



PROGRAM ROZWOJU KULTURY miasta SŁUPSKA na lata 2013-2020

- Projekt –
31 lipca 2012 r.

SYNTEZA (wersja skrócona)

Dokument przygotowany w oparciu o badania
zrealizowane dla Słupska przez zespół:
**dr Marcin Poprawski, dr Przemysław Kieliszewski, dr Piotr Landsberg,
Michał Mękowski, Magdalena Brodniewicz, Alicja Gojlik**
Współpraca: Tomasz Keler, Małgorzata Kiernicka

Słupsk, lipiec 2012 r.



Zawartość dokumentu:

{0} Wprowadzenie	s. 003
{1} KRÓTKO o: priorytetach, celach i wymiarach kultury dla realizacji programu rozwoju kultury w Słupsku	s. 006
{2} Analiza SWOT dla rozwoju kultury miasta Słupska	s. 011
{3} Rekomendacje dla Władz Miasta Słupska, w tym Schemat Koordynacyjny Programu Rozwoju Kultury	s. 013
{4} Priorytety - cele szczegółowe – karty zadań	s. 020

Motto:

„Dać ludziom kulturę, powiadał mój ojciec, to tyle, co dać im pragnienie. Reszta przyjdzie sama. Ale ty pełnym brzuchom ofiarowujesz gotowe już napoje (...) Twierdzisz, że staną się szlachetniejsi, jeżeli ich nasycisz darami: ależ oni od nadmiaru darów umierają! Życ można tylko tym, co człowiek przemienia i za co każdego dnia po trochu umiera, bo przemienia siebie samego. Wiedzą o tym dobre staruszki, które haftują aż do utraty wzroku. Ludzie im mówią, że trzeba szanować oczy. Ale wtedy przestają pełnić służbę i zostaje zniweczona przemiana, która nadawała sens ich życiu. **W co się będą przemieniać wszyscy ci, których zamierzasz nasycić?**”

Antoine de Saint-Exupery (Twierdza, CXCV)

{0} Wprowadzenie

Do Państwa rąk trafia Program Rozwoju Kultury w Słupsku do roku 2020. Jest on jednym z kilku powstających w ostatnim okresie dokumentów, które przygotowane zostały dla średniej wielkości miast w Polsce. Jest on jednak w pewnym sensie bardzo różny od innych znanych nam strategii kulturalnych. Nasze dotychczasowe doświadczenie oraz lektury wielu dokumentów strategicznych i opracowań służących rozwojowi kultury w polskich miastach, skłaniają nas ku wnioskowi, że niezależnie od tego, kto jest inicjatorem powstania dokumentu (a najczęściej są nimi Władze Miast i pracownicy urzędów) ostatecznie strategia, by była skuteczna musi zostać podjęta i wykonana przez ludzi bezpośrednio wciągniętych w wir działań kulturalnych, osoby aktywnie zaangażowane w organizację i promocję działań kulturalnych, edukacyjnych, artystycznych. W końcu realną uczynią tę strategię Ci, którym nie brak wrażliwości dla mocy sztuki, potęgi smaku, siły dziedzictwa poprzednich pokoleń, czyli artyści oraz jedynie Ci spośród organizatorów, animatorów, menedżerów i urzędników, którzy posiadają wizję i artystyczną wyobraźnię.

W tym przekonaniu staramy się w czytany przez Państwa dokumencie do minimum ograniczyć język, który mógłby przynosić biurokratyczne czy technokratyczne skojarzenia. Jeśli jednak nie zawsze nam się to udało, prosimy o wyrozumiałość. Dokumenty strategiczne, niestety często tracą ducha wyobraźni i uciekają się do utartych pojęć i powtarzalnych konwencji, wykorzystywanych w strategiach i programach rozwoju pisanych wedle pewnej sztancy. Wówczas klatka pewnych schematów myślenia i pojęć bardzo przeszkadza w realizacji programu, którego efektem ma być pozytywna zmiana w dziedzinie, która dotyczy tożsamości, poczucia wspólnoty, intelektu, ducha mieszkańców miasta. Pojęcia wskaźników i mierników, analizy pola sił, monitoringu i wdrażania użyte bezdusznie brzmią i działają podobnie dla sportu, kultury, pomocy społecznej, reorganizacji urzędu czy naprawy dróg miejskich. Stanowczo chcemy tego uniknąć, w przeświadczeniu, że dobrane słowa i schematy myślowe mogą zdecydować o tym czy ktoś będzie przez projekt strategii zachęcony, czy zniechęcony do włączenia się w sprawę rozwiązywania problemów, których strategia dotyczy. W kulturze bardzo wiele zależy od źródła motywacji, dobrej woli i jakości nastawienia osoby dokonującej zmian w zakresie polityki kulturalnej: począwszy od osoby sprzedającej bilety w teatrze aż po Prezydenta Miasta. **W tym dokumencie, również w jego obecnej skróconej wersji, zwłaszcza w rozdziale pierwszym oraz końcowym, gdzie wskazujemy pewne kierunki dalszego działania, staraliśmy się być jak najbliżej prostych sformułowań i czytelnych hierarchii oraz prezentacji problemów bez zbytecznego mnożenia pojęć i etapów, bez podziałów na programy i projekty, cele strategiczne i operacyjne. Wszystkie te kategorie ujęliśmy i wkomponowaliśmy w propozycję rekomendacji, priorytetów i celów, w trosce o maksymalne uproszczenie wielu kategorii. Priorytety, cele i zadania staraliśmy się przygotować w taki sposób by móc je dalej twórczo rozwijać, aby strategia było początkiem i otwarciem aktywnego zaangażowania wielu osób w zmianę, a nie domknięciem i załatwieniem problemu raz na zawsze.**

Dziedzina kultury jest zbudowana z bardzo delikatnej tkanki, jest obszarem dość trudnym do administrowania, wymykającym się schematom teorii zarządzania, dotyczy nietypowych pracobiorców i niezwykłych pracodawców. Paradoksalnie jednak właśnie w tej dziedzinie życia miasta, im większe pozostawimy pole dla kreatywności i inicjatywy osób, których ta strategia bezpośrednio dotyczy, tym lepiej dla jej skuteczności i jakości jej efektów. Nie znamy ani jednej strategii kultury, zbudowanej odgórnie, z pominięciem tych osób i środowisk, która mogłaby zostać uznana za sukces.

Zadaniem autorów tego dokumentu strategicznego było wydobycie z potencjałów i problemów kulturalnego Słupska maksymalną ilość informacji oraz ocen obecnego i przyszłego stanu rzeczy. Naszym zadaniem było zwłaszcza znalezienie tego, co w Słupsku najcenniejsze, potencjału ludzi, którym chce się bardzo działać na rzecz innych, zwłaszcza młodzieży, ubogacać ich życie, ułatwiać ich indywidualny i społeczny rozwój, traktując kulturę jako przestrzeń prawdziwej zmiany mentalności w jednostkach współtworzących wspólnotę mieszkańców miasta. Takich osób gotowych podjąć wyzwania tej strategii jest w Słupsku wiele.

Obszar kultury każdego miasta wymaga obiektywnego spojrzenia badawczego stanowiącego pierwszy i niezbędny krok w oddolnym procesie budowania kulturalnej strategii, opartej również na lokalnym doświadczeniu i wiedzy. Wychodząc naprzeciw tej potrzebie zespół ekspercki przygotował na zlecenie Prezydenta Miasta Słupska **Program rozwoju kultury Słupska na lata 2013-2020**.

Projekt badawczy koncentrował się w dużej mierze na określeniu potencjałów i deficytów miejskiej kultury, co stanowi swoisty punkt wyjścia do wszelkiego myślenia strategicznego. Wiedza, którą otrzymaliśmy z badań, umożliwia dowartościowanie mocnych oraz zidentyfikowanie słabych stron miejskiej kultury. Ten możliwie szeroki obraz stanu kultury w Słupsku ma pomóc władzom samorządowym, a także jego mieszkańcom, niejako na nowo (z perspektywy wyników badań) dostrzec i nazwać problemy, trudności i kulturalne deficyty, a także obszary stanowiące mocne kulturalne wymiary Miasta, będące powodem do dumy, przyczynkiem do pielęgnowania ich dalszego rozwoju.

Należy pamiętać, że same wyniki badań oraz uogólnienia, które znajdują się w tym dokumencie – nawet jeśli zamienione w strategiczne karty zadań – nie spowodują oczekiwanych zmian. Zmian dokonują lokalni liderzy. Wielu z nich udało nam się spotkać, porozmawiać z nimi indywidualnie lub w grupach. Jesteśmy przekonani, że zarówno spotkani przez nas nauczyciele, przedsiębiorcy, ludzie kultury, osoby starsze czy młodzież, stanowią największy potencjał kulturowy i kapitał Słupska.

Bardzo zależy nam na tym, by w ramach konsultacji społecznych Programu strategicznego, osoby te zechciały wnieść uzupełnienia do tego dokumentu, by utożsamić się z nim oraz chcieć go wspólnie urzeczywistnić.

Głównymi celami projektu badawczego w ramach przygotowanej Strategii były:

- poznanie opinii dotyczących kulturalnych zasobów, potencjałów i deficytów Słupska, umożliwiających trafną odpowiedź na oczekiwania jego mieszkańców,
- poznanie mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń lokalnej kultury i jej przejawów,
- wyznaczenie kierunków rozwoju kultury w Słupsku poprzez stworzenie rekomendacji i kart zadań.

Rezultatem badań, konsultowania i wdrażania Strategii powinny być:

- **uspółecznienie i ułatwienie procesów decyzyjnych** w ramach prowadzonej działalności kulturalnej w mieście,
- **osiągnięcie synergii**, wspólnych sukcesów we współpracy publicznych, prywatnych i obywatelskich podmiotów działających w sferze kultury.

- **zintegrowanie środowisk kulturotwórczych**, przedsiębiorców, nauczycieli, osób starszych, uczniów szkół, poprzez udział najaktywniejszych osób w dalszych wspólnych spotkaniach i działaniach na rzecz rozwoju kultury oraz jej społecznego oddziaływania w Słupsku,
- **wzmocnienie lokalnych liderów kulturalnych**, zwłaszcza tych zaangażowanych w pracę dla mieszkańców, i rozwoju kulturalnej sfery publicznej,
- powołanie **społecznych koordynatorów**, którzy będą dbać o realizację programu w różnych jego zakresach, usprawniać komunikację między poszczególnymi grupami interesu w sektorze aktywności kulturalnej,
- wzrost **znaczenia kultury w życiu mieszkańców** Słupska, podniesienie **jakości życia mieszkańców** Słupska w oparciu o silniejszy udział i większe zaangażowanie w życie kulturalne miasta, co ma skutkować wzrostem ich aktywności i włączeniem w życie społeczne w ogóle,
- zapewnienie **współistnienia i równowagi** w dostępie do tradycyjnych i nowoczesnych, konserwatywnych i prowokujących treści oraz metod działania w kulturze.

Badania diagnozujące stan kultury w Słupsku prowadzone były z wykorzystaniem kilku metod badawczych. Pierwszą z nich był tzw. desk research, prowadzony w oparciu o **dostępne materiały, dane, statystyki, raporty, informatory, prasę**. W ramach badań o charakterze ilościowym, przeprowadzono **sondaż audytoryjny**, realizowany za pomocą specjalnie w tym celu przygotowanego narzędzia – dość rozbudowanej, 8 stronicowej ankiety. **Badanie to zostało zrealizowane wśród ponad 300 maturzystów, uczących się w Słupsku**. W ramach innej metody, badań o charakterze jakościowym, przeprowadzono **cykl pogłębionych wywiadów grupowych z wybranymi przedstawicielami środowisk opiniotwórczych oraz mieszkańców Słupska, badania te przeprowadzono z grupą około 150 osób**.

Projekt badawczy oraz tworzenie Programu nie mogłyby się odbyć bez pomocy osób zaangażowanych i życzliwie nas przyjmujących. Dziękujemy wszystkim tym, którzy na wiele sposobów przyczynili się do powstania tego opracowania. Wyrazy szczególnej wdzięczności należą się 450 mieszkańcom Słupska, uczestnikom naszych badań: ludziom kultury, nauczycielom, przedsiębiorcom, osobom starszym, szczególnie skupionym w Uniwersytecie III Wieku, licealistom i dyrektorom szkół. Opinie wszystkich stanowiły dla nas niezmierną inspirację i podstawę dla wielu przemyśleń i rekomendacji. W tym sensie Program ten ma już na tym etapie blisko 500 współautorów!

Mamy nadzieję, że zebrany przez nas głos reprezentantów różnorodnych środowisk i pokoleń mieszkańców Słupska wzbogaci stan wiedzy o kulturze miasta, jego silnych stronach, problemach, nadziejach i wyzwaniach. Program niech będzie też, jednym z istotnych źródeł inspirujących do działań na rzecz rozwoju relacji, miejsc, inicjatyw, które zapewnią osiągnięcie wysokiej jakości kulturalnej sfery publicznej Słupska, wzmocnią liderów działających na rzecz rozwoju społeczności lokalnej.

Dokument na tym etapie stanowi projekt do szerokiej dyskusji, która Program wzbogaci i uczyni bardziej realnym. Zachęcamy do współudziału w jego tworzeniu kolejne osoby zainteresowane rozwojem kulturalnej sfery publicznej i co raz lepszą jakością życia mieszkańców Słupska

Koordynatorzy projektu

dr Marcin Poprawski

dr Przemysław Kieliszewski

{1} Krótko o: PRIORYTETACH, CELACH i wymiarach kultury dla realizacji programu rozwoju kultury w Słupsku¹.

Celem głównym (albo misją) programu rozwoju kultury dla miasta Słupska do 2020 roku jest

Istotne wzmocnienie pozycji kultury jako czynnika rozwoju miasta i jego mieszkańców

Cel ten jest osadzony w kontekście **wizji** przyjętej w niniejszym programie, wedle której

Słupsk będzie miastem harmonijnie i dynamicznie prowadzonej polityki kulturalnej

Rozwój kultury w proponowanym programie pojmowany jest jako:

zmiana, która przejawia się w sposób przede wszystkim jakościowy, a tylko sporadycznie ilościowy. Pozytywną zmianę w kulturze rozpoznajemy przede wszystkim po jakości aktywności osób i instytucji, a nie po ich ilości.

Jakość tej zmiany dotyczy przede wszystkim następujących, specjalnie zaproponowanych dla Słupska, 12 **wymiarów aktywności kulturalnej**. Wymiary te to kolejno:

1) **Artystyczny i estetyczny [SZTUKA]** (jakość i różnorodność działań artystycznych, sztuka, ekspresja oraz jej skutek, oddziaływanie na wrażliwość, duchowość, emocje, postrzeganie świata przez odbiorcę, poczucie lepszej jakości życia, zadowolenie z mieszkania w miejscu tętniącym aktywnością kulturalną).

2) **Partycypacyjny [ZAANGAŻOWANIE]** (uczestnictwo, dostęp do kultury, włączanie środowisk i osób).

3) **Edukacyjny i kompetencyjny [PRZYGOTOWANIE]** (edukacja kulturalna, pozyskiwanie wiedzy i umiejętności obcowania z artefaktami kultury zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży oraz nabywanie, rozwój kompetencji kulturalnych w wyniku uczestniczenia w kulturze).

4) **Tożsamościowy [KORZENIE]** (genius loci, tożsamość i duma lokalna, przywiązanie do miejsca zamieszkania, związanie swojej przyszłości z miejscem, odnajdywanie swoich korzeni w miejscu).

5) **Spółeczny [WSPÓŁODPOWIEDZIALNOŚĆ]** (etos, współodpowiedzialność, empatia, obywatelskość, szacunek dla innych, współtworzenie kulturalnej sfery publicznej).

6) **Kadrowy [PROFESJONALIZM]** (kompetencje kadr w sektorze kultury, profesjonalizm, skuteczność działania).

7) **Infrastrukturalny [PRZESTRZEŃ DO DZIAŁANIA]** (jakość obiektów i przestrzeni kulturalnych, ich wyposażenie, działania rewitalizacyjne, estetyka budynków, wnętrz, otoczenia, wygląd miasta).

¹ Prezentowane w tej części dokumentu zestawienie ma wyłącznie charakter poglądowy. Rozwinięcie wskazanych tu kierunków myślenia ma miejsce w dalszej części dokumentu.

8) **Komunikacyjny [INFORMACJA]** (skuteczność informowania i komunikowania o ofercie kulturalnej, jej dostępności jak też możliwości włączenia się podmiotów i współpracy).

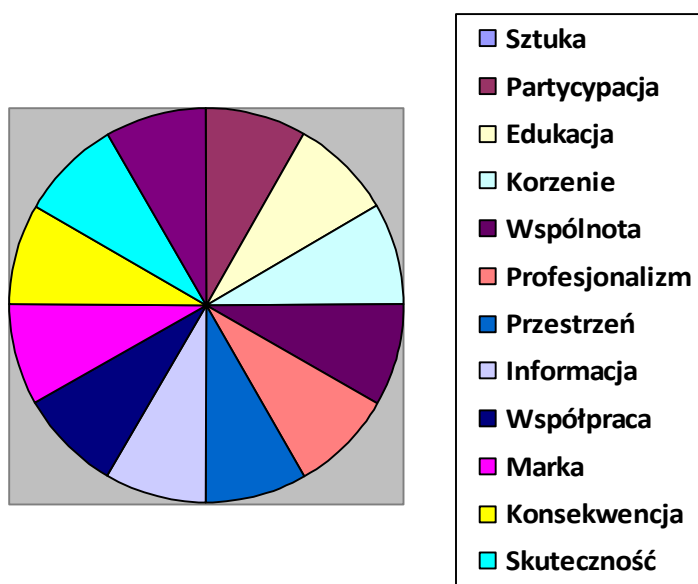
9) **Kooperacyjny [WŁĄCZANIE DO WSPÓŁPRACY]** (współpraca instytucji, synergia podmiotów publicznych, prywatnych i obywatelskich, współpraca władz samorządowych różnych szczebli oraz wszystkich podmiotów i typów organizacji oraz osób zaangażowanych w działalność kulturalną).

10) **Promocyjny [KULTURALNA MARKA]** (wizerunek, marka, prestiż, atrakcyjność dla turystów i inwestorów).

11) **Strategiczny [POLITYKA KULTURALNA]** (pozyskiwanie wiedzy, prowadzenie badań, konsekwentne realizowanie obranych założeń lokalnej polityki kulturalnej, podejmowanie decyzji strategicznych).

12) **Menedżerski [SKUTECZNE ZARZĄDZANIE]** (efektywne, uaktualniane, adekwatne dla działalności kulturalnej metody zarządzania, finansowanie, ewaluacja).

Całość wymiarów kultury pojmowanej na potrzeby programu rozwoju ilustruje wykres:



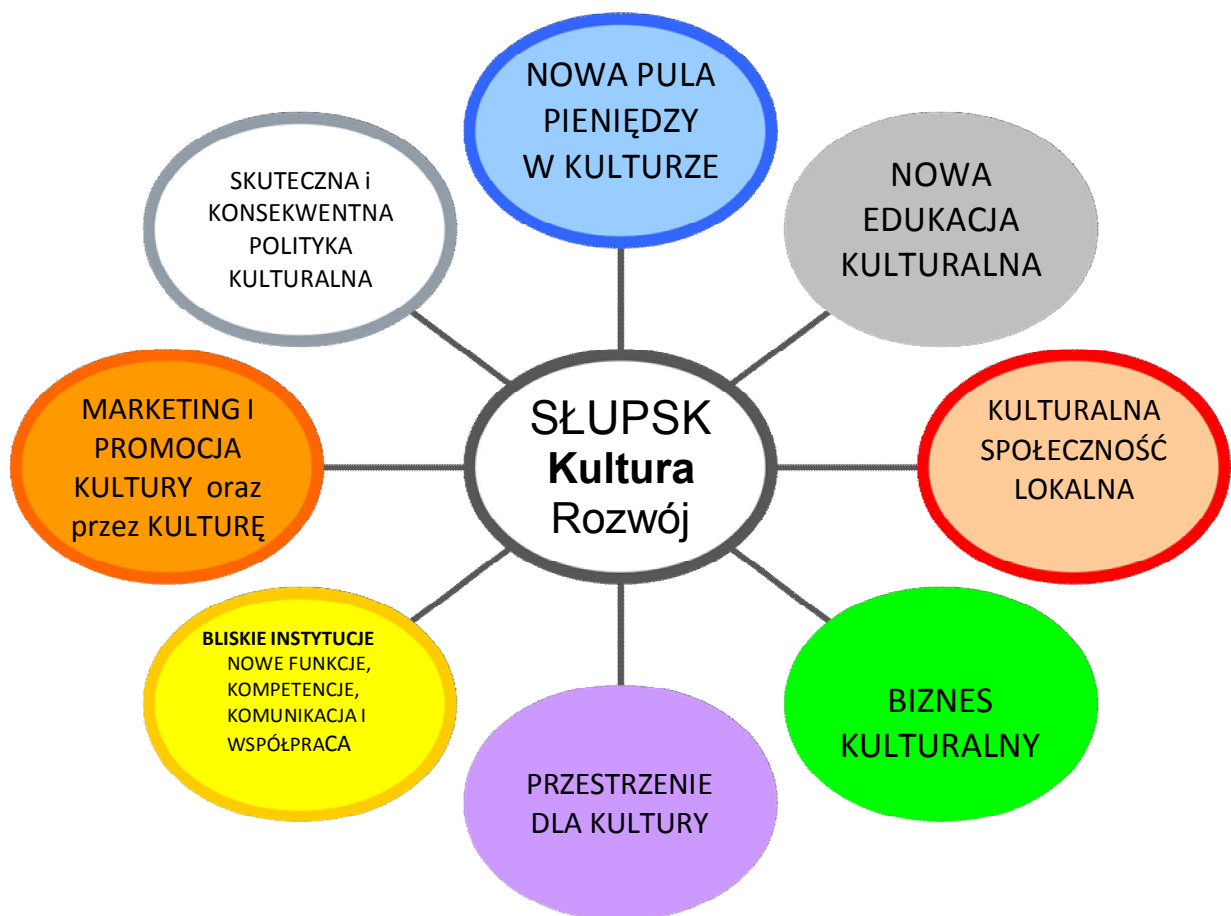
Rozmawiając o kulturze i budując program strategiczny służący realizacji lokalnej polityki kulturalnej, dotykamy wszystkich wyżej zaproponowanych przez nas podstawowych wymiarów aktywności kulturalnej.

Podczas badań fokusowych pytaliśmy naszych informatorów o: kulturalne zasoby i potencjały, deficyty oraz bariery dla rozwoju kultury. Rozpoznanie tych treści prowadzić powinno zatem do działań, wskutek których: zasoby powinny być spożytkowane, potencjały rozwinięte, deficyty

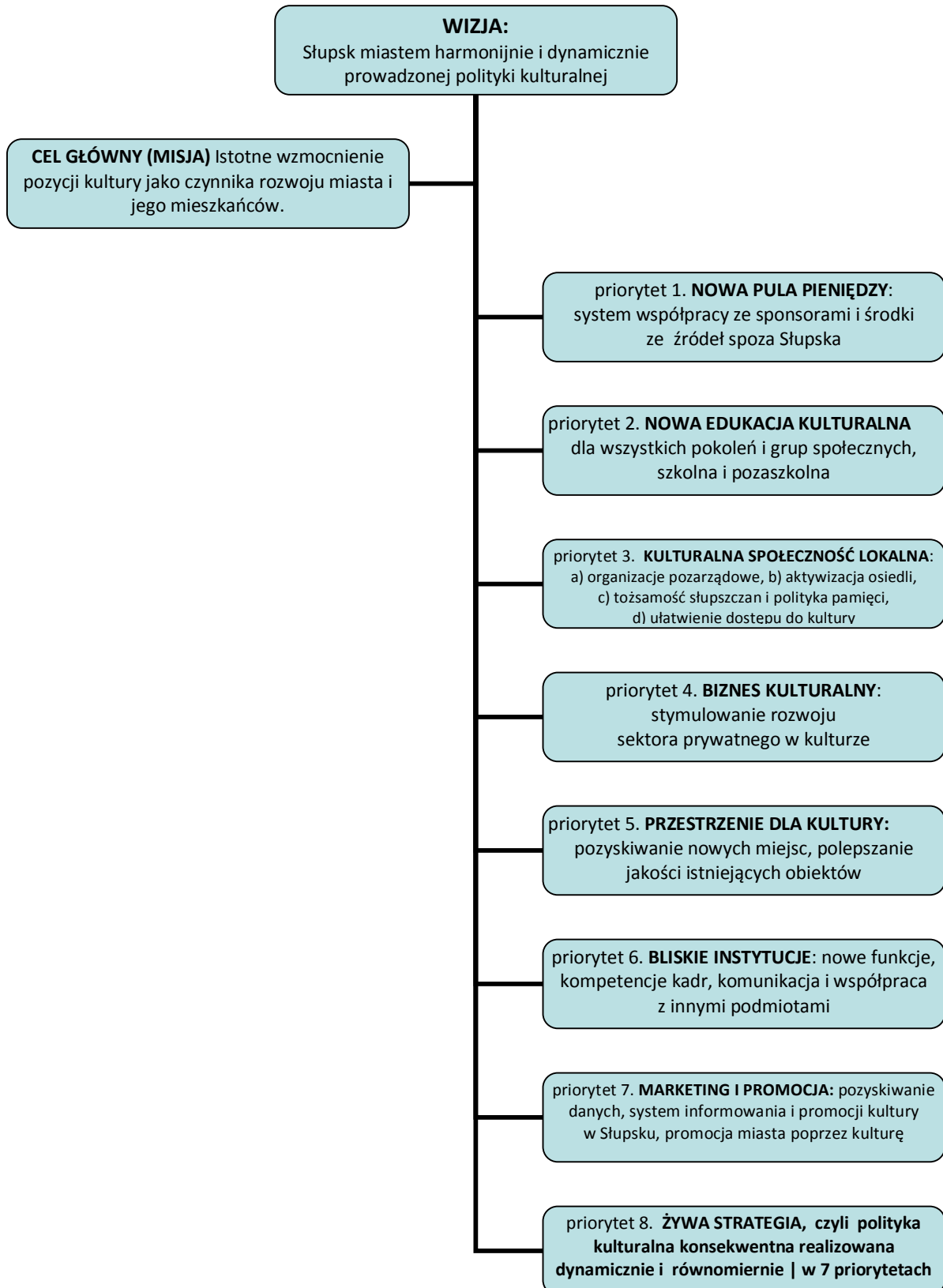
uzupełnione, bariery usunięte. Dopytywaliśmy również respondentów o tożsamość lokalną (geniusz loci) oraz oddziaływanie kultury na rozwój społeczny.

Proponowany zakres priorytetów, celów szczegółowych i zadań stworzony jest, z jednej strony, w oparciu o dane i opinie pozyskane w toku badań, z drugiej strony, w powiązaniu z 12 specjalnie dla Słupska zaproponowanymi przez zespół badawczy wymiarami aktywności kulturalnej.

Zestaw zaproponowanych priorytetów ilustruje wykres:



Priorytety usytuowane w kontekście wizji i misji strategii zamieszczone są w kolejnym schemacie:



Zestawienie priorytetów Programu Rozwoju Kultury w Słupsku w formie tabeli:

1	NOWA PULA PIENIĘDZY	system współpracy ze sponsorami i środki ze źródeł spoza Słupska oraz racjonalizacja finansów miejskich dotyczących kultury
2	NOWA EDUKACJA KULTURALNA	edukacja kulturalna i działania z zakresu animacji kulturalnej dla wszystkich pokoleń i grup społecznych, aktywności szkolne i pozaszkolne
3	KULTURALNA SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA	a) organizacje pozarządowe b) aktywizacja osiedli c) tożsamość słupszczyzan i polityka pamięci d) ułatwianie dostępu do kultury osobom z grup społecznie lub ekonomicznie zdefaworyzowanych
4	BIZNES KULTURALNY	Stymulowanie rozwoju sektora prywatnego w kulturze
5	PRZESTRZENIE DLA KULTURY	pozyskiwanie nowych miejsc, polepszanie jakości istniejących obiektów
6	BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY	nowe funkcje, kompetencje kadr, komunikacja i współpraca z innymi podmiotami, stymulowanie współpracy między sektorami publicznym, prywatnym i obywatelskim w dziedzinie kultury
7	MARKETING I PROMOCJA	pozyskiwanie danych o uczestnictwie w kulturze i ofercie kulturalnej, system informowania i promocji kultury w Słupsku, promocja miasta poprzez kulturę
8	ŻYWA STRATEGIA	konsekwentna skoordynowana polityka kulturalna realizowana dynamicznie i równomiernie we wszystkich 7 priorytetach

Jednym z zasadniczych czynników sukcesu jest **zaangażowanie do realizacji strategii kulturalnej podmiotów ze wszystkich trzech sektorów** aktywności kulturalnej: instytucji publicznych, podmiotów prywatnych, organizacji obywatelskich i inicjatyw niesformalizowanych.

Mówi się, że harmonijna, skuteczna, długoletnia polityka kulturalna jest stabilnym **stołkiem na 3 nogach**: publicznej (państwowej/samorządowej), prywatnej (przedsiębiorczej) i obywatelskiej (społecznej). Jeśli jednak któraś z nóg jest krótsza, nadłamana cały stół się przewraca. Dlatego tak duży nacisk położony będzie w strategii na **równomierny i adekwatnie dynamiczny w stosunku do zaniedbań, rozwój wszystkich trzech modeli „własnościowych” i organizacyjnych w aktywności kulturalnej**. Inicjatywa i obowiązek ciąży w tym względzie na sektorze publicznym. **Funkcje stymulujące rozwój synergii i współpracy 3 sektorów** powinny przypaść publicznym instytucjom kultur

{2} Analiza SWOT dla rozwoju kultury miasta Słupska

W oparciu o przeprowadzone w Słupsku badania jakościowe i ilościowe zespół badawczy proponuje następujący kształt wyników analizy SWOT, wskazujące na odpowiednio mocne strony, słabe strony, zagrożenia i szanse dla kultury w mieście:

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none">- wielokulturowość miasta, mająca swoje źródła w jego powojennej historii,- wysoki poziom identyfikacji części mieszkańców z miastem- zadowalający stan dziedzictwa kulturowego,- stabilna działalność miejskich instytucji kultury,- bogata oferta festiwalowa, obejmująca zarówno propozycje o ugruntowanej renomie, jak też nowe,- wysoka aktywność kulturalna seniorów i idee stymulujące projekty integrujące pokolenia,- obecność środków artystycznych,- kreatywność organizacji pozarządowych,- dostrzeganie potrzeby edukacji kulturalnej przez kadrę dydaktyczną szkół i przedszkoli,- świadomość misji w instytucjach kultury,- wysoki poziom amatorskiego ruchu artystycznego w instytucjach upowszechnieniowych,- ciekawe programy edukacji filmowej,- prospołeczne programy edukacyjne w MCK,- świadomość potrzeby integracji osób pełnosprawnych i niepełnosprawnych,- wysoki poziom rozpoznawalności wśród młodego pokolenia wielu form, tradycyjnie zaliczanych do kultury wysokiej w tym teatru i filharmonii.	<ul style="list-style-type: none">- niewykorzystany potencjał kulturotwórczy środków akademickich,- obecność barier architektonicznych,- słaba współpraca pomiędzy instytucjami kultury,- niedostateczna rozpoznawalność niektórych instytucji, organizacji i wydarzeń wśród mieszkańców miasta,- rywalizacja niektórych operatorów kulturalnych, uniemożliwiająca podejmowanie wspólnych inicjatyw,- anachroniczność części propozycji kulturalnych,- słaba promocja i informacja o niektórych podmiotach i wydarzeniach kulturalnych- niewykorzystany potencjał miejskich przestrzeni i obiektów,- niedostateczna współpraca instytucji kultury ze szkołami,- słaby poziom promocyjnego wykorzystania kolekcji dzieł Witkacego,- niesatysfakcjonująca infrastruktura kulturalna: wspólne funkcjonowanie teatru i filharmonii, brak dużego kina,- braki niektórych form działalności kulturalnej: opery, teatru muzycznego, a także sceny impresaryjnej oraz ciekawych propozycji dla turystów,- niewykorzystany potencjał osiedlowych domów kultury,- silna etatyzacja instytucji,- małe znaczenie kultury w codziennym funkcjonowaniu młodych ludzi,

	<ul style="list-style-type: none"> - brak wydarzenia kulturalnego, które wśród mieszkańców powszechnie byłoby uznane za „wizytówkę” miasta, - niski poziom wiedzy na temat polityki kulturalnej miasta.
<p>Szanse (zewnętrzne)</p> <ul style="list-style-type: none"> - dostrzeżenie potrzeby strategicznego myślenia o kulturze - poprawa stanu infrastruktury Teatru Rondo, - kreatywne poszukiwania nowych form działalności w instytucjach kultury, obecność projektów społecznych w edukacji kulturalnej, - obecność środków akademickich - działalność przedsiębiorców, stanowiących duży potencjał jako mecenasów kultury, - rozwój dostępności mediów elektronicznych, umożliwiających masową dystrybucję informacji o ofercie kulturalnej, - możliwość wykorzystania funduszy strukturalnych UE w sferze kultury, - prawne możliwości, pozwalające na podejmowanie wspólnych inicjatyw przez jednostki samorządu terytorialnego, - wysoka społeczna akceptacja dla rozwoju i upowszechniania Kultury, - zmiany w ustawie o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie wzmacniające rolę sektora społecznego w kulturze, - zmiany w ustawie o prowadzeniu działalności kulturalnej umożliwiające częściową reorganizację instytucji kultury 	<p>Zagrożenia (zewnętrzne)</p> <ul style="list-style-type: none"> - zerwanie ciągłości kulturowej pomiędzy pokoleniami, - niż demograficzny, starzenie się społeczeństwa, wyludnianie się terenów miejskich, - odpływ dużej części młodych elit z miasta, - spadek kompetencji odbiorców kultury, - ogólnopolski wzrost liczby osób nie posiadających potrzeb kulturalnych, - niski poziom edukacji kulturalnej w szkołach publicznych, - niekorzystna struktura kosztów instytucji kultury, - nieufność wobec przedsiębiorczości prywatnej w niektórych segmentach kultury, - „wsobny” dominujący model spędzania czasu wolnego, - likwidacja atrakcyjnych przestrzeni kulturalnych i przeznaczenie ich na inne cele, - słabość więzi międzypokoleniowych - brak nawyków uczestnictwa w kulturze, wyrabianych w środowiskach rodzinnych, - obustannie niezadawalająca współpraca mediów i organizatorów aktywności kulturalnych - ubóstwo, nie pozwalające na korzystanie z Kultury, - indywidualizacja, rozdrobnienie gustów odbiorców Kultury, niwelująca społeczny odbiór kulturowych przekazów, - słaba jakość oferty telewizji publicznej, nie sprzyjająca zainteresowaniom kulturalnym.

{3} Rekomendacje dla Władz Miasta Słupska

W oparciu o przeprowadzone w roku 2012 badania, oceny, propozycje i wnioski pragniemy zaproponować zestaw rekomendacji dla Władz Miasta w Słupsku, sugerujących możliwości zmian w polityce kulturalnej miasta. Rekomendacje te w formie zapowiedzi pojawiły się w nieco innej formie w pierwszym rozdziale dokumentu i będą wzmacniane w kolejnej części programu jako bardziej kompleksowo umotywowane priorytety i zadania. Wśród najważniejszych zaleceń na rzecz rozwoju kultury dla Słupska proponujemy, m. in.:

1. POWOŁANIE KOORDYNATORÓW ODPOWIEDZIALNYCH ZA KLUCZOWE PROBLEMY.

Koniecznością jest powołanie koordynatorów, niekwestionowanych autorytetów w swoich dziedzinach aktywności, których zadaniem będzie zapewnianie rozwoju w jednym z najważniejszych obszarów nazwanych przez nas priorytetami programu strategicznego.

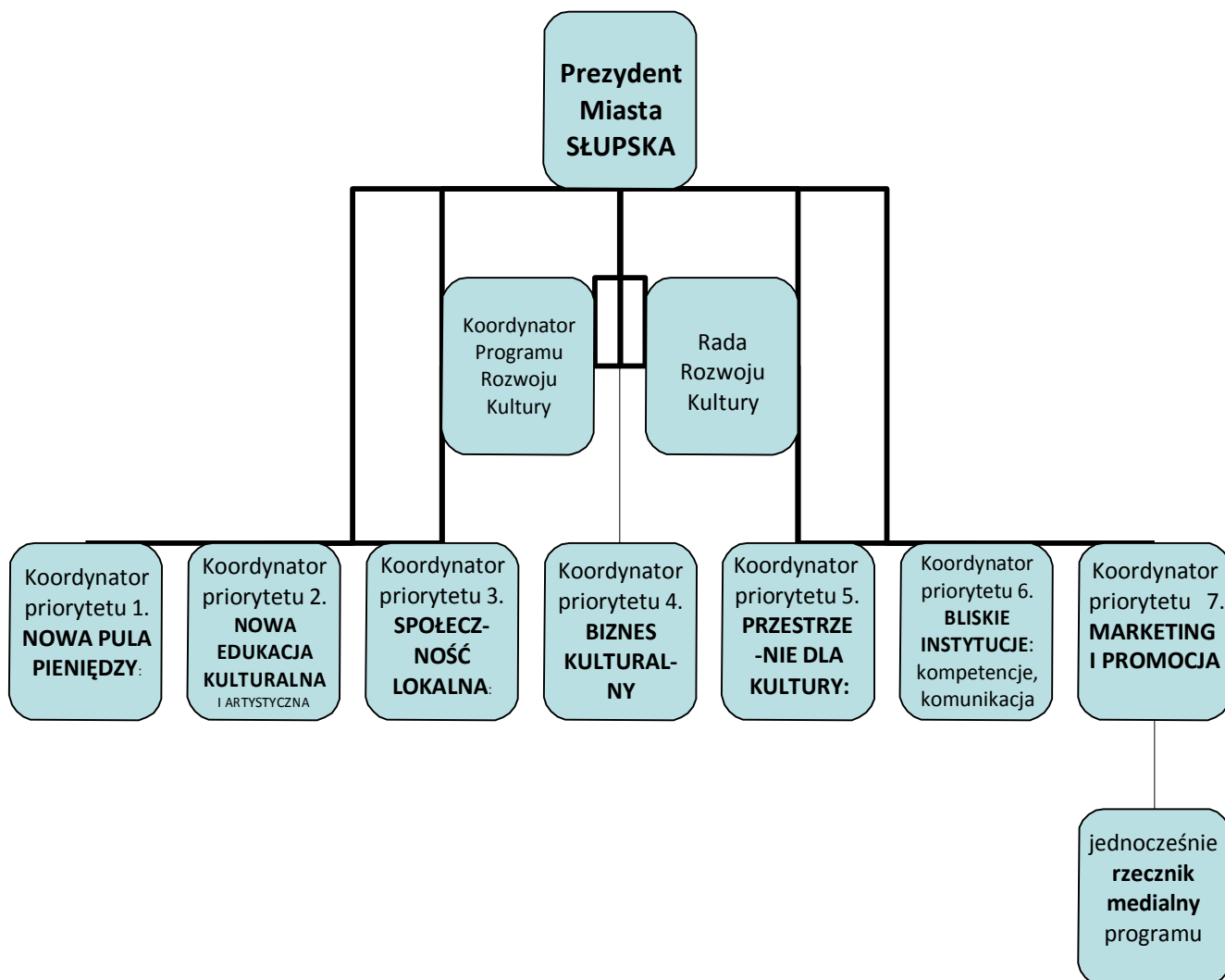
Potencjalnych dobrych kandydatów na takie osoby (nawet w formule funkcji społecznej, chociaż efektywniej w formule kontraktowej) można znaleźć już wśród osób, które zespół badawczy spotkał podczas sesji fokusowych. Siedem niżej przedstawionych obszarów sektora kultury w Słupsku bardzo pilnie potrzebuje stałego, wyłącznego nadzoru i stymulacji ze strony osoby, która będzie odpowiedzialna za proces zmiany w okresie od 2013 do 2020 roku i rozliczana z postępów w danej kluczowej dla rozwoju kultury dziedzinie :

Osoba 1. NOWA PULA PIENIĘDZY DLA KULTURY w Słupsku: zwiększenie środków dostępnych dla podmiotów kulturalnych, stworzenie i nadzorowanie systemu współpracy z prywatnymi mecenasami, pozyskiwanie środków finansowych ze źródeł spoza Słupska
Osoba 2. NOWA EDUKACJA KULTURALNA dla Słupska: dla wszystkich pokoleń, szkolna i pozaszkolna, powszechna i artystyczna
Osoba 3. Kulturalna SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA Słupska: stymulowanie aktywności kulturalnych organizacji pozarządowych w Słupsku, wspólnot osiedlowych, jak również kolejnych kluczowych obszarach tego priorytetu, wzmacnianiu działań na rzecz kształtowania tożsamości słupszczyzan, koordynowanie polityki pamięci miasta. Kolejnym obszarem jest ułatwianie dostępu do kultury osobom z grup społecznie i ekonomicznie zdefaworyzowanych.
Osoba 4. SŁUPSKI BIZNES KULTURALNY: stymulowanie przedsiębiorczości kulturalnej, usuwanie barier w rozwoju sektora prywatnego w kulturze na terenie Słupska.
Osoba 5. PRZESTRZENIE DLA KULTURY w Słupsku: pozyskiwanie nowych miejsc dla kultury w Słupsku, polepszanie jakości i dostępności istniejących obiektów i przestrzeni.
Osoba 6. BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY w Słupsku: nowe funkcje instytucji, znaczące wzmacnianie kompetencji kadr poprzez szkolenia i rozwój pracowników instytucji, wprowadzanie skutecznych metod zarządzania zespołem i instytucją, wprowadzanie nowej jakości komunikacji wewnątrz instytucji jak i na zewnątrz instytucji, skłanianie instytucji do inicjowania współpracy ze sobą, ze szkołami oraz innymi podmiotami z sektora obywatelskiego i prywatnego.
Osoba 7. MARKETING I PROMOCJA kultury oraz promocja Słupska poprzez kulturę: pozyskiwanie danych w tym badanie rynku kulturalnego i kulturalnej sfery publicznej w Słupsku, zbudowanie i prowadzenie systemu informacji o ofercie kulturalnej, działalności i sieci współpracy podmiotów kulturalnych w Słupsku, wprowadzanie innowacyjnych i skutecznych metod promowania kultury wśród mieszkańców i gości Słupska, zewnętrzna promocja miasta poprzez kulturę i kulturalne wizytówki Słupska.

Osoba ta powinna z mocy swoich kompetencji przy ścisłym współdziałaniu z głównym koordynatorem programu, być jednocześnie **rzecznikiem medialnym** Programu strategicznego oraz osobą odpowiedzialną za **usprawnianie komunikacji między wszystkimi koordynatorami** priorytetów.

Całość działań strategicznych powinien nadzorować **główny koordynator programu strategicznego**. Nadzór nad całością działań sprawuje **Prezydent Miasta Słupska**. Koordynatorowi strategii służy **Rada Rozwoju Kultury**, w której skład wejść powinny osoby postrzegane przez mieszkańców Słupska jako autorytety, osoby zaangażowane społecznie oraz eksperci zewnętrzni. Te osoby powinny konsultować i wspierać realizację strategii, być jej propagatorami. Powinny być również zobowiązane do oceny skuteczności działania koordynatora. Organizację pracę koordynatorów strategii ilustruje poniższy schemat.

Schemat KOORDYNACJI programu strategicznego



Rozwijając powyższą centralną propozycję wprowadzenia strategii w żywy obieg działań, w ramach najważniejszych rekomendacji, które możliwe są do zrealizowania za pośrednictwem zaproponowanego schematu, warto podkreślić szereg następujących pól możliwej aktywności przedstawicieli śląskiego samorządu oraz publicznych instytucji kultury w Śląsku:

2. NOWE OTWARCIE W STRATEGICZNYM PRZYCIĄGANIU MECENASÓW KULTURY. Lepszego zagospodarowania wymaga przestrzeń mecenatu kultury. W mieście mieszka znaczna ilość zasobnych przedsiębiorców, których odpowiednimi działaniami można w większym stopniu nakłonić do wsparcia lokalnej kultury. Sponsoring kultury powinien być nie tylko przemyślany, efektywny, ale również dający realne szanse mecenasom na współdecydowanie i otwartą dyskusję z organizatorami nad kształtem wydarzenia.

3. KONCENTRACJA ŚLĄSKICH ŚRODKÓW PUBLICZNYCH NA KULTURĘ. Potrzeba określenia głównych priorytetowych wydarzeń kulturalnych miasta i zapewnienia określonego okresu ich finansowania dających poczucie stabilności środków, by organizatorzy tych wydarzeń mogli skupić się przede wszystkim na względach jakościowych i artystycznych.

4. FINANSOWY PRIORYTET DLA EDUKACJI KULTURALNEJ, EDUKACJI ARTYSTYCZNEJ I ANIMACJI KULTURALNEJ JAKO INWESTYCJA W PRZYSZŁĄ PUBLICZNOŚĆ. Szczególnie ważnymi, cennymi i priorytetowymi inicjatywami powinny być projekty związane z edukacją kulturalną dzieci prowadzone na wczesnych etapach życia. Wsparcie (również finansowe) programów edukacji kulturalnej przedszkolaków powinno być postrzegane jako działanie nie tylko procentujące w chwili obecnej, ale jako inicjatywa, która w przyszłości zapewni pełne sale podczas miejskich wydarzeń kulturalnych.

5. ZBUDOWANIE NARZĘDZI SYSTEMOWEGO WSPIERANIA PODMIOTÓW I OSÓB UBIEGAJĄCYCH SIĘ O DOFINANSOWANIE DLA KULTURY. W obliczu popularności systemu grantowego i związanej z nim biurokratycznym procesem pisania i rozliczania wniosków należy zastanowić się nad systemem pomocy czyli zbudowaniem kadr profesjonalistów i doświadczonych osób, które potrafiłyby wspierać, a częściowo zastępować artystów, inicjatorów pomysłów kulturalnych, a w końcu także nauczycieli zaangażowanych w uczestnictwo młodzieży w kulturze, w zakresie przygotowania dokumentacji, budżetów, organizacji środków własnych, a w końcu prawidłowego rozliczania projektów. Być może skutecznym rozwiązaniem byłaby organizacja ogólnodostępnych szkoleń i warsztatów w tym zakresie.

6. ALTERNATYWNE METODY EDUKACJI KULTURALNEJ. Należy dostrzegać i wspierać inicjatywy powstawania nowych form obcowania z kulturą wychodzące poza utarte schematy i komercyjne formy kultury. Realizowane projekty kultury nowatorskiej, „innej”, alternatywnej czy niestandardowe działania edukacji kulturalnej powinny być motorem napędowym miejskiej kultury i źródłem inspiracji dla osób zaangażowanych w proces jej rozwoju.

7. WZMOCNIENIE TEATRÓW MŁODZIEŻOWYCH. Silną pozycję, o którą należy dbać i wspierać, posiadają w mieście inicjatywy teatralne. Szczególnie cennymi i wymagającymi dodatkowej „pielęgnacji” powinny być inicjatywy dziecięce i młodzieżowe, które w przyszłości zaowocować mogą stworzeniem silnej ogólnopolskiej marki teatralnej w Śląsku.

8. ISTOTNE WZMOCNIENIE SŁUPSKIEJ TWÓRCZEJ MŁODZIEŻY. Wydaje się, iż kluczową rolę w procesie rozwoju lokalnej kultury może odegrać znalezienie odpowiednich platform porozumienia z młodzieżą oraz dowartościowanie i wsparcie działań zaangażowanych w tworzenie kultury osób młodych nawet niewielkimi grantami, które pokazałyby poważne ich traktowanie i zachęciłyby do podjęcia wysiłku ich zdobycia. Działania te wymagają uprzedniego przeglądu stanu możliwości uatrakcyjnienia i uaktualnienia metod pracy oraz rozwinięcia zakresu i różnorodności artystycznej kadr szkolnictwa artystycznego w Słupsku (co najmniej do poziomu szkoły średniej).

9. SYSTEM MOTYWACYJNY DLA MŁODYCH SŁUPSKICH TWÓRCÓW. Potencjał młodych twórców kultury należy wzmocnić i pozytywnie wykorzystać w procesie rozwoju słupskiej kultury. Między innymi: organizując przeglądy, fundując stypendia dla jednostek, ale i współpracujących osób, tandemów, zespołów, czy nagrody w konkursach, jak również udostępniając młodym talentom pomieszczenia i wyposażenie, które znajduje się w miejskich instytucjach kultury, a które powinny być otwarte dla młodych artystów chcących rozwijać swoje pasje.

10. WYDOBYCIE STUDENTÓW Z BIERNOŚCI. Niewykorzystanym potencjałem kulturalnym jest środowisko akademickie. Wydaje się, iż by prawidłowo zdiagnozować przyczyny niskiej aktywności studentów i ludzi nauki w słupskiej kulturze potrzebne jest rozpoczęcie otwartej debaty i wypracowanie programu kulturalnego pobudzającego i wydobywającego z bierności to środowisko.

11. PODJĘCIE NOWOCZESNYMI ŚRODKAMI WALKI O AKTYWOWANIE MŁODZIEŻY DO ZAANGAŻOWANIA W REALNYM ŚWIECIE. Instytucje kultury powinny wypracować działania które walczyłyby z biernością osób młodych, które nie tylko nie są zainteresowani uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych, ale także zamykają się na inne osoby i poza wirtualnym światem nie angażują się w interakcje społeczne. Wydaje się, iż skutecznym rozwiązaniem tego problemu byłoby ukazanie (głównie internetowymi i nowatorskimi środkami przekazu) możliwości i otwartej, gotowej na ich sugestie i uwagi, oferty instytucji kultury w mieście.

12. PROMOCJA NIEPUBLICZNYCH PODMIOTÓW W KULTURZE. Lepszej promocji i wsparcia (nie tylko finansowego) wymagają podmioty należące do przestrzeni pozainstytucjonalnej. Podmioty pozarządowe i prywatne, które są organizatorami wielu znaczących kulturalnych wydarzeń w Słupsku, budują pozytywny wizerunek miasta.

13. WYKORZYSTANIE AKTYWNOŚCI SENIORÓW. Przykładem potencjału mogącego zostać w jeszcze większym stopniu wykorzystanym dla rozwoju kultury w Słupsku jest aktywność twórcza mieszkających w nim seniorów. Wolontariat i kulturalna działalność seniorów wszystkim stronom przynosi korzyści dlatego też należy rozwijać formy aktywizacji osób starszych i promować działania międzypokoleniowe. Innym przykładem potencjału związanego z zasobami ludzkimi są w mieście pedagodzy-pasjonaci, których zaangażowanie należy wspomóc i w odpowiedni sposób motywować i rozwijać. Być może dobrym pomysłem byłoby stworzenie odpowiedniego motywacyjnego programu czy nagrody dla najbardziej zaangażowanych osób związanych z kulturą w mieście.

14. PODJĄC INICJATYWY MŁODEJ PUBLICZNOŚCI SŁUPSKA. Należy starać się wykorzystać potencjał związany z chęcią uczestnictwa w kulturze wysokiej jakie przejawiają osoby młode w Słupsku. Wydaje się, iż udanym pomysłem byłoby przygotowanie dla tej grupy społecznej

specjalnej oferty koncertowej w filharmonii czy nowatorskich przedstawień teatralnych, które spowodowałyby jeszcze większy wzrost tej korzystnej tendencji. Nie należy przy tym zapominać o odpowiedniej promocji tego działania skierowanej do młodych widzów.

15. ZACHĘCANIE ORGANIZATORÓW WYDARZEŃ DO PROWADZENIA BARDZO PREFERENCYJNEJ POLITYKI CENOWEJ DLA UCZNIÓW I OSÓB W WIEKU EMERYTALNYM. Ponieważ aspekt ceny biletów jest jednym z bardziej istotnych dla słupskiej młodzieży, jak również, podobnie, osób starszych warto zastanowić się nad rozwiązaniami, które zachęciłyby, nie tylko tą grupę społeczną, do większego uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. Do rozważenia jest tu wiele strategii promocji sprzedaży, ale również akcje wsparte przez sponsorów.

16. WZMOCNIENIE WSPÓŁPRACY W DZIEDZINIE KULTURY ZE SPÓŁDZIELNIAMI MIESZKANIOWYMI I OSIEDLAMI. Przykłady pozytywnego oddziaływania, sukcesu pojedynczych inicjatyw kulturalnych na słupskich osiedlach oraz stan zaniedbania w tym zakresie na pozostałych skłania do zaznaczenia potrzeby skoordynowanego działania w zakresie stałej, systemowo zorganizowanej obecności aktywności kulturalnej na osiedlach mieszkaniowych Słupska.

17. WYJŚCIE INSTYTUCJI W PLENER. NOWE PRZESTRZENIE I LOKALIZACJE DLA KULTURY. Znaczna ilość zieleni miejskich i otwartych przestrzeni, deptaków powinna zachęcać instytucje kultury do wychodzenia poza mury własnych placówek. Ponadto w Słupsku znajdują się stare obiekty przemysłowe, które można by ożywić i zaadaptować dla aktywności kulturalnej.

18. „PRZYCIĄGANIE” DO SŁUPSKA INICJATYW KULTURALNYCH Z OKOLIC. Warto dostrzegać i wspierać miejsca, które funkcjonują w kulturalnej „przestrzeni” Słupska – nawet jeśli nie są one ściśle związane z geograficzną przestrzenią samego miasta, tak by przyciągnąć je tożsamościowo i ściśle skojarzyć ze Słupskiem. Przykładem takiej prężnie działającej inicjatywy kulturalnej i potencjalnej wizytówki kulturalnej Słupska jest Dolina Charlotty. Innym ważnym wydarzeniem łączącym środowisko młodych był i cały czas może być festiwal Garocin.

19. BUDOWANIE TRWAŁEJ SIECI WSPÓŁPRACY W SŁUPSKIM SEKTORZE KULTURY. Należy uzmysłowić ludziom związanym z miejską kulturą wspólnotę celów i działań na rzecz rozwoju kultury oraz zbudować trwałe sieci współpracy, synergii, które oparte będą na uzupełnianiu oferty a nie na rywalizacji. Pomocne w tym względzie powinny być takie działania jak: koordynacja terminów wydarzeń kulturalnych i ich spójna promocja, pobudzenie myślenia strategicznego i wymiany doświadczeń oraz czerpanie wzorców z dobrych praktyk czy wydarzeń kulturalnych, które odniosły sukces. Należy również otworzyć i uwrażliwić środowisko kulturotwórcze Słupska na głosy i opinie mieszkańców, gdyż wydaje się, że w niektórych aspektach brakuje dobrej komunikacji między instytucjami kultury i ich odbiorcami.

20. PROMOWANIE SYNERGII MIĘDZY SEKTORAMI PUBLICZNYM, OBYWATELSKIM I PRYWATNYM – WARUNEK KONIECZNY ROZWOJU ORGANIZACJI KULTURALNYCH. Większą promocję należy poświęcić na uświadomieniu istotnej roli i rozpoznawalności słupskich stowarzyszeń kulturalnych, które organizują czy współorganizują znaczące wydarzenia w mieście. Brak zrozumienia korzyści wynikających ze współpracy różnych podmiotów działających w kulturze, który można zaobserwować w badaniu ilościowym powinien być swoistą lampką ostrzegawczą dla władarzy miasta. Należy podjąć działania do budowania szerokiego pola współdziałania różnych podmiotów sfery kultury w Słupsku. Zwłaszcza społecznych czy

obywatelskich z prywatnymi i instytucjonalnymi, które dają możliwość poznania różnych sposobów myślenia, koncepcji czy organizacji wynikających z ich różnych cech organizacyjnych, prawnych i finansowych.

21. AKTYWOWANIE I POLEPSZANIE JAKOŚCI PROFILI INSTYTUCJI I INICJATYW KULTURALNYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH TAKICH JAK FACEBOOK. W związku z tym, iż coraz popularniejszymi źródłami informacji są nowe technologie i związane z nimi kanały komunikacji w postaci mediów społecznościowych wskazane jest by miejskie instytucje kultury, ale również samo miasto posiadało atrakcyjnie redagowane, ciekawe, aktualne i aktywne internetowe profile i internetowe źródła informacji o kulturalnym obliczu Słupska.

22. POMOC W „ODMŁODZENIU” FESTIWALU PIANISTYKI POLSKIEJ: NOWA FORMUŁA ORGANIZACYJNA, PROGRAM, METODY PROMOCJI, NOWA PUBLICZNOŚĆ. Wiele głosów słupszczan podczas badań jakościowych postulowało o „odmłodzenie” Festiwalu Pianistyki Polskiej. Wydaje się, że przeniesienie części jego wydarzeń do przestrzeni otwartej, publicznej, miejskiej i odpowiednia nowoczesna ich aranżacja może być dobrym krokiem w tym kierunku.

23. WZMOCNIENIE ŚRODOWISKA, KTÓRE MOŻE STWORZYĆ FESTIWAL FILMOWY W SŁUPSKU. Biorąc pod uwagę wysokie oceny kina Rejs jako placówki kulturalnej jak i jego deficyty w postaci słabego, w ocenie badanej młodzieży, repertuaru należy dążyć do jej aktualizacji oraz podjęcia działań w celu zorganizowania przeglądu czy festiwalu filmowego skierowanego do młodych mieszkańców Słupska i okolic. Z drugiej strony średnie i starsze pokolenie widzów znalazło w małym kinie azyl i remedium na brak innego dobrego kina w mieście – należy ten potencjał widzów utrzymać.

24. RADYKALNE DZIAŁANIA Z WITAKCYM JAKO IKONĄ SŁUPSKA. W obliczu pewnych trudności słupszczan z identyfikacją marki kulturalnej miasta z postacią ikonicznego Witkacego należy wzmocnić i unowocześnić warunki ekspozycji oraz pozostałe działania związane z wykorzystywaniem tej postaci nie tylko jako magnesu przyciągającego turystów szukających kulturalnych wrażeń, ale również jako „własnego” artysty. Warto wziąć pod uwagę pomysły na „miarę” Witkacego!

25. DOWARTOŚCIOWANIE ROLI KULTURY W SŁUPSKU. Należy odbudować pozycję kultury w mieście, która została nadszarpnięta przez usytuowanie marketu spożywczego w budynku kinowym odczytywanym przez mieszkańców jako sygnał braku poważania dla pozycji spraw kultury w hierarchii problemów miasta i wynik ekonomicznej kalkulacji.

26. PROMOWANIE KULTURALNEGO STYLU ŻYCIA PRZEZ WŁADZE MIASTA. Włodarze miasta w tym prezydenci oraz radni, jak również urzędnicy miejscy powinni zwrócić szczególną uwagę na promowanie poprzez własne działania, postawy, wypowiedzi kulturalnego stylu życia. Powinni aktywnie uczestniczyć w życiu kulturalnym miasta, brać udział w dyskusjach, debatach, komunikacji medialnej, mieć zdanie i wypowiadać się na temat kultury, angażować w akcje edukacyjne i promocyjne związane z kulturą w mieście.

27. ZAINICJOWANIE STWORZENIA JEDNEGO, SKUTECZNEGO, ATRAKCYJNEGO MEDIUM LUB WSPÓLNEJ PLATFORMY INFORMACYJNEJ DOTYCZĄCEJ KULTURY W SŁUPSKU. Poprawy wymaga również aspekt informacji o wydarzeniach kulturalnych. Wartą rozważenia propozycją jest

postulat przygotowanie jednego, wspólnego medium informacyjnego (informatora kulturalnego), który pozwoliłby skuteczniej zadbać o kolportaż informacji. Deficyty informacyjne i promocyjne kultury w Słupsku są zwłaszcza bolesne i uciążliwe dla małych, niepublicznych podmiotów, które nie mogą sobie pozwolić na płatne reklamy. Informacje o lokalnych, ciekawych i często bardzo innowacyjnych inicjatywach powinny być szczególnie preferowane jako obiekty wzmożonej promocji przez urząd miejski i jego instytucje. W tym aspekcie istotna jest także dobra współpraca organizatorów ze światem mediów. Niezbędna wydaje się być informacja o planowanych wydarzeniach w lokalnych mediach.

28. INICJOWANIE BADAŃ W SFERZE KULTURY ORAZ PROWADZENIE ZEWNĘTRZNEJ EWALUACJI ODDZIAŁYWANIA INSTYTUCJI KULTURY. Przeważająca większość (niemal 3/4) badanych maturzystów chce i widzi potrzebę badań socjologicznych w obszarze kultury ułatwiających dostosowanie oferty do gustów i potrzeb zarówno widzów jak i uczestników. Należy zatem wprowadzić system monitorowania tych oczekiwań i zachęcać instytucje kultury w Słupsku do podejmowania przedsięwzięć badawczych i ewaluacyjnych.

29. WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD – W SPRAWIE KULTURALNEGO WIZERUNKU SŁUPSKA. Biorąc pod uwagę wagę wymiaru wizerunkowego i promocyjnego należy zastanowić się nad spójną koncepcją działań promocyjnych w oparciu o posiadane potencjały i wyniki badań – tak, by spełniła się, najpopularniejsza w opinii respondentów, korzyść związana z dobrym poziomem miejskiej kultury, który może wypromować miasto w Polsce oraz sprawić, że wydarzenia kulturalne w Słupsku odnotowane będą przez ogólnopolskie media.

{4} Priorytety – cele szczegółowe – karty zadań

Ostatni rozdział Programu przedstawia rozbudowany względem rozdziału wstępnego układ priorytetów, poszerzonych dalej o cele szczegółowe i przykłady zadań do realizacji z pomocą programu strategicznego.

CEL. Celem głównym (albo misją) programu rozwoju kultury dla Słupska do 2020 roku jest
istotne wzmocnienie pozycji kultury jako czynnika rozwoju miasta i jego mieszkańców.

WIZJA. Cel ten jest osadzony w kontekście **wizji** przyjętej w programie, wedle której
Słupsk będzie miastem harmonijnie i dynamicznie prowadzonej polityki kulturalnej.

Rozwój kultury w proponowanym programie pojmowany jest jako:
zmiana, która przejawia się w sposób przede wszystkim jakościowy, a tylko sporadycznie ilościowy. Pozytywną zmianę w kulturze rozpoznajemy przede wszystkim po jakości aktywności osób i instytucji, a nie po ich ilości.

Jakość tej zmiany dotyczy przede wszystkim następujących, specjalnie zaproponowanych dla Słupska, a w tym rozdziale przypomnianych i szerzej przedstawionych, 12 **wymiarów aktywności kulturalnej**¹². **Wymiary te to kolejno:**

1) **Artystyczny i estetyczny [SZTUKA]** (jakość i różnorodność działań artystycznych, sztuka, ekspresja oraz jej skutek, oddziaływanie na wrażliwość, duchowość, emocje, postrzeganie świata przez odbiorcę, poczucie lepszej jakości życia, zadowolenie z mieszkania w miejscu tętniącym aktywnością kulturalną)

Działalność kulturalna ma swój wymiar artystyczny (istnienie i aktywność twórców) i estetyczny (aktywność odbiorców, szerokiego gremium obcujących z kulturą - tych wszystkich, którzy podejmują się z mniejszą lub większą świadomością interpretacji zjawisk z dziedziny kultury). O harmonijnym, ciągłym współistnieniu tych wymiarów decyduje jakość wytwarzania kultury i jej przyjęcia przez publiczność, wspólnotę słupszczan).

2) **Partycypacyjny [ZAANGAŻOWANIE]** (uczestnictwo, dostęp do kultury, włączanie środowisk i osób)

Aktywność kulturalna angażuje, zachęca do udziału, zaprasza do posłuchania, zobaczenia, refleksji, wciąga we współpracę z innymi osobami, zapewnia ciągłość międzypokoleniowego przekazu treści kulturalnych. Aktywność ta włącza do współdziałania i współodczuwania także środowiska wcześniej nie uwzględniane w debacie publicznej. Kultura daje też, w tym wymiarze, poczucie przynależności do wspólnoty lokalnej, do pozytywnie oddziałującego na społeczność patriotyzmu lokalnego i pamięci o poprzednich pokoleniach.

¹² Wykres ilustrujący ten zestaw wymiarów sektora kultury dla Słupska znajduje się na s. 7 tego opracowania.

3) Edukacyjny i kompetencyjny [PRZYGOTOWANIE] (edukacja kulturalna, pozyskiwanie wiedzy i umiejętności obcowania z artefaktami kultury, zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży, oraz nabywanie i rozwój kompetencji kulturalnych w wyniku uczestniczenia w kulturze)

Działania w tym zakresie gwarantują oddziaływanie na jakość przygotowania publiczności do obcowania nie tylko z kulturą artystyczną, ale również kulturą w szerszym znaczeniu, jako symbolicznego spoiwa, systemu wartości znaczącego wiele dla ludzi mieszkających w tym samym mieście, myślących również z troską o osobach, które będą je zamieszkiwać w przyszłości.

4) Tożsamościowy [KORZENIE] (*genius loci*, tożsamość i duma lokalna, przywiązanie do miejsca zamieszkania, związaną swoją przyszłością z miejscem, odnajdywanie swoich korzeni w danym miejscu)

Tworzenie skutecznie współpracującej, solidarnej wspólnoty mieszkańców miasta musi być oparte o pewien wspólny zasób wartości, przeżyć, wspomnień, symboli i artefaktów kultury. Aktywności kulturalne, zarówno te o charakterze wyłącznie artystycznym, jak i te o obliczu działań społecznych, integrujących, powinny zbliżać wspólnotę lokalną, wzmacniać więzi. Uzmysławianie specyficznych cech kultury lokalnej, dbanie o czytelność argumentów na rzecz dumy i przywiązania do miejsca zamieszkania, może sprawić, że więcej osób zapragnie zostać i osiedlić się w Słupsku.

5) Społeczny [WSPÓŁODPOWIEDZIALNOŚĆ] (etos, współodpowiedzialność, empatia, obywatelskość, szacunek dla innych, współtworzenie kulturalnej sfery publicznej)

Działalność kulturalna w Słupsku może mieć charakter jeszcze bardziej zaangażowany w pomoc w rozwiązywaniu problemów społecznych. Kultura postrzegana jako system pewnych wartości, które dzielimy z innymi ludźmi, a przede wszystkim aktywności kulturalne jako rozmaite sposoby komunikowania i przypominania oraz aktualizowania tych wartości, w swej istocie przyczyniają się do społecznego zaangażowania. Sfera kultury jest tą w której swój indywidualny rozwój pożytkujemy na rzecz innych osób, grup, społeczności miasta, za które czujemy się współodpowiedzialni.

6) Kadrowy [PROFESJONALIZM] (kompetencje kadr w sektorze kultury, profesjonalizm, skuteczność działania)

By działania kulturalne mogły zaistnieć w skali wspólnoty osób potrzebni są skutecznie działający profesjonalści. Powinni oni działać we wszystkich trzech sektorach aktywności kulturalnych: publicznym (pracownicy instytucji kultury, urzędnicy samorządowi), prywatnym (przedsiębiorcy, artyści, producenci) i obywatelskim (członkowie, aktywiści i pracownicy stowarzyszeń, fundacji, parafii, wspólnot, spółdzielni, kół, osoby zaangażowane w inicjatywy niesformalizowane). Istotne jest by kompetencje - zwłaszcza z zakresu zarządzania projektami, czy instytucjami, działań promocyjnych, pozyskiwania informacji i komunikowania - były na podobnie najwyższym poziomie profesjonalizmu, wiedzy i skuteczności wśród przedstawicieli wszystkich, wyżej wspomnianych trzech modeli aktywności w kulturze.

7) Infrastrukturalny [PRZESTRZEŃ DO DZIAŁANIA] (jakość obiektów i przestrzeni kulturalnych, ich wyposażenie, działania rewitalizacyjne, estetyka budynków, wnętrz, otoczenia, wygląd miasta)

Kultura potrzebuje przestrzeni, zarówno tej zamkniętej jak i otwartej. Zwłaszcza działania o charakterze artystycznym wymagają z definicji warunków do zapewnienia jakości, do spełnienia międzynarodowych standardów jakości pracy. Dotyczy to kwestii wielkości pomieszczeń, ich akustyki, wyposażenia w specjalistyczne urządzenia, jakości materiałów, warunków oświetleniowych, ilości pomieszczeń do ćwiczeń i warsztatów itd., w zależności od typu aktywności: muzycznej, teatralnej, ekspozycyjnej – muzealnej, bibliotecznej, edukacyjnej. Ważne jest również zapewnienie nowych przestrzeni otwartych dla kultury, nie tylko na potrzeby aktywności artystycznej, ale również spędzania czasu wolnego i miejsc atrakcyjnych turystycznie odpowiednio przygotowanych pod względem estetycznej jakości miejsca (przystosowane na potrzeby kulturalnej marki miasta: ulice, place, bulwary, artystyczne podwórka i inne zakątki, przestrzeń dla kawiarni, klubów muzycznych, wystaw zewnętrznych, kulturalne szlaki i ścieżki)

8) Komunikacyjny [INFORMACJA] (skuteczność informowania i komunikowania o ofercie kulturalnej, jej dostępności jak też możliwości włączania się podmiotów i współpracy)

Komunikacja w kulturze ma przynajmniej dwa zasadnicze wymiary. Pierwszy wymiar dotyczy dostępności dla potencjalnej publiczności informacji o realizowanych projektach, aktywnościach. Tu kluczową funkcję spełniają media i jakość współpracy z nimi. Drugi wymiar dotyczy wzajemnego komunikowania między organizatorami i promotorami tych wydarzeń i projektów kulturalnych, pomiędzy podmiotami, którym powinno zależeć na współpracy. Zapewnienie bieżącej, częstej komunikacji jest pierwszym i niezastąpionym krokiem do współdziałania i lepszej skuteczności. Zapewnienie dobrego systemu obiegu informacji w tych dwóch kręgach (a są jeszcze inne kanały komunikacyjne wymagające zabezpieczenia np. komunikacja organizatorzy – sponsorzy) jest zasadniczym wstępem do myślenia o jakimkolwiek rozwoju kultury w Słupsku.

Udrożnienie starych ścieżek i wytyczenie nowych szlaków wędrowania informacji o kulturze, znalezienie nowych, skutecznych nośników informacji jest jednym z kluczowych zakresów działania ludzi pracujących w domenie kultury.

9) Kooperacyjny [WŁĄCZANIE DO WSPÓŁPRACY] (współpraca instytucji, synergia podmiotów publicznych, prywatnych i obywatelskich, współpraca władz samorządowych różnych szczebli oraz wszystkich podmiotów i typów organizacji oraz osób zaangażowanych w działalność kulturalną)

Kultura jest w swej naturze siecią relacji, systemem naczyń połączonych. Kultura wytwarza sytuacje i okoliczności, które skłaniają do współpracy. System konsekwentnych działań jakim jest polityka kulturalna miasta musi być meblem stojącym na trzech równych nogach: publicznej, prywatnej i obywatelskiej. Tylko zmierzanie ku synergii, wzajemnemu świadomemu uzupełnianiu, łączenie sił pozwolą w sposób harmonijny funkcjonować kulturze przez wiele lat mimo zawirowań budżetowych i zmian, na które nie mamy wewnątrz sektora kulturalnego wpływu. Tylko współdziałanie i porozumienie organizacji o różnym profilu, statusie, modelu

zarządzania pozwoli sektorowi kultury być skutecznym konkurentem w zabieganiu o czas wolny i czas przeznaczony przez mieszkańców miasta na rozwój.

10) Promocyjny [KULTURALNA MARKA] (wizerunek, marka, prestiż, atrakcyjność dla turystów i inwestorów)

Kultura jest atrakcyjna również dla współczesnych konsumentów. Jest magnesem przyciągającym ludzi, którzy poszukują wartości dodanych, symboli, ikon, wiarygodnych marek, wysokiej jakości usług, prestiżu, elegancji, stylu. Słupsk ma warunki do inwestowania w kulturę w przekonaniu, że będzie ona przyciągać gości, jak również, że zwiększy symboliczną wartość marki miasta dla mieszkańców Słupska. Wysokiej jakości kultura może być także narzędziem przyciągania inwestycji, świadczy o jakości życia, edukacji, spędzania czasu wolnego, warunkach dla rozwoju potencjalnych nowych pracowników i ich rodzin, którzy przybywają do miasta wraz z nową dużą inwestycją biznesową.

11) Strategiczny [POLITYKA KULTURALNA] (pozyskiwanie wiedzy, prowadzenie badań, konsekwentne realizowanie obranych założeń lokalnej polityki kulturalnej, podejmowanie decyzji strategicznych)

Konsekwencja jest miernikiem sukcesu w zapewnianiu warunków dla rozwoju kultury w mieście takim jak Słupsk. Dalekowzroczna wizja realizowana krok po kroku w oparciu o wiedzę, we wszystkich wymienionych zakresach może całkowicie przeobrazić zarówno jakość życia odczuwaną przez mieszkańców, jak i wzmocnić znacząco ich dumę z bycia słupszczaninem, wprowadzić Słupsk do „ligi” miast (cały czas bardzo nielicznie w Polsce reprezentowanej) postrzeganych jako atrakcyjnych, bo kulturalnych. Wiele samorządów nie potrafi obrać kursu i konsekwentnie dążyć do celu w oparciu o przemyślaną i odpowiedzialną politykę kulturalną. Słupsk ma potencjał ludzi by właściwie sobie z tym poradzić.

12) Menedżerski [SKUTECZNE ZARZĄDZANIE] (efektywne, uaktualniane, adekwatne dla działalności kulturalnej metody zarządzania, finansowanie, ewaluacja)

Wieloletnich działań na rzecz rozwoju kultury nie da się realizować odgórnie, z pozycji miasta prowadzącego politykę kulturalną, bez przygotowania narzędzie do zarządzania na poziomie samych podmiotów realizujących zadania z zakresu kultury. Bez gruntownej zmiany w sposobie myślenia osób zarządzających instytucjami kultury, bez wzmocnienia ich kompetencji menedżerskich, komunikacyjnych, marketingowych nie da się zmienić jakości pracy, zwłaszcza publicznych instytucji. Zarządzanie, czy tego chcemy czy nie, jest dla kultury nie tylko narzędziem, ale też często istotą sukcesu. Samo zarządzanie jest komunikowaniem. Skuteczność edukacji kulturalnej, oddziaływania artysty na publiczność, budowanie narracji, które zapewnią pamięć o przeszłości i kulturalną ciągłość pokoleń - wszystko to zależy od obrania skutecznej, zaktualizowanej do konkretnych potrzeb i warunków metody zarządzania wieloma procesami. Pierwszym krokiem będzie wprowadzenie do instytucji myślenia projektowego, gdzie każde faktyczne i szczegółowo finansowanie zadanie można poddać ocenie, sprawdzić jakość i skuteczność oddziaływania.

Adekwatny wykres ilustrujący zestawienie tych wymiarów kultury przedstawiono na s. 7.

Rozmawiając o kulturze i budując program strategiczny służący realizacji lokalnej polityki kulturalnej dotykamy wszystkich wyżej zaproponowanych przez nas podstawowych wymiarów aktywności kulturalnej.

Podczas badań fokusowych pytaliśmy naszych informatorów o: kulturalne zasoby i potencjały, deficyty oraz bariery dla rozwoju kultury. Rozpoznanie tych treści prowadzić powinno zatem do działań, wskutek których: zasoby powinny być spożytkowane, potencjały rozwinięte, deficyty uzupełnione, bariery usunięte. Dopytywaliśmy również respondentów o tożsamość lokalną (*genius loci*) oraz oddziaływanie kultury na rozwój społeczny.

Proponowany zakres priorytetów, celów szczegółowych¹³ i zadań stworzony jest, z jednej strony w oparciu o dane i opinie pozyskane w toku badań, z drugiej strony z 12 zaproponowanych przez zespół badawczy wymiarów aktywności kulturalnej.

Priorytety te mają ponadto treść adekwatną do obszarów zaproponowanych jako przedmiot koordynacji w ramach pierwszej rekomendacji dla Władz Miasta Słupska, przedstawionych w poprzednim rozdziale programu. Każdemu z priorytetów towarzyszą przykładowe cele szczegółowe, która mogą zostać w ramach niego osiągnięte, które mogą zostać również wzbogacone o kolejne cele szczegółowe, dodane przez koordynatora strategii lub koordynatora priorytetu.

Priorytet 1. NOWA PULA PIENIĘDZY W KULTURZE

system współpracy ze sponsorami i środki ze źródeł spoza Słupska. W zakresie tego priorytetu mieści się stworzenie systemu działania, który zwiększy ilość środków dostępnych dla podmiotów kulturalnych. Chodzi zatem o wprowadzenie do obiegu organizacji, instytucji, aktywistów i twórców nowych pieniędzy, spoza budżetu Słupska, które znacząco uzupełnią środki samorządowe. **Uaktywnienie nowych źródeł finansowania kultury pozwoli na ukierunkowany w zgodzie ze strategią miasta rozwój całego sektora i realizację poszczególnych priorytetów.** Priorytet ten powinien jednocześnie pozwolić na aktualizację i racjonalizację dystrybucji środków, które obecnie są do dyspozycji w sektorze kultury w ramach budżetu miasta. **Ten priorytet jest jednym z kluczowych, zasilających rozwój w obszarze pozostały priorytetów.**

Cel szczegółowy 1/1: Pozyskanie nowych środków na realizację innych 6 pozostałych strategicznych.

Cel szczegółowy 1/2: Zbudowanie profesjonalnego systemu współpracy między sponsorami a menedżerami kulturalnymi w Słupsku.

Cel szczegółowy 1/3: Zwiększenie puli środków do wykorzystania przez organizacje pozarządowe w Słupsku – co oznacza zwiększenie ich aktywności w mieście i bycie atrakcyjnymi podmiotami do współpracy. Istnienie systemowego wsparcia dla organizacji aplikujących i pozyskujących, przywożących do Słupska z zewnątrz środki na kulturę

Cel szczegółowy 1/4: Racjonalizacja i koncentracja środków samorządowych w Słupsku wydawanych na kulturę.

Cel szczegółowy 1/5: Zwiększenie środków samorządowych i poza-samorządowych w dziedzinie edukacji kulturalnej i artystycznej – jako rozpoczęcie procesu inwestowania w przyszłość sektora kultury.

...

¹³ Wykres ilustrujący zestawienie wszystkich 8 priorytetów znajduje się na s. 8 tego opracowania.

**Priorytet 2. NOWA EDUKACJA KULTURALNA i ARTYSTYCZNA
oraz UCZESTNICTWO W KULTURZE**

Szeroko pojęta edukacja kulturalna i działania z zakresu **animacji kulturalnej** dla wszystkich pokoleń i grup społecznych, aktywności szkolne i pozaszkolne. **Wzmacnianie edukacji artystycznej w celu przygotowania przyszłych słupskich talentów. W tym priorytecie odbywa się misterna i długoletnia praca nad zwiększenie kulturalnej aktywności i rozwojem kompetencji kulturalnych mieszkańców Słupska, uczestników kultury z różnych generacji. Tu wykonywana jest podstawowa praca w zakresie kształtowania gustów, postaw ludzi, jak również konstytuuje się szeroko pojęta kultura sfera publiczna**

Słupska. Cel szczegółowy 2/1: Włączenie większej ilości mieszkańców miasta do uczestnictwa w kulturze, korzystania z oferty aktywności kulturalnych, zaangażowania w lokalne działania kulturalne, współtworzenia kulturalnej sfery publicznej Słupska i rozwój kompetencji kulturalnych osób – mieszkańców miasta.

Cel szczegółowy 2/2: Wykorzystanie potencjału kreatywnej grupy słupskich nauczycieli do stworzenia i propagowania katalogu praktyki i działań edukacyjnych, które przełamują schemat dotychczasowych działań w zakresie edukacji kulturalnej i prawdziwie przełomowej twórczości artystycznej młodzieży w słupskich szkołach.

Cel szczegółowy 2/3: Włączenie seniorów, zwłaszcza z Uniwersytetu Trzeciego Wieku do realizacji programu edukacyjnego z wykorzystaniem projektów artystycznych, angażujących osiedlowe społeczności lokalne, relacje sąsiedzkie, relacje międzypokoleniowe.

Cel szczegółowy 2/4: Atrakcyjna edukacja artystyczna na poziomie co najmniej do szkoły średniej włącznie jako oferta dla najbardziej utalentowanej młodzieży. Jakość pracy i sukcesy absolwentów jako wizytówka miasta i zachęta dla wielu amatorów sztuki.

Cel szczegółowy 2/5: Istnienie silnego akademickiego i studenckiego środowiska twórców i publiczności kulturalnej.

Cel szczegółowy 2/6: Wzrost profesjonalnych kompetencji osób prowadzących animację, upowszechnianie kultury oraz działania w ramach edukacji kulturalnej i artystycznej. Pozyskanie nowych metod pracy z amatorami i profesjonalnymi artystami.

...

Priorytet 3. KULTURALNA SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

Wsparcie codziennych aktywności mieszkańców Słupska, które z użyciem mediów kultury wyrażają i wzmacniają lokalną tożsamość, przynależność do wspólnoty, współodpowiedzialność za miejsce zamieszkania, empatię, szacunek i pomoc względem innych członków wspólnoty, dumę, symboliczne przywiązanie do miejsca zamieszkania, odnajdywanie w Słupsku swoich korzeni i wiązanie ze Słupskiem swojej przyszłości. Realizacja tego celu pozwoli na wzmocnienie zachowań obywatelskich i współtworzenie szeroko pojętej kulturalnej sfery publicznej, wykraczającej daleko poza ekspresję artystyczną i bycie wyłącznie odbiorcą kultury. Zwłaszcza istotne jest tu:

- a) inspirowanie, stymulowanie kulturalnych organizacji pozarządowych
- b) kulturalna aktywizacja osiedli z pomocą wspólnot lokalnych, spółdzielni mieszkaniowych, nieformalnych grup mieszkańców, mediów społecznościowych
- c) tożsamość słupszczyzan i polityka pamięci
- d) ułatwianie dostępu do kultury osobom z grup społecznie lub ekonomicznie zdefaworyzowanym

Cel szczegółowy 3/1: Duża aktywność wspólnot lokalnych, organizacji, grup mieszkańców

którzy wyrażają swoją wspólnotowość z pomocą projektów artystycznych, kulturalnych, posiadających wysokiej jakości treść i sens.

Cel szczegółowy 3/2: Trwałe włączenie do uczestnictwa w kulturze i integracji z aktywnymi mieszkańcami miasta dużej liczby osób ze środowisk i grup społecznie lub ekonomicznie trudnych, zdefaworyzowanych.

Cel szczegółowy 3/3: Duża ilość solidnych, aktywnych organizacji pozarządowych realizujących dobre, silnie oddziaływujące na mieszkańców projekty kulturalne

Cel szczegółowy 3/4: Zadowolenie mieszkańców z bycia częścią słupejskiej wspólnoty, bycie dumnym z bycia słupejszczaninem, świadomość tożsamości lokalnej, podwójnej (przedwojennej i powojennej) historii Słupska i dziedzictwa kulturalnego miasta.

...

Priorytet 4. BIZNES KULTURALNY

stymulowanie rozwoju sektora prywatnego w kulturze, usuwanie barier w rozwoju sektora prywatnego w kulturze na terenie Słupska.

Cel szczegółowy 4/1: Powstanie wielu dobrych, prywatnych inicjatyw kulturalnych utrzymującej się ze swojej aktywności kulturalnej, stanowiących atrakcyjną ofertę dla odbiorców jak i potencjalnych pracowników.

Cel szczegółowy 4/2: Zwiększenie kompetencji, wiedzy, skuteczności, w zakresie zarządzania i komunikacji wśród młodych przedsiębiorców kulturalnych wchodzących na rynek pracy.

Cel szczegółowy 4/3: Zbudowanie solidnego sektora prywatnego w kulturze, który będzie stanowił wyzwanie i konkurencję dla organizacji z sektora publicznego, motywującego ich do rozwoju i uczenia się nowych metod i używania nowych środków promocji w organizowaniu aktywności kulturalnych.

...

Priorytet 5. PRZESTRZENIE DLA KULTURY

pozyskiwanie nowych miejsc dla kultury w Słupsku, polepszanie jakości i dostępności istniejących obiektów i przestrzeni dla kultury dla działań artystycznych profesjonalnych i amatorskich. Stworzenie i realizowanie przez kadry instytucji kultury zasad umożliwiających mieszkańcom (dzieciom, młodzieży, dorosłym itd.) korzystanie z pomieszczeń i zaplecza sprzętowego tych instytucji. Ułatwienie udostępniania sprzętu grającego, sal do prób, zaplecza malarskiego może spowodować, że mieszkańcy chętniej przyjdą do danej instytucji i skorzystają z jej oferty kulturalnej.

Cel szczegółowy 5/1: Wysoka jakość i różnorodność obiektów i przestrzeni z przeznaczeniem na aktywność kulturalną w Słupsku,

Cel szczegółowy 5/2: Zwiększenie ilości pomieszczeń, udogodnień, wyposażenia i sprzętu dostępnego dla twórczych mieszkańców miasta, chcących zaangażować się w tworzenie wydarzeń i dzieł artystycznych.

Cel szczegółowy 5/3: Wysoka jakość estetyczna budynków, wnętrz, ulic, placów, parków i ogólny wygląd miasta, dający poczucie lepszej jakości życia, w przyjaznym człowiekowi, przyjemnym otoczeniu

Cel szczegółowych 5/4: Istnienie wielu nowych przestrzeni trwale zaaranżowanych i przystosowanych jako przestrzeni publiczna przyjazna kulturze, gotowa do użycia jako przestrzeni kultury – podwórka, obiekty przemysłowe, wybrane ulice i place, skwery i bulwary.

...

Priorytet 6. **BLISKE INSTYTUCJE**

nowe funkcje, kompetencje kadr, komunikacja i współpraca z innymi podmiotami, stymulowanie współpracy między sektorami publicznym, prywatnym i obywatelskim w dziedzinie kultury, **znaczące wzmocnienie kompetencji kadr poprzez szkolenia i rozwój pracowników** instytucji (w tym zapraszanie do tych form rozwoju osoby spoza instytucji, zwłaszcza z organizacji pozarządowych; wprowadzanie **skutecznych metod zarządzania zespołem i instytucją, wprowadzanie nowej jakości komunikacji do inicjowania współpracy** ze sobą, ze szkołami oraz innymi podmiotami z sektora obywatelskiego i prywatnego.

Cel szczegółowy 6/1: Profesjonalne kadry sektora kultury w Słupsku, zwłaszcza pracownicy instytucji, urzędnicy, ale również niezależni organizatorzy i promotorzy działań kulturalnych pracujący według najlepszych metod w zakresie skutecznego zarządzania, komunikacji i rozwoju specjalistycznych kompetencji kulturalnych.

Cel szczegółowy 6/2: Synergia podmiotów publicznych, prywatnych i obywatelskich. Aktywna współpraca władz samorządowych różnych szczebli oraz wszystkich podmiotów i typów organizacji oraz osób zaangażowanych w działalność kulturalną. Realizacja wspólnych dużych projektów kulturalnych przez równorzędne podmioty o różnym statusie: samorządowym, prywatnym, obywatelskim. Uzyskanie optymalnych warunków współpracy między podmiotami publicznymi, prywatnymi i obywatelskimi. Stworzenie ścisłej sieci współpracy służącej rozwojowi kultury między instytucjami publicznymi.

Cel szczegółowy 6/3: Liczne bilateralne działania i projekty kulturalne w szkołach i instytucjach kultury, trwała sieć stałej współpracy i wsparcia merytorycznego wśród instytucji oraz innych organizacji zajmujących się działalnością kulturalną.

Cel szczegółowy 6/4: Realizowanie licznych działań artystycznych oddziałujących na pozytywną zmianę zachowań ludzi w codziennym życiu, odzyskiwanie miejsc zdegradowanych społecznie, przywracanie do społeczności lokalnej ludzi z problemami życiowymi i materialnymi.

Cel szczegółowy 6/5: Efektywna współpraca instytucji kultury i mediów lokalnych. Istnienie kultur w mediach za sprawą inteligentnych zabiegów kompetentnych pracowników instytucji kultury. Prowadzenie ścisłej i skutecznej komunikacji z opiniotwórczymi dziennikarzami, którzy znajdują miejsce na publikację informacji dotyczących kultury w Słupsku. Mocne istnienie instytucji, marek kulturalnych, projektów w mediach społecznościowych.

...

Priorytet 7. **MARKETING I PROMOCJA**

pozyskiwanie i dystrybucja danych o słupskiej kulturze, w tym badanie rynku kulturalnego i kulturalnej sfery publicznej w Słupsku, zbudowanie i prowadzenie systemu informacji o ofercie kulturalnej, działalności i sieci współpracy podmiotów kulturalnych w Słupsku, wprowadzanie innowacyjnych i skutecznych metod promowania kultury wśród mieszkańców i gości Słupska, zewnętrzna promocja miasta poprzez kulturę i kulturalne wizytówki Słupska.

Cel szczegółowy 7/1: Zbudowanie corocznie aktualizowanej bazy danych dotyczących uczestnictwa w kulturze i jakości oferty kulturalnej w Słupsku. Posiadanie solidnych narzędzi badawczych i ewaluacyjnych dla kultury, ich częste używanie i aktualizacja.

Cel szczegółowy 7/2: Stworzenie skutecznego systemu informowania o działaniach

kulturalnych w Słupsku, udrożnienie komunikacji w tym zakresie skierowanej zarówno do publiczności jak i wszystkich podmiotów organizujących aktywności kulturalne oraz mediów. **Cel szczegółowy 7/3:** Skuteczna, profesjonalna, atrakcyjna wizualnie, bieżąca promocja działań i projektów kulturalnych realizowanych w Słupsku. Kształtowanie wizerunku Słupska jako marki kulturalnej atrakcyjnej dla turystów i inwestorów.

Cel szczegółowy 7/4: Uczynienie z kultury najważniejszego nośnika marki miasta Słupsk, gdzie kultura jest przedmiotem efektywnych kampanii skutecznie komunikujących najważniejsze atuty miasta. Istnienie rozpoznawalnych w całej Polsce słupskich marek kulturalnych.

Cel szczegółowy 7/5: Istnienie dobrego klimatu i poparcia społecznego dla zmian wynikających z programu strategicznego oraz mobilizacji wszystkich zainteresowanych podmiotów w kierunku jej skutecznej realizacji. Istnienie wśród mieszkańców miasta mody na kulturę i kulturalne spędzanie czasu wolnego.

Cel szczegółowy 7/6: Moda na kulturalny styl życia w Słupsku. Kreowanie potrzeb kulturalnych za pomocą różnych mediów komunikacji.

...

Priorytet 8. ŻYWA STRATEGIA

konsekwentna skoordynowana polityka kulturalna realizowana dynamicznie i równomiernie we wszystkich 7 priorytetach, priorytet zasilający wizją i wiedzą pozostałe priorytety. Z pomocą wszelkich środków, w tym działań o charakterze public relations i promocji spójnych z priorytetem siódmym, należy włączyć jak największą ilość osób w realizację wszystkich priorytetów strategii.

EWALUACJA

W ramach tego priorytetu odbywać się będzie cyklicznie - rzetelna i wiarygodna (zlecona zewnętrznemu podmiotowi) półroczna ewaluacja postępu w realizacji wszystkich priorytetów strategii, z której koordynatorzy będą musieli wyciągać adekwatne wnioski i podejmować szybkie decyzje.

Cel szczegółowy 8/1: Zrealizowanie założeń strategii poprzez podejmowanie konsekwentnych decyzji służących rozwojowi kultury we wszystkich wskazanych 12 wymiarach. Poprawa jakości zarządzania instytucjami kultury dla zwiększenia skuteczności ich oddziaływania, podniesienia jakości podejmowanych działań, lepszego wydawania pieniędzy samorządowych i zwiększenia budżetu ze środków poza-samorządowych.

Cel szczegółowy 8/2: Podejmowanie z konsekwencją działań w oparciu o wieloletni plan na poziomie całego samorządu miasta. Myślenie strategiczne w kategoriach: pozyskiwania wiedzy, prowadzenia badań, konsekwentnego realizowania obranych założeń lokalnej polityki kulturalnej, podejmowana decyzji strategicznych.

Cel szczegółowy 8/3: Działanie w Słupsku instytucji i podmiotów, oraz realizacje projektów, które cechują najwyższe standardy w dziedzinie: skuteczności zarządzania adekwatnego dla danej działalności kulturalnej, jak również w zakresie aktualności i atrakcyjności oferty kulturalnej, oraz racjonalności inwestowanych, wydawanych i zarabianych środków finansowych.

Cel szczegółowy 8/4: Zapewnienie warunków dla możliwie najwyższej jakości aktywności artystycznych i dostępu do różnorodnej działalności kulturalnej

Cel szczegółowy 8/5: Stworzenie skutecznych i wiarygodnych narzędzi nadzoru, a przede wszystkich ewaluacji instytucji i projektów kulturalnych funkcjonujących na terenie Słupska.

Posiadanie rzetelnych danych i maksymalnie obiektywnych wyników ewaluacji, które mogą stanowić dobry materiał dla skutecznego diagnozowania problemów, jak również upowszechniania informacji o sukcesach i spełnianiu najwyższych standardów w danej, badanej dziedzinie.

...

Efektom konsekwentnej pracy w ramach wskazanych priorytetów będzie m.in. poprawa **jakości i różnorodności OFERTY KULTURALNEJ oraz DOSTĘPU do niej**. Oferty treści kulturalnych nie można wszakże narzucić odgórnie, sterować nią w sposób bezpośredni, lecz raczej zapewniać warunki dla powstawania licznych, rozmaitych inicjatyw kulturalnych o możliwie najlepszej jakości artystycznej. Takie warunki zagwarantuje konsekwentna realizacja celów w ramach poszczególnych obszarów priorytetowych. Jakość oferty kulturalnej dla mieszkańców Słupska i gości będzie wypadkową realizacji strategii we wszystkich priorytetach.

Wyżej przedstawione priorytety i cele rozwinięto o przykładowe karty zadań w ostatniej części dokumentu. Szczegółowe karty zadań (z budżetem, źródłami finansowania, harmonogramem, niezbędnym personelem itd.) powinny być stworzone przez koordynatorów danych priorytetów, a dalej, lokalnych animatorów, osoby aktywnie działające w sferze kultury na terenie Słupska i okolic. Jako grupa badaczy możemy jedynie przedstawić pewnego rodzaju schematy przydatne do realizacji pozytywnych zmian. Mamy nadzieję, że przedstawione przez nas poniżej karty zadań staną się inspiracją i będą dalej rozwijane oraz uszczegóławiane przez reprezentantów samorządu, jak też mieszkańców Słupska, którzy podejmą się realizacji programu. Skarbnicą wiedzy inspirującą do dodawania pomysłów zadań możliwych do realizacji w ramach strategii są poprzednie części Programu zwłaszcza **REKOMENDACJE** a wcześniej treść ocen sformułowana w badaniach fokusowych. Warto do tego sięgnąć, materiał ten jest bardzo bogaty.

{#} Przykładowe KARTY ZADAŃ do Programu Rozwoju Kultury w Słupsku do 2020 roku

Przedstawione karty zadań są **wyłącznie przykładami i nie wyczerpują zakresu wszystkich 8 priorytetów oraz proponowanych wyżej celów szczegółowych**. Przygotowanie kart zadań należy do pierwszych obowiązków koordynatora strategii wspólnie z koordynatorami priorytetów.

Karta zadania nr 1

Priorytet 1: NOWA PULA PIENIĘDZY W KULTURZE

Cel szczegółowy 1/2: Zbudowanie profesjonalnego systemu współpracy między sponsorami a menedżerami kulturalnymi w Słupsku.

Zadanie: Mecenasi rozwoju

Opis zadania:

Wykorzystanie potencjałów lokalnych mecenasów kultury poprzez stworzenie długofalowego programu współpracy, jasnej i konkretnej formy ich promocji, klarownego systemu wydawania otrzymanych środków itd. Słupsk posiada dosyć duży potencjał w lokalnych przedsiębiorcach. Są to firmy prężnie działające, które mogłyby znacząco włączyć się w wspieranie działalności kulturalnych. Należy jednak we właściwy sposób zachęcać do tej współpracy, stworzyć możliwości jak najszerzego promowania firm, które zdecydują się na bycie mecenasami. Istnieje wiele korzyści, które może osiągnąć takie przedsiębiorstwo. Trzeba je jednak dostosować do lokalnych warunków i potrzeb i we właściwy sposób prezentować potencjalnym sponsorom.

Planowane przedsięwzięcia:

Stworzenie pewnego rodzaju „procedury”, która w klarowny sposób określałaby kolejne kroki jakie muszą podjąć obie strony współpracy dotyczącej sponsoringu kultury. Zagwarantowanie mecenasom pewnych profitów, mających większe znaczenie społeczne, marketingowe niż materialne. Mogą to być np. darmowe karnety na różne przedsięwzięcia, nobilitowanie poprzez zapraszanie do współprowadzenia jakiś wydarzeń, imprez osoby reprezentujące dane przedsiębiorstwo, promowanie w ciekawy sposób produktów, usług sponsorujących firm podczas imprez kulturalnych, organizowania konkursu i wyłaniania przedsiębiorców najbardziej zaangażowanych w kulturę itd.?....

Oczekiwane efekty:

- wzrost zainteresowania ze strony przedsiębiorstw w zakresie sponsorowanie różnych inicjatyw kulturalnych
- uzyskiwanie obopólnych korzyści – rozwój wydarzenia kulturalnego, gwarantuje kompletną i profesjonalną reklamę danej firmy wobec coraz szerszej publiczności,
- współpraca międzysektorowa, prowadząca również do czerpania profitów materialnych z działalności kulturalnej również przez organizacje np. pozarządowe

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Organizacje pozarządowe;
3. Urząd miejski;

Karta zadania nr 2

Priorytet 1: NOWA PULA PIENIĘDZY DLA KULTURY

Cel szczegółowy 1/3: Zwiększenie puli środków do wykorzystania przez organizacje pozarządowe w Słupsku – co oznacza zwiększenie ich aktywności w mieście i bycie atrakcyjnymi podmiotami do współpracy. Istnienie systemowego wsparcia dla organizacji aplikujących i pozyskujących, przywożących do Słupska z zewnątrz środki na kulturę

Zadanie: Centrum nawigacji dla III sektora

Opis zadania:

Zadanie wskazuje na potrzebę zapewnienia odrębnego miejsca/institucji lub wygenerowania nowych stanowiska/nowych zakresów obowiązków dla wyznaczonych pracowników Urzędu Miejskiego w Słupsku, które będzie pełniło funkcję doradczą dla wszystkich organizacji działających w trzecim sektorze. Ze szczególnym naciskiem na pomoc w sprawach administracyjnych, w przygotowywaniu dokumentacji, wsparcie przy tworzeniu wniosków dotyczących działań kulturalnych startujących w konkursach grantowych oraz przy rozliczaniu tych projektów.

Planowane przedsięwzięcia:

Dla właściwego funkcjonowania sfery kultury potrzebne są sprawnie funkcjonujące organizacje pozarządowe (fundacje, stowarzyszenia). Udzielanie im wsparcia zarówno na etapie rozpoczynania działalności, jak i realizowania poszczególnych przedsięwzięć jest niezwykle istotnym zadaniem instytucji kultury. Do jak najlepszego wykorzystania potencjału tych organizacji potrzebne jest bieżące informowanie ich o różnych możliwościach realizacji pomysłów, inicjatywach innych organizacji, szansy współpracy czy zmianach w polityce kulturalnej. Organ doradczy miałby łączyć w pewien sposób III sektor z Urzędem, pomagałby również w budowaniu sieci współpracy między samymi stowarzyszeniami czy fundacjami. Taki swego rodzaju centrum nawigacyjne dla działań pozarządowych mogłoby przyczynić się do zwiększenia świadomości na temat polityki kulturalnej regionu oraz zapewniać jej skuteczną realizację poprzez wsparcie we wpisywaniu się działań stowarzyszeń/fundacji w długofalowe strategie Miasta Słupska. Pomoc przy tworzeniu wniosków w ramach różnych programów dotacyjnych np. z Ministerstwa Kultury lub programów Unii Europejskiej, być może doprowadziłaby do zwiększenia sumy otrzymywanych grantów na rozwój działań kulturalnych w Słupsku i okolicy.

Oczekiwane efekty:

wzrost poziomu wiedzy na temat polityki kulturalnej regionu osób związanych z organizacjami kultury działającymi w III sektorze; większa ilość uzyskanych dotacji z różnych źródeł i przez różne organizacje, na realizację lokalnych projektów kulturalnych; zintensyfikowanie współpracy między samymi stowarzyszeniami/fundacjami; wzrost ilości skutecznie realizowanych przedsięwzięć związanych z kulturą przez organizacje pozarządowe; usprawnienie współpracy między III sektorem a Urzędem Miejskim w Słupsku;

Podmioty uczestniczące w realizacji: 1. Urząd miejski; 2. Organizacje pozarządowe; 3. Eksperti z dziedziny tworzenia i rozliczania projektów

Karta zadania nr 3

Priorytet 3: KULTURALNA SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

Cel szczegółowy 3/2: Trwałe włączenie do uczestnictwa w kulturze i integracji z aktywnymi mieszkańcami miasta dużej liczbę osób ze środowisk i grup społecznie lub ekonomicznie trudnych, zdefaworyzowanych.

Zadanie: Re Animacja

Opis zadania:

Zadanie ma na celu włączenie do nurtu życia kulturalnego miasta Słupska grup społecznych zagrożonych społecznym wykluczeniem i defaworyzacją (marginalizacją).

Planowane przedsięwzięcia:

Działalność kulturalna w XXI wieku to nie tylko produkcja wydarzeń artystycznych i podejmowanie działań z zakresu szeroko rozumianego upowszechniania kultury. Współczesne pojęcie edukacji kulturalnej obejmuje także animację, u założeń której tkwi przekonanie, że każde środowisko posiada własne wzorce, treści kulturowe i potrzeby. Zadanie animatora kultury, nie polega więc, tak jak w przypadku działalności upowszechnieniowej na przekazywaniu komuś w sposób autorytatywny wiedzy, ale na wydobywaniu ze wzorów kulturowych pewnych elementów, w celu aktywizacji danej społeczności. Zadanie polega na odnalezieniu w przestrzeni miasta Słupska grup usytuowanych na marginesach społecznej egzystencji, dotarcie do reprezentowanych przez nie kulturowych wzorów i poddaniu ich animacji. Przedmiotem działalności animacyjnej mogą być rozmaite zjawiska: nie tylko historyczne czy artystyczne, ale także takie, które wiążą się z codziennością. Praktyki tego rodzaju przyjmują każdorazowo inną, oryginalną postać i stanowią nieocenione narzędzie niwelowania problemów społecznych.

Oczekiwane efekty:

- zwiększenie integracji społecznej w oparciu o animację kulturalną,
- pozyskanie wiedzy o istniejących problemach społecznych i przeciwdziałanie ich skutkom,
- poszerzenie oferty kulturalnej miasta o nowatorskie formy edukacji kulturalnej.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Organizacje pozarządowe;
3. Placówki edukacyjne;
4. Pracownicy socjalni.

Karta zadania nr 4

Priorytet 3: KULTURALNA SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

Cel szczegółowy 3/1: Duża aktywność wspólnot lokalnych, organizacji, grup mieszkańców którzy wyrażają swoją wspólnotowość z pomocą projektów artystycznych, kulturalnych, posiadających wysokiej jakości treść i sens.

Zadanie: Spotkania w ścisłym gronie

Opis zadania:

Zadanie ma na celu stworzenie oferty kulturalnej dla konkretnych grup społecznych, wiekowych i zawodowych. Dzięki temu, że propozycje kulturalne słupskich instytucji artystycznych dotrą do osób, identyfikujących się z konkretną grupą, możliwe będzie pozyskanie nowych uczestników wydarzeń kulturalnych.

Planowane przedsięwzięcia:

Tożsamość współczesnego człowieka oparta jest o wiele zmiennych, mających swoje źródło w odgrywanych rolach społecznych. Każdy człowiek reprezentuje określoną kulturę zawodową, mieści się w określonym przedziale wiekowym, posiada określoną płęć, a także specyficzny zespół zainteresowań i upodobań. Realizacja zadania polegać będzie na dotarciu przez instytucje kultury do różnych grup, w celu zaproponowania im określonych wydarzeń kulturalnych. Wśród nich mogą być na przykład studenci, uczniowie, reprezentanci określonej profesji (nauczyciele, robotnicy, przedstawiciele handlowi), kibice klubu sportowego, miłośnicy określonej stacji radiowej i inni. Zaproszenie do udziału w spektaklu, koncercie, czy seansie filmowym konkretnej grupy sprawić może, że osoby te poczują się one wyróżnione i pozytywnie odpowiedzą na propozycję instytucji. Być może wśród nich znajdą się także tacy odbiorcy, którzy po raz pierwszy zostaną zainspirowani do odwiedzenia instytucji.

Oczekiwane efekty:

- dotarcie z ofertą kulturalną do nowych odbiorców,
- wzrost uczestnictwa w kulturze mieszkańców Słupska, w tym także osób dotychczas „wycofanych” z korzystania z oferty kulturalnej,
- zwiększenie integracji społecznej w oparciu o kulturę.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta, organizacje pozarządowe,

Karta zadania nr 5

Priorytet 5: PRZESTRZENIE DLA KULTURY

Cel szczegółowy 5/4: Istnienie wielu nowych przestrzeni trwale zaaranżowanych i przystosowanych jako przestrzeń publiczna przyjazna kulturze, gotowa do użycia jako przestrzeń kultury – podwórka, obiekty poprzemysłowe, wybrane ulice i place, skwery i bulwary.

Zadanie: Zagospodarowanie „podwórka kultury”

Opis zadania:

Tworzenie przestrzeni kultury - aranżacja przestrzeni publicznej przyjaznej kulturze. W mieście odbywa się wiele działań kulturalnych. Zamknięcie ich w murach placówek ogranicza frekwencję widzów do tych najbardziej przystosowanych/ przygotowanych/ wyrobionych i świadomie szukających kontaktu z sztuką. Aby dotrzeć do szerszego kręgu odbiorców niezbędne jest wychodzenie z działaniami kulturalnymi w przestrzeń publiczną miasta.

Planowane przedsięwzięcia:

1. Opracowanie koncepcji lokalizacji działań plenerowych związanych z kulturą..
2. Wykonanie projektu zagospodarowania przestrzeni przeznaczonej do działań kulturalnych.
3. Wykonanie systemu konstrukcyjnego (np. pewnych form architektonicznych umożliwiających prezentowanie instalacji artystycznych/sztuki.
4. Stworzenie systemu koordynacji harmonogramu różnorodnych wydarzeń, inicjatyw odbywających się w tych przestrzeniach.
5. Pozyskanie magazynu na wielkoformatowe elementy wystawiennicze

Oczekiwane efekty:

1. Rewitalizacja przestrzeni publicznej w zaniedbanym miejscu centrum miasta
2. Uspołecznienie poprzez widoczny wzrost aktywności mieszkańców z zaniedbanych budynków, znajdujących się często w niełatwej sytuacji materialnej
3. Wyjście z kulturą i sztuką „do ludzi”, poza mury budynków-stworzenie możliwości obcowania z różnymi formami kultury w otwartej przestrzeni publicznej, w tzw. międzyczasie, w biegu, na rodzinnym spacerze itd.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Centrum Inicjatyw Obywatelskich – lider, organizacje pozarządowe
2. SOK Ośrodek Teatralny „Rondo”
3. Urząd Miejski w Słupsku
4. Miejskie Centrum Kultury

Karta zadania nr 6

Priorytet 5: PRZESTRZENIE DLA KULTURY

Cel szczegółowy 5/2: Zwiększenie ilości pomieszczeń, udogodnień, wyposażenia i sprzętu dostępnego dla twórczych mieszkańców miasta, chcących zaangażować się w tworzenie wydarzeń i dzieł artystycznych.

Zadanie: Kulisy kultury

Opis zadania:

Zadanie ma na celu stworzenie możliwości poznania jak najszerszego spectrum działalności słupskich instytucji kultury. Pokazanie zakulisowych aspektów pracy słupskich placówek, ma zachęcić osoby nimi zainteresowane do bardziej aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym miasta na wielu poziomach/płaszczyznach.

Planowane przedsięwzięcia:

Instytucje kultury bywają obiektami budzącymi niechęć i lęk, stanowiąc dla wielu osób bariery, nie pozwalające na przekroczenie ich progów. U źródeł tego rodzaju postaw tkwi przekonanie, iż w miejscach tych dzieją się rzeczy zbędne lub wymagające szczególnych kompetencji. Zadanie „Kulisy kultury” ma na celu przybliżenie mieszkańcom miejskiej kultury poprzez wieloaspektowe ukazanie pracy instytucji. Otwarcie na nowych odbiorców przy jednoczesnej intensyfikacji kontaktów z odbiorcami dotychczasowymi może sprawić, iż kultura stanie się czynnikiem bardziej integrującym mieszkańców.

Oczekiwane efekty:

- pozyskanie nowych odbiorców działalności kulturalnej,
- wzmocnienie więzi z dotychczasowymi odbiorcami działalności kulturalnej,
- zwiększenie transparentności działalności instytucji kultury.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
organizacje pozarządowe

Karta zadania nr 7

Priorytet 5: PRZESTRZENIE DLA KULTURY

Cel szczegółowy 5/1: Wysoka jakość i różnorodność obiektów i przestrzeni z przeznaczeniem na aktywność kulturalną w Słupsku

Zadanie: Kultura dla każdego

Opis zadania:

Zadanie ma na celu umożliwienie różnym grupom społecznym uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych odbywających się w Słupsku przez likwidację istniejących barier infrastrukturalnych oraz działania ułatwiające i umożliwiające odbiór kultury.

Planowane przedsięwzięcia:

Atrakcyjność infrastruktury kultury przejawia się nie tylko w jej wizerunkowym charakterze. To nie jedynie nowoczesne i zadbane sale i dobrze wyposażone placówki. Niezwykle istotnym elementem infrastruktury kultury jest również aspekt jej dostępności i użyteczności. Wysoki poziom tych czynników może bezpośrednio pozytywnie wpływać na ilość osób korzystających z kulturalnej oferty miasta. Dostępność infrastruktury przejawia się nie tylko w eliminowaniu barier architektonicznych utrudniających zainteresowanym osobom uczestnictwo w kulturze, ale także w zmianie myślenia o osobach starszych czy niepełnosprawnych, które posiadają utrudniony dostęp do kultury. Niezwykle ważnym przedsięwzięciem w tym zadaniu jest dostrzeżenie wykluczonych grup społecznych i wprowadzenie szeregu działań ułatwiających i otwierających im możliwość uczestnictwa w miejskiej kulturze: likwidacja barier architektonicznych, ułatwienia dla osób starszych - barierki, wprowadzenie odbłasków i jaskrawych kolorów ostrzegających np. przed końcem stopni schodów, zapewnienie miejsc siedzących w poczekalniach czy salach muzealnych, większa czcionka w programach repertuarowych, możliwość powiększenia czcionki czy wprowadzenia kontrastu na stronach internetowych miejskich instytucji kultury, montaż urządzeń ułatwiających odbiór (np. pętli indukcyjnych), szkolenia, warsztaty dla osób zajmujących się obsługą wydarzeń kulturalnych z zakresu komunikacji interpersonalnej, uwrażliwienie kadry kultury na potrzeby i niedomagania osób z różnymi dysfunkcjami (wzroku, słuchu, poruszania się) - nauka wrażliwości społecznej, realizacja akcji typu „miejsce przyjazne seniorom/niepełnosprawnym/etc.”, utworzenie szerokiego grona organizacji nadających różnym miejscom w Słupsku ten tytuł, nagłośnienie akcji w lokalnych mediach.

Oczekiwane efekty:

dostosowanie miejsc związanych z kulturą do potrzeb i niedomagań osób dotychczas wykluczonych czy posiadających utrudniony do nich dostęp; zwiększenie liczby uczestników słupskiej kultury; zwiększenie integracji różnych środowisk przez zbudowanie poczucia wspólnego celu – niwelowania barier w dostępie do kultury i nagradzania miejsc którym się to udało; wzmocnienie zaangażowania i kapitału społecznego; budowanie pozytywnego wizerunku słupskiej kultury i Słupska jako miasta przyjaznego dla osób starszych czy niepełnosprawnych.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Organizacje pozarządowe,
3. Uniwersytety III wieku;
4. Urząd miejski.

Karta zadania nr 8

Priorytet 5: PRZESTRZENIE DLA KULTURY

Cel szczegółowy 5/2: Zwiększenie ilości pomieszczeń, udogodnień, wyposażenia i sprzętu dostępnego dla twórczych mieszkańców miasta, chcących zaangażować się w tworzenie wydarzeń i dzieł artystycznych.

Zadanie: Zaplecze szans

Opis zadania:

Umożliwienie realizacji pasji, rozwijania zainteresowań przez dzieci, młodzież, dorosłych seniorów poprzez udostępnienie przestrzeni, sprzętu jakim dysponują instytucje publiczne do realizacji oddolnych inicjatyw społecznych, stworzenie takiego programu, regulaminów, zasad, ułatwień itd.

Planowane przedsięwzięcia:

Stworzenie wspólnego dla wszystkich publicznych instytucji kultury wspólnego regulaminu korzystania z wszelkiego zaplecza tych instytucji m.in. sprzętu muzycznego, sal lekcyjnych, treningowych, sprzętu malarskiego. Określenie zasad wypożyczania, użytkowania z różnych materiałów służących realizacji różnych inicjatyw kulturalnych, aktywnym mieszkańcom, pragnącym spełniać swoje marzenia i urzeczywistniać swoje pomysły. Z doświadczenia wiadomo, że wiele instytucji kultury posiada duże zaplecze sprzętowe, z które z różnych przyczyn często nie może w pełni korzystać. Z drugiej strony instruktorzy, animatorzy czy nawet dyrektorzy tych instytucji nie mogą udostępniać tego sprzętu osobom z zewnątrz, ponieważ brak jakichkolwiek regulacji. Potrzebne jest stworzenie takich spójnych reguł, które z jednej strony pozwalałyby by mieszkańcom czerpać/korzystać z tego zaplecza, a drugiej strony zabezpieczałyby instytucje przed zagrożeniem zniszczenia, zagubienia czy kradzieży tych rzeczy.

Oczekiwane efekty:

- wzrost poczucia przywiązania do danej instytucji – „tu mogę tworzyć, tu dają mi szansę się sprawdzić, tu czuję się jak u siebie”
- zwiększenie liczby realizowanych z sukcesem oddolnych inicjatyw mieszkańców – otrzymując możliwość korzystania z tego co posiada dana instytucja, mają możliwość pokazania co tak naprawdę ich interesuje
- kadra otwarta na współpracę z mieszkańcami,

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta; 2. Organizacje pozarządowe, 3. Uniwersytety III wieku, 4. Urząd miejski – wydziały: pomocy zdrowia i spraw społecznych; oświaty, kultury i sportu;

Karta zadania nr 9

Priorytet 6: BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY

Cel szczegółowy 6/1: Profesjonalne kadry sektora kultury w Słupsku, zwłaszcza pracownicy instytucji, urzędnicy, ale również niezależni organizatorzy i promotorzy działań kulturalnych pracujący według najlepszych metod w zakresie skutecznego zarządzania, komunikacji i rozwoju specjalistycznych kompetencji kulturalnych.

Zadanie: Instytucje najwyższej jakości

Opis zadania:

Zadanie ma na celu stworzenie i wdrożenie systemu jakości pracy instytucji kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta Słupska. Dzięki temu, organ założycielski słupskich placówek będzie mógł śledzić ich rozwój, nie tylko w wymiarze ilościowym, dla którego wskaźnikami są sprzedane bilety, uzyskane przychody, czy poniesione koszty, ale także jakościowym.

Planowane przedsięwzięcia:

Wyposażenie instytucji kultury dla których organizatorem jest Miasto Słupsk w zestawy kryteriów ocen, na podstawie których możliwe będzie określenie jakości pracy instytucji. Każda z placówek posiada swoją specyfikę, dlatego oprócz kryteriów, które mogą być zastosowane wobec wszystkich instytucji, powinny pojawić się również takie, które będą odnosiły się tylko do niektórych z nich. O jakości pracy instytucji mogą świadczyć pozytywne recenzje w mediach, podejmowanie współpracy z innymi podmiotami (w tym oczywiście z zagranicą), odwaga i determinacja w realizacji stawianych sobie celów. Tego rodzaju system mógłby być użytecznym i bardzo innowacyjnym narzędziem pracy organizatora w obecnych warunkach. Jego powodzenie z całą pewnością wprowadzi wiele pozytywnych aspektów w pracę samych instytucji, ale także zyska sobie wielu naśladowców wśród innych samorządów.

Oczekiwane efekty:

- zwiększenie transparentności w dystrybucji publicznych środków finansowych,
- poszerzenie kryteriów oceny pracy instytucji,
- wdrożenie innowacyjnego narzędzia zarządzania kulturą.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Eksperti;
3. Urząd miejski;

Karta zadania nr 10

Priorytet 6: BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY

Cel szczegółowy 6/1: Profesjonalne kadry sektora kultury w Słupsku, zwłaszcza pracownicy instytucji, urzędnicy, ale również niezależni organizatorzy i promotorzy działań kulturalnych pracujący według najlepszych metod w zakresie skutecznego zarządzania, komunikacji i rozwoju specjalistycznych kompetencji kulturalnych.

Zadanie: Profesjonalna kadra

Opis zadania:

Zadanie wskazuje na potrzebę zapewnienia rozwoju kadr sektora kultury w obszarach związanych z profesjonalizacją sposobów komunikacji, kompetencji, wiedzy i zarządzania.

Planowane przedsięwzięcia:

Wysoka jakość kultury budowana jest przez szereg różnorodnych czynników. Jednym z nich jest profesjonalna i kompetentna kadra kultury. Podobnie jak kultura nie jest pojęciem stałym, niezmiennym tak zmieniająca się rzeczywistość społeczna wymaga od osób związanych ze sferą kultury ciągłego doskonalenia się, rozwoju i adaptacji do nowych, zmiennych warunków. Dlatego niezwykle istotną podstawą umożliwiającą osiągnięcie wysokich wskaźników rozwoju oraz jakości kultury w mieście jest otwarta i chcąca poszerzać swoją wiedzę i kompetencje kadra. Realizacja tego zadania powinna dokonać się przez możliwie jak największe uczestnictwo kadry w warsztatach, konferencjach naukowych, seminariach i szkoleniach poszerzających wiedzę i kompetencje (społeczne, managerskie, komunikacyjne). Kadra zarządzająca, prócz uczestnictwa w szkoleniach, powinna również podjąć działania zachęcające i motywujące swoich pracowników do poszerzania wiedzy.

Oczekiwane efekty:

- wzrost poziomu wiedzy i kompetencji osób związanych z sektorem kultury w Słupsku,
- wzrost liczby osób uczestniczących w szkoleniach, warsztatach, konferencjach i seminariach naukowych,
- przeznaczenie części budżetu miejskich placówek kulturalnych na aspekt finansowania czy dofinansowania szkoleń i warsztatów,
- wzrost poczucia samorealizacji i własnego rozwoju,
- profesjonalna kadra wpłynie na jakościowy rozwój i zwiększenie poziomu profesjonalizacji słupskiej kultury.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Organizacje pozarządowe;
3. Placówki edukacyjne – dyrektorzy i nauczyciele,
4. Urząd miejski.

Karta zadania nr 11

Priorytet 6: BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY

Cel szczegółowy 6/2: Synergia podmiotów publicznych, prywatnych i obywatelskich. Aktywna współpraca władz samorządowych różnych szczebli oraz wszystkich podmiotów i typów organizacji oraz osób zaangażowanych w działalność kulturalną. Realizacja wspólnych dużych projektów kulturalnych przez równorzędne podmioty o różnym statusie: samorządowym, prywatnym, obywatelskim. Uzyskanie optymalnych warunków współpracy między podmiotami publicznymi, prywatnymi i obywatelskimi. Stworzenie ścisłej sieci współpracy służącej rozwojowi kultury między instytucjami publicznymi.

Zadanie: Grupa wymiany doświadczeń

Opis zadania:

Zadanie wskazuje na potrzebę synergii i dialogu między osobami, organizacjami i instytucjami zogniskowanymi w obszarze kultury w Słupsku. Dialog między różnymi podmiotami życia kulturalnego miasta ma za cel wspólne podejmowanie działań i wypracowanie skutecznych rozwiązań mających rozwijać sektor kultury w mieście. Zakładany partycypacyjny cel powinien zostać osiągnięty przy pomocy cyklicznych spotkań szerokiego zespołu „wymiany kulturalnych doświadczeń”.

Planowane przedsięwzięcia:

Proponowany w tym zadaniu partycypacyjny model zarządzania kulturą którego głównymi cechami są elementy związane z zasadą „3W”: współpraca, współdziałanie, współdecydowanie zakłada otwartą dyskusję i partnerskie relacje między wszystkimi stronami. W ramach zadania powstanie grupa wymiany doświadczeń sektora słupskiej kultury, która odbywać będzie cykliczne spotkania. Istotne jest, aby w gronie osób reprezentujących środowiska opiniotwórcze i kulturotwórcze Słupska znaleźli się m.in. przedstawiciele instytucji kultury, urzędów, liderzy organizacji pozarządowych i lokalnych inicjatyw, dziennikarze, twórcy, artyści, animatorzy kultury i mecenasi kultury. Na początku do zadań tego gremium należeć będzie wypracowanie charakteru działalności (np. opiniotwórczego, doradczego, zarządzającego, koordynującego, planistycznego, strategicznego) i zakresów jego funkcjonowania. Później, w zależności od tych wyborów, „grupa wymiany” tworzyć powinna przestrzeń do wspólnej i otwartej debaty, rozmowy, przepływu różnorodnych doświadczeń (zarówno sukcesów, jak i problemów – wraz ze sposobami ich rozwiązywania) oraz poglądów. W jej obrębie dochodzić może również do ustalania wspólnych działań i planów.

Oczekiwane efekty: powstanie grupy wymiany doświadczeń – stworzenie przestrzeni otwartej debaty w gronie profesjonalistów sektora kultury; cykliczność spotkań grupy wymiany doświadczeń umożliwi na szybką i bieżącą reakcję na czynniki zmieniające sytuacje słupskiego życia kulturalnego; prezentacja dokonań, sposobów realizacji zadań, otwarta dyskusja nad wspólnymi i/lub szczegółowymi problemami ułatwi zarządzanie jednostkami kultury i zapewni wzrost wiedzy, kompetencji i lepszy przepływ informacji; stworzenie narracji podnoszącej świadomość konieczności współdziałania i współpracy; pobudzenie do większego zaangażowania różnych środowisk biorących udział w wymianie doświadczeń; wypracowywanie poszczególnych stanowisk i decyzji – uspołecznienie i demokratyzacja procesu decyzyjnego; zwiększenie integracji środowiska związanego ze słupską kulturą przez zbudowanie poczucia wspólnego celu - działania na rzecz udoskonalenia i rozwoju miejskiej kultury.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta; 2. Organizacje pozarządowe; 3. Dziennikarze, lokalni komentatorzy; 4. Urząd miejski - władze samorządowe; 5. Artyści, twórcy, animatorzy kultury; 6. Mecenasi kultury, sponsorzy.

Karta zadania nr 12

Priorytet 6: BLISKIE INSTYTUCJE KULTURY

Cel strategiczny 6/2: Synergia podmiotów publicznych, prywatnych i obywatelskich. Aktywna współpraca władz samorządowych różnych szczebli oraz wszystkich podmiotów i typów organizacji oraz osób zaangażowanych w działalność kulturalną. Realizacja wspólnych dużych projektów kulturalnych przez równorzędne podmioty o różnym statusie: samorządowym, prywatnym, obywatelskim. Uzyskanie optymalnych warunków współpracy między podmiotami publicznymi, prywatnymi i obywatelskimi. Stworzenie ścisłej sieci współpracy służącej rozwojowi kultury między instytucjami publicznymi.

Zadanie: Konsultacje społeczne

Opis zadania:

Zadanie wskazuje na potrzebę dialogu i społecznych konsultacji na etapie procesu decyzyjnego. Uspołecznienie tego procesu w swoim założeniu przynieść ma szereg korzyści. Główną korzyścią jest poznanie różnych opinii, pomysłów, wizji, punktów widzenia, które poszerzają wiedzę i podejście do konsultowanych tematów. Poboczną, lecz nie mniej istotną, korzyścią jest budowanie pozytywnego wizerunku miejskiej kultury jako przestrzeni otwartej na pomysły mieszkańców.

Planowane przedsięwzięcia:

- wypracowanie przez podmioty związane ze sferą kultury w Słupsku - zasad, w oparciu o które działać będzie system konsultacji społecznych - oraz zakresu ich stosowania,
- zbudowanie łatwego systemu zgłaszania opinii w procesie konsultacji społecznych. Zarówno dla osób korzystających z tradycyjnych form komunikacji, jak i tych posługujących się Internetem – np. stworzenie i obsługiwanie adresu mailowego konsultacji, strony czy zakładki internetowej z gotowymi formularzami do wypełnienia,
- nagłośnienie i promocja w lokalnych mediach tematów/projektów kulturalnych/strategii poddawanych konsultacjom społecznym.

Oczekiwane efekty:

- pozyskanie różnych opinii, pomysłów, które w rezultacie przyczynią się do stworzenia „produktów” kulturalnych dostosowanych do oczekiwań i potrzeb mieszkańców - oddanie głosu podmiotom do których kierowana jest oferta,
- podejmowanie społecznie wypracowanych decyzji zwiększy społeczną akceptację procesu zmian
- zwiększenie poczucia istotności indywidualnych opinii mieszkańców Słupska,
- umocnienie działań społeczeństwa obywatelskiego i uspołecznienie procesu decyzyjnego,
- promocja zadania pozwoli dotrzeć do opinii możliwie jak najszerszego grona odbiorców kultury,
- wzrost zaangażowania społecznego, większe kulturalne uczestnictwo mieszkańców przez zwiększenie poczucia identyfikacji z konsultowanym projektem/tematem/strategią,
- budowanie dobrego wizerunku miejskiej kultury jako przestrzeni otwartej na dialog i pomysły mieszkańców.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Urząd miejski;
3. Lokalne media;
4. Organizacje pozarządowe;
5. Mieszkańcy Słupska.

Karta zadania nr 13

Priorytet 7: MARKETING I PROMOCJA

Cel szczegółowy 7/1: Zbudowanie corocznie aktualizowanej bazy danych dotyczących uczestnictwa w kulturze i jakości oferty kulturalnej w Słupsku. Posiadanie solidnych narzędzi badawczych i ewaluacyjnych dla kultury, ich częste używanie i aktualizacja.

Zadanie: Kulturalne marzenia

Opis zadania:

Zadanie ma na celu bieżące monitorowanie potrzeb, aspiracji i marzeń kulturalnych mieszkańców Słupska poprzez pozyskiwanie informacji o wydarzeniach, w których chcieliby uczestniczyć.

Planowane przedsięwzięcia:

Wyposażenie instytucji kultury - dla których organizatorem jest Miasto Słupsk - w skrzynki kontaktowe. Do tych skrzynek będą zbierane formularze, na których mieszkańcy Słupska będą mogli proponować wydarzenia, jakie powinny odbyć się w danej instytucji. Wśród nich znajdą się zapewne spektakle, koncerty, seanse filmowe, zajęcia animacyjne, proponowane przez odbiorców instytucji kultury. Zapewne niektóre spośród pomysłów, będą mogły być zrealizowane.

Oczekiwane efekty:

- otwartość repertuarowa instytucji kultury,
- rozszerzenie oferty kulturalnej instytucji kultury,
- wzmocnienie obywatelskich postaw mieszkańców Słupska.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta, tj:

- Państwowy Teatr Lalki "Tęcza",
- Nowy Teatr,
- Polska Filharmonia "Sinfonia Baltica",
- Miejska Biblioteka Publiczna im. M. Dąbrowskiej,
- Słupski Ośrodek Kultury,
- Młodzieżowe Centrum Kultury

Organizacje pozarządowe

Eksperti

Karta zadania nr 14

Priorytet 7: MARKETING I PROMOCJA

Cel szczegółowy 7/6: Moda na kulturalny styl życia w Słupsku. Kreowanie potrzeb kulturalnych za pomocą różnych mediów komunikacji.

Zadanie: Moja pasja

Opis zadania:

Zadanie ma na celu ukazanie kulturalnych zainteresowań mieszkańców Słupska poprzez stworzenie cyklu audycji radiowych lub telewizyjnych. W każdym z odcinków znani i nieznani słupszczanie opowiedzą o znaczeniu kultury w ich codziennym życiu.

Planowane przedsięwzięcia:

Kultura jest dziedziną życia społecznego, która przejawia słabnące znaczenie w funkcjonowaniu elektronicznych mediów. Program „Moja pasja” stanowi skromną propozycję zmiany tego niekorzystnego stanu rzeczy. U jego założen tkwi przekonanie, że zainteresowanie różnymi aspektami kultury stanowi cechę wielu ludzi, których zaliczyć można do różnych grup społecznych. Są wśród nich zarówno osoby z pierwszych stron gazet, jak też anonimowi mieszkańcy osiedli z tzw. „wielkiej płyty”. Program ma ukazywać unikatowość ludzkich zainteresowań. Wśród słupszczan znajdują się z pewnością ludzie posiadający niezwykle kolekcje płyt, znawcy kina, teatru i sztuk plastycznych. To oni właśnie mają stać się bohaterami proponowanego cyklu.

Oczekiwane efekty:

- poszerzenie/wzrost wiedzy o mieszkańcach miasta,
- popularyzacja kulturalnych zainteresowań,
- rozbudowa/uzupełnienie oferty mediów elektronicznych o wyjątkową propozycję kulturalną.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

Nadawcy radiowi i telewizyjni, których programy odbierane są na terenie miasta Słupska i okolic.
Media internetowe

Karta zadania nr 15

Priorytet 7: MARKETING I PROMOCJA

Cel szczegółowy 7/3: Skuteczna, profesjonalna, atrakcyjna wizualnie, bieżąca promocja działań i projektów kulturalnych realizowanych w Słupsku. Kształtowanie wizerunku Słupska jako marki kulturalnej atrakcyjnej dla turystów i inwestorów.

Zadanie: Kultura 2.0

Opis zadania:

Zadanie ma na celu stworzenie skutecznej promocji wydarzeń kulturalnych odbywających się w Słupsku skierowanych do młodszego „sieciovego” pokolenia odbiorców kultury przez wykorzystanie zasobów Internetu oraz serwisów Web 2.0.

Planowane przedsięwzięcia:

Serwisy Web 2.0 zmieniły zakres interakcji między właścicielami serwisu internetowego i jego użytkownikami, oddając tworzenie większości treści w ręce tych drugich. Ogromna popularność m.in. portali społecznościowych w ostatnich latach w Polsce sprawiła, iż możemy mówić o istnieniu pokolenia osób młodych doskonale odnajdujących się w wirtualnym świecie i posiadających specyficzne drogi i środki komunikacji oraz potrzeby. Instytucje kultury powinny starać się „zagospodarować” przestrzeń, w której młodzi ludzie się obracają, gdyż prawdopodobnie jest to jedyny sposób na dotarcie z kulturalną ofertą do znacznej ilości młodzieży. Nieobecność instytucji i organizacji kultury w sieci (np. na portalach społecznościowych) spycha je na margines i zamyka wobec coraz liczniejszego grona użytkowników Internetu. Słupskie instytucje i stowarzyszenia kultury powinny (o ile jeszcze ich nie posiadają) stworzyć własne profile na portalach społecznościowych oraz wyznaczyć osoby odpowiedzialne za aktualizacje informacji, dodawanie zdjęć czy innych materiałów z imprez kulturalnych. Należy zatem wykorzystać szansę jaką daje Web 2.0 czyli: darmową reklamę, promocję i źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych.

Oczekiwane efekty:

- większe zainteresowanie ofertą kulturalną szczególnie wśród użytkowników sieci przekładające się na zwiększoną frekwencje,
- dotarcie do młodzieży z atrakcyjną i zrozumiałą dla nich ofertą kulturalną
- wobec niskiej skuteczności tradycyjnych form informacji czy promocji,
- możliwość stosowania bardziej nowoczesnych metod promocyjnych np. internetowych konkursów,
- darmowe źródło informacji o ofercie kulturalnej,
- szeroka, ogólnodostępna i darmowa promocja wydarzeń kulturalnych.

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta; 2. Organizacje pozarządowe; 3. Urząd miejski – szczególnie osoby i podmioty odpowiedzialne za promocję.

Karta zadania nr 16

Priorytet 7: MARKETING I PROMOCJA

Cel szczegółowy 7/4: Uczynienie z kultury najważniejszego nośnika marki miasta Słupsk, gdzie kultura jest przedmiotem efektywnych kampanii skutecznie komunikujących najważniejsze atuty miasta. Istnienie rozpoznawalnych w całej Polsce słupskich marek kulturalnych.

Zadanie: Przyciąganie talentów

Opis zadania:

Zadanie ma na celu promowanie Słupska poprzez organizację festiwalu, przeglądów młodych artystów, amatorów, pasjonatów jakiejś dziedziny sztuki, kultury. Podstawowym warunkiem jest jednak zapraszanie prawdziwych specjalistów do oceniania tych prezentacji. Jury posiadające duże kompetencje, doświadczenie artystyczne, dobrą renomę i będące autorytetem w danej dziedzinie przyciągnie z uczestników z wielu regionów, a z czasem i być może z całej Polski, z Europy itd. Choć wydarzenia te nastawione by były na młodych ludzi, amatorów z pasją to swoją renomą mogłyby promować Słupsk bardzo szeroko.

Oczekiwane efekty:

- stwarzanie młodym mieszkańcom Słupska możliwości prezentowania swoich zdolności itd.
- wzmacnianie przywiązania do miasta
- budowanie nowej marki miasta w oparciu o nowe wydarzenia kulturalne, dążące do ciągłego rozszerzania swojego zasięgu – kojarzenie Słupska z dobrą jakością i profesjonalizmem
- wykorzystanie potencjału obecnego w młodych mieszkańcach miasta oraz przyjezdnych studentach

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Instytucje kultury, dla których organizatorem jest samorząd miasta;
2. Organizacje pozarządowe;
3. Urząd miejski – szczególnie osoby i podmioty odpowiedzialne za promocję miasta

Karta zadania nr 17

Priorytet 7: MARKETING I PROMOCJA

Cel szczegółowy 7/4: Uczynienie z kultury najważniejszego nośnika marki miasta Słupsk, gdzie kultura jest przedmiotem efektywnych kampanii skutecznie komunikujących najważniejsze atuty miasta. Istnienie rozpoznawalnych w całej Polsce słupskich marek kulturalnych.

Zadanie: Spójna marka - Słupsk

Opis zadania:

Zadanie wskazuje na potrzebę stworzenia nowej marki dla miasta Słupska, spójnej strategii służącej wykreowaniu wizytówki miasta, miejsc, wydarzeń, symboli wyróżniających je od innych. Ponadto to zadanie nakierowane jest na stworzenie spójnej, kompleksowej formy/metody gromadzenia i rozpowszechniania informacji na temat wszystkich działań związanych z kulturą, realizowanych na terenie miasta.

Planowane przedsięwzięcia:

Dla zachowania poczucia tożsamości i budowania więzi z danym miastem potrzebne są konkretne symbole, zarówno materialne, jak i niematerialne typu wydarzenia, wpisujące się w spójną strategię budowania marki miasta. Ważne jest, aby budowana w ten sposób marka oparta była na rzeczach, miejscach oraz inicjatywach, z którymi większa część mieszkańców będzie się utożsamiała. Konkretną propozycją może być np. konkurs na nową markę Słupska. Te przedsięwzięcia muszą odpowiadać na silną potrzebę mieszkańców do stworzenia czegoś charakterystycznego, z czym mogliby się utożsamiać, co byłoby zakorzenione w pewien sposób w tym miejscu ale przede wszystkim nowe, świeże. Symbol, marka, dzięki której Słupsk byłby rozpoznawalny. W ramach tego zadania powinien powstać również informator kulturalny Słupska (w formie internetowej, ale także papierowej-dodatek do prasy/ oddzielne wydawany miesięcznik). W takim informatorze zbierane byłyby informacje na temat wszystkich wydarzeń kulturalnych w Słupsku, co ułatwiłoby mieszkańcom do nich dostęp. Takie skumulowanie wiadomości promujących inicjatywy kulturalne jest zawsze pewnym wyznacznikiem aktywności zarówno indywidualnych mieszkańców, jak i całego miasta. Osoby zainteresowane kulturą chętnie sięgnęłyby po zebrane w ten sposób informacje. Dałoby to także szansę na zainteresowanie danym wydarzeniem osoby, które przypadkowo zetkną się z takim informatorem – daje to łatwość i szybkość w zdobywaniu oraz przyswajaniu informacji.

Oczekiwane efekty:

wzrost poziomu poczucia tożsamości z miastem; wzrost poziomu satysfakcji i zadowolenia wśród mieszkańców; zwiększenie rozpoznawalności miasta Słupska; koncentracja działań na jednym celu, co usprawni ich koordynację; łatwiejszy dostęp do informacji na temat wszystkich wydarzeń kulturalnych w Słupsku dzięki lokalnemu informatorowi (w prasie, w Internecie).

Podmioty uczestniczące w realizacji:

1. Urząd miejski; 2. Organizacje kulturalne; 3. Instytucje kultury