

Paweł Płoski

**Program działania
Muzeum Karykatury
im. Eryka Lipińskiego
na lata 2022–2026**

Zarys strategii rozwoju i/lub restrukturyzacji instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju działalności w siedzibie głównej Muzeum oraz w pracowni Zbigniewa Lengrena;

W tekście programu będę używał skrótowca MUKA zamiast pełniejszej nazwy Muzeum.

MISJA

Poczucie humoru jest wartością życia społecznego i kulturalnego.

WIZJA

Muzeum Karykatury im. Eryka Lipińskiego jako miejsce upowszechniające to, co najlepsze w dziejach kultury popularnej oraz wskazujące najwartościowsze zjawiska we współczesnej popkulturze w zakresie karykatury, satyry, komiksu.

CELE STRATEGICZNE

Młody gość! Otworzyć MUKA na młodszą widownię. Wprowadzić do programu muzeum wystawy adresowane do dzieci. Stworzyć w „Lengrenówce” centrum edukacji dla dzieci i młodzieży w celu podtrzymania kulturowego znaczenia humoru .

Żywe dziedzictwo! Prowadzić badania związane z dziejami karykatury i rysunku satyrycznego oraz działania wystawiennicze i edukacyjne mające na celu aktualizację owego dziedzictwa.

Oko na współczesność! Otworzyć przestrzeń MUKA na wystawy twórczyń i twórców debiutujących w XXI wieku. Sięgać po twórczość publikowaną w internecie.

Otwarte zbiory! Otworzyć zbiory MUKA dla szerszego grona użytkowników poprzez stworzenie archiwum on-line. Ułatwić dostęp do zbiorów badaczom oraz – ze względów komercyjnych – czasopismom i wydawnictwom.

Szczegółowy opis programu działalności Muzeum z uwzględnieniem różnych sfer jego działalności;

Program wystaw powinien balansować między eksploracją zbiorów Muzeum Karykatury im. Eryka Lipińskiego a reakcją na współczesne zjawiska. Poniżej przedstawiam możliwe kierunki działań, które w pierwszej kolejności należy wypracować z zespołem MUKA.

Poniżej podaję przykładowe nazwiska możliwych bohaterów wystaw i współpracowników, których kompetencje pomogłyby zespołowi Muzeum realizować program.

Propozycje wystaw:

Letnie wystawy dla dzieci. Wystawy powinny uwzględniać potrzeby młodszej widowni. W scenografii ekspozycji powinny znaleźć się elementy do zabawy, interaktywne, nawiązujące do placu zabaw.

- Twórczość Tomasza Samojlika (*Ryjówka przeznaczenia*)
- *Co robi nasz Bobik?* (Jerzy Flisak)
- *Pan Hipopo* (Janusz Juriewicz)
- Twórczość Tadeusza Baranowskiego (*Skąd się bierze woda sodowa?*)
- *Kajko i Kokosz* (Janusz Christa)
- *Gąska Balbinka* Anna Hoffmann, Maria Terlikowska
- *Koziołek Matołek, Małpka Fiki-Miki* (Marian Walentynowicz i Kornel Makuszyński)

Cykl wystaw indywidualnych „Pokolenie Internetu”. Poniżej przedstawiam przykłady. Wystawy mogą reagować także na bieżące internetowe trendy.

- *Początki* (Roar, Pvek, Endo itp.)
- *Bohater* (Małgorzata Halber)
- *Jakub Dembski* (Dem)
- *Zapisz obrazek jako ahgsfds*
- *Naprawdę Nieśmieszne Rysunki*
- *Życie na kreskę* (Marta Zabłocka)
- *Smutne historie spisane na kacu i tanim papierze*
- *Melon*
- *Marta Frej*

Cykl „Klasyki humoru”

- Jan Lenica
- Adam Macedoński
- Sławomir Mrożek
- Karol Ferster
- Jacek Fedorowicz
- Maja Berezowska
- Zbigniew Ziomecki
- Jerzy Zaruba
- Edmund Mańczak
- Edward Głowacki
- Andrzej Mleczko
- Na wystawach prace mistrzów można zestawiać z pracami młodszych twórców – by pokazać ciągłość np. Mrożek – Jujka, Raczkowski, Wicha, Świdziński, Rzecznik.

W ramach tego cyklu należy też pokazywać uznanych autorów współczesnych

- Marek Raczkowski
- Bartosz Minkiewicz
- Marcin Wicha
- Mirosław Gryń
- Jan Koza

Cykl wystaw historyczno-tematycznych:

- Jazz, polski humor z lat 50.
- Kosmos, polski humor z lat 60.
- Disco, polski humor z lat 70.
- Deszcz, polski humor z lat 80.
- Ameryka, polski humor z lat 90.

Cykl wystaw „Humor zza granicy”. Wystawy przekrojowe przedstawiające historię rysunków satyrycznych w krajach sąsiedzkich wzbogacone o komentarze: historyczny i satyryczny (ówczesnych i współczesnych twórców z danego kraju). Przykładowe propozycje:

- Rosja – Gdzie jest „Krokodyl”? (nawiązanie do tytułu czasopisma z ZSRR)

- Czechy – Humor znad Wełtawy
- Białoruś – Rysunki na barykadach (przegląd aktualnej twórczości białoruskiej)

Cykl wystaw *Kreska i litera*. Wystawy wykorzystujące serie rysunków, które powstały jako ilustracje do książek – w narracji wystawy wykorzystujące odpowiednio dobrane fragmenty książek.

- Eryk Lipiński / Igor Śmiałowski – *Igoraszki z Melpomeną*
- Jerzy Flisak / Antoni Słonimski, Julian Tuwim – *W oparach absurdu*

Wystawy komiksowe

- *Komiksa* – wybór prac najbardziej znanych polskich twórczyń m.in. Zosia Dzierżawska, Joanna Karpowicz, Edyta Bystroń, Renata Gąsiorowska, Maria Rostocka, Agnieszka Piksa, Berenika Kołomycka, Katarzyna Witersheim, oraz rys historyczny a w nim m.in.: Franciszka Themerson, Szarlota Paweł, Ha-Ga (kuratorka gościnnie – Kinga Dunin)
- *Klasyka Polskiego Komiksu Abstrakcyjnego* – komiksy prasowe m.in. ze „Szpilek”, „Misia”, „Świerszczyka”, „Przekroju”, „Ty i Ja” i innych. (kurator gościnnie – Jakub Woynarowski plus wydanie antologii).
- *Klasyki polskiego komiksu – polski komiks międzywojenny*. Kurator gościnnie – Adam Rusek
- *Klasyki polskiego komiksu – Komiks PRL-u* – Janusz Wróblewski, Grzegorz Rosiński, Bogusław Polch.
- *Klasyki polskiego komiksu – Komiks III RP* – Przemysław Truściński, Michał Śledziński

Wystawy poza siedzibą i w plenerze

- wystawy na skwerze przy ul. Koziej lub wystawy na Krakowskim Przedmieściu – także w zainteresowanych instytucjach kultury w dzielnicach (wybrane wątki ze zbiorów MUKA)
- wystawy jako komentarz do przestrzeni (np. wystawa klasycznych żartów o sporcie na Stadionie Narodowym, o Wiśle na Bulwarach itp.)

Wystawy historyczne

- *Władysław Benda. Rysunki i maski*. Prezentacja artysty (bratanka Heleny Modrzejewskiej), który zrobił karierę jako ilustrator najważniejszych czasopism amerykańskich. Kuratorka gościnnie – dr Anna Rudek-Śmiechowska
- Wystawa inspirowana książką *Na dworze Goździkowego Króla. Polskie formy komiksowe w kontekście europejskim od XV wieku do roku 1914. Historia popularna*. Kurator gościnnie – Paweł Chmielewski
- *Momus, Cyrulik, Szpilki*. Warszawskie czasopisma satyryczne

- *Od Modrzejewskiej do Holoubka*. Artyści teatru w karykaturze (np. we współpracy z Muzeum Teatralnym i Instytutem Teatralnym).

Rok pod kreską. Wystawa organizowana w styczniu danego roku zbierająca plon satyry rysunkowej z poprzedniego roku. Satyryczne podsumowanie roku.

Naturalny kontekst. Cykl wystaw archiwalnych rysunków satyrycznych z wykorzystaniem całych stronnic, na których rysunek był drukowany. Do tego pomysłu zainspirowały mnie kwerendy w tygodnikach literackich PRL. Pierwsze strony tygodnika „Literatura” z rysunkami Andrzeja Czeczota to komunikat mocny i w skrócie charakteryzujący atmosferę Polski lat. 70-tych. Trudno jest tłumaczyć dowcipy – szczególnie, gdy odnoszą się do innych realiów – jednak ważne jest podjęcie próby wyjaśnienia sensów niektórych żartów, znalezienia sposobów na lepsze rozumienie dawnych żartów przez współczesną publiczność.

Propozycje warsztatów:

- Nie tylko dla dzieci (oddzielne warsztaty dla dzieci, oddzielne dla młodzieży i oddzielne dla dorosłych i seniorów)
- Nie tylko dla grup szkolnych, ale też dla rodzin z dziećmi (w weekendy, popołudniami)
- Należy kontynuować współpracę z rysownikami prowadzącymi warsztaty (Jacek Frankowski, Edward Lutczyn).
- Całoroczne warsztaty komiksowe (stwórz swój album)
- Program edukacyjny MUKA mógłby wejść w przestrzeń performatywną związaną z działalnością satyryczną, komediową np. poprzez organizowanie warsztatów impro i stand-up czy też organizowanie warsztatu i konkursu recytatorskiego dla młodzieży na tekst satyryczny. Byłby to też sposób na zaangażowanie MUKA w pielęgnowanie literackiego dziedzictwa polskiej satyry.
- Wystawom dla dzieci mogłyby towarzyszyć warsztaty ze znanymi twórcami komiksów dla dzieci np. co tydzień przez całe wakacje (proponowani autorzy: Przemysław Surma, Berenika Kołomycka, Marcin Podolec, Piotr Nowacki, Jakub Grochola, Edyta Bystron)

Propozycje działań:

- Wystawom historyczno-tematycznym (Jazz, Kosmos, Disco) mogłyby towarzyszyć imprezy muzyczne nawiązujące do epoki. Może też – przy odpowiedniej pogodzie – plenerowe dancingi na terenie skweru.
- Spotkania z rysownikami satyrycznymi przy kawie – wyjście poza rysunek i poza muzeum (klubowe rozmowy z moderatorem na tematy polityczne, społeczne i kulturalne)
- Rozmowy o współpracy przy tworzeniu komiksów: scenarzysta i rysownik.

- Improwizacje rysunkowe – teatry impro i rysownicy improwizują jednocześnie na ten sam temat. Tak ja występy improwizatorów, tak rysunki powstają a vista.
- Rozbudowanie programu wykładów na podstawie zbiorów, np. stworzenie cyklu wykładów *Klasyki Karykatury* (Lipiński, Lengren, Zaruba)
- Organizacja Koźia Fest – weekendowej imprezy przyciągającej publiczność do MUKA oraz na skwer (warsztaty, koncert, wystawa plenerowa). Może przy tej okazji udałoby się przystroić ulicę postaciami z rysunków i komiksów.
- *Co nas śmieszy*. Uruchomienie interdyscyplinarnych badań nad współczesnym humorem i mechanizmami z tym związanymi – we współpracy z uczelniami.

Plan organizacyjno-finansowy Muzeum (w tym projekt struktury organizacyjnej, polityki finansowej, modelu zarządzania, etc.);

- Podstawą finansowania MUKA jest dotacja podmiotowa organizatora – Miasta Stołecznego Warszawy, która stanowi ponad 90% przychodów. Istotne jest poszukiwanie wsparcia zewnętrznego. Po pierwsze to aplikowanie o granty ministerialne. Po drugie szukanie partnerów z wkładem finansowym w przygotowanie wystaw i projektów.
- Struktura organizacyjna MUKA jest skonstruowana poprawnie i na tym etapie nie wymaga istotnych przekształceń. Natomiast uruchomienie Lengrenówki to impuls do stopniowego budowania oddziału Muzeum. W pierwszej kolejności należy w ramach środków MUKA wygospodarować co najmniej pół etatu dla stanowiska ds. edukacji. Warto rozważyć uruchomienie programu stażowego dla studentów – także we współpracy z NCK, który prowadzi program wolontariatów w instytucjach kultury.
- Model zarządzania w tak niedużym zespole powinien opierać się na współuczestnictwie w planowaniu działalności, w kreowaniu nowych działań i wskazywaniu pól działania. Pracownicy powinni mieć poczucie współodpowiedzialności za kształt Muzeum, także poprzez realizację autorskich działań / projektów.
- Istotnym wsparciem powinna być Rada Muzeum, która może być ważnym organem doradczym oraz sojusznikiem w pozyskiwaniu nowych partnerów.

Plan gospodarowania zbiorami Muzeum;

- Zbiory Muzeum Karykatury stanowią cenny dokument poświadczający zmiany społeczne, obyczajowe, polityczne i kulturowe. Stanowią atrakcyjny materiał dla wypożyczeń międzymuzealnych.

- Opieka nad zbiorami zgodna z przyjętymi standardami i Ustawą o Muzeach. Z tym łączą się kwestie inwentaryzacji zbiorów, programu konserwacji zbiorów, zasad wypożyczeń i depozytów.
- Zbiory MUKA powinny być możliwe szeroko dostępne – kluczowej jest stworzenie archiwum on-line. W pierwszej kolejności udostępnienie możliwie szczegółowego spisu.
- Przygotowanie i wdrożenie programu archiwizacji on-line oraz jej powszechne udostępnienie. Wyjaśnienie kwestii praw autorskich w perspektywie możliwości posługiwania się zbiorami w sieci czy przy produkcji materiałów.
- Stale powinny być rozwijane zbiory MUKA, szczególnie z uwzględnieniem twórczości współczesnej.

Założenia planu wzrostu liczby odwiedzających Muzeum

Celem jest wzrost liczby odwiedzających o 10% rocznie (2018 – 18 348; 2019 – 19 479; 2020 – 9039 – z powodu pandemii, planowano 22 000). Jednak należy pamiętać, że to praca u podstaw. MUKA powinno sobie też wychować publiczność, wejść z nią w głębszą relację i myśleć strategicznie. Dlatego wprowadzimy działania, które będą zmierzać do:

- pozyskania nowej publiczności (także w przyszłości) – stąd działania edukacyjne zmierzające do przywiązania dzieci, młodzieży i studentów do instytucji już teraz!
- stworzenia w miarę stałego grona powracającej publiczności, grupy „stałych klientów”, subskrybentów dla których musimy mieć sensowną ofertę (np. Przynależność do „klubu” zapraszanych na wernisaże i spotkania przy kawie w pierwszej kolejności; dostęp do limitowanych ofert, roczna subskrypcja etc.). Ta grupa stanowi jednocześnie grono ambasadorów muzeum – kanał przez który pozyskujemy także nową publiczność.

Elementem zwiększającym zainteresowanie działalnością MUKA będzie otwarcie Lengrenówki. Potrzebne jest wytworzenie – w miarę możliwości – aury oczekiwania.

- Kampania informacyjna towarzysząca otwarciu Lengrenówki powinna uwzględniać też gmach główny. Być może warto przygotować kilka szlaków prowadzących z Koziej na Brzozową – po drodze goście mogliby natrafiać na rysunki (eksponowane w witrynach sklepów), można by też wyliczyć liczbę kroków między obiektami i zachęcać do spacerów tym szlakiem.
- Prawdopodobny jest efekt synergii w przypadku wprowadzenia jednego biletu na wystawy w gmachu głównym i w Lengrenówce.

Czynnikiem zwiększenia zainteresowania Muzeum może być udostępnienie zbiorów on-line (dla większości stołecznych muzeów ważnym miernikiem jest „liczba aktywnych użytkowników zasobów on-line”) oraz budowanie kontaktu z publicznością poprzez media społecznościowe (Facebook, Instagram, TikTok – ten szczególnie ważny w kontakcie z nastoletnią widownią).

Koncepcja komunikacji Muzeum

- Szczegółowa koncepcja działania powinna zostać uzgodniona z pracownicą ds. wydawnictw, promocji i public relations.
- Koncepcja komunikacji musi być powiązana z celami strategicznymi (w tym rozwojem publiczności) i być uwzględniać podział wśród publiczności. Oto wstępna lista kanałów komunikacji z podziałem na docelową publiczność:
 - Najmłodszy: szkoły i przedszkola (mailing, ulotki, partnerstwa); rodzice (oferta marketingowa dla rodzin)
 - Nastolatki: szkoły i przedszkola (mailing, ulotki, partnerstwa), skutecznie prowadzone social media (np. TikTok)
 - Studenci: współpraca z uczelniami wyższymi (staże, partnerstwa); social media (Instagram i TikTok) – organiczne i płatne; inne media digitalowe
 - Dorośli konsumenci kultury: social media (Instagram, Facebook) – organiczne i płatne; prasa papierowa i digitalowa; w tym – magazyny lifestylowe; newsletter (subskrypcja); strona www
 - Profesjonaliści i influencerzy (sektor kultury w tym przede wszystkim – satyrycy, żartowinisi, standuperzy etc): newsletter (z ofertą skierowaną do nich specjalnie!), partnerstwa (Klub Komedii, Resort, może teatry – Syrena, Rampa, Komedia, Kwadrat, i instytucje)
- **Profil jako źródło żartów.** Odświeżenie profili MUKA w mediach społecznościowych – publikowanie codziennie żartów z archiwum na profilach (najlepiej pod bieżące tematy) pozwoli zwiększyć zasięgi. Profile nie powinny służyć tylko jako reklama działalności MUKA.
- **Bieżący ogląd.** Profile MUKA powinny też śledzić konta rysowników i czasopism – w efekcie uczestniczyć w udostępnianiu bieżącej twórczości satyrycznej.
- **Prasa historyczna.** W ostatnich latach niezwykle rozwinął się rynek czasopism poświęconych historii. Niemal każdy tygodnik czy miesięcznik ma dodatek „Historia”. Nawet pisma plotkarskie jak „Życie na gorąco” mają swój odpowiednik historyczny – „Retro”. Muzeum powinno nawiązać kontakt z tymi periodykami w celu udostępniania zbiorów, być może byłaby szansa na rubrykę – Muzeum Karykatury prezentuje.
- **Kierunek Kozia.** Nawiązanie współpracy z pobliskimi kawiarniami, pubami, restauracjami – szczególnie z Telimeną i Irish Pubem, które mogłyby pomóc w kierowaniu turystów w ulicę Kozia. Także warto nawiązać współpracę ze wspólnotą mieszkaniową Moliera 8 (z placu Teatralnego można przejść bezpośrednio do MUKA).
- **Strefa żartu niewizualnego.** Oferta dla niewidzących. Satyra muzyczna, dźwiękowa, audiodeskrypcja.
- **Kiosk.** Oferta sprzedażowa – w której obecnie dominują książki – powinna zostać wzbogacona o gadżety z wykorzystaniem logotypu MUKA oraz rysunków, do których Muzeum ma prawa. W siedzibie Muzeum egzemplarze powinny być w wolnym dostępie – by odwiedzający mogli dokładnie obejrzyć interesujące ich pozycje.

Koncepcja opracowania, digitalizacji i rozwoju udostępniania zbiorów oraz materiałów edukacyjnych w formie cyfrowej

- **Archiwum online.** W MUKA istnieje cyfrowa baza zbiorów do użytku wewnętrznego. Coraz istotniejszą potrzebą – zarówno dla samego Muzeum, jak i odbiorców – jest stworzenie i udostępnienie archiwum online. (Być może działania w tym kierunku zostały już wdrożone). Podobnie w przypadku katalogu książkowego.
- **Wykorzystanie mediów społecznościowych jako przestrzeni wystawowej.** Charakter zbiorów sprzyjać powinien częstszemu wykorzystaniu zbiorów muzeum w codziennej działalności mediów społecznościowych MUKA (facebook, instagram) – szczególnie gdyby dawne rysunki aluzyjnie wpasowywały się w bieżące wydarzenia.
- **Prezentacje kuratorskie.** Każdej wystawie powinien towarzyszyć film z prezentacją kuratorską wystawy – udostępniany na stronie muzeum oraz w mediach społecznościowych.
- **Materiały edukacyjne.** Wraz z rozwojem działu edukacji oraz jego form działań na stronie internetowej dostępne powinny być scenariusze lekcji muzealnych oraz lekcji związanych z wystawami czasowymi. Na stronie powinny być dostępne zapisy spotkań oraz wykładów organizowanych przez MUKA.

Plan efektywnego wykorzystania bazy lokalowej i zasobów muzealnych

Gmach główny

- Na podstawie komentarzy internetowych wydaje się, że warunkiem atrakcyjności niewielkich przestrzeni MUKA jest aranżacja scenograficzna wystaw. W związku z budżetem MUKA należy założyć, że w ten sposób – z pewnym rozmachem – mogłaby być przygotowana jedna wystawa rocznie.
- Wydaje się, że inaczej można zorganizować kiosk (np. książki należy postawić na dostępnej do sięgnięcia półce), tak by hol wejściowy już od drzwi wciągał widzów w aktualnie trwającą wystawę.
- W gmachu głównym można organizować spotkania z artystami, promocje książek – także udostępniać partnerom na potrzeby ich działań.
- Należy rozważyć stworzenie podjazdu dla wózków.

Pracownia Zbigniewa Lengrena – Lengrenówka.

- Docelowo to centrum edukacyjne MUKA – czynne codziennie
- Obie sale stanowiąc będą przestrzeń edukacji.
- Sala warsztatowa będzie miejscem realizacji warsztatów praktycznych.

- Sala z wystawą stałą (stała prezentacja twórczości Zbigniewa Lengrena oraz *Krótką historią karykatury polskiej*) która stanowić będzie przestrzeń lekcji muzealnych oraz tło wykładów.
- w Lengrenówce przewidziany jest Kiosk – powinien być możliwie otwarty i dostępny.
- Ze względu na otoczenie należy zadbać o widzialność Lengrenówki – przede wejściem mogłyby być wystawiane w godzinach otwarcia stojaki wykorzystujące postaci z rysunków Lengrena (z prof. Filutkiem na czele), być może będzie to zachęcało osoby korzystające z tarasu widokowego, by zejść niżej i wejść do Muzeum.

Plan współpracy instytucji z innymi podmiotami

Współpraca z innymi podmiotami będzie zależała od typu działania (organizacja wystawy, program edukacyjny, dofinansowanie realizacji projektów)

- **Instytucje kultury.** To główny i naturalny partner – na poziomie dzielnicowym, miejskim oraz narodowymi. Współpraca zależałaby od tematu wystawy. Przykładowi partnerzy:
 - Centrum Komiksu i Narracji Interaktywnej EC1 w Łodzi
 - Muzeum Emigracji w Gdyni
 - dzielnicowe domy kultury i biblioteki w Warszawie
 - Dom Spotkań z Historią w Warszawie
 - Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego w Warszawie
 - Narodowy Instytut Polskiego Dziedzictwa Kulturowego za Granicą POLONIKA
 - Teatr Rampa w Warszawie
- **Organizacje pozarządowe.**
 - Muzeum już nawiązało współpracę z Fundacją „Przekrój”.
 - W przypadku, gdyby możliwa była realizacji wystawy wokół twórczości Janusza Christy oczywistym partnerem byłaby Fundacja Kreska.
 - Fundacja Muzeum Komiksu w Krakowie.
 - Festiwal Komiksowa Warszawa i Warszawskie Targi Książki
 - Fundacja Instytut Kultury Popularnej w Poznaniu
 - Polski Związek Niewidomych, Fundacja Kultura bez Barier
- **Sektor prywatny.**
 - tytuły prasowe, które nadal publikują rysunki satyryczne („Pismo”, „Polityka”, „Tygodnik Powszechny”, „Newsweek”)

- wydawnictwa komiksowe (Kultura Gniewu, timof, Hanami, Egmont) i inne (Czysty Warsztat), wydawnictwa dziecięce specjalizujące się w reedycjach klasyków polskiej ilustracji (Dwie Siostry).
 - Realizacja działań związanych z teatrem improwizacji, kabaretem będą wymagały nawiązania współpracy z Klubem Komediovym lub Resortem Komедii.
 - Realizacja działania *Kierunek Kozia* wymagałoby ścisłej współpracy z firmami gastronomicznymi z sąsiedztwa.
- **Szkoły i licea.** Rozwijanie programu edukacyjnego wymagać będzie akcji informacyjnej w stołecznych placówkach oświatowych – począwszy od tych umiejscowionych w Śródmieściu.
- **Uczelnie wyższe.**
- Nawiązanie współpracy z samorządami studenckimi warszawskich uczelni (UW, ASP, AT).
 - Edukatorzy i współpracownicy mogliby się rekrutować z grona studentów Wydziału Zarządzania Kulturą Wizualną ASP, Instytutu Kultury Polskiej UW, historii sztuki UW czy wiedzy o teatrze AT.
 - Współpraca z Pracownią Rysunku Narracyjnego ASP w Krakowie czy pismem naukowym „Zeszyty Komiksowe”

Plan pozyskiwania partnerstw i zewnętrznych środków finansowych

Jako że „najważniejszym mechanizmem wspierającym realizację celów nakreślonych przez Strategię #Warszawa2030 jest współpraca i umiejętność budowania partnerstw” Muzeum Karykatury może budować swoje relacje z otoczeniem na kilku poziomach.

Poziom sąsiedzki – w pobliżu MUKA swoje siedziby mają redakcje „Literatury na Świecie” oraz „Teatru”. Ze względów komunikacyjnych należy rozważyć nawiązanie kontaktu ze Wspólnotą Mieszkańców Moliera oraz Irish Pubem oraz Green Caffè Nero – Telimena.

Poziom miejski – MUKA może wyjść z ofertą współpracy do dzielnicowych domów kultury oraz szukać wspólnych pól działania z wybranymi miejskimi instytucjami np. Domem Spotkań z Historią.

Poziom krajowy – MUKA będzie składała wnioski o granty w programach MKDniS oraz programach koordynowanych przez narodowe instytucje kultury. W kwestii organizacji wystaw można spróbować współprac z narodowymi instytucjami kultury, które są w stanie uruchomić własne środki finansowe (Instytut Teatralny, Narodowy Instytut Kultury i Dziedzictwa Wsi, Dom Pracy Twórczej w Radziejowicach). W przypadku możliwości likwidacji barier w dostępności składane będą wnioski do Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Przykładowo realizacja wystawy twórczości Władysława Bandy, którego dzieła są przede wszystkim w zbiorach amerykańskich, wymagałaby kontaktu z Instytutem Polonika, Instytutem

Teatralnym, Fundacją Kościuszkowską, Fundacją Wspierania Badań nad Życiem i Twórczością Heleny Modrzejewskiej w Krakowie oraz Muzeum Emigracji w Gdyni.

Poziom międzynarodowy – MUKA podejmie przygotowania projektu wspólnego z instytucjami z Czech i Słowacji – zostanie przygotowany wniosek o dofinansowanie w ramach Funduszu Wyszehradzkiego.

Propozycje działań proekologicznych w ramach funkcjonowania instytucji kultury i plan ich wprowadzania.

- Postawa proekologiczna powinna być widoczna w każdej sferze działania MUKA – wewnątrz i na zewnątrz.
- W swej działalności MUKA powinno korzystać usytuowania na skraju Skweru przy ulicy Koziej (znajdującego się w gestii Zarządu Terenów Publiczny). Zachętą do spędzenia czasu w tym cichym i zielonym zakątku Śródmieścia mogłaby być wystawa plenerowa na skwerze, która zachęcałaby do wejścia na teren zieleńca. Obok MUKA można by postawić zielnik
- Po szczegółowym zapoznaniu się z trybem pracy w MUKA można wprowadzić dodatkowe rozwiązania proekologiczne w organizacji pracy. W zakresie pracy biurowej można rozwiązać kwestie związane z segregacją śmieci czy bardziej enegro- oraz wodooszczędnym zapleczem socjalnym).
- Wyzwaniem dla MUKA byłoby przygotowanie wystawy na zasadach „zero waste”. Do działania na takich zasadach zobowiązywałyby kontrahentów odpowiednie zapisy w umowach.
- Zagadnieniem do uzgodnienia z zespołem Muzeum byłoby włączenie do programu MUKA wystawy o tematyce przyrodniczej / ekologicznej.

dr Paweł Płoski

15 września 2021