

## Program działania

Ostrołęckiego Centrum Kultury w Ostrołęce na lata 2019- 2022

### I. Misja

Ostrołęckie Centrum Kultury (OCK) w Ostrołęce prowadzi – określoną Statutem i Ustawą o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej – wszechstronną działalność w obszarze kultury. Prezentuje twórczość artystyczną, korzysta z dorobku twórców, aktywizuje mieszkańców miasta (szczególnie dzieci, młodzież i osoby starsze), wychodzi naprzeciw ich duchowym potrzebom, jest kreatorem i rezonatorem kulturowych zmian.

- Kultura jako czynnik podnoszący subregionalne znaczenie Ostrołęki.
- Uczestnictwo w kulturze jako czynnik podnoszący jakość życia mieszkańców Ostrołęki.

Powyższe idee wynikają z potrzeby pielęgnowania dotychczasowego bogatego dorobku OCK w Ostrołęce szczególnie imprez cyklicznych OSPA, Igła OKR, Godziny dla rodziny, cyklicznych wystaw plastycznych, działalności pracowni i zespołów artystycznych i innych. Niezbędne wydaje się ponadto wzbogacenie o nowe bądź znaczne poszerzenie form dotychczasowej działalności Centrum. Wynika to wprost z obowiązującego statutu OCK ale też z przypisanej roli tej instytucji dla rozwoju kultury w mieście, podnoszenia atrakcyjności Ostrołęki dla mieszkańców jak i dla osób odwiedzających nasze miasto. Bogactwo kulturowe kurpiowszczyzny w połączeniu z umiejętnym jego propagowaniem pozwoli na lepsze poznanie regionu. Wytworzenie tożsamości lokalnej da mieszkańcom poczucie wspólnoty, pozwoli na własną identyfikację i zapewni większe więzi ostrołęczan z miejscem ich życia.

### II. Wizja

W najbliższych trzech latach w OCK w Ostrołęce dokonywać się będą zmiany wynikające z pojawiających się ze strony odbiorców kultury nowych potrzeb. Centrum wychodząc temu naprzeciw będzie stwarzało możliwości poszerzania intelektu i pogłębiania wrażliwości oraz rozwijania umiejętności, aktywności i twórczej postawy. Udział w zajęciach i imprezach kulturalnych uczyć i kształtować będzie zasad tolerancji, poszanowania i rozumienia innych.

OCK będzie miejscem otwartym dla wszystkich, gdzie każdy będzie akceptowany i ważny poprzez swoją twórczość kulturalną i intelektualną, promującą i nobilitującą Miasto Ostrołękę na mapie kulturalnej regionu i kraju. Takie działania będą gwarantować rozwijanie świadomości w poszanowaniu dumy z „kultury swojej małej ojczyzny”.

#### CELE DŁUGOTERMINOWE:

1. Podniesienie atrakcyjności oferty kulturalnej
2. Rozwój instytucjonalny OCK – w sercu nowoczesna instytucja Ostrołęki
3. Rozwój zasobów ludzkich
4. Wzrost stopnia samofinansowania OCK

#### **Cel 1: Podniesienie atrakcyjności oferty kulturalnej.**

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:



- 1.1. Ustabilizowanie i podniesienie jakości działań kulturalnych.
- 1.2. Podniesienie jakości wydarzeń rozrywkowych.
- 1.3. Modyfikowanie „kalendarza” projektów kulturalnych stosownie do pojawiających się potrzeb.
- 1.4. Zahamowanie „kulturalnego obumierania” Starego Miasta.
- 1.5. Rozwój działalności edukacyjnej i popularyzatorskiej.

**Cel 2: Rozwój instytucjonalny OCK – nowoczesna instytucja w sercu Ostrołęki.**

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 2.1. Podniesienie sprawności organizacyjnej OCK.
- 2.2. Udoskonalenie działalności promocyjno-marketingowej – poszerzenie kręgu odbiorców i uczestników kultury.
- 2.3. Poprawa jakości bazy lokalowej i wyposażenia techniczno-sprzętowego.

**Cel 3: Rozwój zasobów ludzkich.**

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 3.1. Prowadzenie działalności edukacyjnej dla kadry OCK.
- 3.2. Wzrost stopnia integracji pracowników.

**Cel 4: Wzrost samofinansowania OCK.**

W obrębie tego priorytetu strategicznego wyznaczam następujące cele operacyjne:

- 4.1. Racjonalizacja gospodarki finansowej.
- 4.2. Dywersyfikacja źródeł finansowania

Ad. Cel 1.

Prezentowana koncepcja programowa OCK skupia się na osiągnięciu celu strategicznego 1, jakim jest podniesienie atrakcyjności oferty kulturalnej. Przyporządkowane mu cele operacyjne (1.1. ustabilizowanie i podniesienie jakości działań kulturalnych; 1.2. podniesienie jakości wydarzeń rozrywkowych, 1.3. modyfikowanie „kalendarza sezonowego” projektów kulturalnych; 1.4. zahamowanie „kulturalnego obumierania” Starego Miasta; 1.5. rozwój działalności edukacyjnej i popularyzatorskiej) będą realizowane poprzez konkretne programy i projekty. Koncepcja programowa OCK na lata 2019-2022 uwzględnia dotychczas realizowane programy, przy jednoczesnym przeprowadzeniu nowych działań:

- „Blues nad Narwią” - impreza coroczna;
- przeglądy polskich filmów fabularnych (zróżnicowanych gatunkowo),
- koncerty muzyki poważnej,
- cotygodniowe koncerty słuchaczy Państwowej Szkoły Muzycznej I i II stopnia w Ostrołęce,
- prezentacje prac plastycznych mieszkańców Ostrołęki połączone z możliwością sprzedaży tych prac,
- edukacja przyrodnicza dla dzieci (wystawy fotografii przyrodniczej, spotkania z przyrodnikami na tematy związane z potrzebą szanowania środowiska).

Stare miasto, winno być sercem-wizytówką Ostrołęki i myślę, że takim powinno stać się mimo istniejących innych „serc” całorocznych świątyn konsumpcji - galerii handlowych, jak i przesuwaniem się „centrum” w stronę dużych osiedli. Baza lokalowa OCK mieści się na pograniczu Starego Miasta i w jego centralnej części (Galeria OCK), więc zdynamizowanie działań i większe otwarcie

poszczególnych placówek będzie skutkowało jego ożywieniem. Dodatkowo należy staromiejską przestrzeń nasycić wydarzeniami o charakterze performatywnym, wydatniej „spersonalizować” działania kulturalne w przestrzeni Starego Miasta. Stare Miasto jest idealnym miejscem działań artystycznych i edukacyjnych. Należy uczynić z niego centralny punkt miejskiego życia, a tym samym zainteresować ofertą nie tylko sezonowego, turystycznego odbiorcę, ale i mieszkańców. Program zmierza do stworzenia „artystycznej dzielnicy”, w jego ofercie znajdują się zarówno wyżej przedstawione projekty własne, jak i realizowane z udziałem Szkoły Muzycznej.

Ad. Cel 2.

Jakościowy wzrost działalności programowej jest również pochodną realizacji zadań drugiego z wymienionych celów strategicznych, jakim jest rozwój instytucjonalny OCK. To cel przejściowy, łączący koncepcję programową i organizacyjną. „Obsługują” go cele operacyjne i przypisane im następujące zadania:

- dostosowanie struktury organizacyjnej do rozwoju instytucji,
- wprowadzenie zarządzania projektowego,
- przekazanie części kompetencji na niższe szczeble organizacyjne (zespoły projektowe, zadaniowy charakter pracy),
- wprowadzenie standardów funkcjonowania instytucji,
- określenie standardów współdziałania między poszczególnymi jednostkami organizacyjnymi OCK,
- wprowadzenie standardów i procedur współpracy ze środowiskiem zewnętrznym w tym współorganizatorami imprez kulturalnych (organizacjami pozarządowymi, jednostkami samorządu, przedsiębiorcami, osobami prywatnymi),
- tworzenie baz danych służących usprawnieniu realizacji imprez.

Wzrost skuteczności organizacyjnej nie oznacza zamiaru przeprowadzenia rewolucyjnych zmian w schemacie organizacyjnym instytucji, a jedynie dostosowanie pewnych elementów struktury do jak najskuteczniejszej realizacji celów. Opracowaniem konkretnych programów, ich spójnością i osadzeniem w ofercie kulturalnej instytucji zajmie się specjalnie powołany Zespół Programowy. W jego skład wchodzić będą kierownicy jednostek wchodzących w skład OCK i kierownicy poszczególnych działów. Każdy program pilotowany będzie przez konkretny dział instytucji, bądź też – prowadzony przez zespoły zadaniowe.

Udoskonalenie działalności promocyjno-marketingowej, poszerzenie kręgu odbiorców i uczestników kultury.

Uczestnictwo mieszkańców miasta w kulturze uznaję za wciąż niesatysfakcjonujące. Statystyka sprawozdania merytorycznego za lata ubiegłe – zważywszy, że mówimy o ponad 52-tysięcznym mieście, jest tyleż obiektywna, co bezlitosna. Wzrost liczby odbiorców i uczestników kultury to cel nadrzędny. W tej sytuacji, począwszy od II półrocza zamierzam zdynamizować pracę w zakresie merytorycznym, informacyjnym i promocyjnym OCK. Dostosowanie oferty kulturalnej do różnych grup odbiorców z pewnością przełoży się na frekwencyjny progres wydarzeń. Udoskonaleniu działalności marketingowej służyć będzie segmentacja grup docelowych OCK oraz opracowany i wdrożony plan marketingowy. Różnorodność oferty kulturalnej niesie ze sobą konieczność zastosowania narzędzi promocyjnych (i dobór mediów) gwarantujących skuteczne oddziaływanie na różne grupy odbiorców. Plan marketingowy powinien też zawierać sposoby prowadzenia systematycznych działań Public Relations, z uwzględnieniem nie tylko budowania pozytywnego wizerunku Instytucji na zewnątrz, ale i

w opinii pracowników, współpracowników, partnerów i Organizatora instytucji. Działania wizerunkowe będą nastawione w głównej mierze na budowanie efektywnych relacji ze społecznym i instytucjonalnym otoczeniem. OCK jest znaczącą, choć nie jedyną instytucją kultury w Ostrołęce. Zamierzam nawiązać bardziej efektywną współpracę z mediami regionalnymi i innymi podmiotami kultury. Mam tu na myśli takie instytucje jak: Muzeum Kultury Kurpiowskiej, Państwowa Szkoła Muzyczna I i II stopnia, Miejska Biblioteka Publiczna w Ostrołęce. Ważnymi partnerami działań powinny stać się grypy rekonstrukcyjne oraz organizacje pozarządowe. Koniecznym jest także rozwinięcie dynamicznej i otwartej relacji z Komisją Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Promocji RM Ostrołęka oraz z właściwym wydziałem Urzędu Miasta Ostrołęki realizującym zadania z zakresu kultury. Pozwoli to stworzyć zwartą, wieloaspektową i wspólną politykę kulturalną Ostrołęki. Na podstawie dotychczas zaobserwowanych praktyk, za konieczność uznaję likwidację rozproszenia informacji o organizowaniu imprez przez poszczególne podmioty działające w sferze kultury, w tym spółdzielnie mieszkaniowe. Instytucje te często multiplikują źródła powiadomień o własnej działalności: od stron internetowych i mediów tradycyjnych, przez newslettery, plakaty, portale społecznościowe, itp. Paradoksalnie wywołują tym samym przeciwny efekt. Uczestnik kultury musi przedrzeć się przez gęszcz kanałów komunikacyjnych, by uzyskać wiedzę na temat wydarzeń w Ostrołęce. Mgła informacyjna ma jeszcze jedną wadę: często dochodzi do „blokowania się” imprez, które odbywają się w jednym czasie, choć w różnych miejscach. Niekiedy kilka instytucji realizuje bliźniacze programy – warto myśleć o kooperacji, czy wręcz koprodukcji wydarzeń. Taką rolę można przypisać odpowiedniemu wydziałowi Urzędu Miasta Ostrołęki.

#### Poprawa jakości bazy lokalowej i wyposażenia technicznego i sprzętowego.

Baza lokalowa jaką posiada OCK wymaga remontu (m in. sala kinowa OCK, Galeria OCK, klub Oczko) i wyposażenia w sprzęt pozwalający na organizację imprez plenerowych na Starym Mieście i na błoniach. Wyjście z ofertą OCK poza mury sprawi, że odbiorcą stanie się też osoba niejako przypadkowo znajdująca się w miejscu realizacji imprezy.

Ad. Cel 3.

Rozwój zasobów ludzkich

- prowadzenie działalności edukacyjnej dla kadry OCK,
- wzrost stopnia integracji pracowników,
- wprowadzenie czytelnego systemu motywacyjnego oraz obiektywnego systemu oceny pracowniczej.

Te działania będą realizowane w ramach wewnętrznego, bieżącego funkcjonowania

Ad. Cel 4.

Celem strategicznym koncepcji finansowej jest wzrost stopnia samofinansowania OCK w Ostrołęce. Statut OCK porównam do otwartego terenu, natomiast budżet, Kodeks pracy, Prawo zamówień publicznych, Ustawę o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej to znaki ograniczające poruszanie się po nim. Wykroczenie poza wyznaczony przez nie pas oznacza kłopoty, dlatego stawiam sobie i instytucji następujące cele do realizacji:

1. Racjonalizacja gospodarki finansowej.
2. Dywersyfikacja źródeł finansowania działalności.

Realizacja pierwszego polegać będzie na:

- a) trzymaniu dyscypliny budżetowej - planowanie budżetowe (spójne i perspektywiczne konstruowanie budżetu, klarowne, realne plany i kosztorysy imprez oraz ich ewaluacja)
- b) wprowadzeniu controllingu,
- c) gromadzenie danych w bazie cen materiałów i usług wykorzystywanych w bieżącej działalności OCK.

Realizacja drugiego poza dotacją główną Organizatora, polegać będzie na poszukiwaniu:

- a) wsparcia finansowego ze środków zewnętrznych (środków unijnych),
- b) wsparcia z Samorządu Województwa Mazowieckiego,
- c) sponsorów,
- d) rozszerzeniu działalności usługowej/handlowej (uruchomienie punktu sprzedaży pamiątek regionalnych, kawiarni).

Ostrołęka 23 kwietnia 2019 r.

  
**PREZYDENT MIASTA**  
*Łukasz Kulik*  
**MIASTO OSTROŁĘKA**  
**Plac Gen. J. Bema 1**  
**07-400 Ostrołęka**

Opracował

Tadeusz Wiśniewski

