

Talenty wymagają pieniędzy

ROZMOWA Z PAWŁEM POTOROCZYNYM |
Dyrektor Instytutu Adama Mickiewicza o tym,
dlaczego nie jesteśmy potęgą kulturalną

2009 KONGRES
KULTURY

W: Czy dyplomacja kulturalna jest kosztowna?

PAWEŁ POTOROCZYNY: Tak, ale współczesna konkurencja między gospodarkami narodowymi nie rozgrywa się już wyłącznie w sferze kosztów pracy, kwalifikacji siły roboczej, porządnej infrastruktury. Pod tym względem kraje Europy będą się coraz mniej różnić od siebie. By więc skutecznie walczyć o dostęp do kapitału i technologii, poszczególne kraje zaczynają konkurować wizerunkiem, którego najbardziej efektywnym nośnikiem jest kultura.

Mówi pan rzeczy, z których politycy u nas nie zdają sobie sprawy.

Bo w Polsce dopiero rodzi się świadomość, że dyplomacja kulturalna jest inwestycją w gospodarczy rozwój. Tymczasem, jeśli zapytamy przedstawicieli elit opiniotwórczych na świecie, z czego znana jest Polska, wszyscy zgodnie odpowiadają, że z kul-

tury. Jesteśmy niemal automatycznie kojarzeni z kilkunastoma wielkimi fenomenami artystycznymi o światowym zasięgu. Warto też zauważyć, że w Europie dziesięć lat temu co 20. podróż motywowana była konsumpcją dóbr kultury, obecnie – co dziesiąta. To ogromne pieniądze. Rynek turystyki kulturalnej się podwoił, zaczynamy mieć coraz lepszych festiwal, ale nie mamy za co tego obwieścić milionom kulturalnych turystów.

Nawet gdy Ministerstwo Spraw Zagranicznych daje coraz więcej pieniędzy na dyplomację kulturalną?

W raporcie, jaki przygotowaliśmy na Kongres Kultury, liczby uzyskane od MSZ robią wrażenie, to dzięki tym środkom dokonał się jakościowy skok. MSZ wykazało dalekowzroczność co najmniej dziesięć lat temu, dlatego w kluczowych miejscach na świecie mamy misje kulturalne. W procentach tempo wzrostu wydaje się kolosalne,



«Paweł Potoroczyński prowadzi Instytut Adama Mickiewicza, opierając się na doświadczeniach zdobytych w Nowym Jorku i Londynie

gorzej w liczbach bezwzględnych. Wzrost nakładów przed kryzysem był również widoczny w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Jesteśmy jednak daleko w tyle w porównaniu na przykład z Hiszpaniami, którzy ze swojego kraju stworzyli światową potęgę kulturalną, zbudowali swoją markę na kulturze.

Do tego potrzebni są jednak zarówno twórcy, jak i menedżerowie.

W ostatnich 15 latach obserwujemy w Polsce prawdziwą erupcję talentów w różnych dziedzinach sztuki. To fenomen na europejską skalę. Jeśli chodzi o kadre profesjonalistów kultury, Instytut Adama Mickiewicza wspólnie z Collegium Civitas uruchomił studia w zakresie dyplomacji kulturalnej. W ciągu dziesięciu lat będziemy w stanie dostarczyć państwu profesjonalny korpus wyszkolonych urzędników.

Możemy czekać tak długo?

Jestem patologicznym optymistą, ale rzeczywiście

nie zostało wiele czasu. Termin „przemysł kultury” dotarł ze Stanów do Europy jakieś 15 – 20 lat temu, a jeśli pojawia się nowa dziedzina gospodarki, w ciągu najdalej dwóch dekad rynek zostaje podzielony przez największych graczy. To jest ekonomiczna prawidłowość. Na naszych oczach wart dziesiątki miliardów euro rynek przemysłów kultury jest dzielony przez Francuzów, Brytyjczyków, Niemców i Hiszpanów. Mamy najwyższe kilka lat, by do nich dołączyć.

Sądzi pan, że jest to w ogóle możliwe?

Nie zaczynamy od zera, wnetkliśmy nogę w uchylone drzwi, ale nie jesteśmy partnerem, z którym trzeba się liczyć. Zaslugujemy na miejsce w pierwszej piątce lub szóstce dostawców wysokiej jakości europejskiej kultury. Dlatego Instytut Adama Mickiewicza rozszerzył jej definicję o obszar dotąd zaniechane: staramy się być obecni nie tylko w poszczególnych dziedzinach sztuki, w naszej

strategii pojawiają się rock i alternatywa, gry komputerowe, komiksy, moda, grafika reklamowa, animacja, kuchnia, niektóre dyscypliny sportu.

Opowiada się pan za centralnym modelem zarządzania kulturą czy liczy na aktywność samorządów?

Trudno sobie wyobrazić poważny europejski kraj bez strategii kulturalnej, czyli bez silnego i zasobnego Ministerstwa Kultury. Ale minister nie wyręczy samorządów. Nie musimy adaptować modelu francuskiego czy niemieckiego, szukajmy własnego, bo tylko własny model może odpowiadać oryginalności kultury narodowej. Pewne strategie powinny być formułowane na poziomie państwa, wiąże się to choćby z polityką zagraniczną. Otwartą kwestią jest, jaką część tych zadań przejmą instytucje kultury zasilane i nadzorowane przez samorządy i duże miasta.

Czego oczekuje pan od krakowskiego kongresu?

Myślę, że sektor kultury, który generuje prawie 5 proc. PKB, ma prawo oczekiwać, iż usłyszy od najwyższych autoritetów w państwie, że kultura jest częścią ekonomii; inwestycją, a nie kosztem. Mam nadzieję, że w Krakowie pochowamy anachroniczny, czysto marksistowski podział na bazę i żerującą na niej nadbudowę. Sukcesem Kongresu byłoby, gdyby zainicjował zmiany legislacyjne, konkretne projekty nowelizacji kilku-nastu ustaw, które pozwolą działać w zgodzie z europejskimi standardami. Powinien uruchomić instynkt samozachowawczy i przestrzec donosnie, że przy nakładach na kulturę rzędu 0,5 proc. budżetu państwa grozi nam spadek do drugiej ligi. Cywilizacyjne minimum to 1 procent i potrzebny jest wiarygodny kalendarz doświadczeń z tej kwoty.

— rozmawiał Jacek Marczyński



Pełny tekst wywiadu
w wydaniu online

rp.pl/kultura