

Promocja kultury polskiej za granicą

Osiągnięcia i wyzwania

Program konferencji

29 listopada 2023, Pałac Potockich, ul. Rynek 20, Kraków

10.00 – 10.15 Paulina Rojek-Adamek, Dyrektor Instytutu Socjologii UKEN, Oficjalne otwarcie konferencji

10.15 – 10.45 Popularyzacja kultury w dobie współczesnych wyzwań

Małgorzata Bogunia-Borowska (UJ), *Dziedzictwo kulturowe w akcji i narracji*

Tomasz Ferenc (UŁ), *Instytucje kultury i ludzie sztuki w czasie wojny. Kilka uwag na podstawie badań terenowych w Ukrainie*

Urszula Jarecka (IFiS PAN), *Kulturowa odmiennność versus uniwersalizm. Bariery popularyzacji kultury*

11.45-12.00 Przerwa kawowa

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

Mariusz Dziegłowski (UKEN), *Polityka kulturalna i system promocji kultury polskiej za granicą*

Grzegorz Dutka (UKEN), *Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą*

Damian Liszka (UKEN), *Narzędzia i materiały wspierające promocję kultury polskiej za granicą*

13.30-14.30 Przerwa obiadowa

14.30-16.00 Obecność polskiej kultury w globalnych miastach w Europie i Ameryki Północnej

Aldona Guzik, Paulina Rojek-Adamek (UKEN), *Doświadczenia i wyzwania w zakresie promocji polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych w Londynie*

Andrzej Dąbrowski, Radosław Marzęcki (UKEN), *Doświadczenia i wyzwania w zakresie promocji polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych w Berlinie*

Mariusz Dziegłowski (UKEN), Marcin Gońda (UŁ), *Specyfika instytucji i działań promujących polską kulturę w Nowym Jorku. Stan obecny i perspektywy*

16.00-16.15 Przerwa kawowa



Ministerstwo
Edukacji i Nauki



UNIwersytet
KOMISJI EDUKACJI
NARODOWEJ

kbf:

16.15-17.45 Panel dyskusyjny: *Co dalej z kulturą polską za granicą? Perspektywy*

Moderatorki:

Aldona Guzik

Paulina Rojek-Adamek

Uczestnicy panelu:

Svetlana Furman Caspar

Koproducentka/Produkcja Filmowa. Film Street

Klaudyna Droske

Radna, Ekspertka ds. Polonii/Parlament dzielnicowy w Berlinie-Reinickendorf

Katarzyna Jakubowiak

Rzeczniczka Prasowa/Krakowskie Biuro Festiwalowe

Radosław Marzęcki

Badacz/Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej

Marta Raczek- Karcz

Prezeska/Stowarzyszenie Międzynarodowe Triennale Grafiki w Krakowie

Marta Zielińska

Koordynatora programu promocji regionalnej/Departament Expo Osaka/ Polska Agencja Inwestycji i Handlu

17.45-18.00 Zakończenie/Podsumowanie konferencji



Ministerstwo
Edukacji i Nauki



UNIwersYTET
KOMISJI EDUKACJI
NARODOWEJ

kbf:

Abstrakty wystąpień

Małgorzata Bogunia-Borowska (UJ) *Dziedzictwo kulturowe w akcji i narracji*

Żyjemy w czasach zmian dynamicznych społecznych i kulturowych. Wiele procesów i zjawisk takich jak globalizacja, migracje, wojny, epidemie nie dzieją się w bezpiecznej oddali, ale dotykają nas bezpośrednio wpływając na życie i związane z nim decyzje. W takich niezwykle, ale i trudnych czasach odwołanie do tego, co stabilne, znane, oswojone wydaje się być naturalne. Ludzie, grupy społeczne i całe państwa szukają przestrzeni oraz idei, które zapewniają ontologiczne bezpieczeństwo, dają oparcie oraz poczucie zakotwiczenia w przewidywalnym świecie społeczno-kulturowym.

Dziedzictwo kulturowe może być remedium na współczesne lęki. Pozwala bowiem zrozumieć toczące się i powtarzalne procesy, wyjaśniać zjawiska poprzez opowieść o nich. Współczesny człowiek nie jest przygotowany na zagrożenia. Należy mu zatem przypomnieć i opowiedzieć o tych zdarzeniach, które wcześniejsze pokolenia już przeżyły. Kulturowe dziedzictwo w akcji i narracji jest istotne z powodu pamięci historycznej, ale także roli, jaką może odgrywać w oswojaniu i rozumieniu współczesnych zjawisk, procesów i fenomenów.

Andrzej Dąbrowski, Radosław Marzęcki, (UKEN) *Doświadczenia i wyzwania w zakresie promocji polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych w Berlinie*

Berlin jest znanym i znaczącym ośrodkiem kultury, pełnym muzeów, teatrów, kin, filharmonii, klubów oraz miejsc, w których artystom i jednostkom kreatywnym stwarza się przestrzeń do eksperymentowania i tworzenia nowych i nietypowych projektów. Tutaj istnieje silna tradycja aktywizmu kulturalnego, który ma na celu zaangażowanie artystów i kultury w kwestie społeczne i polityczne. Miasto to przyciąga ludzi z różnych zakątków Europy i świata. Tutaj działa też wiele podmiotów, instytucji i organizacji kulturalnych reprezentujących Polskę. Celem wystąpienia jest analiza praktyk promocji kultury polskiej w Berlinie. W trakcie prezentacji zostaną przedstawione kluczowe organizacje i inicjatywy zajmujące się promocją polskiego kina, teatru, literatury oraz sztuk wizualnych. Omówione zostaną zarówno instytucje rządowe, takie jak jednostki dyplomatyczne i Instytut Polski w Berlinie, jak też liczne inicjatywy oddolne. Na podstawie analizy danych z badań terenowych, w tym wywiadów i studiów przypadku, zostaną zaprezentowane wnioski, które stanowią punkt wyjścia do rozważań nad przyszłymi kierunkami działań promocyjnych związanych z kulturą polską w Berlinie.

Grzegorz Dutka (UKEN), *Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą*

Wystąpienie będzie stanowiło formę streszczenia wyników badań zawartych w raporcie „Praktyki podmiotów działających w kraju na rzecz promocji kultury polskiej za granicą”, zrealizowanych metodą desk research (portale internetowe) oraz przy pomocy wywiadów pogłębionych (przedstawiciele podmiotów promujących polską kulturę za granicą). Podczas wystąpienia zostanie przedstawiona ogólna metodologia badań, najważniejsze wnioski z badań zrealizowanych w kraju oraz towarzyszące im przemyślenia i refleksje, a także wypracowane w toku badań krajowych rekomendacje.



Mariusz Dzięglewski (UKEN) , *Polityka kulturalna i organizacja promocji kultury polskiej za granicą*

Jednym z ważniejszych problemów związanych z promocją kultury polskiej za granicą jest wizja, strategia i zaplecze instytucjonalne działań promocyjnych.

W okresie ostatnich dwudziestu lat na poziomie centralnym powstało szereg inicjatyw oraz dokumentów, które w mniej lub bardziej bezpośredni sposób wyznaczają cele i kierunki budowania marki narodowej poprzez kulturę. Dokumenty te powstające w różnych okresach nie zawsze są spójne, jednak ugruntowały organizacyjny układ w obszarze promocji kultury polskiej za granicą. Układ ten obejmuje między innymi takie ciała jak Międzyresortowy Zespół ds. Promocji Polski, Instytut Adama Mickiewicza, instytuty polskie czy instytuty branżowe. Struktura organizacyjna ma charakter hierarchiczny, obejmuje też mniejsze – regionalne podmioty, instytucje kultury, organizacje pozarządowe i przedsiębiorców. Celem wystąpienia jest prezentacja zawartych w dokumentach wytycznych w zakresie polityki kulturalnej państwa oraz wynikającej z niej organizacji działań promujących kulturę polską za granicą.

Mariusz Dzięglewski (UKEN), Marcin Gońda (UŁ), *Specyfika instytucji i działań promujących polską kulturę w Nowym Jorku. Stan obecny i perspektywy*

Celem wystąpienia jest przedstawienie specyfiki działań instytucji promujących polską kulturę w kontekście multi-etnicznej globalnej metropolii Nowego Jorku. Kontekst działalności w obszarze kultury w USA znacznie odbiega od Europejskich rozwiązań, chociażby w systemie subwencjonowania tej działalności. Podczas wystąpienia przedstawione zostaną kluczowe instytucje, oraz praktyki w zakresie promocji polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych w kontekście strukturalnym i instytucjonalnym. W ramach wystąpienia przedstawione zostaną kluczowe wyzwania, z którymi borykają się przedstawiciele zarówno instytucji rządowych (jednostki dyplomatyczne, Instytut Kultury Polskiej w Nowym Jorku) jak i oddolne organizacje w swojej działalności. Zaprezentowane wnioski wynikające z analizy danych zastanych i badań terenowych (wywiady, studia przypadku) posłużą jako punkt wyjścia do refleksji nad przyszłym kierunkiem działań promocyjnych w USA.

Tomasz Ferenc (UŁ), *Instytucje kultury i ludzie sztuki w czasie wojny. Kilka uwag na podstawie badań terenowych w Ukrainie*

Wojna, która toczy się za naszą wschodnią granicą, dotyka wszystkich aspektów funkcjonowania ukraińskiego państwa i życia społecznego w Ukrainie. Konflikt rozgrywa się w wymiarze militarnym, politycznym i ekonomicznym, ale także kulturowym. Działania rosyjskiego agresora skierowane są nie tylko przeciwko mieszkańcom Ukrainy oraz infrastrukturze gospodarczej państwa ale mają na celu likwidację tożsamości narodowej na okupowanych terenach. Wiele ukraińskich instytucji kultury zostało zniszczonych lub ograbionych, a te które nie znajdują się w pobliżu teatru działań wojennych musiały dostosować swoje funkcjonowanie do nowych warunków, zmienić strategię pracy i zabezpieczyć zbiory. Wiele z nich wciąż aktywnie działa, zajmując się między innymi promowaniem sztuki ukraińskiej, digitalizowaniem archiwów ale także organizowaniem wystaw i spotkań. Przedmiotem badań stały się lwowskie i kijowskie instytucje kultury (m.in. muzea, biblioteki, galerie, teatry, akademie sztuk pięknych) oraz ukraińscy artyści. Podczas gdy



osoby kierujące instytucjami skoncentrowane były na podlegających im placówkach, wielu artystów zaangażowało się w wolontariat. Ich działania przyjmowały różne formy, opierając się na zbudowanej przed wybuchem wojny sieci kontaktów, umiejętności szybkiego reagowania i zdolności do działania w sytuacji kryzysowych. Wystąpienie oparte zostanie na materiałach zgromadzonych podczas dwóch pobytów badawczych w Ukrainie w 2022 i 2023 roku.

Aldona Guzik, Paulina Rojek-Adamek (UKEN), *Doświadczenia i wyzwania w zakresie promocji polskiego filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych w Londynie*

Celem wystąpienia będzie omówienie najważniejszych wyników badań opisanych w raporcie „Promocja kultury polskiej w Berlinie, Londynie i Nowym Jorku”. Prezentacja dotyczyć będzie części analizy zrealizowanej w Londynie m.in. przy pomocy wywiadów pogłębionych z aktorami instytucjonalnymi

i pozainstytucjonalnymi zajmującymi się promocją polskiej kultury za granicą.

W niniejszym referacie chcemy zaprezentować sposoby ukazywania wybranych elementów kultury polskiej w zakresie filmu, teatru, literatury i sztuk wizualnych; sposobów komunikowania kluczowych jej wartości odbiorcy zagranicznemu, a także skutecznych sposobów docierania z przekazem do zróżnicowanej publiczności. Jednocześnie, opierając się na rekomendacjach pobrańcowych, chcemy zarysować potencjał do dalszych działań promocyjnych wynikający nie tylko z kulturowych zasobów, ale także platformy, której filarem może być społeczny kapitał oraz gotowość do współpracy zróżnicowanych podmiotów zajmujących się kulturą.

Urszula Jarecka (IFiS PAN), *Kulturowa odmiennność versus uniwersalizm. Bariery popularyzacji kultury*

Odmiennność kulturowa wydaje się być czymś naturalnym w społeczeństwach ludzkich niezależnie od terytorium czy epoki. Kolejne fale globalizacji w XX i XXI wieku przyniosły złudzenie wielokulturowości i przekształceń światowych zdających się zmierzać ku uwspólnieniu wielu kontekstów politycznych i kulturowych. A jednak doświadczenia pandemii, zamykając granice, ukazały słabość tego złudzenia. Podziały wyostrzyły się tylko, powróciły dawne wyzwania – uprzedzenia i nieufność – jakie towarzyszyły wymianie między kulturami. Piewcy jedności zapominali niejednokrotnie o toczących się w świecie wojnach, o konfliktach lokalnych, które przeczyły wizji jedności globalizującego się świata.

Tak wstępnie zarysowując tło wystąpienia pragnę zastanowić się nad warunkami sprzyjającymi akceptacji odmienności, a także nad barierami w popularyzacji własnej kultury wśród społeczności przyjmującej przybyszów. Bariery te pochodzą zarówno ze strukturalnych, oficjalnych źródeł w kraju przyjmującym, ale też wynikać mogą z lokalnej tradycji oraz z hermetyczności kultury grup przybywających. Pytania o uniwersalizm (a także imperializm) kulturowy, a także o mechanizmy generowania lęków międzykulturowych pojawiają się w tle tych rozważań.

Damian Liszka (UKEN), *Narzędzia i materiały wspierające promocję kultury polskiej za granicą*



Podczas wystąpienia omówione zostaną główne produkty, jakie powstały i powstaną w ramach projektu pn. „Opracowanie i upowszechnienie narzędzi wspierających promocję polskiej kultury za granicą”. Najważniejsze z nich to: przewodnik skutecznej promocji polskiej kultury, zestaw wskaźników służących ewaluacji działań z zakresu promocji polskiej kultury za granicą oraz portal internetowy. Prezentowane materiały i narzędzia wspierać mają podmioty zaangażowane w promocję polskiej literatury, filmu, teatru i sztuk wizualnych. Przedstawione zostaną również działania mające na celu upowszechnienie wypracowanych produktów szerszemu gronu odbiorców krajowych i zagranicznych.

