

Kamila PAWEŁCZYK
Mateusz DURA
Akademia im. Jana Długosza
w Częstochowie

Formy popularyzacji dziedzictwa narodu polskiego poza granicami kraju

Wiadomo, że znajomość dziejów dawnych i spraw tak domowych, jako i postronnych, u mędrców poczytana za matkę cnoty i mistrzynię życia, nie mniejsze jak filozofia rodzajowi ludzkiemu przynosi korzyści. Bo lubo filozofia naucza cnoty i drogę do niej wskazuje, silniejszym jednak historia staje się bodźcem do wielkich przedsięwzięć i czynów. Tamta zagrzewa tylko i pobudza do dzieła – ta dzieło już spełnione przedstawia, ukazując wszelakie przykłady męstwa, roztropności, powagi obyczajów, pobożności i wiary, i dozwalając je uważać jakby w zwierciadle i żywym obrazie ludzkiej ułomności. [...] Ona ludzkie, a zwłaszcza szlachetne serca zapala żądzą sławy nieśmiertelnej: miło jest bowiem obcować ze społeczeństwem przodków, uprzytomniać w pamięci dawnych mężów czyny i mowy i zastanawiać się z uwagą nad wielkimi dziełami¹.

Słowami tymi, ponad pięćset lat temu, rozpoczynał *Dzieje Polski* znakomity historyk, a także patron naszej uczelni – Jan Długosz. I dlatego właśnie od tego fragmentu chcielibyśmy rozpocząć nasze wystąpienie. Bo choć minęło kilka stuleci, odciskających swe piętno w burzliwych i zmiennych dziejach Narodu Polskiego, to przewodnia myśl pozostała ta sama. Myślą tą jest potrzeba zachowania tego, co Naród posiada najcenniejszego – pamięci o historii. Temu zaś w praktyce ma służyć zjawisko popularyzacji dziedzictwa Narodu Polskiego poza granicami kraju.

Wydaje się rzeczą słuszną, aby bardziej szczegółowe omówienie form popularyzacji rozpocząć do wyjaśnienia samego pojęcia popularyzacji, gdyż cele działalności popularyzatorskiej wynikają po części z definicji tego zjawiska.

¹ *Jana Długosza kanonika krakowskiego Dziejów Polski ksiąg dwanaście*, t. 1, przełożył K. Mecherzyński, Kraków 1867, s. II.

Słownik języka polskiego określa popularyzację jako „rozpowszechnianie, uprzystępnianie szerokiemu ogółowi nauki, sztuki, wiedzy o czymś”. Popularyzować to tyle co „rozpowszechniać określoną wiedzę wśród szerokich kręgów społeczeństwa; wyklądać lub publikować coś w formie przystępnej, zrozumiałej dla niespecjalistów”². Na podstawie przytoczonych wyżej określeń leksykograficznych przyjąć należy, że popularyzacja bezpośrednio łączy się z udostępnianiem i upowszechnianiem. Co więcej – z definicji wynika, że naczelną zasadą popularyzacji powinno być działanie w sposób przystępny i atrakcyjny. Zrozumiałość przekazu bowiem w znacznym stopniu gwarantuje skuteczny przebieg aktu komunikacyjnego oraz zapewnia ciągłość i kompletność kontaktu z odbiorcą³. Warto jednak podkreślić, iż popularyzacja ma nie tylko w sposób łatwy udostępniać wiedzę. Ma ona również zapoznawać z pewnymi prawdami naukowymi, a także uczyć szacunku dla zdobywczej myśli człowieka⁴.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że udostępnianie sprowadza się do czynności przekazywania społeczeństwu określonych treści z zakresu wiedzy, techniki, sztuki. Czyni się to w rozmaity sposób: słowem żywym i drukowanym, za pomocą obrazu, środków masowych czy Internetu. Jest to niejako proces na rzecz fizycznego zetknięcia ludzi (odbiorców), przez odpowiednio dobranych, fachowych popularyzatorów, z określonymi treściami w oryginale lub – jak w przypadku sztuki – z dobrą reprodukcją. Proces ten realizuje się przez urządzenie odczytów, wykładów popularnych, publikowanie książek i czasopism (w dużych nakładach), emitowanie treści w radiu i telewizji w postaci przystępnych audycji, urządzenie wystaw i ekspozycji, organizowanie urozmaiconych koncertów o pomysłowym programie oraz analogicznych form popularyzacji filmu oświatowego, naukowego i dokumentalnego. Natomiast uprzystępnianie polega na dostosowaniu form i metod popularyzacji do poziomu wykształcenia ludzi uczestniczących w tym procesie oraz zadbanie o to, by popularyzowane trudne sprawy stały się dla odbiorców jasne i zrozumiałe. Najczęściej działanie uprzystępniające realizuje się przez żywe słowo (pogadanka, konferansjerka, objaśnienia, wyjaśnienia i in.)⁵.

We wszystkich tych postaciach upowszechnianie jest koniecznym zabiegiem budowania podstaw pod miejsce nauki w społeczeństwie. Upowszechnianie daje ogółowi wyobrażenie o tym, co robią placówki i na czym polegają badania pro-

² *Nowy słownik języka polskiego*, red. E. Sobal, Warszawa 2002, s. 716.

³ B. Cyboran, *Nauczyciele akademicki a popularyzacja wiedzy*, Kraków 2008, s. 23.

⁴ *Popularyzacja wiedzy. Prospekt*, red. S. Tazbir, Katowice 1946, s. 11.

⁵ *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 4, red. T. Pilch, Warszawa 2005, s. 684–685.

wadzone przez ich pracowników, jak ważne są te badania dla różnych grup społecznych, co te badania dają dla zrozumienia otaczającego nas świata⁶.

Podjęcie jakiegokolwiek polityki upowszechniania dziedzictwa narodu wśród Polonii, rozsianej po całym świecie, jest niemożliwe bez odpowiedzi na podstawowe pytanie. Po pierwsze: po co upowszechniać historię Polski i Polaków, polską kulturę, czy chociażby język narodowy? Odpowiedzi na tak postawione pytanie jest kilka:

- przede wszystkim taka działalność podkreśla potrzebę przezwycięzania poczucia wyobcowania u jednostki funkcjonującej poza granicami Ojczyzny⁷;
- z powyższego stwierdzenia wynika również dążenie do pełniejszego rozwoju osobowości, gdyż pełniejsze zrozumienie dziejów swojego Narodu, swoich korzeni, oznacza zwiększenie samoświadomości;
- tak szeroko rozumiane upowszechnianie zmierza do stałego dostarczania społeczeństwu wiedzy o Polsce i Polakach, a także o tym, co współcześnie dzieje się w kraju⁸;
- ważnym argumentem jest także pobudzenie i rozszerzenie uczestnictwa Polonii w możliwie najszerszym bogactwie przejawów życia kulturalnego oraz rozszerzenie kompetencji kulturowych i naukowych członków danej społeczności, tak aby mogli być autentycznymi podmiotami kultury⁹;
- upowszechnianie wiedzy i nauki jest zatem działaniem kulturotwórczym, w dziedzinie edukacji narodowej jednym z najważniejszych¹⁰. Chodzi tu także o zapoznanie jak największej ilości ludzi z wytworami i działaniami artystycznymi Polaków. Działalność kulturalna jest tu zatem środkiem, sposobem upowszechniania kultury¹¹. Popularyzacja powinna także tworzyć podstawy przygotowania do udziału w twórczym rozwoju kulturalnego dziedzictwa narodu, pomnażaniu wartości kultury, rozwijaniu własnych zdolności do uczestnictwa w niej¹²;
- to kultura, jaką człowiek zastaje czy też otrzymuje w swoim dziedzictwie, wywiera decydujący wpływ na ukształtowanie jego osobowości. Jest ona

⁶ J. Szczepański, *Nauka i jej upowszechnianie w procesie przebudowy ustroju*, „Nauka Polska” 1992, nr 1/2, s. 50.

⁷ B. Cyboran, *Nauczyciele akademicki...*, s. 18.

⁸ T. Aleksander, *Formy i treści upowszechniania nauki*, „Oświata Dorosłych” 1982, nr 9, s. 321.

⁹ D. Jankowski, *Zróżnicowane zrozumienie upowszechniania kultury i jego współczesna wykładnia*, [w:] *Współczesne dylematy upowszechniania kultury. Konferencja naukowa w Lublinie 4–5 grudnia 1990 r. Zbiór materiałów*, red. J. Gajda, Lublin 1991, s. 28.

¹⁰ G. Labuda, *Nauka, nauczanie, upowszechnianie nauki*, Warszawa 1998, s. 20.

¹¹ J. Grad, U. Kaczmarek, *Organizacja i upowszechnianie kultury w Polsce. Zmiany modelu*, Poznań 1996, s. 18–19.

¹² J. Półturzycki, *Dydaktyczne podstawy popularyzacji*, [w:] *Teoria i praktyka upowszechniania wiedzy*, red. W. Okoń, Warszawa 1979, s. 135.

- bowiem „jego światem”. I w zależności od jakości owego świata, od warunków społeczno-historycznych i bytowych, od sposobu oraz możliwości korzystania z osiągnięć cywilizacji, od jakości sztuki, nauki, od panujących systemów filozoficznych i religijnych zależy owa „jakość” człowieka;
- te same elementy kultury, jeśli towarzyszy im świadomość narodowa, kształtują poczucie tożsamości narodowej. Zwracamy uwagę na naród jako podstawowy rodzaj wspólnoty ludzkiej, a nie na państwo. Współcześnie bowiem prawie nie ma państw jednolitych narodowościowo ani narodu żyjącego w ramach jednego państwa¹³;
 - szansę pełnienia przez media pozytywnych funkcji wzorotwórczych dają: propagowanie określonych stylów godziwego życia, lansowanie godnych upowszechniania wzorów postępowania i zachowania, dostarczanie sugestywnych przykładów z życia innych ludzi¹⁴;
 - „działalność ta jest nastawiona na tworzenie okazji do przejawiania tych rodzajów aktywności życiowej, z których ludzie bezpośrednio czerpać mogą radość, a dopiero pośrednio nabywać pożądane cnoty i dostarczać im pożądane wartości”¹⁵. W tym sensie upowszechnianie własnej historii jest nie tylko upowszechnianiem wyników, osiągniętych w toku poznawania rzeczywistości, ale w coraz większym stopniu kształtowaniem określonego typu istnienia, określonego stylu życia.

Należy w tym miejscu jeszcze raz podkreślić znaczenie każdej kultury jako formy ekspresji narodu, afirmacji tożsamości kulturalnej w wyzwaniu narodów i przeciwstawiania się wszelkim formom dominacji powodującym zaprzeczenie lub osłabienie tej tożsamości czy stymulującą rolę tożsamości kulturalnej w rozwoju każdego narodu przez sięganie do rodzimej tradycji i elementów z zewnątrz, ale możliwym do pogodzenia ze swoim charakterem.

Można, to pewne, przytoczyć jeszcze wiele argumentów, dla których nam – Polakom, potrzeba i przystoi eksponować narodowe „gesta”. Jesteśmy średnim narodem w Europie, to jest na kontynencie, który dziś już nie znaczy tyle w skali światowej, co jeszcze chociażby w XX wieku. Jeśli sami nie będziemy kulturowali wiedzy o własnych zasługach i osiągnięciach, to kto nas w ogóle zauważy w świecie?

Nikt nie wątpi w konieczność upowszechniania wiedzy, nauki czy kultury, ponieważ w ten sposób tworzy się fundament rozwoju i postępu ludzkości. Za-

¹³ J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2003, s. 45.

¹⁴ Tamże, s. 43.

¹⁵ D. Jankowski, K. Przyszczypkowski, J. Skrzypczak, *Podstawy edukacji dorosłych – zarys problematyki*, Poznań 1999, s. 53.

daniem otwartym jest zawsze pytanie: „Jak powinno się to robić?”. Jest to pytanie szczególnie ważne, tym bardziej że uprzystępnianie szerokiego ogółowi dorobku narodowego jest działaniem skierowanym na konkretnych odbiorców, których potrzeby dopiero wyznaczają cel i treść, ale też formę i efektywność akcji popularyzatorskiej.

W Polsce pierwsze hasła udostępniania i uprzystępniania dorobku nauki społeczeństwu pojawiły się w epoce oświecenia (szczególnie w dobie Komisji Edukacji Narodowej), a dzieje upowszechniania wiedzy są nierozłącznie związane z dziejami edukacji dorosłych. Wzmoczony rozwój tego zjawiska można łączyć z okresem zaborów i przemianami społeczno-gospodarczymi oraz narodowowyzwoleńczymi. W tym okresie nastąpił gwałtowny rozwój społecznej działalności oświatowej, z którą są związane tradycje działalności popularyzatorskiej.

Za pierwszych orędowników działań popularyzatorskich uznaje się encyklopedystów francuskich oraz członków Królewskiego Towarzystwa Naukowego w Londynie, gdzie od połowy XVII w. prowadzono wykłady popularnonaukowe dla publiczności. Początkowo było to traktowane jako „niesienie kaganka oświaty” do ludzi z elementarnym wykształceniem, by następnie przyjąć formułę działań, popularyzacja funkcjonowała na poziomie elementarnym. Z czasem, w miarę wzrostu zapotrzebowania na kulturę i podnoszenie się poziomu wykształcenia, zaistniała potrzeba popularyzacji wiedzy nie tylko wśród najniżej wykształconych, ale także wśród ludzi z nieco wyższym wykształceniem (inżynierów, urzędników).

Od połowy XIX w. w historycznym rozwoju popularyzacji europejskiej można wyróżnić kilka wydarzeń, które w znaczącym stopniu stymulowały tę działalność. Pierwsze to rozwój drukarstwa jako potężnej gałęzi przemysłu oraz pojawienie się masowych, wielonakładowych, szybko drukowanych i tanich wydawnictw prasy popularnej, poradników gospodarczych, magazynów ilustrowanych, encyklopedii i leksykonów. Drugi to podniesienie się poziomu oświaty mierzone m.in. rozwojem szkolnictwa elementarnego i upowszechnianiem się sztuki czytania i pisania. Znaczącym krokiem w tym zakresie było wprowadzanie w poszczególnych państwach przymusu szkolnego. Początek temu procesowi dały wprawdzie Prusy Fryderyka II już w 1763 r., ale większość krajów europejskich wprowadziła obowiązek szkolny dopiero w XIX w.¹⁶ Przystwojenie dzięki temu sztuki czytania i pisanie oraz uzyskanie elementarnej wiedzy i sprawności umysłowych przygotowały ludność różnych krajów do czytania czasopism i wydawnictw popularnych.

¹⁶ Księstwo Warszawskie – 1808, Dania – 1814, Szwecja – 1842, Austria – 1869, Anglia – 1870, Francja – 1871. Nie pozostawały w tyle za Europą Stany Zjednoczone, gdzie obowiązek szkolny wprowadzono w 1858 r.

Kolejną zmianą sprzyjającą działalności popularyzatorskiej stały się ruchy społeczne końca XIX i pierwszej połowy XX w. Tworem tych ruchów były liczne (szczególnie końca XIX i z początku XX w.) stowarzyszenia oświatowe i kultury oraz tworzony przez nie ruch powoływania nowych czasopism (w tym i popularnonaukowych), zakładanie bibliotek i czytelni publicznych, uniwersytetów ludowych i powszechnych, domów ludowych, robotniczych i narodowych o bogatym programie oświatowym (organizowanie akcji odczytowej i wykładów popularnych)¹⁷.

Pojęcie upowszechniania wiedzy ewaluowało zatem wraz z rozwojem społeczeństw. Te formy uczestnictwa w kulturze przetrwały wieki, a nawet niekiedy do czasów dzisiejszych¹⁸.

Obecnie można mówić o dwóch rodzajach krzewicieli wiedzy: popularyzatorach, którzy upowszechniają informacje naukowe i usiłują budzić zainteresowania teoretyczne u ludzi czynnie uczestniczących w zorganizowanym społeczeństwie, i nauczycielach, którzy przekazują wiedzę młodzieży podczas ogólnego procesu wychowawczego celem przygotowania jej do przyszłego uczestnictwa w tym społeczeństwie.

Popularyzator wiedzy teoretycznej ma dość trudne zadanie, musi bowiem zwracać się do ludzi o już ustalonych zasadniczych zainteresowaniach życiowych, głównie praktycznych. Ludzie ci, jeśli już odczuwają potrzebę poszerzenia swego zasobu wiedzy, chcą wiedzy użytecznej, jaką mają do zaoferowania technologowie i mędrcy. Popularyzator nie jest w stanie zmienić tych zainteresowań, gdyż jego kontakty z tymi ludźmi (bezpośrednie lub za pośrednictwem pisma) nie są na tyle bliskie i częste, by wyrzeć głębszy wpływ osobisty; nie rozporządza też żadnymi potężnymi narzędziami, które pozwoliłyby odmienić życie tych ludzi. Może on ukazywać im głębsze teoretyczne implikacje naprawdę dla nich pożądanymi wiadomościami: tak postępują często popularyzatorzy fizyki, chemii, biologii, psychologii, socjologii i ekonomii politycznej¹⁹.

Popularyzacja dziedzictwa Narodu Polskiego poza granicami kraju dokonuje się za sprawą działania licznych systemów komunikowania. Dla pełniejszego przeanalizowania tego ogromnego obszaru oddziaływań popularyzatorskich istotne wydaje się konkretne wyodrębnienie tych właśnie działań. W literaturze przedmiotu proponuje się cztery podstawowe rodzaje popularyzacji ze względu na stosowane środki przekazu, a mianowicie:

— żywe słowo,

¹⁷ *Encyklopedia...*, s. 685.

¹⁸ J. Kargul, *Od upowszechniania kultury do animacji kulturalnej*, Toruń 1996, s. 7.

¹⁹ F. Znaniecki, *Spoleczne role uczonych*, Warszawa 1984, s. 430.

- druk,
- ogląd,
- działanie²⁰.

Tradycyjnym środkiem bezpośredniego komunikowania, czyli właśnie owego „żywego słowa”, jest odczyt, pogadanka, wykład. Można podzielić je (biorąc pod uwagę względy organizacyjne) na dwie grupy:

- cykliczne – czyli takie, które dotyczą kilku prelekcji poświęconych jednej tematyce,
- niecykliczne – treść takich wykładów jest za każdym razem inna²¹.

Wykłady prezentują na ogół wyższy poziom wiedzy, często związane są ze stałym zespołem słuchaczy i ujmowane zazwyczaj w systematyczne cykle. W przeciwieństwie do wykładów odczyty publiczne mają charakter doraźny, okolicznościowy, poświęcone są często wybranym zagadnieniom wiedzy i połączone z programem literacko-artystycznym, tematycznie związanym z problematyką wygłaszanego odczytu. Pogadanki zaś przeznacza się dla słuchaczy o niższym poziomie wykształcenia ogólnego, odwołują się one do konkretnych faktów, zjawisk i doświadczeń²².

Forma ta, szczególnie popularna w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych ubiegłego stulecia, nadal nie traci na znaczeniu. Obecnie działalność taką preferują wyspecjalizowane w tej dziedzinie instytucje. Jako przykład placówki, która prowadzi szeroko zakrojoną akcję wykładową, zaproponowaliśmy **Polski Instytut Naukowy w Kanadzie**.

W tej grupie odnaleźć można także organizowane przez instytucje i stowarzyszenia spotkania z rzeczoznawcami, tj. przedstawicielami nauki, kultury, sztuki czy też po prostu wybitnymi znawcami określonej dziedziny. W odróżnieniu od analogicznych imprez o charakterze czysto artystycznym, treścią takich spotkań jest przekazanie informacji o przedmiocie i warsztacie codziennej pracy²³.

Kolejny rodzaj działań popularyzatorskich opiera się na słowie pisanym – na druku. Jest to pojęcie bardzo szerokie, w którym mieszczą się zarówno różnego typu publikacje, artykuły, hasła w słownikach, encyklopediach, jak też druki mniejszego formatu, jak chociażby ulotki, własne biuletyny, przewodniki po zasobach czy katalogi zbiorów. Warto także zwrócić tu uwagę na samą działalność biblioteczną, która daje wiele sposobności działalności upowszechniającej. Bardzo interesującym źródłem informacji o działalności poszczególnych polskich

²⁰ B. Cyboran, *Nauczyciele akademicy...*, s. 21.

²¹ T. Aleksander, *Formy i treści...*, s. 524.

²² J. Potoczny, *Oświata dorosłych i popularyzacja wiedzy w plebejskich środowiskach Galicji do- by konstytucyjnej (1867–1918)*, Rzeszów 1998, s. 233.

²³ T. Aleksander, *Formy i treści...*, s. 524.

instytucji jest także prasa zagraniczna, nie mówiąc już o polskich czasopismach, publikujących np. sprawozdania z działalności poszczególnych instytucji. Jak szeroko jest rozpowszechniony ten typ działalności popularyzatorskiej przedstawimy na przykładzie **Instytutu Polskiego w Ameryce**, **Studium Polski Podziemnej**, **Instytutu Józefa Piłsudskiego w Ameryce**, **Papieskiego Instytutu Studiów Kościelnych**.

W chwili obecnej podstawowym instrumentem upowszechniania są jednak metody komunikacji audiowizualnej, zapewniającej maksymalnie szeroki odbiór. Docierają one bowiem do najszerszego grona odbiorców, mają zaletę wzbudzania zainteresowania i komunikowania istotnych treści odbiorcom. Szczególnie zainteresowały nas strony internetowe **Muzeum Polskiego w Rapperswilu** oraz **Instytutu im. Józefa Piłsudskiego w Ameryce**. Wspólnie z Naczelną Dyрекcją Archiwów Państwowych Instytut Józefa Piłsudskiego w Ameryce podjął realizowany już w Polsce projekt mający na celu konserwację i zmikrofilmowanie jednej z najcenniejszych swoich kolekcji – Powstania Śląskie. Transport archiwaliów organizuje Konsulat Generalny RP w Nowym Jorku. Zabezpieczenie tej ważnej dla kultury polskiej kolekcji jest priorytetem Instytutu i NDAP. Projekt ten jest współfinansowany przez województwo śląskie²⁴.

Termin media oznacza przedmioty, środki, przekazniki, instytucje przekazu informacji i komunikowania, takie jak: radio, telewizja, filmy, komputery, Internet, a także gazety, czasopisma, plakaty, książki, płyty, kasety, dyski wraz z urządzeniami do ich odtwarzania. Wspólną cechą tych wszystkich obiektów (materiałów, urządzeń i instytucji) jest to, że przekazują one informacje w formie komunikatu, a także umożliwiają zdobywanie informacji i porozumiewanie się. Tak więc media stanowią łącznik między człowiekiem a kulturą oraz są narzędziami komunikowania się ludzi. Media pośredniczą między człowiekiem a wszystkim, co jest poza zakresem jego bezpośredniego oglądu i doświadczenia²⁵. Radio i telewizja, we wszystkich prawie krajach od początku rozpowszechniania się ich sieci otwartej, zajmowały się popularyzacją wiedzy. Wynikało to z obowiązku nakładanego przez rządy w licencjach nadawanych towarzystwom radiowym (telewizyjnym). Z reguły bywały one zobowiązane do przeznaczania pewnej ilości czasu na audycje oświatowe i informację, z czego na ogół wywiązywały się starannie, mimo że głównym ich celem było szerzenie kultury rozrywki.

²⁴ *Katalog zbiorów Instytutu Piłsudskiego*, druk Instytutu im. Józefa Piłsudskiego w Ameryce, Nowy Jork 2008, s. 9.

²⁵ S. Juszczyk, *Edukacja na odległość. Kodyfikacja pojęć, reguł i procesów*, Toruń 2002, s. 24.

Dzięki audycjom oświatowym radia i telewizji wiele zmieniło się w codziennym życiu ich odbiorców, zwłaszcza żyjących na najniższym poziomie cywilizacyjnym. By zintensyfikować funkcje edukacyjne radia i telewizji, realizowana w nich popularyzacja wiedzy, techniki i sztuki była wspierana przez publikowanie drukiem tekstów audycji popularnych. W przypadku telewizji do tej działalności wykorzystywano także film: głównie oświatowy, naukowy i dokumentalny²⁶.

Głównym celem popularyzacji jest – mówiąc najogólniej – szerzenie wiedzy. W praktyce, zwłaszcza w przypadku popularyzacji medialnej, sprowadza się to najczęściej do informowania społeczeństwa o najnowszych osiągnięciach naukowych, zwłaszcza o odkryciach. Jednocześnie jednak celem popularyzacji winno być coś więcej, a mianowicie szeroko rozumiana edukacja, czyli – używając języka polityków – wkład w tworzenie społeczeństwa oświeconego²⁷.

Sądźmy, że przed popularyzatorami stoi wielkie zadanie wypracowania i stosowania nowych, tzw. interaktywnych form popularyzacji, których istota polega na tym, że umożliwiając lub wręcz wymuszając aktywny udział „odbiorcy” w procesie popularyzacji, spełniają jednocześnie dwa cele: informacyjny i edukacyjny. Wielkie możliwości w tym względzie wiążą się z powszechnością dostępu do komputerów, a zwłaszcza do Internetu²⁸.

Edukacja dzięki Internetowi uzyskała nowy wymiar. Na niebywałą dotąd skalę został umożliwiony dostęp do nieprzebranych zasobów informacji, a także narzędzi ułatwiających poszukiwanie określonych danych²⁹.

Atrakcyjną i lubianą przez publiczność formą popularyzacji wiedzy, techniki i sztuki staje się dzisiaj krzewienie ich przez ogląd. Realizuje się ono przez organizowanie wystaw (stałych, zmiennych, objazdowych) w muzeach (artystycznych, archeologicznych, historycznych, biograficznych, martyrologicznych, przyrodniczych, techniki i in.), galeriach i salonach sztuki, biurach wystaw artystycznych, domach i ośrodkach kultury oraz innych. Urządzane tam wystawy stwarzają okazję do przeglądowego poznania różnych zjawisk sztuki, historii, techniki, przyrody itp. Taką samą funkcję pełnią stale rozwijane wspólnie we wszystkich krajach wystawy książek – domena działalności wydawnictw, bibliotek i towarzystw miłośników książki.

Ze względu na eksponowanie na nich autentycznych współczesnych wytworów myśli i rąk ludzkich mają one ogromne znaczenie w popularyzacji osiągnięć

²⁶ *Encyklopedia...*, s. 688.

²⁷ J. Smak, *O celach i problemach popularyzacji*, [w:] *Medializacja nauki*, red. H. Samsonowicz i in., Warszawa 2004, s. 40.

²⁸ Tamże, s. 43.

²⁹ J. Gajda, *Media w edukacji...*, s. 142.

współczesnej techniki i sztuki użytkowej³⁰. Działalność taką zobrazowaliśmy na przykładzie **Fundacji «Archivum Helveto – Polonicum»**, **Instytutu Polskiego w Pradze**, **Instytutu Polskiego w Bukareszcie**, a także **Instytutu Polskiego w Berlinie**.

Przez upowszechnianie kultury w tym opracowaniu rozumiemy intencjonalnie organizowane oddziaływania służące kształtowaniu, rozwijaniu potrzeb i zainteresowań kulturalnych oraz stymulowaniu i wspomaganie jednostek i małych grup społecznych do rozwijania swojej aktywności kulturalnej³¹.

W urzędowej nomenklaturze sposoby i środki upowszechniania kultury, inaczej formy upowszechniania kultury (działalności kulturalnej), nazywa się po prostu kulturą. Wedle tego ujęcia kulturę stanowi „[...] ogół określonego rodzaju przedsięwzięć: wieczorów autorskich, wycieczek krajoznawczych połączonych ewentualnie ze zwiedzaniem muzeów czy zabytków architektonicznych, konkursów czytelniczych, festiwali folklorystycznych itp. – dalej – jako działalność różnego typu zespołów amatorskich: śpiewaczych, tanecznych, teatralnych itd.”³²

Uzasadniając wybór tematu i jego ujęcie chcielibyśmy podkreślić, że popularyzacja stanowi niezwykle istotny obszar działalności wielu polskich instytucji funkcjonujących poza krajem. Tym bardziej docenić należy wszystkie tego rodzaju przedsięwzięcia. Należy bowiem zawsze pamiętać, że tożsamość narodu widziana jest jako siła motoryczna, dzięki której może on trwać i tworzyć siebie. Oznacza ona świadomość przeszłości, a także wspólne przeżywanie teraźniejszości i chęć budowy na niej przyszłości. Tożsamość narodowa związana jest z historią, językiem i czynnikiem psychologicznym³³.

³⁰ *Encyklopedia...*, s. 689.

³¹ J. Kargul, *Od upowszechniania kultury...*, s. 7.

³² J. Kmita, *Edukacja i kultura*, Warszawa 1982, s. 5–6.

³³ J. Gajda, *Media w edukacji...*, s. 52.