



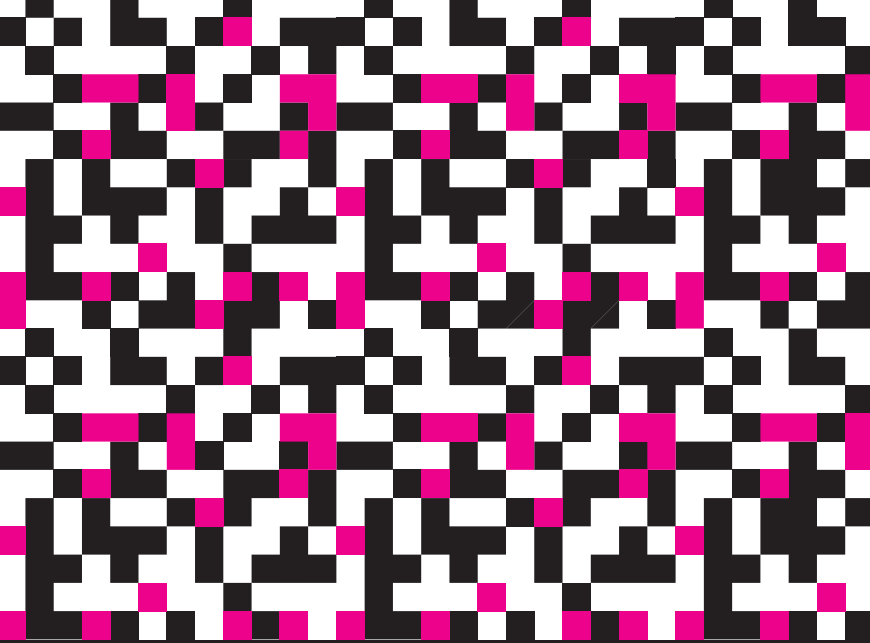
Ewa Korzeniowska
Grzegorz Ptaszek

Kompetencje cyfrowe w instytucjach kultury

REGION

ROZWÓJ

REFLEKSJA



Ewa Korzeniowska
Grzegorz Ptaszek

Kompetencje cyfrowe w instytucjach kultury



Wstęp

Kompetencje cyfrowe są dziś immanentną częścią kompetencji społecznych i kulturowych. Rośnie bowiem potrzeba oferowania i odbierania rozmaitych treści i działań za pośrednictwem internetu. Z tych powodów edukacja medialna i cyfrowa to istotny temat dla instytucji kultury. Przykładowo Małopolski Instytut Kultury w Krakowie realizuje projekt „Wirtualne Muzea Małopolski”, w ramach którego prowadzi internetowy portal o dziedzictwie i zabytkach Małopolski (muzea.malopolska.pl). Można tam znaleźć nie tylko zdigitalizowane eksponaty muzealne, ale także rozmaite zagadnienia kulturowe omówione przez ekspertów ze świata nauki, kultury i sztuki oraz materiały edukacyjne (ćwiczenia, scenariusze lekcji, filmy z gatunku „Zrób to sam”). MIK realizuje również program rozwoju edukacji kulturowej pn. „Bardzo Młoda Kultura”, którego celem jest rozwój kompetencji kulturowych oraz społecznych dzieci i młodzieży, w tym kompetencji medialnych i cyfrowych. Pierwszy z tych programów jest w całości dostępny online i daje możliwość indywidualnej nawigacji po zamieszczonych na

stronie treściach, drugi w przeważającej części oparty jest na bezpośrednich relacjach, jednak oba są nastawione na rozwijanie kompetencji cyfrowych dzieci i młodzieży w zmediatyzowanym świecie.

Instytucje kultury, podobnie jak instytucje edukacyjne, przechodzą obecnie proces „akceptacji” kultury cyfrowej, zapośredniczonego przez media wirtualne uczestnictwa w kulturze i implementacji tych działań do własnego programu. Proces ten wiąże się z „oddzielaniem się” tematu złej, uzależniającej, osamotniającej aktywności przez ekrany („marnotrawienie czasu” w internecie, „marnotrawienie czasu” na gry, uzależnienie od mediów społecznościowych itp.) od tematu kultury cyfrowej jako pełnoprawnej i znaczącej formy partycypacji w kulturze. W naturalny sposób to, co było nieuznawane i marginalne, staje się obecnie powszechnym elementem działalności kulturalnej. Internet, smartfony, media strumieniowe czy gry wideo przestają być traktowane jako zagrożenie cywilizacyjne czy źródło uzależnień, a stają się nieodłączną częścią naszego życia i źródłem różnych aktywności.

Rola instytucji kultury jest silnie powiązana z dwiema kategoriami porządkującymi pole ich działalności: **uczestnictwem w kulturze** oraz **upowszechnianiem kultury**. Jeśli chodzi o uczestnictwo w kulturze, instytucje kultury pełnią funkcję mediatora w ramach różnych społecznie ukonstytuowanych scen i praktyk kulturowych¹. Natomiast w przypadku upowszechniania kultury odgrywają one rolę zasobnika kultury i tworzą własną ofertę kulturalną. W zależności od tego, które pole działalności ma większe znaczenie dla misji/wizji danej instytucji kultury, różne mogą być podejścia do edukacji medialnej/cyfrowej. Może dominować podejście,

zgodnie z którym akcentuje się kształtowanie kompetencji związanych z formalnym uczestnictwem w kulturze, czyli popularyzacja kultury (może to być edukacja w zakresie odbioru lub tworzenia kultury, w tym kultury cyfrowej). Może też dominować podejście związane z samym uczestnictwem w kulturze (ta edukacja będzie bardziej nastawiona na konstruowanie społecznych procesów kulturowych, w tym zapośredniczonych przez media wirtualne)². Obie koncepcje współistnieją w obszarze kultury i można zauważyć swego rodzaju grę między tymi sposobami prowadzenia działalności kulturalnej.

Partycypacja w kulturze poprzez uczestnictwo w ofercie przygotowanej przez instytucje kultury jest autonomiczną decyzją uczestników i uczestniczek; wynika z chęci i/lub możliwości uczestniczenia w ich działaniach³. Aktywności w instytucjach kultury w żadnej części nie są powiązane z formalną edukacją czy egzekwowanym obowiązkiem. Instytucje kultury nie są też zobligowane do prowadzenia działalności dla wszystkich. Opracowują różne strategie budowania publiczności/społeczności. Często koncentrują się na wybranych segmentach odbiorców⁴, na przykład na dzieciach, seniorach, osobach o wysokich kompetencjach kulturowych. Czasem koncentrują się na organizacji własnej sceny kulturowej i głębokim zaangażowaniu wybranej, małej grupy uczestników/społeczników. Niektóre instytucje kultury wychodzą z działaniami poza własne mury i koncentrują się na aktywnościach wspólnotowych (rocznice, jarmarki, festyny, festiwale). Nie ma w tej kwestii żadnych z góry narzuconych rozwiązań.

Oczywiście strategii działania może być więcej, a wszystkie one mają ogromny wpływ na możliwość realizacji działań

instytucji kultury w obszarze edukacji medialnej i cyfrowej. W sektorze kultury nie ma podstawy programowej, która nakłada obowiązek realizacji określonych treści. Działalność instytucji kultury może być realizowana albo incydentalnie – organizacja imprez z publicznością – albo procesualnie: organizacja stałych, cyklicznych, projektowych działań i przedsięwzięć z uczestni(cz)kami, partner(k)ami. Przykładem takich działań może być z jednej strony lokalne muzeum oferujące świetną wystawę, ale skierowaną do turystów, czyli jednorazowych klientów. Z drugiej strony – lokalne muzeum, które działa w modelu archiwum społecznego i współpracuje na stałe z grupą wolontariuszy/ badaczy społecznych współtworzących na przykład cyfrowy portal wiedzy o lokalnym dziedzictwie. Instytucje kultury kierują się w swojej działalności bardzo złożonymi strategiami i wizjami własnego funkcjonowania, a przez to są bardzo zróżnicowane – zarówno między sobą, jak i wewnątrz organizacji (w przypadku dużych instytucji).

Warto podkreślić, że dla instytucji kultury ważna jest idea edukacji przez całe życie, między innymi ze względu na bardzo rozbudowaną ofertę w zakresie edukacji nieformalnej i pozaformalnej. Pionierami na tym polu były biblioteki publiczne, dzięki Programowi Rozwoju Bibliotek, który był pierwszym w Polsce tak rozbudowanym strategicznym programem nastawionym na transformację sektora kultury⁵. Dzięki temu zyskały one kompetencje i zasoby do prowadzenia szeroko zakrojonej nieformalnej i pozaformalnej edukacji medialnej i cyfrowej, która stanowiła uzupełnienie działań podejmowanych w ramach edukacji szkolnej. Inne instytucje kultury przechodzą podobny proces – na przykład domy kultury w obszarze edukacji kulturowej, muzea w ob-

szarze interpretacji dziedzictwa, instytucje sztuki w zakresie edukacji kreatywnej – który został nazwany „zwrotem edukacyjnym w kulturze”⁶.

Instytucje kultury prowadzą swoją działalność przede wszystkim w obszarze dziedzictwa, sztuki, inicjatyw lokalnych, projektów międzypokoleniowych, animacji społecznej. Działają w partnerstwach z innymi organizacjami i tworzą bogate, różnorodne środowisko edukacyjne, które ułatwia nabywanie nowych kompetencji⁷. Obecnie wyzwaniem dla instytucji kultury jest wykazanie się osiągnięciami w tym zakresie, ponieważ wciąż brakuje narzędzi do walidacji nieformalnej i pozaformalnej działalności edukacyjnej (na przykład poprzez elektroniczne plakietki). Działalność instytucji kultury zawężana jest często do aktywności związanych z rozwojem kreatywności i krytycznego myślenia, podczas gdy organizacje te tworzą ekosystem dla rozwoju bardzo różnych kompetencji⁸.

Instytucje kultury wciąż jeszcze w zbyt małym zakresie wspierają rozwój swoich kadr – szczególnie w obszarze prowadzenia działań animacyjnych, edukacyjnych, pedagogicznych, trenerskich czy szkoleniowych, czyli tych skoncentrowanych na edukacji dla kompetencji⁹. Dominuje pogląd, że potrzebne są profesjonalne kwalifikacje w obszarach związanych z upowszechnianiem kultury i profesjonalizacją w zarządzaniu. Obecnie można wskazać dwa dominujące kierunki rozwoju kompetencji kadr kultury w kontekście edukacji medialnej i cyfrowej:

1. edukacja w zakresie działań kulturalnych zapośredniczonych medialnie/wirtualnie; najpopularniejsze tematy to: produkcja treści cyfrowych, prawo autorskie w sieci, budowanie publiczności w sieci, modele

prowadzenia działalności kulturalnej w sieci, RODO w sieci, zarządzanie instytucją zdalnie i praca zdalna w kulturze;

2. rozwój zdolności do działania w obszarze współczesnego państwa podlegającego transformacji cyfrowej i społeczeństwa informacyjnego; wzrost znaczenia nowych technologii, mediów, internetu zmienił model działania w kulturze na bardziej cyfrowy i zmediatyzowany.

Oba kierunki można powiązać z technokratyczną ideą dostosowywania się do świata nowych technologii. Ale z obszaru zainteresowań instytucji kultury nie zniknęły cele społeczne i zadania związane z budową kapitału symbolicznego, społecznego i kulturowego, twórczością, sztuką, rozwojem praktyk kulturowych, wspieraniem aktywności społeczno-kulturowej, budowaniem bezpośrednich relacji między uczestni(cz)kami kultury. Wciąż więc kultura cyfrowa i media bywają rozpatrywane jako zagrożenie, jako rzeczywistość odcinająca tlen kulturze¹⁰, a nie jako element świata, w którym żyjemy.

Warto zatem zastanawiać się nad kwestią kultury cyfrowej (nurt przemian kultury i uczestnictwa w kulturze) oraz kwestią cyfrowej instytucji/organizacji (nurt cyfrowej transformacji organizacji). Nie ma przy tym obecnie jasności, jak ta transformacja odnosi się do włączenia edukacji medialnej i cyfrowej w obszar aktywności w ramach kultury zinstytucjonalizowanej. Jeśli instytucje kultury mają działać jako cyfrowe platformy, na których ludzie tworzący określoną zbiorowość mogą się spotkać, zobaczyć siebie nawzajem, skonfrontować własną różnorodność, określić możliwe pola kooperacji i podejmować wspólnie działania, których owocem

będą solidarność i zaufanie¹¹ – to potrzebny jest odpowiedni model edukacji medialnej i cyfrowej zaimplementowany przez instytucje kultury. Jest to ważne przede wszystkim dlatego, że potrzebna jest nowa rola instytucji kultury dla komunikacji społecznej i budowania relacji społecznych. Instytucje kultury mogą przecież z powodzeniem funkcjonować jako lokalne czy krajowe think tanki – miejsca, w których wypracowuje się nowe idee, a wartości przekuwa w konkretne projekty¹². Edukacja medialna i cyfrowa nastawiona na kształtowanie określonych kompetencji cyfrowych może okazać się w tym nie tyle pomocna, co niezbędna.

Piotr Knaś,
Małopolski Instytut Kultury w Krakowie

**FUNKCJO-
NOWANIE
INSTYTUCJI
KULTURY
W ŚRODOWISKU
CYFROWYM**

Upowszechnianie się nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych i mediów cyfrowych pociągnęło za sobą rozmaite zmiany społeczne i kulturowe. Zmieniły się nie tylko wzorce komunikowania, relacje społeczne czy sposób konsumpcji treści i wytworów kulturowych dostępnych w każdym miejscu i czasie, lecz także praktyki społeczne rozumiane jako określone działania podejmowane i realizowane w tej sferze. Demokratyzacja zapośredniczonej przez internet przestrzeni komunikacyjnej sprawiła, że dzielenie się wiedzą i doświadczeniem w ramach społeczności sieciowej stało się możliwe pomiędzy wszystkimi jej uczestnikami. Elitarność wiedzy została wyparta przez egalitarność dostępu. Rozmaite treści cyfrowe stały się dostępne na wyciągnięcie ręki. Coraz łatwiej nam korzystać z bogatych zasobów instytucji kultury w Polsce i za granicą. Nie trzeba jechać do Luwru czy Tate Modern w Londynie, żeby zobaczyć najwspanialsze dzieła sztuki, ani przesiadywać w archiwach bibliotek, żeby móc obcować z dostępnymi dotychczas tylko dla nielicznych unikalnymi drukami. Z jednej strony taka forma doświadczenia

kultury wiąże się z innym jej przeżywaniem, z drugiej otwiera przed odbiorcą nowe pola możliwości jej wykorzystywania.

Różne funkcje instytucji kultury przenoszone są do sieci, gdzie tworzą równoległą rzeczywistość doświadczenia i kontaktu z kulturą. Wbrew przewidywaniom sceptyków cyfryzacja instytucji kultury nie spowodowała ucieczki odbiorców z siedzib muzeów czy galerii. Wręcz przeciwnie: strategicznie i refleksyjnie prowadzona polityka na przykład udostępniania zbiorów w internecie może pomóc instytucji w pozyskaniu nowych odbiorców i zaproszeniu ich do aktywności na nowych polach, do których nie mieli wcześniej dostępu. Platformy takie jak Europeana czy Polona, które gromadzą olbrzymie zbiory cyfrowe i udostępniają je odbiorcom do wykorzystania w szkole, na uczelni, w projektach artystycznych, badawczych czy komercyjnych, nie tylko przyczyniają się do tego, że wiemy więcej o istnieniu instytucji kultury, ale także poszerzają zakres myślenia na temat wykorzystania zbiorów w nowych formach, często wcześniej nieznanych lub mało popularnych. Otwierają pole do twórczego ich przekształcania, reinterpretowania, poszukiwania różnic i podobieństw, a także nauki poprzez zabawę i współpracę.

Cyfryzacja instytucji kultury, trwająca już od kilkunastu lat, to jednak nie tylko szanse i możliwości, ale także wyzwania, zwłaszcza dla instytucji, które nie dysponują dużym budżetem i zespołem dobrze przygotowanym do tego zadania. Duża część instytucji w Polsce to instytucje niewielkie, mieszczące się poza dużymi miastami, prowadzone przez samorządy, organizacje pozarządowe czy osoby prywatne. Należy zatem pamiętać, że to, co może wydawać się relatywnie proste do przeprowadzenia w dużych ośrodkach, w gminnym domu kultury może okazać się zupełnie niemożliwe.

Myśląc o kompetencjach cyfrowych w instytucjach kultury, musimy brać pod uwagę potrzeby i różnorodność tych instytucji z uwzględnieniem całego kontekstu ich funkcjonowania: społecznego, finansowego i przestrzennego. Stopień zaawansowania poszczególnych instytucji w tym zakresie jest różny. Chodzi tu nie tylko o odpowiednią infrastrukturę (na przykład szerokopasmowe łącze internetowe), lecz także właściwe przygotowanie kadr do prowadzenia działań skoncentrowanych na kształtowaniu kompetencji cyfrowych, w tym rozumienie roli kultury i jej doświadczania w cyfrowym świecie. Ponadto tworząc ofertę instytucji, musimy pamiętać o odbiorcach. Świadomość wykluczenia cyfrowego i zróżnicowania ich kompetencji powinna wpływać na to, w jaki sposób angażujemy osoby, które odwiedzają instytucje kultury online, zwłaszcza kiedy planujemy działania w takiej formie (por. działania w ramach programu „Kultura w sieci”).

W niniejszej publikacji chcemy pokazać, na jakich polach działania kompetencje cyfrowe są niezbędne we współczesnych instytucjach kultury i w jaki sposób należy z nich korzystać, zwłaszcza w obszarze angażowania odbiorców w proces uczestnictwa. Choć niniejsza publikacja powstaje w czasie pandemii COVID-19, która zmieniła diametralnie sposób funkcjonowania instytucji kultury oraz ich pracowników i odbiorców, to mamy nadzieję, że zawarte w niej wskazówki okażą się przydatne również w okresie postpandemicznym.

**ROLA
INSTYTUCJI
KULTURY**

Żyjemy w systemie gospodarczym i politycznym, który fetyszyzuje produktywność, wydajność, dążenie do zysku. Wszystkie sektory gospodarki, w tym kultura, podlegają tym prawom i muszą się mierzyć z narzuconymi oczekiwaniami. Jednak doświadczenia historyczne Polski i jej transformacja systemowa z końca lat 80. spowodowały, że logika późnego kapitalizmu nie zadomowiła się w sektorze kultury tak, jak chociażby w przemyśle. Kultura i jej instytucje pozostają, przynajmniej częściowo, przestrzeniami realizacji pasji i własnych zainteresowań pracowników, a także pomagają kształtować i wypełniać cele społeczne i wspólnotowe. Marek Krajewski w publikacji *Po co nam instytucje kultury?* komentuje to tak: „Praca w kulturze nie jest dochodowa, ale sprzyja samorealizacji, daje możliwość zajmowania się tym, co się kocha, i jest uważana za zajęcie dające poczucie sensu. Jest nie tylko zawodem, ale również powołaniem. Wykonywać tę pracę może prawie każdy, ale nie każdy może wykonywać ją dobrze – potrzebne jest serce, cierpliwość, odnajdywanie się w służeniu innym i przekonanie, że robi się

rzeczy istotne. Praca w instytucjach kultury często wiąże się z doświadczeniem bezradności, niemocy, wracania wciąż na początek drogi, ale również często jest źródłem satysfakcji, radości i spełnienia”¹³. Warto jednak pamiętać, że owo powołanie w naszej rzeczywistości objawia się w postaci bardzo realnych strukturalnych problemów, które dotyczą pracowników i pracowniczek: prekaryzacji pracy, niskich płac i związanej z nimi feminizacji zatrudnienia. Te strukturalne przeszkody należy mieć w pamięci przy implementacji czy w ogóle proponowaniu rozwiązań z zakresu cyfryzacji. Wbrew temu, co może się wydawać, procesy, którym podlegamy w miejscu pracy, nie są bez znaczenia, ale rzutują na możliwości naszego działania w obrębie instytucji.

To, jaką rolę będzie odgrywała instytucja kultury, zależy nie tylko od jej pracowników i pracowniczek, lecz także od decyzji organów zarządzających i finansujących działania. Każda instytucja kultury jest powoływana w konkretnym celu, a jej główne funkcje wyznacza statut. Zdaniem Marka Krajewskiego podstawowa funkcja instytucji kultury, którą jest „regulacja ludzkich zachowań w taki sposób, by zaufanie, solidarność i kooperacja stały się możliwe”, ma swoją drugą stronę – „cenę, jaką musimy zapłacić za bycie razem. Tą ceną jest przymus, podleganie konwenansom, konieczność spełniania oczekiwań innych ludzi i kompromisy, które zawieramy, by móc działać”¹⁴. Instytucje kultury z jednej strony prowadzą działania ważne dla społeczności lokalnych, służą tworzeniu więzi społecznych, budują wspólnotę – zwłaszcza w instytucjach takich jak domy i ośrodki kultury czy wszelkiego rodzaju koła zainteresowań tworzone na wsi. Umożliwiają one wspólne spędzenie czasu po pracy czy po lekcjach, rozwój własnych zainteresowań, podtrzymywanie lokalnych

tradycji. Tutaj warto zauważyć także nowe, heterogeniczne rozumienie tradycji – na przykład odtwarzanie strojów, muzyki czy zwyczajów charakterystycznych dla danego regionu, wspierane przez lokalne muzeum, ale praktykowane przez jego współczesnych mieszkańców, którzy swoje korzenie mają w innych regionach. Ten przykład pokazuje, że role instytucji i ich funkcje są zmienne – nie tylko dostosowują się do potrzeb mieszkańców, lecz także są wrażliwe na kontekst polityczny, o czym często zapominamy. Kultura jest bowiem w ogóle sferą żywą: z jednej strony reaktywną, jako że odpowiada na oczekiwania decydentów, odbiorców, pracowników itd., z drugiej aktywną – ponieważ tworzy nowe postawy, zainteresowania i formy spędzania czasu. Kultura instytucjonalna to nie tylko spełnianie oczekiwań i wypełnianie działań statutowych, lecz także wszystko to, co dzieje się na styku aktywności różnorodnych grup interesariuszy i pomiędzy nimi.

Wracając do roli instytucji kultury, możemy wskazać cztery obszary podejmowanych przez nie działań (Rys. 1).

Nie każda instytucja będzie realizowała działania we wszystkich obszarach. Specjalizacja w polu kultury powoduje, że możemy wskazać co najmniej kilkanaście wariantów realizacji działań.

Instytucje centralne, takie jak Narodowe Archiwum Cyfrowe, Biblioteka Narodowa czy Filmoteka Narodowa – Instytut Audiowizualny, działają głównie w obszarze ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego oraz edukacji. Dzięki temu mają sprawić, że ich zbiory będą rozpoznawane nie tylko w miejscach, w których one same działają, lecz także w całym kraju. Należy jednak pamiętać, że w ramach tych działań siłą rzeczy pojawiają się konflikty, które mogą powodować fluktuacje programów i oferty. Instytucje posiadające

animacja	aktywizowanie do uczestnictwa w kulturze, na rzecz społeczności lokalnej
	animowanie działań angażujących określone grupy społeczne itp.
edukacja	uczenie czegoś i przekazywanie wiedzy – kształtujące określone kompetencje
tworzenie	rozwijanie pasji twórczych, artystycznych, wyrażanie siebie poprzez działalność twórczą
ochrona i promocja dziedzictwa kulturowego	upowszechnianie kultury, udostępnianie zasobów

Rys. 1. Obszary działań podejmowanych w ramach instytucji kultury (opracowanie własne)

duże zbiory własne pełnią też ustawową funkcję ochrony tych zbiorów – konserwują je, przechowują, dbają o ich dobrostan – a to bardzo często kłóci się z funkcją edukacyjną czy udostępnianiem. Wiadomo bowiem, że drogie zbiory, najczęściej wiekowe, nie mogą być pokazywane ani wykorzystywane do działań promocyjnych tak często, jak byśmy sobie tego życzyli. W sukurs przychodzą nam kompetencje oraz narzędzia cyfrowe. O ileż łatwiej planować i prowadzić działania, kiedy nie musimy naruszać spokoju *Damy z łasiczką*, możemy za to udostępnić bez szkody jej cyfrowy wizerunek i dzięki niemu zaplanować działania edukacyjne lub upowszechniające.

Dobrze przygotowane działania tego typu wpłyną na zainteresowanie naszymi zasobami wśród odbiorców, którzy, czego powinniśmy sobie życzyć, trafią do naszej siedziby, aby obejrzeć dzieło na żywo. Jednak i to nie zawsze jest konieczne. W obliczu pandemii kluczową cechą instytucji stała się umiejętność dostosowania się do zmiennych warunków. Udostępnianie zasobów w postaci cyfrowej okazało się niezbędne dla przetrwania części instytucji kultury, które mogły dzięki temu przenieść główne aspekty swojej działalności do sieci i tam rozwijać i angażować publiczność.

Instytucje kultury o mniejszym zasięgu, regionalne i lokalne, koncentrują się zwykle na działaniach animacyjnych, edukacyjnych lub twórczych. Prowadzone przez nie projekty najczęściej opierają się na bezpośrednim kontakcie między uczestni(cz)kami, wspólnym działaniu, współpracy, motywowaniu siebie nawzajem, tworzeniu i umacnianiu więzi (społecznych, międzypokoleniowych itp.). Zasygnalizowane cztery obszary działań instytucji omówione zostaną bardziej szczegółowo wraz z przykładami w dalszej części publikacji.

CZYM SĄ KOMPETENCJE CYFROWE?

Kompetencje definiuje się jako połączenie wiedzy, umiejętności i postaw. Osoba kompetentna ma bowiem wiedzę na jakiś temat, posiada określone umiejętności (nazywane przez psychologów „wiedzą jak”, czyli wiedzą proceduralną), a także cechuje ją skłonność do negatywnego lub pozytywnego wartościowania, czyli postawa wobec kogoś lub czegoś. Kompetencje zdobywa się poprzez doświadczenie życiowe oraz w toku celowego i przemyślanego procesu uczenia się i wychowania. Kształtują się one pod wpływem wymagań jednostki w toku socjalizacji, uczestnictwa w kulturze, pracy zawodowej czy edukacji. Warto pamiętać, że to właśnie środowisko społeczne wyznacza standardy kompetencji oraz warunkuje procesy ich kształtowania, oceniania i sankcjonowania.

Wraz z upowszechnianiem się środków społecznego komunikowania umiejętności związane z krytycznym rozumieniem mediów masowych i świadomym oraz twórczym ich wykorzystywaniem w różnych celach zaczęły być postrzegane jako niezbędne kompetencje umożliwiające

społeczne funkcjonowanie człowieka. Na początku nazywano je kompetencjami medialnymi (*media literacy*), lecz wraz z pojawianiem się coraz to nowszych mediów i technologii informacyjno-komunikacyjnych (komputera, gier wideo, internetu, mediów społecznościowych) zaczęto również stosować określenia: „kompetencje medialne i informacyjne” oraz „kompetencje cyfrowe”.

We współczesnym świecie, w którym wiele ludzkich aktywności dokonuje się za pośrednictwem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, umiejętność posługiwania się nimi należy traktować jako kluczową kompetencję, dzięki której człowiek jest w stanie zaspokajać wiele różnych potrzeb – nie tylko informacyjnych i komunikacyjnych, lecz także emocjonalnych, potrzeby przynależności, samorealizacji, własnej ekspresji itp. Nie należy postrzegać zapośredniczonego przez technologie i media cyfrowe sposobu zaspokajania tych potrzeb jako substytutu (rozumianego często pejoratywnie), ale jako szansę na poprawę własnego funkcjonowania z wykorzystaniem tych środków i możliwości rozwoju. W zaleceniu Parlamentu Europejskiego z 2006 roku kompetencje cyfrowe zostały uznane za jedno z ośmiu kompetencji kluczowych niezbędnych w procesie uczenia się przez całe życie, dzięki którym możliwe staje się nabywanie pozostałych kompetencji kluczowych, takich jak: porozumiewanie się w językach ojczystym i obcych, umiejętność uczenia się, kompetencje społeczne i obywatelskie.

Czym są zatem kompetencje cyfrowe oraz jakie szczegółowe kompetencje możemy wśród nich wyróżnić? Mówiąc najogólniej, jest to zestaw różnych kompetencji, które umożliwiają świadome, krytyczne i funkcjonalne korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych w celu

zdobywania informacji, uczenia się, komunikowania się z innymi czy aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym, obywatelskim czy kulturowym. Pozwalają one korzystać z całego bogactwa możliwości, jakie daje zapośredniczona przez media cyfrowe i technologie komunikacja: od tego, gdzie i jak poszukiwać informacji w celu rozwiązywania określonych problemów, przez korzystanie z wiedzy i doświadczeń innych osób i komunikowanie się z nimi, aby doskonalić dotychczasowe umiejętności lub nabywać nowe, aż po zaangażowanie wspólnie z innymi w działalność na rzecz osób lub idei. Choć istnieje wiele różnych modeli kompetencji cyfrowych, w Unii Europejskiej promuje się model DigComp, który określa ramy kompetencji cyfrowych i tym samym wyznacza kierunek rozwoju oraz planowania strategicznego wielu odnoszących się do nich działań. Ponieważ model DigComp zbyt koncentruje się na użytkowaniu i obsłudze, pomijając lub traktując bardzo powierzchownie kwestie związane z aspektami krytycznym czy partycypacyjnym, na potrzeby niniejszego opracowania proponujemy jednak nieco inne – szersze – spojrzenie na kompetencje cyfrowe. Wynika ono z analizy różnych istniejących w literaturze modeli i podejść do kompetencji cyfrowych czy kompetencji medialnych¹⁵. W tym podejściu definiujemy sześć obszarów kompetencji cyfrowych:

1. Techniczny: znajomość i obsługa sprzętu oraz urządzeń komputerowych/mobilnych, platform, narzędzi komunikacyjnych, aplikacji itp.;
2. Informacyjny: dobór sposobów i środków wyszukiwania informacji, selekcja i wyszukiwanie informacji/treści, ocena przydatności i wartości informacji/treści itp.;
3. Krytyczny: myślenie, ocena, wrażliwość;

4. Komunikacyjny: kontakt, relacja, zrozumienie, empatia, porozumienie, pokoleniowość itp.;
5. Twórczy: tworzenie, ekspresja, interpretacja świata i problemów, pasja, zabawa, reinterpretacje itp.;
6. Społeczny: zaangażowanie, współpraca, wspólnota, opór, bunt, odpowiedzialność, sprawiedliwość społeczna, wielokulturowość, różnorodność, tolerancja itp.

W powyższym podejściu kompetencje cyfrowe nie są rozumiane wąsko, jedynie jako specyficzne umiejętności narzędziowe, lecz jako swoiste praktyki społeczne, pozwalające zarówno na interpretację, jak i tworzenie, krytyczną refleksyjność (ocenę informacji i treści) oraz własną ekspresję i współpracę. Powinny rozwijać, wspierać oraz wzmacniać zaangażowanie kulturowe, obywatelskie i społeczne.

W dyskusji na temat kompetencji cyfrowych można spotkać się z zarzutem, że de facto są to kompetencje społeczne wykorzystywane w innym (wirtualnym) środowisku. Takie spojrzenie na kompetencje cyfrowe jest jednak pewnym uproszczeniem, ponieważ utrwała opozycję „realne-wirtualne”, która pojawiła się na początku rozwoju internetu. Wówczas wszystko, co działo się w sieci, uznawano za niebezpieczną alternatywę dla świata realnego i niezapośredniczonych przez media cyfrowe relacji. Współcześnie jednak mówi się głównie o aktywnościach wykonywanych online i offline, które należy traktować jako swoiste kontinuum różnych działań, gdyż obie sfery przenikają się i wpływają na siebie nawzajem. Jeśli spojrzymy na to zagadnienie w ten sposób, zauważymy, iż są to różne środowiska komunikacyjne, w których dominują inne kody.

Ważną rolę w procesie nabywania różnych kompetencji, w tym cyfrowych, odgrywa wewnętrzne wyobrażenie człowieka o posiadaniu zasobów, które umożliwią mu przeprowadzenie zamierzonych działań, nazywane poczuciem własnej skuteczności, a w odniesieniu do kompetencji cyfrowych – cyfrowym poczuciem własnej skuteczności (*digital self-efficacy*). Poziom cyfrowego poczucia własnej skuteczności ma związek z motywacją człowieka do podejmowania różnych działań za pośrednictwem lub przy pomocy technologii informacyjno-komunikacyjnych. Jeśli zatem człowiek dzięki nowo nabytym kompetencjom cyfrowym będzie mógł zaspokajać swoje różne potrzeby (na przykład informacyjne, komunikacyjne czy kulturowe), jego poziom cyfrowego poczucia własnej skuteczności i tym samym satysfakcji z życia będzie rósł. Ponadto im wyższy mamy poziom cyfrowego poczucia własnej skuteczności, tym silniej angażujemy się w podejmowanie działań nawet w obliczu porażek, a także realizujemy je z większą wytrwałością.

Zagadnienie cyfrowego poczucia własnej skuteczności pozwala zrozumieć mechanizm, który wpływa na efektywność różnych działań edukacyjnych kształtujących kompetencje cyfrowe. W związku z tym projektując tego typu działania, należy pamiętać, aby wzmacniały one wysoki poziom poczucia własnej skuteczności, dzięki czemu jednostka będzie częściej korzystała z własnych zasobów kompetencji cyfrowych w życiu. Służy temu dostosowanie rodzaju kompetencji cyfrowych do potrzeb użytkowników.

**PO CO
INSTYTUCJOM
KULTURY
KOMPETENCJE
CYFROWE?**

Funkcjonowanie instytucji kultury w społeczeństwie cyfrowym wymaga nie tylko ciągłej aktualizacji narzędzi i form działania, lecz także dostosowania ich do potrzeb istotnych dla osób zainteresowanych uczestnictwem w szeroko rozumianej kulturze. Instytucje kultury funkcjonują bowiem zawsze w określonym czasie historycznym, który narzuca zakres, tematykę i formę podejmowanych działań oraz formułowanych celów. Instytucje te uzależnione są nie tyle od środków finansowych, które umożliwiają im funkcjonowanie, co od zaangażowania osób zainteresowanych ich ofertą programową. Obecnie nie jest to zadanie łatwe ze względu na coraz powszechniejszą deinstytucjonalizację kultury – przejawia się ona w tym, że można korzystać z kultury poza organizacyjnymi ramami instytucji oraz w miejscach i czasie do tego nieprzeznaczonych¹⁶, a za sprawą internetu także w sposób nieograniczony. Mowa tu zwłaszcza o różnego rodzaju inicjatywach oddolnych, swobodnie inicjowanych przez jednostki bądź grupy. Taka forma uczestnictwa wynika z nowego modelu uczestnictwa w kulturze. Cechuje go

angażowanie się przez jednostki w czasie wolnym w aktywności, które nie tyle dają możliwość samorealizacji, co służą nabywaniu kompetencji i poszerzaniu zasobów służących rozwojowi osobistemu i zawodowemu oraz podnoszą jakość życia i poziom zadowolenia z niego.

Oba powyższe zjawiska to efekt rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, dzięki którym uczestnictwo w kulturze możliwe jest w zaciszu domowym, a pomnażanie własnego kapitału społecznego i kulturowego – w sposób zapośredniczony przez media i technologie cyfrowe. Dzięki temu zostaje zniwelowana między innymi bariera dostępności czy dopasowania. Można swobodnie decydować o tym, w co, kiedy i w jaki sposób się angażujemy, a tym samym osiągać samowystarczalność w obszarze kultury. W dłuższej perspektywie (w połączeniu z niedopasowanymi do potrzeb odbiorców działaniami instytucjonalnymi) może ona prowadzić do upadku instytucji kultury, która nie zaoferuje żadnej alternatywy konkurencyjnej wobec nieograniczonych zasobów internetu. I nie chodzi wcale o to, aby instytucje kultury rywalizowały o uwagę z komercyjnymi podmiotami z sektora mediów i rozrywki (na przykład streamingowymi platformami wideo czy VOD), ale o to, by znalazły taki sposób dotarcia do odbiorców, który poszerzy ich perspektywę na rzeczywistość.

Kultura jest nie tylko miejscem krytycznej refleksji na temat różnych zjawisk o charakterze społecznym, politycznym czy technologicznym, lecz także polem negocjowania i dekonstrukcji znaczeń, patrzenia z wielu różnych perspektyw czy dekodowania dyskursów i narracji. Należy jednak w tym miejscu poczynić małe zastrzeżenie. Tego typu sytuacja jest możliwa tylko pod pewnymi warunkami. Po

pierwsze, konieczne są: swobodny dostęp do infrastruktury internetowej i sprzętu oraz posiadanie kompetencji, które umożliwiają efektywne korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych. Po drugie, instytucja musi być otwarta na rozwijanie takiej formy aktywności w kulturze i musi dostrzegać potrzebę włączenia działań koncentrujących się na rozwijaniu kompetencji cyfrowych w różnych obszarach aktywności kulturowej.

Należy zatem stwierdzić, że zagadnienie kompetencji cyfrowych w instytucjach kultury powinno się postrzegać z jednej strony jako **poszerzenie pola kultury**¹⁷ (nie tylko w odniesieniu do narzędzi cyfrowych czy zapośredniczonych form kontaktu), z drugiej strony natomiast jako **sposób na umożliwienie takiej formy aktywności, która zaspokaja pozainstytucjonalne potrzeby, jak: samorealizacja, autokreacja czy doskonalenie własnych umiejętności umożliwiających rozwój osobisty czy zawodowy**. Ważne jest przy tym, aby każdemu takiemu działaniu towarzyszyła refleksja uczestnika lub uczestniczki na temat jednostkowego bądź wspólnotowego aktu relacji z różnymi formami kultury.

**PRAKTYKI
INSTYTUCJI
KULTURY A
KOMPETENCJE
CYFROWE**

W tej części przyjrzymy się, w jaki sposób praktycznie rozwijać różne kompetencje cyfrowe, zaspokajając jednocześnie potrzeby samych uczestników oraz instytucji. Wiele spośród opisanych działań może okazać się inspiracją na najbliższą przyszłość.

Kiedy wybuchła pandemia COVID-19 i nastał czas niepewności związanej z planowaniem jakichkolwiek działań, pojawiła się również przestrzeń na eksperymenty, nowe pomysły, nieszablonowe rozwiązania. Była to okazja do przeprowadzenia kreatywnych działań, skierowanych do odbiorców, którzy do tej pory nie mieli możliwości uczestniczenia w organizowanych przez instytucje kultury wydarzeniach, oraz przetestowania rozwiązań, które angażowałyby odbiorców w nowy sposób. Instytucje kultury spontanicznie zareagowały na zmieniającą się rzeczywistość i zaczęły wykorzystywać nowe technologie informacyjno-kulturowe oraz dostępne online bogate zbiory zdigitalizowanych dóbr kultury do opowiadania ważnych dla siebie i swoich odbiorców historii. Z kolei wielu pracowników musiało przejść w trybie

przyspieszonym praktyczny kurs kompetencji cyfrowych, poznać nowe narzędzia cyfrowe, a także nauczyć się metodyki pracy w środowisku zapośredniczonym medialnie.

Działania podejmowane przez instytucje kultury wynikają z obszarów, w jakich dane instytucje funkcjonują: animacji, edukacji, tworzenia oraz ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego. Instytucje, ze względu na swoją specyfikę i zadania, nie muszą koniecznie oferować aktywności związanych ze wszystkimi czterema obszarami. Często jednak aktywności te przenikają się tak bardzo, że trudno postawić wyraźną granicę na przykład między edukacją a twórczością czy między ochroną i promocją dziedzictwa a edukacją. Tworząc współcześnie ofertę instytucji, warto zachęcać do robienia tego w zgodzie z pojęciami, które definiują praktyki instytucji kultury:

- użytkownik,
- *user experience* (UX), czyli doświadczenie użytkownika,
- storytelling,
- *reuse*, czyli ponowne wykorzystanie zasobów cyfrowych,
- edukacja.

Choć wiele z nich dość jednoznacznie kojarzy się z cyfryzacją i digitalizacją zbiorów, nie muszą się pojawiać tylko w takim kontekście. Można oczywiście opowiadać wciągające użytkownika historie i budować jego unikalne doświadczenia bez odnoszenia się do kontekstu cyfrowego. Jednak coraz trudniej tego dokonać w świecie, w którym niemal każdy nastolatek jest posiadaczem smartfona, a w pracy oraz domu wykorzystujemy komputery i urządzenia mobilne nie tylko do łączenia się z internetem, ale także do wspólnych gier i zabaw czy podtrzymywania relacji społecznych (do czego

zostaliśmy niejako zmuszeni w czasie pandemii). W tworzeniu działań najważniejszy jest zatem kontekst funkcjonowania instytucji kultury. Nie musi ona mieć bogatych zbiorów materialnych, jeśli znajduje się w ciekawym etnograficznie lub przyrodniczo regionie, bowiem przy użyciu smartfona z mikrofonem i ciekawej historii lokalnej można stworzyć projekt, który poruszy ważne dla społeczności tematy, zachęci do refleksji czy wzmocni więzi międzypokoleniowe.

Poniżej prezentujemy przykłady ciekawych działań instytucji kultury (gminnych, miejskich oraz centralnych), które włączyły w różne obszary swojej aktywności problematykę kompetencji cyfrowych w wymiarze praktycznym. Znaczna część tych działań została z powodzeniem zrealizowana już w czasie pandemii.

W obszarze **animacji** pojawiły się projekty skierowane do lokalnych społeczności, które miały na celu zaangażowanie mieszkańców, budowanie więzi oraz animowanie konkretnych grup społecznych.

Jako współcześni użytkownicy mediów cyfrowych jesteśmy zanurzeni w cyfrowych opowieściach, złożonych z naszych zapośredniczonych przez nowe technologie informacyjno-komunikacyjne doświadczeń z tekstami, obrazami czy innymi ludźmi, które możemy rekonstruować przy pomocy różnych narzędzi. Taka opowieść stworzona z różnych cyfrowych materiałów może być okazją do tego, aby nie tylko wyrazić siebie, lecz także inaczej spojrzeć na relacje społeczne, międzypokoleniowe czy kwestie takie jak wolność, tolerancja albo prywatność. Ciekawym przykładem takiego działania jest międzypokoleniowy projekt „Filmowe Gminne Opowieści” przygotowany przez Gminny Ośrodek Kultury

Gminy Psary i zrealizowany w okresie od lipca do października 2020 roku. W ramach projektu dzieci w wieku 10–14 lat stworzyły animację o Kole Gospodyń Wiejskich z Góry Siewerskiej¹⁸, na podstawie informacji zebranych od członkiń koła. Warsztaty z animacji poklatkowej, prowadzone przez Ewę Borysewicz, odbywały się online. Dodatkowo w ramach grupy dyskusyjnej uczestniczki i uczestnicy oglądali tutoriale warsztatowe o tym, jak przygotować stanowisko pracy, jak złożyć postać z papieru do animacji oraz jaką aplikację do nagrywania filmu wybrać.

Innym przykładem działań, które odwołują się do doświadczeń uczestników kultury i otwierają przed nimi perspektywę zanurzenia w cyfrowej opowieści, może być spacer dźwiękowy – pretekst do rozmów na ważne dla uczestników tematy¹⁹. Można także w czasie zajęć edukacyjnych wykorzystywać ponownie dostępne powszechnie materiały (zgodnie z ideą *reuse*), łącząc to z innymi aktywnościami. Przykładem jest polsko-izraelski projekt „Permeation – Przenikanie” zrealizowany w 2016 roku przez uczniów V Liceum Ogólnokształcącego im. Janusza Korczaka w Tarnowie oraz Harel High School spod Jerozolimy we współpracy z Tarnowskim Centrum Kultury²⁰. Celem projektu było przywrócenie pamięci na temat społeczności żydowskiej w przedwojennym Tarnowie, a jego efektem – multimedialna wystawa, w której wykorzystano liczne materiały cyfrowe. Dzięki projektowi uczniowie mieli szansę doskonalić wiele kompetencji cyfrowych związanych z wyszukiwaniem informacji i materiałów online, z ich przetwarzaniem, obróbką cyfrową i montowaniem, a także ze współpracą online.

Powyższe przykłady pokazują, że narzędzia cyfrowe nie tylko pomagają w tworzeniu czy służą uatrakcyjnieniu

przekazu, ale także sprzyjają integracji oraz zrozumieniu. W świecie pełnym gadżetów elektronicznych można tworzyć wartościowe narracje i wydarzenia bez dostępu do drogiego sprzętu – wystarczy smartfon, wyposażony we wbudowany mikrofon i aparat z funkcją nagrywania wideo.

W obszarze **działań edukacyjnych** znajdują się inicjatywy kształtujące określone kompetencje, przekazujące wiedzę i budujące kontekst dla poszczególnych zjawisk. Szereg takich działań w sieci zaproponowało w 2020 roku Wolskie Centrum Kultury – instytucja, która do tej pory skupiała się na zróżnicowanych działaniach lokalnych, ale zawsze miała ofertę edukacyjną dostosowaną do potrzeb różnych grup odbiorców (od przedszkolaków do seniorów). W przypadku WCK pandemia również spowodowała całkowite (lub częściowe, latem) zawieszenie działalności w siedzibach instytucji. Osoby odpowiedzialne za program instytucji zaproponowały rozwiązania dotyczące takich dziedzin jak teatr, muzyka, film, taniec, sztuki wizualne, gimnastyka, eksperymenty itd., realizowane w całości online²¹. Część oferty była bezpłatna i obejmowała rozwiązania najprostsze, czyli krótki opis aktywności wraz z filmem do obejrzenia; pozostałe wydarzenia miały charakter komercyjny, na przykład uczestnictwo w kursie gimnastycznym lub plastycznym dla dzieci wymagało opłaty. Bogata oferta edukacyjna dla dorosłych obejmowała także spotkania z reportażystami (na przykład Filipem Springerem) czy wykłady o architekturze modernistycznej i urbanistyce.

Zadanie edukowania instytucje realizowały także poprzez organizowanie kursów, szkoleń, webinarów i warsztatów online. Oferowały w ten sposób odbiorcom możliwość

rozwijania kompetencji cyfrowych, medialnych i informacyjnych oraz dotyczących innych dziedzin. W 2020 roku można było wziąć udział chociażby w wydarzeniach poświęconych pracy w bibliotece i szkole w czasie pandemii (SpołEd, Centrum Cyfrowe) czy kursach historii sztuki online (Muzeum Narodowe w Warszawie). Tego rodzaju aktywności miały na celu udostępnianie zasobów instytucji w sieci jak najszerszej publiczności, a ponadto rozwijały często zapomniane pasje i zainteresowania odbiorców i odbiorczyń.

W obszarze „edukacja” na uwagę zasługuje także projekt literacki dla młodzieży „#Wpływamy na kulturę” przygotowany przez Bemowską Bibliotekę Publiczną, która zaprosiła do współpracy znanych tiktokerów. Podczas spotkania online transmitowanego na żywo opowiadali oni o najważniejszych dla nich lekturach i o tym, jak wpłynęły na ich życie. Projekt miał zachęcić młodzież do sięgania po książki przy wykorzystaniu osobistego doświadczenia postaci znanych odbiorcom z internetu. To dobry przykład połączenia popularnej platformy internetowej, celebrytów i treści edukacyjnych, które dzięki mniej tradycyjnej formie mogą zostać odebrane jako bardziej atrakcyjne niż standardowe czytanie lektur w szkole.

Naturalne obawy instytucji kultury w kontekście działań cyfrowych czy działań online budzi strona finansowa. Nie jest to oczywiście kwestia błaha, wręcz przeciwnie. Trudno oczekiwać od małej, lokalnej instytucji, finansowanej przez samorząd, że będzie chciała i mogła wydać kilkaset tysięcy złotych na serwery czy pracownię komputerową. Jednak w konkurencji o uwagę i czas użytkownika najważniejszy jest pomysł.

Filmoteka Narodowa – Instytut Audiowizualny (FINA) od wielu lat prowadzi projekty edukacyjne zarówno dla sek-

tora edukacji, jak i dla tak zwanego sektora GLAM (galerie, biblioteki, archiwa, muzea). W związku z tym powstała seria publikacji poświęconych zagadnieniom UX i *reuse*, które są dostępne do pobrania za darmo na stronie FINA²². Od początku, zarówno przed pandemią, jak i podczas jej trwania, FINA promuje wdrażanie działań edukacyjnych, które nie wymuszają wysokich nakładów finansowych, a także wykorzystywanie podstawowych sprzętów i darmowych programów dostępnych w internecie, niewymagających skomplikowanych zabiegów. Punktem wyjścia wszystkich działań są za to uczestnicy. Należy dowiedzieć się:

- co ich interesuje?;
- jakie mają potrzeby?;
- czego jeszcze nie wiedzą, a co podczas zajęć edukacyjnych możemy im opowiedzieć albo do przemyślenia jakiego problemu możemy ich zaprosić?

W tego typu działaniach najważniejsze jest, aby zawsze dać pierwszeństwo wyobraźni i mocy twórczej odbiorców i odbiorczyń. Choć może to dziwić, do poprowadzenia ciekawych zajęć o charakterze edukacyjnym wystarczy komputer lub smartfon z kamerą i dostępem do sieci Wi-Fi. Co więcej, takie projekty okazały się najskuteczniejsze w utrzymywaniu bliskich relacji z odbiorcami w czasie pandemii.

Przykładowe projekty edukacyjne prowadzone przez FINA to „Przewodnik audiowizualny” i „Popkultura stosowana”. W ich planowaniu i realizacji instytucja stara się dostosowywać do potrzeb i oczekiwań swoich odbiorców. W trakcie zajęć animatorzy wykorzystują rozmaite zbiory audiowizualne i archiwalne dostępne na stronach różnych instytucji kultury (Europeana, FINA, MNW, MNK) i darmowe aplikacje dostępne w sieci, a także odwołują się do tematów

dobrze znanych z programu szkolnego. Zawsze jednak odnoszą te elementy do społecznego i medialnego kontekstu funkcjonowania młodzieży i innych grup, dla których prowadzone są zajęcia. Odbiorców traktują jak ekspertów, przy czym sami prowadzący są przewodnikami w często problematycznym świecie mediów. Wspierają uczestników, którzy mogą czuć się zagubieni w szumie informacyjnym, i pomagają w bezpiecznym oraz świadomym korzystaniu z medialnych źródeł informacji i wiedzy. Wartością jest dla animatorów uczenie się od siebie nawzajem; starają się oni rozumieć i uwzględniać potrzeby zaspokajane przy użyciu nowych mediów i technologii.

W obszarze działania instytucji, jakim jest **tworzenie**, aktywność skoncentrowana jest na wyrażaniu siebie przez uczestników oraz rozwijaniu artystycznych pasji. Odbiorcy i odbiorczynie instytucji do tej pory mogli realizować niektóre swoje pasje dzięki korzystaniu z oferty instytucji. Co więcej, w części przypadków nie da się łatwo rozgraniczyć edukacji, twórczości i animacji – wiele instytucji realizuje projekty, które odnoszą się do wszystkich trzech dziedzin. Część projektów edukacyjnych ma przecież charakter twórczy – uczy się malować, grać na pianinie czy tworzyć teledysk.

W ostatnich kilku latach, a szczególnie w czasie pandemii, dużą popularność zyskały aktywności związane z dziennikami i pamiętnikami wideo, projekty dźwiękowe – w tym bardzo popularne spacerowe dźwiękowe, nagrania niecodziennych odgłosów, historie mówione, teledyski na TikToku. Instytucje kultury zaczęły angażować uczestników na portalach społecznościowych, takich jak Instagram czy YouTube, gdzie mogli oni dzielić się tworzonymi przez siebie cyfrowymi pracami.

I znowu w tego rodzaju projektach nie chodziło wyłącznie o popularyzację, ale o wypróbowanie nowych środków ekspresji, nowych form komunikowania się z oglądającymi; o budowanie opowieści, które mają służyć nie same sobie, ale właśnie – poznawaniu historii, odkrywaniu i ponownemu wykorzystaniu dziedzictwa danego regionu, przywracaniu pamięci o ważnych dla społeczności wydarzeniach.

Ostatnim obszarem działalności instytucji jest **ochrona i promocja dziedzictwa kulturowego**. To wręcz sztandarowy obszar głównych archiwów, bibliotek i muzeów. Także w tym zakresie instytucje wykazały się wieloma pomysłami. Żartobliwie mówiąc, odwieczny konflikt „konserwować i przechowywać czy udostępniać i pokazywać” został rozstrzygnięty na korzyść tej drugiej opcji. W momencie, kiedy odbiorcy nie mogą przyjść do siedziby instytucji, a znaczna ich część ma dostęp do internetu, walka o klienta odbywa się właśnie tam – w sieci. Przykładem nastawionym na udostępnianie, ale w formie rozrywkowej, jest projekt Muzeum Narodowego w Warszawie „Muselfie”²³, powstały we współpracy z Centrum Cyfrowym i Laboratorium EE. Darmowa aplikacja mobilna Muselfie pozwala łączyć obrazy z kolekcji MNW z własnymi zdjęciami. Powstałe kolaże można udostępniać w mediach społecznościowych. To pokazuje, jak zmienia się podejście instytucji do własnych zbiorów. Chodzi już nie tylko o udostępnienie ich online w dobrej rozdzielczości, ale o zabawę zasobami, oddanie pola kreatywności odbiorców, którzy pokazane zbiory mogą przekształcić, ponownie wykorzystać. Ten projekt nawiązuje nie tylko do idei *reuse*, lecz także do pomysłów chociażby Rijksmuseum, które możemy nazwać trendsetterem w tym zakresie i które od lat organizuje

konkurs dla firm i artystów na najbardziej kreatywne wykorzystanie (komercyjne, artystyczne, użytkowe) zasobów udostępnianych przez muzeum.

Na tym przykładzie wyraźnie widać zmianę w relacjach między instytucją a odbiorcą. Wedle XIX-wiecznej koncepcji muzeum to świątynia sztuki, miejsce kultu, miejsce oświecenia, obcowania z prawdziwym pięknem. Ale też miejsce, w którym odbiorca słucha i przyjmuje, jest nauczany. Przejawia się tu relacja hierarchii, z której poprzez działania nietradycyjne muzea wychodzą w stronę dialogu, relacji partnerskiej, poznawania potrzeb i oczekiwań odbiorców.

Oferta instytucji jest dostosowywana do praktyk kulturowych współczesnych odbiorców i zahacza o szeroko pojmowaną rozrywkę – projekty związane z edukacją czy ponownym wykorzystaniem nastawione są na budowanie komunikacji opartej o memy, gify, żart, absurd itd. Stąd liczne mniej lub bardziej udane projekty quizów, zagadek, testów udostępnianych przez instytucje. Muzea przejmują też funkcję przewodników po wystawach online, a oprowadzanie kuratorskie, zarówno na żywo, jak i w świecie wirtualnym, to przecież storytelling – umiejętność opowiedzenia wciągającej, pełnej emocji historii, która może angażować odbiorców, zamiast polegać na ich biernym odbiorze. Dlatego też w oprowadzaniu stosuje się różne strategie angażowania odbiorców. Przykładowo warszawska galeria Zachęta przygotowywała oprowadzania i warsztaty online na żywo, w czasie rzeczywistym, w ramach których można było posłuchać kuratorów i edukatorów, wejść w interakcję, zadać pytanie. Z kolei Muzeum Narodowe w Warszawie przygotowało oprowadzania w formie zamkniętych całości – materiały zostały uprzednio nagrane, przygotowane w wersji

2D i 3D, są gotowe do odtworzenia w dowolnym momencie²⁴. Podobnym przykładem jest „Moc muzeum” MNK²⁵, czyli eksperymentalna wystawa online, która ma zachęcić do powrotu do muzeum osoby, które kiedyś do niego trafiły, ale z różnych przyczyn uciekły. Pomysł jest oryginalny i przewrotny, pokazuje też dystans instytucji do samej siebie i swojej misji.

Zupełnie inaczej do kwestii udostępniania podszedł Instytut Pileckiego, który stworzył katalog online agregujący opisy zbiorów pochodzących z archiwów polskich i zagranicznych dotyczących losów polskich obywateli, którzy w XX wieku doświadczyli dwóch totalitaryzmów: niemieckiego i sowieckiego. Materiały zarchiwizowane przez instytut nie są dostępne online, ale sam katalog ułatwia kwerendę źródeł bez wychodzenia z domu. Ten projekt, skierowany zarówno do zawodowych badaczy, jak i do historyków amatorów, pomaga w kwerendzie zasobów rozproszonych po różnych instytucjach. Umożliwia też łatwiejsze dotarcie do instytucji i zbudowanie z nią relacji osobom, które z różnych przyczyn interesują się archiwami, ale nie mają możliwości udania się do jej siedziby. Takie działania wyrastające z misji instytucji, otwierające ją na nowych odbiorców, umożliwiające choćby częściowy dostęp do zasobów – pomagają szerzyć wiedzę o danym okresie, a także budować kompetencje związane z myśleniem historycznym, krytyczną analizą źródeł, nie mówiąc już o możliwości wykorzystania materiałów do prowadzenia własnych projektów dotyczących genealogii, historii mówionej, tworzenia bazy wspomnień w oparciu o dokumenty historyczne. Tego typu przedsięwzięcia mogą także rozwijać programy lokalnych instytucji kultury, które potrzebują ciekawych oraz sprawdzonych danych do realizowania swoich pomysłów.

Wymienione projekty to tylko wycinek tego, co działo się w różnych polskich instytucjach kultury w 2020 roku. Pandemia wymusiła realizację z jednej strony działań i projektów spontanicznych, z drugiej strony tych długo wcześniej odkładanych z powodu braku środków, sprzętu czy personelu. Pokazała nie tylko otwartość i kreatywność pracowniczek i pracowników, lecz także gotowość do podejmowania działań mających na celu rozwijanie (także własnych) kompetencji cyfrowych. To zaś okazało się niezbędne, aby móc uczestniczyć w kulturze, której jesteśmy częścią i dzięki której zaspokajamy swoje potrzeby.

Staramy się traktować rozwój technologii jako wyzwanie i szansę; pokazywać liczne możliwości, które daje ona w obszarze kultury. Niestety pandemia obnażyła też słabości systemu. Choć egalitarność dostępu jest niezwykle budująca, należy mieć w pamięci fakt, że w Polsce wciąż wiele osób nie ma dostępu do internetu lub sprzętu komputerowego. Nie sposób również pominąć wpływu, jaki epidemia ma na odbiorców naszych działań. Wraz z zamknięciem instytucji zniknęła bezpieczna przestrzeń, w której mogą przebywać. Co więcej, brak bezpośredniego kontaktu z rówieśnikami i wspólnego spędzania czasu może mieć negatywny wpływ na rozwój psychiczny i społeczny najmłodszej grupy odbiorców. Instytucje mają obowiązek wspierać swoich odbiorców, szczególnie młodych – w tym także dbać o równy dostęp do kultury i przeciwdziałać wykluczeniu. Jest to szczególnie istotne w momencie, gdy do internetu przenosi się większość życia społecznego.

**JAK
SPRAWIĆ,
BY KOMPETENCJE
CYFROWE STAŁY
SIĘ WAŻNĄ
CZĘŚCIĄ DZIAŁAŃ
INSTYTUCJI
KULTURY?**

Dziś nikt nie ma już chyba żadnych wątpliwości, że instytucje kultury, podobnie jak sektor edukacji, nie uciekną przed tematem kompetencji cyfrowych i ich wykorzystania w codziennej działalności. Pozostaje jednak pytanie, jakimi środkami można to osiągnąć, co instytucje mogą zrobić, aby te kompetencje stały się integralną częścią ich działalności.

Na początku trzeba zwrócić uwagę na typy kompetencji oraz sposób organizacji instytucji. Podobnie jak to zrobiono w publikacji *Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC)*²⁶, która została stworzona dla nauczycieli i edukatorów, należy wyróżnić dwa typy kompetencji cyfrowych osób pracujących w instytucjach kultury: osobiste kompetencje cyfrowe oraz profesjonalne kompetencje cyfrowe.

Czym różnią się te dwa rodzaje kompetencji? Czy można mieć jedno, a nie mieć drugich? Za osobiste kompetencje cyfrowe możemy uznać te, które wykorzystujemy w naszym codziennym życiu poza kontekstem profesjonalnym. Nie chodzi wyłącznie o umiejętności techniczne, ale także – i przede wszystkim – o wiedzę i umiejętności bezpośrednio

związane ze skutkami rozwoju mediów i technologii informacyjno-komunikacyjnych. Stanowią one również fundament kompetencji profesjonalnych, ponieważ bez nich nie da się ani rozwinąć, ani stosować umiejętności cyfrowych w żadnym zawodzie. Osobiste kompetencje cyfrowe mają uniwersalne zastosowanie, natomiast profesjonalne kompetencje cyfrowe związane są z wykonywaniem konkretnej pracy – innych kompetencji będzie potrzebować animator(ka) kultury, a innych osoba odpowiedzialna za promocję działań upowszechniających kulturę.

Należy jednak pamiętać, że w tym momencie nie uciekniemy już od pełnego rozumienia i implementacji kompetencji MIC. W modelu MEMIC podkreśla się – i dotyczy to zarówno sektora edukacji, jak i kultury – że umiejętności techniczne obsługi sprzętu, oprogramowania i serwisów internetowych (komputera, drukarki, platform konferencyjnych, webinarowych czy WordPressa) nie są wystarczające. Ważne jest dodatkowo, aby umieć mówić do kamery i mikrofonu podczas prowadzenia zajęć, ale jeszcze ważniejsze jest to, co komunikujemy, jaki przekaz stworzymy i czy dostosowujemy treści do naszego użytkownika i kanału, za pośrednictwem którego się z nim kontaktujemy. Relacja zapośredniczona w sieci warunkuje naszą uwagę i koncentrację w inny sposób niż ta bezpośrednia, dlatego planując wydarzenia, musimy brać pod uwagę, czy konferencja, która zazwyczaj trwa dwa dni, będzie spełniała swoją funkcję po przeniesieniu jej do internetu w tej samej formie. Być może rozbitcie wydarzenia na krótsze części rozłożone na kilka dni sprawdzi się lepiej. Należy także pamiętać, aby dostosować czas, kanał komunikacji i sposób przeprowadzenia naszych wydarzeń online do potrzeb użytkowników i użytkowniczek.

Osobną sprawą jest organizacja instytucji i nakierowanie jej działań na dwa rodzaje klientów – wewnętrznych i zewnętrznych. Klienci wewnętrzni to wszystkie osoby, na każdym szczeblu, z którymi pracujemy wewnątrz instytucji – organ prowadzący instytucję, dyrekcja, inne działy, księgowość... Klienci zewnętrzni to nasi partnerzy projektowi, odbiorcy, wszystkie osoby, do których kierujemy naszą ofertę. Często interesy tych stron są sprzeczne bądź trudne do pogodzenia. Warto zatem odpowiedzieć na kilka pytań, które mogą pomóc w organizacji takich zadań:

1. jakie są realne potrzeby instytucji i jej rola w społeczności?
2. jakie są oczekiwania nasze, jako pracowników i pracowniczek, a jakie pozostałych interesariuszy, takich jak organ prowadzący, sponsorzy, dyrekcja itd.?
3. jakie są potrzeby i oczekiwania odbiorców – kim są, dlaczego do nas przychodzą lub nie przychodzą, co możemy im zaoferować, czego im brakuje w naszej ofercie?
4. jakich cyfrowych treści potrzebujemy jako instytucja? Co chcemy komunikować naszym odbiorcom?
5. jakie mamy zasoby i zbiory (od rodzaju zbiorów zależy, co możemy z nimi zrobić)? Czy w pełni wykorzystujemy potencjał naszych zbiorów?
6. jakie są trendy w innych instytucjach i czy musimy za nimi podążać? Czy to, że instytucja X ma kolekcję swoich zdjęć na stronie, oznacza, że my musimy zrobić coś podobnego?
7. czy mamy odpowiedni budżet na prowadzenie projektów cyfrowych (cyfrowe nie zawsze znaczy drogie i specjalistyczne)?

8. czy dbamy o potencjał naszych pracowników i ich kwalifikacje? Czy mają wystarczające wsparcie z naszej strony?

9. czy znamy dobre praktyki cyfrowe w naszej branży? Od kogo możemy się nauczyć albo zdobyć inspirację?²⁷

Zwróćmy przede wszystkim uwagę na to, że w działaniach jakiegokolwiek instytucji kultury nie chodzi tylko o liczbę zeskanowanych dokumentów, sfotografowanych zbiorów czy przygotowanych tekstów kuratorskich, ale przede wszystkim o nawiązanie relacji, trwałej więzi z odbiorcą, a także wspomaganie rozwoju kompetencji medialnych i cyfrowych, „umożliwiających świadome, aktywne, odpowiedzialne, prospołeczne, krytyczne i twórcze korzystanie ze wszystkich rodzajów mediów w różnych celach. Przy czym nieodłącznym elementem takiego korzystania jest rozumienie funkcjonowania tych mediów (zarówno tak zwanych tradycyjnych, jak i cyfrowych) oraz ich wpływu na rozmaite obszary aktywności człowieka”²⁸.

We współczesnym świecie nie da się już uniknąć pytań o sens i efekt działań w sieci i poza nią z wykorzystaniem rozmaitych zasobów cyfrowych czy technologii informacyjno-komunikacyjnych. Najważniejsze naszym zdaniem jest jednak wzmacnianie rozwoju osobistego zarówno pracowników, jak i odbiorców instytucji kultury nie tylko poprzez rozwijanie ich kompetencji cyfrowych, lecz także poprzez budowanie relacji i bezpiecznego, stabilnego środowiska bycia ze sobą i współpracy. Technologie cyfrowe i informacyjno-komunikacyjne to tylko narzędzia, które powinny być wykorzystywane do budowania przyjaznej, opartej na zaufaniu komunikacji z odbiorcą i włączania go w przestrzeń kultury. Nie powinny być celem samym w sobie.

PRZYPISY

- 1 Por. Łukasz Krzyżowski, Zofia Noworól i in., *Sceny kulturowe a polityki kultury w Małopolsce. Raport z badań eksploracyjnych*, Kraków 2010.
- 2 Por. Marek Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 1/2013.
- 3 Por. Agata Bachórz, Krzysztof Stachura, *W poszukiwaniu punktów stykowych. Rekonstrukcja dyskursu o problemach (nie)uczestnictwa w kulturze*, Gdańsk 2015.
- 4 Por. *Badanie segmentacyjne uczestników kultury. Prezentacja wyników badania ilościowego*, Warszawa 2016, <https://nck.pl/upload/attachments/319000/Segmentacja-uczestnikow-kultury-raport.pdf>. Dostęp do wszystkich źródeł online: 12.02.2021.
- 5 Por. *Biblioteka – tu można więcej! Jak budować centra edukacji medialnej i cyfrowej*, red. Grzegorz D. Stunża, Gdańsk 2015, <http://www.wbpg.org.pl/sites/default/files/zalaczniki/Biblioteka.pdf>.
- 6 Więcej w numerze tematycznym *Zwrot edukacyjny w kulturze?*, „Kultura Współczesna”, nr 2/2019.
- 7 Por. Jarosław Działek, Monika Murzyn-Kupisz, *Rola instytucji kultury w budowaniu i wzmacnianiu kapitału społecznego jako czynnika rozwoju społeczno-gospodarczego*, Katowice 2014.
- 8 Por. Renata Włoch, Katarzyna Śledziwska i in., *Kompetencje przyszłości. Jak je kształtować w elastycznym ekosystemie edukacyjnym?*, Warszawa [b.d.], https://www.delab.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2020/07/Kompetencje_przyszlosci_Raport.pdf.

- 9 Por. Bogusław Dziadzia i in., *Podnoszenie kompetencji kadr kultury w domach, centrach i ośrodkach kultury*, Katowice 2015.
- 10 Por. *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*, red. Marcin Bochenek, Rafał Lange, Warszawa 2019.
- 11 Por. Marek Krajewski, *Po co nam instytucje kultury?*, Kraków 2019, <https://mik.krakow.pl/publikacje/marek-krajewski-po-co-nam-instytucje-kultury/>.
- 12 Por. Marcin Napiórkowski, *Kto ustala reguły gry? Instytucje kultury wobec polaryzacji politycznej*, Kraków 2020, <https://mik.krakow.pl/publikacje/kto-ustala-reguly-gry/>.
- 13 Marek Krajewski, *Po co nam instytucje kultury?*, dz. cyt., s. 16.
- 14 Tamże, s. 14.
- 15 Por. Grzegorz Ptaszek, *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Kraków 2019, s. 135–155.
- 16 Agata Bachórz, Karolina Ciechorska-Kulesza, Sławomir Czarnecki i in., *Punkty styczne: między kulturą a praktyką (nie)uczestnictwa*, Gdańsk 2014, http://repozytorium.ikm.gda.pl/files/original/raport_IKM_punkty_styczne.pdf, s. 11–12.
- 17 Sławomir Czarnecki, Maciej Dzierżanowski, Martyna Grabowska i in., *Poszerzanie pola kultury. Diagnoza potencjału sektora kultury w Gdańsku*, Gdańsk 2012, <https://nck.pl/badania/raporty/poszerzenie-pola-kultury-diagnoza-potencjalu-sektora-kultury-w-gdansk>.
- 18 Efekt pracy można zobaczyć tutaj: <https://youtu.be/pKm7dKIL-VU>. Więcej o projekcie: <http://www.gok>.

- psary.pl/index.php/projekty/filmowe-gminne-opowiesci.
- 19 Por. np. <https://culture.pl/pl/artykul/projekt-unseen-spacer-dzwiekowy-w-przeszlosc-warszawy>.
- 20 <http://permeationprzenikanie.blogspot.com/>.
- 21 <https://wck-wola.pl/online/>.
- 22 *Dziedzictwo dla przyszłości. Ponowne wykorzystanie zasobów cyfrowych w edukacji*: <https://fina.gov.pl/badania/dziedzictwo-dla-przyszlosci-publicacja-dla-nauczycieli-2/>; *Sposób na reuse w edukacji*: <https://fina.gov.pl/badania/reuse-w-edukacji-publicacja-online/>; *Reuse, remiks, recycle. Ponowne wykorzystanie materiałów filmowych i audiowizualnych*: <https://fina.gov.pl/badania/reuse-remiks-recycle-publicacja-fina/>.
- 23 <https://www.mnw.art.pl/multimedia/muz/>.
- 24 <https://www.mnw.art.pl/multimedia/filmy/oprowadzania/>.
- 25 <https://mnk.pl/wystawy/moc-muzeum>.
- 26 *Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC)*, red. Alicja Pacewicz, Grzegorz Ptaszek, Kraków-Warszawa 2019, https://fina.gov.pl/wp-content/uploads/2019/12/memic_publicacja.pdf.
- 27 W tym zakresie wiele odpowiedzi można znaleźć pod adresem: <https://otwartakultura.org/transformator/>.
- 28 *Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC)*, dz. cyt., s. 20.

EWA KORZENIOWSKA – absolwentka kulturoznawstwa blisko- i dalekowschodniego oraz filozofii na Uniwersytecie Jagiellońskim, a także podyplomowych studiów z zarządzania projektami na Akademii Leona Koźmińskiego. Obecnie doktorantka na Uniwersytecie SWPS. Pracuje w FilMOTECE Narodowej – Instytucie Audiowizualnym jako główna specjalistka ds. badań i rozwoju. Prowadzi i koordynuje projekty z zakresu edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej oraz szkolenia dla sektora GLAM dotyczące najnowszych technologii i upowszechniania.

GRZEGORZ PTASZEK – doktor habilitowany w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, psycholog, językoznawca, pracuje na stanowisku profesora AGH na Wydziale Humanistycznym AGH w Krakowie. Autor kilkudziesięciu prac naukowych poświęconych edukacji medialnej, komunikacji zapośredniczonej medialnie i relacji między nowymi technologiami a społeczeństwem i kulturą. W latach 2016–2020 prezes Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej.



INSTYTUCJA KULTURY
WOJEWÓDZTWA
MAŁOPOLSKIEGO



Wydawca:

Małopolski Instytut Kultury w Krakowie

30-233 Kraków, ul. 28 Lipca 1943 17C

tel. 12 422 18 84, www.mik.krakow.pl

Dyrektorka: Joanna Orlik

Autorzy:

Ewa Korzeniowska (FINA, SWPS)

Grzegorz Ptaszek (AGH w Krakowie / PTEM)

Redaktor prowadzący: Piotr Knaś

Redakcja i korekta: Aleksandra Kleczka

Projekt graficzny i typograficzny serii: Kira Pietrek

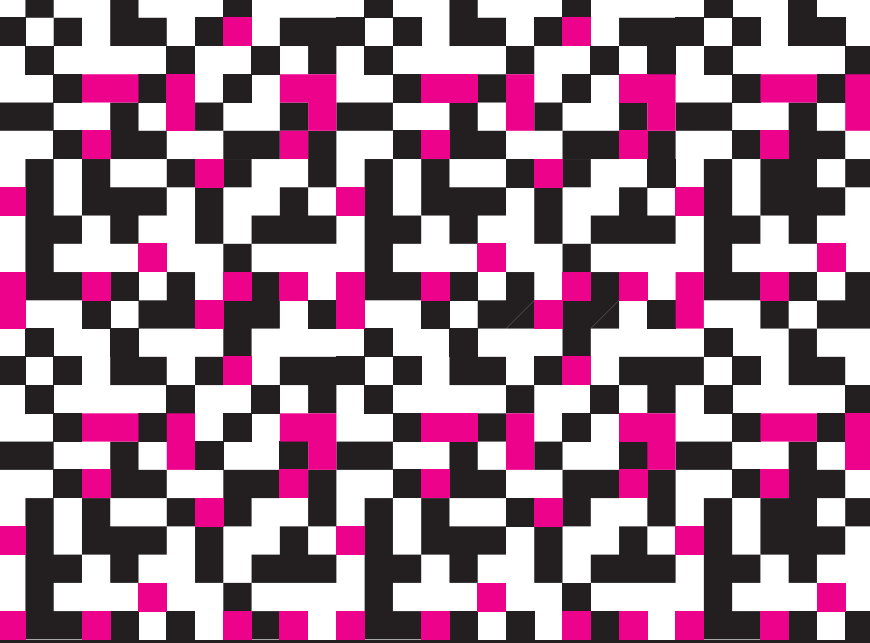
Skład i łamanie: Anna Papiernik

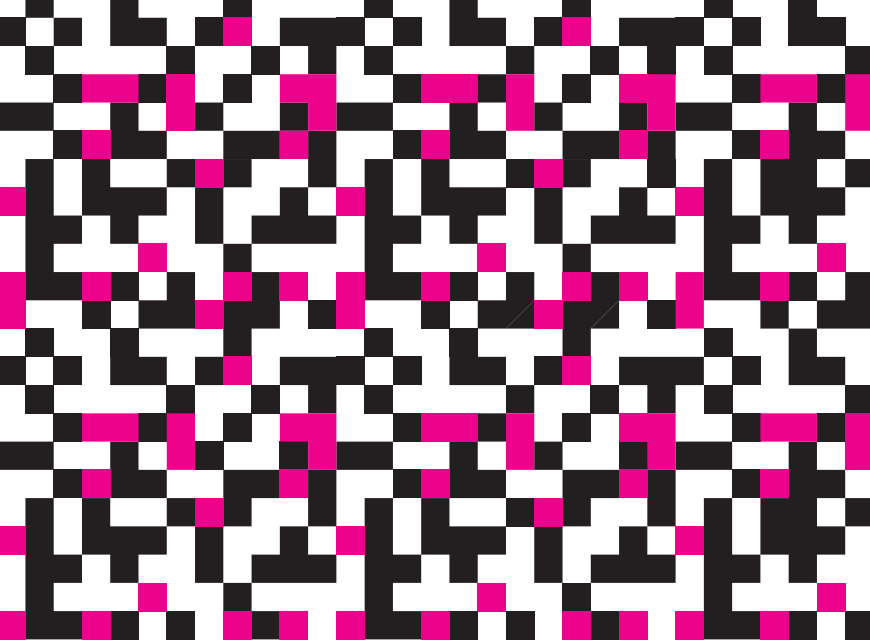
ISBN 978-83-61406-47-1

ISBN wydania online 978-83-61406-35-8

Publikacja nieprzeznaczona do sprzedaży, dostępna na międzynarodowej licencji Creative Commons: Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Na tych samych warunkach 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0). Kompetencje cyfrowe w instytucjach kultury

Kraków 2021





Kompetencje cyfrowe są dziś immanentną częścią kompetencji społecznych i kulturowych, dlatego edukacja medialna i cyfrowa to istotny temat dla instytucji kultury. Mogą one z powodzeniem funkcjonować jako lokalne czy krajowe think tanki – miejsca, w których wypracowuje się nowe idee, a wartości przekuwa w konkretne projekty. Edukacja medialna i cyfrowa nastawiona na kształtowanie określonych kompetencji cyfrowych może okazać się w tym nie tyle pomocna, co niezbędna.

ISBN 978-83-61406-47-1

ISBN wydania online 978-83-61406-35-8

