

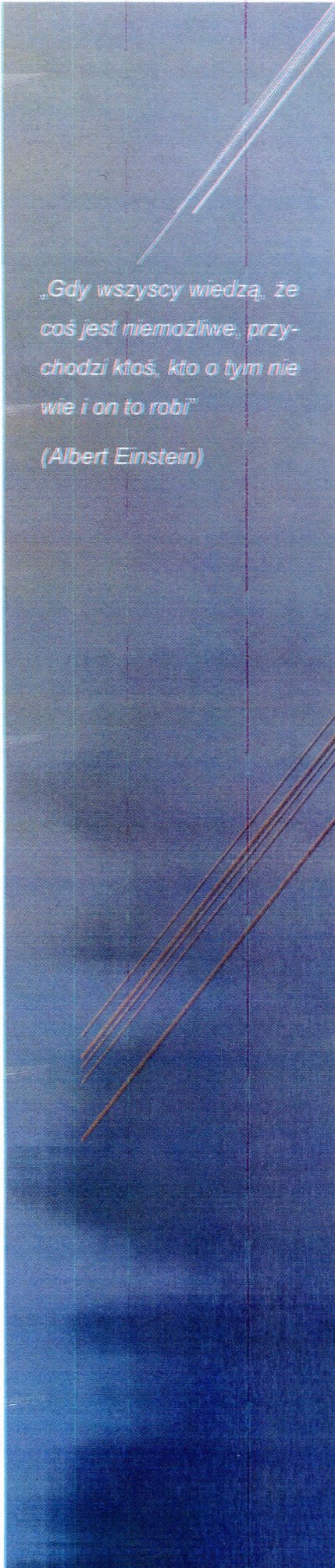
Miejsko-Gminny Ośrodek
Kultury i Sportu
w Koprzywnicy

MGOKiS
KOPRZYWNICA 

Plan rozwoju instytucji kultury na 7 lat.

Niniejszy plan rozwoju to, poprzedzony wstępną analizą obecnej sytuacji, plan priorytetowych działań, uwzględniający podstawowe założenia rozwoju Miejsko-Gminnego Ośrodka Kultury i Sportu w Koprzywnicy. Niniejszy plan ma charakter ogólny, zawiera podstawowe idee oraz kierunki rozwoju oferty edukacyjnej i kulturalnej MGOKiS, a także plany kolejnych zmian administracyjnych i wizerunkowych placówki.

Koncepcja programowa opracowana została w oparciu o doświadczenie i wiedzę autora zdobytą podczas trzyletniego kierowania instytucją oraz przy zaangażowaniu i współpracy zespołu pracowniczego MGOKiS w Koprzywnicy.



„Gdy wszyscy wiedzą, że
coś jest niemożliwe, przy-
chodzi ktoś, kto o tym nie
wie i on to robi”

(Albert Einstein)

Główne cele:

1. Wzrost zaangażowania mieszkańców, integracja społeczności wokół kultury.

2. Partnerstwo lokalne - poszerzenie współpracy z różnymi innymi instytucjami w gminie i poza nią, tworzenie gęstej sieci powiązań.

3. Poszerzenie oferty MGOKiS, zaproponowanie nowych wydarzeń i projektów, rozwinięcie formuły już istniejących.

4. Pielęgnowanie dziedzictwa kulturalnego, tradycji i historii.

5. Zwiększenie aktywności animatorów.

6. Poprawa wizerunku MGOKiS i promocja gminy.

7. Pozyskiwanie zewnętrznych funduszy.

Jak te cele osiągnąć?

Cel 1. Wzrost zaangażowania mieszkańców, integracja społeczności wokół kultury i sportu.

- Ośrodek kultury i sportu to dobro wspólne społeczności. Konieczne jest zatem zaangażowanie wielu grup społecznych do współtworzenia oferty, zachęcanie ich do twórczego myślenia i wspólnego zrealizowania projektu, tworzenia różnych form spędzania czasu wolnego.
- Zaproszenie do uczestnictwa w kulturze i sporcie amatorskim różnych grup społecznych, nie tylko tych tradycyjnych, czyli dzieci i seniorów, ale także tych „pomiędzy”, czyli osoby w wieku aktywności zawodowej. Tworzenie pomostu międzypokoleniowego poprzez wspólne realizowanie projektów. Tworzenie imprez, wydarzeń przekrojowych, angażujących całe rodziny
- Diagnoza społeczna – badanie, jakie są potrzeby społeczności. Następnie opracowanie wspólnie z zespołem pracowników strategii rozwoju na najbliższe lata z uwzględnieniem sugestii mieszkańców. Bazą wyjściową do diagnozy społecznej będzie diagnoza powstała podczas realizacji projektu DK+ Inicjatywy Lokalnej 2014-2015r. Do współpracy przy przeprowadzeniu diagnozy społecznej zaprosimy zespół badawczy.

Propozycje wydarzeń, które będą realizacją tego celu:

- ✓ Gminne Święto Plonów – kontynuowanie święta miasta i gminy w nawiązaniu do historii miasta o formule święta lokalnej kultury z kluczowym jarmarkiem rękodzieła oraz występami scenicznymi w tym „gwiazdy wieczoru”. Święto miasta i jego mieszkańców o charakterze muzyki/poezji śpiewanej.
- ✓ My Kobiety – impreza organizowana wspólnie z KGW dla Pań na dzień kobiet z recitalem zaproszonej Artystki. Rozmowy z kobietami – matkami, babkami, urzędniczkami, działaczkami, gospodyniami domowymi, artystkami... Jak się realizować w tak małej miejscowości? Jak sobie wykuwać szanse na fajne życie? Do tego np. pokazy mody dla każdej sylwetki, pokazy

makijażu, porady dietowe i kosmetyczne, coaching, prezentacje pasji, pokazy gotowania, giełda przepisów, małe prezenty od sponsorów.

- ✓ Ogólnopolski Puchar Nordic Walking pn. „Świętokrzyski Włóczykij”. Dzięki kontaktom, które posiadamy jako klub nordic walking, istnieje możliwość włączenia imprezy w Puchar Polski, co znacząco spowoduje przyjazd znacznej ilości zawodników z całej Polski.
- ✓ Cykliczne spotkania otwarte z ciekawymi osobami (m/n kultura, sport, zdrowie).
- ✓ Warsztaty rękodzieła dla różnych grup wiekowych. Nowoczesna formuła – np. zdobienie bluzek haftem regionalnym, batik, biżuteria z koralików itp. oraz warsztaty rękodzieła kultuwujące zanikające zjawiska kultury ludowej.
- ✓ Stworzenie oferty dla szkół w zakresie wspólnego organizowania wydarzeń, diagnoza ich potrzeb, stała współpraca w tym zakresie. Np. organizowanie przeglądów twórczości artystycznej, spektakli itp. na życzenie szkoły. Stworzenie programów profilaktycznych, ekologicznych, czy innych tematycznych z pakietem edukacyjnym dla uczniów. Np. profilaktyka poprzez sztukę, muzykę, teatr itd.
- ✓ Pikniki sportowe z udziałem dzieci, rodziców i dziadków, zaproszenie do udziału urzędników, nauczycieli itd. Zachęcenie starszych do przygotowania zdrowych przekąsek, pozyskanie wolontariuszy do pomocy.
- ✓ Wystawy lokalnych twórców. Zachęcenie do własnej twórczości, odkrywanie talentów, zbieraczy, kolekcjonerów itp. Stworzenie przestrzeni do prezentacji.
- ✓ Zwiększenie aktywności na terenach wiejskich poprzez organizację wydarzeń okolicznościowych i zajęć tematycznych na terenie świetlic i podjęcie w nich aktywności poprzez wspieranie i angażowanie mieszkańców we wspólne akcje.
- ✓ Powołanie zespołu kulturalno-turystycznego, który stworzy długofalową koncepcję rozwoju gminy, uwzględniając zinwentaryzowane zasoby atrakcyjności miejsca.
- ✓ Podniesienie atrakcyjności zalewu w Koprzywnicy poprzez kontynuację działań i wydarzeń sportowo – kulturalnych oraz stworzenie małej infrastruktury.
- ✓ Dalsze promowanie i podtrzymanie stworzonej marki „Bziuki” charakterystycznej dla regionu koprzywnickiego, która została wpisana na Krajową Listę Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego w 2021r.

Cel 2. Partnerstwo lokalne.

- Ośrodek kultury i sportu ma być miejscem otwartym, w którym każdy jest mile widziany, dla którego mamy czas. Mieszkańcy mogą przyjść po poradę, z prezentacją własnego dorobku, własnej twórczości, propozycją organizacji jakiegoś wydarzenia.
- Diagnoza potrzeb środowiska. Ośrodek kultury musi być blisko ludzi, odpowiadać na ich potrzeby, jego działalność musi wynikać z bliskiego z nimi kontaktu. Pracować dla nich, z nimi. Praca na podstawie zdiagnozowanych potrzeb mieszkańców (ankieta papierowa, badanie internetowe).
- Usprawnienia dla osób z niepełnosprawnością – ośrodek powinien przełamywać wszelkie bariery, zwłaszcza związane z dostępem do kultury.
- Zawarcie porozumienia z innymi ośrodkami kultury w regionie dotyczące wymiany kulturalnej, wspólnych projektów, warsztatów, wzajemnej promocji.
- Ścisła współpraca z większymi ośrodkami kultury. Zorganizowanie spotkania i ustalenie wspólnej linii promocji, zebranie pomysłów obu stron. Stała współpraca w tym zakresie w ciągu całego roku, organizowanie wspólnie wydarzeń promocyjnych.
- Dalsza współpraca z lokalnymi przedsiębiorcami w zakresie wspólnej promocji, ze szkołami, parafiami, stowarzyszeniami.
- Systematyczne budowanie marki miasta i gminy, promocji poprzez kulturę i współpracę.
- Zwiększenie współpracy partnerskiej pomiędzy mgokis=gmina=przedsiębiorcy=ngo w budowaniu marki miejsca.

Cel 3. Poszerzenie oferty.

- Diagnoza społeczna. Nie tylko taniec, śpiew i rysunek. Ciągłe poszukiwanie takich form zajęć, którymi są zainteresowani mieszkańcy.
- Myślenie całościowe – zajęcia nie mogą być oderwane od kalendarza imprez, od innych zajęć, czy wydarzeń organizowanych przez pozostałe grupy. Praca projektowa, nie sekcyjna - np. jeśli są Dni Koprzywnicy wszyscy myślą, jak w nich się zaprezentują, co przygotowują. Animatorzy są w stałym kontakcie, wspólnie ustalają strategię działania, łączą „swoje” spotkania, warsztaty, koncerty.
- Więcej indywidualizmu, angażowanie dzieci nie tyle w konkretne zajęcia, co cały wspólny projekt, który na koniec sezonu przyniesie określone efekty (prezentacja na wydarzeniach okolicznościowych, występ w sąsiedniej miejscowości, wystawa w urzędzie). Więcej konsultacji indywidualnych, niż „nauczania”. To nie mogą być kolejne zajęcia szkolne w tradycyjnej formule. Interdyscyplinarna forma, włączanie innych aktywności, np. zawody ruchowe, występ taneczny podczas przerwy, grupa plastyczna wykonuje identyfikatory dla uczestników itp.
- Integrowanie nie tylko uczestników, ale także ich rodziców, dziadków, kolegów, sąsiadów. Zajęcia nie mogą się odbywać w odseparowanej bańce. Jeśli robimy spektakl, rodzice mogą szyć kostiumy, czy piec ciasto, bardziej zajęci w pracy rozdają ulotki o spektaklu, a grupa plastyczna przygotowuje scenografię itp. W ten sposób angażujemy i integrujemy także osoby w wieku średnim, tradycyjnie najmniej zaangażowane w życie społeczności, bo zapracowane.
- Większy nacisk na wykorzystywanie lokalnych symboli, tradycji, wiedzy historycznej, geograficznej itp., podkreślanie naszej tożsamości. Większa identyfikacja, spójne nazewnictwo (temat zostanie wypracowany podczas spotkań tematycznych). Kontynuacja działań z powstałą w trakcie poprzedniej kadencji Grupą Eksploracyjno-Historyczną Wisła oraz z grupami o podobnej tematyce z regionu.
- Utworzenie amatorskiego teatru lub kabaretu, klubu seniora. Zaproszenie do współtworzenia mieszkańców ze szczególnym uwzględnieniem seniorów, osoby starsze.
- Utworzenie oferty zajęć multimedialnych czego efektem będzie powstanie mini-telewizji, zamieszczanie na fb relacji na żywo, utworzenie/prowadzenie profilu na portalach np. Instagram, tik-tok.

Propozycje realizacji tych założeń:

EDUKACJA

- ✓ Poszerzenie oferty dla szkół – edukacja artystyczna, muzyczna, filmowa (pokaz filmu z prelekcją i wykorzystaniem materiałów edukacyjnych dystrybutorów), warsztaty, lekcje z pogranicza etnografii, historii, kulturoznawstwa, historii sztuki w izbie regionalnej, spotkania z ciekawymi ludźmi, spektakle.
- ✓ Współpraca ze szkołami, także w zakresie organizowania np. pikników integrujących społeczność na obiektach gminnych.
- ✓ MGOKiS powinien także spełniać rolę resocjalizacyjno-społeczną, a zatem realizować na przykład akcje profilaktyczne poprzez sztukę – spektakle, koncerty, zawody, konkursy. Realizacja wspólnych programów z Gminną Komisją Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Koprzywnicy.
- ✓ Rękodzieło artystyczne – zajęcia z wyszywania, zdobienia ubrań, okolicznościowe zajęcia np. z decoupage'u, wykonywania tradycyjnych ozdób świątecznych itp. Wystawy lokalnych twórców.

INNE

- ✓ Gminne Święto Plonów jako święto miasta i jego mieszkańców! Powinny być prezentacją wszelkich form pracy artystycznej i edukacyjnej, to zakończenie roku artystycznego, przegląd tego, co robiliśmy w ciągu roku i podsumowanie działalności. Impreza, która ma pokazać wszystko, co dzieje się w mieście pod każdym względem, nie tylko kulturalnym, ale również sportowym (np. międzyszkolne zawody sportowe). Należy zaprosić do udziału stowarzyszenia, wszystkie zespoły, grupy, kluby - każdy ma coś od siebie przygotować. Oprócz tego rękodzieło artystyczne, degustacje, produkty regionalne itp., ale także cała seria pokazów: ginących zawodów, walk rycerskich, szcudlarzy, bańkarzy, muzykantów ulicznych, mimów, teatrów. Po zmroku – teatr tańca z ogniem i na zakończenie „koncert gwiazdy”.
- ✓ Grupy hobbystyczne – ośrodek kultury powinien być otwarty na potrzeby stworzenia grup hobbystycznych, powinien udostępniać im miejsce, służyć radą i pomocą. Kontynuacja współpracy z Grupą Eksploracyjno-Historyczną Wisła.
- ✓ MGOKiS powinien być miejscem, gdzie dobrze czują się także osoby z niepełnosprawnością. W tym celu konieczne jest zaproszenie do współpracy stowarzyszeń, otwartość na utworzenie grup wsparcia czy zajęcia terapeutyczne.

- ✓ Muzyka na ulicy - koncerty klasyczne – np. nad zalewem, na tarasie kultury, na zrewitalizowanym rynku - w niecodziennej scenerii, darmowe, najpopularniejsze melodie, które przenikną przez drzewa, łąkę, uliczny gwar, południowe słońce. Na ulotkach i plakatach kilka zdań o autorze i np. jego czarno-biały portret. Wykonawcy: zaproszeni artyści, ale przede wszystkim lokalni muzycy. Publiczność: zaproszeni przez nich goście, a także zwykli przechodnie. Przełamanie podziału na muzykę poważną i pozostałą. Przełamanie bariery smokingu i sukni wieczorowej, bariery etykiety, bariery filharmonicznego drylu, pokazanie, że muzyka jest dla wszystkich. Na zakończenie sezonu – przewrotnie – wielka gala w strojach wieczorowych.

Cel 4. Pielęgnowanie dziedzictwa kulturalnego, tradycji i historii.

- Szersze wykorzystanie lokalnych symboli kształtujących tożsamość naszej społeczności, nawiązywanie do przodków, do nazwy miasta i jego pochodzenia, do kultu ognia czy cystersów, do legend.
- Stworzenie pomostu pomiędzy pokoleniami. Zainteresowanie młodych tradycją, pokazanie, że to jest modne i może być cool – moda na hafty, wzory ludowe, robótki ręczne itp. A zatem: wspólne gotowanie, nauka haftowania, ozdabiania codziennych ubrań, robienie kokardek do butów, ozdób do włosów itp. Tworzyć projekty przekrojowe, łączące pokolenia. Wykorzystanie faktu, że jest moda na ludowość – ludowe motywy, ludowe imprezy.
- Większy nacisk na poszukiwanie lokalnych artystów i twórców, wspieranie ich działalności, promowanie jej.
- Kontynuacja działalności poprzez dalsze dokumentowanie działalności ludowej, rękodzieła, folkloru. Np. projekt „Historia mówiona” – wspólnie ze szkołami, mieszkańcami sołectw - nagrywanie rozmów ze starszymi mieszkańcami o czasach, które pamiętają z dzieciństwa, warunkach życia, twórczości ludowej, pieśni, gawęd itp. Utworzenie bazy wiedzy na temat regionu. Albo: zdjęcia „Koprzywnica kiedyś” i dokładnie takie same zdjęcia w tym samym miejscu dziś; ludzie na dawnych zdjęciach i współcześni pozujący tak samo, jak na starych zdjęciach, następnie wystawa.
- Kultywowanie zanikającego zjawiska kultury ludowej poprzez pielęgnację tradycyjnego wydarzenia jakim są koprzywnickie Bziuki oraz Noc Świętojańska.

Cel 5. Zwiększenie aktywności animatorów.

- Podtrzymywanie potencjału tkwiącego w ludziach – instruktorach, ludziach kultury, którzy od dawna działają, może są już trochę wypaleni, przyzwyczajeni itp. Zwrócenie się do instruktorów, aby bardziej kreatywnie współtworzyli ofertę zajęć.
- Szkolenia dla animatorów, inwestowanie w rozwój kadry.
- Dobra relacja z dyrektorem, nastawienie na współpracę, angażowanie do wspólnego decydowania o kierunku pracy, branie odpowiedzialności za realizację obranych celów. Pod koniec każdego sezonu – podsumowanie i analiza, wyciągnięcie wniosków i zaplanowanie zmian.
- Wspólne opracowanie strategii rozwoju, zaangażowanie pracowników w jej tworzenie, a potem w realizowanie.

Cel 6. Poprawa wizerunku i promocja.

- MGOKiS powinien być postrzegany jako instytucja otwarta, przyjazna, pomocna, ciekawa, dynamiczna, rozwijająca się, nowoczesna, odpowiadająca na oczekiwania mieszkańców, współpracująca.
- Silniejszy nacisk na promocję kultury połączoną z promocją miasta i gminy, ofertą turystyczną regionu, ofertą lokalnych przedsiębiorców.
- Promocja w miastach sąsiednich i mieście partnerskim – nawiązanie porozumienia o wspólnej promocji poprzez np.: występy na dniach tych miejscowości, prezentacje dorobku, ulotki, pokazy, happeningi, zawody sportowe, degustacje... Zaproszenie do tworzenia takiej oferty lokalnych przedsiębiorców.
- Otwartość - każdy może przyjść i powinien czuć się tu dobrze, znajdzie poradę, kogoś, kto wysłucha jego pomysłów i w miarę możliwości pomoże je zrealizować.
- Wprowadzenie nowoczesnych narzędzi promocji, unowocześnienie strony internetowej i Facebooka, poszukiwanie innych form dotarcia z ofertą.
- Ścisła współpraca z mediami, przygotowywanie informacji specjalnie dla nich, zapraszanie na konferencje przed ważnymi wydarzeniami.
- Prowadzenie internetowych baz danych, zbiorów bibliotecznych itp.

- Dalsze wykorzystanie nowoczesnych narzędzi usprawniających pracę – kalendarz Google, elektroniczne wersje repertuarów, nowoczesne plakaty, informacje sms dla chętnych.
- Jasny kalendarz imprez, uzupełniany na bieżąco, opublikowany na stronie MGOKiS i urzędu.

Cel 7. Pozyskiwanie zewnętrznych funduszy na realizację projektów.

- Aplikowanie o środki z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwa Sportu i Turystyki, Narodowego Centrum Kultury oraz mniejszych programów czy innych wpisujących się w działalność funduszy unijnych na imprezy, edukację, wydarzenia– zarówno na projekty już realizowane, jak i nowe.
- Włączenie się w istniejące programy (np. Kultura Dostępna), korzystanie ze szkoleń, regrantingu, zawarcie współpracy w tym zakresie z innymi partnerami.
- Pozyskanie sponsorów na organizację wydarzeń, stworzenie profesjonalnej oferty sponsoringowej.

DYREKTOR

Krzysztof Pitra