

Jubileusz 10-lecia Polskiej Kafejki Językowej (SprachCafé Polnisch)

Jubileusz 10-lecia Polskiej Kafejki Językowej (SprachCafé Polnisch) odbył się 24.09.2022 (w godzinach 15:00–22:00), na małej scenie amfiteatru Freilichtbühne Weissensee przy Große Seestraße 10 w berlińskiej dzielnicy Pankow¹. Głównym organizatorem było stowarzyszenie SprachCafé Polnisch, natomiast partnerami wydarzenia były zarówno polskie, jak i niemieckie instytucje i organizacje: Ambasada RP w Berlinie, Senat Berlina, Instytut Polski w Berlinie, Radio Cosmo, Freilichtbühne Weissensee. Należy podkreślić, iż nie było to wydarzenie w sposób typowy promujące jakiś obszar polskiej kultury, niemniej – ze względu na charakter tego opracowania – warto wskazać na wiele mocnych stron wydarzenia, które składają się na jego potencjał promocyjny i mogą być naśladowane z położeniem większego nacisku na prezentację treści dotyczących polskiej kultury.

Głównym celem wydarzenia było podsumowanie 10-letniej działalności SprachCafé Polnisch oraz integracja środowiska zarówno polonijnego, jak i lokalnego – niemieckiego. Jeśli pojawiały się odniesienia do obszarów lub elementów polskiej kultury czy polskich twórców to raczej w sposób swobodny, spontaniczny, w wypowiedziach występujących artystów lub zaproszonych gości. Nie prezentowano w sposób autonomiczny i bezpośredni żadnego dzieła czy twórcy polskiej kultury, jednak – wobec wagi i znaczenia zaproszonych gości instytucjonalnych, ale też zgromadzonej publiczności (głównie niemieckojęzycznej) – można zasugerować podejmowanie śmielszych i bardziej jednoznacznych działań zorientowanych na promocję polskiej kultury za granicą.

¹ <https://sprachcafe-polnisch.org/10-jahre-sprachcafe-polnisch/> (dostęp: 25.10.2023).



1. Program Jubileuszu
SprachCafé Polnisch
Fot. Radosław Marzęcki

SprachCafé Polnisch² od dekady popularyzuje znajomość języków, tłumaczenie literatury, jak i samą literaturę (prozę i poezję). W jej siedzibie organizowane są warsztaty kreatywnego pisania; promuje się również sztuki wizualne, zwłaszcza fotografię oraz prezentuje obyczaje i zwyczaje (np. świąteczne, kulinarne). Regularnie organizuje się spotkania, festyny, kursy tańca. Codzienna działalność tej organizacji była inspiracją do opracowania wskazówek dla osób i instytucji zaangażowanych w działalność promującą kulturę polską.³

Już w trakcie badań terenowych w Berlinie zauważyliśmy, że takie przedsięwzięcia jak pikniki, festyny czy inne wydarzenia plenerowe mniej lub bardziej bezpośrednio są wykorzystywane do promocji treści, utworów czy twórców związanych z polską kulturą. Z wypowiedzi naszych respondentów jednoznacznie wynikało, że traktują je jako okazję do podejmowania

2 <https://sprachcafe-polnisch.org> (dostęp: 10.10.2023).

3 www.polca.uken.krakow.pl

2. Tablica z programem
wydarzenia na terenie
okolicznego parku
Fot. Radosław Marzęcki



działań wpisujących się w istotę promocji kultury polskiej. Ze względu na fakt, że zwykle odbywają się one w naturalnym środowisku społecznym miasta lub jego części (np. dzielnicy) pozwalają one dotrzeć do specyficznej publiczności, która dysponuje być może słabszą motywacją do uczestnictwa w kulturze lub zorientowanych bardziej na rozrywkę i/lub odpoczynek. Promocja poprzez tego typu wydarzenia to doskonała okazja na dotarcie i zainteresowanie ofertą kulturalną odbiorców, którzy rzadziej lub w ogóle nie poszukują kontaktu z wytworami polskiej kultury.

Miejsce, w którym odbywało się wydarzenie przynależy do większego terenu parkowego/rekreacyjnego w dzielnicy Pankow, w bezpośredniej bliskości terenów zielonych, gdzie o tej porze dnia czas spędzają także mieszkańcy tej części Berlina. Nieco oddalone od ruchliwej ulicy, około 5 minut pieszo od przystanku tramwajowego. Miejsce to jest dobrze skomunikowane z centrum miasta (dojazd możliwy tramwajem lub autobusem).

Wydarzenie odbywało się na tzw. „wolnym powietrzu”, przygotowano specjalną scenę ze scenografią podkreślającą 10-lecie istnienia SprachCafé Polnisch. Przygotowano też miejsca dla publiczności, ławki krzesła itp. Z rozmowy z organizatorem wynika, że teren ten znajduje się w dyspozycji zarządu dzielnicy i jest wynajmowany w celu organizacji wydarzeń kulturalnych. W bezpośredniej bliskości, przy jednej z alejek parkowych, w miejscu widocznym dla przechodniów i spacerowiczów, ustawiono tablicę z programem wydarzenia (w języku niemieckim).

Przy bramie wejściowej również zamieszczono plakat z programem wydarzenia, tym razem w dwóch wersjach językowych, polskiej i niemieckiej. Ten zabieg należy uznać za zdecydowanie dobrą praktykę: pozwolił na zmotywowanie do uczestnictwa wielu postronnych przechodniów, mieszkańców samego Berlina, którzy na krótszą lub dłuższą „chwilę” zatrzymali się w miejscu wydarzenia.



5. Plakaty z programem wydarzenia na bramie wejściowej

Fot. Radosław Marzęcki

Większość aktywności odbywała się na specjalnie przygotowanej scenie, a także na placu obok sceny (pokazy tańców ludowych) oraz na dodatkowej scenie znajdującej się z tyłu sceny głównej (spektakl teatralny dla dzieci). Przy wejściu znajdowały się dwa stoły. Na pierwszym z nich ułożone były materiały promujące SprachCafé Polnisch (kalendarz, ulotki, naklejki, torby lniane itp.), na drugim elementy związane bezpośrednio z jubileuszem (tort jubileuszowy, zdjęcia, księga gości).



4. Stoisko z materiałami promocyjnymi SprachCafé Polnisch
Fot. Radosław Marzęcki

Samo wydarzenie było przygotowane znacznie wcześniej, a proces rozpowszechniania informacji o jego czasie i miejscu został zainicjowany około pół roku przed jego premierą. Informacje na ten temat pojawiały się w przestrzeni internetowej już od wiosny 2022 roku. W ostatnich tygodniach zintensyfikowano przekazy w mediach społecznościowych (w ciągu ostatnich 10 dni prezentowano sylwetki głównych gości i wykonawców występujących na scenie w serwisie FB SprachCafé Polnisch). Program wydarzenia był rozbudowany: obejmował zarówno pokazy tańców ludowych, występy muzyków, pokaz filmu niemego z akompaniamentem na żywo czy rozmowy z osobami związanymi z SprachCafé Polnisch.

Wydarzenie rozpoczęło wprowadzenie głównej organizatorki Agaty Koch oraz redaktora polskiej redakcji radio Cosmo po Polsku – Jacka Tyblewskiego. To bardzo ciekawe rozwiązanie polegające na zaangażowaniu w przygotowanie/prowadzenie wydarzenia osoby związanej z opiniotwórczym medium. Krótko przedstawiono wspomnienia dotyczące początków SprachCafé Polnisch w Berlinie. Wypowiedzi formułowane były głównie w języku niemieckim, choć niektóre tłumaczone (przez J. Tyblewskiego) na język polski.

Pierwszym punktem programu był pokaz tańców ludowych (w strojach krakowskich), wykonany przez młodych mieszkańców Berlina. Tańce wykonywał Zespół Taneczny „Krakowiacy” funkcjonujący przy Szkole Europejskiej w Berlinie (byli to uczniowie tej szkoły). Zaprezentowano dwa tańce ludowe (m.in. polonez), po czym nastąpiła przerwa, w trakcie której z głośników można było usłyszeć polskie współczesne utwory muzyczne, np. Marika – „Moje serce”, „Masz to”.



5. Występ Zespołu Tanecznego „Krakowiacy”

Fot. Radosław Marzęcki

Następnie zaproszono na scenę Katarzynę Niewiedział (pełnomocniczkę Senatu Berlina ds. Integracji i Migracji) i Adama Borkowskiego – wicekonsula z Polskiego Konsulatu w Berlinie. Całe spotkanie wciąż było moderowane przez J. Tyblewskiego. Rozmowa prowadzona była tym razem wyłącznie w języku niemieckim. Dotyczyła przede wszystkim roli SprachCafé Polnisch w przestrzeni społecznej Berlina, funkcji jaką pełni ta organizacja dla integracji polskich środowisk w Berlinie, pojawiły się też wypowiedzi podkreślające zasługi SprachCafé Polnisch dla promocji kultury polskiej w Niemczech, ale raczej jako ogólne podsumowania. Katarzyna Niewiedział zwróciła uwagę na znaczenie SprachCafé Polnisch w promocji kultury polskiej niezależnie od instytucji publicznych, które są do tego celu powołane. Brakowało jednak odwołania do jakichś konkretnych polskich dzieł czy twórców kultury.



6. Dyskusja o roli SprachCafé Polnisch w przestrzeni społecznej Berlina
Fot. Radosław Marzęcki

Kolejnym punktem programu był występ muzyczny „śpiewającej rodziny” (Małgorzata, Alicja i Marek Picz oraz pianista Krzysztof Szachnowski), w repertuarze lat 20. i 30. XX wieku, która wcześniej już brała udział w różnych wydarzeniach organizowanych przez SprachCafé Polnisch. Piosenki wykonywane były w języku polskim. W międzyczasie zgromadzone dzieci zaproszono na podest na tyłach sceny, gdzie przygotowano polskojęzyczny spektakl, wykonywany przez Alinę Więckiewicz („Teatr w lesie”). Czytelna jest intencja organizatorów, aby różnicować przekaz w zależności od potrzeb, motywacji, ale również kompetencji językowych odbiorców. Treści były bowiem adresowane w pierwszej kolejności do odbiorcy niemieckojęzycznego, niemniej organizatorzy nie zapomnieli o środowisku polonijnym i polskojęzycznym. Kolejnym wykonawcą na głównej scenie był Steffen Möller, niemiecki komik i aktor, znany z polskich seriali i programów rozrywkowych. W Niemczech realizuje on również szkolenia dla ludzi biznesu, planujących pobyt w Polsce. Program występu był wyraźnie satyryczny i dotyczył podobieństw i różnic w użyciu języka polskiego i niemieckiego. W wypowiedziach pojawiały się mniej lub bardziej bezpośrednio nawiązania do wytworów polskiej kultury i jej twórców. Najbardziej jednoznaczne to nawiązanie do wiersza Juliana Tuwima „Lokomotywa”. Występ odbył się głównie w języku niemieckim. Sam wiersz zaś został zaprezentowany zarówno w języku polskim, jak i niemieckim.

7. Występ Steffena Möllera

Fot. Radosław Marzęcki



W dalszej kolejności uczestnicy mogli wysłuchać kolejnego występu muzycznego, którego wykonawcą był zespół Dagmara Korona Trio. Utwory polskich twórców, przede wszystkim Agnieszki Osieckiej: „Ludzkie gadanie”, „Komu weselne dzieci”; Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej „Dwa serduszka, cztery oczy” wykonywane były najczęściej w języku polskim (część w francuskim). Kolejnym wykonawcą muzycznym był zespół „Trawy i kamienie”, który powstał w 2016 roku w Berlinie. Wykonuje autorską muzykę zainspirowaną poezjami pisanyymi w 10 różnych językach. Wykonawcy pochodzili z Polski, Niemiec i Ukrainy.

Kolejnym punktem programu był pokaz filmowy. Rozpoczęto od reportażu nt. osób (inicjatorów, twórców, pracowników) związanych ze SprachCafé Polnisch. W krótkich nagraniach poszczególne osoby opowiadały o tym, jak trafiły do Kafejki (po niemiecku lub po polsku z niemieckimi napisami). Poszczególne filmy były zapowiadane i komentowane przez moderatora w języku niemieckim. Po tym nastąpił seans filmu niemego („The Champion” z 1915 roku z udziałem Charliego Chaplina). Akompaniament na żywo prowadził pianista Krzysztof Szachnowski. Ten element był pozbawiony bezpośrednich odniesień do kultury polskiej.

Wydarzenie zakończyło się krótkim podsumowaniem i podziękowaniem dla twórców SprachCafé Polnisch oraz zgromadzonych gości ze strony inicjatorki i twórczyni tej organizacji Agaty Koch.

W wydarzeniu brały udział osoby związane z organizatorem oraz zaproszeni, jak również przybywający z własnej inicjatywy goście. Frekwencja była względnie stała przez cały czas trwania wydarzenia (około cztery godziny), choć część uczestników wymieniała się na bieżąco. Można oszacować, że w wydarzeniu uczestniczyło w każdym momencie około 150 osób. Obecne były także inne rozpoznawalne osoby ze środowiska związanego z Polakami w Berlinie (np. Anita Baranowska-Koch, Ewa Maria Slaska).

Niektórzy uczestnicy często zmieniali język w zależności od rozmówców, który dołączali w międzyczasie (rozmawiali zarówno w języku polskim, jak i niemieckim). Przedział wiekowy był bardzo szeroki, zarówno dzieci (przygotowano specjalne atrakcje dla dzieci), rodziny z dziećmi, osoby w średnim wieku i seniorzy. Były to osoby, które mieszkają w Berlinie od wielu lat (przyjechały tu w latach 80. i 90.), jak i takie, które pozostały tu po studiach kilka lat temu i podjęły pracę. Część z uczestników pochodziła spoza Berlina. Uczestnicy to w dużej mierze osoby związane ze SprachCafé Polnisch (np. uczestnicy warsztatów, spotkań i zajęć organizowanych w Kafejce), ale również osoby postronne, które trafiły na wydarzenie przypadkowo (np. spacerując w parku). Uczestnicy zachowywali się w sposób naturalny, kulturalny, najczęściej zaangażowani w przekaz płynący ze sceny lub rozmawiający ze sobą w trakcie przerw. Widać, że część z nich spotkała się razem po dłuższych okresach rozłąki, uczestnicy często zmieniali rozmówców, przemieszczając się po terenie wydarzenia i podejmując kolejne konwersacje. Wydarzenie z pewnością angażowało ich emocjonalnie.

Wydarzenie przez cały czas było moderowane przez redaktora Jacka Tyblewskiego (Radio Cosmo) oraz początkowo przez Agatę Koch ze SprachCafé Polnisch. Z materiałów promocyjnych wynikało, że zostało ono objęte patronatem medialnym przez TVP Polonia. Stacja telewizyjna zapowiedziała, że w najbliższym czasie przygotuje specjalny materiał na temat SprachCafé Polnisch, który będzie wyemitowany na antenie. Organizator w trakcie wydarzenia prowadził dokumentację fotograficzną, zapowiadając specjalną relację, która miała się pojawić w mediach społecznościowych w bliskiej przyszłości. W pierwszej fazie wydarzenia obecni byli przedstawiciele instytucji publicznych wspierających projekty realizowane przez SprachCafé Polnisch (wicekonsul Adam Borkowski oraz pełnomocniczka Senatu Berlina ds. Integracji i Migracji Katarzyna Niewiedział). Wśród uczestników było wielu partnerów SprachCafé Polnisch



8. Publiczność Jubileuszu SprachCafé Polnisch

Fot. Radosław Marzęcki

z innych organizacji pozarządowych. Obecni byli także przedstawiciele innych mniejszości etnicznych (głównie latynoskich), które współpracują na co dzień ze SprachCafé Polnisch (m.in. w trakcie wydarzenia oferowali w sprzedaży swoje potrawy). W przestrzeni wydarzenia widoczny był zasadniczo tylko główny organizator (poprzez ulotki, plakaty, roll-upy, gadżety). Nie odnotowano materiałów należących do innych podmiotów (poza logotypami partnerów znajdującymi się na plakatach z programem). Nie odnotowano w sposób jednoznaczny obecności podmiotów biznesowych.

Promocja wydarzenia rozpoczęła się w mediach społecznościowych stosunkowo wcześniej. W przestrzeni miejskiej nie dostrzeżono działań promocyjnych, poza materiałami umieszczanymi w bezpośredniej bliskości siedziby SprachCafé Polnisch. Głównym kanałem był profil na FB, strona internetowa, newsletter. Na FB utworzono specjalne wydarzenie, w którym można było zadeklarować udział. Organizator na miejscu prowadził listę obecności (wraz z adresami e-mail w celu poszerzenia bazy adresatów do kontaktów w przyszłości). We wrześniu na antenie berlińskiego radia Cosmo wyemitowano materiał (wywiad m.in. z Agatą Koch) poświęcony jubileuszowi. Materiał ten jest stale dostępny w formie podcastu. Informacja o jubileuszu pojawiała się też na stronie internetowej dla odwiedzających Berlin⁴

⁴ <https://www.visitberlin.de>, (dostęp: 10.10.2023).

czy profilu Instytutu Polskiego w Berlinie na Twitterze. Obecni byli przedstawiciele radia Cosmo po Polsku (audycji emitowanej na antenie niemieckiego lokalnego publicznego radia oraz w formie podcastów w Internecie). Promocja skierowana była zarówno do polsko-, jak i niemieckojęzycznego odbiorcy. Plakaty i materiały internetowe przygotowane zostały w obu językach. Przekaz w trakcie samego wydarzenia w większej mierze skierowany był jednak do publiczności rozumiejącej język niemiecki. Kilkanaście godzin po wydarzeniu pojawiły się nagrania występów na profilu Instytutu Polskiego w Berlinie w serwisie Twitter oraz obszerna relacja fotograficzna na profilu FB SprachCafé Polnisch.

Mimo że, jak wspomniano, wydarzenie nie miało charakteru typowo promującego kulturę polską, to ze względu na profil działalności organizacji, jak i sposób organizacji samego wydarzenia i – wynikające z tego zaangażowanie zróżnicowanych grup odbiorców – warto potraktować je jako przedsięwzięcie o dużym potencjale dla promocji kultury za granicą.

Mając na uwadze rekomendacje dotyczące skutecznej promocji, opublikowane na stronie projektu (www.polca.up.krakow.pl), można zauważyć wiele dobrych praktyk, które bez wątpienia przyczyniły się do komunikacyjnego i frekwencyjnego sukcesu wydarzenia. SprachCafé Polnisch jest organizacją, która nieustannie się rozwija (niedawno otwarto drugą lokalizację na południu Berlina), stawiając na kreatywność i innowacyjność ludzi, którzy ją współtworzą. Efekty tej synergii były widoczne również w tym przypadku. Nad organizacją wydarzenia pracował sprawny zespół. Za każdy element programu odpowiadała inna osoba (grupa osób), dzięki czemu zaprezentowano różne aspekty działalności organizacji, ale również przedstawiono osoby, które dla organizacji pracują na co dzień. Pokazano organizację, sięgając zarówno do przeszłości, jak i rysując plany na przyszłość, stawiając w pierwszej kolejności na budowanie partnerskich i dobrych relacji ze światem instytucjonalnym (instytucje samorządowe Berlina, polskie instytucje podległe MSZ) i społecznym (inne organizacje pozarządowe, mniejszości etniczne, środowisko polonijne). W trakcie wydarzenia widoczne były efekty współpracy z interesariuszami, lokalnymi mediami czy ekspertami (także w zakresie wsparcia finansowego kultury). Udało się nawet wykorzystać lokalnych influencerów i osoby popularne tak w niemieckim, jak i polskim środowisku. Język wydarzenia (dominujący niemiecki) świadczy o tym, że organizatorzy starali się dostosować do kontekstu, w którym na co dzień działają. To istota promocji kultury zagranicą – najważniejsze, by trafić do środowisk autochtonicznych. Jedną z dróg mogą być właśnie tego rodzaju wydarzenia, które skupiają zarówno środowiska polonijne, mieszane (rodziny polsko-niemieckie), ale i lokalne, niemieckojęzyczne. Organizatorzy

starali się wykorzystać okazję do tego, by lepiej poznać swoich odbiorców. W tym celu zbierano dane kontaktowe (dobrowolnie) od uczestników, ale również włączali się w konwersacje z publicznością podczas przerw między występami. Struktura programu wydarzenia sugeruje dodatkowo, że organizator jest świadomy zróżnicowanych potrzeb i motywacji (które mogą być zdeterminowane różnymi cechami odbiorców, jak np. wiekiem). W tym miejscu można by zasugerować bardziej aktywne próby zbierania informacji o odbiorcach, ale także wykorzystanie narzędzi do monitorowania efektów działań promocyjnych. Najwięcej uwag można mieć do obiektu promocji ponieważ – jak zauważono – nie można wskazać jednoznacznie na obszary kultury polskiej, które były obiektem promocji. Pewne odwołania do wytworów i twórców kultury polskiej pojawiały się w wypowiedziach gości i artystów, jednakże w żaden sposób nie prezentowano bezpośrednio dzieł czy twórców jako „produktów” kultury. W jednym z występów scenicznych pojawił się wiersz Juliana Tuwima „Lokomotywa”, raczej jako przykład jak trudny jest język polski z perspektywy niemieckiego użytkownika. Niemniej, jego prezentacja również w języku niemieckim może spełniać pewne kryteria promocji kultury polskiej za granicą. Pojawiły się odniesienia do autorek tekstów piosenek: Agnieszki Osieckiej czy Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej, ale wyłącznie w formie zapowiedzi wykonywanego utworu, bez kontekstu czy dodatkowego przekazu promocyjnego. Wspomniane odniesienia miały charakter zarówno ogólnonarodowy, jak i lokalny (stroje i tańce ludowe). W przerwach pojawiała się polska muzyka popularna, ale również bez zapowiedzi, co świadczy o tym, że miała być raczej elementem umilającym spędzony na wydarzeniu czas niż elementem podlegającym promocji. Mocną stroną wydarzenia był z pewnością wybór kanałów komunikacji. W celu rozpowszechniania informacji o wydarzeniu wykorzystano wszystkie dostępne kanały i środki: strony internetowe organizacji i instytucji miejskich, e-mail, media społecznościowe. Przygotowano materiały drukowane: plakaty, ulotki. Zadbano również o patronat medialny.

Multimedialna instalacja Mikołaja Baliszewskiego „The romantic”

Wydarzenie poddane obserwacji, tj. wernisaż multimedialnej instalacji Mikołaja Baliszewskiego „The Romantic”, zaplanowano na godz. 19:00, jednak rozpoczęło się ono dopiero o godz. 19:25 po przyjeździe Barbary Schabowskiej, dyrektor Instytutu Adama Mickiewicza. Projekt był częścią obchodów Roku Romantyzmu Polskiego i został zrealizowany we współpracy Instytutu