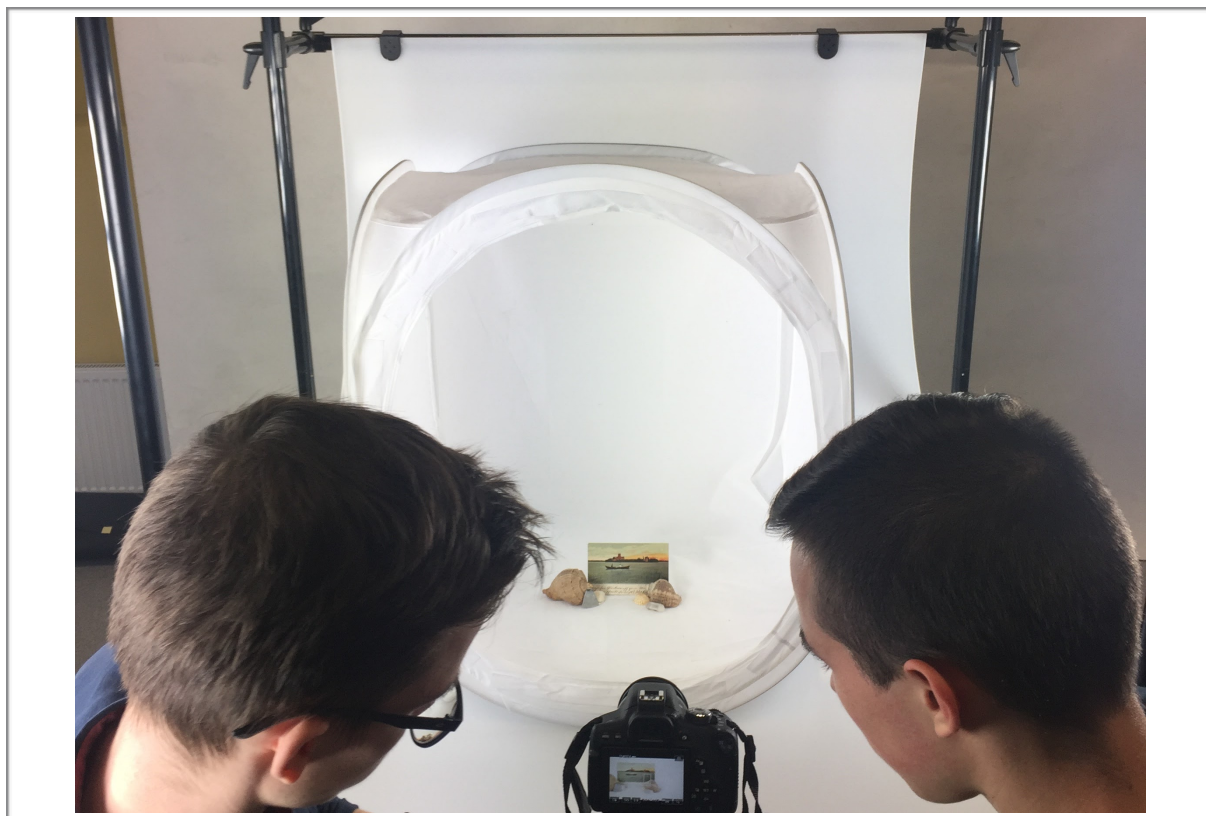




VILNIAUS APSKRITIES  
ADOMO MICKEVIČIAUS  
VIEŠOJI BIBLIOTEKA



# SKAITMENINIMAS JAUNUOLIO AKIMIS

Rekomendacijos skaitmeninio kultūros paveldo komunikacijai

Projektą dalinai finansuoja Lietuvos kultūros taryba ir Lietuvos kultūros ministerija



# Įvadas

Šios rekomendacijos buvo suformuotos pasitelkiant jau atliktų tyrimų medžiagą ir „Skaitmeninimas jaunuolio akimis“ projekto metu atliktomis veiklomis. Projekto metu vyko kūrybinės dirbtuvės su jaunuoliais (15 - 18 metų amžiaus), kurių metu profesionalūs tyrėjai fiksavo jų pasirinkimo priežastis, kūrybos metodus, preferencijas ir suinteresuotumą vienomis ar kitomis veiklomis, skaitmenizavimo būdais. Tai buvo atliekama pasitelkus etnografijos ir antropologijos metodus. Sujungus buvusių tyrimų medžiagą su projekto metu gautomis išvalgomis buvo suformuotos rekomendacijos, kurios, tikėtina, gali būti pirminiu įrankiu ateities projektuose bei veiklose, kurios apima jaunimo veiklas su kultūros paveldu.



# Metodas

*Stebėjimas.* Naujosios auditorijos – Z kartos - santykio su pasauliu būdas reikalauja ne tik inovatyvių įtraukimo į kultūros vartojimą, bet ir jos tyrimo būdų. Aiškinantis kaip komunikuoti šios kartos atstovams, nėra tikslinga naudoti universalių kiekybinių metodų, kuriais gali nepavykti užfiksuoti tikrųjų jų elgesio modelių, lūkesčių bei poreikių. Todėl, siekiant atrasti patraukliausius skaitmeninio kultūros paveldo pateikimo būdus, buvo taikomi kokybinio tyrimo metodai, kurie atitinka vaikų pasaulį ir dalyvavimo jame pobūdį. Norint išsiaiškinti platesnį Z kartos kontekstą, santykius ir sąryšius su skaitmeninio kultūros paveldo vartojimu, buvo pasitelkti **etnografinio ir antropologinio stebėjimo tyrimo metodai**, kurie įgalino dalyvauti natūralioje tiriamųjų aplinkoje jos nekeičiant. Tai leido identifikuoti vartotojų neverbalizuojamas (automatiniais įpročiais tapusias) elgsenas bei rinkti duomenis tikslinėse erdvėse – kūrybinėse kultūros paveldo skaitmeninimo dirbtuvėse, santykyje su skaitmeniniu kultūros paveldu.



Stebėjimas - tai pirminės socialinės informacijos rinkimo metodas, kai ji renkama tyrėjui tikslingai registruojant stebimus įvykius, reiškinius ir procesus, vykstančius natūraliomis sąlygomis. Stebėjimas yra mažiausiai įtakos aplinkai

darantis tyrimo metodas. Todėl gaunama informacija tiesiogiai atliepia tiriamųjų elgesį, svarbiausius sprendimo priėmimo veiksnius, aplinkos įtakos vietas t.y. stebimųjų žmonių pasaulis yra matomas tiesiogiai, toks koks yra. Stebėjimo metu galima registruoti faktus apie individo, grupės elgesį ir veiksmus, taip pat gaunama vertinga informacija apie tiriamojo reakcijas, emocijas, santykius su kitais individais ir su kultūros produktais bei paslaugomis. Stebėjimas pasirinktas kaip empirinės informacijos rinkimo būdas, leidžiantis fiksuoti natūraliomis sąlygomis esančią/atsirandančią informaciją, kuri naudojant kitus metodus (pvz., atliekant interviu) būtų užfiksuota mažiau tiksliai arba iš viso neužfiksuota.



# Tikslinė auditorija: kilpiškai mąstantis hyperaktyvus kūrėjas

Vadinamoji Z karta (skirtingose valstybėse jų amžiaus ribos interpretuojamos skirtingai, tačiau labiausiai paplitęs aiškinimas, jog jie gimę nuo 1996 m. iki dabar). Pastarosios kartos pasaulio suvokimas ir poreikiai skiriasi nuo statistinio kultūros vartotojo. Jie/jos yra būsimi kultūros vartotojai ir formuotojai. Interneto įsigalėjimas, technologijų pažanga ir dalinimosi ekonomika šiai kartai suteikė visiškai kitokią sąlytį su pasauliu. Remiantis buvusiais tyrimais ir stebėjimo metu užfiksuotos savybės:

- kilpinis mąstymo būdas, kai pasirenkamas dėmesio objektas ir juo domimasi ne sistemiškai, bet pripuolamai;
- hyperaktyvumas, kai itin sunku sukaupti dėmesį į vieną temą ar objektą;
- unikalus kūrybiškumas, kai kuriant naujus objektus pasitelkiami tiek virtualūs, tiek fiziniai elementai;
- globalumas, kai mąstoma ne lokaliomis, bet pasaulinėmis kategorijomis;
- skaitmeninis būvimas, kai visa informacija nuolat komunikuojama skaitmeniniu pavidalu - yra tik keletas iš jų.

Ši *'post-internetinė'* karta ne tik vartoja pramogas ir kultūrą, bet nori ją kartu kurti ir formuoti. Naujosios kartos tyrinėtojas G. Falschlehneris šiuos mąstymo pokyčius prilygina revoliucijai, panašiai į tą, kai klajoklinį žmogaus gyvenimą pakeitė sėslusis. Nieko nuostabaus, jog kartoms, kurios pasaulį aiškina per klasikinio rašto perspektyvą, sunku susikalbėti su naujaisiais skaitmeniniais čiabuviais. Nereiktų pamiršti, kad ši karta auga su visiškai kitomis medijomis, o

pastarosios turi didžiulę įtaką tiek individui, tiek visuomenei, kaip kad pastebėjo M. McLuhan „Bet kurios medijos ar technologijos „pranešimas“ yra masto, greičio ar struktūros pokytis, kurį ji padaro žmonių veikloje“. Todėl tik nauji kalbėjimo būdai užtikrins, jog kultūrinės vertybės nebus atmetos, o perduotos ir naudojamos ateities kartų. Vis dėlto dauguma kultūros įstaigų, komunikuodamos apie skaitmeninį kultūros paveldą, taiko naujajai kartai nepriimtina kalbą. Dažna klaida yra bandymas skaitmeninti paslaugas primityviai primetant įmantrią formą. Pati paslauga, o ne tik jos pateikimas, turi atliepti naujosios kartos kultūrinius įpročius.



Tai ypač aktualu bibliotekoms - įstaigoms, puoselėjančioms visapusišką asmenybės tobulėjimą ir gebėjimų lavinimą. Kaip teigiama Lietuvos bibliotekų tinklo optimizavimo galimybių studijoje (LiBiTOP, 2014 m.), biblioteka yra bazinė kūrybingos visuomenės institucija, suteikianti visuomenės nariams prieigą prie mokslo ir meno kūrinių įvairovės ir veikianti kaip atsvara komercinei pasiūlai. Biblioteka yra daugiau, nei knygos, tai - visas knygų turinys. Ji vykdo

šviečiamąją, kultūrinę, bendruomenių aktyvumo, socialinių saitų ir kt. stiprinimo veiklą, tad čia itin aktuali tampa ir jos skaitmeninio kultūros paveldo sklaida jaunajai kartai. Biblioteka žmogaus gyvenime dažnai yra pirmosios durys į kultūrą. Pirmasis savarankiškas santykis su kultūra įvyksta būtent bibliotekoje, kur galima pačiam (-ai) pasirinkti dominantį objektą. Pirmoji patirtis daro įtaką tolimesniems vartojimo įpročiams, tad būtina užtikrinti, jog ji būtų teigiama. Deja, dažnai būtent bibliotekos, kurios pirmosios turėtų rasti teisingiausią būdą kalbėtis su jaunaisiais savo lankytojais, vis dar pasilieka prie ankstesniųjų kartų įpročių. Bibliotekų vaidmuo apibūdinamas labai siaurai sutelkiant dėmesį į skaitytojų aprūpinimo informacija veiklą. Tuo tarpu ar biblioteka ateityje išliks aktuali kultūros židiniu, priklauso nuo to, ar sugebės užmegzti pokalbį su augančiu vartotoju.



# Skaitmeninis pasakojimas kaip būdas komunikuoti

Pristatant skaitmenines kultūros paveldo vertybes ir siekiant padidinti žinomumą ir susidomėjimą kolekcijomis, daug galimybių suteikia naujų technologijų panaudojimas (pvz., skaitmeninės medijos ir socialiniai tinklai). Nors naujų skaitmeninių technologijų panaudojimas yra itin patrauklus naujajai kartai, tokių pažangių IRT sprendimų, kaip pavyzdžiui, interaktyvios internetinės ar mobiliosios svetainės, mobiliosios programėlės, daugialypės terpės instaliacijos, virtualios ar papildytos realybės sprendimai, kūrimas ir diegimas reikalauja daug lėšų ir žmogiškųjų išteklių. Kitas, priimtinesnis kelias, nereikalaujantis tokių didelių investicijų, tačiau atliepiantis esminius Z kartos informacijos priėmimo principus, būtų viešinimo sistema, kai **daugiausia dėmesio skiriama lankytojų patirčiai, o ne pačiai technologijai.**





Jaunesniosios kartos atstovai gyvenimą ir meną patiria labai skirtingai nei jų tėvai, tad jie nori tikrų istorijų apie žmones už kultūros paveldo istorinių relikvijų. Pristatymas pasakojant istoriją padės jaunajam lankytojiui interpretuoti skaitmenines paveldo vertybes menininko ar jo gyvenimo kontekste, kuriame sukurtas meno kūrinys. Lankytojai taip turi galėti papasakoti savo istorijas, susikurti ryšius tarp meno kūrinį ir jų kasdienybės, žinių ir interesų.

Nors žinoma, jog Z karta yra vadinamieji skaitmeniniai čiabuviai, ši tendencija prasidėjo dar su ankstesne – tūkstantmečio – karta. Tačiau naujosios kartos skaitmeniniai įpročiai jau gerokai skiriasi nuo jų pirmtakų. Pavyzdžiui, jie daug labiau linkę naudotis mobiliaisiais įrenginiais, nei kompiuteriais: Z kartos atstovai vidutiniškai naudoja savo išmaniuosius telefonus 15,4 valandos per savaitę, ir tai yra jų mėgstamiausias įrenginys. Jie taip pat renkasi kitus socialinių medijų tinklus ir net 41% naudoja reklamą blokuojančias programas, į ką labai svarbu atkreipti dėmesį, pasirenkant komunikacijos kanalus.



# Skaitmeninimas jaunuolio akimis: atspirties taškai

Skaitmeninimas yra būdas pateikti tą pačią informaciją naujai - perkelti objektą į kitą formą. Senosios kartos atstovams (vyresniems nei Z karta) tai yra efektyvumo klausimas. Jiems/-oms šis procesas suprantamas kaip patogesnis ir greitesnis būdas naudotis informacija: pasiekiamumas iš bet kur, galimybė paprasčiau modifikuoti ir pan. Tačiau tyrimo tikslinės auditorijos atstovams tai yra aiškiausiai suprantama informacijos forma, o ne patogumas. Skaitmeninimo procesas jaunuolių (Z kartos) auditorijai yra tam tikras kitos kalbos kūrimas:



- informacijos pateikimas vizualus ir išdėstytas plokštumoje (ne linijiniu būdu kaip raštas);
- maksimaliai suteikti galimybę informaciją perkurti, modifikuoti, naudoti įvairiais tikslais;
- sužaidybinti procesus suteikiant giriančius apdovanojimus;
- jungti lokalią informaciją su globaliu kontekstu;

- diegiant naujoves ir skaitmeninant informaciją galvoti apie visą vartotojo patirties procesą, ne tik technologijos suteikiamą efektyvumą (pvz.: ramianti arbata po pirmos aktyvios patirties su VR įrenginiu);
- suteikti galimybę naudotis informacija paprastai ir patogiai mobiliųjų įrenginių pagalba;
- sieti pateikiamus objektus į vientisą istoriją, naudojant aktualius šiuolaikinius elementus.