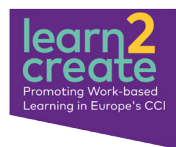


LEARN to Create

- promoting Work-based Learning
in Europe's Cultural and Creative Industries

NAUCZ SIĘ tworzyć

- promowanie 'nauki w miejscu pracy'
w sektorze kultury i kreatywnym w Europie



Opracowanie i redakcja na podstawie raportów narodowych opracowanych przez partnerów projektu:

Anna Ochmann oraz **Izabela Piotrowska-Grosse (Fundacja ARTeria)**

Koncepcja i projekt graficzny: **Katarzyna Baranek-Stachura (Studio Pracownia)**



Wydawca: **Fundacja ARTeria**



www.fundacja-arteria.org

ISBN: 978-83-930016-8-2

Niniejszy raport został opracowany przez partnerów projektu **Learn2Create**:



Ten projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej.
Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów i Komisja Europejska oraz Narodowa Agencja nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną.



Publikacja bezpłatna

Zabrze 2019

SPIS TREŚCI

1.	Wprowadzenie	3
2.	Prezentacja procesu rozwoju koncepcji metodologicznej	6
3.	Charakterystyka sektora kreatywnego i sektora kultury	8
4.	` Nauka w miejscu pracy ` w sektorze kultury i kreatywnym	10
5.	Jakość nauki w miejscu pracy w sektorze kultury i kreatywnym	12
5.1	Czynniki sukcesu	12
5.2	Przeszkody	14
5.3	Skuteczne strategie i podejścia	16
6.	Narzędzia efektywnego procesu ` nauki w miejscu pracy `	18
7.	Uczenie się rówieśnicze (peer-to-peer) w ramach procesu ` nauka w miejscu pracy `	20
8.	Wnioski	22



1. WPROWADZENIE

„Learn to Create – promoting Work-based Learning in Europe's Cultural and Creative Industries” to międzynarodowe partnerstwo, którego celem jest opracowanie oraz przetestowanie nowego sposobu pracy trenerów i mentorów wspierających artystów i twórców w procesie nauki poprzez pracę (w miejscu pracy) w europejskich branżach kreatywnych i kulturalnych przyczyniając się do wzrostu zatrudnienia, zwiększenia wydajności tych sektorów oraz zwiększenia konkurencyjności gospodarczej. Partnerstwo LEARN2CREATE tworzą: Materahub (Włochy), Rinova Limited (Wielka Brytania), Dimitra Education&Consulting (Grecja), Regionalna Rozvojova Agentura Senec-Pezinok (Słowacja), Innogate to Europe (Hiszpania) oraz Fundacja ARTeria (Polska) – lider projektu. Organizacje te łączą w ramach działań projektowych zarówno specjalistów i ekspertów w sektorze kultury oraz kreatywnym, instytucje szkoleniowe oraz edukacyjne, a także organizacje doświadczone w tworzeniu i rozwijaniu innowacyjnych metod uczenia się w miejscu pracy.

Celem niniejszej koncepcji metodologicznej jest ustalenie głównych pojęć i metodologii, wokół których ma być ustrukturyzowane całe podejście pedagogiczne oraz rezultaty Intelktualne projektu. Ten dokument uwzględnia specyfikę sektora kreatywnego i kultury (CCI), starając się odnieść do ich specyfiki wszystkie główne koncepcje, metodologie i narzędzia realizacji procesu nauki w miejscu pracy w tych branżach (WBL). Jego celem jest, z jednej strony lepsze zrozumienie specyfiki sektora kultury i sektora kreatywnego w każdym z krajów partnerstwa, z drugiej - zdefiniowanie punktu wyjścia (koncepcji metodologicznej) do opracowania programów wsparcia dla nauczycieli zawodu, szkoleniowców oraz mentorów (programów dostosowanych do potrzeb tych sektorów, z uwzględnieniem specyfiki i konkretnych potrzeb w każdym z krajów). Ważnym celem projektu jest także podnoszenie świadomości właścicieli firm z branż kreatywnych i kultury na temat znaczenia 'nauki w miejscu pracy' oraz pomoc partnerom w nawiązaniu współpracy pomiędzy wszystkimi potencjalnymi interesariuszami tego procesu, a zrealizowane wywiady i ankiety pokazały jak ważnym elementem procesu jest lepsze zrozumienie wzajemnych potrzeb i oczekiwań.

Pojęcie 'nauka w miejscu pracy' w sektorze kreatywnym i kultury we wszystkich krajach partnerstwa L2C definiowane jest podobnie. W dużym uproszczeniu jest to strategia edukacyjna, która zapewnia uczniom autentyczne doświadczenia zawodowe odbywające się w prawdziwym środowisku pracy. W oparciu o badanie (desk reserch), przeprowadzone ankiety i wywiady udało się, krajom należącym do partnerstwa L2C, opracować wspólne wnioski, wskazać wspólne cechy procesu jakim jest 'nauka w miejscu pracy', ale co równie ważne udało się zdefiniować różnice oraz problemy z tym związane, występujące w krajach biorących udział w projekcie. Warto także dodać, że autorzy raportów narodowych we współpracy z zaangażowanymi w proces reprezentantami sektora - starali się znaleźć i wskazać dodatkowo dobre praktyki stanowiące cenne źródło informacji i inspiracji w rozwoju niniejszej koncepcji metodologicznej i samej metody.

W **Polsce** pojęcie 'nauka w miejscu pracy' z roku na rok wzbudza coraz większe zainteresowanie. W wielu przedsiębiorstwach, zwłaszcza tych z sektora kultury czy sektora kreatywnego, stosowane jest jednak nieświadomie i intuicyjnie. I pod tym względem 'nauka w miejscu pracy' w Polsce nie jest szeroko i celowo stosowanym narzędziem wsparcia artystów i twórców. Co warto podkreślić, nie jest ona popularnym 'narzędziem' raczej w zakresie jej świadomego stosowania, właściwego sformułowania, wyznaczania zasad, a nie stosowania w ogóle. Jak wskazano w polskim raporcie, w latach ubiegłych działania mieszczące się w definicji i ramach 'nauki w miejscu pracy' były coraz częściej podejmowane. Podobnie sytuacja wygląda na **Słowacji**. Z jednej strony nie istnieje bowiem konkretna definicja ani sekcja dotycząca bezpośrednio 'nauki w miejscu pracy', a z badań przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania wynika, że uczenie się w miejscu pracy (WBL) jako

koncepcja na Słowacji nie istnieje. Z drugiej jednak strony wszystkie osoby biorące udział w badaniu uważają, że jest to wręcz niezbędne narzędzie integracji młodych twórców z rynkiem pracy. Na Słowacji praktyka ` nauki w miejscu pracy ` powszechnie występuje w następujących formach: staż, „rezydencja artystyczna”, przedsiębiorstwo szkolne - jednak nie wszystkie te formy są realizowane regularnie i z takim samym zaangażowaniem. W **Grecji** sytuacja dotycząca ` uczenia się w miejscu pracy ` w ciągu ostatnich dwóch lat uległa poprawie, chociaż jak pokazują ostatnie dane, pracodawcy nadal niechętnie przyjmują stażystów. W **Hiszpanii** z kolei wzrost zainteresowania ` nauką w miejscu pracy ` rozpoczął się pod koniec 2012 r. wraz z ustanowieniem i wdrożeniem podstaw tzw. systemu dualnego poprzez umowy o praktykę i szkolenia. Od tego czasu zostało przyjętych szereg przepisów mających za zadanie wzmocnienie powiązań pomiędzy firmami i nauczycielami kształcenia zawodowego. We **Włoszech** ostatnia reforma systemu edukacji koncentrowała się właśnie na promocji ` nauki w miejscu pracy ` dla szkolnictwa średniego. Reforma uległa jednak częściowej zmianie w wyniku zmiany rządu. Najbardziej świadomie pojęcie ` nauki w miejscu pracy ` jest stosowane w **Wielkiej Brytanii**, gdzie już na poziomie polityki krajowej uznano, że system edukacji nie jest dobrze dostosowany do potrzeb pracodawców i gospodarki. Szkoły poddane zostały reformom mającym za cel zwiększenie zaangażowania pracodawców w edukację i zwiększenie szans uczniów na zdobycie doświadczenia w miejscu pracy. W ciągu ostatnich dziesięciu lat system szkolenia zawodowego został znacząco przebudowany, a w ciągu ostatnich dwóch lat wprowadzono zupełnie nowe ramy ` nauki zawodu `.

W Polsce rok szkolny 2017/18 był początkiem obowiązywania nowego ustroju szkolnego wprowadzonego ustawą z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe. Głównymi założeniami reformy edukacji była likwidacja gimnazjów i powrót do 8-letniej szkoły podstawowej, a także modyfikacja szkolnictwa zawodowego poprzez zastąpienie zasadniczych szkół zawodowych przez szkoły branżowe. Liczba szkół branżowych I stopnia wyniosła



1504 i kształciło się w nich 155,8 tys. uczniów. Dla porównania szkolnictwo artystyczne w Polsce to niemal 1000 szkół i placówek artystycznych, w których kształci się prawie 100 tys. uczniów. Jednak w szkolnictwie artystycznym na poziomie szkół średnich „nauka w miejscu pracy” de facto nie jest stosowana. Pojawia się w postaci staży lub praktyk (lepiej, a częściej gorzej organizowanych) dopiero na poziomie szkolnictwa wyższego. Dla porównania sformalizowany WBL, który jest najpopularniejszą formą ` nauki w miejscu pracy ` w Grecji, jest szeroko stosowany w policealnych instytucjach zawodowych (publicznych lub prywatnych), które zapewniają sześciomiesięczne staże przed egzaminami certyfikacyjnymi (z kolei szkoły średnie i policealne nadzorowane przez ministerstwo turystyki oraz ministerstwo rolnictwa oferują programy z silnymi elementami szkolenia w miejscu pracy, które nie są formalnie uważane za staże).

Reformy szkolnictwa, wprowadzane w ostatnich latach właściwie we wszystkich krajach biorących udział w partnerstwie L2C, budzą jednak pewne obawy. Obawy te są związane przede wszystkim z tym czy wprowadzane procesy są adekwatne do specyficznych potrzeb sektora kultury i sektora kreatywnego? Czy pojęcie ` nauki w miejscu pracy `, chociaż stosowane z coraz większą świadomością i zaangażowaniem w innych sektorach i branżach, sprawdza się w sektorze kreatywnym i kultury? Jakie są konkretne potrzeby i kompetencyjne nauczycieli kształcenia zawodowego, mentorów czy szkoleniowców w tym zakresie? Czy narzędzia, strategie, stosowane dotychczas praktyki warunkujące efektywny proces ` nauki w miejscu pracy ` są/mogą być takie same we wszystkich krajach partnerstwa L2C i odpowiadać na potrzeby sektora kreatywnego i kultury? Na te i szereg innych pytań autorzy niniejszego raportu starali się znaleźć odpowiedzi. Raport ten jest syntezą i podsumowaniem informacji zawartych w raportach narodowych krajów będących partnerami w projekcie L2C (aby zapoznać się szczegółowiej z zebranymi przez partnerów L2C informacjami warto zapoznać się szczegółowo z raportami narodowymi).

Najważniejszą w tym miejscu konkluzją jest chyba jednak stwierdzenie, iż przed sektorem kultury i kreatywnym stoją obecnie szczególne wyzwania związane z zastosowaniem strategii ` nauki w miejscu pracy ` w praktyce edukacyjnej, a niniejsza koncepcja metodologiczna ujmuje naturę tych wyzwań i dostarcza zestawu wniosków, które umożliwią projektowi Learn2Create uwzględnienie ich w dalszych działaniach.

2. PREZENTACJA PROCESU ROZWOJU KONCEPCJI METODOLOGICZNEJ

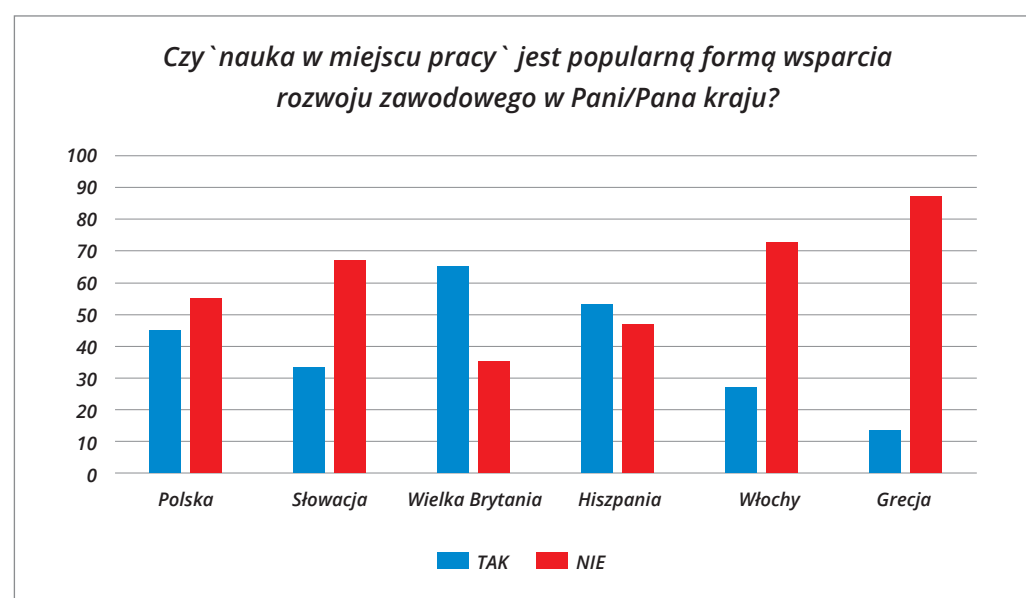
W celu opracowania niniejszej koncepcji metodologicznej zastało zastosowane podejście oparte na zaangażowaniu reprezentantów branż kreatywnych i kultury w cały proces, analizy i badania obejmujące kilka etapów. Najważniejszą część stanowiły dwutorowe wywiady: w postaci ankiet on-line oraz w postaci bezpośrednich, pogłębionych wywiadów nagrywanych na nośnik audio (w sumie zrealizowano 26 wywiadów). Wstępne ustalenie osób, których wiedza i doświadczenie, w opinii parterów L2C w każdym z krajów, była kluczowa dla stworzenia niniejszego raportu zostało oparte w pierwszej kolejności na już istniejących sieciach oraz kontaktach każdego z parterów, a następnie poszerzone o kolejne grupy docelowe (opracowane zostało narzędzie do zbierania tych danych, z poszanowaniem zasad RODO, które jednocześnie stanowi swoistą bazę danych potencjalnych interesariuszy dla kolejnych planowanych działań). Na bazie analizy zebranych danych, zostały rozesłane imienne zaproszenia do wypełnienia ankiety on-line (informacja o ankiecie została także rozesłana z wykorzystaniem różnych kanałów informacyjnych wszystkich partnerów). Ankiety zostały rozesłane do dwóch głównych, reprezentatywnych dla tematyki badania grup, zdefiniowanych już na poziomie przygotowania projektu:

- pierwszą grupę stanowili: profesjonaliści z sektora kreatywnego, nauczyciele kształcenia zawodowego, przedstawiciel przedsiębiorstw zaangażowanych (potencjalnie) w proces `nauki w miejscu pracy` (w tym MŚP)
- drugą grupę: partnerzy społeczni i władze regionalne

Łącznie w ramach projektu zebrano 101 ankiet, szczegółowe wyniki zostały zaprezentowane w raportach narodowych partnerów L2C (stanowiących załącznik do niniejszego opracowania).

Dodatkowo każdy z partnerów, w ramach badań prowadzonych w swoim kraju, przeprowadził minimum cztery wywiady pogłębione, których celem było jeszcze precyzyjniejsze zdefiniowanie elementów stanowiących najważniejsze rezultaty analiz ankiet on-line.

Szczególnie interesujące wydaje się analiza odpowiedzi dotyczące popularności `nauki w miejscu pracy` w poszczególnych krajach partnerstwa L2C. Respondentów zapytano czy `nauka w miejscu pracy` (WBL) jest popularną i często wykorzystywaną formą wspierania rozwoju zawodowego, zdobywania doświadczenia zawodowego w ich ojczyznach? Poniżej wykres wizualizuje otrzymane odpowiedzi.



Równocześnie z ankietami on-line i wywiadami partnerzy projektu L2C analizowali dostępną literaturę, badania oraz publikacje związane z tematyką WBL w ich krajach (desk reserach), odnosząc się przy tym m.in. do polityk publicznych (krajowych i unijnych), do inicjatyw takich jak Europejski Sojusz na rzecz Przygotowania Zawodowego¹, Strategia Europa 2020 (Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu)² oraz krajowych strategii rozwoju gospodarczego, do tzw. aktywnych polityk rynku pracy (ALMP - Active Labour Market Policy), krajowych ram kwalifikacji i innych dokumentów.

¹ <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1147&langId=pl> oraz <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1147>

² https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf



3. CHARAKTERYSTYKA SEKTORA KREATYWNEGO I SEKTORA KULTURY

Na wstępie warto podkreślić, że wciąż nie ma jednej „zamkniętej” definicji sektora kultury i kreatywnego, co skutkuje szeregiem problemów metodologicznych³. Problemy z jednoznaczną definicją zarówno na poziomie NACE (europejskiej klasyfikacji działalności gospodarczej)⁴ jak i na poziomie krajów partnerskich spowodowały stworzenie szeregu grup roboczych ds. statystyki w tym zakresie. Zgodnie z definicją opracowaną przez grupę roboczą Sieci ds. Kultury Europejskiego Systemu Statystycznego (ESSnet-Culture⁵) sektor kultury obejmuje: „działalność artystyczną, funkcjonowanie instytucji kultury, wydawanie książek i gazet, tworzenie filmów i programów TV, wydawanie gier komputerowych, nagrywanie muzyki, nadawanie programów (telewizja i radio), projektowanie architektoniczne, reklamę, działalność agencji informacyjnych, fotografię, sprzedaż książek i czasopism, tłumaczenia, projektowanie specjalistyczne oraz edukację artystyczną”⁶.

Do sektora kultury i sektora kreatywnego (CCS) należą zatem podmioty prowadzące działalność gospodarczą polegającą na produkcji i sprzedaży dóbr oraz usług kulturalnych oraz kreatywnych, opartych na prawie autorskim, także tych zorientowanych rynkowo i wytwarzanych masowo przy użyciu technik przemysłowych. Wydaje się, że najlepiej pojęcie sektora kreatywnego i kultury zostało zdefiniowane przez Wielką Brytanię oraz Federację Przemysłów Kreatywnych - zgodnie z nią są to branże, które „mają swoje źródło w indywidualnej kreatywności, umiejętnościach i talentach i które mają potencjał do tworzenia bogactwa i tworzenia miejsc pracy poprzez generowanie i wykorzystywanie własności intelektualnej”.

W **Polsce** (według danych z 2016 r.) działa około 100,5 tys. przedsiębiorstw zaliczanych do tzw. przemysłów kultury i kreatywnych (CCIs), co stanowiło 5,0% ogółu przedsiębiorstw niefinansowych. W porównaniu z 2014 r. ich liczba wzrosła o 10,3%. Co należy jednak szczególnie podkreślić ten wzrost dotyczył przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw (o liczbie pracujących do 9 osób). W **Grecji** działa 46 370 firm kreatywnych, (co stanowi 6,6% ogółu przedsiębiorstw w kraju) zatrudniając 119 688 osób (co stanowi 3,2% wszystkich osób zatrudnionych w tym kraju). Analiza sektora kultury i kreatywnego w Grecji pokazuje, że pomimo ogromnego załamania, jakiego doświadczyły one od roku 2008, zaczęto już w 2014 roku odnotowywać oznaki ożywienia w tych branżach. Z kolei we **Włoszech** podstawowa działalność CCI generuje ponad 55 miliardów euro bezpośrednich dochodów i 160 miliardów dochodów pośrednich z turystyki i innych usług. W 2018 r. dzięki dobrom wytworzonym przez CCI, aż o 6,7% wzrósł we Włoszech poziom zamożności tego kraju. W **Hiszpanii** w 2017 r. liczba przedsiębiorstw, których główną działalnością gospodarczą jest działalność kulturalna, wyniosła 118 407 i liczba ta stanowi 3,6% wszystkich przedsiębiorstw objętych centralnym rejestrem przedsiębiorstw.

³ Ze względu na funkcjonujące powszechnie różnorodne definicje i odnoszące się do nich statystyki w poszczególnych krajach partnerstwa w niniejszym dokumencie używane są, w zależności od kontekstu, pojęcia ‘sektor kultury i kreatywny’ oraz ‘przemysły kultury i kreatywne’

⁴ NACE, fr. Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne, pol. Statystyczna Klasyfikacja Działalności Gospodarczej we Wspólnocie Europejskiej

⁵ <https://ec.europa.eu/eurostat/cros/system/files/ESSnet%20Culture%20Final%20report.pdf>

⁶ <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d-9d5a61b5>

⁷ “their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property” <https://www.creativeindustriesfederation.com/statistics>

W całej **Wielkiej Brytanii** sektor CCI generuje ponad 100 miliardów funtów rocznie i stanowi ponad 5% gospodarki. Zatrudnia bezpośrednio ponad 2 miliony ludzi i odnotowuje tempo wzrostu, które od ponad dekady konsekwentnie przewyższa tempo wzrostu całej gospodarki. Na **Słowacji** zidentyfikowano około 4000 jednostek biznesowych, które zgłaszają działania twórcze jako podstawę swojej działalności. W porównaniu z całkowitą liczbą słowackich małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstw, branże kreatywne stanowią aż 6,2% sektora biznesowego.

W przedsiębiorstwach zaliczanych do przemysłów kultury i kreatywnych pracowało w **Polsce** w 2016 roku 226,7 tys. osób i w porównaniu z 2014 r. liczba ta wzrosła o 2,5%. Natomiast przeciętne zatrudnienie wyniosło 103 tys. etatów, co stanowiło 1,5% przeciętnego zatrudnienia dla ogółu przedsiębiorstw niefinansowych. We **Włoszech** aż 37,9% krajowych wydatków turystycznych pochodzi z sektora CCI. Branże kultury wytwarzają 33,6 mld euro (2,2% ogółu krajowego), zatrudniają 488 tys. pracowników co stanowi 1,9% ogółu zatrudnionych. W **Hiszpanii** wielkość zatrudnienia w kulturze w 2017 r. wyniosła 687,2 tys. osób, co stanowi 3,7% ogółu zatrudnienia w tym kraju w średnim okresie rocznym. 64,7% to przedsiębiorstwa bez pracowników (czyli jednoosobowe działalności gospodarcze), 28,6% to małe firmy zatrudniające 1-5 pracowników, 6% posiada 6 do 49 pracowników, a pozostałe 0,7% to większe przedsiębiorstwa zatrudniające 50 lub więcej pracowników. We Włoszech kreatywna gospodarka zatrudniała 1,5 mln osób (6% wszystkich włoskich pracowników) w 2018 r., o 22 000 więcej w porównaniu z rokiem 2015. W **Wielkiej Brytanii** większość firm kreatywnych jest bardzo mała. 60% wszystkich firm w sektorze zatrudnia tylko jedną osobę, 80% zatrudnia nie więcej niż dwie, a 90% nie ma więcej niż pięciu pracowników. Przeważającą część stanowią osoby wykonujące wolny zawód, które pracują w ramach sieci współpracy, na bazie projektów. Przemysł kreatywny i kultury na **Słowacji** także charakteryzuje się znaczną reprezentacją mikroprzedsiębiorstw i osób prowadzących działalność gospodarczą na własny rachunek.

Powyższe dane w bardzo skrótowny sposób potwierdzają, że sektor kultury i kreatywny dynamicznie rozwija się w całej Unii Europejskiej, a jego wpływ na gospodarkę zarówno krajów członkowskich jak i całej Wspólnoty z roku na rok rośnie. Jednocześnie należy podkreślić pewną niezwykle ważną specyfikę sektora wpływającą bezpośrednio także na kwestie związane z WBL - niezależnie od kraju, w sektorze kultury i kreatywnym, dominują mikroprzedsiębiorstwa oraz freelancerzy z ograniczonym kapitałem finansowym, organizacyjnym i kadrowym. Problemy z jakimi boryka się ten sektor w całej UE jest więc podobny. Jednocześnie dynamika zmian rynków i gustów odbiorców skutkuje wysoką niepewnością twórców i artystów pod względem popytu na ich usługi lub dzieła, skutkuje koniecznością ciągłych dostosowań i innowacji, a co za tym idzie wpływa na olbrzymia dynamikę zmian w samej branży (niezbędnymi elementami wpierającymi ten proces jest ciągła wymiana informacji, ciągłe doskonalenie, rozwijanie i przyciąganie talentów oraz wykorzystywanie zasobów niematerialnych). Warto także podkreślić, iż produkcja dóbr i usług w tym sektorze wymaga jednoczesnego wykorzystania zróżnicowanych, wyspecjalizowanych umiejętności często wielu osób. Stąd cechami osób pracujących w tym sektorze są z jednej strony szerokie wykształcenie, z drugiej elastyczność, z jednej umiejętności artystyczne – z drugiej umiejętności biznesowe, z jednej kreatywność, z drugiej – przedsiębiorczość (a warto pamiętać, iż stosunkowo niewielkie różnice w umiejętnościach prowadzą finalnie do dużych różnic w wynagrodzeniach). Same modele uczestnictwa w kulturze czy zakupu produktów sektora kreatywnego wciąż ewoluują, stąd tak ważna - szczególnie w tych branżach - jest współpraca wielu, zróżnicowanych podmiotów - przedsiębiorstw kreatywnych, artystów, publicznych i niepublicznych instytucji (organizacji) kultury, szkół artystycznych, a także organizacji pozarządowych.

Podsumowując - kluczowe dla rozwoju sektora kultury i kreatywnego są dziś: rozwijanie talentów, z inwestowanie w talenty oraz rozwijanie i dostosowywanie systemów kształcenia artystów i twórców dostosowanych do potrzeb sektora (artystycznych, biznesowych, kreatywności, przedsiębiorczości).

4. `NAUKA W MIEJSCU PRACY` W SEKTORZE KULTURY I KREATYWNYM

„Powiedz mi, a zapomnę, pokaż mi, a zapamiętam, pozwól mi wziąć udział, a zrozumieć” – wydaje się, że te słowa, wypowiedziane przed wieloma wiekami przez chińskiego filozofa Konfucjusza, z roku na rok zyskują coraz większą popularność i znaczenie. Stanowią bowiem doskonałe potwierdzenie faktu, że najlepszą nauką jest działanie. Wszystkie raporty narodowe opracowane przez partnerstwo L2C potwierdzają skuteczność i rolę nauki rzemiosła/zawodu w naturalnym środowisku czyli w miejscu pracy. Podkreślają także olbrzymią rolę edukacji pozaformalnej i nieformalnej, które szczególnie po zakończeniu edukacji formalnej, w późniejszym etapie życia zawodowego są wręcz nieodzowne. Warto w tym miejscu, zwłaszcza w kontekście ‘nauki w miejscu pracy’, przywołać definicje tych trzech rodzajów edukacji:

- **Edukacja formalna** – to edukacja objęta ramami formalnych instytucji (szkoła, studia)
- **Edukacja pozaformalna** – to edukacja świadoma, zorganizowana, ale jednak pozostająca poza ustawowym kształceniem formalnym, dobrowolna, zakładająca aktywne uczestnictwo, uzupełnienie zdobytej formalnie wiedzy, rozszerzająca ją (kursy, szkolenia, staże, wykłady, warsztaty)
- **Edukacja nieformalna** – to edukacja niezorganizowana, niesystematyczna polegająca na codziennym doświadczaniu, zakładająca wpływ otoczenia, w pewnym sensie niezamierzona. Taką edukację zapewnia: rodzina, media, kościół, a także spotkania ze znajomymi czy przyjaciółmi, a w ostatnich latach bardziej niż kiedykolwiek media społecznościowe (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok)

We wszystkich krajach partnerskich zdefiniowane powyżej formy edukacji są stosowane w innym natężeniu i mają różny wpływ na zdobycie wiedzy i ‘naukę w miejscu pracy’ w sektorze kreatywnym i kultury. Z badań, ankiet oraz wywiadów przeprowadzonych na potrzeby niniejszego opracowania wynika, że w **Polsce** edukacja formalna w sektorze kultury i kreatywnym nie kształci specjalistów – aż 75% uczestników naszych ankiet zgodnie twierdzi, że tylko 40% wiedzy i umiejętności pochodzi z edukacji formalnej. Pozostała wiedza to edukacja zdobywa w sposób pozaformalny i nieformalny. W **Grecji** przeprowadzone badania wskazują, że wszystkie trzy metody są dość skuteczne, a edukacja formalna jest uznawana za skuteczną formę ze względu przede wszystkim na czas i pieniądze oraz na ramy, w których się odbywa (zdefiniowano, iż realizacja programu w ustalonych ramach może potencjalnie być bardzo cenna pod względem zdobywania wiedzy). Podkreślono także rolę edukacji nieformalnej łączącej stażystów z kreatywnymi przedsiębiorstwami i/lub artystami, przede wszystkim ze względu na jej elastyczność. Sytuacja we **Włoszech** wygląda podobnie – wiedza osób zaangażowanych w działalność w sektorze kultury i kreatywnym jest wypadkową edukacji formalnej (w tym organizowanych w ramach tego procesu np. staży) i nieformalnej („nieoficjalny” transfer wiedzy w miejscu pracy, także np. w organizacjach pozarządowych, w rodzinie itp.). Jednocześnie został zdefiniowany problem braku praktycznych umiejętności i kompetencji profesjonalistów w CCS, pomimo ich (średnio) dość wysokiego wykształcenia (świadczący o tym, że we Włoszech poziom kształcenia formalnego jest dość niski i nieprzystający do potrzeb pracy w sektorze). Nieco inaczej sytuacja wygląda w **Hiszpanii** – według raportu „Kształcenie i szkolenie zawodowe w Europie 2018: Hiszpania”⁸, każdemu formalnemu programowi kształcenia i szkolenia zawodowego jest przyporządkowany specjalny moduł szkolenia w miejscu pracy, który jest obowiązkowy i obejmuje co najmniej 20% wszystkich godzin szkolenia w ramach ‘dyplomu zawodowego’. W **Wielkiej Brytanii** podejście do tego tematu jest systemowe. Dwie krajowe organizacje odpowiedzialne za ‘naukę w miejscu pracy’ w sekto-

rze kreatywnym i kultury – ‘Creative Skillset’ oraz ‘Creative Cultural Skills’ – kładą silny nacisk na wstępne szkolenie oraz szkolenie umiejętności młodych ludzi. Niestety jednak ich rola, polegająca na ustalaniu krajowych standardów zawodowych, zmniejszyła się w ciągu ostatniej dekady, a kształcenie i szkolenie zawodowe w sektorze kultury i kreatywnym uległo rozdrobnieniu (co jest także związane z ograniczaniem funduszy oraz zmniejszaniem zobowiązań publicznych w tym zakresie). Należy jednak podkreślić, iż w politykach publicznych w Wielkiej Brytanii coraz większy nacisk jest obecnie kładziony na kształcenie zawodowe, a także zaangażowanie pracodawców w proces edukacji. Badanie na **Słowacji** pokazało wyraźnie, iż ‘nauka w miejscu pracy’ jako świadoma koncepcja nie jest powszechna, a sam proces nawet jeśli ma miejsce to odbywa się dość nieregularnie i jest realizowany głównie poprzez różnego rodzaju staże, wyjazdy studyjne, działalność przedsiębiorstw szkolnych. Słowaccy respondenci wskazali, iż to właśnie połączenie wszystkich form edukacji jest najbardziej skuteczne: „*metody formalne i nieformalne są zarówno skuteczne, jak i wzajemnie się uzupełniają. Skuteczność zależy od jakości edukacji i profesjonalizmu nauczyciela / opiekuna oraz motywacji ucznia*”.⁹

⁸ ‘Vocational education and training in Europe 2018: Spain’ (by Cedefop ReferNet)² https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf

⁹ Z raportu słowackiego – wywiad z Noémi Ráczová



5. JAKOŚĆ NAUKI W MIEJSCU PRACY W SEKTORZE KULTURY I KREATYWNYM

5.1 CZYNNIKI SUKCESU

Każdy z partnerów L2C wskazał kilka czynników mających największy wpływ na sukces procesu `nauki w miejscu pracy`.

Według badań przeprowadzonych w **Polsce** spełnienie trzech podstawowych warunków (choć każdego w innym stopniu) jest konieczne aby proces ten w ogóle mógł zaistnieć. Pierwszy to świadomość i chęć zaangażowania oraz wdrożenia `nauki w miejscu pracy`. Proces ten powinien być prowadzony świadomie, powinien zostać starannie zaplanowany, a działania z nim związane powinny być zrozumiałe dla wszystkich zaangażowanych stron (zarówno uczącego się jak i uczącego). Nauka powinna być zorganizowana w ścisłym powiązaniu z biznesem/z miejscem pracy/z aspektami praktycznymi (nacisk powinien być kładziony nie na teoretyczną wiedzę, ale przede wszystkim na umiejętności związane z pracą, na wiedzę niezbędną do jej wykonywania). Drugi warunek to jakość, wykształcenie i doświadczenie nauczycieli kształcenia zawodowego. Dobrze wyszkoleni nauczyciele kształcenia zawodowego powinni być przede wszystkim praktykami, a nie teoretykami (w dalszej części niniejszego opracowania znajduje się szczegółowa analiza dotycząca pożądanych kwalifikacji nauczycieli kształcenia zawodowego). Trzeci warunek to ramy systemowe i prawne/przepisy regulujące działalność danego sektora, a sama idea `nauki w miejscu pracy` powinna zostać wdrożona systemowo, także w instytucjach zajmujących się kształceniem oraz szkoleniami. Powinny zostać wprowadzone przepisy ułatwiające działania podejmowane w ramach `nauki w miejscu pracy` albo przynajmniej przejrzyste zasady stosowania już istniejących regulacji.

W **Grecji** obszerny fragment raportu krajowego dotyczący czynników sukcesu wskazuje z kolei, iż warunkiem koniecznym skutecznego przeprowadzenia procesu `nauki w miejscu pracy` są czas, zasoby finansowe oraz wiedza, a wszystkie te trzy czynniki powinny występować równocześnie. Kryzys finansowy w Grecji wpłynął bardzo niekorzystnie na kwestie związane zarówno z finansowaniem, jak i z czasem, który można temu procesowi dedykować. Jednak wiedza trenerów połączona z takimi cechami jak chęć, cierpliwość i pasja w pewnym stopniu wypełniają tę lukę i ułatwiają `naukę w miejscu pracy`. Niezwykle ważną rolę odgrywają również umiejętności organizacyjne i komunikacyjne warunkujące stworzenie odpowiednich warunków, tak aby uczący się/pracownicy otrzymali jasno zdefiniowany zakres obowiązków i zadań adekwatny do ich umiejętności i celów uczenia się. Podkreślono także, iż bardzo ważne jest zadbanie o to, żeby uczenie się oparte na pracy było korzystne dla obu stron (zarówno dla organizacji/pracodawcy, jak i dla ucznia/pracownika). Programy stażowe są jedną z najbardziej popularnych i skutecznych praktyk w Grecji, szczególnie te organizowane przez Stavros Niarchos Foundation.¹⁰ Przeciętny czas trwania takiego stażu wynosi 6 miesięcy i realizowany w Stavros Niarchos Cultural Center, Greckiej Bibliotece Narodowej lub w Greckiej Operze Narodowej.

Badanie we **Włoszech** wskazało na stosunkowo niewielkie zastosowanie i wcześniejsze doświadczenia z `nauką w miejscu pracy` w sektorze kultury i kreatywnym. Dwa, zrealizowane z sukcesem programy, z których wnioski mogą być szczególnie istotne z punktu widzenia niniejszego opracowania to: La „Garanzia Giovani” (program gwarancji dla młodzieży¹¹) oraz program „Crescere in Digitale”¹².



W obu przypadkach kluczem do sukcesu była synergia trzech czynników: doświadczenie nauczycieli kształcenia zawodowego, chęć współpracy i otwartość firm oraz dobrze przygotowane (wspólnie przez wszystkie zainteresowane strony) plany wdrożenia `nauki w miejscu pracy`.

Na **Słowacji** zdefiniowano szereg podstawowych czynników warunkujących sukces procesu `nauki w miejscu pracy`: elastyczność, umiejętność uczenia się, motywacja, informacja zwrotna lub gratyfikacja finansowa, profesjonalne doradztwo, profesjonalny sprzęt i zaplecze techniczne, a także adekwatne do potrzeb szkolenia.

W **Hiszpanii** badanie wskazuje na olbrzymią rolę planowania i monitorowania jako podstawowego elementu skutecznego procesu `nauki w miejscu pracy`. Niezbędna jest również informacja zwrotna (zarówno dla osób uczących się jak i dla firmy czy organizacji, umożliwiającą wyciąganie wniosków na przyszłość).

Z kolei w **Wielkiej Brytanii** wskazano na szereg czynników, które przyczyniają do sukcesu procesu `nauki w miejscu pracy`. Wydaje się, że szczególnie ważnych jest sześć cech wpływających na pozytywne doświadczenia uczniów/stażystów i warunkujących powodzenie praktyki: 1. odpowiednio dozowane wyzwania i poczucie wartości pracy, 2. zapewnienie konstruktywnej informacji zwrotnej i wsparcia w trakcie procesu, 3. zbudowanie relacji opartej na zaufaniu, zaangażowaniu i motywacji, 4. Dobre zaplanowanie i ustrukturyzowanie procesu, 5. umożliwienie powstawania zróżnicowanych relacji (z różnymi osobami, spotkań) stymulujących proces, 6. wzmacnianie uczestników w trakcie, wspieranie ich wytrwałości.

¹⁰ <https://www.snf.org/>

¹¹ <http://www.garanziaiovani.gov.it/Pagine/default.aspx>

¹² <https://www.crescereindigitale.it/>

5.2 PRZESZKODY

Wszystkie osoby biorące udział w badaniu realizowanym w ramach niniejszego projektu w **Polsce**, zgodnie wskazują trzy elementy stanowiące przeszkody do tego, aby z sukcesem wdrożyć ideę ` nauki w miejscu pracy`. Pierwsza przeszkoda to brak systemowych rozwiązań dotyczących wdrożenia ` nauki w miejscu pracy`, a także biurokracja oraz związany z tym brak czasu i możliwości na odpowiednie zajęcie się młodym człowiekiem. Ten problem był zdecydowanie wskazywany jako podstawowy. Obejmuje on także samo postrzeganie nauczycieli kształcenia zawodowego (niedocenione ich), jak również samej ` nauki w miejscu pracy` (nierozpoznanie znaczenia tego procesu) zarówno przez pracodawców jak i przez cały sektor kultury i kreatywny. Co jeszcze pogarsza sytuację to fakt, iż osoby zarządzające instytucjami kształcenia i szkolenia zawodowego kładą niedostateczny nacisk na rozwijanie relacji z przedsiębiorstwami, pozyskiwanie partnerów społecznych i z sektora biznesu. Drugi problem to brak odpowiednio wykwalifikowanych nauczycieli kształcenia zawodowego. Nawet jeśli formalnie takie osoby pracują w szkołach branżowych to są to teoretycy, a nie praktycy. Z tym wiąże się także brak systemowego wsparcia rozwoju nauczycieli i wychowawców (aktualizowania ich wiedzy oraz rozwijania umiejętności praktycznych), a także brak czasu osób prowadzących działalność gospodarczą w sektorze czy freelancerów na pracę ze szkołami czy nowozatrudnionymi osobami. Całość sytuacji komplikują ogólne trudne warunki prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, brak wsparcia finansowego czy też pomocy ze strony Państwa dla małych, jednoosobowych firm, a takich w sektorze CCI działa najwięcej. Wreszcie trzeci problem to brak zrozumienia pomiędzy przedsiębiorcami a twórcami - zorientowanie na cele biznesowe i cele artystyczne/twórcze to dwa różne punkty widzenia.



W **Grecji** wskazano dwie główne przeszkody – zasoby finansowe oraz czas. Brak środków finansowych uniemożliwia wielu osobom, zarówno pracodawcom, jak i stażystom, uczestnictwo w formach uczenia się opartych na pracy. Z kolei z powodu braku czasu z jednej strony uczniowie tracą wiele okazji do poszerzania swojej wiedzy, a z drugiej - pracodawcy/trenerzy działają pod dużą presją, nie dysponując wystarczającym czasem na pracę ze stażystą i nie mają także możliwości spokojnego monitorowania jego postępów.

W **Hiszpanii** wskazano dwie przeszkody do skutecznego wdrożenia procesu ` nauki w miejscu pracy` - pierwsza to fakt, że formalne, zorganizowane i powtarzalne staże lub praktyki są możliwe tylko w organizacjach średniej wielkości. Małe organizacje czy freelancerzy (a, podobnie jak w Polsce, takie podmioty dominują w sektorze kreatywnym i kultury) nie są w stanie zaangażować w proces ` nauki w miejscu pracy` z braku wsparcia czy czasu. Druga przeszkoda wynika z faktu, iż bardzo często sam twórca (właściciel firmy, freelancer) nie ma niezbędnych umiejętności w zakresie przedsiębiorczości ani biznesu – nie może przekazać więc ich innym.

We **Włoszech** wskazano trzy najważniejsze przeszkody do skutecznego wdrożenia procesu ` nauki w miejscu pracy`. Pierwszy to, podobnie jak w Polsce czy Hiszpanii, „istota” organizacji działających w sektorze kultury i kreatywnym. Sektor składa się przede wszystkim z mikroprzedsiębiorstw i freelancerów, którzy w związku z koniecznością codziennego zarządzania, prowadzenia własnej organizacji lub biznesu nie dysponują czasem na poświęcenie się praktykantowi. Drugą przeszkodą są kwestie prawne związane z funkcjonowaniem sektora kreatywnego we Włoszech. Ze względu na swoją, nie do końca rozpoznaną specyfikę przedsiębiorstwa z sektora kreatywnego i kultury nie są w pełni docenione, a co się z tym wiąże nie mają dostępu do regionalnych lub krajowych programów wsparcia młodych utalentowanych osób. Nie ma także dedykowanych uwarunkowań i rozwiązań prawnych regulujących oraz wspierających działanie sektora. Trzecią przeszkodą zdefiniowaną jako swoiste „brakujące ogniwo” jest brak współpracy instytucji akademickich, szkół, organizacjami kształcenia i szkolenia zawodowego z przedstawicielami sektora kreatywnego i kultury. Wydziały Nauk Humanistycznych (odpowiedzialne za edukację artystyczną czy tę związaną z zawodami z sektora kreatywnego) nie są w stanie wesprzeć studentów w wejściu na rynek pracy z powodu braku powiązań z podmiotami przemysłów kultury i kreatywnych, a więc także nie są w stanie zapewnić studentom wsparcia w zdobywaniu doświadczenia opartego na WBL. Podobna sytuacja dotyczy także organizacji kształcenia i szkolenia zawodowego, które nie są w stanie zapewnić wysokiej jakości doświadczenia zawodowego dla studentów kursów szkoleniowych w żadnym z podsektorów branż kulturalnych i kreatywnych.

W **Wielkiej Brytanii** zdefiniowane przeszkody w skutecznym wdrożeniu procesu ` nauki w miejscu pracy` są podobne. Większość firm działających w sektorze kreatywnym i kultury to mikroprzedsiębiorstwa i firmy jednoosobowe – ich największymi wyzwaniem jest zatem zarządzanie ograniczonymi zasobami i czasem.

Analizując przeszkody skutecznego wdrażania ` nauki w miejscu pracy` na **Słowacji** zwrócono uwagę na problem braku współpracy oraz budowania partnerskich relacji pomiędzy światem edukacji i podmiotami rynku pracy. Zauważalny jest brak wsparcia instytucjonalnego w tym procesie, a edukacja w ramach ` nauki w miejscu pracy` jest możliwa i oparta przede wszystkim na osobistych kontaktach i działaniach. Kolejnym zdefiniowanym problemem (podobnie jak w przypadku pozostałych partnerów projektu L2C) są ograniczone zasoby finansowe, a także ludzkie (podmioty działające w sektorze kultury i kreatywnym zatrudniają bardzo niewielu pracowników, którym na dodatek jest niezwykle trudno wygospodarować w ramach swoich obowiązków czas dla stażystów lub studentów).

5.3 SKUTECZNE STRATEGIE I PODEJŚCIA

Analiza sytuacji w **Polsce** wskazała dwie strategie, które wyraźnie wyróżniają się na tle innych i pozwalają na zdefiniowanie ich - pomimo pewnych wad - jako skutecznych. Są to staże zawodowe oraz praktyki studenckie. Na szczególną uwagę zasługuje zwłaszcza pierwsza z nich - także ze względu na fakt, iż staże zawodowe finansowane są w całości przez Powiatowe Urzędy Pracy (nie mam więc bariery dostępu do zasobów finansowych). W ramach stażu zawodowego przedsiębiorca może korzystać z pracy stażysty przez okres 6 miesięcy, musi jednak zapewnić opiekuna stażu (nauczyciela kształcenia zawodowego), opracować zindywidualizowany program stażowy (edukacji i działań, które stażysta podejmie w trakcie pracy w przedsiębiorstwie) oraz zapewnić mu przygotowane (wyposażone) miejsce pracy. Natomiast wynagrodzenie stażysty w tym okresie (stanowiące równowartość minimalnej średniej krajowej) jest w całości pokryte ze środków Urzędu Pracy. Największą wadą tej strategii i jednocześnie przeszkodą szczególnie istotną w sektorze kultury i kreatywnym jest to, iż pracodawca, który zdecydował się na przyjęcie stażysty musi zagwarantować mu późniejsze zatrudnienie (po zakończeniu stażu) przez okres minimum 6 miesięcy. Przy nieregularnych dochodach, ograniczonych zasobach finansowych firm z branż kreatywnych ten obowiązek zwykle stanowi bardzo dużą przeszkodę. Druga strategia to praktyki studenckie. Student ma możliwość poznania realnych warunków na rynku pracy przez okres jednego (czasem dwóch, maksymalnie trzech) miesięcy, w trakcie których pracuje 'pod okiem' nauczyciela kształcenia zawodowego. Różnica pomiędzy nim a stażystą (finansowanym przez Urząd Pracy) polega, oprócz samego czasu trwania takiego stażu, przede wszystkim na tym, że - cały proces jest realizowany w trakcie studiów i ma formę czegoś bardziej 'niezobowiązującego'.

Na **Słowacji** jako dobre strategie w zakresie 'nauki w miejscu pracy' także zdefiniowano praktyki i staże. Ciekawą i dość szeroko rozpowszechnioną formą w tym kraju są także tzw. „przedsiębiorstwa szkolne”. Ta strategia jest uważana za swoisty pomost pomiędzy teorią a praktyką, jest de facto przedmiotem (obowiązkowym lub fakultatywnym) wpisanym do programów średnich szkół zawodowych. Jej największą zaletą jest to, że uczy w praktyce, ale jednocześnie ze wsparciem nauczycieli zawodu i warunkach jednak nie w pełni rynkowych. Przedmiot ten znajduje się w programie nauczania wszystkich typów średnich szkół zawodowych, ale także jest obecny w toku studiów w Uniwersytecie Ekonomicznym w Bratysławie, a nawet znajduje zastosowanie w edukacji dorosłych. W kontekście sektora kultury oraz kreatywnego przybiera przeważnie formę organizowania przez studentów własnych imprez, festiwali czy wystaw - studenci są odpowiedzialni za projekt, realizację i pozyskanie finansowania dla zaplanowanych działań.

W trakcie realizacji badania w **Hiszpanii** wskazano szereg inicjatyw, które - w zdecydowanej większości - mają wsparcie rządu hiszpańskiego. Szczególnie interesujące wydają się dwie strategie: pierwsza to system firmy Ernst&Young obejmujący ustrukturyzowany proces integracji nowych pracowników z systemem pracy funkcjonującym w danym przedsiębiorstwie, ułatwianie wymiany wiedzy i umiejętności pomiędzy nowymi pracownikami, a pracownikami z większym doświadczeniem tak aby umożliwić obustronną naukę. Druga to współpraca z uniwersytetami, a działami HR firm, warunkiem jednak skuteczności tej strategii jest jej regularność i płynność.

We **Włoszech** najskuteczniejszą i najbardziej popularną strategią 'nauki w miejscu pracy' jest staż. W kontekście specyfiki funkcjonowania sektora kreatywnego i kultury, najlepiej sprawdzają się z kolei takie formy jak opieka mentora, job shadowing i doświadczenie przedsiębiorczości (entrepreneurial



experience). Elementy edukacji w zakresie przedsiębiorczości działają szczególnie skutecznie w powiązaniu ze wsparciem mentorskim i doświadczeniami praktycznymi, natomiast job shadowing jest bardziej rozpowszechniony w zawodach rzemieślniczych i w tych instytucjach (w sektorze kreatywnym i kultury), w których opracowuje się konkretne produkty.

Praktyki i staże są najpopularniejszymi programami uczenia się w miejscu pracy także w **Grecji**. Są obowiązkowe na wszystkich stopniach kształcenia policealnego i funkcjonują od wielu lat. Popularną formą jest także mentoring. Warto podkreślić, iż szybki rozwój sektora kultury i kreatywnego, a także wzrost jego znaczenia gospodarczego w ciągu ostatnich lat zarówno w samej Grecji, jak i na poziomie międzynarodowym wpływa na coraz większą niezależność finansową branży.

W **Wielkiej Brytanii** rozwój i wzrost znaczenia sektora stwarza coraz większe zapotrzebowanie na nowych, dobrze wykwalifikowanych, rozumiejących specyfikę branż kreatywnych pracowników i sprostanie temu zapotrzebowaniu zostało zdefiniowane jako największe wyzwanie najbliższych lat. Stąd tak ważne jest tworzenie wielopłaszczyznowej sieci powiązań młodych, utalentowanych ludzi bezpośrednio z pracodawcami sektorowymi. Niezwykle ważne jest także tworzenie i rozwijanie różnorodnych sposobów na 'wejście do branży' nowych pracowników czy freelancerów. Stąd podkreślone zostało znaczenie różnorodnych programów prowadzonych przez trenerów-praktyków, którzy będąc specjalistami w swoich dziedzinach mogą skutecznie realizować WBL w kreatywnych podsektorach.

6. NARZĘDZIA EFEKTYWNEGO PROCESU `NAUKI W MIEJSCU PRACY`

Wszelkie analizy i zebrane wnioski wskazują jednoznacznie, że - niezależnie od innych czynników - rola dobrze wykwalifikowanego nauczyciela kształcenia zawodowego jest w efektywnym procesie 'nauki w miejscu pracy' nie do przecenienia.

Stąd na potrzeby niniejszego opracowania przeprowadzono obszerne badanie dotyczące nauczycieli. Ponad połowa (52,6%) ankietowanych wskazała, że brak jest w **Polsce**, w sektorze kreatywnym i kultury, dobrze przygotowanych nauczycieli kształcenia zawodowego. Tyle samo ankietowanych wskazało także, że nauczyciele zawodu mają jedynie w umiarkowanym stopniu dostęp do odpowiednich szkoleń podnoszących i aktualizujących ich kwalifikacje. Na pytanie o najbardziej pożądane kompetencje i umiejętności, które powinny być rozwijane priorytetowo w szkoleniu nauczycieli kształcenia zawodowego 100% ankietowanych wskazało pasję jako podstawę wszelkich działań. Aż 73,7% ankietowanych wyraziło opinię, że trenerzy/osoby odpowiedzialne za realizację 'nauki w miejscu pracy' w firmach działających w sektorze kultury i kreatywnym jedynie w umiarkowanym stopniu posiadają cechy, niezbędną wiedzę i umiejętności z zakresu przedsiębiorczości. A co warto w tym miejscu podkreślić - umiejętności te zostały wskazane jako wysoce pożądane wśród nauczycieli kształcenia zawodowego.

Podobnie sytuacja wygląda w **Hiszpanii** - tu także nauczyciele kształcenia zawodowego zostali zdefiniowani jako najważniejszy 'element' warunkujący skuteczność zdobycia praktycznych umiejętności przez młodych, kreatywnych ludzi. Co ciekawe autorzy hiszpańskiego raportu narodowego zwrócili uwagę na bardzo ważną kwestię związaną z postrzeganiem społecznym całego systemu kształcenia zawodowego i pilną koniecznością wzmocnienia jego wizerunku, atrakcyjności oraz popularności. Kolejne kwestie wymagające szybkiego i systemowego działania to konieczność wdrożenia odpowiednich, adekwatnych do potrzeb rynku pracy, programów 'nauki w miejscu pracy', poprawa ram prawnych i finansowych systemu. Ważne jest także położenie większego nacisku na naukę „przedsiębiorczości” oraz umiejętności zarządczych właściwie na wszystkich poziomach

edukacji oraz - co szczególnie ważne w dzisiejszych coraz bardziej 'cyfrowych' czasach - na podkreślenie i zwiększenie znaczenia kwestii związanych z digitalizacją w programach edukacyjnych. Niezwykle ciekawym postulatem wydaje się być także idea wykorzystania nowych technologii do budowy sieci współpracy w ramach WBL.

W **Grecji** także podkreślono olbrzymią rolę dobrze wykwalifikowanych nauczycieli kształcenia zawodowego, którzy powinni posiadać nie tylko gruntowną wiedzę na temat dziedziny w ramach której przygotowują uczniów, ale także umiejętności przekazywania tej wiedzy różnym grupom odbiorców. Warunkiem jednak realizacji dobrej 'nauki w miejscu pracy' jest kwestia finansowania tego procesu - nawet najlepszy nauczyciel nie będzie w stanie osiągnąć dobrego poziomu bez funduszy.

W **Wielkiej Brytanii** wskazano mentoring oraz praktyki zawodowe jako podstawowe narzędzia do skutecznego wdrożenia procesu 'nauki w miejscu pracy'. Brytyjski partner w projekcie L2C - Rino-va - opracował i pilotował szereg narzędzi do wdrożenia procesu 'nauki w miejscu pracy' w sektorze kreatywnym i kultury właśnie poprzez mentoring w ramach szeregu ponadnarodowych projektów, realizował także szereg programów międzysektorowych wspierających tworzenie staży (więcej w raporcie narodowym Wielkiej Brytanii). Bazując na tych doświadczeniach wskazano, iż zarówno teoretyczne postawy przedsiębiorczości, jak i faktycznie doświadczenia z tym związane są niezbędne do rozwoju kreatywnych karier. Tym bardziej, że kariery te wymagają budowania szerokich i trwałych sieci kontaktów oraz konsekwentnego rozwijania i rozpowszechniania kreatywnych produktów i projektów. Inspirującą strategią jest także "edukacja oparta na współpracy" (cooperative education) czyli połączenie edukacji szkolnej i praktycznej pracy, szczególnie jeżeli odbywa się w końcowej fazie edukacji/szkoleń, aby pomóc w przejściu ze świata szkolnego do działalności zawodowej. Kolejną niezwykle interesującą strategią wydaje się "service learning" - czyli 'nauka w miejscu pracy' odzwierciedlająca potrzeby lokalnych społeczności (strategie te zostały opisane, wraz z przykładami w raporcie narodowym Wielkiej Brytanii).

Także we **Włoszech** nauczyciele kształcenia zawodowego odgrywają bardzo znaczącą rolę w procesie 'nauki w miejscu pracy', jednak - co jest szczególnie ważne - muszą charakteryzować się świetną znajomością specyfiki sektora kultury i kreatywnego. Muszą także wiedzieć jak promować 'naukę w miejscu pracy' w kreatywnych firmach, jak przygotować swoich 'uczniów' do doświadczenia procesu WBL w firmach, jak monitorować cały proces. Drugą, kluczową kwestią (podobnie jak w Grecji) jest kwestia finansowania całego procesu, ponieważ podmioty w sektorze kultury i kreatywnym (zwłaszcza te o ograniczonej liczbie pracowników) nie mają możliwości zaangażowania się w ten proces bez wsparcia finansowego.

Te same dwa elementy, jako kluczowe, wskazano także w **Słowacji** - nauczyciele kształcenia zawodowego są kluczowym elementem dobrego procesu 'nauki w miejscu pracy', drugim - finansowanie, ponieważ podmioty działające w sektorze kreatywnym i kultury dysponują bardzo ograniczonymi zasobami ludzkimi, które mogą być zaangażowane w ten proces. Słowackie badanie podkreśliło także konieczność stworzenia sprzyjającej atmosfery dla tego typu działań ze strony rządu i instytucji publicznych (podobnie jak w Hiszpanii), a także rozbudowanie bazy sprzętowej i materiałowo-technicznej w szkołach.

Reasumując: niezwykła jest zgodność wyników badań we wszystkich krajach biorących udział w projekcie - wskazanie kluczowej roli dobrze wykształconych i przygotowanych nauczycieli kształcenia zawodowego oraz konieczności zapewnienia systemowego finansowania całego procesu. Bez spełnienia równoległe tych warunków proces 'nauki w miejscu pracy' nie może być efektywny.



7. UCZENIE SIĘ RÓWIEŚNICZE (PEER-TO-PEER) W RAMACH PROCESU `NAUKA W MIEJSCU PRACY`

Nauka 'peer-to-peer' to dzielenie się wiedzą wśród rówieśników – **osoby o podobnym poziomie doświadczenia uczą się od siebie nawzajem i wymieniają wiedzę.**

Podobnie jak `nauka w miejscu pracy` tak „peer to peer” w **Polsce** nie jest jeszcze w pełni wykorzystywane. Niewiele jest na ten temat publikacji, danych i przykładów dobrych praktyk, choć wielu nauczycieli (może nie planowo) stosuje tę metodę w procesie edukacji. Pytanie, które w kontekście stosowania tej formy od razu się pojawia to: czy nauka od osoby o podobnym doświadczeniu ma w ogóle sens? W tradycyjnie pojmowanym systemie edukacyjnym (także w trakcie `nauki w miejscu pracy`) wykorzystuje się pewną hierarchię, autorytet: nauczyciel – uczeń, pracownik wyższy rangą/o bogatszym doświadczeniu – stażysta/praktykant, trener/mentor – student. Oznacza to, że transfer wiedzy następuje od osoby o większej wiedzy popartej doświadczeniem do osoby uczącej się nie posiadającej tych kompetencji. Natomiast w nauce rówieśniczej (peer-to-peer) zarówno osoba ucząca jak i ucząca się mają podobną wiedzę i doświadczenia. Różnica polega na innym typie komunikacji i relacji - zdecydowanie łatwiej jest się porozumieć osobom `nadającym na tych samych falach`, a żadna ze stron nie czuje się lepsza lub gorsza (to osobiste doświadczenie jednej osoby stanowi inspirację dla szukającego rozwiązania rówieśnika). Nauka nie odbywa się na poziomie tradycyjnych relacji, nie ma już „ucznia” i „nauczyciela”, a więc obie strony czują się w tej sytuacji dużo bardziej komfortowo.

Także we **Włoszech** metoda ta zyskuje na popularności i znaczeniu. Niestety wciąż nie funkcjonują systemowe programy umożliwiające wykorzystanie przez firmy z sektora kreatywnego nauki w grupie rówieśniczej lub w procesie mentoringu (np. między młodymi ekspertami a specjalistami z sektora kultury). Specyfika sektora powoduje, że obecność nauczyciela kształcenia i szkolenia zawodowego nie zawsze musi być niezbędna – z powodzeniem może go zastąpić relacja peer-to-peer lub relacja mentorska, w ramach której obie strony mogą się nawzajem od siebie uczyć.

Pozytywne doświadczenia związane z “peer-to-peer” wskazano także w **Wielkiej Brytanii**. Program realizowany przez Rinova zapewnia szeroki model uczenia się w ramach peer-to-peer właśnie w miejscu pracy w sektorze kreatywnym i kultury. Niezwykle wartościową rolę mentorów mają w tym przypadku do odegrania eksperci branżowi (więcej w raporcie narodowym Wielkiej Brytanii).

Z kolei na **Słowacji** jest to stosunkowo nowa i niezbyt rozpoznana forma strategii edukacyjnej. Z badań wynika jednak, że to właśnie specjaliści z sektora kreatywnego i kultury dostrzegają występowanie i skuteczność tego typu strategii. Jak podkreślono - wzajemne uczenie się bardzo motywuje zarówno osoby młode jak również osoby dorosłe i uczy ich współpracy, wpływa na poprawę ich umiejętności komunikacyjnych, umiejętność analizy procesów w pracy, a także wzięcia odpowiedzialności za zadanie.

W **Hiszpanii**, pomimo tego iż trudno o informacje na temat wdrażania tej formy edukacyjnej w sektorze kreatywnym i kultury, przeważa zdecydowana opinia, że uczenie się od innych jest przydatne w `nauce w miejscu pracy` w sektorze kreatywnym i kultury. Zarówno jako źródło inspiracji,

nowych pomysłów i wiedzy, jak i element dzielenia się wiedzą, budowania relacji.

Wyniki badań przeprowadzonych w **Grecji** są spójne z ugruntowanym przekonaniem profesjonalistów z sektora kreatywnego i kultury, wskazują, że zdobywanie nowej wiedzy i nowych umiejętności przebiega de facto niepostrzeżenie i jest bardzo skuteczne, gdy nauka odbywa się podczas pracy. Przekazywanie wiedzy w formie peer-to-peer zarówno pomiędzy osobami indywidualnymi, grupami, a nawet całymi organizacjami może mieć kluczowe znaczenie dla ich rozwoju i poprawy ogólnej wydajności.

Wydaje się więc, że metoda peer-to-peer może być szczególnie przydatna w sektorze kreatywnym i kultury i może stanowić doskonałe uzupełnienie `nauki w miejscu pracy`.



8. WNIOSKI

Rola sektora kultury i kreatywnego w rozwoju gospodarczym i społecznym staje się coraz bardziej znacząca, co znajduje także odzwierciedlenie w politykach publicznych, zarówno tych na poziomie narodowym, jak i europejskim (m.in. w nowym europejskim programie na rzecz kultury, przyjętym przez Komisję Europejską w maju 2018 r. podkreślono znaczenie kultury i kreatywności dla społeczeństwa oraz dla konkurencyjności gospodarki europejskiej). Jednocześnie nowe technologie i komunikacja cyfrowa zmieniły zupełnie sposoby tworzenia, produkowania czy rozpowszechniania dzieł kultury, udostępniły nowatorskie narzędzia dostępu do kultury i osobistej reinterpretacji, globalizacja z kolei umożliwia artystom i twórcom dotarcie do niewyobrażalnej dotychczas liczby odbiorców.

Wyzwania współczesnego świata i tempo zachodzących zmian właściwie w każdej dziedzinie życia powodują, iż idea uczenia się przez całe życie (long life learning) staje się koniecznością. Nikt nie ma pewności jakie będą zawody przyszłości, jak będzie wyglądał rynek pracy. Z drugiej strony zawody wykonywane dziś wymagają ciągłego aktualizowania wiedzy, podnoszenia kompetencji, zdobywania nowych umiejętności - nie ma już profesji, którą można wykonywać w ten sam sposób, przy użyciu tych samych narzędzi i środków przez cały okres życia zawodowego. Stąd także przed edukacją stają wciąż zupełnie nowe wyzwania - z jednej strony repozytorium dostępnej łatwo wiedzy rośnie w niewyobrażalnym tempie, z drugiej wyzwaniem staje się znalezienie w nim potrzebnych informacji i jednocześnie „odsianie” wiedzy od pseudonauki. Eksperci zajmujący się edukacją coraz częściej wskazują, że nie konkretna wiedza, ale tzw. 4K powinny być kluczowymi celami współczesnej edukacji. Są to: krytyczne myślenie, komunikacja, kooperacja i kreatywność. Wszystkie te pożądane kompetencje mogą być kształtowane i wzmacniane w procesie `nauki w miejscu pracy` wspólnie z rozwojem praktycznych umiejętności zawodowych. Wydaje się, że szczególnie sektor kultury i kreatywny, który niejako ma wpisane jedno z przywołanych powyżej „K” w nazwę (kreatywność), jest szczególnie predysponowany do mocniejszego wykorzystania formy jaką jest `nauka w miejscu pracy`. Potwierdzają to zarówno pracodawcy jak i młodzi utalentowani ludzie chcący rozwijać się zawodowo w tym sektorze.



Rozwój umiejętności artystycznych i twórczych oraz wspieranie talentów, a więc działania stymulujące innowacje, zapewniające zrównoważony wzrost i włączenie społeczne leżą u podstaw sektora kultury i kreatywnego. Edukacja artystyczna i kulturalna, także jako część podejścia specjalistycznego lub interdyscyplinarnego, odgrywa zatem kluczową rolę. W toku tej edukacji na szczególną uwagę zasługują działania wspierające kulturę przedsiębiorczości, kreatywność i innowacyjność młodych ludzi, działania umożliwiające płynne przechodzenie z systemu edukacji na rynek pracy, wzmacnianie współpracy międzysektorowej, ze szczególnym uwzględnieniem synergii między procesem edukacji a rynkiem pracy czy partnerami społecznymi - cennym narzędziem rozwoju takiej współpracy może być właśnie `nauka w miejscu pracy`.

W trakcie opracowywania raportów narodowych oraz raportu finalnego, w ramach projektu L2C, wskazano szereg czynników, które stanowią o sukcesie `nauki w miejscu pracy` w sektorze kultury i kreatywnym. Najważniejsze, wskazane przez wszystkich partnerów konsorcjum projektowego to:

- doświadczony, aktualizujący swoją wiedzę i praktyczne umiejętności nauczyciel kształcenia zawodowego
- synergia pomiędzy instytucjami edukacyjnymi a podmiotami rynku pracy – wzajemna otwartość i chęć współpracy w ramach `nauki w miejscu pracy`
- dobre ramy prawne umożliwiające finansowanie procesu `nauki w miejscu pracy`

Wskazane największe przeszkody blokujące rozwój strategii `nauki w miejscu pracy` w sektorze kultury i kreatywnym to de facto antonimy powyższych `czynników sukcesu` czyli:

- brak wykwalifikowanych nauczycieli kształcenia zawodowego
- brak systemu finansowania i systemowego wsparcia (warunków ramowych) i powiązany z tym brak czasu osób zajmujących się tą edukacją
- brak współpracy pomiędzy instytucjami edukacyjnymi a rynkiem pracy

Najważniejszym `ogniwem` w skutecznym wdrożeniu `nauki w miejscu pracy` jest dobry nauczyciel kształcenia zawodowego, stąd kluczowe wydaje się zdefiniowanie jego najważniejszych cech i kompetencji. Są to:

- wiedza praktyczna w zakresie branż kreatywnych i kultury
- przedsiębiorczość
- umiejętności miękkie takie jak umiejętność budowania dobrych relacji, kreatywność, pasja

Szerokie i międzysektorowe działanie na rzecz świadomości i ekspresji kulturalnej jako jednej z ośmiu kluczowych kompetencji uznanych na poziomie europejskim jest niezwykle ważne.¹³ Inspirujące prace nad sposobem uczenia kreatywności i myślenia krytycznego prowadziła Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)¹⁴ - stały się one ważnym elementem Programu międzynarodowej oceny umiejętności uczniów 2021 (PISA). Włączenie sztuki, a więc ukierunkowanie na kreatywność i myślenie krytyczne na wszystkich poziomach kształcenia i szkolenia staje się coraz popularniejsze, takie podejście znalazło m.in. odzwierciedlenie w Komunikacie Komisji dotyczącym odnowionego programu UE dla szkolnictwa wyższego¹⁵ – jedną z rekomendacji jest zmiana podejścia ze STEM (nauki przyrodnicze, technologia, inżynieria i matematyka) na STEAM (czyli właśnie z włączeniem sztuki). Aby jednak przekształcić talenty i możliwości w faktyczny rozwój gospodarczy i miejsca pracy, osoby zawodowo związane z sektorem kultury i kreatywnym oraz przedsiębiorstwa kulturalne i kreatywne potrzebują korzystnych warunków ramowych, wsparcia systemowego i finansowego, regulacji prawnych.

Coraz więcej młodych Europejczyków wybiera pracę w sektorze kultury oraz kreatywnym i musi zmierzyć się z problemami takimi jak powszechność zatrudnienia w oparciu projekt, brak stałych umów o pracę, praca w niepełnym wymiarze czasu pracy. Dodatkowo osoby te muszą posiadać – co wynika ze specyfiki branż kreatywnych - szeroką gamę umiejętności cyfrowych, tradycyjnych, przekrojowych oraz specjalistycznych. Biorąc pod uwagę wnioski płynące z niniejszego opracowania oraz z raportów narodowych przygotowanych przez partnerów L2C – dobrze przygotowana i wdrożona `nauka w miejscu pracy` może przyczynić się zarówno do ich osobistego rozwoju zawodowego, a także rozwoju całego sektora kreatywnego i kultury.



Niniejsza koncepcja metodologiczna ma za zadanie zdefiniować oraz uwydatnić najważniejsze kompetencje oraz potrzeby szkoleniowe nauczycieli zawodu, mentorów czy szkoleniowców pracujących w sektorze kultury i kreatywnym, tak aby umożliwić partnerstwu Learn2Create ustrukturyzowanie programu nauczania skierowanego do grup docelowych projektu. Przyczyni się to do zapewnienia im możliwości szkoleniowych i narzędzi do promowania efektywnego uczenia się w miejscu pracy w branżach kultury i kreatywnych. Będzie również promować samą ideę nauki w miejscu pracy i wynikające z niej umiejętności w zakresie przedsiębiorczości w kształceniu i szkoleniu zawodowym, aby zmaksymalizować doświadczenie edukacyjne i zwiększyć szanse na zatrudnienie w jednym z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki europejskiej.

W związku z tym koncepcja metodologiczna Learn2Create definiuje kilka obszarów, ważnych dla grupy docelowej i przyszłych użytkowników rezultatów projektu, niezbędnych z punktu widzenia ich potrzeb w zakresie wiedzy (rozumienia i know-how) oraz praktyki (w zakresie kompetencji), które mogą być zastosowane w procesie nauki w miejscu pracy w sektorze kultury i kreatywnym:

- ciągły rozwój zawodowy
- umiejętności biznesowe
- związek z rynkiem pracy w sektorze
- zindywidualizowane plany nauczania/rozwoju zawodowego
- monitoring procesu
- odniesienie do ram prawnych
- świadomość kulturowa

W programie nauczania (IO2) wnioski płynące z niniejszej koncepcji zostaną uszczegółowione oraz rozszerzone. Program nauczania Learn2Create będzie zawierał opis modułów, które powinny zostać zaprojektowane w celu szkolenia i umożliwienia nauczycielom/trenerom kształcenia i szkolenia zawodowego:

a) pomocy ich uczniom/podopiecznym w jak najlepszym wykorzystaniu uczenia się w miejscu pracy w sektorze kulturalnym i kreatywnym poprzez zastosowanie umiejętności w zakresie przedsiębiorczości opartych na faktycznym doświadczeniu, oraz

b) zapewnienia nauczycielom, instruktorom i trenerom umiejętności, praktycznych przykładów i skutecznego podejścia, aby pomóc im w opracowaniu strategii i umiejętności angażowania się w długoterminową współpracę pomiędzy sektorem kultury i kreatywnym oraz podmiotami kształcenia zawodowego.

¹³ https://ec.europa.eu/culture/news/2016/0422-handbook-cultural-awareness-expression_en

¹⁴ <http://www.oecd.org/education/ceri/assessingprogressionincreativeandcriticalthinkingskillsineducation.htm>

¹⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=COM:2017:247:FIN>

