

koń ze skrzydłami pracownia komunikacji

FILOZOFIA I KULTURA

Kiedy powszechnieje hejt, mowa nienawiści, popularność zyskują nieprawdziwe informacje i pseudonauka, a także to, co nazywamy postprawdą, coraz ważniejsze stają się **skuteczne, przejrzyste i precyzyjne komunikowanie wartości**. Przekazywanie sprawdzonych informacji precyzyjnie określonej grupie odbiorców. Dlatego między innymi powstała Pracownia Komunikacji. Działamy **przeciwko wykluczeniom, nierównościom, dyskryminacji i nietolerancji**. Jesteśmy wierni tej zasadzie realizując wszystkie nasze działania, co sprawia, że dbamy o **inkluzywność treści i projektowanych doświadczeń** oraz pracujemy wyłącznie dla marek i podmiotów, którym bliskie są wartości otwartości, tolerancji oraz równości.

Nasz przekaz opieramy na sprawdzonych informacjach i realnych wartościach.

Oczywiście, wiemy, że przestrzeń publiczna i rzeczywistość społeczna są kreowane, wytwarzane i konstruowane, a nie istnieją wyłącznie jako coś obiektywnego. Ta wiedza jednak sprawia, że stajemy się jeszcze bardziej **odpowiedzialni za tworzone słowa i obrazy**. Budowane przez nas interpretacje muszą być uzasadnione, merytoryczne i ugruntowane w faktach. W komunikacji liczy się wiarygodność. Jeśli dbamy o reputację naszych klientów, to sami musimy kierować się zasadami etycznymi, tworząc dla nich wartościowe treści.

Dużą wagę przykładamy do komunikacji międzykulturowej i transkulturowej.

Pomagamy rozumieć inne kultury i wiemy, w jaki sposób tworzyć **treści dostosowane do określonych kontekstów kulturowych**. W dzisiejszym zglobalizowanym świecie nie istnieją już jednak kultury czyste i niezmałowane. To raczej mieszanki kulturowych elementów o bardzo różnym pochodzeniu, łączone ze sobą w rozmaitych proporcjach, których źródła często są trudne do odtworzenia. W takiej rzeczywistości komunikacja transkulturowa nie tylko stała się częścią niemal każdego aktu komunikacji. Stała się też sferą wymagającą ciągłych, dynamicznych badań. Jeśli chcemy rozumieć wielokulturowe i transkulturowe grupy odbiorców, do których kierujemy nasz przekaz, musimy starać się na bieżąco aktualizować naszą wiedzę na ich temat. Dlatego tak duży akcent w inicjowanych i realizowanych przez nas badaniach kładziemy na sytuacje międzykulturowe i transkulturowe. W ten sposób pomagamy naszym klientom w tworzeniu **międzykulturowych kampanii PR-owych, w dyplomacji publicznej** (w tym szczególnie kulturalnej), sprawnej i tworzącej dobre relacje **komunikacji transkulturowej w zespołach projektowych i organizacjach**.

Poza środowiskiem zewnętrznym, wpływającym na sposób formułowania komunikatu i wybór mediów, a także kontekstem społeczno-kulturowym, w którym żyją odbiorcy, bardzo istotnym warunkiem, który uwzględniamy w naszej pracy, jest **kultura organizacyjna naszego klienta**. Nigdy nie zaczynamy pracy bez **rozumienia filozofii**,

wartości, postaw, przyzwyczajzeń i relacji charakteryzujących organizację. Jeśli wyzwanie komunikacyjne, z którym się mierzymy, związane jest z procesami wewnętrznymi, proponujemy zacząć współpracę od **badania jakościowych samej organizacji.** To one pozwalają nam zdefiniować problem, a następnie znaleźć odpowiednią metodę służącą jego rozwiązaniu. Łączymy badania etnograficzne, wizualne, wywiady pogłębione, analizę dyskursu, sensoryczne, shadowing z **działaniami służącymi realnej zmianie,** jak design thinking, service design, action research czy artystyczne interwencje w biznesie. Uważamy, że komunikacja, podobnie jak opowieści (storytelling) organizacji na własny temat, stanowią podstawę skutecznego zarządzania organizacją. **Innowacja organizacyjna** zaczyna się od zmiany komunikacji. To ona wprowadza nowe idee, zmienia percepcję, w końcu organizuje myślenie i działanie.

W nadmiarze informacji, komunikatów, bodźców wizualnych i konkurencyjnych interpretacji świata bardzo łatwo utracić azymut i zgubić wątek. Naszym celem jest tworzenie i wydobywanie wartościowych treści, by w sposób niezakłócony i zrozumiały trafiły do adresata. Z naszych działań **eliminujemy szum.** Pomagamy rozumieć świat poprzez zrozumiały przekaz tworzony dla naszych klientów. Wiemy, że **ekologia informacji** jest podstawą dobrego komunikowania. Jest też podstawą lepszego świata. Dlatego projektujemy **przejrzyste, jasne, przekonujące i precyzyjne komunikaty.**

Nie wysyłamy komunikatów w abstrakcyjną przestrzeń, tylko **projektujemy przestrzeń percepcji.** Nie tylko wykorzystujemy kanały komunikacji, ale też organizujemy **architekturę uwagi.** Wiemy, w jakim miejscu, w jakim czasie, z jaką intensywnością i jakimi środkami przekazać komunikat, żeby **w świecie deficytu uwagi skupić uwagę odbiorców.** Uwaga jest bezcenna. A **projektowanie doświadczeń** odbiorców (user experience) stanowi ważną część komunikacji.

Pomagamy w **nawiązywaniu kontaktów między kulturą a biznesem,** doradzamy w strategicznym wykorzystaniu kultury i sztuki w budowaniu wizerunku firmy, zmianie kultury organizacyjnej i wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań. Po prostu uważamy, że warto stawiać na kulturę bez względu na branżę, w które się działa.

Opowiadamy historie naszych klientów i upowszechniamy ich idee, dbając by sposób ich prezentacji był przekonujący, zrozumiały i angażujący. Traktujemy public relations jako dziedzinę **tworzenia i wzmocnienia relacji** pomiędzy różnymi społecznościami, wydarzeniami, organizacjami, produktami i usługami naszych klientów. **Projektujemy interakcje** pomiędzy odbiorcami a projektami, sprawiając, że przekaz ma charakter włączający i angażujący.