



„KULTURA OTWARTA: OLSZTYN – IDEE – WSPÓŁPRACA”

Raport powarsztatowy

STRESZCZENIE

Raport jest próbą uchwycenia kluczowych potrzeb i aspiracji środowiska kultury Olsztyna – zarówno twórców, jak i odbiorców. Powstał w wyniku diagnozy przeprowadzonej w ramach warsztatu diagnostycznego z reprezentantami olsztyńskich środowisk kulturalnych, stanowiąc punkt wyjścia do dalszych, wspólnych działań.

dr Piotr Wasyluk

OLSZTYN, czerwiec 2025 r.

Spis treści

Wprowadzenie.....	2
1. Trendy w kulturze Olsztyna (analiza trendów i tendencji obecnych w wydarzeniach kulturalnych Olsztyna)	2
2. Analiza potrzeb kulturalnych mieszkańców Olsztyna (na podstawie badań i raportów badawczych)	5
3. Analiza mocnych i słabych stron kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna)	7
4. Analiza potrzeb i celów środowiska kulturalnego Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna) ...	10
5. Cele twórców kultury w Olsztynie.	12
6. Tożsamość marki kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna)	14
6.1 Unikalna propozycja wartości marki kultury Olsztyna	14
6.2 Grupa docelowa	15
6.3 Personifikacja marki (cechy marki)	15
6.4 Kluczowe cechy wyróżniające marki kultury Olsztyna	16
6.5 Wartość marki kultury Olsztyna	17
6.6 Archetyp marki kultury Olsztyna	17
6.7 Tone of voice – język i styl komunikacji marki	18
6.8 Emocje związane z marką	18
7. Misja kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego)	18
8. Kongres kultury Olsztyna – organizacja, forma, idea przewodnia	19
8.1 Rzeka jako archetyp Kongresu Kultury Olsztyna – metafora płynącej wspólnoty	20
8.2 Struktura i forma Kongresu Kultury Olsztyna	21
Zakończenie	24

Opracowanie:



Piotr Wasyluk Projektowanie Kreatywne

mail: wasylukprojektowaniekreatywne@gmail.com

www.wasylukprojektowaniekreatywne.pl

tel. 607 890 233

Wprowadzenie

Olsztyn to miasto o wyjątkowym potencjale kulturowym, który budowany jest na zaangażowaniu ludzi – artystów, animatorów, edukatorów, organizatorów i pasjonatów – oddanych idei współtworzenia dynamicznego, otwartego i wspólnotowego życia kulturalnego. To oni tworzą ekosystem kultury miasta. Równolegle mieszkańcy Olsztyna, jako odbiorcy kultury, coraz częściej poszukują przestrzeni emocji, przeżycia i współuczestnictwa, oczekując, że kultura będzie dla nich nie tylko formą spędzania czasu, ale również sposobem rozwoju osobistego, budowania relacji i odkrywania tożsamości lokalnej.

Niniejszy raport jest próbą uchwycenia kluczowych potrzeb i aspiracji środowiska kultury Olsztyna – zarówno twórców, jak i odbiorców. Powstał w wyniku diagnozy, przeprowadzonej w ramach warsztatu diagnostycznego z reprezentantami olsztyńskich środowisk kulturalnych, stanowiąc punkt wyjścia do dalszych, wspólnych działań.

Informacje zawarte w raporcie mogą być również bezpośrednią inspiracją dla planowanej organizacji Kongresu Kultury Olsztyna – wydarzenia, które ma na celu rozpoczęcie procesu integracji środowiska, podjęcia dialogu o przyszłości kultury w mieście oraz współtworzenia strategii, która pozwoli olsztyńskiej kulturze rozwijać się i wpływać na jakość życia mieszkańców.

W obliczu rozmaitych współczesnych wyzwań, organizacja Kongresu Kultury Olsztyna staje się nie tylko potrzebą, ale i szansą na wspólne określenie wizji, celów i narzędzi, które pozwolą zbudować trwały ekosystem kultury. Ekosystem odporny i zrównoważony, inkluzywny oraz zakorzeniony w lokalnej specyfice, skoncentrowany na potrzebach i aspiracjach zarówno twórców, jak i odbiorców inicjatyw kulturalnych. Organizacja Kongresu to doskonała okazja do wspólnego spojrzenia na kulturę jako przestrzeń relacji, współdziałania, emocji, edukacji i tworzenia sensu.

Ten raport ma za zadanie przygotować grunt pod rozmowę o tym, czym jest i czym może być kultura Olsztyna. Ma wesprzeć proces tworzenia wspólnej, lokalnej polityki kulturalnej, która będzie odpowiadać na potrzeby twórców, odbiorców i całego miasta.

1. Trendy w kulturze Olsztyna (analiza trendów i tendencji obecnych w wydarzeniach kulturalnych Olsztyna).

Kultura Olsztyna znajduje się dziś w punkcie dynamicznej zmiany, w której tradycyjne formy działalności artystycznej i animacyjnej przenikają się z nowymi oczekiwaniami społecznymi oraz potrzebą głębszego zakorzenienia w lokalnym kontekście. Zmieniający się sposób uczestnictwa w kulturze, rosnąca rola edukacji kulturalnej, rozwój działań integrujących twórców i odbiorców kultury, a także rosnąca potrzeba dialogu między pokoleniami wpływają na to, jak tworzona i odbierana jest kultura w mieście.

Obserwowane w obszarze kultury tendencje wskazują na rosnące znaczenie relacyjności, współpracy, eksperymentowania z formą, a także na coraz większe otwarcie instytucji i środowisk twórczych na potrzeby mieszkańców. Jednocześnie te zmiany niosą ze sobą wyzwania – zarówno organizacyjne, jak i strukturalne – związane z

finansowaniem, infrastrukturą czy dostępnością. Analiza tych kierunków pozwala lepiej zrozumieć, w jakim miejscu znajduje się dziś olsztyńska kultura i jakie działania mogą wspierać jej rozwój w przyszłości. Do najważniejszych trendów dominujących w działaniach kulturalnych Olsztyna można zaliczyć:

- **Interaktywność i partycypacja odbiorców.** Kultura coraz częściej wychodzi poza bierną konsumpcję – mieszkańcy Olsztyna chcą nie tylko uczestniczyć w wydarzeniach, ale także współtworzyć ich kształt. Trend ten podkreśla potrzebę aktywnego udziału publiczności w procesach twórczych, współorganizowania wydarzeń, udziału w debatach, warsztatach i działaniach społecznych. Wyzwanie polega na realnym otwarciu instytucji na głos odbiorców, przekroczeniu symbolicznej bariery między „sceną a widownią” i stworzeniu struktur umożliwiających współodpowiedzialność za kulturę.

- **Integracja sztuki z naturą i przestrzenią publiczną.** Olsztyńska przyroda to nie tylko atut wizualny, ale też realna przestrzeń dla działań artystycznych. Trend ten zakłada przenoszenie kultury poza mury instytucji: do parków, lasów, dzielnic i przestrzeni codziennego życia. Działania plenerowe stają się narzędziem integracji społecznej i demokratyzacji dostępu do kultury i sztuki. Wyzwaniem jest zapewnienie odpowiednich warunków technicznych, logistycznych i formalnych, które umożliwią organizację profesjonalnych wydarzeń w nietypowych lokalizacjach.

- **Wielopokoleniowość i różnorodność grup odbiorców.** Kultura powinna odpowiadać na potrzeby różnych grup wiekowych i społecznych – od dzieci, przez młodzież i osoby dorosłe, aż po seniorów. W Olsztynie widoczna jest potrzeba bardziej zróżnicowanej oferty, w tym wydarzeń adresowanych do młodzieży i mieszkańców spoza centrum miasta. Współczesna kultura stoi przed wyzwaniem tworzenia inkluzywnej przestrzeni, w której każdy znajdzie coś dla siebie – niezależnie od wieku, sprawności czy statusu ekonomicznego.

- **Edukacja i popularyzacja nauki w kulturze.** Rośnie znaczenie działań edukacyjnych i łączenia sztuki z wiedzą – zarówno poprzez warsztaty, jak i popularyzację nauki w dostępnych, atrakcyjnych formach. Kultura w Olsztynie coraz częściej przybiera funkcję edukacyjną, stając się narzędziem rozwijania kompetencji społecznych, emocjonalnych i poznawczych. Wyzwanie polega na systemowym włączeniu edukacji kulturalnej do działalności instytucji oraz na zwiększeniu współpracy z oświatą i sektorem nauki.

- **Eksperymentowanie z formą i medium artystycznym.** Współczesna kultura to również przestrzeń poszukiwań formalnych – nowych środków komunikacji, technologii i sposobów ekspresji. W Olsztynie widoczna jest potrzeba wydarzeń bardziej nowoczesnych, eksperymentalnych, odnoszących się do aktualnych tematów społecznych i politycznych. Wyzwanie polega na otwarciu instytucji na ryzyko artystyczne, testowanie nowych formatów oraz wspieranie artystów niezależnych i awangardowych.

- **Związki z lokalną historią i tożsamością.** Kultura Olsztyna rozwija się także wokół pamięci miejsca, opowieści lokalnych i tożsamości wspólnoty. Trend ten zakłada pogłębianie więzi mieszkańców z miastem poprzez działania oparte na lokalnych historiach, dziedzictwie i symbolice. W kontekście wyzwań społecznych (migracje,

zmiana pokoleniowa, słabnąca identyfikacja z miastem) staje się to szansą na budowanie spójności społecznej i emocjonalnego zakorzenienia mieszkańców.

Rekomendacje. Rozpoznane w olsztyńskiej kulturze trendy – takie jak rosnąca partycypacja, otwartość na różnorodność, edukacyjność, integracja z przestrzenią miejską czy potrzeba eksperymentu – stanowią punkt wyjścia do przemyślanej i długofalowej strategii rozwoju kultury w mieście. W oparciu o te zjawiska można sformułować kilka kluczowych rekomendacji, których realizacja pozwoli na budowanie spójnego i żywego ekosystemu kultury Olsztyna.

- **Wspieranie aktywnego uczestnictwa mieszkańców.** Odpowiedzią na trend interaktywności powinna być promocja modeli kultury współtworzonej – zarówno w działaniach instytucji, jak i organizacji społecznych. Należy inwestować w programy grantowe i projekty, które angażują odbiorców jako współorganizatorów, wolontariuszy, uczestników warsztatów i konsultacji. Kultura Olsztyna powinna tworzyć przestrzenie współodpowiedzialności i wspólnego działania. Konsolidacja instytucji kultury powinna iść w parze z demokratyzacją dostępu do kultury.
- **Tworzenie warunków dla działań w przestrzeni miejskiej i przyrodniczej.** Działania plenerowe i lokalne mają ogromny potencjał integracyjny i demokratyzujący dostęp do kultury. Potrzebne jest więc uproszczenie procedur organizacji wydarzeń w przestrzeni publicznej, wsparcie techniczne i logistyczne dla inicjatyw oddolnych oraz zapewnienie podstawowej infrastruktury (np. mobilnych scen, zadaszeń, systemów nagłośnienia). Warto również tworzyć mikrogranty wspierające lokalne działania na osiedlach, które są często marginalizowane w polityce kulturalnej miasta.
- **Rozwój oferty dla różnych grup wiekowych i społecznych.** W odpowiedzi na trend wielopokoleniowości, konieczne jest projektowanie działań kulturalnych z uwzględnieniem zróżnicowanych potrzeb mieszkańców – dzieci, młodzieży, dorosłych i seniorów. Szczęólnego wsparcia wymagają programy skierowane do młodzieży oraz mieszkańców peryferyjnych dzielnic miasta. Rekomenduje się rozwijanie działań mobilnych, międzykulturowych i edukacyjnych, które umożliwiają kontakt z kulturą poza instytucjami centralnymi. Warto również rozważyć prowadzenie działań integrujących pokoleniowo (w kontekście wchodzenia w czasy „postegeneracyjności”).
- **Wzmocnienie funkcji edukacyjnej kultury.** Kultura powinna być aktywnie włączana w proces kształcenia – nie tylko jako forma spędzania wolnego czasu, ale jako narzędzie rozwoju kompetencji emocjonalnych, społecznych i obywatelskich. Rekomenduje się intensywniejszy rozwój współpracy między instytucjami kultury a szkołami i uczelniami, a także wspieranie animatorów i edukatorów w tworzeniu programów rozwijających postawę refleksyjną i twórczą u młodych mieszkańców.
- **Otwartość na eksperyment, nowoczesność i niezależność twórczą.** Kultura Olsztyna potrzebuje przestrzeni dla artystów poszukujących, nowych twórców cyfrowych i twórców działających poza głównym nurtem. Rekomenduje się tworzenie otwartych programów rezydencyjnych, laboratoriów artystycznych i wsparcia dla projektów eksperymentalnych. Instytucje powinny wykazywać

gotowość do testowania nowych formatów, otwierania się na ryzyko artystyczne oraz współpracy z twórcami niezależnymi.

- **Silniejsze zakorzenienie kultury w lokalnym dziedzictwie i tożsamości.** Związki kultury z historią miejsca i lokalnymi opowieściami powinny być podstawą działań animacyjnych, edukacyjnych i artystycznych. Rekomenduje się wspieranie projektów osnutych wokół pamięci lokalnej, mikrohistorii, krajobrazu kulturowego Olsztyna, a także budowanie narracji tożsamościowej, która wzmacnia poczucie zakorzenienia mieszkańców w mieście.
- **Tworzenie spójnej polityki kulturalnej opartej na dialogu i współpracy.** Ekosystem kultury może rozwijać się tylko wtedy, gdy oparty jest na partnerstwie – pomiędzy instytucjami, NGO-sami, twórcami i mieszkańcami. Rekomenduje się stworzenie stałej platformy współpracy środowisk kultury, wdrożenie regularnych konsultacji społecznych oraz wspólne wypracowanie strategii kulturalnej miasta. Wzmocnienie mechanizmów dialogu pozwoli uniknąć silosowości i lepiej odpowiadać na zmieniające się potrzeby.

2. Analiza potrzeb kulturalnych mieszkańców Olsztyna (na podstawie badań i raportów badawczych)

Spełnianie społecznej funkcji współczesna kultura miejskiej powinno obejmować wychodzenie naprzeciw realnym potrzebom mieszkańców i reagowanie na wyzwania, które ograniczają ich uczestnictwo. Analiza sytuacji w Olsztynie pokazuje, że mieszkańcy są coraz bardziej świadomi roli kultury w życiu codziennym i oczekują, że będzie ona dostępna, angażująca oraz różnorodna – zarówno pod względem treści, jak i formy.

Zebrane dane i obserwacje wskazują jednak, że mimo istniejącego potencjału i rosnącej aktywności twórczej, wiele aspektów miejskiej oferty kulturalnej nie odpowiada jeszcze w pełni na te oczekiwania. Ograniczony dostęp do wydarzeń, słaba komunikacja, bariery cenowe, koncentracja działań w centrum czy brak działań skierowanych do konkretnych grup (zwłaszcza młodzieży i mieszkańców osiedli) to najczęściej powtarzające się ograniczenia.

Zrozumienie tych potrzeb i słabości jest kluczowe dla budowania bardziej inkluzywnej, otwartej i demokratycznej kultury miejskiej, która realnie wzmacnia więzi społeczne, wspiera rozwój osobisty mieszkańców i zwiększa ich poczucie przynależności do wspólnoty lokalnej.

Na podstawie wyników badań kultury Olsztyna można wskazać kilka spójnych i kluczowych potrzeb kulturalnych mieszkańców Olsztyna oraz słabych stron oferty kulturalnej, które wpływają na jakość uczestnictwa w kulturze i poziom zaangażowania społecznego.

Potrzeby kulturalne mieszkańców Olsztyna

- **Łatwy dostęp do oferty kulturalnej.** Mieszkańcy oczekują kultury dostępnej w sensie fizycznym (blisko miejsca zamieszkania), ekonomicznym (przystępne ceny, bezpłatne wydarzenia) oraz informacyjnym (czytelna i spójna komunikacja). Istnieje wyraźna potrzeba rozwoju oferty poza ścisłym centrum, na osiedlach i w dzielnicach, szczególnie dla osób starszych, młodzieży oraz rodzin z dziećmi.

- **Różnorodność i dopasowanie oferty do odbiorców.** Wskazywana jest potrzeba wydarzeń skierowanych do różnych grup wiekowych, o zróżnicowanej tematyce i formie. Mieszkańcy szukają oferty dla rodzin, młodzieży, seniorów, ale też przestrzeni dla bardziej eksperymentalnych czy niszowych form kultury. Chcą mieć wybór między wysoką sztuką a kulturą codzienności – bez poczucia wykluczenia.

- **Kultura jako przeżycie i wspólnota.** Odbiorcy kultury nie chcą już tylko „oglądać” – pragną doświadczać, przeżywać, być częścią wydarzenia. Kultura ma zaspokajać emocjonalne i społeczne potrzeby: dawać radość, inspirować, łączyć z innymi. Wskazywana jest tęsknota za poczuciem wspólnoty i integracją poprzez sztukę.

- **Komunikacja i widoczność wydarzeń.** Mieszkańcy potrzebują prostego, wspólnego systemu informowania o wydarzeniach – efektywnych źródeł informacji, dostępnych online i w przestrzeni miasta. Obecnie komunikacja jest rozproszona i często trafia tylko do stałych uczestników.

- **Kultura bliska codzienności.** Lokalna kultura powinna być obecna w życiu codziennym – w przestrzeniach wspólnych, szkołach, podwórkach. Jest oczekiwanie, że działania kulturalne będą wychodzić poza mury instytucji i docierać do mieszkańców tam, gdzie żyją – nie tylko od święta, ale regularnie.

Słabe strony oferty kulturalnej Olsztyna

- **Nierównomierne rozmieszczenie działań.** Zdecydowana większość wydarzeń skupia się w centrum miasta, co ogranicza uczestnictwo mieszkańców dzielnic peryferyjnych. Brakuje infrastruktury i wydarzeń w osiedlach oraz poza głównymi instytucjami.

- **Ograniczona dostępność i bariery cenowe.** Wysokie ceny biletów, i ograniczony dostęp do taniej lub bezpłatnej infrastruktury dla organizacji społecznych to istotna bariera. Ogranicza to udział osób o niższych dochodach i zmniejsza realną dostępność kultury (warto zauważyć, że sytuacja stopniowo zmienia się na lepsze).

- **Słaba komunikacja i widoczność oferty.** Informacja o wydarzeniach jest niepełna, rozproszona i trudna do znalezienia. Brakuje wspólnego, zintegrowanego systemu promocji kultury w mieście oraz wykorzystania kanałów informacyjnych dostosowanych do różnych grup odbiorców. Kanały komunikacji nie są dostosowane do różnych grup wiekowych (pokoleniowych) i cyfrowych kompetencji mieszkańców.

- **Brak różnorodności form i nowych propozycji.** Oferta kulturalna bywa powtarzalna i przewidywalna. Zbyt mało miejsca zajmują działania alternatywne, eksperymentalne i kierowane do bardziej wymagających odbiorców.

- **Ograniczony wpływ mieszkańców na kulturę.** Mimo rosnącej potrzeby uczestnictwa, mieszkańcy mają niewielki wpływ na kształt wydarzeń. Brakuje mechanizmów współtworzenia oferty, a działania partycypacyjne są nadal zjawiskiem marginalnym.

3. Analiza mocnych i słabych stron kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna).

Kultura w Olsztynie charakteryzuje się wieloma atutami, które można uznać za solidny fundament do dalszego rozwoju. Przede wszystkim na uwagę zasługuje potencjał ludzki i społeczny – liczne osoby zaangażowane w działania kulturalne, pasjonaci, animatorzy, twórcy i przedstawiciele organizacji pozarządowych wykazują się dużą kreatywnością, determinacją i oddolną energią. Widoczne jest też rosnące poczucie wspólnoty i gotowość do współpracy, które objawia się w powstawaniu sieci relacji między środowiskami oraz próbach współdziałania między NGO-sami, instytucjami kultury i miastem. Mieszkańcy coraz częściej włączają się w działania, a edukacja kulturalna zyskuje na znaczeniu.

Olsztyn dysponuje bogatą i różnorodną ofertą kulturalną, adresowaną do różnych grup społecznych. Wydarzenia odbywają się nie tylko w tradycyjnych instytucjach, ale także w przestrzeniach otwartych – parkach, lasach i dzielnicach. Coraz większa popularność działań plenerowych i międzypokoleniowych sprzyja integracji i zwiększa dostępność kultury. Dodatkowym atutem jest urokliwe otoczenie przyrodnicze miasta oraz względna bliskość i lokalność, które wspierają współpracę i aktywizację społeczności. Sprzyjające warunki stwarza również rozwijająca się infrastruktura, nowo powstające przestrzenie kultury oraz możliwość finansowania projektów z budżetów miejskich, obywatelskich i unijnych. Rośnie poziom artystyczny wydarzeń, a instytucje kultury coraz częściej otwierają się na dialog i nowe inicjatywy.

Mimo tych pozytywów, kultura w Olsztynie zmagą się z licznymi problemami, które wymagają systemowego podejścia. Jednym z największych wyzwań jest brak spójnej współpracy pomiędzy instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi i urzędami. Komunikacja wewnątrz sektora jest niewystarczająca, brakuje przepływu informacji, wspólnych platform dialogu i strategii integrującej różnorodne środowiska. Często obserwuje się rywalizację zamiast współdziałania, co skutkuje fragmentaryzacją działań i ich niespójnością. W efekcie potencjał wielu osób i organizacji nie jest w pełni wykorzystywany.

Kolejnym poważnym problemem jest chroniczne niedofinansowanie sektora kultury. Zarówno instytucje, jak i NGO-sy mają trudności z pozyskiwaniem środków finansowych, napotykają na bariery biurokratyczne i ograniczony dostęp do konkursów grantowych. Finansowanie często trafia do tych samych podmiotów, co ogranicza możliwość rozwoju nowych inicjatyw. Wysokie ceny biletów i brak sponsorów ograniczają dostępność kultury dla części mieszkańców. Brakuje też odpowiednich narzędzi i szkoleń umożliwiających skuteczne aplikowanie o fundusze, co dodatkowo pogłębia wykluczenie mniejszych graczy.

Istotnym wyzwaniem pozostaje niedostateczna i nierównomierna infrastruktura. Choć Olsztyn posiada bazę lokalową, wiele z dostępnych przestrzeni jest trudno dostępnych, kosztownych lub nieprzystosowanych do działań kulturalnych, zwłaszcza poza centrum miasta. Brakuje darmowych sal spotkań, profesjonalnych scen, galerii plenerowych i nowoczesnego centrum kultury. Infrastruktura jest przestarzała, co w wielu przypadkach uniemożliwia realizację bardziej zaawansowanych projektów.

Problemem strategicznym jest również brak długofalowego myślenia o kulturze. W Olsztynie dominują działania o charakterze wydarzeniowym, bez ciągłości, planowania i ewaluacji. Brakuje spójnej wizji rozwoju kultury, jasno określonych kierunków i programów współpracy z NGO-sami. Jednym z najbardziej palących braków jest całkowity deficyt metod i narzędzi badania potrzeb odbiorców kultury. Choć wśród mocnych stron wskazuje się procesy edukacji i odkrywania potrzeb, edukację kulturalną czy względnie szeroką otwartość odbiorców, to działania te nie są poparte rzetelnymi diagnozami społecznych. Nie prowadzi się regularnych diagnoz, badań fokusowych ani konsultacji społecznych, co sprawia, że wiele działań odbywa się intuicyjnie i nie odpowiada realnym potrzebom mieszkańców. Wśród słabych stron wyraźnie zaznaczono „brak analiz potrzeb odbiorców”, „nie bada się potrzeb odbiorców”, „brak badań o potrzebach” oraz „brak badań fokusowych przed projektami”. Brakuje więc systemowych, powtarzalnych i profesjonalnych metod badawczych, które pozwoliłyby projektować ofertę kulturalną w sposób bardziej trafny, inkluzywny i odpowiadający na realne oczekiwania mieszkańców. Ten deficyt ogranicza skuteczność działań kulturalnych i utrudnia długofalowe planowanie rozwoju kultury w mieście.

Dodatkowo niedostateczna jest promocja kultury – zarówno lokalnie, jak i poza regionem. Brakuje jednego, spójnego źródła informacji o wydarzeniach, a miejskie słupy ogłoszeniowe czy inne kanały promocji są często niedostępne finansowo lub niewykorzystane. Informacje o wydarzeniach są rozproszone, co ogranicza dostępność i widoczność oferty kulturalnej. Kultura bywa też niedoceniana przez władze lokalne, a niskie morale osób działających w sektorze wskazują na potrzebę wzmocnienia i dowartościowania ich pracy.

Podsumowując, kultura w Olsztynie ma ogromny potencjał, jednak dla jego pełnego rozwoju konieczne jest strategiczne podejście, usprawnienie współpracy, poprawa infrastruktury i finansowania, a przede wszystkim wdrożenie mechanizmów badających rzeczywiste potrzeby mieszkańców. Tylko wtedy możliwe będzie budowanie kultury dostępnej, zrównoważonej i odpowiadającej na współczesne wyzwania.

Najczęstsze wymieniane mocne strony:

1. Kapitał ludzki i kreatywność:

- Wielokrotnie podkreślano dużą liczbę zaangażowanych, twórczych i pełnych pasji osób – animatorów, artystów, organizatorów, NGO-sów. Wyróżnia się ich determinację, entuzjazm i pomysłowość.

2. Różnorodność i szeroka oferta kulturalna:

- Istnieje bogactwo form, tematów i odbiorców – oferta kultury jest zróżnicowana, obejmuje wydarzenia plenerowe, edukacyjne, rodzinne, a także działania dla różnych grup społecznych i wiekowych.

3. Otwartość i współpraca:

- Mimo trudności, wskazywana jest coraz większa otwartość środowiska na dialog, zmiany, integrację instytucji i współpracę między NGO-sami, miastem i mieszkańcami.

Najczęstsze wymieniane słabe strony:

1. Słabe finansowanie i brak dostępu do środków:

- Pojawia się ogromna liczba odniesień do niedofinansowania kultury, niskich budżetów, braku dotacji, drogich przestrzeni, braku sponsorów i trudności w zdobywaniu funduszy.

2. Brak współpracy i komunikacji:

- Wskazywany jest brak przepływu informacji między instytucjami, NGO-sami i urzędem, słaba koordynacja działań, silosy w kulturze oraz brak wspólnej wizji i strategii.

3. Problemy infrastrukturalne:

- Często wspomina się o braku przestrzeni do działań, przestarzałej infrastrukturze, braku nowoczesnego centrum kultury, zbyt małej liczbie instytucji poza centrum i braku dostępnych lokali na działania kulturalne.

Rekomendacje: Na podstawie analizy mocnych i słabych stron można zaproponować następujące rekomendacje:

- **Wzmocnienie współpracy i komunikacji w sektorze kultury**

Konieczne jest stworzenie stałych mechanizmów dialogu i wymiany informacji między instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi oraz samorządem, które pozwolą na budowanie wspólnej, spójnej strategii rozwoju kultury w Olsztynie. Taka integracja pomoże przezwyciężyć rywalizację i fragmentaryzację działań, umożliwiając efektywniejsze wykorzystanie potencjału środowisk kreatywnych.

- **Zapewnienie stabilnego i zróżnicowanego finansowania**

Długofalowy rozwój kultury wymaga zwiększenia budżetu miejskiego na ten cel oraz uproszczenia procedur pozyskiwania grantów i dotacji, co umożliwi dostęp również mniejszym podmiotom. Warto także rozwijać partnerstwa z biznesem i lokalnymi sponsorami, co zwiększy stabilność finansową i pozwoli na realizację różnorodnych projektów kulturalnych.

- **Rozwój i modernizacja infrastruktury kulturalnej**

Ważne jest inwestowanie w nowoczesne i dostępne przestrzenie kulturalne, zwłaszcza poza centrum miasta, które będą odpowiadać na potrzeby różnych grup twórców i odbiorców. Rozbudowa infrastruktury powinna uwzględniać miejsca spotkań, profesjonalne sceny i galerie, tworząc przyjazne środowisko do działań kulturalnych.

- **Wprowadzenie systemowych badań i diagnozy potrzeb odbiorców**

Budowanie trafnej i inkluzywnej oferty kulturalnej wymaga regularnych, profesjonalnych badań oraz konsultacji z mieszkańcami. Wdrożenie narzędzi do diagnozy preferencji i oczekiwań pozwoli lepiej dostosować działania do rzeczywistych potrzeb społeczności oraz skuteczniej planować i ewaluować projekty.

- **Promocja kultury i budowanie silnej marki miasta**

Konieczne jest stworzenie jednolitego i łatwo dostępnego systemu informacji o wydarzeniach kulturalnych, który zwiększy ich widoczność i dostępność. Jednocześnie warto aktywnie promować kulturę Olsztyna zarówno lokalnie, jak i poza regionem, podkreślając jej unikalny charakter i wzmacniając tożsamość miasta jako miejsca inspirującej aktywności artystycznej.

- **Wsparcie kapitału ludzkiego i edukacji kulturalnej**

Rozwój sektora kultury wymaga inwestycji w kompetencje twórców, animatorów i organizatorów, zwłaszcza w zakresie zarządzania projektami i pozyskiwania funduszy. Wzmocnienie edukacji kulturalnej jako narzędzia integracji i podnoszenia świadomości społecznej pozwoli na budowanie zaangażowanej i świadomej publiczności oraz rozwijanie potencjału lokalnych talentów.

4. Analiza potrzeb i celów środowiska kulturalnego Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna)

Środowiska kultury w Olsztynie – zarówno organizacje pozarządowe, instytucje, jak i indywidualni twórcy – zgłaszają przede wszystkim potrzebę stabilności finansowej i długofalowego wsparcia, ale ich motywacje sięgają dużo głębiej niż tylko ekonomiczne bezpieczeństwo. Poszukują sensu, spełnienia i przestrzeni do wyrażania siebie. Działają z pasji, często chcą zarażać nią innych, budować kapitał relacji, inspirować i współtworzyć lepsze, bardziej świadome społeczeństwo.

Dla wielu organizacji kultura to również narzędzie do edukacji i wychowywania odbiorców, sposób na kreowanie gustu i tożsamości. Ich potrzeby obejmują też rozwój kompetencji, poczucie niezależności, silną markę kultury lokalnej, skuteczną współpracę z innymi podmiotami oraz dostęp do przestrzeni działania – zarówno fizycznej, jak i symbolicznej. Widoczny jest również lęk przed izolacją, samotnością w działaniu i brakiem długofalowej strategii kultury w mieście.

Z kolei mieszkańcy Olsztyna – użytkownicy i odbiorcy kultury – kierują się przede wszystkim potrzebą dostępu, przeżycia emocji i uczestnictwa. Szukają różnorodnej, przystępnej cenowo oferty, możliwości ciekawego spędzenia czasu, edukacji przez doświadczenie, a także samorealizacji i poczucia wspólnoty. Chcą przeżywać, być zaskakiwani, rozwijać pasję, ale też po prostu dobrze się bawić. Oczekują, że instytucje kultury będą przyjazne, życzliwe, otwarte i czytelne w przekazie. Zależy im na tym, by oferta była trafna i angażująca, dopasowana do ich wieku i zainteresowań. Widoczna jest potrzeba większej obecności kultury w codziennym życiu – także poza centrum miasta.

Potrzeby środowisk kultury i mieszkańców spotykają się w wielu miejscach. Obie strony oczekują emocji, wartości, rozwoju, dostępności, zaangażowania i sensu. Zarówno twórcy, jak i odbiorcy pragną wspólnotowości, przestrzeni do wyrażania siebie i ciekawych, różnorodnych doświadczeń. Wspólnym punktem jest też **potrzeba czytelnej marki kultury Olsztyna, symbolu, który jednoczy i inspiruje.**

Różnice ujawniają się głównie w perspektywie działania: środowiska kultury częściej myślą systemowo – o strategii, stabilności, finansowaniu, zasobach i podmiotowości twórczej. Mieszkańcy natomiast skupiają się na efekcie – przeżyciu, dostępności, wygodzie, jakości oferty. Twórcy chcą współtworzyć kulturę; odbiorcy – uczestniczyć w niej na własnych warunkach. Z tych dwóch punktów widzenia może i powinna wynikać wzajemna inspiracja i partnerstwo, o ile uda się zbudować mosty komunikacyjne i strukturalne między tymi światami.

Najważniejsze potrzeby organizacji kultury:

1. Stabilne finansowanie i długofalowe wsparcie – konieczne do planowania i prowadzenia ciągłej działalności kulturalnej, pozwalające na budowanie jakości i zasięgu działań.
2. Pozyskiwanie odbiorców i budowanie relacji z publicznością – potrzeba żywego kontaktu z widzem, jego energii, reakcji i zaangażowania.
3. Przestrzeń do działania i wyrażania siebie – zarówno w sensie fizycznym (miejsca), jak i symbolicznym (poczucie sensu, samorealizacji, wolności twórczej).

Najważniejsze potrzeby odbiorców kultury/mieszkańców (na podstawie opinii uczestników warsztatu diagnostycznego):

1. Dostępność i przystępność oferty – łatwy dostęp do wydarzeń, niskie ceny, zrozumiała i czytelna komunikacja, oferta dopasowana do różnych grup wiekowych i potrzeb.
2. Ciekawe i angażujące przeżycia – emocje, rozrywka, doświadczenie czegoś nowego, oderwanie się od codzienności, edukacja przez przeżycie.
3. Poczucie wspólnoty i uczestnictwa – bycie częścią czegoś większego, spotkania z innymi ludźmi, współtworzenie życia kulturalnego miasta.

Obszary, w których potrzeby organizacji i odbiorców się spotykają:

- Potrzeba relacji i wspólnotowości – organizacje chcą dzielić się pasją, зараżać, budować relacje, a odbiorcy szukają wspólnoty, spotkań, wspólnego doświadczania.
- Rozwój i samorealizacja – twórcy i instytucje kultury pragną rozwijać się i dawać przestrzeń do rozwoju, podobnie jak mieszkańcy – chcą uczyć się, odkrywać siebie, realizować swoje pasje.
- Jakość i sens działań kulturalnych – obie strony oczekują oferty, która niesie wartość – emocjonalną, edukacyjną lub symboliczną. Organizacje chcą tworzyć produkty kultury z sensem i wpływem, a odbiorcy – doświadczać czegoś, co ich poruszy i zostanie z nimi na dłużej.

5. Cele twórców kultury w Olsztynie.

Twórcy kultury w Olsztynie wyrażają różnorodne cele, które można pogrupować w kilka głównych obszarów. Przede wszystkim, istotnym celem jest samorealizacja i spełnienie twórcze, rozumiane jako potrzeba tworzenia z pasji, budowania sensu, poczucia dumy z własnych działań i uzyskania twórczego spełnienia. Z tym wiąże się także pragnienie rozpoznawalności i sukcesu, zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym – marzenia o nagrodach, zaproszeniach do prestiżowych programów, globalnym zasięgu projektów i rozpoznawalnej marce.

Drugim silnym blokiem celów jest wzmacnianie relacji z publicznością. Twórcy pragną poszerzać krąg odbiorców, budować z nimi trwałe relacje i pracować nad zwiększeniem frekwencji. Zadowolona, reagująca publiczność, pełne sale i pozytywny odbiór są miernikami sukcesu. W tym kontekście ważna jest też edukacja kulturalna, budowanie świadomego, otwartego i zaangażowanego społeczeństwa.

Kolejnym celem jest budowanie wspólnoty i sieci współpracy – zarówno wśród samych twórców i organizacji, jak i pomiędzy nimi a instytucjami. Chodzi tu o tworzenie stałych, wspieranych zasobowo form współpracy, wspólną pracę nad bazą odbiorców i wzmocnienie sektora kultury poprzez wspólne działania. Cele te mają również wymiar infrastrukturalny – wskazuje się na potrzebę rozwiniętej przestrzeni dla kultury, jak np. Koszary Kultury jako miejsce spotkań, działania i symboliczny „trójkąt kultury”.

Nie można też pominąć celów związanych z finansową stabilnością i budżetem na kulturę. Twórcy chcą większego budżetu miejskiego (np. 2% budżetu Olsztyna), braku barier finansowych, lepszego dostępu do grantów i stabilnych warunków pracy. Pieniądze nie są celem samym w sobie, ale środkiem do niezależności twórczej i jakościowych działań.

Ostatecznie, celem nadrzędnym jest kształtowanie wartości i tożsamości miasta poprzez kulturę – tworzenie rozpoznawalnego znaku kulturalnego Olsztyna, miejsca o silnej identyfikacji mieszkańców z ofertą kulturalną i aspiracjami twórczymi.

5 najważniejszych celów twórców kultury Olsztyna:

1. Samorealizacja i spełnienie twórcze – tworzenie z pasją, duma z własnych działań i rozwój osobisty.
2. Zwiększenie i zaangażowanie publiczności – trwałe relacje, pełne sale, edukacja kulturalna.
3. Rozpoznawalność i sukces na różnych poziomach – od lokalnych forum po międzynarodowe sceny i nagrody.
4. Współpraca i infrastruktura dla kultury – Koszary Kultury, trójkąt kultury, wspólne działania i sieci wsparcia.
5. Stabilność finansowa i większy budżet na kulturę – granty, brak barier, zapewnienie ciągłości działania.

Rekomendacje: Na podstawie analizy potrzeb środowisk kultury i mieszkańców Olsztyna oraz celów twórców, można wskazać następujące rekomendacje dla budowania trwałego i zintegrowanego ekosystemu kultury w Olsztynie. Rekomendacje te powinny łączyć wrażliwość na potrzeby twórców i odbiorców oraz odpowiadać na kluczowe wyzwania systemowe:

- **Wprowadzenie długofalowej strategii kultury dla miasta**

Miasto potrzebuje spójnego dokumentu strategicznego, który określi cele, priorytety i kierunki rozwoju kultury – uwzględniającego zarówno potrzeby twórców, jak i mieszkańców. Strategia powinna być tworzona partycypacyjnie, z udziałem środowisk twórczych, instytucji i społeczności lokalnej.

- **Stabilne i zróżnicowane finansowanie kultury**

Rekomenduje się zwiększenie budżetu miasta na kulturę (np. do postulowanych 2%), rozwinięcie systemu grantowego z komponentem wieloletnim oraz zapewnienie wsparcia operacyjnego dla organizacji i twórców. Należy również uprościć procedury formalne i zapewnić wsparcie merytoryczno-prawne.

- **Rozwój infrastruktury kultury i symbolicznych przestrzeni wspólnoty**

Postuluje się rozwój fizycznych miejsc spotkań twórców, mieszkańców i organizacji – jak *Koszary Kultury* – które będą pełnić funkcję ośrodków działań, integracji i wymiany. Potrzebne są również miejsca dostępne dla różnych grup społecznych – także poza centrum miasta.

- **Budowanie trwałych relacji z publicznością**

Działania kulturalne powinny być oparte na długofalowej pracy z odbiorcami: edukacji, animacji, rozpoznawaniu ich potrzeb. Należy wspierać inicjatywy angażujące publiczność w sposób aktywny i międzypokoleniowy. Warto postawić na różnorodność oferty oraz przystępność cenową i komunikacyjną.

- **Wzmocnienie współpracy i sieciowania środowisk kultury**

Miasto powinno pełnić rolę moderatora współpracy między instytucjami, organizacjami i twórcami – poprzez wspólne projekty, sieci wsparcia, wymianę wiedzy i zasobów. Konieczne jest stworzenie trwałych form dialogu (np. Forum Kultury) i narzędzi do wspólnego planowania działań kulturalnych.

- **Wzmocnienie marki kultury Olsztyna**

Rekomenduje się stworzenie spójnej, rozpoznawalnej marki kultury miasta – hasła, symbolu, narracji – która będzie jednoczyć mieszkańców i promować miasto z jego potencjałem twórczym. Marka powinna wyrastać z lokalnych wartości i być współtworzona przez środowisko kultury.

- **Uznanie roli kultury w tworzeniu tożsamości i jakości życia**

Kultura powinna być traktowana jako narzędzie budowania lokalnej tożsamości, integracji społecznej, edukacji i rozwoju. W tym celu należy prowadzić działania promujące uczestnictwo w kulturze jako element codziennego życia, a nie tylko wydarzeń specjalnych.

- **Tworzenie kultury opartej na relacjach, emocjach i doświadczeniu**

Twórcy i instytucje powinni projektować wydarzenia jako przestrzeń przeżywania, spotkań i dialogu. Odpowiedzią na potrzeby mieszkańców jest kultura angażująca, emocjonalna, różnorodna, dająca możliwość ekspresji, uczenia się i wspólnego działania.

6. Tożsamość marki kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego przeprowadzonego z reprezentantami środowisk kulturalnych Olsztyna)

Tożsamość marki kultury Olsztyna opiera się na autentyczności, otwartości i wspólnotowym charakterze działań. Tworzona przez zaangażowanych twórców, animatorów i instytucje, marka ta łączy w sobie pasję, kreatywność i odpowiedzialność społeczną. Kultura w Olsztynie nie jest elitarna ani zamknięta – to **dynamiczna przestrzeń relacji, edukacji i współpracy, w której każdy może znaleźć swoje miejsce**. Tożsamość marki buduje się wokół idei dzielenia się, inspirowania i wspólnego działania, odpowiadając zarówno na potrzeby twórców, jak i mieszkańców. W centrum stoi człowiek – jako uczestnik, współtwórca i nosiciel lokalnej tożsamości kulturowej.

6.1 Unikalna propozycja wartości marki kultury Olsztyna

Marka kultury Olsztyna wyrasta z autentycznej potrzeby tworzenia przestrzeni spotkania, refleksji, ekspresji i wspólnoty. Jej unikalna propozycja wartości opiera się na połączeniu otwartości i profesjonalizmu, kreatywności i edukacyjnej misji, swobody twórczej i odpowiedzialności społecznej. To kultura, która nie tylko dostarcza przeżyć i emocji, ale też **zmienia codzienność miasta – czyni ją bardziej świadomą, barwną i bliską ludziom**.

Marka kultury Olsztyna to przede wszystkim **doświadczenie – autentyczne, zaangażowane i współtworzone**. To kultura, która nie jest „do oglądania”, ale do współuczestnictwa – dostępna, oparta na relacjach i empatii. Oferuje przestrzeń wolności, gdzie można być sobą i jednocześnie być częścią czegoś większego. Wnosi do miasta: **radość, sens, wspólnotę, emocję i jakość**.

To marka ludzi, którzy – choć często postrzegani jako outsiderzy, „wariaci” czy „dziwacy” – realnie wpływają na rozwój społeczny, budują tożsamość lokalną i edukują przyszłe pokolenia. To środowisko profesjonalistów z sercem, artystów z misją, ludzi, którzy pracują z pasji i chcą zarażać nią innych.

6.2 Grupa docelowa

Grupa docelowa marki kultury Olsztyna jest szeroka i zróżnicowana. Z jednej strony to mieszkańcy miasta – niezależnie od wieku, statusu czy miejsca zamieszkania – którzy szukają kontaktu z kulturą jako przestrzenią doświadczenia, emocji, wspólnoty i refleksji. Z drugiej strony to także osoby bardziej zaangażowane – młodzi twórcy, edukatorzy, liderzy społeczni, aktywiści i organizacje, które chcą współtworzyć miejskie życie kulturalne. Grupa docelowa to również odbiorcy potencjalni, którzy być może jeszcze nie korzystają z oferty kultury, ale mogą zostać zaproszeni do niej przez **otwartość, inkluzywność, dostępność i autentyczność działań**.

6.3 Personifikacja marki (cechy marki)

Personifikacja marki – gdyby marka kultury Olsztyna była osobą, byłaby to **kreatywna, charyzmatyczna jednostka, łącząca profesjonalizm z luzem, uważna na innych, wyrozumiała i odważna**. Jest to ktoś, kto nie dominuje, ale zaprasza do rozmowy; kto nie narzuca, ale inspiruje; kto zna wartość swojej wiedzy i talentu, ale nie używa ich do budowania dystansu. To **lider dialogu**, który pracuje z pasji, ale z pełną świadomością społeczną i poczuciem odpowiedzialności za miasto i jego mieszkańców.

Taka marka jest:

- **Otwartością ubraną w działanie**
- **Empatią przekładaną na program kulturalny**
- **Profesjonalizmem połączonym z radością tworzenia**
- **Nowoczesnością zakorzenioną w lokalności**
- **Przestrzenią dla różnorodnych głosów i kompetencji**

Jej cechy to: **życzliwość, inspiracja, wrażliwość, autentyczność, interdyscyplinarność, nowoczesność, relacyjność, energia, inkluzywność, kompetencja i kreatywność**.

Marka ta jest wyraźna, autentyczna, niejednoznaczna – balansuje pomiędzy niezależnością a wspólnotowością, profesjonalizmem a „kolorowym szaleństwem”, edukacją a zabawą.

6.4 Kluczowe cechy wyróżniające marki kultury Olsztyna

Marka kultury Olsztyna to marka tworzona przez ludzi z pasją – misjonarzy, kreatorów, edukatorów i outsiderów, którzy nie mieszczą się w sztywnych ramach, ale właśnie dzięki temu budują nową jakość. Wyróżnia ją:

- **autentyczność** – oparta na osobistej motywacji, pasji i zaangażowaniu,
- **otwartość** – na ludzi, różnorodność, nowe spojrzenia i formy,
- **profesjonalizm połączony z „lekkością”** – wysoka jakość działań, ale „bez nadęcia”,
- **twórczość i kreatywność** – zdolność do tworzenia nowej rzeczywistości kulturowej,
- **interdyscyplinarność** – łączenie sztuki, edukacji, społecznego zaangażowania,
- **niezależność** – działania poza schematem, poza instytucjonalnym monopolem.

To kultura, która **działa z serca, ale myśli strategicznie**. Jest jednocześnie odpowiedzialna i spontaniczna, refleksyjna i inkluzywna.

- Kluczowy wyróżnik marki kultury Olsztyna: „Otwartość na relacje i różnorodność jako źródło twórczości”

Spośród wielu tożsamości, wartości i wyobrażeń wpisanych w obraz środowiska kulturalnego Olsztyna, jednym z najmocniejszych i jednocześnie najbardziej integrujących wyróżników jest **otwartość rozumiana jako relacja – z innymi ludźmi, ideami, emocjami i światem**. To nie tylko postawa gościnności i życzliwości, ale głęboka gotowość do przekraczania barier, wchodzenia w dialog, współtworzenia rzeczywistości społecznej i kulturowej.

To właśnie ta otwartość – na różnorodność perspektyw, środowisk, form działania i grup społecznych – jest dziś największym kapitałem kultury Olsztyna. Przejawia się w chęci współpracy, potrzebie tworzenia wspólnych przestrzeni (fizycznych i symbolicznych), zdolności do empatycznego komunikowania się oraz w umiejętności łączenia wartości artystycznych z edukacją, wspólnotą i zabawą.

Wyróżnik ten staje się tym bardziej istotny w kontekście postrzegania środowiska kultury jako „hermetycznego”, „dziwaczego”, „elitarnego” lub „nieдоступnego”. Te stereotypy – choć w części ironiczne – pokazują barierę, jaką środowisko kulturalne musi świadomie przetrącać, by zbudować realną i trwałą **platformę integracji**. Otwartość staje się tu nie tylko wartością, ale **strategią wspólnototwórczą**, która może uruchomić nową jakość relacji między organizacjami, instytucjami, twórcami niezależnymi i mieszkańcami.

Otwartość nie oznacza tu jednak naiwnego uśmiechu do wszystkich, lecz **świadome i aktywne wyjście poza własną bańkę środowiskową**, uznanie wielogłosu jako zasobu, a różnicy – jako potencjału. To budowanie mostów między sztuką a codziennością, między elitą twórczą a „zwykłymi” mieszkańcami, między tymi, którzy działają od lat, a nowymi głosami, które dopiero chcą wejść do kultury miasta.

Dlatego właśnie **otwartość jako wyróżnik marki** powinna być punktem wyjścia do rozpoczęcia procesu **integracji środowiska kultury Olsztyna**. Może to oznaczać:

- tworzenie **platform spotkań i współpracy**, które nie mają charakteru zamkniętego kręgu, lecz przyciągają różnorodne podmioty i osoby,
- rozwijanie **języka komunikacji**, który nie buduje dystansu, ale most – między twórcą a odbiorcą, instytucją a NGO, elitą a peryferiami,
- projektowanie wydarzeń jako **przestrzeni wspólnego doświadczenia**, a nie tylko prezentacji,
- uznanie, że **integracja nie musi oznaczać jednolitości, lecz wspólne poczucie sensu** i pracy dla miasta, jego ludzi i ich emocjonalnych potrzeb.

Otwartość, która łączy pasję z odpowiedzialnością, kompetencję z empatią, i profesjonalizm z luzem – może stać się zarówno **siłą marki kultury Olsztyna**, jak i **fundamentalną wartością wspólnoty twórców**, dając im impuls do współpracy i redefinicji tożsamości. Właśnie wokół niej warto budować dyskusję o przyszłości kultury w mieście i wspólnej wizji, która nie zamyka, ale **tworzy przestrzeń dla wszystkich**.

6.5 Wartość marki kultury Olsztyna

Najgłębszą wartością tej marki jest **budowanie relacji i tożsamości poprzez kulturę**. Kultura w Olsztynie to nie tylko wydarzenia – to **proces tworzenia wspólnego świata wartości**, przestrzeni spotkań i dialogu, miejsca dla indywidualności i wspólnoty. Marka oferuje:

- **wolność twórczą i współodpowiedzialność za wspólnotę**,
- **edukację przez doświadczenie** – uruchamianie emocji, wyobraźni, kreatywności,
- **przełamywanie barier** – między twórcami a odbiorcami, instytucjami a obywatelami,
- **włączanie i zapraszanie** – do udziału, współtworzenia i współdecydowania.

To marka, która daje przestrzeń do bycia sobą, rozwoju, zabawy i zaangażowania. Kultura nie jest tu tylko ofertą, ale **relacją**, która zmienia miasto i jego mieszkańców.

6.6 Archetyp marki kultury Olsztyna

Najlepiej opisującym archetypem marki kultury Olsztyna jest „**Twórca**” (The Creator) z domieszką „**Opiekuna**” i „**Buntownika**”. Marka wyraża potrzebę tworzenia nowego świata, inspirowania innych, przekraczania utartych schematów i budowania trwałych wartości poprzez kreatywność.

- **Twórca** – działa, by wyrażać siebie, inspirować i tworzyć piękno oraz znaczenie. Ceni oryginalność, rozwój, estetykę i wizję.
- **Opiekun** – troszczy się o wspólnotę, oferuje bezpieczeństwo emocjonalne, wspiera rozwój i dba o włączenie słabszych.

- **Buntownik (Outsider)** – kwestionuje zastany porządek, nie boi się być „dziwny” i idzie własną drogą, by tworzyć coś bardziej autentycznego.

To właśnie te trzy archetypy współtworzą unikalny charakter marki – niezależnej, wspólnotowej i nieprzewidywalnie twórczej.

6.7 Tone of voice – język i styl komunikacji marki

Głos marki kultury Olsztyna jest **żywy, serdeczny, wrażliwy, ale kompetentny**. To język, który **zaprasza, a nie ocenia; inspiruje, ale nie poucza**. Komunikacja tej marki powinna łączyć **ciepło z merytorycznością, lekkość z głębią, ludzkość z profesjonalizmem**.

Styl wypowiedzi jest:

- **otwarty i bezpośredni**, ale z szacunkiem do odbiorcy,
- **nienachalny, inkluzywny i emocjonalny**, ale nie ckliwy,
- **z poczuciem humoru i dystansu do siebie**, bez pompatyczności,
- **angażujący – oparty na pytaniach, zaproszeniach, działaniach wspólnych**.

Marka mówi ludzkim językiem, z empatią i zrozumieniem, ale nie infantylizuje ani nie traci głębi przekazu.

6.8 Emocje związane z marką

Marka kultury Olsztyna budzi cały wachlarz emocji, które są istotą jej wartości i relacji z odbiorcami. Są to:

- **radość i ciekawość** – związane z odkrywaniem, doświadczaniem nowego,
- **poczucie przynależności** – bycie częścią czegoś większego,
- **inspiracja i wzruszenie** – kontakt z pięknem, opowieścią, prawdą,
- **bezpieczeństwo i zaufanie** – dzięki otwartości i empatii,
- **wolność i odwaga** – do bycia sobą, tworzenia i działania.

To marka, która **nie tylko informuje o kulturze, ale ją ucieleśnia – emocjonalnie i społecznie**. Jest obecna tam, gdzie budują się relacje, gdzie tworzy się sens i gdzie spotykają się ludzie z różnych światów.

7. Misja kultury Olsztyna (na podstawie warsztatu diagnostycznego)

Środowisko kulturalne Olsztyna realizuje swoją misję poprzez uwrażliwianie mieszkańców na wartości estetyczne i społeczne, rozwijanie kreatywności oraz refleksyjności, a także budowanie silnych więzi i wspólnoty opartej na wzajemnym szacunku i otwartości. Jego działania skierowane są zarówno do twórców, jak i szerokiego grona odbiorców, włączając w to różnorodne grupy społeczne, dla których kultura staje się przestrzenią rozwoju, inspiracji i dialogu. Praca ta odbywa się z sercem, profesjonalizmem i zaangażowaniem, w oparciu o współpracę i wymianę doświadczeń,

co sprzyja tworzeniu procesu kulturotwórczego, który nadaje sens i głębię codziennemu życiu mieszkańców miasta. Misja ta jest szczególnie ważna, ponieważ kultura w Olsztynie nie tylko wzbogaca indywidualne przeżycia, ale także buduje mądre, wrażliwe i zintegrowane społeczeństwo, które potrafi stawić czoła wyzwaniom współczesności, nadając sens istnieniu i wspólnotocie miejskiej.

- Propozycje misji środowiska kulturalnego Olsztyna:

- Misja środowiska kultury Olsztyna to budowanie otwartej, kreatywnej i refleksyjnej wspólnoty poprzez uwrażliwianie mieszkańców na wartości kulturowe, edukację i integrację społeczną, tworząc przestrzeń dialogu, inspiracji i współpracy, która nadaje sens codziennemu życiu i wzmacnia tożsamość miasta.
- Środowisko kulturalne Olsztyna dąży do tworzenia dostępnej i różnorodnej oferty kulturalnej, która rozwija wrażliwość, kreatywność i więzi społeczne, łącząc twórców i odbiorców w procesie dialogu i wspólnego kreowania znaczeń, aby kultura stała się siłą integrującą i wspierającą rozwój mieszkańców oraz miasta.
- Misją kultury Olsztyna jest inspirowanie i wspieranie aktywności twórczej oraz edukacji kulturalnej, które wzmacniają społeczne więzi, poszerzają horyzonty i kształtują mądre społeczeństwo, zdolne do refleksji i otwarte na różnorodność, poprzez działania prowadzone z pasją, zaangażowaniem i dbałością o wspólne dobro.

- Propozycja wizji środowiska kulturalnego Olsztyna:

Olsztyn to miasto, w którym kultura jest sercem życia społecznego i przestrzenią dla kreatywności, integracji oraz edukacji. Miasto otwarte na różnorodność, gdzie każdy mieszkaniec czuje się zaproszony do uczestnictwa, współtworzenia i rozwijania swojej wrażliwości. Kultura Olsztyna stanowi silny ekosystem, wspierający innowacje, dialog między pokoleniami oraz trwałe więzi społeczne, czyniąc z miasta inspirujące i przyjazne miejsce do życia, twórczości i kreatywności.

8. Kongres kultury Olsztyna – organizacja, forma, idea przewodnia

W trakcie warsztatu uczestnicy zostali zapytani o skojarzenia związane z Kongresem Kultury Olsztyna. Pytanie miało na celu uzyskanie informacji o nastawieniu uczestników do idei organizacji Kongresu oraz zdobycie wiedzy o tym, jakie mają skojarzenia z tego typu wydarzeniami.

Myślą przewodnią wszystkich skojarzeń wokół Kongresu Kultury Olsztyna jest wspólnota ludzi łączących się wokół jednej, żywej przestrzeni kultury, reprezentowanej metaforycznie przez „jedną rzekę” (Łyna mogłaby być ucieleśnieniem metafory i jej regionalną manifestacją), czyli różnorodne inicjatywy i środowiska, które mimo różnaitości tworzą spójny, dynamiczny ekosystem. Rdzeniem kongresu powinna być idea otwartego, kreatywnego dialogu i współpracy pomiędzy twórcami, animatorami, odbiorcami i instytucjami, w formie żywej wymiany doświadczeń, pomysłów i emocji.

Co łączy skojarzenia związane z Kongresem kultury?

Pojęcia łączące ideę Kongresu Kultury Olsztyna to przede wszystkim: **wspólnota, dialog, integracja, kreatywność, energia, różnorodność, współpraca, otwartość, inspiracja, przestrzeń, łączenie ludzi, sieć, proces, zaangażowanie**. Te słowa oddają ducha spotkania, które ma być miejscem żywej wymiany i budowania trwałych relacji między różnorodnymi środowiskami kulturalnymi miasta.

Te skojarzenia łączy **przekonanie o sile wspólnoty i współdziałania jako fundamentu rozwoju kultury**. Ideę kongresu spaja myśl o kulturze jako przestrzeni otwartej, żywej, pełnej energii i pomysłów, gdzie różne głosy i inicjatywy spotykają się, by razem kształtować przyszłość miasta. To święto ludzi kultury, ale też miejsce realnych rozmów i wspólnego działania.

8.1 Rzeka jako archetyp Kongresu Kultury Olsztyna – metafora płynącej wspólnoty

Rzeka to jeden z najbardziej nośnych i organicznych symboli, jaki można przypisać idei Kongresu Kultury Olsztyna (to skojarzenie pojawiło się w trakcie warsztatu). W swojej istocie rzeka jest ruchem, zmianą, ciągłością i spotkaniem – tak samo jak kultura. To metafora **żywego, płynącego procesu**, który nigdy nie jest zamknięty, nigdy taki sam i który nie istnieje w oderwaniu od otaczającego krajobrazu – czyli ludzi, miejsc, doświadczeń i emocji.

W kontekście kongresu, **rzeka staje się ideą przewodnią wspólnotowego działania, która łączy różne źródła, nurty, strumienie i wpływy**. Wzdłuż tej rzeki płyną indywidualne inicjatywy, lokalne działania, oddolne pomysły i instytucjonalne projekty. Każdy z nich może być inny – szybki lub wolny, rwący lub spokojny – ale wszystkie należą do tego samego obiegu.

Rzeka nie dzieli – rzeka **łączy brzegi**. Tak i Kongres Kultury Olsztyna powinien być **miejscem spotkania środowisk, które na co dzień działają osobno**, często bez przepływu informacji, inspiracji czy zasobów. Ta symboliczna rzeka przepływa przez miasto, przez różne grupy społeczne, wiekowe i środowiskowe, tworząc przestrzeń, w której można **zatrzymać się, spotkać, podzielić i ruszyć dalej – bogatszym o wspólne doświadczenie**.

Archetyp rzeki podkreśla też potrzebę **ciągłości i procesualności kultury**, w przeciwieństwie do jej „wydarzeniowego” charakteru, który często kończy się wraz z bankietem czy pustą salą. Rzeka trwa. I tak samo Kongres nie powinien być jednodniowym zlotem „gadających głów”, lecz **żywym procesem – przepływem idei, energii, głosów i twarzy**, który zaczyna się wcześniej i kończy później niż samo wydarzenie. Jest to **przestrzeń współdziałania, a nie dekoracja okazji**.

Warto także zauważyć, że **rzeka potrzebuje zakoli** – miejsc, w których woda się uspokaja, a ludzie mogą się zatrzymać, porozmawiać, wymienić spojrzeniami i pomysłami. Takie powinny być też formy kongresu: nie tylko panele, ale **ogniska, kręgi, ścieżki, miejsca słuchania i opowiadania**. Rzeka symbolizuje też **przepływ energii i wiedzy** – nie jednostronną transmisję z mównicy, ale krążenie idei między wszystkimi uczestnikami.

Ostatecznie rzeka to coś, co **łączy ludzi i miejsca, ale także daje życie**. Kongres – jeśli ma być autentyczny i integrujący – powinien odwoływać się do tego życiodajnego sensu. Nie być tylko analizą systemu, ale **źródłem odnawiania sensu wspólnego działania**.

Kongres Kultury Olsztyna to rzeka – żywa, zmienna, dostępna i wspólna. To miejsce spotkania przy ogniskach, które stoją wzdłuż jej nurtu. To przestrzeń, gdzie się słucha i mówi. Gdzie nie ma jednej sceny, ale wiele miejsc przepływu. To czas, by się zatrzymać, spojrzeć sobie w oczy i dalej popłynąć – razem.

Hasła promocyjne kongresu mogłyby brzmieć:

- „Kultura łączy – razem tworzymy kulturalny nurt Olsztyna!”
- „Ludzie razem”
- „Jedna rzeka, wiele nurtów – kongres kultury Olsztyna”
- „Spotkajmy się w kreatywnej przestrzeni kultury”
- „Tworzymy kulturę, budujemy wspólnotę”
- „Dialog, który inspiruje – Kongres Kultury Olsztyna”
- „Energia spotkań, moc współpracy i współtworzenia”
- „Jedna rzeka, wiele nurtów – kultura płynie w Olsztynie”
- „Wspólny nurt kultury Olsztyna”
- „Rzeka spotkań, strumień idei – Kongres Kultury Olsztyna”

8.2 Struktura i forma Kongresu Kultury Olsztyna

Kongres powinien mieć charakter spotkania inkluzywnego, aktywizującego i sieciowego, unikając sztywnych, formalnych schematów, które często prowadzą do wycofania uczestników.

Kongres Kultury Olsztyna powinien być żywym, pulsującym wydarzeniem, które łączy ludzi kultury w atmosferze współpracy i wzajemnego wsparcia. To przestrzeń do budowania wspólnoty, wymiany pomysłów i wspólnego tworzenia wizji rozwoju kultury miasta. Jego formuła powinna być otwarta, kreatywna, procesowa i przede wszystkim ludzka – bo to ludzie są sercem kultury. Taki kongres będzie nie tylko spotkaniem, ale prawdziwym świętem różnorodności i energii kulturowej Olsztyna.

To wydarzenie, gdzie **duża liczba różnorodnych uczestników – artyści, animatorzy, organizatorzy, mieszkańcy – tworzą razem dynamiczną burzę mózgów**, pełną energii i inspiracji. Kluczowe jest, aby formuła kongresu sprzyjała nie tylko prezentacjom, ale przede wszystkim **wspólnej pracy w mniejszych grupach, warsztatach i kręgach dialogu**, które będą budować poczucie wspólnoty i zaangażowania.

Miejsca spotkań powinny być przestronne, jasne i dostępne, najlepiej z dużą ilością naturalnego światła i otwarciem na otoczenie – co symbolizuje słońce i „budynek-

przestrzeń-ludzie”. To przestrzeń, w której ludzie czują się swobodnie, a formalności nie tłumią kreatywności i spontaniczności.

Organizacja powinna stawiać na:

- **Aktywny udział uczestników**, a nie bierne słuchanie. Zamiast długich monologów – dialog, wymiana doświadczeń i wspólne kreowanie rozwiązań.
- **Integrację środowisk kultury – inicjatorów, twórców i odbiorców** – tworzenie kręgów rozmów, gdzie wszyscy czują się równi i słyszani.
- **Różnorodność form i przestrzeni** – od otwartych debat, przez warsztaty, po plenerowe spotkania, które łączą ludzi poza klasycznymi salami konferencyjnymi.
- **Wielowątkowość i elastyczność** – możliwość swobodnego przechodzenia między tematami i grupami, co podkreśla ideę „jednej rzeki” różnych nurtów kultury.
- **Ciepłą, luźną atmosferę, pozbawioną nadęcia i dystansu**, które blokują swobodę wypowiedzi i relacje międzyludzkie.

W organizacji Kongresu należy bezwzględnie unikać:

- **Sztywnych, formalnych formuł spotkań**, gdzie jedna osoba dominuje, a reszta uczestników jedynie „biernie słucha i ziewa”.
- **Ekskluzywnych grup**, czyli zamkniętych spotkań bez realnej wymiany i nowych pomysłów.
- **Nadmiernej oficjalności i dystansu**, które oddzielają ludzi zamiast ich łączyć.
- **Przeładowania programu jednym pomieszczeniem i jednolitą formułą**, prowadzącą do poczucia tłoku i braku swobody.
- **Braku realnej interakcji i angażowania wszystkich obecnych** – kongres nie powinien ograniczać się do prezentacji, a potem bankietu bez dialogu.

- Propozycje obszarów tematycznych Kongresu Kultury Olsztyna (na podstawie mocnych i słabych):

1. Ludzie kultury: potencjał, współpraca, integracja

Uzasadnienie: Silnie podkreślany kapitał ludzki kultury z jednej strony, a z drugiej – problemy z integracją, współpracą i komunikacją.

Zagadnienia:

- Jak budować zaufanie i trwałe relacje w środowisku kultury?
- Jak rozwijać współpracę między NGO, instytucjami i twórcami?
- Jak wspierać młodych i nowych uczestników życia kulturalnego?
- Jak zbudować nowoczesny ekosystem kultury miejskiej?

2. Finansowanie kultury: między dotacją a niezależnością

Uzasadnienie: Niemal wszystkie słabe strony odnoszą się do braku środków i trudności w ich pozyskaniu.

Zagadnienia:

- Jak zwiększyć dostęp NGO i twórców do finansowania?
- Budowanie lokalnego ekosystemu mecenatu i sponsoringu.
- Modele mikrobudżetów i budżetów obywatelskich w kulturze.
- Jak zdobywać środki na działania kulturalne?

3. Kultura w przestrzeni miasta: miejsca, infrastruktura, obecność

Uzasadnienie: Z jednej strony wymieniane są parki, lasy, otwartość przestrzeni; z drugiej – brak sal, galerii, centrów kultury, szczególnie poza centrum.

Zagadnienia:

- Jak odzyskać i twórczo zagospodarować przestrzeń publiczną?
- Nowoczesna infrastruktura kultury – potrzeby i wyobrażenia.
- Kultura w dzielnicach – jak ją zdecentralizować?
- Jak zbudować kreatywne miasto kultury?

4. Edukacja i świadomość kulturalna

Uzasadnienie: Silna potrzeba edukacji kulturalnej (zarówno odbiorców, jak i twórców) oraz jej brak w systemie formalnym.

Zagadnienia:

- Edukacja kulturalna w szkołach i poza nimi.
- Kultura jako narzędzie rozwoju społecznego i obywatelskiego.
- Jak uczyć tworzenia kultury i partycypacji?
- Edukacja obywatelska przez kulturę.

5. Informacja i promocja kultury: widoczność i dostępność

Uzasadnienie: Brak systemu informacji, brak promocji, słaba widoczność działań kulturalnych – powtarzający się motyw słabości.

Zagadnienia:

- Jeden system informacji kulturalnej – jak go stworzyć?
- Kultura lokalna w mediach i przestrzeni publicznej.
- Jak promować kulturę Olsztyna poza regionem?
- Tworzenie tożsamości marki kultury lokalnej.

6. Wizja i strategia rozwoju kultury w Olsztynie

Uzasadnienie: Wielokrotnie podnoszony brak wspólnej wizji i długofalowego planowania.

Zagadnienia:

- Jaka powinna być polityka kulturalna Olsztyna?
- Partycypacyjne tworzenie strategii rozwoju kultury.
- Kultura jako element tożsamości i rozwoju miasta.
- Tworzenie adaptacyjnych strategii rozwoju kultury.

Zakończenie

Kultura w Olsztynie opiera się na ludziach – ich pasji, zaangażowaniu i potrzebie tworzenia przestrzeni wspólnego sensu. Potrzeby i aspiracje środowiska kulturalnego ujawniają nie tylko ogromny potencjał twórczy miasta, ale także wyraźne deficyty systemowe: brak strategii, stabilnego finansowania, infrastruktury i mechanizmów dialogu. Równocześnie jednak obserwujemy rosnącą gotowość do współpracy, budowania relacji i tworzenia inkluzywnego, otwartego ekosystemu kultury.

Kongres Kultury Olsztyna może i powinien stać się momentem przełomowym – przestrzenią spotkania, wymiany i wspólnego wyznaczania kierunków rozwoju. To szansa, by wzmocnić lokalne środowiska twórcze, zintegrować działania instytucji i organizacji, a przede wszystkim – włączyć mieszkańców w proces współtworzenia kultury miasta. Przyszłość kultury w Olsztynie zależy od naszej zdolności do działania razem, w dialogu, z wizją i otwartością.