

Po/ca

Promocja kultury polskiej za granicą

Osiągnięcia i wyzwania

Institut Socjologii
Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

kbf:



Patron medialny:

POLONIA

Po/ca

12.00-13.30: Założenia systemowe, wyzwania i narzędzia wspierające promocję polskiej kultury za granicą

Institut Socjologii
Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

kbf:



Pałac Potockich



Ministerstwo
Edukacji i Nauki



NAUKA DLA
SPOŁECZEŃSTWA

Patron medialny:



Narzędzia i materiały wspierające promocję kultury polskiej za granicą

Damian Liszka

Główne produkty projektu (opracowania i publikacje)

- *Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą*
- *Promocja kultury polskiej w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku*
- *Promocja polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych za granicą. Studia przypadków działań promocyjnych w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku*
- *Skuteczna promocja polskiej kultury za granicą. Wskazówki*
- *Narzędzia w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą*
- *Wskaźniki w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą*

Główne produkty projektu (cyfrowe i multimedialne)

- *Strona internetowa Po/ca*
- *Filmy edukacyjno-promocyjne*

Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą

- **Zawartość:** „Teoretyczne dylematy badań promocji polskiej kultury za granicą”, „Polityka państwa w zakresie budowania marki narodowej oraz promocji kultury”, „Główni aktorzy”, „Praktyki wybranych podmiotów z siedzibą w Polsce w zakresie promocji kultury polskiej w świetle analizy źródeł internetowych”, „Praktyki wybranych podmiotów z siedzibą w Polsce w zakresie promocji kultury polskiej” , „Wnioski z badań i rekomendacje” .
- **Dla kogo?** Instytucje oraz osoby fizyczne podejmujące w swojej działalności przedsięwzięcia promujące elementy kultury polskiej za granicą (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** Pobudzenie publicznej dyskusji nad potrzebą promowania kultury polskiej za granicą oraz wsparcie osób zaangażowanych w wypracowaniu oraz wdrożeniu rozwiązań i działań zwiększających rozpoznawalność kultury polskiej i marki narodowej na arenie międzynarodowej.

Promocja kultury polskiej w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku

- **Zawartość:** „Teoretyczne dylematy badań promocji polskiej kultury za granicą”, „Polityki imigracyjne ich znaczenie dla promocji polskiej kultury”, „Charakterystyka badanych miast i lokalnych instytucji kultury”, „Praktyki głównych aktorów w świetle analizy danych zastanych”, „Praktyki głównych aktorów w świetle badan terenowych”, „Wnioski z badań, rekomendacje i dobre praktyki” .
- **Dla kogo?** Instytucje oraz osoby fizyczne podejmujące w swojej działalności przedsięwzięcia promujące elementy kultury polskiej za granicą (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** Poznanie praktyk osób i podmiotów w trzech badanych miastach, skutecznych oddziaływań promocyjnych oraz dobrych praktyk. Uzyskanie wiedzy na temat tego, jaką rolę pełni promocja kultury polskiej w budowaniu polskiej marki w społeczeństwie niemieckim, brytyjskim czy amerykańskim.

Raporty

Dąbrowski A., Dutka G., Dzięglewski M., Gońda M.,
Guzik A., Marzęcki R, Rojek-Adamek P.
(2023a). *Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą. Raport z analizy danych zastanych i badań terenowych.*

Dąbrowski A., Dutka G., Dzięglewski M., Gońda M.,
Guzik A., Marzęcki R, Rojek-Adamek P.
(2023b). *Promocja kultury polskiej w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku. Raport z analizy danych zastanych i badań terenowych.*



Po/ca



Studia przypadków działań promocyjnych w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku

- **Zawartość:** „Przykłady działań promocyjnych w Berlinie”, „Przykłady działań promocyjnych w Londynie”, „Przykłady działań promocyjnych w Nowym Jorku”.
- **Dla kogo?** Wszystkie osoby, które angażują się w działania mające na celu promocję kultury polskiej za granicą (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** Wsparcie wniosków z raportów badawczych. „Autorzy uznali, iż tak dobrane przypadki mogą pełnić funkcję edukacyjną poprzez wskazywanie mankamentów autentycznych działań oraz propozycję ich doskonalenia”.

Dąbrowski A., Dzięglewski M., Gońda M., Guzik A., Marzęcki R, Rojek-Adamek P. (2023c). Promocja polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych za granicą. Studia przypadków działań promocyjnych w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku.

Skuteczna promocja polskiej kultury za granicą. Wskazówki

- **Zawartość:** Kroki od 1 do 10 jako odrębne rozdziały przewodnika.
- **Dla kogo?** Wszystkie osoby, które w kraju lub za granicą chcą lub już zajmują się promocją kultury polskiej (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** Zaznajomienie wszystkich zainteresowanych promowaniem kultury polskiej za granicą z podstawowymi krokami, które mogą okazać się pomocne w takiej działalności.

Wskazówka 1. Planowanie i finansowanie działań promocyjnych
Wskazówka 2. Zespół do spraw promocji kultury
Wskazówka 3. Kontekst działań promocyjnych
Wskazówka 4. Odbiorcy działań promujących kulturę
Wskazówka 5. Obiekt promocji
Wskazówka 6. Komunikat promocyjny
Wskazówka 7. Kanały komunikacji z odbiorcą wydarzeń kulturalnych
Wskazówka 8. Współpraca z otoczeniem
Wskazówka 9. Monitorowanie efektów działań promocyjnych
Wskazówka 10. Aktualizowanie wiedzy na temat działań promocyjnych

Dąbrowski A., Gońda M., Guzik A., Marzęcki R., Rojek-Adamek P.
(2023d). *Skuteczna promocja polskiej kultury za granicą. Przewodnik.*
Film, teatr, literatura i sztuki plastyczne.

Narzędzia w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą

- **Zawartość:** „Wytyczne i przykłady pytań do badań ilościowych >>miękkich<< aspektów działań promocyjnych”, „Wytyczne i przykłady pytań do badań jakościowych >>miękkich<< aspektów działań promocyjnych”.
- **Dla kogo?** Przedstawiciele instytucji publicznych oraz organizacji pozarządowych działających w kraju i zagranicą (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** Dostarczenie wskazówek umożliwiających skonstruowanie narzędzi badawczych przez osoby lub firmy zaangażowane w promocję kultury polskiej kultury za granicą.

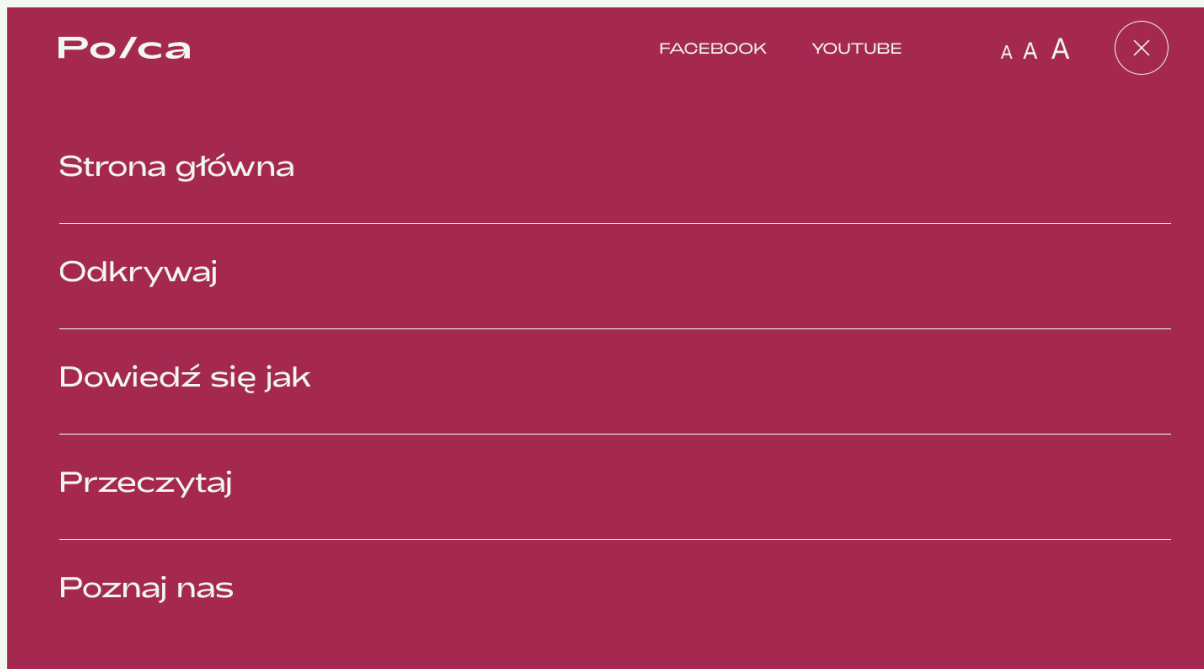
Dutka G., Dzięglewski M. (2023b). Narzędzia w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą. Film, teatr, literatura i sztuki wizualne.

Wskaźniki w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą

- **Zawartość:** „Podstawowe pojęcia”, „Dotychczasowe wskaźniki w programowaniu i ewaluacji działań promocyjnych”, „Propozycja usystematyzowania i poszerzenia katalogu wskaźników w oparciu o kryteria ewaluacyjne”.
- **Dla kogo?** (1) Decydenci odpowiedzialni za politykę kulturalną państwa i narodową strategię rozwoju kultury oraz (2) wszystkie osób i podmioty zaangażowane w promocję polskiej kultury za granicą (w obszarach: literatury, filmu, teatru oraz sztuk wizualnych).
- **Po co?** (1) Wzbogacenie dokumentów strategicznych o nowe obszary i kryteria, które warto uwzględnić w działaniach promocyjnych i ich ewaluacji. (2) Wsparcie w procesie konstruowania założeń projektów, a także w realizacji rzetelnych badań.

Dutka G., Dzięglewski M. (2023a). *Wskaźniki w procesie programowania i ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą. Film, teatr, literatura i sztuki wizualne.*

Strona internetowa Po/ca (prototyp)



Strona główna

**Polska kultura za granicą.
Podstawowe fakty**

Streszczenie badań w Polsce

[Pobierz raport](#)

Streszczenie badań za granicą

[Pobierz raport](#)

Po/ca

Instytut Rozwoju
Współpracy Kulturalnej
Stosunków Międzynarodowych
w Krakowie

Ministerstwo
Edukacji i Nauki

WENK DLA
ANALIZYKULTURALNEJ

Instytut Filozofii i Socjologii
ul. Podchorążych 2
31-355 Kraków

Polityka prywatności
Dostępność

Regulamin
Mapa strony

kontakt@po/ca.up.krakow.pl
+48 511 395 284

Po/ca A A A

0 1 0 2 **3** 0 4

Wspieramy promocję polskiej kultury za granicą

Gdybyśmy my się nawzajem wspierali tu w regionie (...) znali i robili wspólne projekty, to po prostu mogłoby się okazać, że w pewnym momencie stałoby się znowu atrakcyjny dla Zachodu (Pracownik instytutu branżowego)

Poznaj nas

Po/ca A A A

KALENDARIUM **Zobacz krok po kroku co robimy, aby wspierać rozpoznawalność polskiej kultury za granicą**

Poznajemy jak się promuje

marzec 2022 – kwiecień 2022

Proponujemy nowe narzędzia

grudzień 2022 – lipiec 2023

Udostępniamy zasoby

styczeń – grudzień 2023

Budujemy społeczność

maj 2023 – luty 2024

Dowiedź się jak

Dowiedź się jak

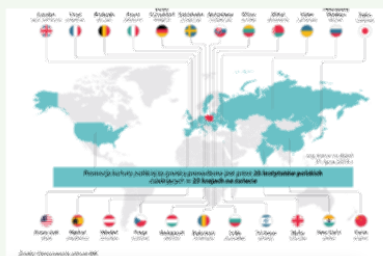
Promuj skutecznie

Jak znaleźć partnerów

Jak zdobyć środki na działania promocyjne?

Jak promować kulturę za granicą w 10 krokach

Analiza dokumentów, stron internetowych, mediów społecznościowych, wywiady z kilkudziesięcioma praktykami i specjalistami, obserwacja wydarzeń w Londynie, Berlinie i Nowym Jorku pozwoliła nam stworzyć DEKALOG SKUTECZNEJ PROMOCJI kultury polskiej za granicą. Zobacz jak skutecznie działać krok po kroku.



WSKAZÓWKA I

Planowanie i finansowanie działań promocyjnych

- Ukierunkuj
- Pobierz

Istnieją liczne podmioty i instytucje kultury, działające w różnych obszarach, mające odmienne cele i inne modele organizacji pracy. Można jednak wskazać na pewne ogólne zasady, których zawsze warto przestrzegać. Celem niniejszego Dekalogu jest zapoznanie Was z kilkoma wybranymi zasadami i wskazanie, jakie należy spełnić, aby stworzyć dobrze zorganizowany i skuteczny w osiąganiu wyznaczonych celów zespół. Przy tym trzeba jednak podkreślić, że chodzi tu o warunki wstępne i zupełnie podstawowe.

Przebieg studium

Inne pomocne strony:

edugate.pl

Cechy dobrego menedżera | Przedsiębiorczość w praktyce

Zobacz artykuł

Po/ca

AAA

WSKAZÓWKA II

Zespół do spraw promocji kultury

WSKAZÓWKA III

Kontekst działań promocyjnych

WSKAZÓWKA IV

Odbiorcy działań promujących kulturę

WSKAZÓWKA V

Obiekt promocji

WSKAZÓWKA VI

Komunikat promocyjny

WSKAZÓWKA VII

Kanały komunikacji z odbiorcą wydarzeń kulturalnych

WSKAZÓWKA VIII

Współpraca z otoczeniem

WSKAZÓWKA IX

Monitorowanie efektów działań promocyjnych

WSKAZÓWKA X

Aktualizowanie wiedzy na temat działań promocyjnych

Po/ca

Instytut Filozofii i Socjologii
ul. Piłsudskiego 2
01-383 Warszawa

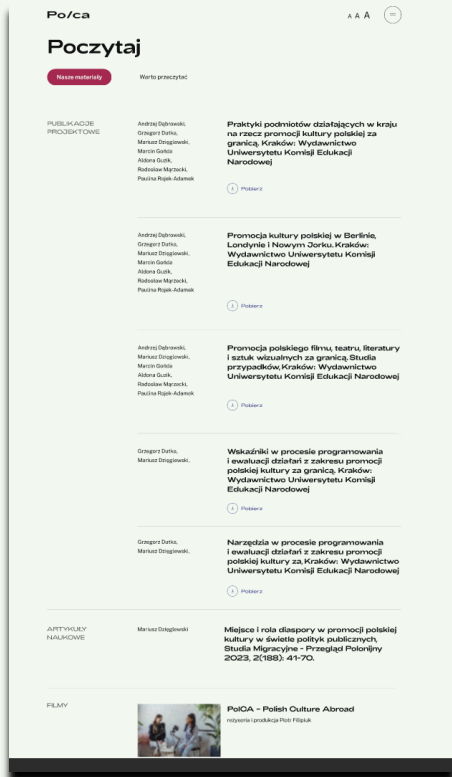


Instytut Filozofii i Socjologii
ul. Piłsudskiego 2
01-383 Warszawa

Regulamin

kontakt@po.ca.pl, kr@wz.wz.pl
+48 01 305 284

Przeczytaj



**Dr Justyna
Kraszevska**

Projektant UX



**Dr Katarzyna
Cichecka**

Projektant graficzny

Filmy edukacyjno-promocyjne

- *Film 1. „Po/CA – Polish Culture Abroad” – informuje o projekcie, jego założeniach, realizacji (skąd pomysł, zadania, rezultaty i cel projektu).*
- *Film 2. „Polska literatura, film, teatr i sztuki wizualne za granicą” – przedstawienie systemu promocji polskiej kultury za granicą, wnioski z badań krajowych i zagranicznych, mocne i słabe strony organizacji promocji za granicą.*
- *Film 3. „Skuteczna promocja polskiej kultury za granicą” – nawiązanie do 10-ciu wskazówek/rekomendacji oraz ich adresatów.*
- *Film 4. „Studia przypadku z Londynu, Berlina i Nowego Jorku” – opis 3-ech wydarzeń obserwowanych w trakcie pobytu badaczy za granicą.*

Zaproszenie – webinarium (2024)

- *Forma udziału: on-line (MS Teams)*
- *Formuła: 2 dni x 6 godzin szkoleniowych w kameralnej grupie 15-20 osób*
- *Program ramowy: Blok nr 1 („Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą”); Blok nr 2 („Promocja kultury polskiej w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku”); Blok nr 3 („Skuteczna promocja kultury polskiej za granicą w obszarach filmu, teatru, literatury i sztuk plastycznych”); Blok nr 4 („Studia przypadków działań promocyjnych w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku”); Blok nr 5 („Narzędzia wspierające projektowanie, monitorowanie i ewaluacje działań z zakresu promocji kultury polskiej za granicą”); Blok nr 6 („Produkty wspierające działania na rzecz promocji kultury polskiej”)*

Po/ca

www.polca.up.krakow.pl

Institut Socjologii
Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

kbf:



Patron medialny:

POLONIA