

WSTĘP

Rok temu napisaliśmy: „Tom »Zarządzanie w kulturze«, który Państwo otrzymują, opatrzony jest numerem 6, co znaczy, że już od sześciu lat udaje się – dzięki finansowej pomocy Wydziału Kultury Urzędu Miasta Krakowa – systematycznie wydawać jeden tom rocznie. Bardzo chcielibyśmy, aby od następnej edycji można było mówić nie »tom« czy »zeszyt«, ale »numer«, co oznacza, iż chcemy byt tego jedynego w Polsce wydawnictwa o takim profilu ustabilizować w formule rocznika”. Zamysłu tego nie udało się na razie spełnić, a to z dość interesującej przyczyny. Otóż nasz wydawca zaniedbał wysyłania sygnalnych egzemplarzy do Biblioteki Narodowej, zaś warunkiem nadania przez nią publikacji statusu czasopisma i numeru ISSN jest dostarczenie po 2 egzemplarze wcześniejszych wydań. Okazało się, że nakład niektórych tomów jest tak gruntownie wyczerpany, iż niemożliwe jest skompletowanie pakietu obowiązkowych egzemplarzy. Nawet redaktorzy serii kompletu wydawnictwa nie mają, gdyż swoje egzemplarze udostępnili wcześniej różnym instytucjom akademickim na wieczne nieoddanie. Z jednej strony kłopot, z drugiej – powód do dumy; dowód, że jest to wydawnictwo prawdziwie potrzebne. I nie należy z niego rezygnować, niezależnie od formuły.

Otrzymują zatem Państwo tom 7 Zeszytów Naukowych Uniwersytetu Jagiellońskiego „Zarządzanie w kulturze”. Tradycyjnie już jest to możliwe dzięki stałej współpracy Redakcji z Wydziałem Kultury Urzędu Miasta Krakowa, który jest cierpliwym sponsorem wydawnictwa, co z jednej strony wynika z rozumienia misji Wydziału i UMK, z drugiej zaś z faktu, że – jak to przy mecenacie i sponsoringu bywa – darczyńca jest partnerem, którego hojność przynosi mu niejaki korzyści. I jest to chyba układ zdrowych relacji: samorząd współpracujący z instytucją naukową m.in. dla pożytku promocyjnego twórców, animatorów oraz instytucji kultury, a także i miasta, w którym działają. Ale nie cele promocyjne, choćby i najszlachetniej rozumiane, są dla nas najważniejsze. Najistotniejsza jest refleksja ogólna: sedno kultury, sens kultury, funkcjonowanie kultury, jej tworzenie, jej upowszechnianie. Kwestie te znajdują zaś proste i oczywiste przełożenie na reguły zarządzania: tworzenie misji, zasad polityki kulturalnej, dyplomacji kulturalnej (co ostatnio jest modne w Ameryce, lecz w istocie stare jak świat cywilizowany), działania pragmatyczne instytucji kultury *etc.*, *etc.*

Zawartość niniejszego tomu odpowiada takiemu właśnie rozumieniu powinności instytucji akademickiej o profilu dydaktyczno-badawczym. Publikujemy zatem teksty będące przedmiotem autorskiej refleksji i tym samym wprowadzające do dyskusji (misja, marketing kultury, twórcze zarządzanie), w tym oparte na materiale historycznym, ale (jak uważamy) inspirującym dla poszukiwania współczesnych modeli (teatru TV czy kreowania wizerunku artysty). Tradycyjnie zamieszczamy grupę artykułów typu „przykład dobrej roboty”. Jest wreszcie i część o charakterze sprawozdawczo-informacyjnym oraz recenzje.

Autorami tekstów są pracownicy naukowci, studenci studiów podyplomowych (też magisterskich), doświadczeni administratorzy instytucji kultury. Pragniemy zwrócić Państwa uwagę na bardzo ważną dla nas nowość, a mianowicie na fakt, że w niemal

równej proporcji publikują swe prace autorzy krakowscy, jak i spoza Krakowa. Jest to wynikiem intensywnej współpracy na linii: Kraków – Lublin (UJ – UMCS) czy Kraków – Wrocław (UJ – prywatna Dolnośląska Wyższa Szkoła Służb Publicznych „Assessor”). Efektem są choćby dwie konferencje naukowe (pod hasłem: kultura – animacja – zarządzanie) czy lubelska publikacja książkowa pod redakcją B. Jedlewskiej, zawierająca m.in. materiały z krakowskiej konferencji zorganizowanej w styczniu 2006. Ten rodzaj współpracy chcielibyśmy kontynuować i poszerzać, widząc w tym inspirację, szansę na lepsze wzajemne zrozumienie i koordynację wysiłków zarówno badawczych, jak i dydaktycznych.

Redaktorzy Tomu 7

