

Sławomir Czarnecki

# **Czy warto promować humanistykę?**

## **Wprowadzenie do strategii komunikacji**

Promocja humanistyki - pojęcia, problemy, metody. Pierwsze spotkanie z cyklu "Polonistyka pod lupą"

13 kwietnia 2018 roku

**Instytut  
kultury  
miejskiej**

**WIDOWNIA**  
**3**

tezy i postulaty

do zrobienia

dyskusja

ciąg dalszy nastąpi

Czy warto?

kultura i sztuka

humanistyka

przypominamy sobie  
przypominamy sobie  
przypominamy sobie  
przypominamy sobie  
przypominamy sobie

przypominamy sobie  
przypominamy sobie  
przypominamy sobie  
przypominamy sobie

przypominamy sobie

przypominamy sobie  
o publiczności

...jeśli **O** promocji  
myśli się

na końcu,

to jaka może być jej skuteczność?



*prostota przekazu\**


\*nie musi być  
upraszczaniem przekazu

MASZ COŚ  
**WAŻNEGO**  
do powiedzenia


zrób wszystko, co potrzebne,  
żeby inni mogli to

usłyszeć;  
ustyjszeć

STWORZYŁEŚ COŚ?



**ŚWIETNIE.**



PRZED TOBĄ TYLKO SAMO  
PRACY, ŻEBY TO  
UPOWSZECHNIĆ

Czy nie jest tak, że jedną z dominujących w sektorze kultury i dziedzictwa emocji jest frustracja wynikająca z ograniczonego zasięgu własnych działań i braku skuteczności w komunikacji?

Marcin Wilkowski



# **bariery**

wymiar instytucjonalny

- brak zasobów (ludzie, finanse)

wymiar indywidualny

- brak wiedzy i umiejętności (promocja)

- brak motywacji (bo brak zasobów)

- przekonanie, że promocja humanistyki nie jest potrzebna lub nie jest możliwa

Nauki humanistyczne są hermetyczne.

Ściśle naukowy obieg wiedzy wystarczy.

Zasady i narzędzia promocji nie pasują do humanistyki.

lista barier i przekonań

- uzupełnienia

- odpowiedzi (sposoby przezwyciężenia)

obawy i ich zrozumiałe źródła



zmiana statusu

przesunięcie powinności

Wąsko rozumiana kultura sukcesywnie traci na znaczeniu. Taki stan rzeczy częściowo wyjaśnia brak uwagi dla kultury symbolicznej ze strony części uczestników życia kulturalnego. Jest im ona niepotrzebna, skoro znaczna część życia podlega urefleksyjnieniu, dowartościowaniu, uwzniośleniu i estetyzacji.

Inny mężczyzna z kolei dzieli się w rozmowie spostrzeżeniem, że nie lubi czytać książek fikcyjnych, ponieważ, w przeciwieństwie do reportaży czy publikacji popularnonaukowych, ma wówczas poczucie pewnej straty czasu.

Badani poprzez uczestnictwo w kulturze dosłownie (samo)edukują się: czytają książki związane z rozwojem osobowości czy zarządzaniem ludźmi, traktując je jako „relaks po pracy”, oglądają seriale i czytają książki w językach obcych w celach samokształceniowych, oglądają filmy edukacyjne na YouTube.

potrzeba uzasadniania

odpowiadać językiem systemu

kwestionować system

społeczna odpowiedzialność nauki  
powinnościowy wymiar promocji  
humanistyki,  
jako elementu odpowiedzialności  
za kształt debaty publicznej



Szerokie rozumienie promocji humanistyki, także w obszarze celów, jest ufundowane na założeniu o społecznej roli i powinnościach humanisty.

Promocja to coś więcej  
niż popularyzacja i komunikacja  
wewnątrz środowiska naukowego.

Zapewnianie społecznego poparcia.

Uświadomienie, że ogół społeczeństwa odnosi korzyści z uprawiania nauki, nawet jeśli nie są one bezpośrednie.

argumenty i sposoby

Czy warto strategicznie?

gdzie ograniczone zasoby  
tam strategia

gdzie konkurencja

tam strategia

walka o uwagę

wybieraj i wzmacniaj



rezygnowanie

budowanie na zasobach

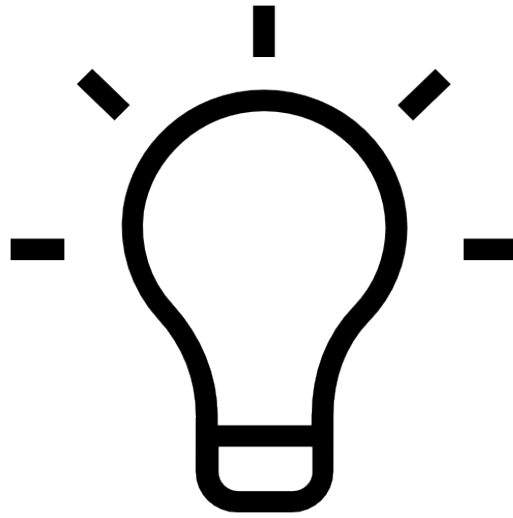
Czym **nie** jest strategia.

~~dokument~~

Wielu ludziom wydaje się, iż drobiazgowość i obszerne dokumenty zbliżają do rozwiązania problemu. Ale jest odwrotnie.

Richard Rumelt

~~kreatywność~~



~~narzędzia~~

~~eo~~ rob*í*e



Strategia musi być skoncentrowana na **wybranym** celu, a to oznacza konieczność dokonania wyboru. Wybór wiąże się zaś z **rezygnacją** z niektórych dążeń.

Richard Rumelt

wybór celów i sposobów ich osiągnięcia  
ugruntowany w analizie  
uzasadniony

Co chcemy osiągnąć?

Jak chcemy to osiągnąć?

1. analiza wstępna
2. określenie celów
3. określenie grup docelowych
4. określenie strategii właściwej
5. sformułowanie kluczowych przekazów
6. dobór narzędzi
7. określenie harmonogramu i budżetu
8. ocena efektów

**podejście strategiczne a strategia**

tempo zmian

zmienność warunków

zasady – podstawy podejmowania decyzji

# Trzy przyczyny złej strategii

Richard Rumelt

1

Chęć ucieczki od konieczności dokonywania  
trudnych wyborów.

Korzystanie z gotowych szablonów i bezrefleksyjne wypełnianie rubryk.

Sugeruje, że istnieje jedno, uniwersalne rozwiązanie, które pozwala pominąć ciężką pracę związaną z prowadzeniem analiz i koordynowaniem działań.



3

Przekonanie, że do odniesienia sukcesu wystarczy  
pozytywne nastawienie umysłu.

Zmiana komunikacji nie wystarczy,  
konieczna jest zmiana zarządzania.

online/offline

relacje

różne cele

różni odbiorcy

źle postawiony cel = frustracja

Nie korzystają,  
ale dobrze o nas myślą.

marka osobista

obecność humanisty

możliwość obecności

badacza-humanisty w internecie

w roli lidera opinii czy eksperta



Jak integrować osoby zajmujące się  
promocją humanistyki?

skuteczna promocja humanistyki  
wymiana wiedzy i doświadczeń

Co chcemy wiedzieć?

# euuropejski poeta wolności



Tatev Chakhian  
**ARMENIA, WIOSKI  
PRZY DRODZE**

Omiń je po prostu.  
Nie zadawaj pytań osobie spod ściany,  
nie przyglądaj się kobiecym zmarszczkom na czole,  
nie czekaj na powrót mężczyzny do domu,  
nie pochylaj się nad niemowlęcą kotyską,  
aby twe oczy nie zaczęły łzawić,  
nie machaj ręką na pożegnanie, nie uśmiechaj się.  
Nie robiąc fotografii,  
nie pisząc o nich wierszy,  
wróć do wycieczkowego busa,  
przyłóż czoło do zimnego okna,  
udając, że nic nie widziałeś,  
że nic nie będziesz pamiętać,  
i naprawdę nie pamiętaj.  
Nigdy.  
Nigdy nie pamiętaj.

**Festiwal Literatury  
i Nagroda Literacka**  
**23–25 marca 2018 r.**  
**Gdańsk**

Spotkanie z Tatev Chakhian:  
24 marca, godz. 14:00  
Biblioteka pod Żółwiem,  
ul. Świętego Ducha 111/113, Gdańsk.

z tomu *Dowód (nie)osobisty*  
przeł. Haik Howannisjan i Paweł Sakowski

Program Festiwalu:  
[www.europejskipoetawolnosc.pl](http://www.europejskipoetawolnosc.pl)



ORGANIZATORZY

instytut  
kultury  
miejskiej

GDANSK

wolność  
kultury

PARTNERZY

U

ECS

U

U

U

U

U

U

U

U

U

U

U

U

PATRONI MEDIALNI

Radio Gdańsk

gazeta

wyborcza.pl

gdańsk

empik

trójmiasto.pl

infokanary.pl

empik

[slawomir.czarnecki@widowniablog.pl](mailto:slawomir.czarnecki@widowniablog.pl)

Twitter: @widownia

[www.facebook.com/widownia](http://www.facebook.com/widownia)

[www.widowniablog.pl](http://www.widowniablog.pl)

Małgorzata Wrzodak, Nowa widownia. Ilustracje

<https://www.facebook.com/pg/widownia/photos/> [slajdy 7-11]

Marcin Wilkowski, Nowoczesna instytucja kultury w internecie

<https://instytucje.wilkowski.org/> [slajd 12]

Sławomir Czarnecki, Promocja humanistyki. W stronę strategicznej komunikacji z wykorzystaniem narzędzi marketingu i public relations, w: Komunikacja naukowa w humanistyce

<http://hdl.handle.net/10593/17589> [slajdy 13, 14, 24-27, 56]

Agata Bachórz i inni, Punkty styczne: między kulturą a praktyką (nie)uczestnictwa <http://repozytorium.ikm.gda.pl/items/show/108> [slajdy 19-21]

Richard P. Rumelt, Dobra strategia, zła strategia. Czym się różnią i jakie to ma znaczenie [slajdy 36, 41, 46-50]

Anna Miotk, Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągnij zamierzone efekty [slajd 44]

citylight, Europejski Poeta Wolności <http://europejskipoetawolnosci.pl/>