

IZABELA NADOLNA
Uniwersytet Wrocławski

Przestrzeń internetowa oraz media społecznościowe jako nowe narzędzia edukacji i marketingu w zakresie historii sztuki – na podstawie wybranych przykładów

The Internet space and Social Media as new tools for education and marketing in art history – based on selected examples

Abstrakt. Popularyzowanie wiedzy za pomocą tzw. rolek w mediach społecznościowych cieszy się dużą popularnością, a odbiorcy chętnie korzystają z angażującego microlearningu m.in. zdobywając informacje na temat sztuki. W tekście przybliżono internetową działalność pięciu historyczek sztuki, które są autorkami blogów, webinarów, kursów oraz szkoleń z zakresu historii sztuki. Opisany sposób edukacji wzbogacają quizy oraz ankiety, które przypisać można do *edutainment* – są to narzędzia powiązane z rozrywką i ze zjawiskiem grywalizacji, które na polskim gruncie rozpropagował Paweł Tkaczyk.

Słowa kluczowe: historia sztuki, media społecznościowe, Instagram, rolki, edukacja przy pomocy rolek, grywalizacja, quizy internetowe, edutainment, marketing

Abstract. The popularization of knowledge through social media reels has gained significant traction, with audiences eagerly engaging in microlearning on topics such as art. This article explores the online activities of five art historians who create blogs, webinars, courses, and training programs in the field of art history. Their educational approach is enriched by quizzes and surveys, which can be classified as *edutainment*—tools that combine entertainment with learning and are linked to the concept of gamification, popularized in Poland by Paweł Tkaczyk.

Keywords: art history, social media, Instagram, reels, education through reels, gamification, online quizzes, edutainment, marketing

Wstęp

W ostatnich latach widoczny jest dynamiczny rozwój platform internetowych takich jak: Facebook (od 2004), YouTube (od 2005), Spotify (od 2006), Instagram (od 2010), Tiktok (od 2016)¹. Choć są one obecne w otaczającej nas rzeczywistości od wielu lat, to niewątpliwie można zauważyć ewolucję, która się dokonała w tym obszarze Internetu. Dzięki wymienionym zjawiskom powstają nowe zawody, które jeszcze kilka lat temu nie istniały, zmienia się język wypowiedzi, a także sposób komunikacji, co identyfikuje na przykład określenie „tiktokizacja społeczeństwa”². Warto dodać, że media społecznościowe (ang. *social media*) zostały istotnym nośnikiem przekazu, nie tylko marketingowego, ale także edukacyjnego. Dzięki rozwojowi aplikacji Instagram krótkie formy wideo, takie jak na przykład rolki (ang. *reels*) stały się bezpośrednim formatem szerzenia wiedzy. Według portalu Brand Mentions³ wspomniane rolki pojawiły się w aplikacji Instagram 5 sierpnia 2020. Zyskują miliardy wyświetleń każdego dnia, a ich zasięg jest globalny. Rolka może mieć maksymalnie 60 sekund, jednak im jest krótsza, tym zyskuje większe szanse na to, aby stać się bardziej popularna. Związane jest z tym zjawisko viralu⁴ (ang. *viral* lub *viral marketing*) – nazywa się tak treści, które w niedługim czasie dzięki udostępnianiu ich dalej przez użytkowników platform zyskują rekordowe liczby wyświetleń⁵.

¹ Powyższy tekst opiera się w znaczącym stopniu na źródłach i statystykach internetowych. Badany i opisywany obszar dotyczy nowych zjawisk, które pojawiły się w przestrzeni Internetowej w ostatnich latach.

² TikTok jest najmłodszą z wymienionych aplikacji, powstał w Chinach w 2016 roku. Więcej informacji na ten temat znajduje się tutaj: *Co to jest TikTok*, Strategiczni.pl, <https://strategiczni.pl/baza-wiedzy-social-media/co-to-jest-tiktok> (dostęp: 20.06.2024 r.).

³ *Instagram Reels*, Brand Mentions https://brandmentions.com/wiki/Instagram_Reels (dostęp: 20.06.2024 r.).

⁴ *Viral – co to jest i jak go zrobić?*, Cyrek Digital <https://cyrekdigital.com/pl/baza-wiedzy/viral/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

⁵ Temat ten został szerzej opisany w publikacji Piotra Boguckiego (Por. P. Bogucki, *Viral jak zarażać ideami i tworzyć wirusowe treści*, Warszawa 2019).

Należy mieć jednak na uwadze fakt, że dane dotyczące tej płaszczyzny szybko ulegają zmianom, co jest związane na przykład z aktualizacjami oraz nowymi możliwościami udostępnianymi użytkownikom.

Aplikacja, która jest najistotniejsza dla niniejszego artykułu, to Instagram, jako że wiele opisanych w tekście zjawisk dotyczy właśnie tego kanału. Aplikacja, służąca do kontaktu ze znajomymi oraz dzielenia się zdjęciami i materiałami wideo, bez wątpienia znacząco rozwinęła się w czasie pandemii i postpandemii COVID-19. Obecnie pozwala pozyskać nowych klientów oraz słuchaczy, jest uzupełnieniem komunikacji dla wielu przedsięwzięć i firm, dobrym narzędziem marketingowym i edukacyjnym. Związane jest z tym zjawisko content marketingu – czyli przyciągania grupy docelowej poprzez tworzenie atrakcyjnych dla niej treści w ramach komunikacji marketingowej⁶. Skuteczne tworzenie postów przekształca się niejednokrotnie w działalność biznesową opartą na marce osobistej, co zauważyć można między innymi w obszarze popularyzacji nauk o sztuce. W aplikacji Instagram istnieje wiele kont⁷, których celem jest szerzenie wiedzy z zakresu historii sztuki w przystępny sposób, co przekłada się również na współpracę z wydawnictwami, instytucjami kultury oraz markami odzieżowymi⁸. Wachlarz form treści jest bardzo szeroki, od kursów przygotowujących do matury z historii sztuki (Art Freak)⁹, po webinary i szkolenia dla szerokiej grupy docelowej (Maja Michalak, Poza Ramami)¹⁰, blogi, fundacje oraz strony internetowe zamieszczające wpisy i ciekawostki na temat sztuki (Justyna Stasiak-Harabin, Minerva – blog o sztuce¹¹ oraz Fundacja Niezła Sztuka)¹².

⁶ L. Skrobich, *Content marketing jako jeden z kluczowych elementów współczesnej strategii marketingowej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej” 2016, nr 22.

⁷ Niniejszy tekst skupia się tylko na polskich twórcach działających w sieci.

⁸ Znana jest między innymi popularna kolekcja marki Medicine nawiązująca do sztuki. W 2023 roku marka odzieżowa Reserved wprowadziła na rynek letnią kolekcję inspirowaną ceramiką z Bolesławca.

⁹ *O mnie*, Art Freak, <https://artfreak.pl/o-mnie/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

¹⁰ Poza Ramami, <https://pozaramami.com/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

¹¹ Laminerva, <https://www.laminerva.pl/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

¹² Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

We wszystkich wymienionych przykładach autorki łączą możliwości, jakie daje nie tylko Instagram, ale także Facebook, YouTube, Spotify – popularne stały się podcasty z udziałem zaproszonych gości oraz serie materiałów wideo poruszające konkretny wątek, na przykład opisujące plan zwiedzania miasta lub wystawy¹³. W kontekście aplikacji Instagram warto dodać, że jej możliwości nie ograniczają się do tworzenia rolek. Dobrym narzędziem edukacyjnym są relacje (ang. *story* lub *stories*), czyli funkcja umożliwiająca udostępnienie w formie wideo lub zdjęcia piętnastosekundowych treści z opcją umieszczenia w nich m.in. quizów i ankiet, utrwalających i sprawdzających wiedzę. Relacje są dostępne przez 24 godziny, ale można zapisywać je na trwałe w osobnych albumach¹⁴, by ponownie do nich wracać.

W niniejszym tekście zaprezentowany został przegląd wartościowych inicjatyw związanych z popularyzacją wiedzy na temat historii sztuki. Przybliżona została aktywność pięciu polskich historyczek sztuki zajmujących się szerzeniem wiedzy w przestrzeni internetowej. Wnikliwszej analizie poddano instagramowe konto Poza Ramami, a stosowane przez omawiane twórczynie zabiegi, służące zaangażowaniu odbiorców, zostały omówione z nawiązaniem do kategorii *edutainment* i grywalizacji. W artykule jako istotny kontekst przywołany został podział na generacje w odniesieniu do zmian jakie zaszły na przestrzeni lat – między innymi w obszarze Internetu.

Kursy z historii sztuki jako przystępna forma przekazywania wiedzy

Do popularnych form dzielenia się wiedzą na temat sztuki i jej historii należą internetowe kursy. Poniżej omówiona została działalność autorek tworzących kursy i szkolenia dla maturzystów oraz dla wszystkich pozostałych odbiorców chcących wzbogacić swoją wiedzę z omawianej dziedziny.

¹³ M. Michalak, *Jak zaplanować zwiedzanie Wenecji i Biennale?* (nr 21), odcinek podcastu *Sztuka Poza Ramami*, 30.05.2024 r., <https://open.spotify.com/episode/5qbkQDYVNgLUOjaK8U04f9> (dostęp: 23.06.2024 r.).

¹⁴ Niezapisana relacja jest widoczna dla widzów przez 24 godziny.

Katarzyna Wirkus-Mołęda, absolwentka Architektury Wnętrz na Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku oraz Historii Sztuki na Uniwersytecie Gdańskim¹⁵, w 2019 roku założyła Art Freak – miejsce w sieci, dzięki któremu przygotowuje uczniów do matury z historii sztuki. W tym celu stworzyła autorski kurs, do którego zapisy otwierają się przed każdym rokiem szkolnym. Kurs jest cyklem spotkań z przyszłymi maturzystami oraz z uczniami przygotowującymi się do Olimpiady Artystycznej¹⁶. W ofercie dostępne są między innymi fiszki zamieszczone w aplikacji Quizlet, materiały pomagające w analizie dzieł sztuki, kanon dzieł z historii sztuki oraz testy i zbiory zadań. Od 2023 roku z autorką kursów współpracuje egzaminatorka maturalna, a dzięki tej współpracy kurs zgodny jest z wymogami Centralnej Komisji Egzaminacyjnej i pomaga uczniom osiągnąć lepsze wyniki¹⁷.

Katarzyna Wirkus-Mołęda przez lata swojej pracy opracowała skuteczne metody nauki zdalnej – pracę w ten sposób rozpoczęła zanim kształcenie na odległość pojawiło się w szkołach i na uczelniach z powodu pandemii. Osiągnięte wyniki są dowodem na to, że dobrze opracowane metody i przyjęty plan działania są skuteczne i potrafią przynieść zamierzone efekty. Pozwala to także uzyskać odpowiedź na pytanie, czy nauka zdalna oraz krótkie formy wideo, takie jak: *rolki*, czy *webinary* mogą stać się odrębną formą nauki w przyszłości. Niewątpliwie można stwierdzić, że zmierza to w takim kierunku. Kursy online z zakresu sztuki stały się w ostatnich latach popularne. Warto dodać, że zainteresowanie znajdują wśród pasjonatów kultury, którzy niekiedy na co dzień pracują i obcuja w odmiennych dyscyplinach.

W tym przypadku skutecznym narzędziem do komunikacji z widzami oraz uczniami okazał się właśnie Instagram – jako forma bezpośredniego kontaktu, ale także w celu dzielenia się relacjami, na przykład z podróży. Dzięki funkcjom, jakie daje ta aplikacja, możliwe jest

¹⁵ Katarzyna Wirkus-Mołęda. *Wykształcenie*, https://www.linkedin.com/in/katarzyna-wirkus-moleda/details/education/?locale=de_DE (dostęp: 23.06.2024 r.).

¹⁶ Olimpiada Artystyczna jest wydarzeniem odbywającym się od 1976 roku. Organizatorem olimpiady jest Muzeum Narodowe w Warszawie. Od 2004 roku rolę tę przejęło Stowarzyszenie Przyjaciół Olimpiady Artystycznej.

¹⁷ *O mnie*, Art Freak, <https://artfreak.pl/o-mnie/> (dostęp: 23.06.2024 r.).

zapisywanie podróznicznych i muzealnych wskazówek w formie postów i wyróżnionych relacji.

Kursy z historii sztuki dostępne są nie tylko dla maturzystów, o czym świadczy kolejny przykład. Maja Michalak jest założycielką Poza Ramami, absolwentką historii sztuki na Uniwersytecie Warszawskim¹⁸. W 2019 roku stworzyła konto i markę Poza Ramami¹⁹, które pozwalają jej na dzielenie się posiadaną wiedzą. Jest autorką wielu kursów, szkoleń, webinarów oraz newsletterów z zakresu sztuki. Prowadzi zdalne spotkania na stworzonej w tym celu platformie, jest także Ambasadorką Stowarzyszenia Przyjaciół Muzeum Narodowego w Warszawie²⁰, członkostwo w którym umożliwia przeprowadzanie muzealnych spacerów, będących dodatkiem do rozszerzonej²¹ wersji kursu. Celem kursów i webinarów jest przekazywanie wiedzy w efektywny oraz nieakademicki²² sposób, który będzie czytelny dla każdego zainteresowanego sztuką.

Maja Michalak jest również autorką podcastu na platformie Spotify. Do rozmowy zaprasza gości ze świata sztuki – artystów, specjalistów, kolekcjonerów, konserwatorów, ale także studentów. Gośćmi programu dotychczas byli między innymi²³: Roman Kaczkowski, Grażyna Bastek, Gunia Nowik, Karol Palczak, Malwina Regina, Katarzyna Wąs, Zuzanna Zakaryan, Norbert Delman, Joanna Sitnik-Van Hasselt, Aleksandra Janiszewska-Cardone, Justyna Stasiak-Harabin, Sylwia Antoszkiewicz, Michał Borowik, Malwina Konopacka, Katarzyna Kaleta, Jakub Gliński, Paweł Bień, Agata Modzelewska²⁴. Materiał zamieszczany na Spotify jest zbliżony swoim charakterem do audycji i stanowi uzupełnienie

¹⁸ *Maja Michalak*, LinkedIn, <https://www.linkedin.com/in/maja-michalak-pozaramami/?originalSubdomain=pl> (dostęp: 24.06.2024 r.).

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ *O mnie*, Poza Ramami, <https://pozaramami.com/o-mnie/> (dostęp: 24.06.2024 r.).

²¹ Wersja podstawowa kursu wzbogacona jest o spotkanie na żywo w formie muzealnego spaceru.

²² <https://www.linkedin.com/in/maja-michalak-pozaramami/?originalSubdomain=pl> (dostęp: 24.06.2024 r.).

²³ Wymienione nazwiska to zaproszeni goście, którzy pojawili się w podcaście do sierpnia 2024, czyli w momencie tworzenia niniejszego tekstu.

²⁴ Podcast *Sztuka Poza Ramami*, <https://open.spotify.com/show/1ylZwX1yqHjngH4LhmxUEz> (dostęp: 24.06.2024 r.).

webinarów, kursów, rolek. Warto również zauważyć, że wymienione narzędzia współgrają ze sobą i tworzą dzięki temu zdywersyfikowany przekaz edukacyjny. Ponadto jest to doskonały zestaw narzędzi marketingowych.

Wraz z postępowaniem technologicznym i upowszechnieniem mediów społecznościowych, wiele obszarów działalności, w tym edukacja, przeniosło się do Internetu. Choć mogłoby się wydawać, że kursy z historii sztuki, która jest dziedziną nauk humanistycznych, nie będą cieszyły się aż tak znacznym zainteresowaniem jak inne dyscypliny – na przykład popularne obecnie ekonomia lub psychologia – to przywołane powyżej przykłady dowodzą, że jest inaczej. Sztuka stała się nie tylko remedium na otaczającą rzeczywistość, jest obszarem, który przyciąga widzów poszukujących estetyki i wiedzy. Znamienne, że w postpandemii wystawy czasowe (w Polsce i na świecie) zaczęły cieszyć się jeszcze większym zainteresowaniem, na co z pewnością miały wpływ zamknięcie instytucji kultury i obostrzenia nałożone w latach 2020-2022²⁵. Według przeprowadzonych licznych raportów (Dzieje.pl²⁶, Muzeon²⁷, TVN24²⁸, MNK²⁹, NIMOZ³⁰) rok 2023 był rokiem rekor-

²⁵ *Ograniczenia w działalności instytucji kultury przedłużone do 17 stycznia 2021 roku*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, 22.12.2020 r., <https://www.gov.pl/web/kultura/ograniczenia-w-dzialalnosci-instytucji-kultury-przedluzone-do-17-stycznia-2021-roku> (dostęp: 27.06.2024 r.).

²⁶ *Ok. 400 tys. gości odwiedziło w 2023 r. Muzeum Narodowe w Poznaniu*, Dzieje.pl. Portal Historyczny, 07.01.2024 r., <https://dzieje.pl/dziedzictwo-kulturowe/ok-400-tys-gosci-odwiedzilo-w-2023-r-muzeum-narodowe-w-poznaniu> (dostęp: 27.06.2024 r.).

²⁷ *Podsumowanie roku 2023 w Muzeum Narodowym w Krakowie*, Muzeon, <https://muzeon.pl/podsumowanie-roku-2023-w-muzeum-narodowym-w-krakowie/> (dostęp: 27.06.2024 r.).

²⁸ *Picasso pobił Witkacego. Rekordowy rok Muzeum Narodowego w Warszawie*, TVN24, 25.01.2024 r. <https://tvn24.pl/tvnwarszawa/najnowsze/warszawa-rekordowy-rok-muzeum-narodowego-dwa-miliony-zwiedzajacych-st7740770> (dostęp: 27.06.2024 r.).

²⁹ *Podsumowanie roku 2022 i zapowiedzi na rok 2023*, Muzeum Narodowe w Krakowie <https://mnk.pl/artukul/podsumowanie-2022-zapowiedzi-2023> (dostęp: 27.06.2024 r.).

³⁰ *Raport z działalności Narodowego Instytutu Muzeów 2023*, Narodowy Instytut Muzeów, Warszawa 2024.

dowym dla wielu Muzeów Narodowych w Polsce pod względem liczby odwiedzających gości.

Strony internetowe, blogi i fundacje

Szerzenie wiedzy na temat historii sztuki nie musi przyjmować formy kursu i towarzyszących mu materiałów. Poniższy fragment opisuje działania koncentrujące się wokół stron internetowych i blogów. Zaprezentowana zostanie działalność trzech kobiet – historyczek sztuki, specjalistek z wieloletnim doświadczeniem, działających w innowacyjny sposób.

Fundacja Niezła Sztuka powstała w 2014 roku. Prowadzona jest przez: Danę Tomczyk-Dołgij oraz Joannę Majewską, absolwentki historii sztuki na Uniwersytecie Łódzkim³¹. Celem fundacji jest szerzenie wiedzy z zakresu sztuki w sposób zrozumiały dla każdego; publikowane na portalu internetowym Niezła Sztuka treści poruszają zagadnienia związane z artystami, przybliżają ich biografie, są rzetelnym źródłem wiedzy w sieci. Strona internetowa Fundacji prowadzona jest w formie bloga, znajdziemy na niej informacje na temat malarstwa i rzeźby, ale również te dotyczące fotografii, designu, wzornictwa i sztuki użytkowej.

Dopełnienie portalu stanowi strona na Facebooku, na której umieszczane są wpisy ukazujące działalność tej organizacji oraz informujące o nowych artykułach. Na stronie Fundacji znajduje się także kilka wywiadów, autorki przeprowadziły rozmowy z: Andrzejem Fogttem, Krzysztofem Musiałem, Andrzejem Wajdą, Martą Kunikowską-Mikulską, autorami cyklu „Był sobie król...”, Henrykiem Płóciennikiem, Danielą Krystyną Jałkiewicz oraz Czesławem Czaplińskim. Założycielki same udzieliły także wywiadu dla magazynu „Kalejdoskop”³².

³¹ *O Fundacji*, Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/fundacja/> (dostęp: 1.07.2024 r.).

³² *Ibidem*.

Ponadto niektóre materiały są zapisane również w wersji audio³³. Dana Tomczyk-Dołgij i Joanna Majewska angażują się w liczne projekty – najnowszym z nich jest Muzeum w Liceum, czyli inicjatywa, której celem jest zachęcenie młodzieży w wieku szkolnym do poszerzania horyzontów związanych z wiedzą o sztuce i wielkimi artystami³⁴. Projekt dzieli się na dwie części, pierwsza składa się z nagrań opowiadających o znanych polskich artystach i artystkach, takich jak na przykład Stanisław Ignacy Witkiewicz, czy Olga Boznańska³⁵. Druga, z kolei, jest związana z wizualnym zaprezentowaniem wybranych dzieł. Partnerem projektu jest Muzeum Narodowe w Krakowie³⁶. Interesującym cyklem, o kolejnych odsłonach publikowanych w każdy poniedziałek, jest *Arcydzieło do kawy*, którego patronem jest marka Siemens. *Arcydzieło do kawy* pozwala więc w każdy nowy tydzień wejść ze sztuką. Cykl cechuje się różnorodnością, gdyż – jak cała działalność Fundacji – nie zamyka się na wybrany okres, epokę, styl, czy dziedzinę.

Dana Tomczyk-Dołgij i Joanna Majewska aktywnie prowadzą konto Fundacji również w aplikacji Instagram, na którym zamieszczają regularnie wpisy. Relacje z wizyt w muzeach i galeriach, rekomendacje na temat wystaw i wydarzeń ze świata kultury publikowane są w formie zapisanych relacji na kanałach społecznościowych Niezłej Sztuki, dzięki czemu można do nich wracać, by czerpać z nich inspiracje podróżnicze. Relacje, jako krótkie formy wideo, mają charakter edukacyjny: wizyty w muzeach są opatrzone dodatkowymi komentarzami, często towarzyszą im również quizy, których zadaniem jest zaangażowanie publiczności w dydaktyczną zabawę.

Autorki (podobnie jak twórczynie kursów omówionych w powyższej części artykułu) publikują również rolki, niekiedy z udziałem zaproszonych gości – przykładem jest seria zatytułowana *Czym dla mnie jest sztuka?*, której dotychczasowymi gośćmi byli: Katarzyna Stankiewicz, Paulina Holtz, Krzysztof Czeczot, Martyna Wójcik-Śmierska, Mar-

³³ *Muzeum w Liceum*, Fundacja Promocji Sztuki Niezła Sztuka, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=sS03USM2aCY> (dostęp: 1.07.2024 r.).

³⁴ *Muzeum w Liceum*, Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/muzeum/wliceum/> (dostęp: 1.07.2024 r.).

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ *Ibidem*.

tyna Kliks, Łukasz Wiącek, Karolina Dzimira-Zarzycka oraz Marta Norenberg³⁷.

Fundacja aktywnie się rozwija i poszerza swoje inicjatywy. Portal Niezła Sztuka stanowi bazę, z pomocą której możliwe jest pozyskanie eksperckiej wiedzy na temat wielu artystów tworzących nie tylko w Polsce. Dana Tomczyk-Dołgij i Joanna Majewska współpracują z pisarzami, aktorami, muzealnikami, eseistami, humanistami³⁸, którzy wspierają rozwój Fundacji, tworząc treści oraz udzielając wypowiedzi do filmów³⁹. Portal internetowy nieustannie się rozwija, autorki planują nowe aktywności, by móc dalej popularyzować wiedzę z zakresu historii sztuki.

Kolejną wartą wzmianki propagatorką wiedzy o sztuce jest Justyna Stasiak-Harabin, która od 2015 roku prowadzi blog Minerva. Jest absolwentką historii sztuki na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie⁴⁰. Obecnie pracuje na stanowisku muzealnika w Muzeum Ziemi Sądeckiej w Nowym Sączu, czynnie prowadzi bloga oraz media społecznościowe – konto na Facebooku i Instagramie. Jej czytelnicy obecni są także na prywatnej grupie Minerwiści: grupa o sztuce⁴¹, na której dzielą się inspiracjami oraz najnowszymi informacjami ze sceny artystycznej. Zgromadzenie społeczności w facebookowej grupie to istotny sposób komunikacji ze swoimi odbiorcami, zaś dla obserwujących i czytelników stanowi wartość edukacyjną i społecznościotwórczą, gdyż mogą oni wejść w interakcję z autorką⁴² i innymi miłośnikami sztuki.

³⁷ Podane nazwiska zostały przywołane z rolek zamieszczonych w aplikacji Instagram na profilu @niezlasztuka.

³⁸ *O Fundacji, Niezła Sztuka*, <https://niezlasztuka.net/fundacja/> (dostęp: 1.07.2024 r.).

³⁹ Do projektu audio *Muzeum w Liceum* zaangażowali się aktorzy i muzycy, którzy użyczyli swojego głosu. Byli to: Jerzy Stuhr, Maciej Stuhr, Danuta Stenka, Tomasz Kot, Bartłomiej Topa, Joanna Trzepiecińska. Zamieszczona informacja pochodzi ze strony internetowej fundacji.

⁴⁰ *O mnie*, Laminerva, <https://www.laminerva.pl/o-mnie> (dostęp: 1.07.2024 r.).

⁴¹ Zamknięta grupa na portalu Facebook, która skupia około 17 tysięcy osób. Wskazane dane pochodzą z lipca 2024.

⁴² Instagramowe quizy także pozwalają na interakcję między autorem a czytelnikami lub obserwatorami.

Justyna Stasiak-Harabin – jak sama o sobie pisze na autorskim blogu – interesuje się sztuką XIX-XXI wieku, powojennym wzornictwem oraz architekturą związaną z turystyką i uzdrowiskami XX wieku⁴³. W sieci regularnie dzieli się relacjami ze swoich podróży, z wystaw i innych wydarzeń artystycznych, niekiedy pokazuje także znaleziska z targów staroci, czy antykwariatów, które zamieszcza na Instagramie w postaci *stories* mówionych. Na blogu oraz na Instagramie autorka zamieszcza również swoje rekomendacje albumów i innych publikacji – są to biografie artystów i artystek, reportaże oraz inne warte uwagi, czasem niszowe pozycje lub najnowsze wydania. Co pewien czas dzieli się dodatkowo z obserwatorami swoimi przemyśleniami na temat bieżących sytuacji w świecie sztuki i kultury.

Warto dodać, że działalność Justyny Stasiak-Harabin to także gościnne wystąpienia w audycjach i podcastach. Przykładem jest udział w rozmowie *Pasjonauci* prowadzonej na antenie radiowej Czwórki⁴⁴. Blogerka jest laureatką nagród związanych z twórczością w Internecie, są to między innymi: tytuł Twórcy Roku (2020), zdobycie pierwszego miejsca w III edycji rankingu Genialni Lokalni Globalni im. Danuty Szaflarskiej (2020) oraz zdobycie 77 miejsca w rankingu zestawiającym top 100 blogerów w Polsce według serwisu InfluTool⁴⁵.

Analiza instagramowego konta Mai Michalak – Poza Ramami

Krótką analizą porównawczą zaprezentowanych kont na portalu społecznościowym Instagram wykazała, że najwięcej treści, wideo oraz obserwujących (48,2 tys.) posiada wspomniana w pierwszej części artykułu Maja Michalak, dlatego konto Poza Ramami zostało poddane

⁴³ *O mnie*, Laminerva, <https://www.laminerva.pl/o-mnie> (dostęp: 1.07.2024 r.).

⁴⁴ *Pasjonauci*, prowadzenie: A. Smolarek, Czwórka Polskie Radio, 11.03.2023, <https://www.polskieradio.pl/10/4891/Artykul/3132938,pasjonauci-11-marca-godz-1102> (dostęp: 2.07.2024 r.).

⁴⁵ *O mnie*, Laminerva, <https://www.laminerva.pl/o-mnie> (dostęp: 1.07.2024 r.).

analizie skupiającej się na sposobie prowadzenia konta i tematyce opublikowanych materiałów. Pierwszy post autorki został opublikowany 26 maja 2019, obecnie na profilu można zobaczyć 524 posty⁴⁶. W tabeli umieszczono liczbę postów przypadających na dany rok (lata 2019–2024)⁴⁷.

Tabela 1. Liczba rolek i postów opublikowanych przez Poza Ramami

Rok	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Liczba opublikowanych postów	58	109	103	95	93	66
Liczba opublikowanych rolek – bez uwzględnienia wideo IGTV	0	0	0	32	40	51

Źródło: opracowanie własne

Z poczynionej analizy wynika, że w pierwszym pełnym roku działalności konta (2020) pojawiło się najwięcej postów – wpływ mogła mieć na to pandemia COVID-19, która przyczyniła się do zwiększonej aktywności w sieci zarówno ze strony twórców jak i obserwujących⁴⁸. Dane z 2019 roku oraz z 2024 są orientacyjne, gdyż pierwszy rok nie był pełnym rokiem funkcjonowania konta, informacje z 2024 są natomiast aktualne w momencie napisania tekstu. Pierwszy złożony post składający się z więcej niż jednej fotografii został opublikowany przez Maję Michalak 15 lipca 2019. Co więcej na profilu zobaczyć można pięć materiałów wideo w formule Instagram TV (IGTV)⁴⁹, w tym trzy z udziałem Romana Kaczkowskiego – historyka i eksperta zajmującego się rynkiem sztuki oraz budowaniem kolekcji.

⁴⁶ Liczba ogólna postów na dzień 9.10.2024.

⁴⁷ Rok 2024 obejmuje liczbę postów na dzień 9.10.2024.

⁴⁸ Więcej tutaj: A. Paszek, B. Sitko, *Media w obliczu pandemii koronawirusa – nowe trendy i wyzwania. Zarys problematyki*, „Com. Press” 2021 4(2) s. 36–51.

⁴⁹ IGTV pojawiło się w aplikacji w 2018 roku, jednak w 2021 zostało wycofane. Filmy opublikowane za pomocą IGTV zostały przeniesione do ogólnej zakładki z wideo, obecnie jest to połączone z rolkami. Więcej tutaj:

18 marca 2022 autorka udostępniła na profilu Poza Ramami pierwszą rolkę, obecnie zapisanych jest ich aż 123. Zaprezentowana tabela wykazuje dynamiczny wzrost liczby rolek z roku na rok, co dowodzi tego, że profil rozwija się w obszarze krótkich form wideo.

Maja Michalak, publikując na profilu Poza Ramami treści o tematyce związanej z historią sztuki, posługuje się różnymi możliwościami, jakie oferuje Instagram. Tematyka rolek i postów jest zróżnicowana – od turystycznych i muzealnych wskazówek, po niedługie filmiki poruszające wybrany temat, na przykład przekazujące historyczną ciekawostkę. Nie brakuje również rolek zachęcających do udziału w autorskim kursie z historii sztuki. Formy wideo opublikowane w 2024 zawierają krótkie zwiastuny podcastu. Posty z kolei przemycają rzetelną i niekiedy niszową wiedzę w przystępnej formie. Należy dodać, że Maja Michalak dba o wizerunek swojej marki osobistej (ang. *personal brand*) – na której budowaniu jest skupiona – oraz do czego wykorzystuje swoje zasięgi. Na profilu Poza Ramami zamieszcza treści związane z firmą, życie prywatne autorki stanowi niewielki procent całości i jest raczej dodatkiem (taki schemat został przyjęty od początku istnienia konta).

Maja Michalak nie prowadzi kanału nadawczego. Kontakt z widzami utrzymuje poprzez relacje, które pojawiają się codziennie – ma włączoną opcję dodawania do nich wiadomości. Prowadzi rozmowy z obserwatorami poprzez udostępnianie interaktywnego okienka z możliwością zadawania pytań, na które następnie odpowiada. Innym rodzajem interakcji z obserwatorami są jej odpowiedzi w komentarzach pod postami i rolkami. W kolejnej części tekstu omówione zostaną wykorzystane m.in. przez tę twórczynię narzędzia służące do angażowania widzów w edukacyjne zadania o sprzyjającym nauce, lekkim charakterze.

Quizy i ankiety jako przykład edutainment oraz grywalizacji

Małgorzata Skibińska⁵⁰ w tekście poświęconym nauce w polskich szkołach zwraca uwagę na problemy towarzyszące placówkom edukacji w sposobie przekazywania wiedzy⁵¹. Sugeruje, że przełomem może stać się *edutainment*, jeśli takie urozmaicenie zagościłoby w miejscach kształcących dzieci i młodzież⁵². Skibińska, uzasadniając postulat, powołuje się na Krasińskiego oraz na teorie psychologiczno-pedagogicznych⁵³. Edutainment jest połączeniem nauki z rozrywką, stanowi uatrakcyjnienie tradycyjnych metod kształcenia, których zadaniem jest często przekazywanie samych faktów. Zachęca i angażuje uczestników poprzez ciekawe i innowacyjne metody, takie jak słuchowiska, platformy edukacyjne, materiały interaktywne, multimedia, gry i zabawy. Jest nowym spojrzeniem na edukację, zakłada, że proces nauki powinien być przyjemny dla uczniów oraz angażujący. Odpowiedzią na te potrzeby może być zatem edukacyjne wykorzystanie funkcji aplikacji Instagram oferującej narzędzia, które umożliwiają urozmaicone i interaktywne zdobywanie wiedzy.

W omówionych poniżej formach interakcji z obserwującymi dostrzec można także zjawisko grywalizacji (ang. *gamification*), które wykorzystuje cechy znane z gier komputerowych, takie jak: zaangażowanie uczestników, nagradzanie, skupienie uwagi, budowanie rankingów. Jej mechanizm oparty jest na rywalizacji, a cały proces bywa wykorzystywany nie tylko w marketingu, ale również w edukacji oraz w rekrutacjach i konkursach. Zagadnienie to na polskim gruncie rozpropagował Paweł Tkaczyk za sprawą jednej ze swoich publikacji⁵⁴.

⁵⁰ M. Skibińska, „Edutainment” jako metoda edukacji przyszłości (*teraźniejszości*) „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja” 2010 nr 2 (50), 2010, s. 8–9.

⁵¹ Ibidem, s. 58–60.

⁵² Choć tekst został opublikowany w 2010 roku, a technologia mocno się rozwinęła, to nadal łączenie zabawy z rozrywką w szkołach jest rzadkością – pomimo szerokiego wachlarza możliwości oraz dynamicznego rozwoju nowych mediów.

⁵³ Ibidem, s. 60–61.

⁵⁴ P. Tkaczyk, *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych* 2012, s. 99–105.

W rozdziale poświęconym edukacji⁵⁵ autor na konkretnych przykładach opisuje grywalizację pojawiającą się w systemie dydaktycznym. Zdaniem Tkaczyka przyznawanie uczniom odznak, punktów, świadectw czy ocen jest przykładem tego zjawiska. Ponadto autor wspomina też o zaangażowaniu, które budowane jest u graczy podczas grania w grę oraz realizowania zaproponowanych w niej celów⁵⁶. Dokładnie w ten sam sposób funkcjonuje to podczas rywalizacji w szkole – mechanizmy, takie jak podział na konkurujące drużyny, potęgują działanie grywalizacji.

Quizy internetowe na Instagramie (dostępne od 2018) oraz ankiety (od 2017) z możliwością wyboru odpowiedzi angażują społeczność i cieszą się niesłabnącą popularnością.

Skutecznie wykorzystane przez twórców treści edukacyjnych są przykładem wykorzystania *edutainment* w cyberprzestrzeni, gdyż łączą naukę z rozrywką. Taki rodzaj aktywności można zaobserwować na przykład na instagramowym profilu Mai Michalak (Poza Ramami) oraz Katarzyny Wirkus-Molędy (Art Freak). Obserwatorzy zapraszani są poprzez relację do udziału w krótkim teście składającym się z pytania i przypisanych do niego kilku odpowiedzi (A, B, C, D). Po wskazaniu jednej z nich od razu ukazuje się prawidłowe rozwiązanie, które zaznaczone jest automatycznie kolorem zielonym. Udzielone odpowiedzi widoczne są tylko dla twórcy edukacyjnej zabawy. Zadaniem obserwatorów jest na przykład odgadnięcie autora dzieła, epoki, z której pochodzi załączone do pytania dzieło lub wskazanie poprawnej nazwy elementu architektonicznego widocznego na zdjęciu.

Ciekawym narzędziem pomocnym w nauce jest wspomniana w pierwszej części tekstu aplikacja Quizlet służąca do tworzenia zestawów fiszek opatrzonych obrazkami, które pomagają na przykład w zapamiętywaniu definicji różnych terminów. Taki rodzaj nauki propaguje Katarzyna Wirkus-Molęda (Art Freak), autorka wielu zestawów fiszek stworzonych w tej aplikacji. Zadaniem fiszek jest przybliżenie w prosty i czytelny sposób uczniom wiedzy obejmującej kanon z historii sztuki, podstawowe pojęcia architektoniczne oraz atrybucyjne⁵⁷.

⁵⁵ Ibidem.

⁵⁶ Ibidem, s. 106–107.

⁵⁷ Informacje pochodzą ze sklepu internetowego autorki.

Innym rodzajem interakcji z widzami z wykorzystaniem elementów rozrywki są ankiety, które procentowo obrazują proporcje w udzielanych odpowiedziach. Prawidłowa odpowiedź nie ukazuje się od razu, zwykle autor ankiety opisuje i niekiedy omawia ją w następnych relacjach. Ankieta pozwala publiczności obstawić prawdopodobny wynik.

Warto dodać, że wspomniane ankiety mają jeszcze inne zastosowanie – możliwość przeprowadzania głosowania wśród aktywnej społeczności pozwala zdecydować na przykład którą propozycję okładki wybrać do nowego e-booka lub oszacować, ilu chętnych zgłosi się do udziału w najbliższym webinarze. Daje to możliwość obserwującym na współtworzenie treści poprzez głosowanie na jedno z dostępnych rozwiązań, co jednocześnie buduje przywiązanie do nich.

Quizy i ankiety wykorzystywane przez promotorki wiedzy z zakresu historii sztuki mogą być rozpatrywane jako forma grywalizacji. Uczestnicy rywalizują ze sobą, wciągają się w edukacyjną zabawę i sprawdzają swoją wiedzę. Stanowi to także urozmaicenie dla zdalnej nauki z zakresu historii sztuki oraz pozwala skupić rozproszoną uwagę uczestników.

Podsumowanie

Internet nieustannie się zmienia, aplikacje za pomocą których możliwy jest kontakt z widzem lub klientem – gdyż tworzenie treści ma także wymiar marketingowy – stale się aktualizują, dzięki czemu są wzbogacone o nowe funkcje. Produkty cyfrowe umożliwiające naukę nie tylko w domu, ale w każdym miejscu (na przykład opisane kursy, szkolenia lub e-booki) są formami, które – jeśli jeszcze nie zagościły – to wkrótce zagospodzą w codzienności użytkowników mediów internetowych. Zadawalający jest fakt, że dzieje się tak również na polu nauk o sztuce.

W niniejszym tekście przedstawiłam twórczynie, które działają w przestrzeni cyfrowej, promując wiedzę o sztuce oraz wykazałam, że posty i krótkie formy wideo zamieszczane w sieci mają charakter edukacyjny. Bez wątplenia aplikacja Instagram stała się przestrzenią publikacji innowacyjnych treści niosących wartości dydaktyczne.

Pozytywny odbiór i interakcja podejmowana przez obserwujących wykazuje, że takie działania cieszą się popularnością. Każdy post Poza Ramami otrzymuje od kilkuset do kilku tysięcy polubień w ciągu miesiąca, ponadto społeczność, którą zbudowała Maja Michalak jest aktywna w komentarzach (każdy wpis dopełnia minimum kilkadziesiąt komentarzy)⁵⁸. Liczba polubień zależy od tematu wpisu – przełomowe tematy, na przykład takie, które prezentują zdjęcia z ważnej dla świata sztuki wystawy cieszą się zwykle większą popularnością, co przekłada się na liczbę wyświetleń oraz interakcji od widzów.

Relacje w mediach społecznościowych, rolki, webinary oraz podcasty stanowią przystępną bazę, dzięki której możliwe jest uzupełnienie wiedzy w ramach tzw. *micro learningu*. Popularność rolek jako krótkich form wideo uwzględnia to, że ludzka uwaga skupiona jest najbardziej w kilku pierwszych sekundach kontaktu z treścią oraz odpowiada na potrzeby młodych osób.

Przeniesienie się elementów edukacji do Internetu powiązane jest również ze zmianami dokonywanymi się w sposobach korzystania z sieci, która stała się istotnym elementem codzienności. Poszczególne pokolenia różni etap życia, na którym się to dokonało. Pokolenie Y, czyli tzw. Millenialsi (ang. *Generation Y*), posiada stały, mobilny dostęp do materiałów cyfrowych⁵⁹ dopiero od wczesnej dorosłości. Dla pokolenia Z (ang. *Generation Z*)⁶⁰ Internet jest udogodnieniem, które pojawiło się na wczesnym etapie życia i stopniowo zagościło na stałe, obecnie w pełnym wymiarze w życiu człowieka⁶¹. Naj-

⁵⁸ Wskazane dane są przybliżonymi wynikami.

⁵⁹ Osoby urodzone od 2010 roku. Należy podkreślić, że zasoby, z których można było czerpać informacje były mniejsze, dostęp do nich zwiększał się z upływem czasu.

⁶⁰ Pokolenie urodzone po 1995 roku, które dorastało w świecie w pełni scyfryzowanym. Generacja Z uznawana jest za przełomową, ponieważ stanowi około jedną trzecią populacji i jest związana z pełnym dostępem do telefonów komórkowych, tabletek, komputerów, telewizji czy Internetu.

⁶¹ O. Ławińska, A. Korombel, *Pokolenie Z jako wyzwanie wspólnego zarządzania przedsiębiorstwem. Relacje, media społecznościowe i crowdsourcing*, Częstochowa 2023, s. 13–16.

młodsze pokolenie, Alpha (ang. *Generation Alpha*), żyje w pełni scyfryzowanym świecie, co bez wątplenia przekłada się na zainteresowanie mediami i zamieszczanymi w nich treściami.

Wioletta Sołtysiak w tekście opartym na analizach zamieszczonych na forach dyskusyjnych⁶², w tym wypowiedzi studentów kierunków pedagogicznych, przytacza wpis studentki, z którego wynika, że nauczyciele powinni chętniej korzystać z mediów społecznościowych w celach dydaktycznych. Dają one dodatkowe możliwości, a strony internetowe, blogi i fanpage pozwalają rozwijać zainteresowania⁶³, np. muzyczne i plastyczne⁶⁴. Włączenie do nauki treści dostępnych na Instagramie stanowiłoby odpowiedź na taki apel młodszego pokolenia.

Z kolei Aleksandra Giełdoń-Paszek w artykule poświęconym historii i teorii sztuki w procesie dydaktycznym porusza istotny problem zmniejszenia liczby godzin historii i teorii sztuki w programie studiów artystycznych⁶⁵. Autorka słusznie zauważa, iż redukcja godzin zajęć z tych przedmiotów nastąpiła po przejściu na system boloński w edukacji wyższej⁶⁶. Warto dodać, że kwestia ta dotyczy również szkół – zarówno podstawowych oraz ponadpodstawowych. Liczne reformy edukacji, które dokonały się na przestrzeni ostatnich lat znacznie skróciły liczbę godzin zajęć artystycznych, co podziało na niekorzyść dzieci i młodzieży⁶⁷. Uzupełnianie wiedzy z wykorzystaniem mediów społecznościowych może być odpowiedzią również na ten problem.

⁶² W. Sołtysiak, *Social media dla edukacji dzieci w opinii studentów*, Edukacja, 2021, nr 2(157), s. 5–17.

⁶³ Ibidem, s. 11–12.

⁶⁴ Ibidem, s. 11–12.

⁶⁵ A. Giełdoń-Paszek, *Rola historii i teorii sztuki jako przedmiotu w procesie edukacji artystycznej* „Cieszyński Almanach Pedagogiczny” 2012, nr 1, 191–203.

⁶⁶ Ibidem, s. 191–192.

⁶⁷ Liczba godzin plastyki i muzyki w szkole podstawowej w roku szkolnym 2023/2024 wynosiła po 1 dla każdego przedmiotu tygodniowo. Bez wątplenia jest to stanowczo zbyt mało, aby w pełni rozwinąć nie tylko zainteresowania ucznia, ale także jego percepcję. Sytuacja wygląda dokładnie tak samo dla szkół ponadpodstawowych – z wyłączeniem szkół artystycznych (plastycznych, muzycznych i baletowych).

Reasumując, krótkie formy wideo takie jak rolki, szeroko pojęta działalność internetowa (blogi, strony internetowe, konta w serwisie Facebook oraz Instagram, podcasty) posiadają wartość edukacyjną oraz mogą być rzetelnym źródłem pozyskiwania wiedzy w wielu dyscyplinach. Niniejszy tekst skupia się na przykładach reprezentujących dziedzinę nauk o sztuce oraz na specjalistkach pracujących w tym obszarze, jednak w innych dziedzinach również jest to widoczne – jako przykład wymienić można profile medyczne prowadzone przez lekarzy działających w sieci lub tzw. studygramy, czyli konta kierowane w serwisie Instagram przez studentów różnorodnych kierunków, których celem jest motywowanie do nauki oraz dzielenie się wiedzą.

Webinary, newslettery oraz kursy są nie tylko dobrym rozwiązaniem w celu pozyskania wiedzy od postaw, ale są także wsparciem w jej utrwalaniu i uzupełnianiu (również dla studentów kierunków artystycznych).

Internet nieustannie stawia przed użytkownikami nowe wyzwania i daje nowe możliwości; pojawiają się nowe aktualizacje znanych już aplikacji, które urozmaicają sposoby szerzenia wiedzy na odległość.

Bibliografia

Litertaura

- Giełdoń-Paszek A., *Rola historii i teorii sztuki jako przedmiotu w procesie edukacji artystycznej*, „Cieszyński Almanach Pedagogiczny” 2012, nr 1, 191–203.
- Ławińska P., Korombel A., *Pokolenie Z jako wyzwanie wspólnego zarządzania przedsiębiorstwem. Relacje, media społecznościowe i crowdsourcing*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2023.
- Paszek A., Sitko B., *Media w obliczu pandemii koronawirusa – nowe trendy i wyzwania. Zarys problematyki*, „Com. Press” 2021, nr 4(2).
- Raport z działalności Narodowego Instytutu Muzeów 2023*, Narodowy Instytut Muzeów, Warszawa 2024.
- Tkaczyk P., *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*, Helion, Gliwice 2012.
- Skibińska M., *„Edutainment” jako metoda edukacji przyszłości (teraźniejszości)*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja” 2010, nr 2 (50).

Skrobich L., *Content marketing jako jeden z kluczowych elementów współczesnej strategii marketingowej* „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej” 2016, nr 22.

Sołtysiak W., *Social media dla edukacji dzieci w opinii studentów* „Edukacja” 2021, nr 2.

Adam Smolarek, *Pasjonanci*, Czwórka Polskie Radio, z dn. 11.03.2023.

Źródła internetowe

Co to jest TikTok, Strategiczni.pl, <https://strategiczni.pl/baza-wiedzy-social-media/co-to-jest-tiktok> (dostęp: 20.06.2024 r.).

Instagram Reels, Brand Mentions, https://brandmentions.com/wiki/Instagram_Reels (dostęp: 20.06.2024 r.).

Karaszyna Wirkus-Mołęda. Wykształcenie, LinkedIn, https://www.linkedin.com/in/karaszyna-wirkus-moleda/details/education/?locale=de_DE (dostęp: 20.06.2024 r.)

Maja Michalak, LinkedIn, <https://www.linkedin.com/in/maja-michalak-pozaramami/?originalSubdomain=pl> (dostęp: 24.06.2024 r.).

Michalak, M., *Jak zaplanować zwiedzanie Wenecji i Biennale?* (nr 21), Podcast *Sztuka Poza Ramami*, 30.05.2024 r., <https://open.spotify.com/episode/5qbkQ-DYVNgLUOjaK8UO4f9> (dostęp: 23.06.2024 r.).

Muzeum w Liceum, Fundacja Promocji Sztuki Niezła Sztuka, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=sS03USM2aCY> (dostęp: 1.07.2024 r.).

Muzeum w Liceum, Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/muzeumwliceum/> (dostęp: 1.07.2024 r.).

Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

Laminerva, <https://www.laminerva.pl/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

O Fundacji, Niezła Sztuka, <https://niezlasztuka.net/fundacja/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

O mnie, Art Freak, <https://artfreak.pl/o-mnie/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

O mnie, Laminerva, <https://www.laminerva.pl/o-mnie> (dostęp: 1.07.2024 r.).

Ograniczenia w działalności instytucji kultury przedłużone do 17 stycznia 2021 roku, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, 22.12.2020 r., <https://www.gov.pl/web/kultura/ograniczenia-w-dzialalnosci-instytucji-kultury-przedluzone-do-17-stycznia-2021-roku> (dostęp: 27.06.2024 r.).

Ok. 400 tys. gości odwiedziło w 2023 r. Muzeum Narodowe w Poznaniu, Dzieje.pl. Portal Historyczny, 07.01.2024 r., <https://dzieje.pl/dziedzictwo-kulturowe/ok-400-tys-gosci-odwiedzilo-w-2023-r-muzeum-narodowe-w-poznaniu> (dostęp: 27.06.2024 r.).

Pasjonauci, prowadzący Adam Smolarek, Czwórka Polskie Radio, 11.03.2023, <https://www.polskieradio.pl/10/4891/Artykul/3132938,pasjonauci-11-marca-godz-1102> (dostęp: 1.07.2024 r.).

Picasso pobił Witkacego. Rekordowy rok Muzeum Narodowego w Warszawie, TVN24, 25.01.2024 r., <https://tvn24.pl/tvnwarszawa/najnowsze/warszawa-rekordowy-rok-muzeum-narodowego-dwa-miliony-zwiedzajacych-st7740770> (dostęp: 27.06.2024 r.).

Podsumowanie roku 2022 i zapowiedzi na rok 2023, Muzeum Narodowe w Krakowie, <https://mnk.pl/arttykul/podsumowanie-2022-zapowiedzi-2023> (dostęp: 27.06.2024 r.).

Podsumowanie roku 2023 w Muzeum Narodowym w Krakowie, Muzeon, <https://muzeon.pl/podsumowanie-roku-2023-w-muzeum-narodowym-w-krakowie/> (dostęp: 27.06.2024 r.).

Poza Ramami, <https://pozaramami.com/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

Podcast *Sztuka Poza Ramami*, <https://open.spotify.com/show/1ylZwX1yqHjng4LhmxUEz> (dostęp: 24.06.2024 r.).

Pulikowska A., *Zmiany na Instagramie. Znika IGTV*, 7.10.2023 r., <https://rocketjobs.pl/blog/zmiany-na-instagramie-znika-igtv> (dostęp: 13.10.2024 r.).

Viral – co to jest i jak go zrobić?, Cyrek Digital, <https://cyrekdigital.com/pl/baza-wiedzy/viral/> (dostęp: 20.06.2024 r.).

Ilustracja 1. Przykład rolki Poza Ramami na Instagramie jako krótka forma wideo



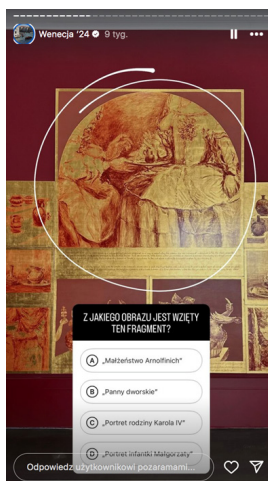
Źródło: Maja Michalak, @pozaramami, zrzut ekranu

Ilustracja 2. Przykład relacji na Instagramie Art Freak



Źródło: Katarzyna Wirkus-Molęda, @artfreak_pl, zapisana relacja: Wystawy, zrzut ekranu

Ilustracja 3. Przykład quizu na Instagramie Poza Ramami



Źródło: Maja Michalak, @pozaramami, zapisana relacja: Wenecja'24, zrzut ekranu