

Iceland
Liechtenstein
Norway grants


LIELAIS DZINTARS
LIEPĀJAS KONCERTZĀLE

MĀKSLU LABORATORIJA

CIRQUE MUSIQUE

PRAKTISKA ROKASGRĀMATA

AUDITORIJAS ATTĪSTĪŠANA

JAUNIEŠU IESAISTES VEICINĀŠANA MĀKSLAS UN
KULTŪRAS PROCESOS LAUKOS UN REĢIONOS

SATURS

1. IEVADS	01
2. KAS IR AUDITORIJAS ATTĪSTĪŠANA?	05
2.1. Izaicinājumi, ar ko sastopas mākslas organizācijas laukos un reģionos	07
2.2. Jauniešu auditorijas iesaistīšanas izaicinājumi	08
3. KĀ IZSKATĀS AUDITORIJAS ATTĪSTĪŠANA DARBĪBĀ?	12
3.1. Sabiedriskā pieeja	19
3. 2. Auditorijas izprašana	23
3.3. Misijas plānošana	26
3.4. Mērķu saskaņošana ar misiju	28
3.5. Ilgtermiņa vīzija	30
3.6. Programmu un satura izstrāde	34
3.7 Atgriezeniskā saite	36
4. KOPSAVILKUMS	39

1. IEVADS

Jauniešu auditorijas attīstīšana mākslas nozarēs ir kultūras ilgtspējas un bagātināšanas būtisks aspekts. Sabiedrībai mainoties, nozīmīgas saiknes veidošana starp jauniešiem un mākslu kļūst arvien svarīgāka. Šis process ne vien nodrošina māksliniecisko tradīciju ilgmūžību, bet arī audzina kultūru pārzinošu un tajā iesaistītu pilsoņu paaudzi. Šajā rokasgrāmatā aprakstīti vairāki izaicinājumi un stratēģijas, kas saistītas ar bagātīgas jauniešu mākslas auditorijas attīstīšanu.



Greta Klafa, Islande

Greta ir teātra māksliniece un mākslas konsultante, kas dzīvo un strādā Islandes laukos. Viņa ir Handbendi Leļļu teātra un Hvammstangi Starptautiskā leļļu teātra festivāla mākslinieciskā vadītāja, UNIMA Iceland prezidente un ASSITEJ Iceland valdes locekle.

Viņas darbs ar lauku un attālo reģionu kopienām ir atzīts ar vairākām godalgām gan valsts, gan starptautiskās platformās. Gretai ir maģistra grāds mākslas vadībā un kultūrpolitikā. Viņa dedzīgi iestājas par kultūras vadītu lauku izaugsmi un māksliniecisko praksi laukos.

Projekts “CirqueMusique”

Liepājas koncertzāle “Lielais dzintars” sadarbojās ar partneriem Julianu Sēteru no Norvēģijas un Gretu Klafu no Islandes, lai veidotu mobilo starpdisciplināru mūzikas uzvedumu, kas paredzēts 12–18 gadus vecu jauniešu auditorijai. Radošo procesu virzīja gan mākslinieki, gan jaunieši, īstenojot intensīvas radošās darbnīcas četros Latvijas reģionos. Darbnīcas nodrošināja mākslinieciskās pieredzes, tīklošanās iespējas, profesionālu izaugsmi un īsus priekšnesumus, kuru veidošanā, izpildīšanā un arī skatīšanā tika iesaistīta jauniešu auditorija.

Vajadzība pēc šī projekta radās, pamatojoties uz organizācijas pieredzi ar jauniešiem domātām mākslinieciskajām programmām, kā arī atziņu, ka pusaudžiem Latvijas laukos un reģionos trūkst piemērota laikmetīgās mākslas satura.

“CirqueMusique” mērķis ir iesaistīt jauniešus starpdisciplināra laikmetīgās mūzikas, cirka un horeogrāfijas uzveduma kopradē, īstenojot pilnveides aktivitātes, kuru laikā dalībnieki var atklāt savu radošumu, ļaujoties spēles brīvībai.

Process radīja nozīmīgu mijiedarbību starp profesionāliem māksliniekiem, kultūras vadītājiem, jauniešiem un mākslas žanriem, tādējādi veicinot visaptverošu auditorijas attīstīšanu un reģionu iedzīvotāju iesaisti.

Šis projekts ir viens no daudziem, kas mainīs pieeju jauniešu auditorijām, veicinot mērķa grupu lielāku iesaisti un dalību laukos un reģionos notiekošajos kultūras procesos. Šajā projektā īstenotais pasākumu kopums ir nodrošinājis plašas izziņas un mācīšanās iespējas auditorijas attīstīšanā un kopradē ar jauniešu auditoriju. Cerams, šīs zināšanas varēs izmantot arī turpmākos projektos un plānošanā, lai lauku un reģionu mākslas centri varētu veidot iesaistošas, sasniedzamas auditorijas attīstīšanas pieejas un ilgtermiņa plānus.





“Auditorijas attīstīšana bieži vien ir tukšs atslēgvārds, ko izmanto organizācijas un finansētāji, taču, ja šo procesu prasmīgi īsteno un piemēro visā organizācijas darbībā, tas var mainīt mūsu domāšanu, sajūtas un rīcību.”

2. KAS IR AUDITORIJAS ATTĪSTĪŠANA?

Auditorijas attīstīšana ir stratēģisks un nepārtraukts process, kura mērķis ir veidot un paplašināt kultūras iestāžu darbības tvērumu un ietekmi. Tā ietver nozīmīgas saiknes veidošanu ar dažādām auditorijām un attiecību veicināšanu, kas paredz ko vairāk par pasākumu apmeklēšanu, veicinot piederības sajūtu un aktīvu līdzdalību. Tas ir ilgtermiņa process, kas aptver visu organizāciju un ir pamats enerģiskas un ilgtspējīgas kultūras ekosistēmas veidošanai, un tam ir izšķiroša loma mākslas vides izaugsmei reģionos.



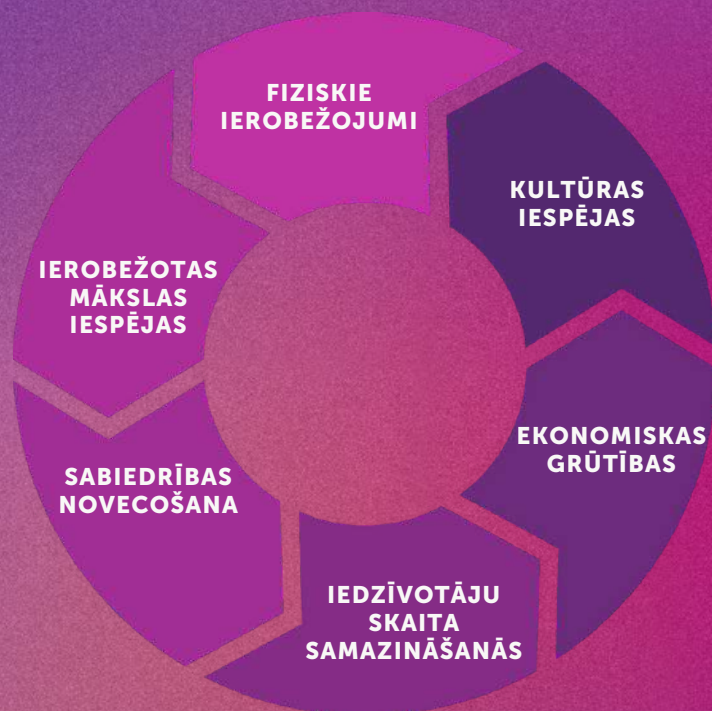
Mūsdienīga auditorijas attīstīšana biežāk koncentrēta uz visaptverošu un sabiedrisku pieeju, radot kopienā balstītu, uz auditoriju orientētu plānu. Tā var būt mākslinieku, skolēnu, studentu un jauniešu kopiena, konkrētas demogrāfiskās grupas, ģimenes vai plašāka reģionālā kopiena, ko organizācija apkalpo kopumā.

Noliekot auditoriju un kopienu organizācijas uzmanības centrā, mēs paziņojam gan sev, gan pārējiem, kāda veida organizācija mēs esam un kurp dodamies. Mūsu mērķis ir radīt auditorijai un kopā ar to.



2.1. Izaicinājumi, ar ko sastopas mākslas organizācijas laukos un reģionos

MĀKSLAS ORGANIZĀCIJAS LAUKOS UN REĢIONOS SASTOPAS AR DAŽĀDIEM, PĒTĪJUMOS BALSTĪTIEM IZAICINĀJUMIEM.



Fiziskie ierobežojumi, iedzīvotāju skaita samazināšanās, ekonomiskas grūtības, sabiedrības novecošana un ierobežotas mākslas un kultūras iespējas ir nozīmīgi faktori, kas ietekmē to, kā lauku un reģionu kopienas mijiedarbojas ar apkārtējo pasauli.

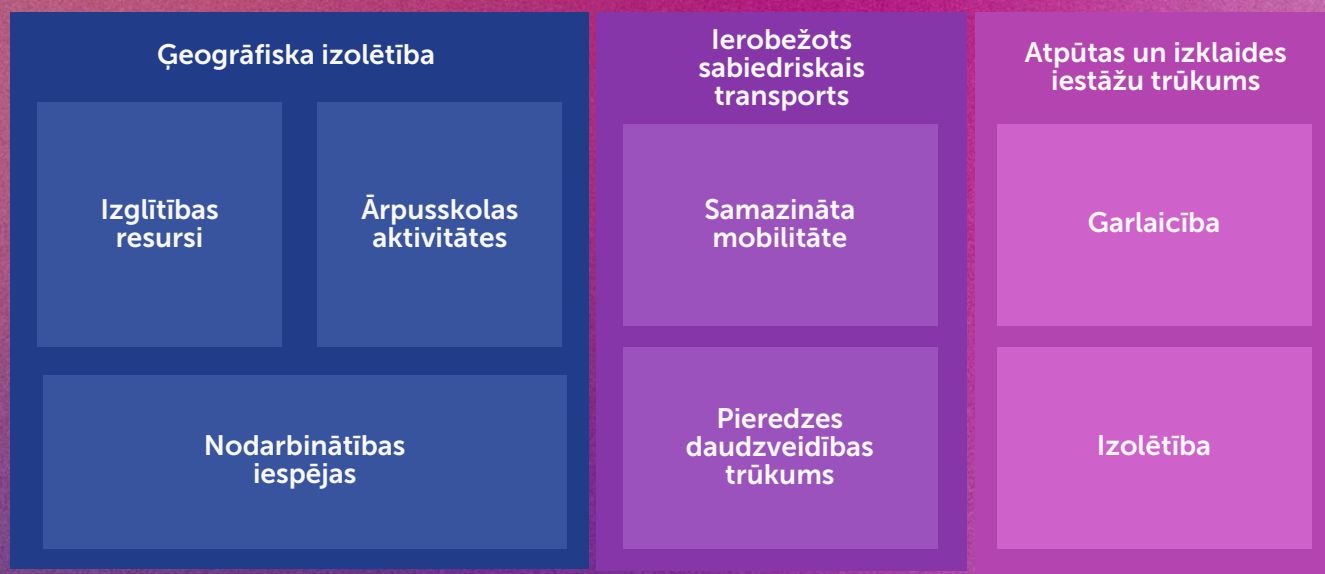
Šo šķēršļu pārvarēšanai ir nepieciešamas novatoriskas stratēģijas, lai gādātu par iekļaujošu līdzdalību un mākslas vides ilgtspējīgu izaugsmi laukos un reģionos.



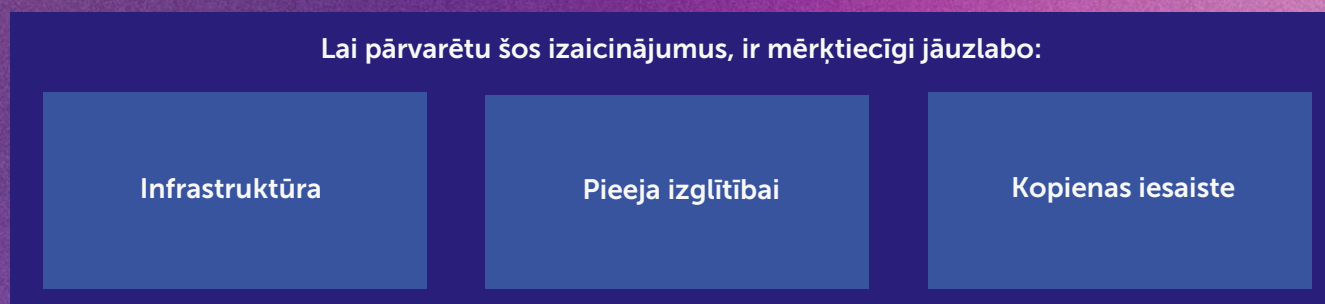
2.2. Jauniešu auditorijas iesaistīšanas izaicinājumi

Jaunieši Latvijas reģionos saskaras ar unikāliem izaicinājumiem, kas var ietekmēt to vispārējo labklājību un tiem pieejamās iespējas. Ģeogrāfiska izolētība nereti ierobežo izglītības resursu, ārpusskolas aktivitāšu un nodarbinātības iespēju pieejamību. Ierobežots sabiedriskais transports var mazināt mobilitāti, radot pusaudžiem grūtības piedalīties dažādās pieredzēs. Turklāt atpūtas iestāžu un izklaides iespēju trūkums var veicināt garlaicības un izolētības izjūtas. Šo problēmu pārvarēšanai ir nepieciešams mērķtiecīgs darbs – infrastruktūras, izglītības pieejamības veicināšana un lauku teritoriju kopienu iesaistīšana.

Mūsdienu jaunieši ir savstarpēji saistīti globālā līmenī vairāk nekā jebkura iepriekšējā paaudze. Tas atspoguļojas arī tajā, kā jaunieši mijiedarbojas ar apkārtējo pasauli. Jaunu cilvēku ikdienas pieredzējumā savijas bažas par klimatu, politiskas un sabiedriskas pārmaiņas, globāli konflikti, finanšu problēmas un neskaidrība par nākotni, un visi šie faktori pastiprināti aktualizē sastaptās grūtības, dzīvojot pastāvīgi mainīgā pasaulē.



Lai pārvarētu šos izaicinājumus, ir mērķtiecīgi jāuzlabo:



Tas ietekmē mūsu pieeju un to, kā strādājam ar jauniešiem mākslā. Tradicionālās metodes vairs nav iedarbīgas – šī vairs nav pasīvu patērētāju paaudze. Izpratne par jauniešu satraukumu un bažām, un to risināšana, ir iesaistes un aktualitātes veicināšanas būtiski elementi. Tāpat ir svarīgi ļaut izteikties pašiem jauniešiem. Kā mēs – mākslas organizācijas un kopienu līderi – varam radīt vietu izpausmei un veidot dziļu saikni starp jauniešiem un mākslu?

Būtiska negatīva tendence ir tas, ka mākslas un kultūras procesos arvien retāk iesaistās pusaudžu vecāki. Šo kritumu veicina digitāli laika kavēkļi, brīvā laika trūkums, vecāku prioritāšu maiņa, vecuma atšķirība, subjektīvs intereses zudums, kā arī ekonomiski ierobežojumi. Šo problēmu risināšanai nepieciešama daudzšķautņaina pieeja, kas ietver atklātu komunikāciju, digitālo platformu izmantošanu un mākslas vērtības uzsvēršanu.

Viens no aspektiem, kas lauku un reģionu jauniešu vidū rada vilšanos, ir īslaicīgu vai vienreizēju aktivitāšu "importēšana", kas uz īsu brīdi rosina interesi un pēc tam vienkārši beidzas. Jauniešiem laukos ir ļoti vajadzīgas konsekventas mākslas un kultūras iespējas. Pārejošas, vienreizējas aktivitātes nevar nodrošināt ilgstošu iesaisti un prasmju attīstību, kas nepieciešama jauniešu izaugsmei un kopienas vienotībai.



CERAMS, CIRQUEMUSIQUE KĻŪS PAR VIENU NO NESKAITĀMIEM MĀKSLAS PROJEKTIEM, KURU MĒRĶAUDITORIJA IR JAUNIEŠI UN PUSAUDŽI REĢIONOS.

PROJEKTA MĒRĶIS IR BIJIS IESAISTĪT AUDITORIJU KOPRADES PROCESĀ, BAGĀTINOT JAUNIEŠU MĀKSLAS PIEREDZI UN IEDROŠINOT ĪSTENOT LAIKMETĪGU PRAKSI, KAS IR ROTAĻĪGA, MAZĀK STINGRA ATTIECĪBĀ UZ FORMALITĀTI UN PROFESIONĀLISMU, KĀ ARĪ ATVĒRTA JAUNIEŠU RADOŠAJAI EKSPRESIJAI, TIEM AUGOT KĀ MĀKSLINIEKIEM.

ŠIS DARBS REĢIONU UN LAUKU ORGANIZĀCIJĀM SNIEDZ IESPĒJU TURPINĀT ILGLAICĪGAS PILNVEIDES AKTIVITĀTES JAUNIEŠIEM PĒC SAVAS INICIATĪVAS VAI SADARBĪBĀ AR PARTNERIEM.



“Īstenojot kopradi ar jauniešiem un pusaudžiem, ir būtiski radīt drošu lauku izziņai, refleksijai un pašizpaušmei, kurā jauniešiem ir ļauts izteikt savas bailes, priekus un apkārtējās pasaules vērojumus, nevis uzspiest tiem dialogu sev izdevīgā veidā.”



3. KĀ IZSKATĀS AUDITORIJAS ATTĪSTĪŠANA DARBĪBĀ?

“Visas kultūras organizācijas ir auditorijas iesaistes ekspertes – tas ir būtisks mūsu darbības aspekts. Taču auditorijas attīstīšanas plāns ir kas vairāk par darbības aprakstu. Tas ir uz nākotni vērsts nodomu apliecinājums un sabiedriska noderīguma atslēga, ar ko plānojam saglabāt aktualitāti un pastāvīgumu.”

21. gadsimtā auditorijas attīstīšana ir kļuvusi niansēta un sarežģīta. Digitālais laikmets ir ieviesis jaunu savienojamības ēru, kurā kultūras iestādes var mijiedarboties ar auditoriju iepriekš neredzētos veidos. Sociālie tīkli, straumēšana tiešsaistē un virtuālās pieredzes ir paplašinājušas dažādu demogrāfisko grupu sasniegšanas iespējas.

Globālā pandēmija mainīja to, kā auditorijas mijiedarbojas ar pasākumiem, sabiedriskām telpām un digitālo saturu, un tendences norāda uz vajadzību mainīt kultūrtelpu uztveri un uzskatus par to lomu mūsu tuvākajās kopienās, vairāk domājot par jauniem, ilgtspējīgiem darbības modeļiem.

Arī klātienes mākslas pasākumu pieredze piedzīvo pārvērtības paaudžu nomainas un interešu attīstības ietekmē.

Kultūras iestādēm, skolotājiem un māksliniekiem, kuri vēlas efektīvi mijiedarboties ar jauniešiem un tos iesaistīt, ir jāapzinās šīs paaudžu atšķirības.

BABY BOOMERS



SKATUVES MĀKSLĀ IEINTERESĒTA PAAUDZE

“Baby Boomers” jeb pēckara paaudze, kas dzimusi 1946.–1964. gadā, tradicionāli ir aktīvi iesaistījusies skatuves mākslas pasākumos.

TEĀTRA PRIEKŠNESUMU KULTURĀLAIS NOZĪMĪGUMS

Šai paaudzei uzaugot, kultūras dzīves centrā bija teātra iestudējumi, un daudzi no tās pārstāvjiem joprojām regulāri apmeklē izrādes.

Šai paaudzei skatuves mākslas pasākumi sniedz unikālu un neaizstājamo pieredzi, ko ieraksti vai digitālie mediji nespēj atveidot.

X PAAUDZE

INTERESE PAR SKATUVES MĀKSLU

X paaudze, kas dzimusi 1965.–1980. gadā, mijiedarbojas ar skatuves mākslu daudzveidīgāk.

KLĀTIENES PRIEKŠNESUMU NOVĒRTĒŠANA

Dažiem X paaudzes pārstāvjiem raksturīga pēckara vecāku paaudzei līdzīga cieņa pret tradicionālajām skatuves mākslām, bet citi vairāk sliecas uz alternatīvākām un eksperimentālākām mākslas formām.

RŪPĪGA MĀKSLAS IZVĒLE

Šī paaudze priekšnesumus izvēlas rūpīgāk – tiem ir jāsniedz arī kāda dziļāka nozīme un aktualitāte pašu dzīvē.



MILENIĀĻI



AUGUŠI DIGITĀLAJĀ VIDĒ

Mileniāļi, kas dzimuši 1981. –1996. gadā, ir auguši digitālas pārbagātības un strauju tehnoloģisko pārmaiņu laikmetā. Tas ietekmējis viņu gaidas un intereses saistībā ar mākslas, tai skaitā skatuves mākslas, patēriņu.

INTERAKTĪVAS UN PERSONALIZĒTAS PIEREDZES

Mileniāļi bieži vien dod priekšroku interaktīvām līdzdalības pieredzēm, kas ir individuāli pielāgotas to konkrētajām interesēm.

DIGITĀLĀ MIJIEDARBĪBA AR SKATUVES MĀKSLU

Tāpat šī paaudze biežāk mijiedarbojas ar skatuves mākslām digitālajās platformās, piemēram, straumēšanas pakalpojumos un sociālajos tīklos.

Z PAAUDZE

DZIMUŠI DIGITĀLAJĀ VIDĒ

Z paaudze, kas dzimusi 1997.–2012. gadā, digitālajā pasaulē jūtas ērtāk par citiem.

SATURA PATĒRIŅŠ PĒC PIEPRASĪJUMA

Tās pārstāvji ir pieraduši patērēt saturu pēc pieprasījuma un mijiedarboties ar to personalizētā veidā.

DIY KULTŪRAS PIEAUGUMS

Šī iezīme ir veicinājusi DIY jeb “dari pats” kultūru – Z paaudzes pārstāvji paši veido mākslu un priekšnesumus.

AKTĪVA DALĪBA SKATUVES MĀKSLĀ

Viņi biežāk ir aktīvi mākslas pasākumu dalībnieki, nevis pasīvi skatītāji.



KĀ JŪS "ATTĪSTĪJA" KĀ AUDITORIJU?

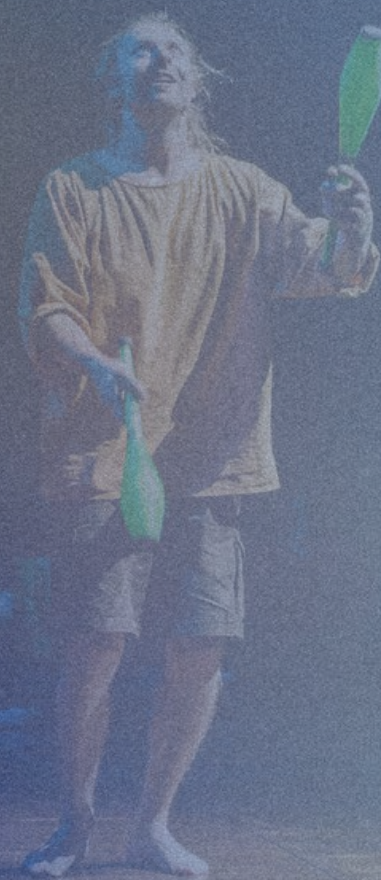
KĀ JŪS IESAISTĪJĀTIES MĀKSLĀ UN KULTŪRĀ?

VAI BIJA KĀDI ĪPAŠI BRĪŽI VAI CILVĒKI, KAS JŪS IETEKMĒJUŠI?

3.1. Sabiedriska pieeja

“Auditorijas tiek attīstītas ar uzticību, zināšanām un solījumu kopienai”

Mākslas auditorijas attīstīšanas sabiedriska pieeja ir stratēģija, kuras mērķis ir veidot attiecības un mijiedarboties ar personām un kopienām vietējā līmenī. Tā bieži vien ir mikro-, nevis makrolīmeņa pieeja. Šī pieeja var būt īpaši iedarbīga, attīstot ilgtspējīgas auditorijas reģionos un laukos šādu iemeslu dēļ:





Tā dod kopienām iespējas: iesaistot iedzīvotājus mākslas pasākumu plānošanā un īstenošanā, sabiedriska pieeja ļauj kopienām uzņemties līdzatbildību par savu kultūras dzīvi. Šī līdzatbildības sajūta var veicināt pamatauditorijas iesaisti un atbalstu.

Tā vairo uzticību un attiecības: mijiedarbojoties tieši ar personām un kopienām, organizācijas var veicināt uzticību un veidot attiecības. Tas var atvieglot jaunu auditoriju piesaistīšanu un gādāt par to, ka dalībnieki atgriežas turpmākos pasākumos.



Tā veicina radošumu un novatoriskumu: sabiedriska pieeja veicina radošumu un novatoriskumu, izmantojot vietējo kopienu unikālās spējas un redzējumu. Tas var veicinātu iesaistošāku un aktuālāku mākslas programmu radīšanu.

Tā veicina sociālo sasaisti: mākslas pasākumiem var būt nozīmīga loma, pulcējot cilvēkus un radot sociālas sasaistes sajūtu. Sabiedriska pieeja var stiprināt šo iedarbību, sniedzot cilvēkiem no dažādām grupām iespēju veidot saiknes un dalīties ar pieredzi.



**“Auditorijas attīstīšana nav statiska. Mākslai kā sabiedrības
dinamikas spogulim ir vajadzīga dinamiska un augoša
auditorijas bāze.”**



3.2. Auditorijas izprašana

Efektīva auditorijas attīstīšana tiek pamatota ar datiem.

Auditorijas segmentācija ir skaidrs process, kurā iedzīvotāju kopumu sadala un kārtē konkrētās, pārvaldāmās grupās jeb segmentos. Tas ļauj pielāgot kultūras piedāvājumu un komunikāciju atbilstoši katras atsevišķās grupas interesēm.

Lai arī mēs bieži runājam par “mūsu auditoriju”, patiesībā mums ir vairākas auditorijas ar atšķirīgām gaidām, motivāciju un uzvedību. Spekulējot par visas auditorijas vai visu apmeklētāju vēlmēm, par pamatu ņemot tikai vienu tās daļu, var ierobežot kopējās auditorijas lielumu un daudzveidību.

Segmentācija palīdz atklāt šīs variācijas un veidot stratēģijas, ar kurām iesaistīt konkrētus segmentus, pamatojoties uz tām raksturīgo uzvedību un īpašībām. Tā kalpo kā plāns, lai sasniegtu plašāku un daudzveidīgāku auditoriju – regulārāk un ar mazākām izmaksām.



Organizācijām ir jānosaka segmentācija, kas attiecas tieši uz tām un to darbību, un jādarbojas atbilstoši savām spējām. Efektīvai segmentācijai ir vajadzīga rūpīga izvērtēšana un spriešana, kas ir pielāgota katras organizācijas unikālajiem apstākļiem. Tālāk sniegts noderīgs kontrolsaraksts nozīmīgu segmentu noteikšanai.



Aktualitāte: vai segmentu var identificēt, pamatojoties uz faktoriem, uz ko Jūsu organizācija var efektīvi reaģēt?



Atšķirīgums: vai segmentam piemīt īpašības, kas to skaidri un izmērāmi atšķir no citiem segmentiem?



Lielums: vai segments ir pietiekami liels, lai tā efektīva sasniegšana attaisnotu ieguldītās pūles un resursus?



Sasniedzamība: vai pēc identificēšanas ir derīgs veids, kādā sazināties tieši ar šo segmentu?

Veicot segmentāciju, iespējams, lielākas grupas ir jāsadala mazākās apakšgrupās. Piemēram, 12–18 gadus veci jaunieši var būt pārāk liels segments, ar ko strādāt. Stratēģijas, ko izmantosiet neaktīvu pusaudžu segmentiem (neapmeklē un nav ieinteresēti), ievērojami atšķirsies no tiem, ko izmantosiet pusaudžiem, kas ir regulāri apmeklētāji (iesaistās mākslā / mākslas novirzienu skolēni un studenti).



3.3. Misijas plānošana

Misijas plānošana darbojas kā organizācijas kompass, kas rada skaidru izpratni par tās mērķi, vērtībām un veicamajiem uzdevumiem. Auditorijas attīstīšanas kontekstā labi izstrādāta un vienota misija nav tikai formalitāte, bet gan ievērojama panākumu virzītāja. Organizācija ar labi formulētu misiju nevis vienkārši meklē auditoriju, bet gan aicina personas iesaistīties nozīmīgā un mērķtiecīgā kultūras pieredzē.

Uz jauniešu un kopienu iesaisti orientēta misija var būt spēcīgs rīks, ar ko radīt pozitīvas pārmaiņas un ilgtspējīgu izaugsmi. Par prioritāti nosakot jauniešu iesaisti, plānā var sekmīgi izmantot jaunās paaudzes enerģiju, radošumu un līderības potenciālu. Iniciatīvas, kas veido jēgpilnu saikni ar kopienu, rada piederības un lepnuma sajūtu, kas veicina atbalstošu vidi.



PROJEKTA CIRQUEMUSIQUE MISIJA TIKA DEFINĒTA ŠĀDI:

“”CirqueMusique” uz sadarbību vērsts mākslas projekts starp profesionāliem mūziķiem, cirka māksliniekiem un radošiem jauniešiem. Mēs ticam savām spējām, pieejam darbam ar vienlīdzīgu attieksmi pret visiem vecumiem, dzimumiem, lomām, pieredzēm un mākslas formām, caur spēlēšanu aktīvi izpētot nezināmo. Idejām ir vērtība. Mēs atvērsim rāmjus, aizmirsīsim ierobežojumus, apvienojot mākslas formas, un radīsim iedvesmu sevī un viens otrā.”

Šis misijas definējums kļuva par vadmotīvu, uz kuru atsaucāmies visa radošā procesa gaitā, lai vadītu gan māksliniekus, gan dalībniekus. Tas radīja nozīmīgu mijiedarbību starp profesionāliem māksliniekiem, kultūras vadītājiem, jauniešiem dalībniekiem un mākslas žanriem, tādējādi veicinot visaptverošu auditorijas attīstīšanu un reģionu iedzīvotāju iesaisti.



3.4. Mērķu saskaņošana ar misiju

Katram auditorijas attīstīšanas mērķim ir dabiski jāsakā ar organizācijas misiju un vīziju. Misijas definējums kalpo kā vadošs princips, kas nosaka mērķus un vērtības. Saskaņojot mērķus ar misiju, tiek panākts, ka auditorijas attīstīšanas iniciatīvas veicina ne vien skaitliskus panākumus, bet arī organizācijas plašāko kulturālo un sabiedrisko pienākumu izpildīšanu.



Mērķu noteikšanas procesā ir jāņem vērā vietējās kopienas specifika.



**VAI AUDITORIJA IR JŪSU MISIJAS, VĪZIJAS UN
UZDEVUMU CENTRĀ?**

**VAI TAS IR UZSKATĀMS VISĀ JŪSU ORGANIZĀCIJAS
DARBĪBĀ?**

KĀ TAS IETEKMĒ IZVĒLĒTĀS IESAISTES STRATĒGIJAS?

KO VĒLATIES, LAI AUDITORIJA DOMĀ, DARA VAI IZJŪT?



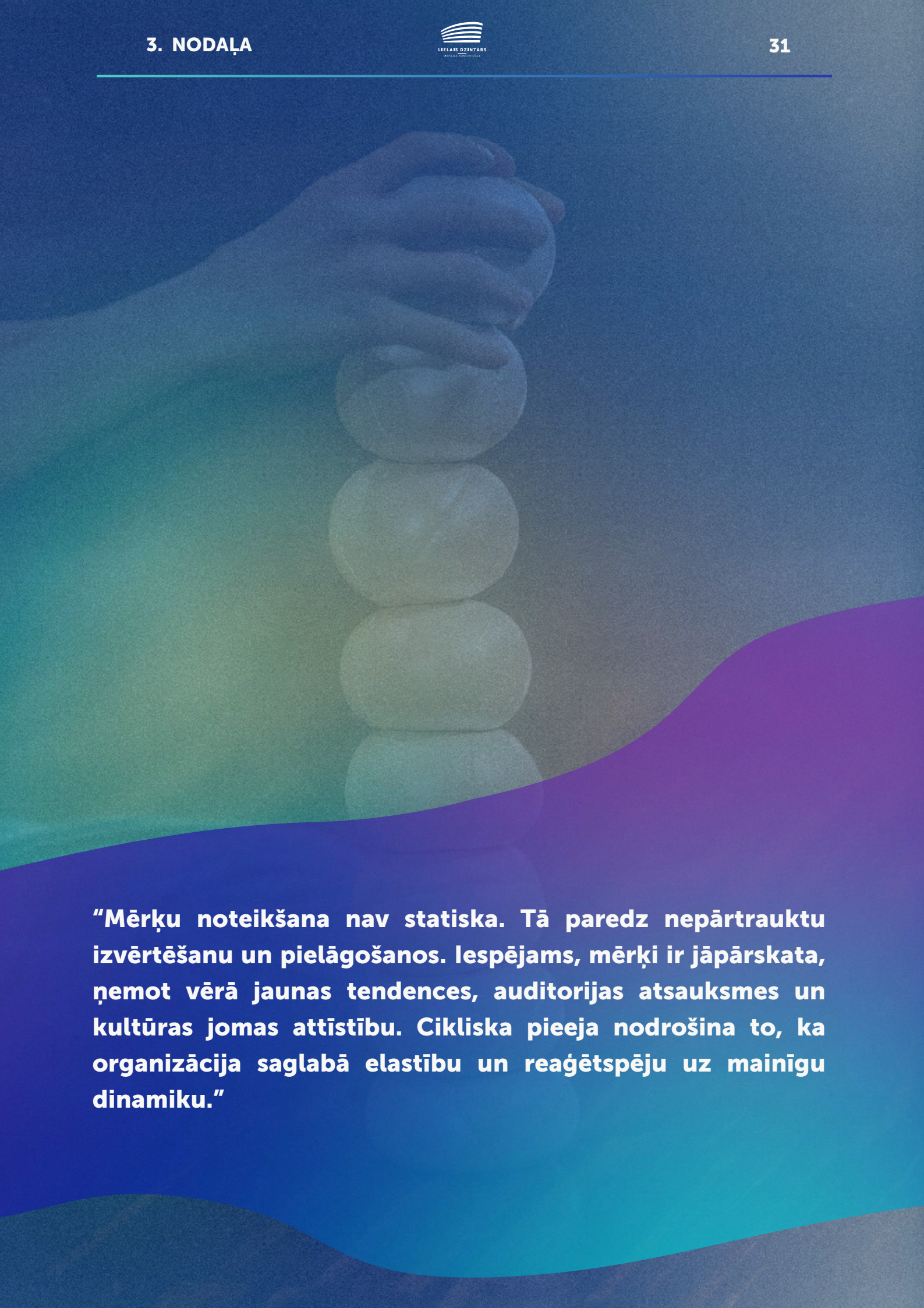
3.5. Ilgtermiņa vīzija

Auditorijas attīstīšanas darbības var paredzēt gan īstermiņa, gan ilgtermiņa ieguvumus. Īstermiņa ieguvumi bieži vien ir tūlītēji un pamanāmi, taču var prasīt lielus resursus un, iespējams, nevainagoties ar ilgstošiem panākumiem. Patiesie auditorijas attīstīšanas panākumi redzami ilgtermiņā, veidojot nozīmīgas attiecības un konsekventu darbību. Lai arī nepārtraukts jaunu auditoriju pieplūdums pats par sevi nav negatīvs, tas nedrīkst kļūt par auditorijas attīstīšanas darbību vienīgo fokusu. Tā vietā organizācijām ir jācenšas panākt līdzsvaru starp īstermiņa un ilgtermiņa mērķiem. Daži mērķi var būt finansiāli, taču lielākoties tie tādi nav.

Īstermiņa, vidēja termiņa un ilgtermiņa mērķu noteikšana apvienojumā ar apņemšanos regulāri pārskatīt un pielāgot rīcības plānu veido strukturētu un pielāgojamu panākumu plānu. Atsevišķi projekti jāskata īstermiņa vai vidēja termiņa mērķu ietvarā, bet tiem ir jāveicina organizācijas ilgtermiņa mērķu sasniegšana. Auditorijas attīstīšanas plāns ir kā dzīvs organisms – tam ir jāparedz arī elastība. To var panākt, regulāri pārskatot rīcības plānu. Šāda pārskatīšana ir noderīga neatkarīgi no tā, vai veidojat sarežģītu plānu lielai organizācijai vai vienkāršāku – mazākām organizācijām. Jūsu plāns tikai retos gadījumos var būt koncentrēts uz atsevišķiem projektiem. Atsevišķi projekti ir kopējā plānā iekļautas aktivitātes, kas veicina auditorijas attīstīšanas mērķu sasniegšanu.

Skaidru un misijā iekļautu uzdevumu noteikšana rada pamatu stratēģiskai un mērķtiecīgai auditorijas attīstīšanas pieejai. Šie uzdevumi kļūst par atskaites punktiem, pēc kuriem mērīt progresu, tādējādi vadot organizāciju uz enerģiskāku un iesaistītāku kultūras nākotni.

Izmantojamās stratēģijas ir Jūsu ziņā.



“Mērķu noteikšana nav statiska. Tā paredz nepārtrauktu izvērtēšanu un pielāgošanos. Iespējams, mērķi ir jāpārskata, ņemot vērā jaunas tendences, auditorijas atsauksmes un kultūras jomas attīstību. Cikliska pieeja nodrošina to, ka organizācija saglabā elastību un reaģētspēju uz mainīgu dinamiku.”

Tālāk norādītas dažas stratēģijas, kas tiek izmantotas attiecībā uz jauniešu auditoriju.

1. Digitālā iesaiste
Izmantojiet digitālās platformas kā spēcīgu stratēģiju jauniešu auditoriju sasniegšanai.

2. Izglītības un informatīvās programmas
Radiet spēcīgas izglītības un informatīvās programmas, kas agrā vecumā būtiski izkopj interesi par mākslu. Sadarbojieties ar skolām un kultūras iestādēm, lai sniegtu praktiskas pieredzes, rādītu skolēniem dažādas mākslas formas un veicinātu mīlestību pret radošumu visa mūža garumā.

3. Daudzveidīgas un iekļaujošas programmas
Atspoguļojiet jauniešu auditorijas daudzveidību, veidojot daudzveidīgas un iekļaujošas programmas. Pārstāvība mākslas un kultūras piedāvājumā palīdz radīt piederības un aktualitātes sajūtu.

4. Uz jauniešiem orientētas telpas
Veidojiet īpaši jauniešu auditorijai paredzētas telpas, lai vairotu iesaisti. Jauniešiem piemērotas galerijas, teātri vai radošie centri var kalpot kā draudzīga vide, kurā jaunieši var ērti izzināt un izpaust savas mākslinieciskās prasmes.

5. Pieejamība un piekļūstamība
Pārliecinieties, ka kultūras pieredzes ir pieejamas visām socioekonomiskajām grupām gan fiziski, gan cenas ziņā.

6. Jauniešu dalība programmu veidošanā
Ļaujiet jauniešiem aktīvi piedalīties programmu veidošanas procesā. Jauniešu iesaistīšana lēmumu pieņemšanā, organizēšanā un pat producēšanā veicina līdzatbildību un tādējādi dziļāku saikni ar mākslu.

**REĢIONĀLĀ BIBLIOTĒKA VĒLAS PIESAISTĪT VAIRĀK
PUŠAUDŽU UN JAUNIEŠU:**

**KAS NORĀDA UZ TO, KURŠ PAŠLAIK IZMANTO TELPU UN
RESURSUS?**

**KAS MUMS ZINĀMS PAR TO, KĀ DAŽĀDI SEGMENTI
MIJIEDARBOJAS AR BIBLIOTĒKU?**

**KĀDOS VEIDOS TELPU VAR PADARĪT PIEVILCĪGĀKU
JAUNĀKIEM CILVĒKIEM, VIENLAIKUS NEIZTRAUCĒJOT
PAMATAUDITORIJAS PIEREDZI?**

**VARAM EFEKTĪVI MEKLĒT IDEJAS TIKAI TAD, JA
SAPROTAM, KAS IR MŪSU PAŠREIZĒJĀ AUDITORIJA, UN
ESAM IDENTIFICĒJUŠI IZAUGSMES VAI PĀRMAIŅU
REĀLO POTENCIĀLU.**



3.6. Programmu un satura izstrāde

Daudzveidīgas un saistošas programmas veidošana ir auditorijas attīstīšanas pamatā. Daudzveidojot pasākumu piedāvājumu un iesaistot interaktīvus un izglītojošus elementus, organizācija var veicināt iesaisti un parādīt sevi kā kultūras centru ārpus tradicionālajām robežām.

ATCERĪETIES TO, KĀ ATŠĶIRĪGI AUDITORIJAS SEGMENTI MIJIEDARBOJAS AR NOTIKUMIEM UN KULTŪRAS PIEDĀVĀJUMU.

VAI PUSAUDŽI VĒLĒTOS APMEKLĒT VAIRĀK KLASISKĀS MŪZIKAS PASĀKUMU?

PADOMĀJIET PAR ŠO DEMOGRĀFISKO GRUPU UN TĀS PASAULES UZTVERI.

VAI PASĀKUMA MODELI VAR PIELĀGOT TĀ, LAI TAS BŪTU SAISTOŠĀKS, BET SAGLABĀTU MĀKSLINIECISKO VĒRTĪBU?



KONCERTZĀLE VĒLĒJĀS PIESAISTĪT VAIRĀK JAUNIEŠU (18–30 GADU VECUMĀ) AR KLASISKĀS MŪZIKAS PROGRAMMU.

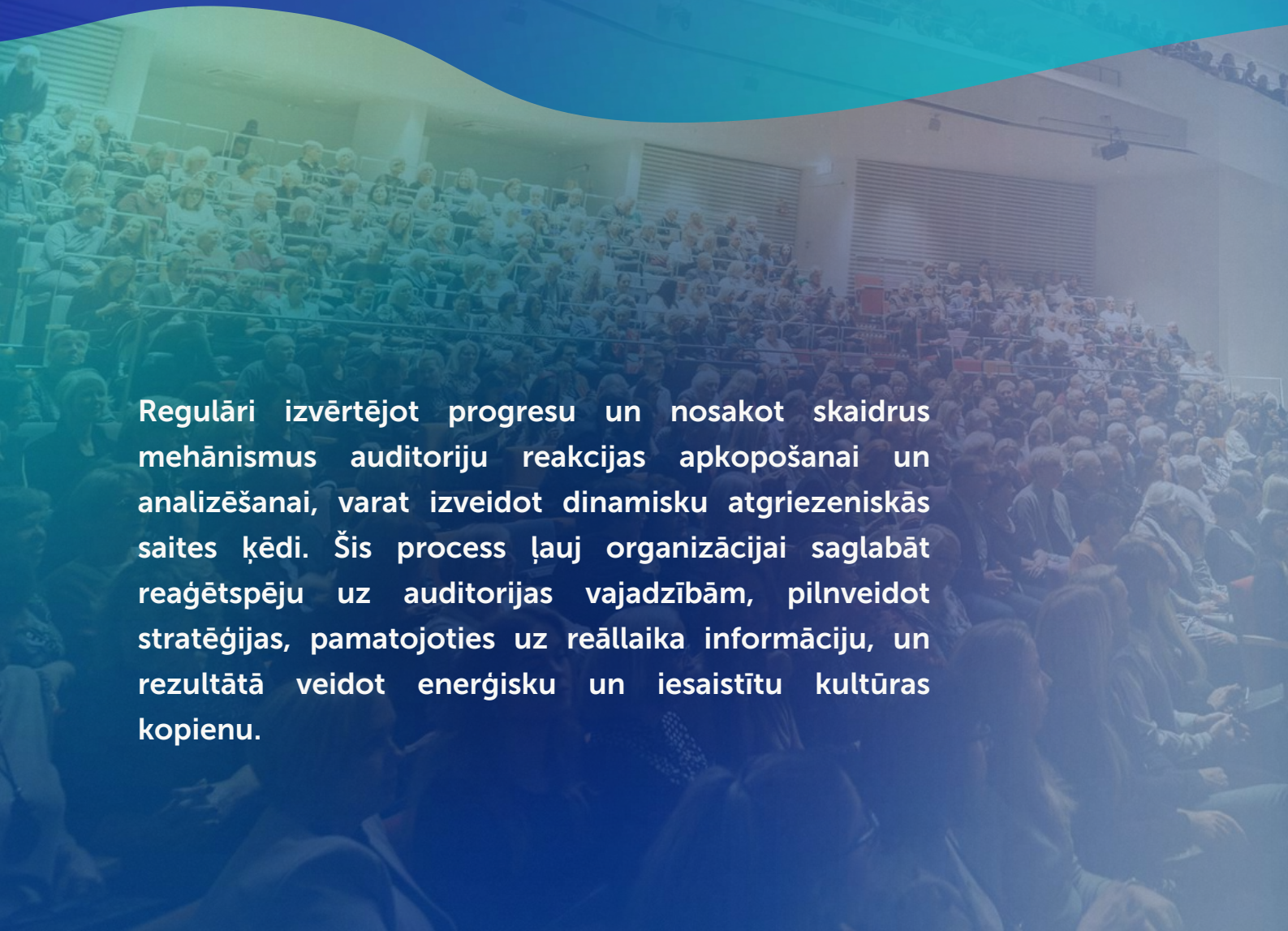
TIKA PIEŅEMTS LĒMUMS RADĪT MAZĀK FORMĀLU KONCERTA PIEREDZI, APVIEŅOJOT KOKTEILU VAKARU AR ĪSIEM KAMERANSAMBLĀ PRIEKŠNESUMIEM. TIKA RADĪTA DŽEZA KLUBAM LĪDZĪGA ATMOSFĒRA, TAČU SKANĒJA KLASISKA KAMERMŪZIKA. NEDAUDZ ATBRĪVOJOTIES NO “PROFESIONĀLAJĀM” NORMĀM, TIKA AICINĀTI DAŽĀDU VEIDU APMEKLĒTĀJI, LAI TIE VARĒTU PIEREDZĒT PASĀKUMU SEV ĒRTĀKĀ UN DABISKĀKĀ VEIDĀ. ŠIS IR PIEMĒRS TAM, KĀ VAR PIELĀGOT PIEDĀVĀJUMU. ŠĀDS PIEDĀVĀJUMS IR LABI PIEMĒROTS APMEKLĒTĀJIEM MILENIĀĻIEM.

KAS VARĒTU UZRUNĀT JAUNIEŠU AUDITORIJU?



3.7. Atgriezeniskā saite

“Ir svarīgi veicināt līdzatbildības un sadarbības sajūtu, iesaistot auditoriju organizācijas kultūras piedāvājuma veidošanā, taču jāpaļaujas arī uz savām zināšanām un mērķiem. Visas atsauksmes ir noderīgas, lai noteiktu auditorijas attieksmi, taču Jums ir jāizlemj, kuras atsauksmes attiecas uz Jūsu mērķiem. Nevienam nevar izdabāt visiem, un tas arī nav jādara. Šī lēmuma priekšā ir vērtīgi atcerēties savu skaidro misiju.”



Regulāri izvērtējot progresu un nosakot skaidrus mehānismus auditoriju reakcijas apkopošanai un analizēšanai, varat izveidot dinamisku atgriezeniskās saites ķēdi. Šis process ļauj organizācijai saglabāt reaģētspēju uz auditorijas vajadzībām, pilnveidot stratēģijas, pamatojoties uz reāllaika informāciju, un rezultātā veidot enerģisku un iesaistītu kultūras kopien.

Tālāk norādīti daži atgriezeniskās saites apkopošanas paņēmieni:

**AUDITORIJAS
APTAUJAS**

Veiciet regulāras auditorijas aptaujas, lai saņemtu atgriezenisko saiti par kopējo pieredzi, viedokli par programmu un apmierinātības līmeni. Analizējiet aptauju rezultātus, lai noteiktu stiprās puses un uzlabojumu iespējas.

**NOVĒRTĒJUMI PĒC
PASĀKUMIEM**

Veiciet novērtējumus pēc pasākumiem, lai uzreiz fiksētu apmeklētāju atsauksmes. Pievērsiet uzmanību tādiem aspektiem kā uzstāšanās kvalitāte, pieredze iestādē un auditorijas iesaistes līmeņa ietekme. Izmantojiet novērtējumus pēc pasākumiem, lai uzreiz pielāgotu procesā esošās iniciatīvas.

**SOCIĀLO TĪKLU
APSKATS**

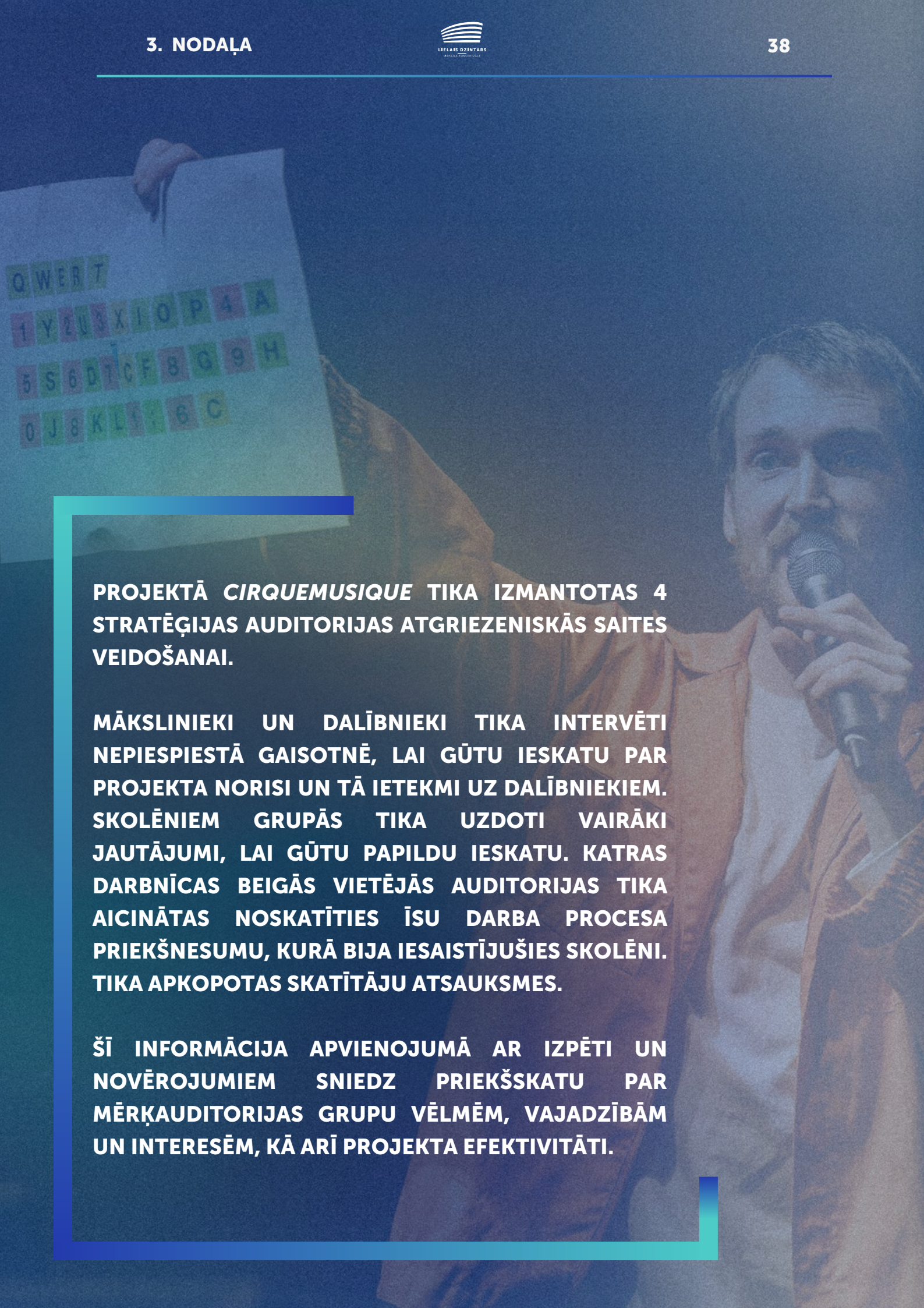
Sekoiet auditorijas viedokļiem, komentāriem un organizācijas pieminēšanai sociālo tīklu platformās. Izmantojiet sociālo tīklu apskata rīkus, lai apkopotu informāciju par auditorijas uztveri, interesēm un diskusijām. Aktīvi reaģējiet uz auditorijas atsauksmēm un iesaistieties tiešsaistes sarunās, lai veidotu pozitīvu kopienu internetā.

**NEPĀRTRAUKTS
DIALOGS AR
APMEKLĒTĀJIEM**

Aiciniet apmeklētājus dalīties ar ieteikumiem, idejām un arī bažām, kas saistītas ar to kultūras pieredzēm. Veiciniet līdzatbildības un sadarbības sajūtu, iesaistot auditoriju organizācijas kultūras piedāvājuma veidošanā.

**SALĪDZINĀŠANA AR
NOZARES
STANDARTIEM**

Salīdziniet organizācijas sniegumu ar nozares standartiem un paraugpraksēm. Esiet informēti par auditorijas attīstības stratēģijām, ko īsteno citas kultūras organizācijas un iestādes.



PROJEKTĀ *CIRQUEMUSIQUE* TIKA IZMANTOTAS 4 STRATĒGIJAS AUDITORIJAS ATGRIEZENISKĀS SAITES VEIDOŠANAI.

MĀKSLINIEKI UN DALĪBNIEKI TIKA INTERVĒTI NEPIESPIESTĀ GAISOTNĒ, LAI GŪTU IESKATU PAR PROJEKTA NORISI UN TĀ IETEKMI UZ DALĪBNIEKIEM. SKOLĒNIEM GRUPĀS TIKA UZDOTI VAIRĀKI JAUTĀJUMI, LAI GŪTU PAPILDU IESKATU. KATRAS DARBNĪCAS BEIGĀS VIETĒJĀS AUDITORIJAS TIKA AICINĀTAS NOSKATĪTIES ĪSU DARBA PROCESA PRIEKŠNESUMU, KURĀ BIJA IESAISTĪJUŠIES SKOLĒNI. TIKA APKOPOTAS SKATĪTĀJU ATSAUKSMES.

ŠĪ INFORMĀCIJA APVIENOJUMĀ AR IZPĒTI UN NOVĒROJUMIEM SNIEDZ PRIEKŠSKATU PAR MĒRĶAUDITORIJAS GRUPO VĒLMĒM, VAJADZĪBĀM UN INTERESĒM, KĀ ARĪ PROJEKTA EFEKTIVITĀTI.

4. KOPSAVILKUMS

Latvijas lauku un reģionu mākslas organizācijas atrodas kultūras bagātināšanās un kopienu iesaistes krustojumā. Šajā rokasgrāmatā sniegtie ieteikumi nav statistiski norādījumi, bet gan virziena norādes ilgstošam ceļam. Ir ieteicams pieņemt auditorijas attīstīšanas ilgtspējīgo un ciklisko raksturu.

Ilgtspēja, ko panāk ar kopienu integrāciju:

- Veiciniet dziļu kopienu integrāciju, salāgojot kultūras piedāvājumu ar iedzīvotāju un auditorijas segmentu mainīgajām vajadzībām un interesēm.
- Turpiniet attīstīt ilglaicīgas attiecības ar kopienu partneriem, uzņēmumiem un izglītības iestādēm, lai radītu visām pusēm labvēlīgu kultūras ekosistēmu.

Cikliska pielāgošanās kultūras tendencēm:

- Sekojiet jaunajām kultūras tendencēm, tehnoloģiskiem jauninājumiem un globālām pārmaiņām, kas ietekmē auditorijas rīcību.
- Pieņemiet ciklisku redzējumu, regulāri pārskatot un pielāgojot stratēģijas, lai sekotu kultūras inovācijām.

Nepārtrauktas pilnveides kultūras veicināšana:

- Organizācijā veiciniet tādu kultūru, kurā tiek novērtēta nepārtraukta pilnveide un mācīšanās.
- Motivējiet darbiniekus izteikt idejas, eksperimentēt ar novatoriskām pieejām un aktīvi piedalīties auditorijas attīstīšanas stratēģiju pilnveidošanā.

Reaģēšana uz auditorijas viedokli:

- Pievērsiet uzmanību reaģēšanai uz auditorijas viedokli – tas ir noderīgs līdzeklis iniciatīvu pilnveidošanai.
- Izveidojiet skaidrus komunikācijas kanālus, kas iedrošina un atzīst auditorijas viedokli, tādējādi veidojot līdzatbildības sajūtu kultūras pieredzē.

Lauku un reģionu mākslas organizācijas nav tikai priekšnesumu izrādīšanas vietas, bet gan dinamiski kultūras centri, kas aug kopā ar to kopienām. Skaidra auditorijas attīstīšanas plāna izveidošanai mākslas un kultūras organizācijām, jo īpaši tām, kas atrodas laukos un reģionos, ir nepieciešama stratēģiska pieeja jauniešu auditoriju iesaistei.

Misijā balstītas plānošanas ietvaros enerģiskas un līdzdalīgas jauniešu auditorijas stiprināšana dabiski saskan ar daudzu kultūras organizāciju pamata mērķiem. Īpaši nozīmīgas ir uz auditoriju orientētas misijas, kurās ir uzsvērtā iekļaušana, daudzveidība un pieejamība. Tas nozīmē atpazīt lauku un reģionu kopienu unikālo dinamiku, kurā ir ārkārtīgi svarīgi iekļaut uz jauniešiem vērstas pieejas.

MĒRĶTIECĪGI VEIDOJOT SAIKNI AR JAUNIEŠIEM, MĀKSLAS UN KULTŪRAS PROFESIONĀĻI NE VIEN VEICINA NĀKOTNES APMEKLĒTĀJU IZAUGSMI, BET ARĪ IZPILDA ORGANIZĀCIJAS MĒRĶI BAGĀTINĀT IEDZĪVOTĀJU DZĪVI AR MĀKSLAS PIEREDZĒM. MISIJĀ IEKĻAUJOT ORIENTĒŠANOS UZ JAUNIEŠU IESAISTĪŠANU, KULTŪRAS IESTĀDES PANĀK AKTUALITĀTI UN ILGTSPĒJU LAUKU UN REĢIONU KONTEKSTĀ, KAS ATBILST GAN ORGANIZĀCIJAS, GAN TĀS KOPIENAS AMBĪCIJĀM.

Paraugš: 10 punktu plāns jauniešu un pusaudžu auditoriju attīstībai mākslas un kultūras nozarē lauku reģionos:

1. Kopienas iesaistes un vajadzību novērtējums

Aktīvi sadarbojieties ar vietējo kopienu, lai izprastu tās unikālās vajadzības un intereses, tai skaitā pievēršot uzmanību vecāku iesaistes kritumam. Veiciet aptaujas, rīkojiet atklātās sanāksmes un sadarbojieties ar vietējām organizācijām, lai gūtu priekšstatu par vajadzībām.

2. Kultūras programma, kas pielāgota vietējām interesēm

Izstrādāji kultūras programmu, kas atbilst vietējās kopienas interesēm un tradīcijām, iekļaujot tradicionālos amatus, folkloras priekšnesumus vai sadarbību ar vietējiem māksliniekiem. Pievērsiet uzmanību potenciālai aktualitātes neesamībai jauniešu vidū.

3. Mobilās mākslas iniciatīvas

Īstenojiet mobilās mākslas iniciatīvas, lai pārvarētu ģeogrāfisko nepieejamību. Rīkojiet ceļojošās izstādes, priekšnesumus vai darbnīcas, lai sasniegtu dažādus reģionus.

4. Mākslas izglītība un darbnīcas

Dibiniet mākslas izglītības programmas un darbnīcas sadarbībā ar vietējām skolām, integrējot mācību programmā kultūras aktivitātes. Ņemiet vērā laika ierobežojumus un ekonomiskos šķēršļus, kas ir vecākiem un pusaudžiem.

5. Jauniešu vadīti projekti un pasākumi

Iedrošiniet jauniešus organizēt kultūras pasākumus un tajos piedalīties, ņemot vērā paaudžu atšķirības. Veidojiet platformas jauniešu vadītiem projektiem, ļaujot tiem rādīt talantus un izpaust radošumu.

6. Digitālās platformas un sociālie tīkli

Popularizēšanai un iesaistei izmantojiet digitālās platformas un sociālos tīklus. Izmantojiet virtuālās izstādes, priekšnesumu straumēšanu un sociālo tīklu kanālus, lai mazinātu fiziskā attāluma ietekmi uz dalību kultūrā.

7. Sadarbība ar vietējām iestādēm

Sadarbojieties ar vietējiem kopienu centriem, bibliotēkām un izglītības iestādēm, lai veidotu kultūras aktivitāšu tīklu. Koplietošanas telpas var kalpot kā centri kultūru apmaiņai un mācībām.

8. Pieejamība un piekļūstamība

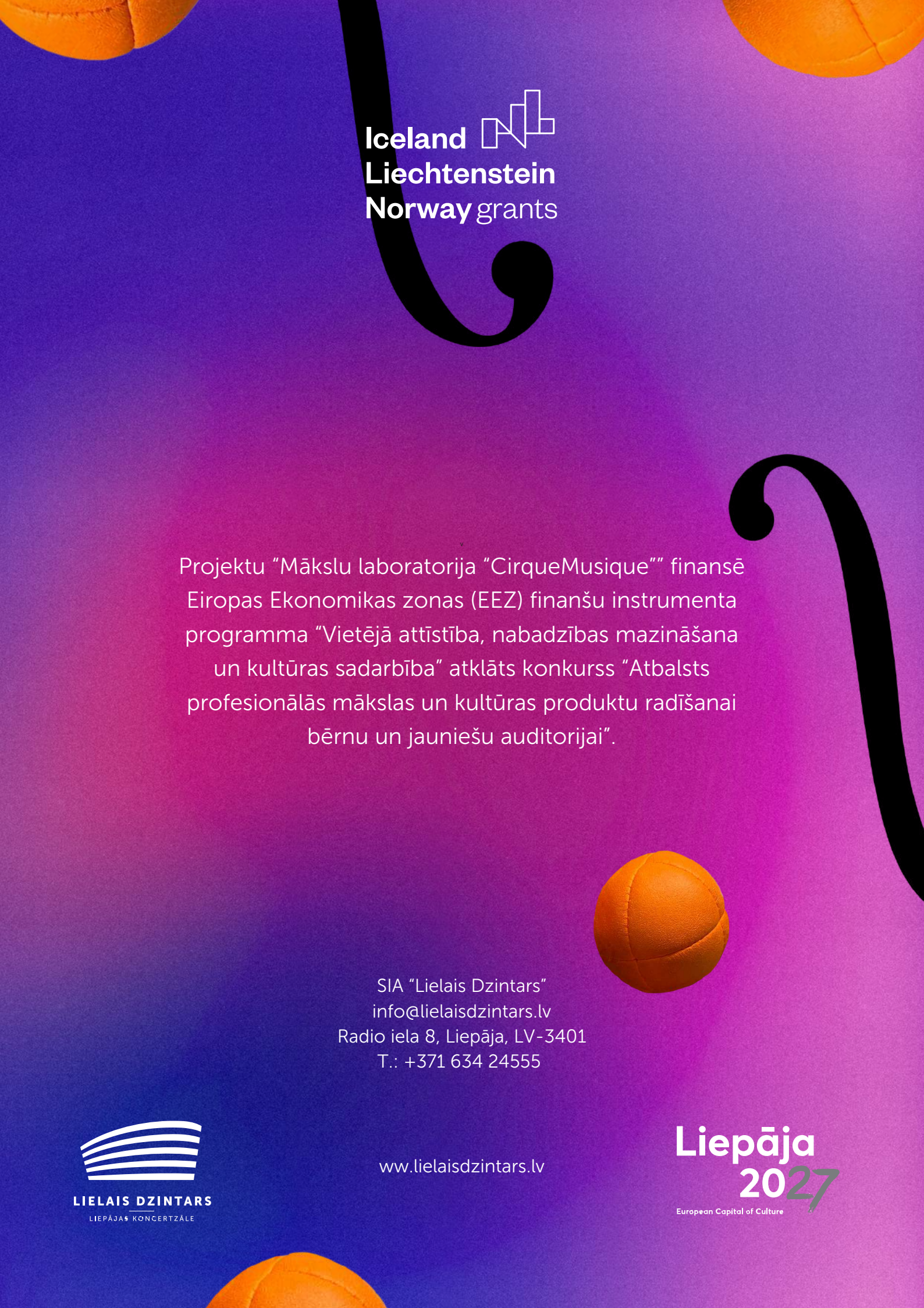
Gādājiet, lai kultūras pasākumi ir pieejami un piekļūstami, piedāvājot biļetes ar atlaidēm, bezmaksas pasākumus vai apsverot sponsoru atbalsta iespējas, lai mazinātu finansiālos šķēršļus. Ņemiet vērā vecāku un pusaudžu līdzekļu pieejamību.

9. Kultūras mentoru programmas

Veidojiet mentoru programmas, kurās jaunie talanti var satikties ar pieredzējušiem māksliniekiem. Šādas sadarbības jauniem māksliniekiem var veicināt pieredzes apmaiņu, iedvesmu un kopienas sajūtu.

10. Ilgtermiņa sadarbība ar kopienu

Uzturiet ilgtermiņa sadarbību ar vietējiem uzņēmumiem, valsts iestādēm un kopienas organizācijām. Iekļaujiet kultūras attīstību kopienas būtībā, lai panāktu ilgstošu ietekmi uz jauniešu un vecāku iesaisti.



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Projektu "Mākslu laboratorija "CirqueMusique"" finansē Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) finanšu instrumenta programma "Vietējā attīstība, nabadzības mazināšana un kultūras sadarbība" atklāts konkurss "Atbalsts profesionālās mākslas un kultūras produktu radīšanai bērnu un jauniešu auditorijai".

SIA "Lielais Dzintars"
info@lielaisdzintars.lv
Radio iela 8, Liepāja, LV-3401
T.: +371 634 24555