

Po/ca

Promocja kultury polskiej za granicą

Osiągnięcia i wyzwania

Institut Socjologii
Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

kbf:



Patron medialny:
TVP
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:



Polityka kulturalna i system promocji kultury polskiej za granicą

Mariusz Dzięglewski

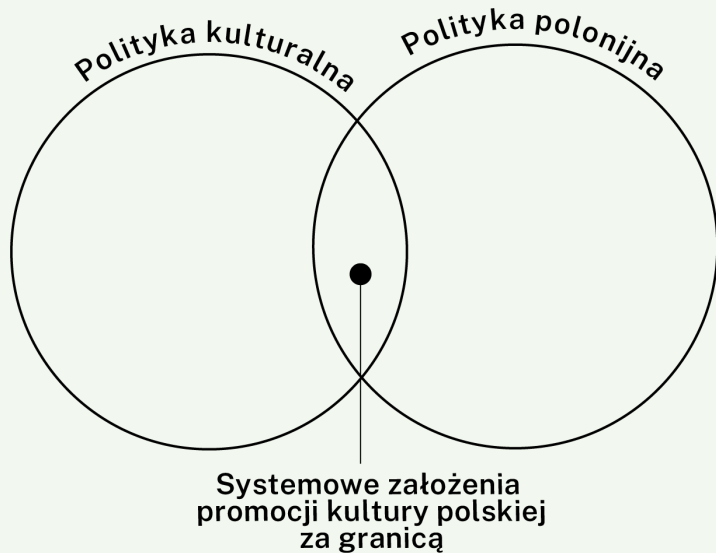
Polityka kulturalna w opini badanych

(...) nie ma żadnej polityki kulturalnej, żadnej polityki. A jaka ona powinna być? (...) Przede wszystkim powinna w ogóle być. Powinna być.

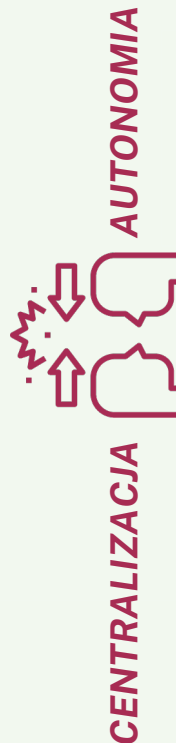
Jakakolwiek wizja przede wszystkim, jakakolwiek wizja, która nie zmienia się co dwa lata, bo zmienił się minister. Jest ciągłość. Jakakolwiek wizja.

*Co to znaczy dzisiaj kultura? Jakie może być zainteresowanie tą kulturą?
[NJ_R4].*

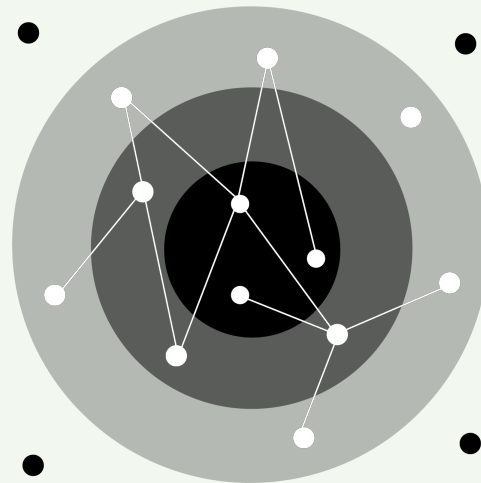
Na styku polityki kulturalnej i polonijnej



POLITYKA - instytucje i praktyki państwa



POLE ORGANIZACYJNE - powiązane ze sobą organizacje, które tworzą swoistą strukturę

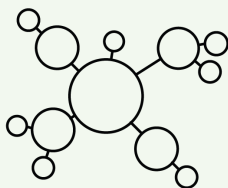


Metodologia



Krok 1

*Analiza treści dokumentów strategicznych
wyznaczających kierunki polityki kulturalnej
i polonijnej w zakresie promocji kultury*



Krok 2

*Odtworzenie struktury pola organizacyjnego
na podstawie dokumentów, analizy zawartości
stron internetowych i literatury*



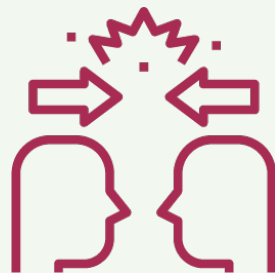
Krok 3

*Analiza procesu wdrażania założeń
systemowych w formie programów
ministerialnych*

Jak rozumiana jest kultura w dokumentach?

TREŚCI KULTUROWE

*Wartość sama w sobie,
nie podlegają logice promocji,
nie mogą być obiektem
konsumpcji*



PRODUKTY KULTURY

*Podlegają podobnej logice
co inne produkty, które
można promować, budować
ich markę i tożsamość*

Rozwój założeń systemowych

/ państwo mecenasem promocji
kultury w świecie

/ związek między promowaniem
kultury, wizerunkiem kraju i
rozwojem społeczno-gospod.

/powołanie kluczowych
instytucji

/opracowanie strategii promocji

/ założenia dotyczące marki
narodowej



Transformacja systemowa/
Przystąpienie do NATO/
Akcesja do UE

2004-2013/2020

Narodowa Strategia Rozwoju Kultury

1999:
List intencyjny
MKiS i MSZ

2001
Zagraniczna polityka
kulturalna Polski i jej
priorytety na lata 2001-2003

2004
Konceptcja Marki Polska
Wally Olinsa

2006
Narodowy Program
Operacyjny Kultury

2013
Kierunki promocji
Polski do 2015 roku

2016
Zasady komunikacji
marki Polska

2017
Kierunki promocji Polski
na lata 2017-2027

2018
Marka Polska –
konceptcja

Źródło: opracowanie własne

Rozwój założeń systemowych

Po/ca

/wspieranie Polonii w dostępie do kultury polskiej

/Polonia w roli pośrednika w upowszechnianiu kultury za granicą

/postulat budowania propolskiego lobby

/postulat rzetelnego budowania wizerunku Polski również poprzez kulturę



Źródło: opracowanie własne



*Migracja poakcesyjna
Nowe ośrodki polonijne*

Diagnoza systemu promocji kultury za granicą

NIK 2022, MKiDN 2009, NIK 2019

/ brak efektywnej współpracy międzyresortowej (rozproszenie kompetencji)

/ nieefektywne wykorzystanie środków

/ brak spójnej strategii przy jednoczesnym wzroście instytucji i działań

/ brak systemu zarządzania / znikoma spójność działań promocyjnych

/ niewielki budżet przeznaczony na promocję

/ brak baz wiedzy nt. możliwości promocji w poszczególnych krajach, dostępnych dla instytucji kultury

/brak badań nt. promocji kultury za granicą

Pole organizacyjne

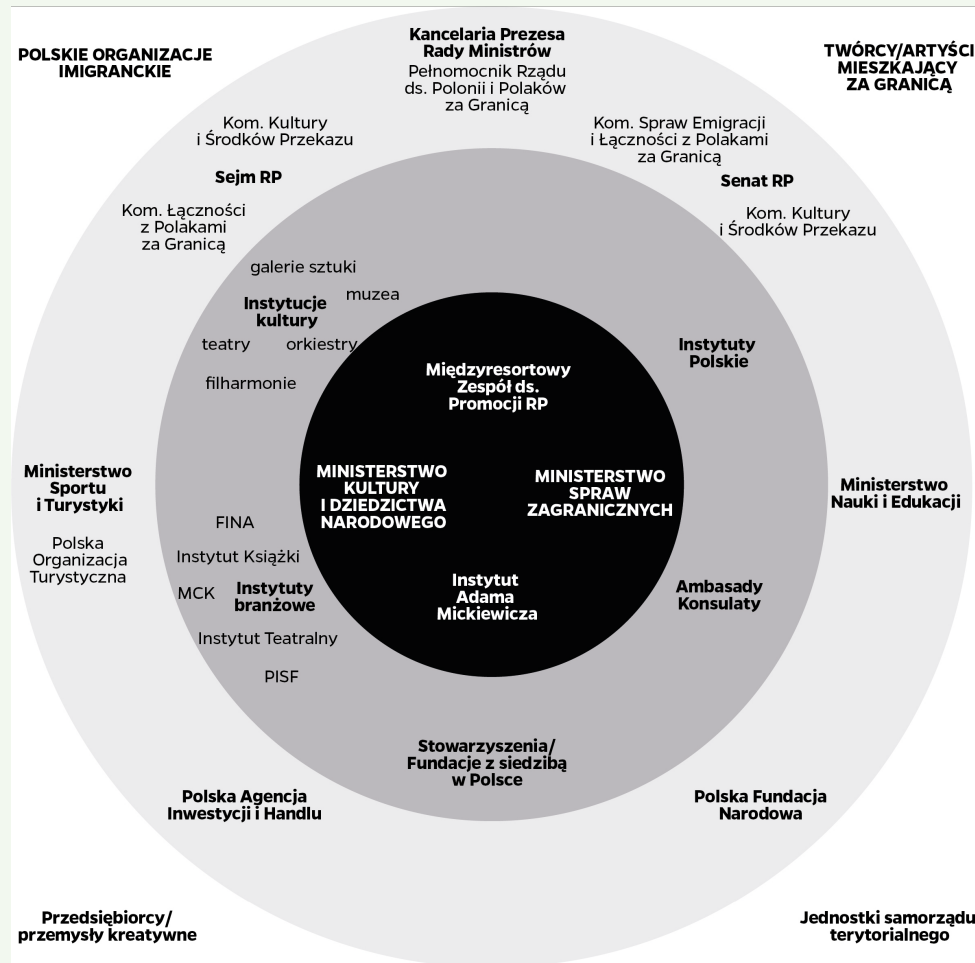
/MSZ: dyplomacja publiczna i kulturalna

/MKiDN: dedykowane ośrodki upowszechniania treści kulturowych za granicą

/Peryferia pola: twórcy polscy za granicą, polskie organizacje imigranckie, przedsiębiorcy



8



Źródło: opracowanie własne

Wdrażanie założeń systemowych

Programy grantowe:

/programy bezpośrednio ukierunkowane na promocję polskiej kultury za granicą bez względu na obszar kultury i sztuki (programy IAM, „Promocja kultury polskiej za granicą” MKiDN);

/programy bezpośrednio ukierunkowane na promocję określonego obszaru kultury: film (programy PISF) czy literatura (IK);

/programy ukierunkowane na inne niż promocja cele, ale umożliwiające realizację działań promocyjnych (pośrednio związane z promocją, np. „Współpraca z Polonią i Polakami za granicą”, MSZ).



Polska literatura na targach książki w Guadalajara/Meksyk, źródło: Instytut Książki, <https://www.instytutksiazki.pl>, dostęp: 25.11.2023

Wdrażanie założeń systemowych

Programy grantowe:

/wiele programów ukierunkowanych na przeszłość/dziedzictwo kulturowe

/kraje ważne ze względów geopolitycznych i kulturowych (priorytety polityki zagranicznej)

/realizacja projektów w krajach, gdzie obecność polskiej diaspory i infrastruktury polonijnej jest historycznie ugruntowana

/polskie organizacje imigranckie nie mają możliwości bezpośredniego skorzystania ze wsparcia

/twórcy polscy za granicą mają bardzo ograniczone możliwości dostępu do systemowego wsparcia

10



THE **EMOTIONALISTS**

ARTISTS GROUP
PRESENTS:
SCULPTURES & PAINTINGS:
LUBOMIR TOMASZEWSKI
PAINTINGS:
ALEKSANDRA K. NOWAK
JANUSZ SKOWRON
MARIA FUKS
ZBIGNIEW NOWOSADZKI
MAKSYMILIAN STARZEC
ARTUR SKOWRON
BEATA SZPURA
PHOTOGRAPHS:
JANEK HAUSBRANDT
MIECZYSLAW MIETKO RUDEK
WOJTEK KUBIK
TAPESTRY:
JOSEPHINE TOMASZEWSKA

EXHIBIT CURATOR: JANUSZ SKOWRON

NOVEMBER / DECEMBER 2023

CITIBANK, 836 MANHATTAN AVE, BROOKLYN, NEW YORK 11222
DESIGN ©MIETKO2023

Podsumowanie

1. *Dynamiczny wzrost zainteresowania decydentów promocją polskiej kultury za granicą jako filaru budowania wizerunku Polski*
2. *Zbudowanie instytucjonalnego zaplecza do realizacji działań w tym zakresie*
3. *Ograniczenia w założeniach polityk w obszarze promocji*
 - / brak jednej spójnej strategii promocji polskiej kultury za granicą*
 - / brak ciągłości w wyznaczaniu strategicznego kierunku działań*
 - / niedostatecznie jasne określenie miejsca i roli Polonii oraz artystów polskich za granicą w upowszechnianiu polskiej kultury*

Po/ca

mariusz.dzieglewski@up.krakow.pl
www.polca.up.krakow.pl

Institut Socjologii
Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

kbf:



Patron medialny:

POLONIA