

Katarzyna Wieczorek

## RECENZJA KSIĄŻKI

*Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej*, J. Gołuchowski,  
Z. Spyra (red.), CeDeWu, Warszawa 2014

Książka *Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej* stanowi swoiste kompendium wiedzy adresowane do animatorów, menedżerów kultury zatrudnionych na różnych szczeblach kultury, sztuki i turystyki kulturowej, a także studentów i innych osób zainteresowanych właśnie tą problematyką. Publikacja składa się z dziesięciu rozdziałów poświęconych takim tematom, jak prawne aspekty zarządzania w kulturze, polityka kulturalna, współpraca z biznesem, zarządzanie projektami czy marketing w kulturze. Książka wydana jest pod redakcją Jerzego Gołuchowskiego i Zbigniewa Spyrę, jednakże autorów całej publikacji jest kilkudziesięciu. Warto zaznaczyć, że recenzentem tej publikacji jest prof. dr hab. Bogusław Nierenberg, który w recenzji zwraca uwagę na zapotrzebowanie na tego typu wydawnictwa.

Wśród tematyki poruszanej w książce *Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej*, prócz podstawowych tematów traktujących o pojęciu sektora kultury, prawnych podstaw jego funkcjonowania, istotny i ciekawy wydaje się rozdział dedykowany współpracy instytucji kultury, sztuki i turystyki kulturowej z biznesem. W obecnych czasach tego typu współpraca jest kluczowym elementem w prawidłowej działalności instytucji kultury. Autorką tego rozdziału jest mgr Anna Losa-Jonczyk z Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Swoje opracowanie rozpoczyna od wyliczenia poszczególnych form współpracy biznesu ze sferą kultury, a także od tezy, że współpraca ta dostarcza wielu korzyści dla obydwu stron, jednakże wymaga wiedzy i odpowiednich umiejętności od menedżerów kultury.

W pierwszym podrozdziale autorka definiuje CSR (*Corporate Social Responsibility*), który w Polsce określane jest mianem „społecznej odpowiedzialności biznesu”. W umiejętny sposób zostaje wyjaśniony termin CSR na przykładzie konkretnych firm stosujących u siebie tę koncepcję, np. Gazownia Gdańska PGNiG czy ING Real Estate Development. Następnie Losa-Jonczyk przechodzi do strategii pozyskiwania partnera biznesowego przez organizacje z sektora kultury i przedstawia wskazówki i rady, które pomogą w rozpoczęciu współpracy. W tym podrozdziale podkreślana jest dokładna analiza planu działania organizacji pozyskującej sponsora oraz analizy otocze-

nia darczyńców, czyli do kogo warto zwrócić się o pomoc, a także przygotowanie się do kontaktu z darczyńcą, np. przez poznanie specyfiki firmy. W rozdziale znalazły się także informacje na temat poszczególnych rodzajów form współpracy biznesu z kulturą, sztuką i turystyką kulturową, czyli m.in. mecenat, sponsoring, darowizna, imprezy dobroczynne, czy ostatnio bardzo popularny odpis 1 procent podatku.

Autorka słusznie zwróciła uwagę na problem mylenia pojęcia mecenasa ze sponsorem. W celu usystematyzowania wiedzy odbiorców tej publikacji przedstawiła podstawową różnicę między mecenatem a sponsoringiem, którą w wypadku tego pierwszego jest bezinteresowność. Mecenat za okazane wsparcie nie oczekuje od obdarowanego żadnego zadośćuczynienia tudzież podziękowania, swoje działania przeprowadza dyskretnie i anonimowo. Sponsor zaś podejmuje działania sponsorin-gowe w celu osiągnięcia zysku lub wręcz odzyskania nakładu.

W moim przekonaniu rozdział poświęcony współpracy sektora kultury z biznesem w obecnych czasach jest bardzo istotny. Nadszedł czas, by uświadomić zarówno instytucjom kultury, a przede wszystkim firmom korzyści płynące z tego typu współpracy. Dodatkowo warto liczyć się z tym, że kiedyś nastąpi koniec finansowania projektów kulturalnych z konkursów za publiczne pieniądze i już teraz warto znaleźć alternatywę i sposób, by kultura dalej się rozwijała. Anna Losa-Jonczyk przypomina także o Kodeksie Sponsoringu Kultury, który został opracowany przez Narodowe Centrum Kultury oraz Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan w 2011 roku. Głównym celem tego kodeksu jest ułatwienie budowania relacji między biznesem a kulturą, a także ochrona wartości artystycznych beneficjentów programów kulturalnych.

Odwolując się do opinii, którą przedstawiłam akapit wyżej, moją uwagę w tej-że publikacji zwrócił także rozdział szósty poświęcony w całości zarządzaniu projektami kultury i sztuki. Powiązanie to widoczne jest, kiedy mówimy o finansowaniu kultury, gdyż niewątpliwie zarządzanie projektowe wymuszone zostało przez system pisania wniosków o dofinansowanie, np. z funduszy europejskich. Obecnie trudno wskazać na instytucję, która nie startuje w żadnym konkursie grantowym i nie praktykuje takiej formy zarządzania. Autorzy rozdziału szóstego (Sebastian Gągotek, Jacek Sztylek oraz Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak) także zwracają uwagę na bieżący trend zarządzania projektowego w kulturze i w ciekawy sposób dzielą się swoją wiedzą oraz doświadczeniem na łamach książki *Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej*. Na początku rozdziału wskazane zostały najistotniejsze cechy projektu, m.in. idea jego realizacji, konieczność zaplanowania działań w czasie, określenie budżetu czy zespołu projektowego. Wiele uwagi poświęcono na szczegółowe scharakteryzowanie zespołów projektowych z uwzględnieniem ich składu (sponsor, kierownik, liderzy, uczestnicy, kierownicy), a także ich modeli, np. struktury sieciowej, gwiazdzistej czy izomorficznej. Nie mogło zabraknąć podrozdziałów traktujących o budowaniu harmonogramu oraz budżetu projektu, czyli o podstawowych narzędziach projektowych. Autorzy podkreślili też rolę monitoringu oraz ewaluacji projektów kulturalnych, które pomagają w weryfikacji procesu zarządzania. Określili podstawowe działania monitoringu, a mianowicie zbieranie danych, ich analizę oraz raportowanie. Przedstawiona została także definicja ewaluacji, w której podkreślona

została obiektywność oceny będącej podstawą każdej poprawnie sporządzonej ewaluacji. Ocena ta przeprowadzana jest na każdym z etapów projektu, czyli w planowaniu, realizacji oraz mierzeniu rezultatów. Jest to niezastąpione narzędzie, które weryfikuje błędy i pozwala ustrzec się ich w przyszłości.

Tym, co odróżnia tę książkę od innych traktujących o zarządzaniu w kulturze, jest wprowadzenie rozdziału o technologiach informatycznych. Argument ten wskazuje, że publikacja ta jest bardzo świeża, a redaktorzy zaznajomieni są z obecnymi trendami zarządzania i zdają sobie sprawę z siły technologii i Internetu. Autorzy (Kinga Kajfosz, Krzysztof Kania, Maria Smolarek) skupiają się na stronach internetowych instytucji, które określane są przez nich mianem wizytówek oraz systemach rezerwacji on-line, bez których teatry, filharmonie i inne organizacje z systemem biletowania nie mogłyby się obecnie obejść. W bardzo ciekawy sposób przedstawiony został pomysł wirtualnego rozmówcy, programu stworzonego do prowadzenia inteligentnej rozmowy w taki sposób, by odbiorca miał wrażenie, że rozmawia z człowiekiem, a nie z komputerem. W rozdziale podane zostały przykłady wirtualnych rozmówców, którzy z powodzeniem funkcjonują na rynku kultury i godnie reprezentują instytucje. Wśród przywołanych przez autorów projektów znalazły się takie, jak: Wirtualny Chopin, który powstał na zlecenie Nadbałtyckiego Centrum Kultury, oraz Anna stworzona przez Muzeum Mazowieckie w Płocku. Zwrócono uwagę także na rozwijający się ciągle trend wirtualnych wycieczek, które są nowoczesną formą prezentacji instytucji kultury. Wirtualne spacery odbyć można na stronach takich placówek, jak Muzeum Narodowe w Warszawie, Muzeum Historyczne w Gdańsku, Muzeum w Luvrze czy Muzeum Watykańskie.

Publikację oceniam jako niezwykle ważną i istotną dla dziedziny zarządzania kulturą. Zgadzam się ze słowami prof. dr. hab. Bogusława Nierenberga, który określa ją mianem nad wyraz potrzebnej i wręcz nowatorskiej na polskim gruncie naukowym. Swoją tezę uzasadnia brakiem podobnych prac w polskiej literaturze, a także podkreśla kompetencje i doświadczenie autorów, które zaowocowały ciekawym ujęciem tematu. Ja z kolei szczególnie doceniam rozdział poświęcony współpracy kultury z biznesem, jego nowatorskość i aktualność. Publikacji można jedynie zarzucić niedopracowaną korektę, częste literówki i błędy, które obniżają walory tej książki i mogą negatywnie wpłynąć na jej odbiór w środowisku naukowym. Jednakże mam nadzieję, że mimo niedociągnięć na etapie edycji, ta potrzebna na polskim rynku publikacja spotka się z pozytywnym odbiorem.