

Działaj przez media: medialab i edukacja medialna
scenariusz warsztatów
projekt *Nowe media = nowa partycypacja*

Warsztaty tego typu skierowane są do specjalistów i pasjonatów zajmujących się działaniami kulturalnymi, zarówno tymi instytucjonalnymi jak i przybierającymi postać projektów pozarządowych, nieformalnych i międzyśrodowiskowych. Mają za zadanie zbliżyć do odpowiedzi na generalne pytanie o sytuację instytucji kultury w obliczu rewolucji technologicznej, oraz na pytania szczegółowe dotyczące nowych ról i pozycji animatorów kultury, edukatorów, działaczy społecznych, artystów i odbiorców; sugerować możliwe modele działania i współpracy pomiędzy nimi przy użyciu mediów i w ich otoczeniu.

cel:

Głównym celem spotkania było przepracowanie formuły działań i projektów kulturalnych pod kątem większego wykorzystania różnych cyfrowych narzędzi oraz intensyfikacji włączania instytucji, projektów i animatorów w logikę działań cyberkulturowych i medialabowych. Chodziło, bardziej szczegółowo, o krytyczną analizę, adaptację i modyfikację ogólnych trendów - związanych z formułą pracy medialabowej i zagadnień związanych z edukacją medialną - zmieniających się kultury i mediów do lokalnych uwarunkowań, kontekstów i pragmatyk działania w sferze kultury. Dodatkowym celem była integracja środowiskowa.

metoda:

W trakcie warsztatów pracowaliśmy na dwa sposoby. Pierwszym była metoda seminaryjna, którą zrealizowaliśmy dwa moduły zajęć -- pierwszy, mający charakter wprowadzający do zagadnień i ostatni, który był podsumowaniem w formie otwartej dyskusji i wymiany doświadczeń. Oba te moduły zajęć zajęły w sumie około 2 godzin, po godzinie każdy. Pomiędzy nimi pracowaliśmy w mniejszych grupach metodą projektową wybierając i poddając analizie konkretne przykłady projektów kulturalnych a także projektując ich przyszłe formy z uwzględnieniem przyjętych założeń i kryteriów.

Dobieraliśmy się w zespoły kierując się zainteresowaniami i kompetencjami starając się jednocześnie stawiać na wymianę doświadczeń i wiedzy z różnych sfer medialnej praktyki.

plan:

Przyjęliśmy trzy założenia/tezy na potrzeby prowadzonych analiz i konstruowanych scenariuszy, które stały się rodzajem drogowskazów przy prowadzonym w grupach researchu i analizach przypadków - czas trwania około godziny. Były to następujące tezy:

1. Zmieniająca się kultura inspiruje nowe kompetencje i wyobrażenie medialne, które można rozumieć jako przejścia od "analogowego" do "cyfrowego"; od kultury pisma i maszyn medialnych zapoczątkowanej przez Gutenberga do kultury interaktywnej, sieciowej i wizualnej; od strategii odbiorczych kulturowego pielgrzyma do działań nomadycznych; od logiki konsumpcji i kultury masowej do modeli opartych na współpracy i współtworzeniu, emancypacji masowego odbiorcy.
2. Organizacyjnym modelem odniesienia jest formuła medialab, czyli zinstytucjonalizowane spotkanie sztuki, przedsiębiorczości i nauki/edukacji z techniką spełniająca następujące role i zadania: a. hub spinający różne środowiska; b. platforma edukacji medialnej; c. miejsce dla sztuki mediów; d. formuła dla digitalizacji.
3. Kultura cyfrowa jest efektem nasilającej się obecności technologii cyfrowych i sieciowych w życiu społecznym i kulturalnym i tym samym staje się ważnym aspektem uprawiania kultury w ogóle. Działania kulturalne stają w obliczu kryzysu instytucji kultury wobec zjawiska kultury uczestnictwa (kultury 2.0), strategii współpracy i angażowania

zastępują ich dotychczasowe role elitarnych dystrybutorów treści, coraz bardziej zauważalną rolę działań kulturalnych staje się edukacja medialna.

Do przyjętych założeń dopasowaliśmy cztery parametry, do których, w trakcie kolejnych 1,5 godziny prac warsztatowych, staraliśmy się dopasować istniejące i planowane imprezy i wydarzenia kulturalne odwołując się do wcześniej prowadzonego researchu i analiz oraz wniosków wyciągniętych z dyskusji seminaryjnej nad nimi. Zespoły poszukiwały możliwości ulepszenia już istniejących realizacji pod kątem ich efektywności komunikacyjnej, wymiany międzyśrodowiskowej i potencjału edukacyjnego jak i poszukiwaliśmy recept na jeszcze bardziej "cyfrowe" projekty w przyszłości. Wspomniane kryteria to:

- otwarty dostęp do zasobów kultury i możliwości pozyskiwania zasobów od użytkowników/publiczności połączone z wdrażaniem strategii open source;
- publiczność jako współtwórcy - stosowanie strategii włączania, zachęcania do remixu i współtworzenia zasobów i formatów, budowanie relacji i społeczności;
- dywersyfikacja kanałów medialnych i kreowanie własnej tożsamości komunikacyjnej;
- medialabowanie - adaptowanie hubowej metody pracy, nastawienie na działania w obszarze edukacji medialnej

W efekcie warsztatu powstały wskazania dotyczące poszerzania charakteru wydarzeń kulturalnych, strategii i modeli pracy instytucji i innych podmiotów kultury oraz zarysy przyszłych projektów i modeli działania wpisujące się w lokalne realia i potrzeby. Podzieliliśmy się wiedzą i doświadczeniami związanymi z używaniem konkretnych narzędzi programistycznych i sprzętowych (media społecznościowe, aplikacje i zasoby do wizualizacji danych, narzędzia analityki danych cyfrowych). Próbowaliśmy także tworzyć środowiskowy namysł nad kondycją kultury lokalnej.

Opracowanie: Piotr Celiński

Materiały powstały w ramach projektu "Nowe media = nowa partycypacja".

Projekt jest realizowany przez Fundację „Instytut Kultury Cyfrowej” w partnerstwie z Dzielnicowym Domem Kultury „Bronowice” oraz Wyższą Szkołą Przedsiębiorczości i Administracji.



Projekt jest współfinansowany ze środków otrzymanych w ramach Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.