnikom podstawowe informacje na temat zmian, jakie zaszły w obszarze sztuki w XX i XXI wieku. Np. jeśli mówisz o teatrze, powiedz, czym jest teatr postdramatyczny, kto wprowadził to pojęcie, a kto je spopularyzował, jakie są podstawowe cechy teatru postdramatycznego.

Ćwiczenie 1 Lustro

Czas trwania ok. 7 minut

Poproś uczestników, by w swoich parach poszukali miejsca w przestrzeni. Niech staną naprzeciwko siebie. Jedna osoba z pary jest lustrem, druga – osobą stojącą przed lustrem. Osoba wykonuje wymyślone przez siebie ruchy, a lustro te ruchy kopiuje. Zadaniem pary jest taka synchronizacja, żeby nie było wiadomo, kto jest lustrem, a kto przed nim stoi. Następnie osoby w parze zamieniają się rolami.

WAŻNE!

Każdy powinien być uważny na możliwości fizyczne partnera i nie powinien proponować ruchów wykraczających poza te możliwości.

PAMIĘTAJ

Osoba stojąca przed lustrem nie rywalizuje z lustrem, a ma stworzyć z nim jeden organizm.

WSKAZÓWKA

Jeśli osoba przed lustrem stoi plecami do lustra, to lustro również musi być odwrócone plecami, co uniemożliwia mu dalsze naśladowanie ruchów.

Ćwiczenie 2 Hipnoza

Czas trwania ok. 7 minut

Poproś uczestników, by stanęli naprzeciwko siebie w parach. Jedna osoba – prowadząca – wyciąga dłoń w kierunku drugiej osoby – prowadzonej. Dłoń staje się punktem, za którym podążać będzie ciało drugiej osoby. Osoba prowadząca przesuwa dłoń w przestrzeni, osoba prowadzona podąża kreślonym w powietrzu szlakiem. Następnie osoby zamieniają się rolami.

Zapytaj uczestników, jak czuli się podczas tych ćwiczeń. Co było dla nich trudne, co łatwe i dlaczego? Która rola była przyjemniejsza, prostsza, ciekawsza i dlaczego? Jaką widzą różnicę pomiędzy tymi dwoma ćwiczeniami? Czym dla nich jest odwzorowywanie, a czym podążanie? Czym pokazywanie, a czym prowadzenie?

Przełóż tę sytuację na zmiany, jakie zaszły w sztuce współczesnej. Powiedz o tym, jak zmieniły się role twórcy i odbiorcy dzieła, gdzie współcześnie w przestrzeni interpretacyjnej sztuki umiejscowiony jest widz/obserwator/użytkownik.

Ćwiczenie 3 Dom z hasła

Czas trwania ok. 30 minut

Na dużej kartce papieru narysuj trzypiętrowy dom. Każdemu piętru nadaj nazwę:

- A Parter – hasła, które słyszałem(-am) w dzieciństwie od dorosłych (rodziców, opiekunów), z którymi się nie zgadzałem(-am) i nie mają one zastosowania w moim dorosłym życiu.
- B 1 piętro – hasła, które słyszałem(-am) w dzieciństwie od dorosłych (rodziców, opiekunów), z którymi się nie zgadzałem(-am), ale zauważam, że mimowolnie stosuję je w dorosłym życiu.
- C 2 piętro – hasła, które słyszałem(-am) w dzieciństwie od dorosłych (rodziców, opiekunów), z którymi się nie zgadzałem(-am), ale teraz rozumiem ich sens i jeśli stosuję je w dorosłym życiu, to w świadomy sposób.

Poproś uczestników, by usiedli przy stołach w swoich parach. Rozdaj każdej parze dwie mniejsze kartki papieru i jedną dużą, mazaki i kredki. Poproś, by każdy uczestnik narysował na swojej kartce dom według schematu przedstawionego powyżej i wypełnił piętra hasłami. Następnie osoby w parach dzielą się tym, co napisały i szukają tego, co wspólne i tego, co różne w ich domach. Po wykonaniu tej części każda para próbuje narysować

wspólny „dom haseł” na dużej kartce (na ten dom składa się to, co wspólne, ale też to, co stoi na przeciwległych biegunach). Na koniec pary prezentują swoje domy krótko opowiadając o tym, co w nich jest.

WSKAZÓWKA

Hasła mogą dotyczyć różnych spraw, to może być zarówno „nie chodź boso po mieszkaniu”, „utrzymuj porządek w szafie”, jak i „nie będziesz się dużo uczyć – nic nie osiągniesz”, „wszyscy ludzie kłamią”. To, na ile osobistymi hasłami uczestnicy będą chcieli się podzielić, zależy od nich samych. Celem zadania jest rozmowa dwóch osób z różnych pokoleń i próba spojrzenia na zmiany, jakie zaszły (albo które nie zachodzą) w relacjach międzyludzkich, również opartych na międzypokoleniowości (dziecko – rodzic/opiekun).

Rozmowa

Czas trwania ok. 45 minut

Porozmawiajcie o tym, czym są schematy, jak warunkują nasze życie (jego wybory, decyzje), dlaczego pewne wzorce powtarzamy, nawet jeśli nam się nie podobały, a wobec innych stajemy w opozycji? Co się zmieniło na przestrzeni lat i dlaczego, a co przechodzi z pokolenia na pokolenie? Czy w relacje międzypokoleniowe wpisany jest bunt? Jakie mogą być punkty styeczne w takich układach międzyludzkich?

Spróbuj przełożyć tę sytuację na rozmowę o sztuce współczesnej: co wpływało na zmiany paradygmatów kulturowych kiedyś, a jak zmieniła się sytuacja w sztuce w XX wieku? Jaki wpływ na twórczość artystyczną ma postęp technologiczny, szerszy dostęp do kultury dla mas, a także coraz szybsze zmiany międzypokoleniowe na poziomie języka czy środków wyrazu? Jak w tej sytuacji wyglądają relacje międzyludzkie?

PAMIĘTAJ

W tym ćwiczeniu poza wartością merytoryczną, która może wynikać z rozmowy o sztuce, ważne są osobiste refleksje uczestników. Takie ćwiczenie pozwala uczestnikom na bliższe poznanie się, spojrzenie z innej perspektywy na pewne sprawy, na odkrycie tego, co łączy pomimo różnicy wieku i tego, co różni, ale nie znaczy, że musi poróżnić. Pozwala też dostrzec, że pewne mechanizmy są niezależne od czasów, w jakich żyjemy i niejako dzieją się w zapętleniu.











PRZE(MOC) (SYMBOL)ICZNA

CLERIKÓW

WIKI-CO-PALE

ARRESTA
WOLNOŚĆ PAMIĘCI
SYMBOLE
DŁUGA HISTORIA
I KULTURY

PROTEST WOLNOŚĆ PRZETWORZY
WIERNOŚCI PRZEMOCY
SAMOSPRAWIENIA MIŁOŚCI



Autorki innowacji	Magdalena Szymczak Helena Świegocka
Tutorka projektu	Marta Białek-Graczyk
Opracowanie scenariusza warsztatów wokół sztuki współczesnej	Marta Bernatowicz Anna Kurelska Anna Rochowska Helena Świegocka
Korekta	Anna Lewandowska Karolina Wajman
Fotografie	Julia Leydik, Eugene Kanaplev Patrycja Skwierczyńska Bartłomiej Zawiał
Projekt graficzny i skład	Aleksander Znosko Studio

**NOWY
TEATR**



Warszawa



towarzystwo
inicjatyw
twórczych



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



