

Tomasz Rudny



PROGRAM

realizacji zadań w zakresie
bieżącego funkcjonowania i rozwoju
Soleckiego Centrum Kultury
w Solcu Kujawskim
w latach 2022-2025



Tomasz Rudny

PROGRAM

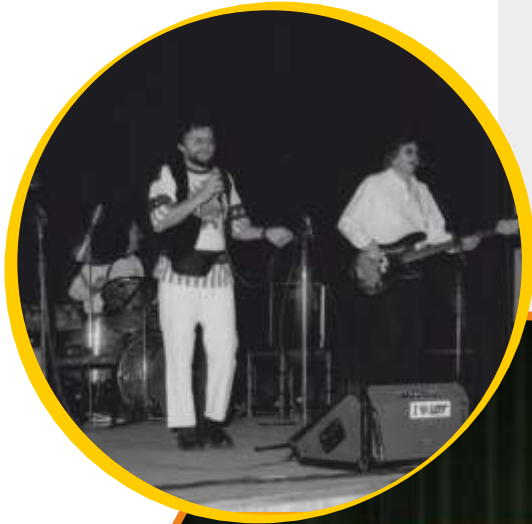
realizacji zadań w zakresie
bieżącego funkcjonowania i rozwoju
Soleckiego Centrum Kultury
w Solcu Kujawskim
w latach 2022-2025



*„Człowiek
żyje prawdziwie ludzkim życiem
dzięki kulturze,
kultura jest tym,
przez co człowiek
staje się bardziej człowiekiem”*

Jan Paweł II, UNESCO, 1980





Wstęp



Nie bez powodu na pierwszej stronie tej pracy zamieściłem słowa Papieża Polaka – świętego Jana Pawła II. To właśnie z jego ust w 1980 roku we francuskiej siedzibie UNESCO wybrzmiły te znamienne słowa: „Człowiek żyje prawdziwie ludzkim życiem dzięki kulturze, kultura jest tym, przez co człowiek staje się bardziej człowiekiem”.

Ważne jest, by każdy człowiek miał nieograniczony dostęp do kultury. Tu z pomocą przychodzą placówki kultury. W naszej gminie bez wątplenia taką rolę pełni Soleckie Centrum Kultury. Tu kultura tworzona jest na różne sposoby: organizację imprez kulturowych, promowanie folkloru i tradycji miejsca i regionu, a także poprzez prowadzenie zajęć w poszczególnych sekcjach, które pozwalają uczestnikom na rozwijanie ich pasji i zdolności. Natomiast udział w różnego rodzaju wydarzeniach kultury pobudza wewnętrzną potrzebę kontaktu z kulturą.

Placówka kultury chcąc zaistnieć w danym społeczeństwie musi podejmować szereg działań. Źle zbadane potrzeby lokalnej społeczności, a co za tym idzie, źle dobrana oferta spowodują, że odbiorca nie zwiąże się w żaden sposób z instytucją kultury, a ta nie będzie budziła zaufania i nie będzie spełniała swojego zadania. W dzisiejszych czasach oczekiwania odbiorców są coraz większe, a konkurencja coraz szersza. Stąd niezmiernie ważne jest, by dobrze zaplanować działalność placówki.

Opracowując niniejszy Program realizacji zadań w zakresie bieżącego funkcjonowania i rozwoju instytucji kultury – Soleckiego Centrum Kultury w Solcu Kujawskim w perspektywie 3 lat nie można zapomnieć o dorobku placówki. Docenić należy tu ogrom pracy Śp. Pani Reginy Osińskiej, a także całego zespołu ludzi oddanych kulturze. 35 lat istnienia to wielkie rzesze instruktorów, wolontariuszy, artystów amatorów oraz prawdziwych gwiazd.

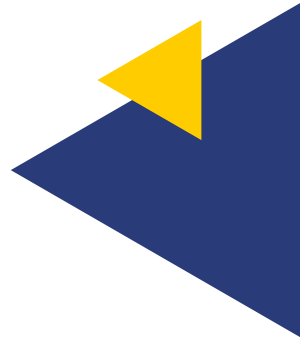
Z doświadczeniem przeszło trzydziestoletniej pracy, z ogromnym bagażem wydarzeń kulturalnych – Sockie Centrum Kultury musi iść nieustannie do przodu. W dzisiejszych czasach placówki kultury zmuszone są „walczyć” o adresatów swojej działalności. Przez szeroko pojętą konkurencję rozumiemy już nie tylko inne instytucje kultury. Konkurujemy już także z parkami rozrywki, centrami handlowymi, telewizją czy Internetem, które w skuteczny sposób pochłaniają coraz więcej wolnego czasu odbiorców. W związku z tym proces zdobywania nowych „klientów”, a także utrzymania obecnych musi być przemyślany. Stawiane cele i wizja instytucji muszą być precyzyjne, jasne, czytelne i oryginalne. By efektywnie realizować zadania Sockie Centrum Kultury zwane dalej SCK - musi znać nie tylko sam rynek, ale indywidualnie podchodzić do oczekiwań odbiorców. Ważne jest także, by przysłowioowo: „nie osiąść na laurach”.

Zanim przedstawię program realizacji zadań w zakresie bieżącego funkcjonowania i rozwoju instytucji kultury – SCK w Solcu Kujawskim, chciałbym zaprezentować przeprowadzoną przeze mnie analizę SWOT bieżącej sytuacji placówki.



Analiza obecnej sytuacji

Soleckiego Centrum Kultury
w Solcu Kujawskim



Analiza SWOT SCK

Dokonując analizy SWOT SCK należy wziąć pod uwagę wszystkie znaczące dla działalności tej placówki elementy: zaplecze lokalowe i techniczne, potencjał ludzki, budżet, promocję oraz samą działalność instytucji.



Mocne strony:

- zmodernizowany, nowoczesny budynek,
- dobra lokalizacja placówki na terenie gminy,
- dobra lokalizacja placówki w regionie – Bydgoszcz – Solec Kujawski – Toruń,
- sukcesywnie uzupełniany sprzęt nagłośnieniowy, oświetleniowy, sceniczny, kinowy, instrumentalny,
- dofinansowanie z gminy,
- umiejętność organizacji i koordynacji imprez plenerowych,
- doświadczenie w organizacji imprez lokalnych, regionalnych,
- pozytywne opinie uczestników sekcji i wydarzeń kulturalnych SCK,
- pozytywne opinie artystów goszczących w SCK.



Słabe strony:

- słabo wydzielona struktura organizacyjna,
- brak szkoleń pracowników,
- słaby udział w konkursach na dotacje zewnętrzne,
- brak zaplecza gastronomicznego,
- niekompletny sprzęt estradowy,
- braki personalne,
- brak działu marketingu i słaba promocja wydarzeń,
- słaba współpraca z lokalnymi artystami oraz instytucjami, szkołami i przedszkolami.

- niezweryfikowana oferta (po 1 osobie w sekcji),
- uboga oferta dla osób dorosłych, seniorów i starszej młodzieży,
- brak profesjonalnych kampanii reklamowych,
- brak bazy kontaktów e-mail – newslettera,
- brak aktualizacji strony internetowej.



Szanse:

- stworzenie zaplecza gastronomicznego,
- współpraca z placówkami gminy,
- wspieranie inicjatyw mieszkańców Solca Kujawskiego,
- wzmocnienie budżetu placówki poprzez pozyskiwanie sponsorów zewnętrznych,
- włączanie się w programy ogólnopolskie,
- stworzenie profesjonalnego działu marketingu,
- nowe pozytywne opinie uczestników sekcji i wydarzeń kulturalnych SCK,
- nowe pozytywne opinie artystów goszczących w SCK,
- nowoczesne metody istnienia „w sieci”,
- wcielenie do SCK świetlic wiejskich,
- wyjście naprzeciw „klientom”.



Zagrożenia:

- brak środków finansowych na stworzenie zaplecza gastronomicznego,
- zmiana dofinansowania ze strony gminy,
- duża konkurencja w pozyskiwaniu środków przy składaniu wniosków na granty finansowe,
- źle zrozumiane potrzeby odbiorcy,
- brak otwartości ze strony mieszkańców gminy,
- brak współpracy między placówkami gminy,
- atrakcyjna oferta kulturalna miast sąsiednich,
- dobra kampania promocyjno-reklamowa placówek konkurencyjnych.

Działalność

Soleckiego Centrum Kultury w Solcu Kujawskim



Po dokonaniu analizy mocnych i słabych stron chciałbym przejść do najistotniejszego, czyli działalności SCK. Jak czytamy w aktualnym Statucie placówki: „Podstawowym celem SCK jest:

- a) tworzenie, krzewienie i upowszechnianie oraz ochrona dóbr kultury,
- b) upowszechnianie i kultywowanie tradycji kulturalnych,
- c) stwarzanie warunków dla rozwoju dzieci i młodzieży szczególnie uzdolnionych artystycznie,
- d) oddziaływanie w zakresie wychowania, podnoszenia poziomu kultury, obyczajowości życia codziennego, rozwijania aktywności społecznej i wrażliwości patriotycznej,
- e) wspieranie wszelkich działań o charakterze integracyjnym,
- f) organizowanie imprez kulturalnych, konkursów, przeglądów, festiwali o zasięgu lokalnym, krajowym i międzynarodowym,
- g) prowadzenie wszechstronnych działań promocyjnych”.

W nawiązaniu do powyższych celów statutowych nasuwa mi się na myśl Misja SCK która po 3 latach prowadzenia przeze mnie placówki stanie się rzeczywistością i każdy mieszkaniec Solca będzie mógł znaleźć tu coś dla siebie. Nasza misja brzmi: **Chcemy tworzyć poprzez edukację, inicjowanie wydarzeń kulturowych i społecznych, bogatej przestrzeni kulturalnej, w której zakorzeni się społeczność mieszkańców Solca Kujawskiego.**

Kolejnym punktem, nad którym chciałbym się pochylić to stworzenie wizji SCK, aby zawsze mieć przed sobą cele, do których dążymy. Według mnie zakłada ona, że z **bazą doświadczenia i pamięcią o tradycji będzie ono placówką współczesną, otwartą na odbiorców i spełniającą ich kulturowe zapotrzebowania. Będzie podążać w przyszłość ku nowoczesności - gromadząc społeczność wielopokoleniową - oferując im kontakt z kulturą i współpracę z wykwalifikowaną kadrą. Aktywizując społeczność będzie jednocześnie kształtować nowych twórców interdyscyplinarnej kultury.**

Chcąc realizować cele statutowe, wypełniać misję i wizję SCK należy stworzyć i realizować poprzez konkretne działania.

Celem głównym SCK będzie to, aby po 3 latach działalności stworzyć społeczność świadomą, aktywną w życiu kultury, która włączy się we współtworzenie i animowanie życia kulturalnego naszej gminy. Aby osiągnąć ten cel musimy skupić się na poszczególnych celach strategicznych:



Zwiększenie uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych oraz w zajęciach z oferty SCK przez mieszkańców gminy Solec Kujawski.

- Stworzenie programu edukacji najmłodszych, poprzez spotkania z animatorami kultury, warsztaty tematyczne prowadzone na terenie placówki oraz w placówkach oświatowych.
- Prowadzenie działań aktywizujących seniorów. Tworzenie formacji międzypokoleniowych, dających ogromną możliwość integracji uczestnikom w różnym wieku.
- Zwiększenie udziału obszarów wiejskich w życiu kulturalnym gminy.
- Z uwagi na duże zainteresowanie sekcjami dla najmłodszych stworzenie szerszej oferty dla dzieci w wieku przedszkolnym, a także zajęć dla rodzin.
- Umożliwienie rodzicom korzystanie z oferty placówki poprzez organizację zajęć dla dzieci podczas seansów filmowych i wydarzeń kulturalnych.
- Otwartość na inicjatywy mieszkańców Solca Kujawskiego na ich potrzeby i pomysły. Dopasowanie oferty do ich potrzeb.



Dostosowanie do współczesnych wymogów ścieżek informacji i komunikacji z potencjalnymi odbiorcami wydarzeń kulturalnych.

- Dostosowanie strony internetowej SCK do współczesnych standardów. Obecna witryna internetowa SCK jest modernizowana stosunkowo niedawno. Niestety nie spełnia ona wystarczająco swojego zadania. Jej konstrukcja jest nieczytelna i niefunkcjonalna. Modyfikacja jej elementów jest uzależniona od twórcy i związana z wysokimi kosztami.
- Stworzenie bazy adresów email - utworzenie stałego informatora – newslettera o ofercie i wydarzeniach organizowanych przez placówkę. Przydatne będzie tutaj utworzenie na stronie www SCK formularza pop-up. Odwiedzający naszą witrynę będzie mógł dobrowolnie go wypełnić, co będzie jednoznaczne z udostępnieniem swojego adresu email oraz wyrażeniem zgody na otrzymywanie powiadomień o wydarzeniach na skrzynkę mailową.
- Wykorzystanie współczesnego narzędzia komunikacji jakim są media społecznościowe: Facebook, Instagram, kanał Youtube, TikTok.
- Opracowanie kompletnej kampanii reklamowej: spot reklamowy: dźwiękowy i wizualny, poligrafia reklamowa: ulotki i plakaty, promocja na telebimie.



Stworzenie społeczności ludzi kultury zakorzenionych w tożsamość miasta.

- Współpraca z placówkami oświatowymi, oświatowo-kulturalnymi, muzeami, placówkami i organizacjami sportowymi, stowarzyszeniami oraz samorządem lokalnym. Współtworzenie wspólnych wydarzeń.
- Podtrzymywanie stałego kontaktu z odbiorcami kultury poprzez wykorzystanie portali społecznościowych i newslettera.
- Obchody Dni Solca – rozwijanie wydarzenia, które na stałe zakorzeni się w życie miasta i będzie gromadzić szeroką społeczność w zróżnicowanym wieku.

W celu zrealizowania przedstawionych celów konieczne jest prowadzenie konkretnych działań na różnych obszarach:

- ludzie,
- twórczość,
- zarządzanie,
- tożsamość,
- miejsce.



Ludzie

Pierwszym obszarem jest szeroko rozumiany obszar personalny. To właśnie czynnik ludzki jest najważniejszą przestrzenią, w której należy rozpocząć działania prowadzące do realizacji celów marketingowych. Sam dyrektor, bez odpowiednich ludzi, nie jest w stanie zrobić nic.

Pracownicy Soleckiego Centrum Kultury

Osoby, bez których nie istniałaby oferta placówki, to w większości ludzie z pasją, chcący tworzyć i animować kulturę. W związku z tym bardzo ważna jest dobra organizacja pracy. Obecna struktura organizacyjna SCK jest niesprecyzowana i bardzo ogólna. Większość pracowników podlega bezpośrednio pod Dyrektora i jest zatrudnionych na stanowisku „instruktor”. Potrzeba tu wnikliwej analizy zakresu obowiązków poszczególnych pracowników i stopniowej reorganizacji. Konieczna jest także weryfikacja aktualnych form współpracy z osobami zatrudnionymi na umowę zlecenie.

Po pierwsze należałoby usystematyzować podział obowiązków. Każdy z instruktorów powinien być odpowiedzialny za konkretną dziedzinę działalności SCK, w której sprawdza się najlepiej i w nią przede wszystkim powinien być zaangażowany.

Po drugie należałoby podzielić pracowników na cztery osobne zespoły: finansowy, artystyczny, techniczny oraz marketing kultury.

Po trzecie należałoby stworzyć zależność zawodową: wyłonić z każdego działu lidera, który będzie pełnił funkcję koordynatora w danej dziedzinie.



ludzie —



Przez najbliższe 3 lata będę dążył do tego, by zespół pracowników nieustannie się rozwijał, podnosił swoje kompetencje, byśmy wspólnie utworzyli „Team”, który sobie ufa, który się wspiera, który może na siebie liczyć i dąży do rozwoju SCK.



Nowostworzony dział **marketing kultury** będzie miał za zadanie wypromować SCK jako markę. Trzeba budować rynek dla ludzi, a nie przeciw nim, uwzględniając różnorodność wartości, specyfikę kultur. Sięgnięcie po marketing kultury – często pomimo obaw – coraz bardziej staje się swoistym „być, albo nie być” dla placówek kultury. Osoba zatrudniona na stanowisku specjalisty będzie odpowiedzialna za promocję, reklamę a także za kontakt ze sponsorami, sojusznikami, kontrahentami. Oczywiście taki dział nie powstanie „od ręki”. Myślę, że w ciągu trzech lat prowadzenia placówki jestem w stanie doprowadzić do tego, by takie stanowisko powstało. Początkowo obowiązki tej osoby pełnić będzie Dyrektor wraz z całym zespołem. Docelowo wspomniany specjalista będzie ściśle współpracował z dyrektorem i pracownikami SCK. Pod nieobecność Dyrektora będzie także osobą decyzyjną – pełniąc obowiązki Dyrektora. W związku z tym konieczna jest modyfikacja statutu SCK. Do tej pory obowiązki Dyrektora pod jego nieobecność pełniła główna księgowa. Nie jest wskazane, by księgowy odpowiadający za finanse placówki pełnił jednocześnie funkcje zarządcy placówki.



Dział finansowy zarządzany będzie przez główną księgową. Do jej zespołu należeć będzie referent ds. kadr i płac oraz kasjer. Na ten moment istnieje jeszcze stanowisko młodszej księgowej w wymiarze 3/4 etatu. Pod nadzorem głównej księgowej pozostaną również pracownicy gospodarczy. W tym dziale nastąpi reorganizacja. Specjalista ds. kadr i płac przechodzi na emeryturę. Konieczny będzie nabór na to stanowisko. W najbliższym czasie na emeryturę powinna przejść także główna księgowa. Nieocenionym rozwiązaniem byłoby, gdyby zgodziła się pozostać na swoim stanowisku do końca 2023 roku. Docelowo konieczna jest tu redukcja etatów. Młodsza księgowa obejmie stanowisko i obowiązki głównej księgowej po jej przejściu na emeryturę. Angaż specjalisty ds. kadr i płac zredukowany zostanie do 1/2 etatu. W ten sposób mamy do dyspozycji 1 i 1/4 etatu – np. na wspomniane wyżej stanowisko specjalisty ds. marketingu.

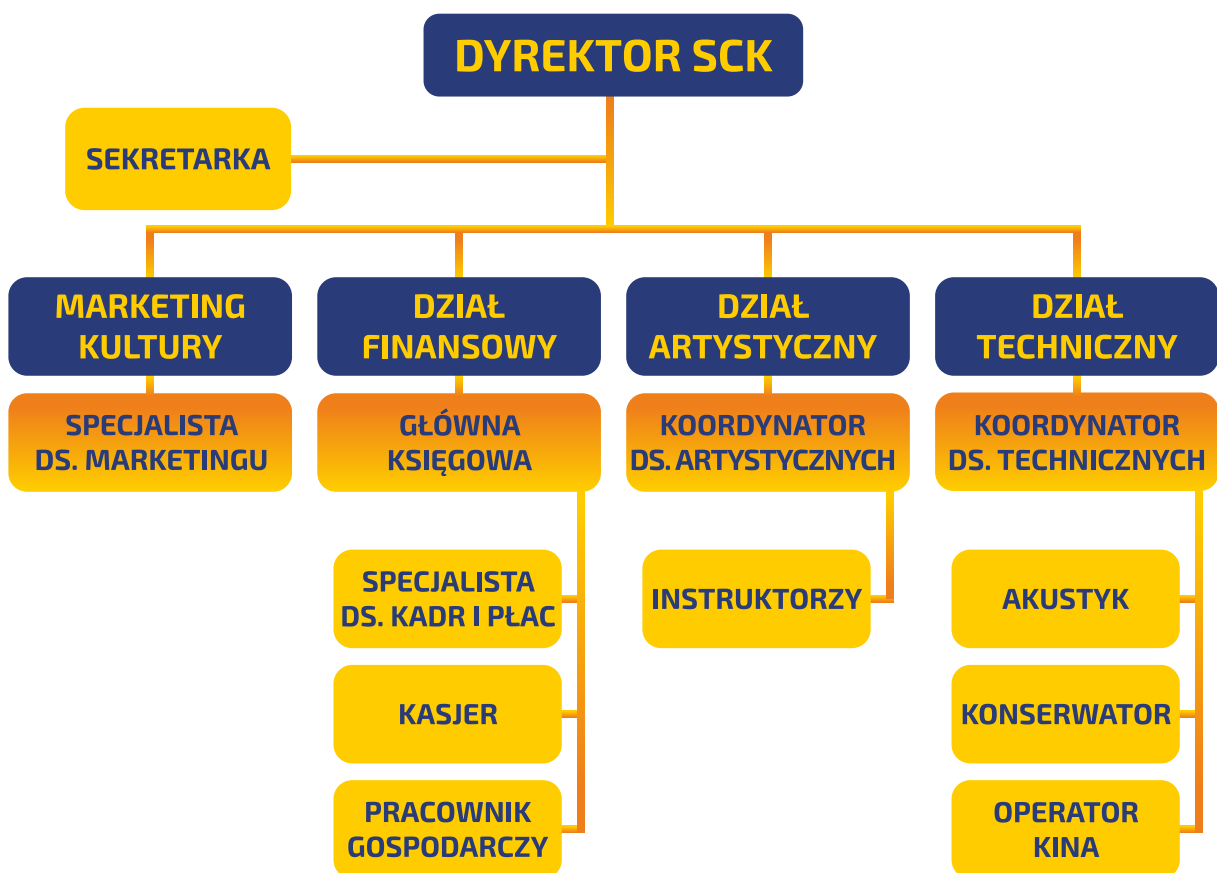


Dział techniczny składać się będzie z akustyka, pracowników kina, konserwatora. Będzie to grupa ludzi odpowiedzialna za stan i obsługę sprzętu audiowizualnego, nagłośnienie i oświetlenie imprez SCK, oraz obsługę techniczną Kina Kultura.



Ostatnim działem będzie **dział artystyczny**. W jego skład wejdą wszyscy instruktorzy merytoryczni: ds. szeroko pojętej muzyki, plastyki, teatru, filmu, działalności interdyscyplinarnej i twórczej współpracy między pokoleniami. Z grupy instruktorów wyłoniona zostanie osoba odpowiedzialna za cały dział. Grono pracowników SCK poszerzone zostanie o osoby pracujące w świetlicach, przydzielonych do poszczególnych działów. Chciałbym, aby tak jak dawniej, świetlice wiejskie weszły w skład domu kultury, gdyż razem można więcej zdziałać w zakresie kultury oraz integracji obszarów wiejskich i miejskich naszej gminy.

Wsparciem pracy całego zespołu będzie sekretarka. Opisaną, docelową strukturę organizacyjną ilustruje poniższy schemat organizacyjny.



Struktura organizacyjna SCK w Solcu Kujawskim





Inwestowanie w ludzi

SCK musi nieustannie dbać o poziom swojej oferty. Stąd nieodzowne jest doszkalanie kadry na każdym szczeblu. Kursy, warsztaty i szkolenia, w których udział wezmą pracownicy SCK to inwestycja w przyszłość placówki.



Rada programowa

Należy zaangażować Radę Programową w doradzanie i współtworzenie oferty programowej SCK. Zgodnie z zarządzeniem Burmistrza z dnia 6 lipca 2020 roku w skład rady programowej SCK wchodzi przedstawiciel Rady Miasta, trzech przedstawicieli Burmistrza Solca Kujawskiego oraz jeden pracownik SCK delegowany przez ogół pracowników. Rada programowa nie pełni funkcji kontroli wewnętrznej, lecz funkcję doradczą instytucji kultury. Często instytucje kultury błędnie traktują radę programową jako radę nadzorczą i spychają jej istnienie do „martwego tworu”. Chciałbym, aby u nas tak nie było i abyśmy razem mogli tworzyć kulturę naszego miasta.



Rada kultury

W skład takiej rady mogą wchodzić profesjonalni działacze kultury, lokalni artyści, a także amatorzy zaangażowani w życie kulturalne gminy. Rada miałaby na celu wspieranie poszczególnych wydarzeń i przedsięwzięć kulturalnych placówki. Jednym z moich celów jako Dyrektora byłoby zebranie i współpraca z jak największą ilością takich ludzi.



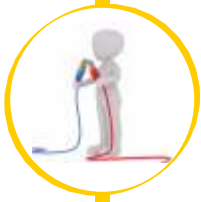
Wolontariat

Bezcennym skarbem instytucji kultury są ludzie, którzy pragną poświęcić swój wolny czas i zaangażować się w rozwój kultury. Konieczne jest rozpropagowanie wolontariatu wśród mieszkańców gminy i nawiązanie współpracy z wolontariuszami na rzecz SCK. Mam tu na myśli zarówno osoby, które włączają się jednorazowo w działania SCK przy okazji większych imprez, ale także te, które na stałe zaistnieją w naszej placówce stając się wręcz częścią załogi. Co więcej mam tu na myśli osoby, które w ramach działalności SCK i dobrej współpracy poprowadzą pełnowartościowe zajęcia. Z drugiej strony będzie to również forma edukacji młodych ludzi, którym dzisiejszy świat pokazuje, że liczą się pieniądze i skupienie na sobie. Mypokażemy, że można być bezinteresownym



Otwartość społeczna

SCK musi być otwarte na potrzeby społeczne. Warto z wielkim zaangażowaniem przyjmować propozycje mieszkańców. Bardzo często to właśnie potencjalni klienci placówki sami określają rodzaj, charakter wydarzenia, w którym chcieliby wziąć udział, co więcej - nawet gotowe pomysły, czy scenariusze imprez. Będę zatem chciał na bieżąco rozmawiać (w różnych formach) z mieszkańcami.



Komunikacja

Niezwykle ważnym tematem w działalności SCK jest komunikacja z odbiorcą. Należy nieustannie docierać do nich poprzez współczesne środki komunikacji, także przez media społecznościowe, które stały się ogromnym narzędziem wsparcia również dla placówek kultury. W dzisiejszych czasach bardzo ważne jest, by relacje z odbiorcą budować długoterminowo. Dlatego wraz z zespołem stworzymy Instagrama, Tiktoka, a nade wszystko profesjonalną stronę internetową.



Twórczość

Kolejnym obszarem prowadzącym do osiągnięcia celów dla SCK jest obszar twórczości. Placówka ma gromadzić wokół siebie znanych twórców, a także odkrywać nowych - ma wspierać twórczość w środowiskach lokalnych. Z pomocą przychodzi tu działalność podstawowa SCK z ofertą czasową i stałą.

Oferta czasowa SCK przez 35 lat działalności była różnorodna. Instytucja organizuje wydarzenia kulturalne na różnych płaszczyznach, m.in. muzycznej czy teatralnej. Na deskach soleckiej sceny występują zarówno dzieci jak i dorośli – soleccy artyści amatorzy. Nie brakowało także gwiazd wielkiego formatu, m.in. Pierwsza Dama Polskiej Piosenki Irena Santor, Zespół ROAN, Joanna Bartel, Skaldowie, Żuki, Varius Manx, Czerwony Tulipan, Michał Bajor, Zbigniew Wodecki, Maryla Rodowicz, Halina Frąckowiak, Alicja Majewska, Włodzimierz Korcz, Jan Nowicki, Maria Sadowska, Maja Boczarska, Katarzyna Skrzynecka, Gierek Loska, Robert Janowski, Cezary Pazura, Kabaret Skeczów Męczących, Kabaret Hrabi i inne zespoły muzyczne i teatralne.

Oferta obejmuje także, a może nawet przede wszystkim, szereg zajęć artystycznych. Zajęcia te stanowią stałą bazę programową placówki. Wśród nich wyróżniamy:

SEKCJE NIEODPŁATNE		
Nazwa sekcji	Adresaci	Liczba uczestników
Zespół Inwencja	Seniorzy	10
Zajęcia dla dzieci z Ukrainy	Dzieci	Liczba zmienna
Klub kolekcjonera	Dorośli, seniorzy	Liczba zmienna

SEKCJE ODPŁATNE		
Nazwa sekcji	Adresaci	Liczba uczestników
Gigusie	Dzieci	23
Zajęcia plastyczne	Dzieci i młodzież	23
Zajęcia plastyczne	Dzieci i dorośli	16
Klub być kobietą	Dorośli	13
Zespół New Voices	Dzieci i młodzież	12
Rzeźba	Dorośli i młodzież	11
Sensostwory	Dzieci od lat 5	10
Sensoryka dla smyka	Dzieci do lat 5	8
Sobotnie spotkania rodzinne	Dzieci	8
Język angielski	Dzieci 4-6 lat	8
Nauka gry na gitarze	Młodzież	4
Nauka gry na perkusji	Młodzież	2
Zajęcia teatralne	Dzieci	1
Zostań Youtube'rem	Dzieci	1
Pogotowie naukowe	Dzieci i młodzież	1

Konieczna jest współpraca nowego Dyrektora z instruktorami i wnikliwa weryfikacja aktualnej oferty, oraz faktycznego udziału uczestników w poszczególnych zajęciach. Należy zespołowo zanalizować czym w obecnej ofercie zainteresowani są odbiorcy i dlaczego jedne zajęcia cieszą się większym a inne mniejszym zainteresowaniem.



twórczość

Należy, z wielką starannością zanalizować, które zajęcia powinny pozostać w wachlarzu ofertowym SCK, a które należy zakończyć i w to miejsce wprowadzić inne.

Cennym aspektem w zakresie twórczości byłoby przyłączenie świetlic wiejskich pod działalność SCK. W ten sposób można wykorzystać potencjał obiektów organizując tam różnego rodzaju spotkania i uroczystości pozwalające na integrację środowisk wiejskich z mieszkańcami Solca Kujawskiego. Będzie to także szansa, by mieszkańcy okolicznych sołectw mogli bez dojeżdżania do Solca chociaż w pewnym stopniu korzystać z oferty SCK.

Niemniej jednak wszelkie zmiany programowe oferty stałej, a także konstruowanie nowej oferty czasowej powinny dążyć do promowania twórczości artystów i odkrywania, pobudzania i rozwijania twórczości lokalnej społeczności. Działania placówki przez najbliższe 3 lata mają realizować się w następujących aspektach:

- **Soleckie Centrum Kultury - jako kopalnia talentów.** Placówka ma szukać i wspierać ukryte dotąd talenty poprzez organizację konkursów i przeglądów artystycznych /wokalnych, instrumentalnych, plastycznych, fotograficznych, literackich, teatralnych/ oraz warsztatów, które pozwolą na konfrontację amatorów z profesjonalnymi artystami.
- **Soleckie Centrum Kultury – jako akademie rozwoju.** Ośrodek kultury swoją działalnością będzie otaczał opieką, wspierał talenty Solecczan. Poprzez udział w zajęciach z oferty stałej, dostosowanej do potrzeb mieszkańców, każdy zainteresowany odbiorca będzie mógł rozwijać swoje pasje.
- **Soleckie Centrum Kultury - jako zagłębie sztuki lokalnej.** Bardzo ważne, by Dom Kultury stał się domem lokalnych twórców. Okolicznościami sprzyjającymi będzie organizowanie wystaw, koncertów czy wieczorów poezji rodzimych twórców.
- **Soleckie Centrum Kultury - jako dobry partner.** Znalezienie stałych partnerów wśród szeroko rozumianych instytucji kultury na terenie gminy i poza nią. Nawiązanie współpracy z innymi placówkami poprzez organizowanie wspólnych imprez, warsztatów, wydarzeń, wymianę animatorów kultury. Pozwoli na promocję zarówno artystów jak i placówki.



- **Soleckie Centrum Kultury - skarbnica innowacyjnych projektów.** Tworzenie projektów związanych nie tylko z kulturą. Organizowanie wydarzeń związanych z nauką lub z życiem społecznym przy współudziale placówek takich jak instytucje naukowe, parafie, Miejsko Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej, Policja, Ochotnicza Straż Pożarna, stowarzyszenia, Pogotowie Ratunkowe, Hufiec ZHP, itp.



Zarządzanie

- wprowadzenie nowoczesnego stylu zarządzania,
- otwartość na zdanie i pomysły pracowników,
- rozwiązywanie na bieżąco powstałych problemów,
- regularne „odprawy” z pracownikami oraz rozmowy indywidualne,
- reorganizacja kadrowa,
- szkolenia specjalistyczne dla pracowników i instruktorów SCK,
- pozyskiwanie partnerów, sojuszników, którzy będą mieli wpływ na sytuację finansową lub atrakcyjność oferty SCK,
- spotkania z Dyrektorami soleckich placówek - planowanie i zarządzanie wspólnymi projektami.



zarządzanie



Tożsamość

Niezwykle ważnym obszarem w działaniach prowadzących do osiągnięcia celów przez SCK jest tożsamość. Zarówno sama placówka, pracownicy, jak również uczestnicy sekcji czy wydarzeń kulturalnych powinni być zakorzenieni w historii nie tylko placówki ale i miasta. Wymiar ten będzie miał szczególne znaczenie zwłaszcza przez najbliższe 3 lata, dlatego że w 2025 roku nasze miasto obchodzić będzie 700-lecie nadania praw miejskich. Działania SCK w zakresie tożsamości skupiłbym na:

- **Soleckie Centrum Kultury - domem Solecczan.** Stworzenie atrakcyjnej oferty dla mieszkańców gminy, która pozwoli poczuć się w SCK jak w domu. Dostosowanie jej do potrzeb odpowiednich adresatów, zwłaszcza rozbudowanie oferty dla dorosłych i seniorów. Stworzenie możliwości współpracy międzypokoleniowej, rodzinnej.
- **Solec Kujawski - miastem z tradycjami.** Prowadzenie przez SCK działań mających na celu pobudzenie lokalnego patriotyzmu. Uczestnicy zajęć i imprez organizowanych przez Soleckie Centrum Kultury jako ludzie zakorzenieni w historii naszego miasta - chętniej włączą się w tworzenie życia kultury w Solcu Kujawskim. Nawiązanie współpracy z Muzeum Solca im. Księcia Przemysła, Kołami Gospodyń Wiejskich i świetlicami wiejskimi.
- **Solec Kujawski - miastem turystycznym.** Stworzenie oferty nie tylko dla Solecczan. Organizowanie imprez kulturalnych przyciągających mieszkańców innych miast. Nawiązanie współpracy z organizacjami i instytucjami takimi jak: Biuro Promocji Urzędu Miejskiego w Solcu Kujawskim, Nadleśnictwo Solec Kujawski, JuraPark Solec Kujawski, Muzeum Ochotniczej Straży Pożarnej, Muzeum Solca im. Księcia Przemysła, Ośrodek Sportu i Rekreacji, lokalne restauracje, hotele itp.
- **Solec Kujawski - miastem Kultury.** Stworzenie cyklicznych imprez kulturalnych wpisanych na stałe w kalendarz wydarzeń miasta. Doskonalenie obchodów Dni Solca Kujawskiego - z jednej strony jako wydarzenia integrującego mieszkańców, z drugiej zaś promującego szeroko rozumianą kulturę. SCK powinno być samodzielną placówką odpowiedzialną za organizację tego typu imprez. Organizowanie wydarzeń jednorazowych z różnych dziedzin kultury.





- **Solec Kujawski - miastem przygód.** Stworzenie gry miejskiej będącej okazją do wspaniałej zabawy. Grupa odkrywców biorących udział w grze pokona trasę prowadzącą przez ciekawe miejsca naszego miasta. Zadania i informacje umieszczone na trasie będą promować twórczość lokalnych artystów oraz wydarzenia związane z gminą i regionem.



- **Solec Kujawski - miastem rozwoju.** Stała współpraca z Biurem Promocji Urzędu Miasta w Solcu Kujawskim oraz Stowarzyszeniem Rozwoju Solca Kujawskiego mająca na celu stworzenia długoterminowej strategii promocji Solca Kujawskiego jako kolebki kultury.



tożsamość



Miejsce

Kolejnym obszarem działań w celu osiągnięcia celów strategicznych SCK jest samo miejsce. Niezwykle ważne jest inwestowanie w zaplecze lokalowe placówki, jak również pozyskiwanie nowych przestrzeni dla działalności instytucji. Obecny wygląd placówki jest owocem modernizacji trwającej w latach 2011-2014. Podczas ostatniego remontu placówka dostosowana została całkowicie do osób niepełnosprawnych (podjazdy, toalety, winda). Marzeniem byłoby stworzenie oferty skierowanej typowo do osób niepełnosprawnych. Do tego jednak potrzeba nie tylko dostosowanej bazy lokalowej, ale przede wszystkim wykwalifikowanej w tej dziedzinie kadry pracowniczej. Będę dążył do tego, by przywrócić zainicjowaną przez Panią Reginę Osińską „Terapię Śmiechem” – czyli Europejski Przegląd Małych Form Teatralnych Osób Niepełnosprawnych – ale na to potrzeba czasu.

Zaplecze lokalowe zostało wzbogacone o dodatkowe sale przeznaczone do użytku sekcji SCK, profesjonalne garderoby. SCK dysponuje salą widowiskową, która jednorazowo pomieści dwustu osiemdziesięciu widzów. Sala ze sceną jest w pełni dostosowana do tego, by spełniać rolę sali kinowej. Dzięki temu od kilku lat w SCK istnieje „Kino Kultura”. Integralną częścią budynku jest kula, w której gościć może około dziewięćdziesiąt osób. Kula wykorzystywana jest jako miejsce różnego rodzaju warsztatów, szkoleń oraz zajęć sekcji SCK. Odbywają się w niej także spotkania towarzyskie, urodzinki dla dzieci. Chciałbym przez najbliższe 3 lata wykorzystać to miejsc na kameralne koncerty, spotkania autorskie i wieczory poezji. Do dyspozycji uczestników zajęć oferowanych przez ośrodek są również mniejsze pomieszczenia i pracownie. Wśród nich są między innymi pracownia plastyczna, pracownia rzeźbiarska, sala taneczna i kuchnia. Na piętrze budynku znajduje się Galeria Homo Faber. To właśnie tu odbywają się wystawy prac (malarstwo, rysunek, rzeźba, grafika, fotografia) i wernisaże twórców zarówno lokalnych jak i spoza terenu naszej gminy.

Zmodernizowany obiekt SCK daje duże możliwości, ale także zobowiązuje do działań. Przez najbliższe 3 lata chciałbym skupić się na:



- Podjęcie starań w celu wykończenia pomieszczeń, które nie zostały do końca wyremontowane podczas remontu generalnego takich jak przestrzeń gastronomiczna.



- Przeprowadzanie bieżących prac remontowych pomieszczeń przeznaczonych do użytku SCK.

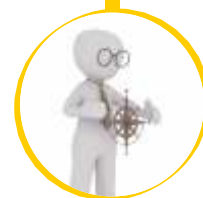


- Poszerzenie bazy lokalowej o świetlice wiejskie naszej gminy.



- Próba większego wykorzystania „kuli” SCK na wydarzenia organizowane przez SCK, a także poszerzenie oferty związanej z wynajmem przez osoby zewnętrzne.

- Poszerzenie przestrzeni kulturalnej o tereny miejskie. Organizowanie wydarzeń kulturalnych na obszarach gminnych takich jak: Punkt Obsługi Pasażerów (Dworzec PKP), strefa rekreacyjna na Skwerze im. dra Henryka Jordana, Plac Jana Pawła II, tereny nadwiślańskie.
- W związku z przystosowaniem placówki do potrzeb osób niepełnosprawnych - próba nawiązania współpracy z Miejsko Gminnym Ośrodkiem Pomocy Społecznej, Domem Dobrych Praktyk, Warsztatami Terapii Zajęciowej, Środowiskowym Domem Samopomocy.
- Stworzenie współpracy turystycznej. SCK jako pomysłodawca i jeden z wielu członków kooperacji stworzy na terenie swojego obiektu przestrzeń informacyjną o instytucjach partnerskich, o usługach, mieście i regionie.



miejsce



Marketing kultury

Soleckiego Centrum Kultury
w Solcu Kujawskim



Obecnie uważa się, że kultura może być nie tylko źródłem korzyści duchowych, ale również materialnych. Odbywać się to może na dwóch płaszczyznach. Po pierwsze – przez promocję działalności danej placówki kultury, po drugie przez promocję samej kultury w ogóle. Jak wspomniano wcześniej, konieczne jest stworzenie w SCK odrębnego działu, który zajmie się właśnie marketingiem, wizerunkiem placówki i promocją organizowanych przez nią wydarzeń.

Sukces danego wydarzenia w dużej mierze zależy od promocji. Będę dążył, by metody stosowane przy promocji konkretnego wydarzenia były dostosowane do okoliczności – charakteru imprezy, miejsca, no i oczywiście do grupy docelowej. Trzeba zdać sobie też sprawę, że kultura to nie jest dobro masowe i powszechnie dostępne, ponieważ tylko u części społeczeństwa istnieje potrzeba doświadczeń kulturalnych. Są jednak inne czynniki powodujące brak zainteresowania kulturą, które w odpowiedni sposób możemy modyfikować i zachęcać ludzi do zmiany spojrzenia na tego typu wydarzenia.

Do takich czynników możemy zaliczyć między innymi:

- niewykształcone nawyki uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych,
- brak powszechności ich tworzenia i świadczenia,
- słaba informacja o miejscu, czasie i atrakcyjności wydarzenia,
- ograniczony dostęp do wielu wydarzeń kultury związany z miejscem zamieszkania, terminem lub kosztami związanymi z udziałem.



Dobrze przeprowadzona promocja pozwoli zainteresować szerszą grupę potencjalnych uczestników wydarzenia. Do metod promocji wydarzeń SCK chciałbym wykorzystywać w zależności od ich charakteru, adresatów i skali:



- **Reklamę zewnętrzną:** banery, billboardy, standy. Do tej pory SCK raczej nie korzystało z reklamy wielkoformatowej. Przy dużych wydarzeniach będzie ona szansą wyjątkowego zwrócenia uwagi odbiorców.



- **Wydawnictwa papierowe:** plakaty, ulotki, biuletyny informacyjne, programy, informatory. Ta metoda promocji jest wykorzystywana w SCK. Należy ją jednak rozwinąć i udoskonalić. Zwrócić uwagę na jakość, rozmiar i ilość materiałów, która pojawia się w ramach promocji danego wydarzenia. Chciałbym także, by kalendarz imprez SCK promowany był z wyprzedzeniem.



- **Reklamę internetową:** stronę internetową, media społecznościowe: Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, informator email. W dobie Internetu ogromną rolę w życiu człowieka odgrywają media społecznościowe. Otwierają one nowe kanały komunikacyjne, dające bezpośredni dostęp do odbiorców i recenzentów. Dobór kanału uwarunkowany jest w dużej mierze od grupy docelowej. Umieszczając wydarzenie w mediach społecznościowych musimy mieć na uwadze odbiorcę. Chcąc dotrzeć do młodzieży warto uruchomić np. TikTok, który zdecydowanie w mniejszym stopniu użyteczny będzie w dotarciu do odbiorców 60+. W dotarciu do seniorów za pomocą kanałów społecznościowych przydatny będzie Facebook. Wbrew pozorom coraz więcej osób w wieku emerytalnym sprawnie odnajduje się w facebookowej społeczności.

Należy pamiętać o internetowych wymogach i ograniczeniach przy tworzeniu wydarzenia. Bardzo istotne jest, by wymyślając nazwę wydarzenia zwrócić uwagę, by była ona uniwersalna. Często portale społecznościowe mają ograniczoną liczbę znaków przy wpisywaniu nazwy. Zdarza się, że organizator wydarzenia nie sprawdzi tego przy tworzeniu wydarzenia i materiałów poligraficznych. Ogromnym błędem jest zmiana nazwy wydarzenia na potrzeby Internetu. Odbiorca może mylnie myśleć, że są to zupełnie dwa różne wydarzenia. Tak samo jest ze spójnością graficzną. Zarówno czcionki, kolorystyka czy zdjęcia powinny być tożsame z promocją papierową i wieloformatową.



YouTube – to także kanał o ogromnej popularności wśród internautów. Wiele instytucji kultury nie korzysta z tego jakże powszechnego dziś narzędzia, jakim jest reklama YouTube. Jak podają badania Gemius z lipca 2020 roku 68,61% polskich internautów korzysta z YouTube. Reklama na tym kanale jest dużo tańsza od np. reklamy telewizyjnej, a ma bardzo szeroki zasięg.



Informator email – newsletter – to forma rozsyłania informacji drogą emailową. Reklama trafia wtedy do wybranego odbiorcy. Stworzona reklama może zawierać zdjęcie lub film reklamujący wydarzenie. Nie jest jednak narzucająca się. To odbiorca decyduje czy otworzy wiadomość od instytucji i ile czasu poświęci, by ją przeczytać. Tu bardzo przydatne stworzenie formularza pop-up na witrynie instytucji. Z jego pomocą odwiedzający stronę będzie mógł zgłosić swój adres email na listę e-mailingową. Tworząc formularz pop-up należy pamiętać, by wskazać korzyści z podania adresu email, a także by ów formularz nie był nachalny.

Kadra SCK jest stosunkowo młoda, co sprzyja w tworzeniu materiałów reklamowych za pomocą opisanych kanałów komunikacji. Uważam za konieczne wykorzystanie potencjału zespołu w tym zakresie.

- **Marketing szeptany** jest formą bardzo często traktowaną z przymrużeniem oka. Niemniej jednak to właśnie przekaz międzyludzki w środowisku rodzinnym, szkolnym, zawodowym może trafić do bardzo szerokiego grona potencjalnych odbiorców naszego wydarzenia.





- **Media lokalne:** telewizję, radio, prasę. Zarówno prasa lokalna, radio czy telewizja to idealna forma promowania wydarzeń kulturalnych. Bardzo często to właśnie media darzone są większym zaufaniem odbiorców niż same organizacje, które za ich pośrednictwem przekazują dane informacje. Sukces uwarunkowany jest jednak w dużej mierze od budżetu jakim dysponuje organizator. W przypadku naszej placówki znalezienie finansów na reklamę telewizyjną czy radiową będzie trudne. Sytuacja może się zmienić, jeśli lokalne media staną się naszym sojusznikiem.



- **Sojuszników.** Dobór sojuszników dla naszych wydarzeń jest bardzo istotny. Jeśli dobrze dobierzemy sojusznika zyskamy większy zasięg komunikacji i dobre dopasowanie do grup, na których chcielibyśmy dotrzeć. Możemy bowiem korzystać także z jego kanałów promocyjnych. Sojusznikiem SCK organizującego dane wydarzenie mogą być różnego rodzaju instytucje czy władze lokalne. Warto także ubiegać się o patronaty medialne. To pozwoli na szerszy rozgłos o wydarzeniu. Sojusznikiem mogą stać się także sponsorzy. Współpraca przynosi obopólne korzyści. Placówka kulturalna zyskuje szerszą reklamę wydarzenia, a przy tym sponsora imprezy, który albo przekaże finanse na rzecz imprezy, albo wesprze przedsięwzięcie towarem, sprzętem lub usługami świadczonymi przez swoją firmę. Sojusznik zyskuje w ten sposób reklamę swoich usług lub produktów – a co za tym idzie reklamę swojej firmy.



Finansowanie

Soleckiego Centrum Kultury
w Solcu Kujawskim

Podstawą działalności SCK jest plan finansowy opracowany przez Dyrektora, który nie przekracza dotacji przydzielonej przez organizatora. Plan finansowy zgodnie z art. 31 Ustawy o finansach publicznych będzie zawierać:

- przychody z prowadzonej działalności,
- dotacje z budżetu państwa, samorządu terytorialnego,
- koszty:
 - wynagrodzenia i składki z nimi związane,
 - płatności odsetkowe związane z zaciągniętymi zobowiązaniami,
 - zakup towarów i usług,
- środki na wydatki majątkowe,
- środki przyznane innym podmiotom,
- stan należności i zobowiązań na początek i koniec roku,
- stan środków pieniężnych na początek i koniec roku.



Organizator, tj. samorząd lokalny, zgodnie z ustawą o finansach publicznych finansuje SCK przekazując środki w formie dotacji podmiotowej i celowych. Dotacja podmiotowa finansuje statutową działalność placówki, natomiast celowa może być przeznaczona na pokrycie kosztów realizacji inwestycji lub na realizację wskazanych zadań bądź programów.

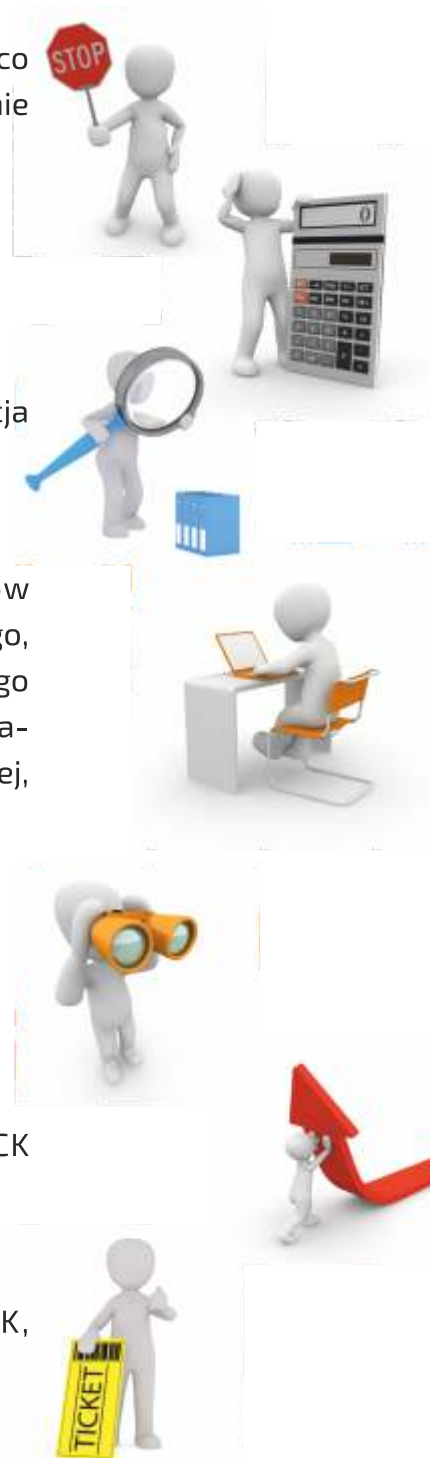
Obok sektora publicznego SCK finansowane jest z przychodów z prowadzonej działalności, jak np. ze sprzedaży biletów, czy składników majątku ruchomego; z przychodów z najmu i dzierżawy składników majątkowych; ze środków pochodzących od darczyńców.

W zakresie dotyczącym finansów SCK – na czele z dyrektorem – stoi przed ogromnym wyzwaniem.

W dobie ogromnych cięć budżetowych, ogromnej inflacji i ciągłych podwyżek zdają sobie sprawę, że trudno będzie zwiększyć dotację podmiotową, przydzielaną przez Organizatora. Mam też świadomość, że owa dotacja wykorzystywana jest przez SCK w ponad 100%. Konieczne jest zatem – i na to będę kładł duży nacisk – by SCK pozyskiwało środki finansowe we własnym zakresie.

W celu dobrego prowadzenia gospodarki finansowej placówki oraz zdobycie nowych form finansowania konieczne jest:

- bezwzględne przestrzeganie dyscypliny finansowej, a co za tym idzie racjonalne i efektywne gospodarowanie przyznanymi dotacjami,
- racjonalizacja wydatków placówki,
- rozsądne zarządzanie kapitałem ludzkim – weryfikacja umów,
- aplikowanie w naborach i pozyskiwanie środków m.in. z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Narodowego Centrum Kultury, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Fundacji wspierających rozwój wydarzeń kulturalnych, Unii Europejskiej, itp..
- pozyskiwanie sponsorów,
- pozyskiwanie sojuszników,
- pozyskiwanie środków z najmu pomieszczeń SCK oraz świetlic wiejskich,
- pozyskiwanie środków z opłat za zajęcia SCK, ze sprzedaży biletów, darowizn.





Podsumowanie

Chęć zaistnienia SCK ze swoją ofertą, produktem w lokalnym środowisku nakierowuje do postawienia sobie celów, a co za tym idzie podjęcia konkretnych działań, by te cele osiągnąć. W niniejszym opracowaniu pokazałem, jak ofertę SCK chciałbym zmodyfikować. Niezbędne jest nieustanne ulepszanie oferty SCK, dostosowywanie jej do oczekiwań lokalnej społeczności. Jednocześnie sposób docierania do odbiorcy z informacjami o wydarzeniach i ofercie SCK powinien dopasowany być do grupy docelowej. Bazując na zebranych informacjach oraz analizując wszystkie mocne i słabe strony placówki, oraz jej szanse i zagrożenia dokonałem analizy SWOT i przedstawiłem cele SCK. Chcąc osiągnąć postawione cele marketingowe trzeba podjąć szereg działań w poszczególnych obszarach, które starałem się opisać w niniejszym projekcie.

W realizacji postawionych celów, chcąc wypełnić misję i wizję instytucji kultury, jaką w naszym mieście jest SCK, chciałbym pozostać otwartym na to, co dzieje się dookoła. Zarówno na wciąż nową ofertę konkurencji, jak również na coraz bardziej wymagające oczekiwania odbiorców. Pragnę również sprawnie wprowadzać i realizować postawione cele. Zarówno działania jak i wszelkie procedury powinny się na wzajem uzupełniać zapewniając spójność w działaniu, a system zarządzania projektami powinien pozwolić na współpracę różnych podmiotów, która zakończy się sukcesem.

Jaką pozycję zajmie SCK za 3 lata? Co zmieni się przez ten czas? Zrobię wszystko, by SCK stało się prawdziwym CENTRUM życia naszej lokalnej społeczności: DOMEM, w którym każdy będzie mógł czuć się, jak u siebie.

Podsumowując opisane wcześniej założenia chciałbym zrealizować konkretne działania. Do najbardziej znaczących można zaliczyć:

- Reorganizacja zasobów ludzkich, postawienie na ukierunkowaną działalność we współpracy zespołowej oraz pozyskanie nowych społeczników z pasją, co pozwoli na podjęcie nowych działań twórczych.
- Nowe działania artystyczne – zostaną one podjęte w oparciu o badanie rynku i wnikliwą analizę aktualnej pozycji SCK w oczach społeczności. Rozszerzenie oferty stałej dostosowanej do odpowiednich grup wiekowych – zwłaszcza dla osób dorosłych i seniorów.
- Wyjście z ofertą SCK na zewnątrz. Aktywne dotarcie do potencjalnych odbiorców, zamiast pasywnego oczekiwania na ich przyjsie.
- Nauczenie lokalnej społeczności SCK. W moim odczuciu liczba 141 uczestników w sekcjach odpłatnych na przeszło 15 tysięcy mieszkańców nie jest zadowalająca.

- Wykorzystanie możliwości, które nie wymagają dodatkowych środków finansowych, a które ułatwią kontakt z mieszkańcami tj. elektroniczne zapisy na zajęcia: <https://forms.gle/jVivUJ9VRFQUgqi6A>
- Przyłączenie świetlic wiejskich w zasoby SCK, co spowoduje wzbogacenie bazy lokalowej i personalnej SCK, a przede wszystkim zaktywizuje środowiska wiejskie.
- Usamodzielnienie SCK w organizacji Dni Solca czy Dożynek. Uważam, że to SCK powinno w całości organizować tego typu imprezy – biorąc pod uwagę wytyczne i zapotrzebowania Organizatora.
- Podjęcie wysiłków uatrakcyjnienia oferty Kina Kultura, mające na celu zdobycie szerszego grona odbiorców.
- Pozyskanie nowych możliwości współpracy – będącej jednocześnie szansą rozwoju SCK.
- Większe pozyskiwanie środków własnych.

Niech raport, który powstał w ramach projektu „Zoom na domy kultury” będzie podsumowaniem niniejszego opracowania. Czytamy w nim: *„Nowoczesny dom kultury jest miejscem żywym, stymulującym lokalną aktywność. Stanowi centrum przeczucia pomostów między odległymi sobie grupami: młodymi i starymi, urzędnikami i obywatelami, bogatymi i biednymi, uprzywilejowanymi i dyskryminowanymi. Ludzie, którzy przychodzą do domu kultury nie tylko konsumują kulturę, ale też ją aktywnie współtworzą. Nie są tylko widzami czy biernymi odbiorcami. Sami stają się twórcami, animatorami tego, co się w domu kultury dzieje. Nowoczesny dom kultury wyszukuje ciekawe projekty różnych grup: organizacji pozarządowych, grup nieformalnych, artystów, niezależnych animatorów kultury i zaprasza je do współtworzenia swojego programu. Nie traktuje ich jak konkurencji, lecz jak naturalnych partnerów w swojej pracy. Dom kultury jest przecież dla ludzi, a nie ludzie dla niego. Jest podporządkowany ich potrzebom, pomysłom, godzinom pracy i odpoczynku. Jeśli pojawia się grupa, która chce zorganizować swój własny projekt: wydarzenia kulturalne, założyć klub filmowy albo spotkać się i wymienić doświadczeniami – robi wszystko, by projekt ten mógł zostać wcielony w życie. Jednocześnie stale, aktywnie poszukuje swoich odbiorców. Próbuje dotrzeć nie tylko do tych najaktywniejszych, ale też tych którzy na co dzień mają utrudniony dostęp do kultury. Dom kultury zna mieszkańców swojej miejscowości, wie jacy są, gdzie się spotykają, potrafi twórczo wyławiać lokalnych liderów i zapraszać ich do współpracy. Proponuje działania interdyscyplinarne łączące różne media, nie boi się przedsięwzięć międzypokoleniowych. Współpracuje z organizacjami pozarządowymi, szkołami, bibliotekami, niezależnymi animatorami i artystami, biznesem (np. lokalnymi restauracjami i firmami), pomocą społeczną, policją, parafią... Jest prawdziwym centrum życia miejscowości.*

...i do tego będziemy dążyć!

Tomasz Rudny

Tomasz Rudny



ul. Toruńska 50b/18
86-050 Solec Kujawski
tel. 796 409 528
e-mail: pracownia.tr@wp.pl