

warszawa lab

**Warszawa Lab**

-

**Miejskie**  
**Laboratorium**  
**Edukacji**  
**Medialnej**

**Manual**





W Towarzystwie Inicjatyw Twórczych „ę” od 2002 roku wspieramy animatorów kultury, instytucje i organizacje działające na rzecz zmiany społecznej w swoich lokalnych środowiskach. Od samego początku pracujemy także z młodymi twórcami – z jednej strony pomagamy im rozwijać autorskie projekty, z drugiej – stymulujemy działania interdyscyplinarne, w których narzędzia twórcze pomagają lepiej rozumieć i opisywać rzeczywistość.

Obok filmu czy fotografii, coraz częściej sięgamy w tym celu po narzędzia nowych mediów i nowych technologii. W potocznym myśleniu traktuje się je wciąż jako przeciwieństwo „analogowej” rzeczywistości: świat cyfrowy to świat, który „wykrada” nas z prawdziwego, realnego życia i odciąga od pełnego w nim uczestnictwa. Jednocześnie cyfrowa rzeczywistość jest przychylna głównie tym, którzy niemal organicznie przyswajają zasady jej funkcjonowania – młodych ludzi ze środowisk faworyzowanych, mających dostęp do dobrej klasy sprzętu i, pozornie, ułatwione dzięki temu funkcjonowanie w nowoczesności.

Wielu ludzi (nie tylko tych urodzonych w XXI wieku) do sieci przeniosło najważniejsze przestrzenie budowania i utrwalania swojej społecznej tożsamości. Ci, których taki stan rzeczy uwiera, mogą zawsze w ramach prywatnego protestu nie zakładać kont na portalach społecznościowych albo je likwidować i rezygnować z instalacji kolejnych aplikacji na telefonie. Dla nas – podobnie jak dla wielu innych organizacji i instytucji kultury, wybór ten nie jest zero-jedynkowy.

Warszawa Lab to projekt, w którym podjęliśmy próbę stymulowania i wzmacniania owej „analogowej” rzeczywistości za pomocą tego, co cyfrowe. Użyliśmy narzędzi nowych mediów i nowych technologii w sposób, który nie odcina od rzeczywistości, ale pozwala się do niej przybliżyć i skutecznie na nią wpływać. Dzięki zaangażowaniu licznych partnerów projektu – od miejskich aktywistów po ekspertów z dziedziny IT – mogliśmy przez ponad rok eksperymentować, traktując Warszawę jako Miejskie Laboratorium Edukacji Medialnej.

Przedstawiamy krótki przewodnik po programie: jego odbiorcach, założeniach i przebiegu poszczególnych działań.

Pierwszą część przewodnika stanowi opis zrealizowanych działań – serii intensywnych spotkań warsztatowych z młodymi warszawiakami. W tej części prezentujemy również trzy scenariusze warsztatów, wykorzystujących narzędzia nowych mediów i nowych technologii do refleksji nad miastem. Scenariusze te oparte są na formule naszej publikacji Pomysły do Zrobienia, gdzie prezentujemy blisko sto przykładów na różnorodne działania animacyjne (więcej na pomyslyd-zrobienia.e.org.pl).

W drugiej części prezentujemy mini-raport Medialnej Edukacji Warszawy – seminarium, skierowanego do warszawskich środowisk zajmujących się edukacją medialną.

Ostatni tekst tego manuala to socjologiczna próba odpowiedzi na pytanie, kim jest odbiorca działań animacyjnych w wielkim mieście i w jaki sposób projektować te działania, tak by uniknąć jednoznacznego, szufladkującego podziału uczestników.

Dorota Borodaj, Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”

Promując harmonijne współistnienie, Fundacja Evens inicjuje działania mające na celu rozwijanie umiejętności korzystania z mediów. Podnosimy świadomość tego, jak są tworzone media i w jakim kontekście kulturowym funkcjonują, zachęcamy do ich twórczego i etycznego wykorzystania. Chcemy w ten sposób przyczynić się do wychowywania świadomych, aktywnych i odpowiedzialnych obywateli. Stwarzamy warunki do nauki krytycznego myślenia, umiejętności korzystania z wielu źródeł, świadomego konsumowania i wytwarzania danych. Niezwykle ważny jest dla nas aspekt etyczny i obywatelski.

Wszystkie te obszary spotykają się w projekcie Warszawa Lab, który uczy świadomego i odpowiedzialnego korzystania z możliwości, jakie dają nam nowe media i nowe technologie. Nasi uczestnicy sięgnęli po znane i dostępne wszystkim narzędzia po to, aby użyć ich w twórczy, obywatelski sposób. To oni cyfrowo opisali Warszawę i znaleźli sposoby na zaangażowanie się w tworzenie lepszego i bardziej otwartego miasta, na realną zmianę społeczną, do której może dojść dzięki umiejętnemu używaniu nowych mediów i technologii. Jesteśmy dumni, że Fundacja Evens mogła przyczynić się do tej zmiany.

Joanna Krawczyk, Fundacja Evens

Projekt Warszawa Lab został realizowany przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e” we współpracy z Fundacją Evens oraz ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



towarzystwo  
inicjatyw  
twórczych



evens foundation

Ministerstwo  
Kultury  
i Dziedzictwa  
Narodowego.

patroni medialni:





**1**

# **Warszawa Lab – miejskie laboratorium**

**Dorota Borodaj**

## **Co**

Warszawa Lab to projekt-spotkanie. Po pierwsze – to spotkanie z miastem, z jego energią, mieszkańcami, z jego przestrzenią i historią. Po drugie – to program, w którym przecięliśmy ze sobą ścieżki kilku grup mieszkańców miasta: młodych ludzi, określanych przez ekspertów jako „cyfrowi tubylcy” oraz miejskich aktywistów, przedstawicieli formalnych i nieformalnych organizacji i instytucji. Ci pierwsi wykorzystują narzędzia medialne przede wszystkim do zaspokajania swoich codziennych potrzeb społecznych – komunikują się za ich pomocą i używają ich głównie do rozrywki. Ci drudzy zmieniają miasto, budując konsekwentnie wizję świadomych, zaangażowanych obywateli, którym nie jest wszystko jedno, jak działa i wygląda ich najbliższe otoczenie.

## **Dla kogo**

Do udziału w projekcie zaprosiliśmy trzydzieścioro młodych warszawiaków w wieku 12-19 lat, ponad połowa z nich nie uczestniczyła wcześniej w zajęciach poświęconych nowym mediom i nowym technologiom. Przez ponad pół roku spotykaliśmy się z nimi raz w miesiącu podczas intensywnych, weekendowych warsztatów intermedialnych. Do udziału w warsztatach skłoniły ich różnorodne motywacje: chęć zdobycia wiedzy z zakresu pracy z nowymi mediami, chęć poznania bliżej tematów związanych z Warszawą, potrzeba zaangażowania się w twórczy projekt. Większość z nich nie miała wcześniejszego doświadczenia ani w działaniach związanych z narzędziami cyfrowymi, ani z tematyką miejskiego aktywizmu. Jednocześnie byli to tzw. aktywni uczniowie – z dobrych szkół, angażujący się w wiele aktywności pozalekcyjnych, ciekawi nowych wyzwań. Korzystali dotąd z internetu czy powszechnie znanych i dostępnych aplikacji w bardzo podobny sposób – raczej dla rozrywki i podtrzymywania więzi społecznych.

## Jak

Każde ze spotkań zostało poświęcone konkretnemu tematowi – od historii, przez mieszkańców, po miejskich aktywistów. Wspólnym mianownikiem tych tematów było świeże, autorskie spojrzenie na Warszawę oraz poszukiwanie w niej miejsc, historii i ludzi, którzy starają się zmieniać otoczenie na lepsze, brać za nie odpowiedzialność i aktywnie na nie wpływać.

Naszym celem było interpretowanie poszczególnych tematów związanych z Warszawą za pomocą konkretnych narzędzi nowych mediów – od narzędzi audiowizualnych, przez proste programy i aplikacje, po narzędzia nowych technologii. Efekty pracy – krótkie formy wideo, podcasty, materiały wizualne etc. oznaczaliśmy na mapie, znajdującej się na stronie internetowej projektu.

Wypracowanie tych konkretnych, „twardych” efektów warsztatów stanowiło jeden z naszych celów. Równie ważne (jeśli nie najważniejsze) było przybliżenie uczestnikom istotnych, aktualnych, społecznie zaangażowanych tematów związanych z Warszawą – z tym, jak się zmienia i w jaki sposób do tej zmiany przyczyniają się jej zaangażowani mieszkańcy.

## Z kim

Do współpracy przy każdym z tematów zapraszaliśmy instytucje, organizacje i konkretne osoby, które są dla nas wzorem i silnym punktem odniesienia w promowaniu oddolnego, obywatelskiego myślenia o mieście. Stawali się oni przewodnikami dla naszych uczestników, prezentując im obszary swojego działania i zapraszając do włączenia się w obywatelskie działania na rzecz miasta.

Łącznikami, którzy pomagali przy tym spotkaniu, byli eksperci zajmujący się mediami i nowymi technologiami. Dla nich samych sięganie po narzędzia cyfrowe w tak konkretnie zarysowanych ra-

mach tematycznych oraz praca z naszymi uczestnikami było ważnym i ciekawym doświadczeniem, z którego mamy nadzieję będą jeszcze czerpać.

## Tematy

Każdy warsztat został poświęcony konkretnemu tematowi związanemu z miastem. Efekty pracy uczestników można obejrzeć na stronie [wawalab.e.org.pl](http://wawalab.e.org.pl), po kliknięciu w poszczególne znaczniki na mapie.

### Kto zmienia miasto

Pierwsze warsztaty poświęciliśmy wirtualnemu porządkowaniu miejskiego chaosu wizualnego. Narzędzia cyfrowe są dziś właściwie niezbędne nie tylko do opisywania rzeczywistości, ale i do aktywnego wpływania na otoczenie. Wiedzą o tym najlepiej miejscy aktywiści, których potrzebom wychodzą naprzeciw nowe media i technologie. Naszym partnerem było stowarzyszenie Miasto Moje a w Nim, które walczy z nielegalnymi reklamami i zawłaszczającą przestrzeń polityką firm outdoorowych. Stowarzyszenie próbuje zarówno wpływać na zmiany w ustawodawstwie, jak i włączać do dyskusji głosy samych mieszkańców.

W ramach warsztatów fotograficznych i multimedialnych powstała seria sliderów i gifów. Te pierwsze, bazujące na archiwalnych fotografiach Warszawy (ze zbiorów NAC) pokazują, jak wielkoformatowe reklamy zawłaszczają architekturę. Gify powstały w wyniku „wyczyszczenia” fasad budynków z szyldów i tablic za pomocą jednego z darmowych programów graficznych. Efekty pracy można oglądać na mapie na stronie głównej projektu – po przybliżeniu danego obszaru i kliknięciu w znacznik możemy oglądać alternatywny miejski krajobraz.

## Co pamięta miasto

Ten warsztat był dla uczestników okazją do doświadczenia tego, jak wielowymiarowa i niejednoznaczna jest historia Warszawy. Naszym partnerem zostało Muzeum Woli i właśnie ta dzielnica stała się obszarem naszych poszukiwań. Na dwa dni przestrzeń Muzeum zamieniła się w otwarte archiwum – uczestnicy przeszukiwali cyfrowe i analogowe zbiory, gromadząc materiały do wideo-opowieści o sześciu miejscach na mapie Woli. Każde z tych miejsc gromadzi w sobie od lat wiele śladów przeszłości. Do ich równoległego odkrywania posłużyła nam Aurasma – darmowa aplikacja pozwalająca na „rozszerzenie rzeczywistości” (ang. augmented reality) o te właśnie równoległe historie. Budynek Muzeum Woli, Fabryka Franaszka, ulica Chłodna, dawny Dom Słowa Polskiego, Fabryka Paschalskich i ulica Wolność zostały przez nas oznakowane przy pomocy tzw. triggerów. Po odnalezieniu ich na naszej mapie (a następnie w rzeczywistości) i użyciu wspomnianej aplikacji można dowiedzieć się między innymi, kto w Polsce odbył pierwszy lot balonem, kim była rodzina Paschalskich i kto wyprodukował polski odpowiednik „Wyjścia robotnic z fabryki” braci Lumière.

Partnerem warsztatu było Muzeum Woli.

## Kim są warszawiacy

Reportaż multimedialny to wciąż mało rozpoznawalna w Polsce forma dziennikarska. Teksty publikowane w sieci przyjęło się traktować jak przedruki z gazet papierowych – tymczasem fakt, że funkcjonują one w formie cyfrowej, daje im nieograniczone możliwości wykorzystywania materiałów multimedialnych. Multimedia te służą w takim tekście nie jako jego ilustracja, ale mają równorzędny status do tekstu pisanego. Wideo, fotokasty, podkasty, infografiki przeplatają się z tekstem pisany, pozwalając na odbiór opowiadanej historii na wielu różnych poziomach. W ramach trzeciego warsztatu uczestnicy poznali specyfikę reportażu multimedialnego i obejrzeli przykłady jego realizacji. Następnie

tworzyli wspólną opowieść multimedialną o wyjątkowych mieszkańcach Warszawy – w różny sposób z nią związanych, aktywnie działających na rzecz jej mieszkańców i przestrzeni.

## Co słyhać w mieście

Kolejny warsztat poświęciliśmy odkrywaniu dźwiękowego pejzażu miasta. Pejzaż dźwiękowy (ang. *soundscape*) to całość dźwięków, jaka otacza człowieka w jego środowisku. W mieście składają się na niego nieskończenie liczne odgłosy, muzyka, a także to, co nazywamy hałasem i to, co udaje się z niego wyłowić.

Postanowiliśmy zbadać, co się dzieje z naszym słuchaniem i słyszeniem, kiedy posłużymy się cyfrowymi narzędziami do obróbki dźwięku. Jak mogą nam pomóc lepiej zrozumieć, usłyszeć i uporządkować elementy, które składają się na dźwięki miasta. Uczestnicy realizowali nagrania w pięciu lokacjach Warszawy, każda z nich znajdowała się na linii Alei Jerozolimskich, a więc jednej z miejskich arterii przecinających centrum – epicentrum dźwięków. Powstał cykl krótkich reportaży inspirowanych tym, co słyhać w mieście i czego słucha miasto.

Partnerem tego warsztatu był projekt *Miasto Puszcza*.

## Kto buduje miasto

tematem tego spotkania były lokalne centra, ważne dla mieszkańców Warszawy. Kto i w jaki sposób je tworzy? Jakie elementy decydują o tym, że dane miejsce staje się ważne dla lokalnych społeczności, a co jest potrzebne innym, by mogły przyciągać i integrować warszawiaków? Odpowiedzi na te pytania szukaliśmy wspólnie z twórcami Warszawskich Centrów Lokalnych – warsztatów eksperckich, organizowanych przez Oddział Warszawski SARP na zlecenie Miasta Stołecznego Warszawy. Celem tego programu jest określenie standardów funkcjonowania centrów lokalnych, wyznaczenie sieci war-

szawskich centrów oraz przygotowanie modelowych scenariuszy ich działania w wybranych miejscach Warszawy.

Uczestnicy odwiedzili pięć takich miejsc. W wyniku tych spotkań oraz przeprowadzonych na miejscu dokumentacji, a także rozmów z inicjatorami i twórcami działających tam inicjatyw, powstała seria glogów – cyfrowych kolaży, wykorzystujących narzędzia multimedialne do prezentacji najważniejszych informacji o miejscach, ich potencjale i zrealizowanych oraz zaplanowanych działaniach.

Partnerem tego warsztatu były **Warszawskie Centra Lokalne**. Współpraca: **Stowarzyszenie Moja Narbutta, Otwarty Jazdów, Grupa Odkrywkowa Osiedla Przyjaźń, Trzy Pokoje z Kuchnią, Białolecki Ośrodek Kultury, Bemowskie Centrum Kultury ArtBem**.

## Kto programuje miasto

Temat i forma ostatnich warsztatów stanowiły klamrę z pierwszymi zajęciami – ponownie spotkaliśmy się z przedstawicielami warszawskich środowisk miejskich aktywistów, z którymi szukaliśmy odpowiedzi na pytania, w jaki sposób możemy diagnozować i odpowiadać na potrzeby naszego najbliższego otoczenia: ulicy, sąsiedztwa, dzielnicy. Zastanawialiśmy się, jakie konkretne narzędzia miejskiej partycypacji mają do dyspozycji mieszkańcy i czy chętnie z nich korzystają.

Drugiego dnia warsztatów uczestnicy, przy pomocy technologii Arduino, programowali proste urządzenia i mechanizmy, które mogłyby okazać się pomocne dla mieszkańców. Powstał system automatycznego nawadniania roślin (z myślą o społecznych ogrodach miejskich), mechanizm do pomiaru prędkości samochodów przejeżdżających przez ruchliwe przejście dla pieszych, licznik do rejestrowania liczby przechodniów (zaprogramowany z myślą o ciemnej ulicy, której mieszkańcy starają się o zamontowanie latarni), automatyczny ekologiczny zraszacz na wypadek upałów (uruchamiający się tylko wtedy, kiedy ktoś obok niego przechodzi) czy licznik pomiaru głośności ruchu ulicznego.

Partnerem tego warsztatu był **Otwarty Jazdów oraz Akademia Młodego Hackera**.

## Opinie

Wymieniane przez uczestników najważniejsze korzyści wyniesione z programu można podzielić na trzy grupy:

- ➔ Korzyści związane z nabywaniem nowych umiejętności (praca z kamerą i dźwiękiem, montaż, poznanie nowych programów i aplikacji, obróbka graficzna, poszerzanie wiedzy o prawie autorskim i świadomym tworzeniu treści do sieci).
- ➔ Korzyści związane z pogłębianiem wiedzy dotyczącej miasta:
  - możliwość spotkania z żywą miejską kulturą
  - lepsze poznanie miasta – zarówno jego historii, jak i aktualnych wyzwań
  - nauka budowania i wyrażania własnego zdania w kwestiach związanych z miastem, uczestnictwo w publicznej debacie na aktualne,
  - ważne tematy i poczucie wpływu na możliwe zmiany
- ➔ Korzyści związane z tworzeniem i wzmacnianiem relacji międzyludzkich: przełamywanie własnych trudności w kontaktach z nowo poznanymi ludźmi, nauka pracy w grupie, poznawanie ludzi, którzy inspirują do myślenia o tym, co można robić w życiu, zarażanie się entuzjazmem do działania.



**Opinie uczestników:**

***Najfajniejsze ze wszystkich były warsztaty z cyklu „Co pamięta miasto?”. Dzięki nim naprawdę dotknąłem historii miasta, w którym mieszkam.***

***Warsztaty sprawiły, że chodzę po moim mieście bardziej świadoma.***

***Najciekawsza była praca polegająca na graficznym usuwaniu w gimpie i usuwanie reklam z budynków. Teraz możemy sobie wyobrazić, jak wyglądałaby Warszawa bez zbędnych reklam.***

***Udział w warsztatach dał mi możliwość rozwijania swoich pasji i poznania nowych rzeczy i osób. Powiększyłam swoją wiedzę o Warszawie i o tym, w jaki sposób możemy ją kształtować.***

***Najważniejsze było dla mnie zapoznanie się z dotąd nieznanymi programami i mediami oraz poznanie ciekawych miejsc w Warszawie... Dało mi to większą świadomość otaczającej mnie przestrzeni i wiele nowych znajomości.***

**Z punktu widzenia partnerów projektu najważniejsze doświadczenia ze współpracy przy projekcie dotyczyły:**

- 1.** Edukacji: projekt dał możliwość przekazywania młodym mieszkańcom Warszawy wiedzy o tym, jak można wpływać na otaczającą przestrzeń. Pozwolił na uwrażliwienie ich na społeczne problemy wraz z ćwiczeniem sposobów wychodzenia im naprzeciw. Część partnerów po raz pierwszy miała okazję do pracy z młodzieżą szkolną – po tym doświadczeniu planują oni podjęcie w przyszłości działań edukacyjnych skierowanych do młodych odbiorców.
- 2.** Kształtowania postaw i budowania etosu aktywności społecznej wśród młodych ludzi, wzmacniania współodpowiedzialności za otoczenie i poczucia, że „miasto jest przedłużeniem własnego domu”.

Jednocześnie zarówno my – twórcy programu, jak i nasi partnerzy mieliśmy poczucie, że wiele z tych spotkań było potencjalnym zacznikiem do szerszej, bardziej pogłębionej pracy na konkretnym obszarze. Przyjęta formuła warsztatów – dwudniowe cykle, poświęcone na teoretyczną i praktyczną pracę wokół konkretnego tematu, pozwalały na tworzenie prostych, możliwych do realizacji w tak krótkim czasie efektów. Każdy temat można w przyszłości rozwinąć w osobny, długofalowy projekt, co pozwoliłoby na utrwalenie nabytych umiejętności, a także na silniejszą relację z każdym z partnerów i możliwość trwalszego zaadaptowania wypracowanych efektów do ich potrzeb.

# ZRÓB TO SAM! Pomysły do zrobienia

## Pomysły do zrobienia





## Co pamięta miasto

Czyli jak poznać historię miejscowości i za pomocą nowych technologii opowiadać o niej w przestrzeni publicznej.

stopień trudności:



### Potrzebujemy:



**liczba osób:** animatorów: 2-6  
uczestników: 4-20



**czas:** przygotowanie: 2 dni  
realizacja: 2 dni



**narzędzia:** → aparaty fotograficzne,  
→ kamery,  
→ komputery z dostępem do sieci oraz z programem do montażu (np. Windows Movie Maker),  
→ urządzenia mobilne z dostępem do internetu (smartfony, tablety)



**tagi:** film, foto, historia, miasto, przestrzeń publiczna, tożsamość lokalna

### Jak to zrobiliśmy:

W ramach projektu Warszawa Lab grupa animatorów razem z młodymi warszawiakami szukała sposobów wykorzystania nowych mediów i nowych technologii do wpływania na miasto.

Podczas jednego z warsztatów zajęli się tematem historii Warszawy, koncentrując się na Woli – dzielnicy, która jak w soczewce skupia w sobie bardzo różnorodne opowieści.

W Muzeum Woli, które zmieniło się w otwarte archiwum, każda z grup uczestników opracowywała jeden temat związany z dzielnicą: wolne elekcje (które miały miejsce na terenie dzisiejszej ul. Wolność), działające na terenie Woli fabryki, II wojna światowa i getto, historia budynku Domu Słowa Polskiego i historia siedziby Muzeum Woli. Uczestnicy przeglądali dokumenty, książki, archiwalia filmowe i fotograficzne dostępne w muzeum, planowali scenariusze i techniki realizacji filmów – od animacji poklatkowej, przez minidokument, po montowanie fragmentów archiwalnych nagrań z lat 20. i z czasów wojny.

Drugiego dnia każda z grup zajęła się pracą nad swoim, trwającym 2-4 minuty, filmem.

Po zmontowaniu filmów uczestnicy przygotowali tzw. znaczniki – po jednej fotografii przypisanej każdemu filmowi. Fotografie zostały wydrukowane i wyeksponowane na terenie Woli – w miejscach, których dotyczyły konkretne filmy. Następnie filmy zostały załadowane do sieci przy pomocy darmowej aplikacji Aurasma. Mieszkańcy Warszawy, napotykając w wyznaczonych miejscach fotografie-znaczniki, mogą przy pomocy smartfonów lub tabletek „ożywić” zdjęcia i zobaczyć, jakie opowieści się pod nimi kryją.

współpraca: Muzeum Woli

## Krok po kroku:

### Krok 1: Przygotowanie do pracy z aplikacją Aurasma

Aurasma to aplikacja wykorzystująca technologię rozpoznawania znaczników-obrazów (miejsc, grafik, zdjęć, obiektów) i pozwalająca dołączać do nich filmy.

Przy pomocy Aurasmy możemy wskazywać własne znaczniki i dodawać do nich stworzone przez siebie filmy i animacje, a następnie udostępniać je innym użytkownikom aplikacji.

Aby korzystać z aplikacji Aurasma, należy zainstalować ją na swoim urządzeniu mobilnym – w przypadku iPada lub iPhone’a należy pobrać ją ze sklepu App Store; w przypadku urządzeń z systemem Android – ze sklepu Google Play. Aplikacja jest bezpłatna.

Instrukcja obsługi Aurasmy oraz tutoriale dostępne są w sieci. Warto przed warsztatami przećwiczyć uruchamianie aplikacji i ładowanie filmików.

### Krok 2: Dyskusja: pamięć miasta jest jak cebula

Zaczynamy od rozmowy o wielowarstwowej historii danego miejsca. Odkrywamy i omawiamy kolejne warstwy. Zastanawiamy się, które historie są najbardziej warte opowiedzenia, jakimi materiałami dysponujemy, dokąd i do kogo możemy się udać po informacje.

### Krok 3: Praca nad scenariuszami

Uczestnicy w kilkuosobowych grupach opracowują konkretny temat – gromadzą informacje, przeglądają i wybierają archiwalia, rozpisują krok po kroku poszczególne sceny.

Ważne, żeby grupy liczyły maksymalnie sześć osób, aby np. podczas montażu filmów uczestnicy mogli w równym stopniu zaangażować się w pracę.

### Krok 4:

#### Realizacja filmów

W zależności od tematu i dostępnych materiałów filmy mogą być zrealizowane w formie minireportaży, animacji poklatkowych, fotokastów (połączenie fotografii z elementami filmowo-dźwiękowymi) czy remiksu filmowych materiałów archiwalnych. Możemy wykorzystać aparaty fotograficzne z opcją nagrywania, zaś do montażu można użyć jednego z dostępnych, bezpłatnych programów. Warto zaprosić do współpracy osoby, które mogą służyć wsparciem technicznym przy realizacji i montażu filmów. Filmy w ostatecznej wersji powinny być krótkie, pliki nie mogą dużo ważyć.

### Krok 5: Przygotowanie znaczników

Każda z grup wybiera po jednym zdjęciu odpowiadającym jej filmowi. Fotografie drukujemy i umieszczamy w miejscach, których dotyczą filmy. Zdjęcia muszą być bardzo mocno kontrastowe – inaczej aplikacja będzie mieć problem z uruchomieniem znacznika. Warto wydrukować je np. na folii lub piance, by były bardziej trwałe i odporne na wilgoć.

### Krok 6: Udostępnienie filmów

Za pomocą aplikacji Aurasma do zdjęć-znaczników dołączamy filmy i udostępniamy je innym użytkownikom.

### Warianty:

Można poszukać tematów, które odnoszą się do współczesności i stworzyć filmy z pomysłami, jak zagospodarować puste, niewykorzystane przestrzenie miasta i w takich miejscach umieścić znaczniki wraz z filmami.



## Miejska gumka do wycierania

Czyli jak za pomocą nowych technologii pokazać wizualny chaos przestrzeni publicznej i zaproponować zmiany.

stopień trudności:



### Potrzebujemy:



**liczba osób:** animatorów: 2-6  
uczestników: 6-24



**czas:** przygotowanie: 1 dni  
realizacja: 2 dni



**narzędzia:** → aparaty fotograficzne,  
→ komputery z programem graficznym  
(np. darmowy program GIMP)  
i dostępem do internetu



**tagi:** foto, miasto, przestrzeń publiczna

### Jak to zrobiliśmy:

W ramach projektu Warszawa Lab grupa animatorów razem z młodymi warszawiakami szukała sposobów wykorzystania nowych mediów i nowych technologii do wpływania na miasto.

Podczas jednego z warsztatów zajmowali się miejską estetyką, a także chaosem wywołanym wszechobecnymi wielkoformatowymi reklamami oraz szyldami i tablicami na budynkach, ogrodzeniach i murach. Wspólnie zastanawiali się, w jaki sposób uwrażliwić mieszkańców Warszawy na problem wizualnego bałaganu i pokazać im możliwe alternatywy.

Do poprowadzenia pierwszej części animatorzy zaprosili stowarzyszenie Miasto Moje a w Nim, zajmujące się m.in. walką ze szpecącymi reklamami. Ich prezentacja pokazała zarówno reklamowe absurdy, jak i pozytywne działania zmierzające do uporządkowania wizualnego chaosu.

Następnie uczestnicy ruszyli z aparatami fotograficznymi na ulice Warszawy. Mieli za zadanie sfotografować fasady budynków oklejone szyldami, reklamy przysłaniające widok na warszawską architekturę itp. Drugiego dnia każdy z uczestników wybrał jedno zdjęcie, nad którym chciał pracować. Jednym z kryteriów wyboru było to, aby budynek był w programie graficznym dość łatwy do „wyczyszczenia” dla początkujących (np. reklama sieci komórkowej wisząca na jednolitej ścianie, banner na budynku na tle nieba). Po „wymazaniu” z fasad budynków reklam uczestnicy złożyli zdjęcia „przed” i „po” w formie gifów – prostych animacji, polegających na naprzemiennym ukazywaniu się każdego ze zdjęć. Ta popularna w internecie forma pozwala wyraźnie dostrzec kontrast pomiędzy miastem „zabrudzonym” reklamami a takim, w którym przestrzeń wizualna jest uporządkowana i harmonijna.

współpraca: stowarzyszenie Miasto Moje a w Nim

## **Krok po kroku:**

### **Krok 1:**

#### **Dyskusja – co nas kłuje w oczy**

Rozmawiamy o tym, czym dla każdego z uczestników jest chaos wizualny i jak go definiować. Zastanawiamy się, które miejsca w naszym mieście są dla nas przykładem na zachowanie estetyki, a w których rządzą reklamy. Czy nam przeszkadzają? Jak wpływają na nasz odbiór przestrzeni publicznej? Czy wiemy, jak wyglądają budynki ukryte pod wielkimi płachtami bannerów reklamowych?

### **Krok 2:**

#### **Fotografowanie miasta**

Uczestnicy w parach lub pojedynczo ruszają z aparatami fotograficznymi na ulice miasta. Fotografują budynki i miejsca, gdzie banery i reklamy wyraźnie „zgrzytają”, zaśmiecają przestrzeń. Każdy uczestnik przynosi po ok. 8-10 zdjęć, następnie wybieramy jedno, z którego będziemy wymazywać zbędne elementy.

### **Krok 3:**

#### **Praca w programie graficznym**

Możemy skorzystać z dostępnych w sieci darmowych programów graficznych. W internecie znajdziemy liczne samouczki i tutoriale dotyczące ich obsługi, warto również zaprosić do współpracy przy tej części warsztatu ekspertów – osoby pracujące z programami graficznymi, które krok po kroku przeprowadzą uczestników przez poszczególne etapy pracy.

Po wyczyszczeniu zdjęć z niepożądanych elementów tworzymy gify, nakładając na siebie zdjęcie przed i po obróbce, następnie eksportujemy projekty jako pliki GIF.

### **Krok 4:**

#### **Udostępnienie wyników pracy**

Powstałe gify warto podlinkować, np. na stronie urzędu miasta lub gminy, na Facebooku, i zachęcić czytelników do dyskusji nad efektami takiego „porządkowania” miasta.

### **Warianty:**

Narzędzia graficzne można wykorzystać także do stworzenia „alternatywnego krajobrazu” miejscowości – graficznej propozycji ujednoczenia szyldów i reklam.



## Co słysząc w mieście

Czyli jak za pomocą nowych technologii stworzyć dźwiękowy pejzaż miasta.

stopień trudności:



### Potrzebujemy:



**liczba osób:** animatorów: 2-6  
uczestników: 4-20



**czas:** przygotowanie: 1 dzień  
realizacja: 2 dni



**narzędzia:** rekordery dźwięku,  
słuchawki,  
komputery z programem do montażu dźwięku  
(np. darmowego Audacity)



**tagi:** dziennikarstwo, dźwięk, miasto, przestrzeń  
publiczna

### Jak to zrobiliśmy:

W ramach projektu Warszawa Lab grupa animatorów razem z młodymi warszawiakami szukała sposobów wykorzystania nowych mediów i nowych technologii do wpływania na miasto.

Jeden z warsztatów został poświęcony dźwiękom Warszawy i ich wpływowi na mieszkańców miasta. Uczestnicy, przy wsparciu twórców projektu Miasto Puszcza, dowiedzieli się, czym jest pejzaż dźwiękowy (ang. *soundscape*) i w jaki sposób to, co słyszymy (albo czego nie słyszymy w sposób świadomy, ale co towarzyszy nam w warstwie dźwiękowej) może na nas oddziaływać. Aby to w pełni zrozumieć, ruszyli na ulice Warszawy zaopatrzeni w rejestratory dźwięku i słuchawki. Po raz pierwszy świadomie skupiali się na wszechobecnym, wielkomięskim szumie, próbując wyłapać z niego poszczególne elementy (muzykę, rozmowy, samochody itd.).

Następnie, podzieleni na małe grupy, nagrywali dźwięki w kilku wybranych lokalizacjach (centrum handlowe, lodowisko, warsztat samochodowy, dworzec PKP, ruchliwy skwer, bazar). Nagrywali także wypowiedzi przechodniów – prosili ich o wstuchanie się w otoczenie i opowiedzenie o tym, co słyszą, a tych, którzy mieli słuchawki na uszach, pytali, czego słuchają.

Następnie zmontowali swoje nagrania w formie krótkich reportaży dźwiękowych – każdy z nich był twórczą interpretacją tego, co składa się na dźwiękowy pejzaż stolicy.

współpraca: Miasto Puszcza







2

# **Miasto-media-edukacja.** **Miniraport z „Medialnej** **EDUakcji” Warszawy**

Ważnym elementem programu Warszawa Lab było zorganizowane wspólnie z Warszawskim Programem Edukacji Kulturalnej otwarte seminarium „Medialna EDUakcja Warszawy” – spotkanie warszawskich edukatorów i animatorów korzystających w pracy z narzędzi nowych mediów i nowych technologii.

Uczestnicy, podzieleni na cztery grupy robocze, zastanawiali się między innymi nad tym, jaką rolę odgrywa program edukacji medialnej w krajobrazie warszawskiej edukacji kulturalnej, a także co edukacja medialna i jej narzędzia mogą przynieść miastu, aby było bardziej otwarte na potrzeby mieszkańców i aktywnie włączało ich w proces budowania miejskiej rzeczywistości.

Wśród uczestników „Medialnej EDUakcji” przeważali przedstawiciele organizacji pozarządowych oraz nieformalnych grup i instytucji zajmujących się szeroko rozumianą edukacją kulturalną, na co dzień wykorzystujący w swojej pracy rozmaite aplikacje mobilne i media społecznościowe. Zdecydowanie mniej było osób reprezentujących warszawskie domy kultury i biblioteki (a większość tych, które były obecne, narzędzia edukacji medialnej wykorzystuje w niewielkim stopniu bądź wcale).

Poniżej prezentujemy najważniejsze wnioski płynące z tego spotkania.

## **Moderacja grup i opracowanie wniosków:**

**Anna Buchner, Eliza Gryszko, Katarzyna Sawko, Maria Wierzbicka, Katarzyna Zaniewska**

Zasadnicza dla rozpoczęcia pracy w grupach roboczych była odpowiedź na pytania, czym właściwie jest edukacja medialna i jak w warszawskim środowisku edukacyjnym definiujemy jej odbiorców i narzędzia. Doprecyzowano pojęcie edukacji medialnej jako wykorzystywanie szeroko pojmowanych nowych technologii w projektach społecznych oraz jako naukę krytycznego podejścia do tworzenia i odbioru przekazów medialnych, świadomego korzystania z możliwości, jakie dają nowe technologie i sensowne tworzenie przekazów. Natomiast za narzędzia edukacji medialnej uznano: oprogramowanie, sprzęt (np.

smartfony, tablety) oraz media społecznościowe, platformy do dzielenia się materiałami audiowizualnymi, kody QR, hashtagi, aplikacje mobilne, ale także fotografię czy film – tworzone i zapisywane cyfrowo.

## Edukacja medialna: CZEGO uczymy

Tematy, którymi zajmuje się ta gałąź edukacji, a także jej możliwe obszary działania, to między innymi:

1. objaśnianie, jak działają media – krytyczne podejście do rynku medialnego (znajomość jego mechanizmów, zależności i finansowania) oraz do gotowych platform i narzędzi, do własności intelektualnej i szukanie sposobów korzystania z nich;
2. świadome tworzenie przekazów medialnych i stawianie pytań o to, dokąd trafi przekaz, do czego może poza naszym wpływem zostać wykorzystany oraz w jaki sposób zadbać o kwestie związane z prawem i bezpieczeństwem itp.;
3. poszerzanie wiedzy z zakresu prawa autorskiego – zasady tworzenia i przetwarzania treści przez osoby prywatne, instytucje kultury i nauczycieli korzystających w pracy z materiałów pozyskanych w sieci.

## Edukacja – to znaczy JAK

Pytanie, jak używać narzędzi edukacji medialnej, dotyczy w szczególności dwóch zagadnień.

Po pierwsze – związane jest ze sposobami uczenia i metodyką pracy edukatorów, po drugie – jest pytaniem o balans między *online* i *offline*, między działaniami za pomocą narzędzi w przestrzeni cyfrowej a rzeczywistością „analogową”. Ważne, by działania edukacyjne były nie tylko powiązane z konkretnymi narzędziami, ale wplatały wykorzystywanie kompetencji medialnych w pracę w innych obszarach. Dobrą analogią wydaje się długopis i nauka pisania, która z początku wymaga odrębnych, dedykowanych zajęć, zaś z czasem jest wykorzystywana automatycznie, a nie jako cel sam w sobie. Chodzi za-

tem o to, by edukacja medialna towarzyszyła ludziom niezależnie od poziomu ich umiejętności, a to pozwoli na stopniowe przyswajanie nowych treści i kompetencji. Kluczowe wydają się tu równoległe działania w ramach formalnej i pozaformalnej edukacji.

## Společne rozumienie edukacji medialnej

W ujęciu uczestników „Medialnej EDUacji” narzędzia edukacji medialnej poszerzają perspektywę, zwiększają wpływ na rzeczywistość, uatrakcyjnijają działania, zwiększają moc przekazu, pozwalają na osiągnięcie zmiany. Dzięki wykorzystaniu narzędzi nowych mediów pojęcie lokalności nabiera nowego wymiaru. Przestaje być ona powiązana z fizyczną obecnością w danym miejscu. Korzystając z urządzeń mobilnych i odpowiednich aplikacji, możemy na odległość brać udział w lokalnych wydarzeniach. Podkreślano przy tym niewystarczalność tego, co jest dostępne tylko przez tablet czy komputer. Edukacja medialna nie skupia się na samym narzędziu (programie, aplikacji, aspekcie technicznym itp.), lecz pozwala nauczyć się jego obsługi niejako przy okazji pracy nad szerszym tematem, związanym z kulturą, historią, przestrzenią.

## Co edukacja medialna może dać miastu

Narzędzia edukacji medialnej mogą wzmacniać działania na rzecz miasta i jego mieszkańców na wiele sposobów, między innymi przez:

- docieranie do szerokiego grona odbiorców;
- bardziej precyzyjne określanie grupy docelowej;
- tworzenie interaktywnych projektów;
- rozbudzenie ciekawości uczestników dotyczącej danego aspektu miasta (np. historii, przyrody, przestrzeni etc.);
- tworzenie coraz bardziej zaawansowanych projektów dziejących się równocześnie na dwóch płaszczyznach: w świecie realnym i w świecie wirtualnym;

- współtworzenie projektów przez odbiorców (np. przez udostępnianie swoich zdjęć, swoich filmików oznaczonych odpowiednim hashtagiem lub w przeznaczony do tego wirtualnej przestrzeni);
- czerpanie inspiracji do tworzenia projektów z dostępnych narzędzi edukacji medialnej (np. odnajdujemy świetną aplikację i bazując na możliwościach, jakie daje jej wykorzystanie, budujemy wokół niej konkretne działania);
- budowanie społeczeństwa obywatelskiego (poprzez zwiększanie zainteresowania lokalnymi problemami, angażowanie coraz większej liczby ludzi w rozmaite działania);
- określanie kierunków rozwoju miasta w bezpośrednim kontakcie z jego mieszkańcami (np. dotyczy infrastruktury).

## Edukacja medialna a miasto st. Warszawa/ Co miasto może dać edukacji medialnej

Punktem wyjścia tej dyskusji było miejsce edukacji medialnej w szerszym krajobrazie miejskiej edukacji kulturalnej. Gdzie szukać edukacji medialnej, jak ją interpretować, gdzie jest jej początek, gdzie koniec? Czy założenia i priorytety edukacji medialnej powinny być spisane w jednym określonym dokumencie, czy też pojęcie edukacji medialnej jest na tyle rozmyte, szerokie i wszechobecne, że nie ma potrzeby (ani możliwości) jej regulowania?

Wreszcie: jakie kompetencje ma tutaj samorząd lokalny, kto zajmuje się tą tematyką, jaką pełni rolę, jakie ma zasoby i jak można się nimi dzielić?

## Bariery w rozwoju edukacji medialnej

Osoby pracujące w tym obszarze (mowa tu zarówno o urzędnikach, pracownikach III sektora oraz osobach pracujących w instytucjach publicznych, takich jak domy kultury, biblioteki publiczne) napotyka ją na rozmaite trudności. Wśród najważniejszych można rozpoznać:

1. Brak pogłębionej diagnozy środowisk związanych z edukacją medialną. Wnioski ze sporządzanych dotąd diagnoz nie przekładają się na praktykę, a wskazywane w badaniach rekomendacje nie przechodzą w działanie. Znikome rozpoznanie lokalnego potencjału (organizacyjnego, osobowego, narzędziowego itd.) skutkuje ciągłym „wyważaniem otwartych drzwi”. Nie wykorzystujemy dostępnych już narzędzi, nie rozwijamy wypracowanych już form współpracy, nie nawiązujemy dialogu z potencjalnymi partnerami. Często nie wiemy, kto, gdzie i za pomocą jakich narzędzi działa.
2. Brak wspólnego języka warszawskiego środowiska zajmującego się tematyką edukacji medialnej. Utrudnia to podejmowanie współpracy przy realizacji przedsięwzięć na rzecz rozwoju edukacji medialnej i powoduje informacyjny bałagan. Dotyczy to już choćby definiowania samej edukacji medialnej, a koszty tego bałaganu ponoszą często w pierwszej kolejności odbiorcy działań.
3. Sztywne ramy i zasady działania instytucji kultury w stolicy: ich częste zamknięcie na inicjatywy z zewnątrz i niedostępianie przestrzeni na działania dotyczące edukacji, w tym edukacji medialnej, prowadzone przez podmioty nieformalne i trzeciosektorowe.
4. Brak wsparcia dla inicjatyw grup nieformalnych. Inicjatywy takie często są niedostrzegane przez władze miasta. Nie korzysta się z doświadczeń tych grup i pomija się ich głos w planowaniu działań.
5. Współpraca tylko na utartych zasadach. O ile III sektor zaczyna być postrzegany jako istotny partner w obszarze edukacji, to grupy nieformalne i biznes pozostają na razie poza sferą

współpracy. Wynika to być może z niedostrzegania potencjału tych grup oraz z braku umiejętności dialogu i szukania wspólnych celów, których sformułowanie może być początkiem dobrej współpracy przy zachowaniu modelu *win-win*.

Rzadko zdarza się również współpraca w obszarze formalnej i nieformalnej edukacji medialnej.

6. Nadmiar propozycji z zakresu edukacji medialnej powoduje, że odbiorcy nie do końca potrafią się rozeznać w ofercie i wybrać z niej to, co najwartościowsze. Sprawia też wrażenie braku jakiegokolwiek kontroli nad ofertą edukacji medialnej.
7. Etykietowanie oferty z zakresu edukacji medialnej i sztuczne dzielenie na grupy odbiorców, np. oferty „dla młodzieży”, „dla seniorów”, przy jednoczesnym faworyzowaniu dzieci i pełnym niedostrzeganiu grupy, jaką stanowią dorośli w wieku 30–55 lat.
8. Nieinwestowanie w rozwój młodych artystów. W ten sposób miasto traci możliwość współpracy z artystami, a tym samym korzyści z niej płynące.
9. Brak platformy wymiany informacji między różnymi graczami ze sceny edukacji medialnej. Widoczna jest wyraźna potrzeba wymiany zasobów, narzędzi, wiedzy i, przede wszystkim, nawiązywania kontaktów oraz budowania pola współpracy.

## **Postulaty, czyli co zrobić na rzecz wzmocnienia i rozwoju programów edukacji medialnej w mieście**

1. Rozpoznanie zasobów (narzędzi, podmiotów, inicjatyw, sprzętu, miejsc, osób) z obszaru edukacji medialnej, które już istnieją. Diagnoza taka powinna być realnie przekładalna na działania i brać pod uwagę udział jak najszerszego spektrum partnerów. Rozsądnym wyjściem byłby podział na grupy robocze, a w ramach tych podgrup wybór liderów, którzy w określonym czasie zrealizowałyby przydzielone im zadania.

Pozwoliłoby to stworzyć system miejskiej informacji medialnej, który służyłby nie tylko odbiorcom, ale przede wszystkim twórcom oferty na etapie planowania bieżących działań, a także na etapie rozwoju, szukania nowych partnerów itd.

2. Budowanie i wzmocnianie koalicji wokół edukacji medialnej, tj. grupy zainteresowanych instytucji, osób fizycznych, grup nieformalnych itp., których celem będzie praca nad zagadnieniami związanymi z edukacją medialną. Chodzi tutaj zarówno o dołączenie do powstałej niedawno Koalicji Edukacji Medialnej i Cyfrowej, jak i o stworzenie jej warszawskiego odpowiednika.
3. Wspieranie inicjatyw nieformalnych i młodych twórców – wypracowanie narzędzi merytorycznych i instrumentów finansowych pozwalających na współpracę z podmiotami, które nie są zinstytucjonalizowane, a działają w obszarze edukacji. Warto zastanowić się także, jak rozwijać potencjał młodych twórców i jak zadbać o ich współpracę z miastem.
4. Zapewnienie ciągłości projektów z zakresu edukacji medialnej – potrzebne są środki finansowe i instrumenty administracyjne, które pozwolą na przedłużenie czasu trwania najlepszych projektów. Wartościowe działania muszą mieć szansę na rozwinięcie w kilkuletnie programy, tak aby najlepsze rozwiązania nie zostały zaprzepaszczone przez projektową rzeczywistość, czyli brak ciągłości finansowania. Ciągłość taka pozwoli też na korzystanie z wypracowanych już rozwiązań i gromadzenie ważnego dla rozwoju edukacji medialnej know-how.
5. Przepływ informacji między różnymi jednostkami miasta st. Warszawy, który pozwoli na wyłapywanie różnego rodzaju działań edukacyjnych i zbudowanie systemu wsparcia dla działań edukacyjnych, łączących edukację medialną z szeroko rozumianą edukacją kulturalną.



# **Nieoczywisty odbiorca**

## **Miasto, mieszkańcy**

### **i nowe media**

Anna Buchner

Jakie potrzeby i problemy ma mieszkaniac Warszawy, w jaki sposób do niego dotrzeć i zaprosić do zapoznania się z narzędziami edukacji medialnej? Te pytania stawia sobie wielu pracowników instytucji kultury i działaczy organizacji pozarządowych planujących działania społeczne i edukacyjne swoich organizacji. Udzielając odpowiedzi, łatwo wpaść w pułapkę prostego kategoryzowania warszawiaków według na przykład grup wiekowych albo dzielnic. Te podziały oczywiście też są istotne i to m.in. dzięki takiemu sposobowi myślenia od paru lat prowadzone są w Warszawie intensywne działania kulturalne dedykowane seniorom. Niemniej jednak skupiając się wyłącznie na konkretnych grupach wiekowych, ryzykujemy pominięcie innych. Warto przyglądać się mieszkańcom miasta/potencjalnym odbiorcom działań uważniej i na wielu poziomach.

Wspominając ryzyko pominięcia niektórych grup, mam na myśli wnioski ujęte w raporcie o kulturze miejskiej w Polsce z 2010 roku (Burszta, Duchowski, Fatyga i in. 2010). Jego autorzy zauważają, że w dużych miastach mamy do czynienia z nadpodażą oferty kulturalnej i chaosem komunikacyjnym, który ma negatywny wpływ na uczestnictwo w kulturze. Skutkuje to wycofywaniem się średniego pokolenia i ludzi o najwyższych kompetencjach z życia kulturalnego, jak również zjawiskiem „gimnazjalnej dziury kulturalnej”. Zapracowani ludzie w średnim wieku są trudno uchwytni. Myśląc o nich jako o odbiorcach, warto przyjrzeć się ich budżetowi czasu wolnego, gdyż to właśnie w zrozumieniu kiedy i w jakiej formie nim dysponują, tkwi klucz do sukcesu. Gimnazjaliści natomiast to problematyczni odbiorcy – nie są już dziećmi, a jednocześnie nie są jeszcze młodzieżą licealną, która w większości sama już organizuje swój czas wolny. Żadna z tych grup nie jest jednorodna – wśród młodych ludzi, określanych jednolicie „młodzieżą gimnazjalną” możemy zidentyfikować wiele podgrup: od tzw. młodzieży defaworyzowanej, po ambitnych, zapracowanych, biorących udział w szeregu zajęć dodatkowych uczniów najlepszych szkół. Podobna różnorodność dotyczy również ludzi w średnim wieku, do których skierowana jest stosunkowo najuboższa oferta kulturalna.

Projektując działania animacyjne, wszystkim grupom mieszkańców trzeba zatem przyglądać się z dużą dokładnością i precyzyjnie je definiować.

Jednym ze sposobów wielowymiarowego diagnozowania mieszkańców miasta jest przyjęcie podejścia dwóch amerykańskich antropologów – Johna Eade i Michaela Sallnowa. Proponują oni spojrzenie na znajdujące się w danym miejscu (Eade i Sallnow pisali akurat o odwiedzających sanktuaria, ale z powodzeniem można patrzeć też tak na inne miejsca i grupy) osoby z perspektywy „teorii rywalizujących dyskursów, która zakłada uwrażliwienie na układ sił w relacji i rozpoznanie różnych perspektyw” (Eade, Sallnow 2000: 2-3). Autorzy nie mają na myśli rywalizacji w znaczeniu walki, zwracają uwagę na to, że osoby przebywające w danym miejscu podlegają wpływom różnego rodzaju dyskursów, które mogą na nie oddziaływać z różnym natężeniem. Nie ma zatem potrzeby sztywnego rozróżniania potencjalnych odbiorców działań w mieście na konkretne grupy, gdyż bardzo często ich status jest płynny i zależy od dominujących w danym momencie czynników. Przekładając to na język konkretów: każdorazowo należy rozpoznawać/diagnozować przed podjęciem działań dany obszar/grupę.

Dobrym polem do ćwiczeń z diagnozowania przestrzeni i jej odbiorców jest miejski park, który możemy potraktować jako metaforę całego miasta. Z parku korzystają bardzo różne grupy wiekowe i społeczne. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można powiedzieć, że pojawiają się tam regularnie o każdej porze dnia właściciele psów i okoliczni bezdomni; w środku dnia matki z małymi dziećmi, seniorzy, przypadkowi przechodnie i pracownicy okolicznych biur; wieczorami natomiast amatorzy parkowych sportów, takich jak bule, i młodzież ukradkiem spożywająca alkohol. Taka wiedza jest jednak zdecydowanie niewystarczająca do planowania działań społecznych w tej przestrzeni. Park trzeba poobserwować i zobaczyć, które grupy w jakich dokładnie momentach się tam pojawiają, jak współdzie-

lą przestrzeń i czy wchodzą w naturalne interakcje. Sednem bowiem takiej obserwacji jest rozpoznanie potencjału interakcyjnego, tak by przyszłe prowadzone tam działania go uaktywniły. Perspektywa „rywalizujących dyskursów” właśnie dlatego jest cenna, że pozwala przyglądać się sposobom, w jaki mieszkańcy miasta wytwarzają i negocjują sens swojej codzienności i funkcjonowania w mieście, oraz w jakich sytuacjach poszczególne aspekty ich tożsamości stają się dominujące. Każdy z nas bowiem na pytania: kim jesteś?, czym się zajmujesz?, co cię fascynuje i ciekawi?, jest w stanie udzielić wielu odpowiedzi. Często to nie te pierwsze, można powiedzieć na co dzień wiodące aspekty tożsamości (wiek, praca, rodzina, światopogląd), ale te związane z zainteresowaniami i potrzebą budowania odmiany od codzienności mogą być głównym punktem zaczepienia przy włączaniu się w miejskie aktywności i działania kulturalne, społeczne czy edukacyjne, a także przy ich podejmowaniu. Zainteresowanie na przykład historią danej dzielnicy, ulicy czy wręcz konkretnej kamienicy może łączyć różne pokolenia i grupy społeczne, być „haczykiem/ inicjatorem” ich interakcji.

Kolejną cenną teoretyczną inspiracją w myśleniu o mieszkańcach miasta i narzędziach edukacji medialnej może być wiążąca się z e-kompetencjami perspektywa relacyjna. W ujęciu relacyjnym kompetentne użycie Internetu definiowane jest jako te, które może przyczynić się do poprawy jakości życia jednostki – a tym samym może usprawnić/ ułatwić jej funkcjonowanie w istotnym dla niej obszarze (Filiciak, Growiec, Mazurek 2013). Podejście takie przekłada się przede wszystkim na metodologię badań Internetu. Zgodnie z jego założeniami, badając Internet, nie można ograniczać się tylko do aktywności *online* badanych, ale należy przyglądać się im w szerszej, relacyjnej perspektywie. Większość internetowych działań pozostaje w bezpośredniej relacji oddziaływania na obszary życia *offline* (przykładem są realne spotkania i interakcje, umówione bądź zainicjowane na portalu społecznościowym). Relacyjność dotyczy też planowania działań zapośredniczających wykorzystanie Internetu i nowych technologii. Przy



planowaniu działań zawsze powinno się uwzględniać kontekst jednostek, które będą w nim uczestniczyć i zastanawiać się, co im osobiście może dać znajomość danego narzędzia/aplikacji. Ponadto działania te powinny być pomyślane w taki sposób, żeby każdorazowo nauka wykorzystania danego narzędzia z zakresu edukacji medialnej zakładała przedstawienie potencjalnych sposobów zastosowania również w innych niż te konkretne – warsztatowe okolicznościach. Nauka jest wówczas swego rodzaju przysposobieniem do samodzielnego korzystania z danych narzędzi. Przykładowo: interaktywna gra miejska z komponentem geolokalizacji pozwala nauczyć się korzystania z geolokalizacyjnych narzędzi w ogóle. Czasem jednak potrzebne jest uświadomienie, że z ich funkcjonalności można korzystać również w codziennym życiu (warto podawać konkretne przykłady zastosowań), nie tylko podczas gry.

W dłuższej perspektywie działania takie mogą prowadzić do tego, że dane medium/narzędzie stanie się przezroczyste – to znaczy takie, jakiego użycie staje się intuicyjne i nie generuje „stresu technologicznego”. Jego rolą staje się wówczas prowadzenie do pozytywnej zmiany społecznej, a nie sama nauka jego wykorzystania i obsługi.

Warto wspomnieć o napisanym ponad sto lat temu przez Georga Simmla (jednego z ojców założycieli socjologii) eseju o „Mentalności mieszkańców wielkich miast” (Simmel, 2005). Simmel pisze wprost, że prawie każdy wielkomieszczanin wykazuje zblazowanie, polegające na obojętności na nowe podniety. W ten sposób jednostka broni się przed zbyt dużą ilością wrażeń i bodźców (Simmel, 2005: 305-309). Zblazowanie jest według Simmla rodzajem adaptacji do trudnych warunków życia w dynamicznie rozwijającym się mieście. Oczywiście miasta obserwowane przez Simmla, ich mieszkańcy oraz sytuacja społeczno-gospodarcza znacząco różnią się od współczesnej Warszawy, niemniej myślę, że wielu miejskich aktywistów spotkało się w swojej pracy i działaniach właśnie ze „zblazowanymi”, czyli obojętnymi odbiorcami. Są nimi zarówno potencjalni odbiorcy od początku negatywnie nastawieni do propozycji działań (szkoda

czasu/nie rozumiem/ po co mi to), jak i ci, którzy na etapie wstępnych deklaracji są zainteresowani, a później mają problem z zaangażowaniem lub jego podtrzymaniem (często osoby, które włączają się w różnego typu akcje naraz, ale w żadnej nie uczestniczą do końca i nie czują, że przerwanie uczestnictwa może być problemem dla innych uczestników albo organizatorów). Przebicie się i dotarcie do takich osób jest najtrudniejszym z zadań, ale kiedy zburzy się już ich zblazowanie, okazuje się, że można nie tylko dla nich coś robić, ale również przekonać ich do działań.

Socjolog Marek Krajewski, przyglądając się współczesnym miastom, zauważa pewien paradoks. Z jednej strony, miasto gwarantuje prywatność i intymność; z drugiej – obojętność i niewidzialność. Jednostka, chcąc przeciwdziałać temu drugiemu aspektowi, jest zmuszona do stałego manifestowania innym swojej obecności, przez co ogranicza swoją prywatność. Jest to gra polegająca na produkowaniu systemu znaków, których używanie czyni nas widzialnymi dla innych (Krajewski, 2005: 171-172). Elementami takiej gry są zarówno dobra konsumpcyjne, z których korzystamy, miejsca, w których się pojawiajemy, jak i nasze upodobania kulturalne. Gra toczy się bardzo szybko i dynamicznie, można powiedzieć, że często w biegu. Ma to związek z przekształceniami, jakim podlega czas wolny. Tomasz Szlendak w cytowanym już raporcie o stanie kultury miejskiej zauważa, że dla osób pracujących w dużych miastach „czas wolny już nie istnieje, eksplodował i po eksplozji rozsypał się na małe kawałeczki w ciągu całego dnia i tygodnia (...) w konsekwencji uczestnictwo w kulturze, zwłaszcza pracujących mieszczan w średnim wieku, jest rozedrgane, od przypadku do przypadku, nieprzewidywalne dla nich samych” (Burszta i in. 2010: 123).

Kolejnym ważnym zjawiskiem, które dostrzegł Szlendak, jest fakt, że uczestnictwo w kulturze nie kojarzy się Polakom z odpoczynkiem, ale z koniecznością odbycia „rytuału człowieka kulturalnego” (Burszta i in. 2010: 118). Rytuał ten czyni nas widzialnymi dla innych, jednak

jest też dużym wysiłkiem połączonym z obciążeniem czasowym. Uwarunkowania te, jak też wspomniane wcześniej kwestie, prowadzą do zasadniczych wniosków istotnych na poziomie planowania projektów. Nie należy z góry „projektować” odbiorców działań, zakładać, że będą „jacyś”, tylko dobrze rozpoznawać tych, którzy są w danej potencjalnej przestrzeni aktywności obecni i starać się poznać ich specyfikę, zróżnicowanie i potencjał interakcyjny. Trzeba przy tym pamiętać, że trudno jest zrobić „coś dla wszystkich” – sprawdzone w jednej dzielnicy działanie, nawet powtórzone w tej samej formie, może się nie sprawdzić w innej.

W kwestii edukacji medialnej często wywołując odruchowo w wyobraźni grupą odbiorców są młodzi ludzie zaznajomieni z nowymi technologiami. Warto jednak pamiętać, że są oni często pod względem oferty przeinwestowani. Wyzwaniem wartym podjęcia wydaje się zachęcanie ich do podejmowania swoistych „interwencji” w miejscach, w których nie bywają, i z grupami, z którymi na co dzień nie spotykają się w bezpośredni sposób. Przywołując ponownie metaforę parku – należałoby dążyć do krzyżowania się ścieżek i zagęszczania potencjalnych miejsc, gdzie może dojść do nowych interakcji i mieszania się różnych, traktowanych dotąd osobno, grup odbiorców. Narzędzia nowych mediów i nowych technologii okazują się tu często niezwykle twórcze i pomocne. W życiu codziennym obwiniane często za odcinanie (zwłaszcza młodych ludzi) od aktywności i obecności w przestrzeni „pozacyfrowej”, wykorzystane w kontekście społecznym mogą pomóc wyraźniej postrzegać otoczenie, lepiej je rozumieć i wreszcie – efektywniej na nie wpływać.

**Anna Buchner** – doktor nauk społecznych, członek Zakładu Metod Badania Kultury ISNS UW, Zespołu Badawczego Centrum Cyfrowego oraz Centrum Humanistyki Cyfrowej IBL PAN. Należy do Sieci Łatających Cyfrowych Socjologów Towarzystwa Inicjatyw Twórczych „ę”. Uczestniczyła w ogólnopolskich i międzynarodowych projektach badawczych badających m.in. instytucje kultury, nowe media, e-kompetencje, nauczycieli, kanony piękna, style życia i religijność Polaków. Ma również doświadczenie w projektach ewaluacyjnych, m.in. działania ROEFS-ów i Niekongres Animatorów Kultury.

**Bibliografia:**

Burszta W. J. i in., *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych*, Warszawa 2010, NCK.

Eade J., Sallnow M.J., *Contesting the sacred. The anthropology of Christian Pilgrimage*, Illinois 2000, University of Illinois Press, Urbana and Chicago.

Filiciak M., Mazurek P., Growiec K., *Kompetencje medialne Polaków w ujęciu relacyjnym. Korzystanie z mediów a podziały społeczne*, Warszawa 2013 – <http://ngoteka.pl/bitstream/handle/item/215/korzystanie%20z%20mediow%20a%20podzialy%20spoleczne.pdf?sequence=3> (data pobrania 17.07.2015).

Krajewski M., *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2005, Wydawnictwo Naukowe UAM.

Simmel G., *Socjologia*, Warszawa 2005, PWN.

Projekt Warszawa Lab został realizowany przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „ę” we współpracy z Fundacją Evens oraz ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



towarzystwo  
inicjatyw  
twórczych



Ministerstwo  
Kultury  
i Dziedzictwa  
Narodowego.

patroni medialni:



Gazeta.pl Warszawa