

SZKOLENIE 28-30.10.2013

IGA KOPEĆ



PROGRAM RAMOWY

I/II dzień:

Polityka kulturalna

Dziedzictwo kulturowe/Lokalny kapitał kulturowy

II/III dzień:

Marketing i PR w kulturze



INTEGRACJA

1. Zagrajmy w butelkę;)siadamy w kółku, każda osoba na karteczce pisze swoje imię i na odwrocie ulubioną liczbę od 1 do 9
2. Bajka z (może) happy endem, podział na dwie grupy, każda z grup dostaje flipchart i mazaki, może narysować lub napisać bajkę składającą się z 10 zdań, które będą zawierały słowa podane poniżej i zaczynać się będzie od:

„W poniedziałkowe popołudnie przyjechałam/łem na szkolenie ...”

(słowa, które muszą się znaleźć w bajce – nuda, pogoda, wiedza, zalety, praca, ludzie, atmosfera, krajobraz, ważne, zmiana/zmieniać)



KONTRAKT

„wszelkie umowy tworzy się na wypadek wojny...”

Dr J. Niesiołowski



PYTANIA WSTĘPNE

Napisz na karteczce trzy słowa, które wiążą się z Twoimi oczekiwaniami względem szkolenia.

Karteczki nikomu nie pokazuj i schowaj do końca drugiego dnia;)



TEMAT 1 - POLITYKA KULTURALNA OK. 3,5 H

I DZIEŃ



ĆWICZENIE 1

1. Czym jest kultura?
2. Czym jest polityka?

podział na dwie grupy – flipcharty jedna grupa próbuje stworzyć definicję obrazkową kultury, druga polityki

CZYM JEST KULTURA?

Istnieje wiele definicji kultury...

Główne cechy:

- Pewien system symboli
- ciągłość (przekazywanie)
- nabywana w procesie uczenia się

„zestaw zjawisk, który łączy wiedzę, wierzenia, sztukę, zasady moralności, zwyczaje i inne nawyki nabywane przez członków danej społeczności” Edward B. Tylor

„kultura to zespół wartości, poglądów na rzeczywistość oraz kodów zachowań podzielanych przez ludzi, którzy dzielą określony sposób życia” Neil J. Smelser

POLITYKA KULTURALNA

Wg wikipedii:

Polityka kulturalna stanowi obszar polityki społecznej obejmujący działania władz publicznych czy organizacji pozarządowych w zakresie szeroko pojętej sztuki i kultury.

Powinna ona sprzyjać procesom, instytucjom i działaniom prawnym, które promują różnorodność i dostępność kultury czy upowszechniają artystyczną, etniczną, socjolingwistyczną czy literacką ekspresję osobom reprezentującym dziedzictwo kulturowe danego kraju.

MODELE I PODEJŚCIA

... polityk kulturalnych jest tyle, ile krajów...

- a) Model liberalny („neutralność” państwa, zachęcanie prywatnego sektora oraz społeczeństwa do przekazywania datków i dostrzeżenie swojego interesu w rozwoju kultury – USA)
- b) Model parapaństwowy (organ ekspercki np. NGO, elitarność, ale też dążenie do demokratyzacji kultury – Wlk. Brytania, Irlandia)
- c) Model biurokratyczno-indoktrynacyjny ... powszechny w Chinach, Syrii, Wietnamie, na Kubie
- d) Model prestiżowo-indoktrynacyjny (Francja, zadania państwa, uznane za bardzo ważne jako czynnik tożsamości)
- e) Model narodowo-emancypacyjny – etniczna polityka kulturalna, Łotwa, Mołdawia, Kirgistan, „wymyślanie tradycji” (chęć odłączenia się od poprzedniego systemu)
- f) Modele definiowane religijnie/językowo/etnicznie – decentralizowane modele, Szwajcaria, Bośnia i Hercegowina (regiony autonomiczne, podział administracyjny)

CO ROBI NAPRAWDĘ?

Na szczeblu państwowym polityka kulturalna obejmuje różnorodne działania ze sprawozdań finansowych Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wynika iż są to zarówno akcje promocyjne, wspieranie instytucji kultury jak i kwestie inwestycyjne.

„Są trzy priorytety, w których administracji publicznej, rządu nikt nie zastąpi:

- Dbłość o ochronę dziedzictwa narodowego
- Dbłość o poziom edukacji artystycznej i kulturalnej
- Rozwój infrastruktury kultury” B. Zdrojewski

OGROM TEMATYKI

Polityka kulturalna stanowi sektor o ogromnej złożoności, przy niestety przekazywaniu na nią niewielkich środków finansowych. Obejmuje nie tylko Ministerstwo Kultury ale przede wszystkim zbiór osób i organizacji zaangażowanych w tworzenie, wypracowanie, prezentację, rozpowszechnienie i zachowanie dziedzictwa kulturowego, edukacji na jego temat, jak również szeroko pojętych działań i artefaktów w obszarze rozrywki

DEMOKRATYZACJA KULTURY

Celem demokratyzacji kultury jest promowanie sztuki, edukacyjny rozwój i podniesienie godności ogółu społeczeństwa. Szerzenie idei polityki kulturalnej i jej demokratyzacja ma stwarzać wszystkim obywatelom równe szanse w uczestniczeniu w wydarzeniach kulturalnych. Demokratyzacja w praktyce to m.in. niskie ceny biletów na przedstawienia czy wystawy (dotowane przez państwo), dotowanie innych przedsięwzięć kulturalnych.

KULTURA A ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Kultura jako czynnik rozwoju:

- Kreuje potencjał intelektualny (buduje kapitał ludzki)
- Tworzy poprzez popularyzację różnorodności kulturowej, społeczeństwo świadome i kierujące się normami etycznymi, otwarte
- Przeciwdziała patologiom społecznym
- Jest spoiwem integracji społecznej
- Pielęgnuje więzi lokalne
- Jest bazą współpracy i komunikacji międzyludzkiej

GDZIE TU EKONOMIA?

Kultura jako istotny czynnik rozwoju ekonomicznego:

- Wpływa na atrakcyjność osiedleńczą
 - Determinuje rozwój turystyki
 - Tworzy rynek pracy
 - Kreuje rynek usług i przemysłu kulturowego
- Publiczne wydatki na kulturę w Polsce należą do najniższych w Europie

Wg diagnozy wojewódzkiej – rozwój turystyki,
promocja miejscowości

JST najbardziej rozwój turystyki

JAK CHRONIĆ „NASZĄ” KULTURĘ

Globalizacja i regionalizm... a „nasza” kultura

Glokalizacja – łączy procesy, zjawiska, trendy ich przepływy i wpływy oddziałują z poziomu globalnego na lokalny i odwrotnie!

Teoria/praktyka – pewne zjawiska lokalne mają szansę przyciągnąć uwagę globalnej publiczności (bitwa pomidorowa?)

Ćwiczenie – co należy robić w kwestii wspierania kultury na szczeblu europejskim, państwowym i lokalnym

ĆWICZENIE

Co możemy robić w kwestii wspierania kultury

3 grupy:

- 1) Jesteście Parlamentem Europejskim
- 2) Jesteście Rządem Rzeczypospolitej Polskiej
- 3) Jesteście Radą Powiatu

POSTULATY WG ONZ, NARODOWEJ STRATEGII ROZWOJU KULTURY ITP.

Konferencja ONZ z 98':

- Polityka kulturalna stanowi podstawowy element polityki trwałego rozwoju
- Powinna wybiegać w przyszłość, zajmując się nie tylko bieżącymi problemami, ale analizą przyszłych potrzeb
- Powinna czuwać nad zapewnieniem rozszerzenia dostępu wszystkich grup społecznych do kultury
- Każda polityka kulturalna powinna uwzględniać całość życia kulturalnego, wspierać i upowszechniać dostęp do kultury ale jednocześnie dbać o regulacje prawne w dziedzinie ochrony twórców

WG DIAGNOZY WOJEWÓDZTWA, STR. 126

- Organizacja czasu wolnego – 21 % w dokumentach strategicznych
- Zaspokajanie potrzeb kulturalnych – 20,6 %
- Ochrona dziedzictwa – 19,5 %
- Wspieranie i promocja kultury lokalnej – 14, 2 %
- Stymulacja uczestnictwa w kulturze – 12, 7 %

ĆWICZENIE ROZLUŻNIAJĄCE

Przed obiadem.../kolacją...

każda osoba na kolorowej karteczce pisze nazwę swojej ulubionej potrawy

Trochę ćwiczeń fizycznych ... dramo/choreoterapia

ELEMENTY POLITYKI KULTURALNEJ

Polityka kulturalna powinna uwzględniać całość życia kulturalnego dlatego musimy dbać o:

- Dziedzictwo kulturowe
- Różnorodność kulturową
- Dialog międzykulturowy

DZIEDZICTWO KULTUROWE

Materialne, niematerialne

Uważane za ważny czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego, środek poszukiwania dróg porozumienia w regionach ...

RÓŻNORODNOŚĆ KULTUROWA

W kontekście globalnym istnieje konieczność ochrony kultur narodowych, mniejszościowych (mniejszości)

DIALOG MIĘDZYKULTUROWY

„Każdy dialog zakłada istnienie wspólnego języka,
albo lepiej kształtuje go” H. G. Gadamer

Upowszechnianie wartości uniwersalnych ...

Problemy globalne – islam, bezpieczeństwo

FINANSOWANIE KULTURY

- W Europie około 7 mln osób pracuje zawodowo w sektorze kultury
- Szereg dyrektyw w zakresie prawa własności intelektualnej
- Programy unijne
- od 2014 r. polityka kulturalna w ramach UE ma być realizowana w oparciu o program „Europa Kreatywna” (2014-2020). W ramach jednego programu połączone zostaną dotychczas realizowane programy Kultura, Media i Media Mundus. Zapropionowany budżet dla Europy Kreatywnej to ok. 1,8 mld euro, co oznacza 37 proc. wzrost środków w stosunku do programów poprzednich. Celem programu jest przeciwdziałanie podziałowi rynku kultury, zapewnienie sprawnego finansowania kultury i mediów, pomoc w digitalizacji kultury i mediów, a także zapewnienie studiów badawczych i statystyk dla sektora kultury i mediów.

W WOJEWÓDZTWIE

jst	Rok 2000	Rok 2011
Woj. Warmińsko-mazurskie	19836,432	58703,668
Średnia dla Polski	36955,364	86510,608

DOFINANSOWANIE KULTURY

Typ dofinansowania	2010	2011
Infrastruktura kulturalna	1 336 141	2 579 850
Wydarzenia kulturalne	2 876 071	2 663 131
Zakupy biblioteczne	223 768	Brak danych
Zakup i ochrona dzieł sztuki	4 291 109	2 868 376

PODSUMOWANIE

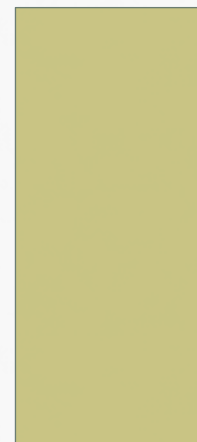
Relacje między procesami rozwoju kultury a polityką kulturalną są od siebie zależne

Nowoczesna polityka kulturalna jest multinarracyjna:

- Elastyczny sposób finansowania, zarządzania, decentralizacja,
- Zwiększenie znaczenia trzeciego sektora
- Zwiększenie udziału wsparcia przez biznes z równoczesnym utrzymaniem/budowaniem odpowiedzialności za kulturę przez państwo

TEMAT 2 LOKALNY
KAPITAŁ KULTUROWY
JAKO POTENCJAŁ
ROZWOJOWY

I,II DZIEŃ 5,5 H



KAPITAŁ KULTUROWY

pojęcie wprowadzone przez francuskiego socjologa Pierre Bourdieu na określenie idei, wiedzy, umiejętności i przedmiotów o wartościach kulturowych, jakie ludzie nabywają, w czasie uczestnictwa w życiu społecznym. Wyraża się on w pierwszym rzędzie w językowych i kulturowych kompetencjach jednostki.

Kapitał kulturowy jednostek i grup to całościowy zasób dóbr kulturowych, które są im dostępne.

W szerokim kontekście, kapitał to "samopomnażająca się" wartość.

ĆWICZENIE 1

- Szukamy najciekawszych wydarzeń, miejsc związanych z różnorodnością kulturową lub dziedzictwem kulturowym w naszym regionie

ĆWICZENIE 2

W czterech grupach - Kreowanie mapy dziedzictwa kulturowego regionu dla wybranych grup turystów np.: (korzystając z przykładów z poprzedniego ćwiczenia)

- Rowerzystów
- Osób chcących odpocząć bez zbędnego tracenia energii
- Osób lubiących muzykę
- Ortodoksyjnych agroturystów

ANALIZA KAPITAŁU KULTUROWEGO REGIONU

Ludzie kultury ocena:

- Zbyt niskie dotacje
- Zarabianie na kulturze ;) (jako zjawisko raczej obce)
- Z drugiej strony potrzeba innych możliwości wspierania (podatek)
- Brak umiejętności/chęci pozyskiwania funduszy zewnętrznych

Młodzież ocena kultury:

- Ma wpływ na poziom bezrobocia
- Ma wpływ na kształtowania kompetencji społecznych
- Brak infrastruktury kulturalnej!!!

Czego najbardziej brakuje według młodzieży (często w rozbieżności z gminą i powiatem)

- Infrastruktura
- Obiekty sportowe
- Miejsca spotkań młodzieży
- Rozrywka kulturalna

ANALIZA SWOT REGIONU

Analiza SWOT



DOBRE PRAKTYKI – PROJEKTY UE

Kino za regałem Babice



Celem projektu było poszerzenie oferty usług bibliotecznych o organizowane cyklicznie projekcje filmów, połączone z klubem dyskusyjnym oraz warsztatów filmowych mających zachęcić i przygotować mieszkańców do aktywnego uczestnictwa w życiu i kulturze.

www.platformakultury.pl

DOBRE PRAKTYKI

Projekt: „Teatr i literatura bez tajemnic”, Całkowita wartość projektu: 49 750,00 PLN

Działanie 9.5 Oddolne inicjatywy edukacyjne na obszarach wiejskich

Głównym celem projektu jest podniesienie poziomu wykształcenia mieszkańców obszarów wiejskich oraz umożliwienie dostępu do edukacji i kultury w odpowiedzi na inicjatywę lokalną. Założeniem zajęć jest wyrównywanie dysproporcji rozwojowych dzieci, różnic pomiędzy miastem a wsią, rozwijanie wrażeń estetycznych.

Grupę docelową projektu stanowi grupa 30 osób w wieku 7-15 lat z terenu wiejskiego sołectwa Tatynia. Podczas realizacji projektu przewidziane są zajęcia teatralne w wymiarze 2 razy w tygodniu po 2 godziny lekcyjne, spotkanie z literaturą – 2 godziny lekcyjne w miesiącu, zajęcia wyrównawcze i rozszerzające z języka polskiego 2 razy w tygodniu po 2 godziny lekcyjne, wyjścia do teatru, przygotowanie spektaklu, warsztaty z aktorami Teatru Pleciuga.

WIOSKI TEMATYCZNE

www.naszeaniolowo.pl

"Niebiosą nigdy nie pomogą tym, którzy nie działają"
/ Sofokles/

Jesteśmy odpowiedzialni za swoje miejsce na Ziemi. Nasza niewielka społeczność lokalna, postanowiła „wziąć sprawy w swoje ręce”.

„(...) Nasze Aniołowo zmienia się za sprawą natury i mieszkańców. Chciałbym nie tylko tutaj mieszkać, ale także być jednym z tych, którzy będą mieli wpływ na lepsze jutro mojej wioski. Dzisiaj sobie nie wyobrażam życia w mieście, gdzie na co dzień towarzyszy ludziom smród spalin, hałas pędzących samochodów i anonimowość ludzi. Ja mam zapach kwiatów i lasu, budzi mnie śpiew ptaków, a wokół ludzie, których znam, na których mogę liczyć.

WIOSKI TEMATYCZNE

www.hobbici.pl

Sierakowo Sławieńskie - samorządna wieś budująca swój kapitał społeczny. Nasza oferta jest przykładem turystyki społecznej, czyli tworzonej przy udziale mieszkańców wsi i przez nich zarządzanej. Rocznie obsługujemy około 15 tysięcy osób.

Dzięki tworzeniu wioski tematycznej wzrosła samorządność mieszkańców Sierakowa Sławieńskiego. Lepiej potrafimy się organizować i zarządzać swoimi sprawami. Nasza wieś stała się znana. Przyjeżdża tu wielu gości, pokazują nas w telewizji i piszą o nas w gazetach. Możemy powiedzieć, że tworzymy w praktyce społeczeństwo obywatelskie i budujemy swój kapitał społeczny. Od wielu lat w Sierakowie prowadzone są Letnie Akademie Liderów Wiejskich. Przyjmujemy też wizyty studyjne z innych wsi, z Polski i z zagranicy. Działamy w zespole pięciu wiosek tematycznych, które utworzone zostały w programie EQUAL w gminach Sianów i Malechowo.

WIOSKI TEMATYCZNE / MIEJSCOWOŚĆ TEMATYCZNA

<http://www.juraparkbaltow.pl/>

INNE SPOSOBY

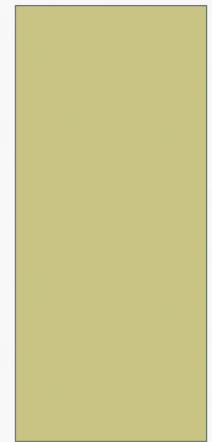
- Wspieranie i odbudowywanie kół gospodyń wiejskich
- Lokalne inicjatywy w ramach PO RYBY, LGD
- Oddolne inicjatywy realizowane w ramach PO KL przez NGO
- Wymiany międzykulturowe (Młodzież w działaniu, inne)

PODSUMOWANIE

- + Największy nacisk w tej chwili kładziony jest na eventy i rozwój turystyki
- Zbyt mały nacisk na integrację społeczną
- Zbyt niski poziom promocji kultury
- Kłopoty komunikacyjne
- Niechęć do rozwoju innowacyjnych rozwiązań, badań itp.
- Rywalizacja o środki publiczne (brak innej inicjatywy)
- Brak współpracy podobnych placówek w regionie

TEMAT 3 – JAK PROMOWAĆ KULTURĘ

III DZIEŃ, 3 H



CZYM JEST PROMOCJA?

ĆWICZENIE

1. Najlepsza marka jaką znacie?
2. Najlepsza reklama jaką znacie?
3. Najlepsze hasło reklamowe jakie znacie?
4. Najlepszy plakat/billboard jaki znacie?

Czy promocja to tylko to co widzimy???

Z czego składa się strategia marketingu i promocji

ĆWICZENIE

Praca w dwóch grupach:

- Z jakich elementów powinna składać się strategia marketingu w instytucji kultury (jakie ścieżki, jakie narzędzia, kto się powinien nią zajmować)

KOMUNIKACJA I JEJ CEL

Nadawanie
komunikatów



odbieranie
komunikatów

Co chcemy
Powiedzieć???



co chcę usłyszeć

MANIPULACJA?

Cele komunikacji:

- Zmiana wiedzy/przekazanie wiedzy
- Zmiana postawy
- działanie

ĆWICZENIE

Modelowy klient

1) Narysujmy naszego modelowego klienta

a) Następnie dorysujmy, dopiszmy

- Kim jest (imię, wiek, status społeczny)
- Co czuje?
- Co widzi?
- Jakie ma oczekiwania?
- Z kim się kontaktuje najczęściej?
- Kto jest dla niego autorytetem?
- Jakie ma obawy?
- Jaki prowadzi styl życia?
- Jak się przemieszcza?
- Gdzie mieszka?
- Co lubi robić?
- Czego nie znosi?
- Co czyta/ czego słucha?

ĆWICZENIE

Podział na 4 grupy – kolejno po 3 cechy na każdą grupę

Każda z grup opracowuje ofertę promocji (jednorazowe wydarzenie) dopasowaną do podanych cech

PRODUKT SPRZEDAŻY

Promocja to sprzedawanie – sprzedawanie dotyczy produktu

Co jest naszym produktem?

Jaki musi być produkt by się sprzedał:

- Atrakcyjny
- Być tym co klient chce kupić
- Pokazanie korzyści
- Zaspokaja potrzeby

Na rozpoznanie produktu ma wpływ także logo, identyfikacja wizualna, hasła, idea instytucji oferującej !!!

CZY NALEŻY PROMOWAĆ KULTURĘ?

- Instytucje kultury rzadko korzystają z pomocy PR-owców – zarzuca się im brak znajomości branży (odmienność od każdej innej branży)
- Niezgodność co do celów promocji

M. Wróbel „Kultura nieobecna w świadomości społecznej nie istnieje”

JAK PROMOWAĆ KULTURĘ - PRZYKŁADY



JAK PROMOWAĆ KULTURĘ - PRZYKŁADY

CHUDNIJ Z KULTURĄ

NOWOŚĆ: ZAJĘCIA DLA PUSZYSTYCH
W GMINNYM CENTRUM KULTURY W ŁAJSKACH

PIERWSZE SPOTKANIE
14 LISTOPADA, GODZ. 18:30

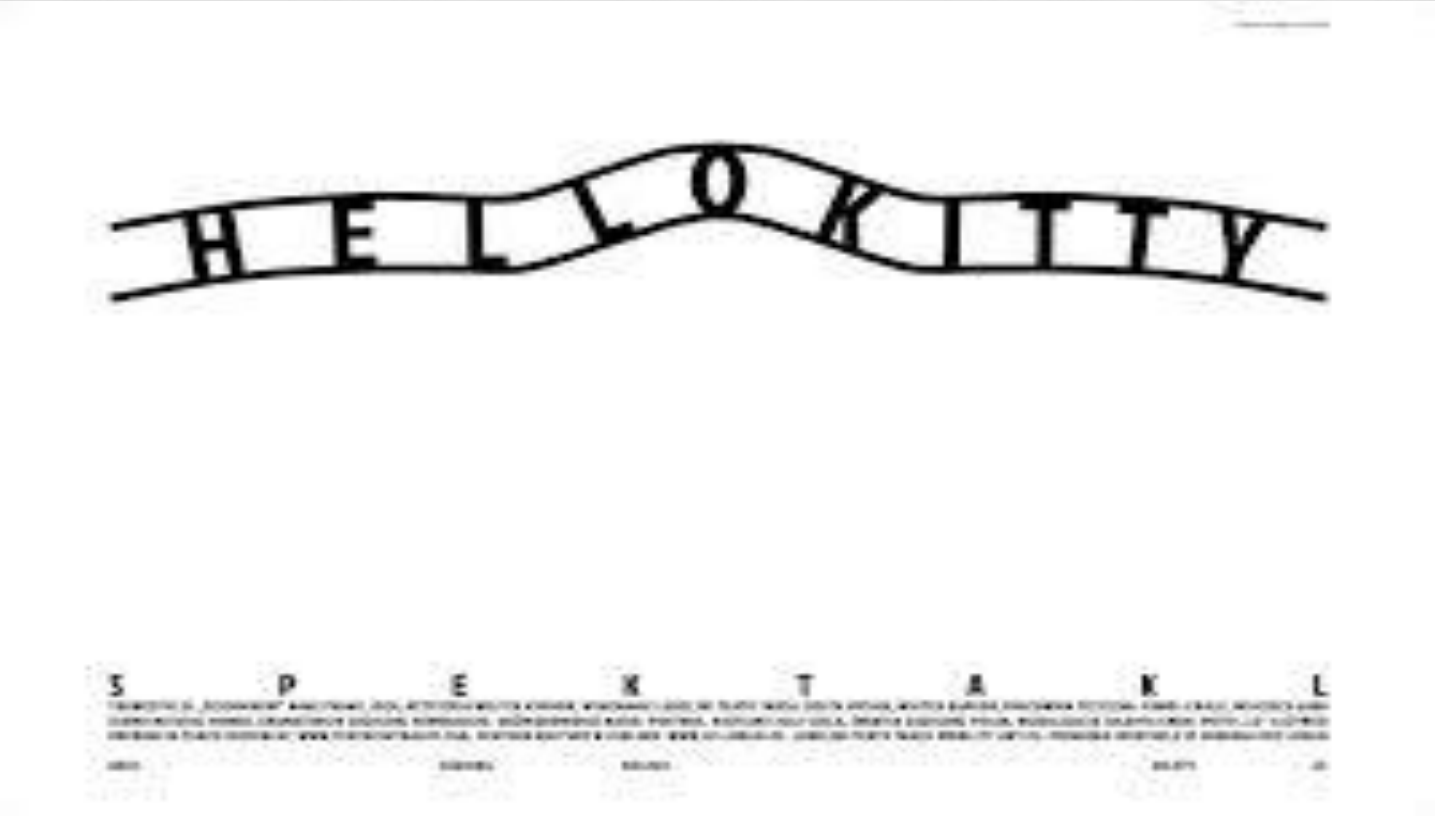


- ▶ SPOTKANIA
Z PSYCHOLOGIEM
I DIETETYKIEM
- ▶ NORDIC WALKING
- ▶ ZAJĘCIA AEROBOWE
- ▶ POMIARY MASA CIAŁA
- ▶ PRÓBA WYDOLNOŚCI
SPOCZYNKOWEJ
- ▶ WSPÓLNE USTALANIE
PROGRAMU ZAJĘĆ

SZCZEGÓŁY - TEL. 662 247 341

ŁAJSKI, ul. STANISŁAWA MONIUSZKI 2 / róg NOWODWORSKIEJ
www.ok.wieliszew.pl | kultura@wieliszew.pl

JAK PROMOWAĆ KULTURĘ - PRZYKŁADY



JAK PROMOWAĆ KULTURĘ - PRZYKŁADY



*Chodź,
do Biblioteki!*
możesz mnie tam spotkać
Tomasz

 www.wbpg.org.pl 

 WYDZIAŁ WYCHOWANIA I PROMOCJI
W SZKOLENIAWYCH
CZĘSTOKOWA
15-003

© 2014 WBP

NOWOCZESNE METODY

Muzeum sukiennice – filmik Secrets behind paintings

<http://www.youtube.com/watch?v=JNY-ogBkt4Q>

NOWOCZESNE METODY



NOWOCZESNE METODY



NOWA FORMA

<http://www.experymnt.gdynia.pl/>



BIBLIOGRAFIA

1. P. Szwed-Piesterzewicz, PR kultury, czy to istnieje?
2. M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkovic, Kultura:zarządzanie, animacja, marketing
3. K. Kopff-Muszyńska, Jak prowadzić dialog kulturowy? Pakiet edukacyjny, Centrum Badań Holokaustu Uniwersytet Jagielloński
4. W. Idziak, Wioski tematyczne
5. Kultura pod pochmurnym niebem – Dynamiczna diagnoza stanu kultury województwa warmińsko-mazurskiego, 2012
6. www.businessdesigntools.com/2011/12/empathy-mapping/
7. Unesco
8. A. Zawada, Strategie marketingowe i ich miejsce w dziedzinie kultury i sztuki
9. <http://dialog2008.pl/index.php?page=art&artid=265>
10. http://bialystok.zhp.pl/upload/files/baza/druzyny/wiczenia_buduj%C4%85ce_zaufanie.pdf
11. http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/Narodowa_Strategia_Rozwoju_Kultury.pdf
12. <http://polakpotrafi.pl/projekt/nie-czytasz-nie-ide-z-toba-do-loska>
13. <http://www.slideshare.net/michalpalasz/najlepsze-kreatywne-kampanie-reklamowe-polskich-instytucji-kultury-w-mediach-spoecznosciowych>
14. K. Waluch, Polityka kulturalna Unii Europejskiej
15. J. Mark Schuster, Informacja w polityce kulturalnej
16. www.wikipedia.pl
17. <http://www.unesco.pl/>
18. <http://www.mkidn.gov.pl/>
19. P.P. Grzybowski, Edukacja międzykulturowa – przewodnik
20. M. Golka, Socjologia kultury

PODSUMOWANIE SZKOLENIA

- Ćwiczenie z karteczkami
- Głuchy telefon

- Dziękuję!!!
- Materiały w formie elektronicznej będą dostępne
- W razie chęci skontaktowania się osobiście dane także w Stowarzyszeniu ;)