

Wskazówka 10. Pogłębianie wiedzy o skutecznych działaniach promocyjnych

Jak wynika z naszych badań, sukces w obszarze promocji polskiej kultury za granicą w dużej mierze jest rezultatem gromadzenia doświadczeń i dzielenia się dobrymi praktykami z innymi instytucjami. Dostrzegliśmy, iż pogłębianie wiedzy o skutecznych działaniach promocyjnych w obszarze kultury w praktyce oznacza przede wszystkim:

- gotowość do dzielenia się posiadaną wiedzą, co pozwala docierać z przekazem szybciej, poznawać dobre praktyki, czerpać z nich wymierne korzyści dla działań doraźnych oraz strategicznych w dłuższej perspektywie.

PLATFORMA WYMIANY

Dobrym przykładem jest opisywana w naszych badaniach forma promocji kultury w Wielkiej Brytanii polegająca na utworzeniu **platformy internetowej** *Anglo Polish Cultural Exchange*, która powstała dzięki współpracy instytucji i wymianie wiedzy trzech kluczowych podmiotów działających na rzecz Polonii. W zakresie koncepcyjnym była przygotowywana przez historyczkę sztuki polskiego pochodzenia - Panią Julię Griffin. Jako ekspertka w dziedzinie sztuki i zarazem kultury polskiej, pokazała nowe kierunki budowania narracji o polskiej kulturze akcentując szczególnie związki z kulturą brytyjską i elementy stanowiące obszar zainteresowania Brytyjczyków. Był to autorski sposób „opowiadania” o ludziach, zdarzeniach i momentach w historii Polski i zarazem powiązań z historią UK.

- dostrzeganie roli „współdzielenia” i korzystania z zasobów współpracujących instytucji

WSPÓLDZIELONA PRZESTRZEŃ

Polski Instytut Kultury w Nowym Jorku pełni nierzadko rolę pośrednika pomiędzy amerykańskimi i polskimi instytucjami kultury. Lokalne - często bardzo prestiżowe - teatry, centra muzyki, muzea udostępniają przestrzeń (np. scenę teatru) na potrzeby wydarzenia organizowanego przez polskich twórców. Polscy artyści dzięki temu mają zapewniony dostęp do stałej publiczności wraz z profesjonalną obsługą promocyjno-medialną wydarzenia. Dla strony amerykańskiej taka wymiana jest formą różnicowania repertuaru i przyciągania nowej publiczności.

W praktyce podmiotów zajmujących się promocją polskiej kultury za granicą w badanych krajach, idea (współ)dzielenia nie jest powszechna. Jeśli pojawiają się formy wymiany niematerialnych zasobów (wiedzy, informacji) to najczęściej dotyczą one pojedynczych osób i wynikają raczej z relacji, która łączy pojedyncze jednostki (wcześniejsza znajomość, podobne doświadczenie pracy na emigracji etc.) niż dobrze działającej sieci wymiany. Takie działania nie są skoordynowane i systemowo realizowane np. w postaci miejsca spotkań (nawet wirtualnej przestrzeni) podmiotów mających wpływ na politykę w zakresie promocji polskiej kultury. Nieco lepiej współdzielenie działa, gdy mowa o zasobach materialnych.

- docenienie oddolnych inicjatyw podmiotów, które nie posiadają wystarczających zasobów własnych, mają natomiast pomysły i ludzi - profesjonalistów (np. artystów, animatorów kultury) zdolnych przyciągać uwagę szerszego otoczenia.

Jak dowodzą nasze badania, częściej na potrzebę dostępu do wiedzy (tym samym skrócenia czasu poznawania zasad działania w danym zakresie, np. promocji polskiej kultury poprzez organizację danego wydarzenia) wskazują przedstawiciele organizacji działających oddolnie. W ramach promowania polskiej kultury i przy okazji też oddziaływania na integrację grup polonijnych z lokalną społecznością, takie podmioty korzystają z finansowego wsparcia dotacji, których dysponentami są instytucje publiczne (np. Ambasady RP, lokalne gminy). Najczęściej nie są to wystarczające środki, dlatego poszukują dodatkowych metod dofinansowania działań. Problemem okazuje się wówczas przejście przez ścieżkę wymagań formalno – administracyjnych. Działalność na rzecz promowania kultury na ogół jest dla wielu polonijnych “aktywistów” dodatkową aktywnością, niezwiązaną z pracą zawodową. W takich sytuacjach bardzo potrzebna okazałaby się pomoc (najlepiej systemowa), które ułatwiłaby zrozumienie konkretnych etapów np. wypełniania wniosków grantowych. Jak pokazują badania, taka pomoc może być oferowana przez instytucje publiczne, ale równie skuteczne może okazać się poleganie na potencjale oddolnych działaczy (ich doświadczeniach), choć tu inicjatywa w dużym stopniu powinna należeć właśnie do instytucji publicznych (np. Instytutów Polskich czy Ambasad RP). Znaczenie dzielenia się wiedzą dobrze ilustruje wypowiedź jednego z rozmówców realizowanego projektu: *Może to jest coś takiego, że może powinna powstać jakaś szkoła lidera, która będzie kształciła takie osoby, jak ja. Bo ja już mam jakieś doświadczenie w robieniu tych rzeczy. Ale są osoby, które jeszcze nigdy tego nie robiły. I może żebyśmy tego nie zrobili... (...) Właśnie o to chodzi, Bo ja zawsze chcę się dzielić moją wiedzą. Ja nie chcę tego zabrać dla siebie. Bo chciałbym, jeżeli kiedyś zostanie to miejsce, żeby była osoba, która będzie chciała dalej to robić i będzie miała wiedzę i będzie się z tą wiedzą jakoś [LON_R4].*

- wpływ na możliwość na łączenia ludzi z często odległych części świata.

Jednym z najczęściej wskazywanych sposobów na budowanie postaw otwartości do dialogu jest zmiana w obszarze kultury organizacyjnej i wiedza o tym, co tworzy trzon wartości kultury, którą chcemy promować. Warto więc na co dzień przyglądać się, jak jesteśmy postrzegani i w odróżnieniu od tego, co jest artykułowane publicznie, polegać na dowodach empirycznych, a więc informacjach płynących z ankiet, wywiadów, obserwacji. Przelamywanie barier wymaga wiedzy o ludziach tworzących dane środowisko, szczególnie jeśli jest to środowisko zróżnicowane kulturowo i etnicznie.

Polecana bibliografia:

Nonaka (1991), The knowledge-creating company. “Harvard Business Review”, nr 69(6),

<https://hbr.org/2007/07/the-knowledge-creating-company>

Pawlusiński R. (2017), Ekonomia współdzielenia - istota zjawiska oraz wyzwania dla sektora turystyki w miastach, w: Drewnik M., Człowiek i jego działania: spojrzenie geografa. Prace dedykowane Profesorowi Włodzimierzowi Kurkowi, Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, s.179-191.

Plecka D., Młodzik L. (2022), Kulturowe uwarunkowania zarządzania wiedzą w organizacjach publicznych, „Studia Iuridica”, nr 92, s. 288-303.

Takeuchi, H., von Krogh G., Kase K., Cantón C. G. (red.). (2013), Towards Organizational Knowledge: The Pioneering Work of Ikujiro Nonaka, The Nonaka Series on Knowledge and Innovation, Palgrave Macmillan UK

Włoszyn J., Relacje pomiędzy kulturą organizacyjną a wiedzą,
https://sj.wne.sggw.pl/pdf/EIOGZ_2009_n73_s39.pdf