

+IV. Program Operacyjny Kultura i Czas Wolny





Katarzyna Pastuszek,

TANCERKA / PERFORMERKA

I WSPÓŁZAŁOŻYCIELKA TRÓJMIEJ-
SKIEGO TEATRU AMAREYA

1. CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU OPERACYJNEGO

Zakres Programu Operacyjnego

Program Operacyjny Kultura i Czas Wolny swoim zakresem obejmuje szeroko pojęty obszar kultury, ofertę spędzania czasu wolnego i turystykę.

Podstawowym wyzwaniem dla stworzenia Programu Operacyjnego w tym zakresie jest dynamicznie zmieniająca się sytuacja społeczno-kulturowa, której przejawami są m.in.: deinstytucjonalizacja kultury (można w niej uczestniczyć poza organizacyjnymi ramami instytucji kultury w czasie i miejscach do tego nieprzeznaczonych), zwiększony zakres kultury tworzonej oddolnie, samodzielne organizowanie czasu wolnego, nowe sposoby ujmowania kultury i uczestnictwa w kulturze i wreszcie – poszerzony zakres traktowania kultury, czyli uznawania jej za środek zwiększający nasze szanse życiowe, poziom kapitału społecznego, wiedzy i umiejętności.

Pytanie o kulturę staje się równocześnie pytaniem o jakość i styl życia, o społeczne kapitały, o aktywność/pasywność społeczną, o podziały, inkluzję/wykluczenie, o rytuały i normy o prywatne/publiczne i wiele innych przejawów życia społecznego. Kultura może dziać się zawsze i wszędzie. Należy zwrócić uwagę na przemiany w organizowaniu i przeżywaniu czasu – rozmazują się granice zwłaszcza w odniesieniu do pewnych typów aktywności, np. praca zawodowa może upodabniać się do realizowanych pasji, a czas wolny staje się pełen zobowiązań, choćby statusowych.

Bardzo trudne jest też wyznaczenie granicy między rozumieniem aktywności kulturalnej a odpoczynkiem i spędzaniem czasu wolnego. Czytanie, spacer, rekreacja, czas spędzany w kawiarniach, restauracjach, z przyjaciółmi,



na aktywnościach sportowych, wydarzeniach kulturalnych, w parkach czy w internecie – to są obszary tzw. przemysłu czasu wolnego, które przenikają się z pojęciem miejskiej kultury.

Kultura tak rozumiana wychodzi poza obszar możliwy do regulowania sektorowymi strategiami. Stąd przyjęte dla Programu Operacyjnego założenie, aby skupić się na celach i działaniach, które mogą być częścią polityk publicznych, na których kształt można wpływać i stwarzać warunki do ich rozwoju.

Jednocześnie bardzo ważnym elementem Strategii jest dbałość, wspieranie i wzmocnianie wszystkiego, co stanowi specyfikę i genius loci Gdańska, materialne i niematerialne dziedzictwo miasta, sfery budujące zarówno tożsamość gdańszczan, jak i zewnętrzny wizerunek Gdańska.

Działania przewidziane w Programie Operacyjnym mają na celu zwiększenie udziału mieszkańców w kulturze oraz zaangażowanie ich we współtworzenie kultury w Gdańsku. Poprawie ulec powinna dostępność do instytucji kulturalnych i ich jakość. Wyzwaniem będzie wypełnienie białych plam na kulturalnej mapie miasta poprzez tworzenie nowych miejsc zaangażowanych w działalność kulturalną lub otwartych na aktywność kulturalną. Zwiększenie uczestnictwa w kulturze to także zwiększenie współudziału mieszkańców w szeroko rozumianej ofercie spędzania czasu wolnego, a także aktywnym działaniu na rzecz zmian w mieście i współdecydowaniu o zagospodarowaniu miejskiej przestrzeni publicznej. Zwiększanie uczestnictwa gdańszczan w kulturze jest też stymulowane przez działania rozwijające kompetencje kulturowe i kulturalne, czyli edukację kulturową adresowaną do różnych grup odbiorców.

O kulturalnym potencjale miasta decydują w dużej mierze działający w nim twórcy i artyści, dlatego jednym z celów Programu jest podniesienie

atrakcyjności Gdańska jako miejsca sprzyjającego ich rozwojowi. Ludzie kultury współtworzą i wzbogacają ofertę kulturalną miasta, a ta, obok miejskiego klimatu czy dziedzictwa kulturowego, wzmacnia ponadlokalny i międzynarodowy potencjał gdańskiej kultury i zwiększa szansę na przyciągnięcie odbiorców i turystów nie tylko z miasta, metropolii i regionu, ale też z innych części kraju i świata.

Innym celem Programu jest zmiana postrzegania kultury w perspektywie gospodarczej – kultura ma być nie tylko beneficjentem rozwoju gospodarczego (wsparcie, dotacje, mecenat), ale też aktywnie go współtworzyć poprzez stymulowanie kreatywności, rozwój przemysłów kultury i wspomnianej wcześniej oferty turystycznej.

1. CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU OPERACYJNEGO



Wdrażanie Programu Operacyjnego wspierać będzie wartości leżące u podstaw rozwoju Gdańska. **Kultura** otwarta na potrzeby **MIESZKAŃCÓW** pełni ważne funkcje w procesie kształtowania **jakości życia** w mieście. Odpowiednio zaprogramowane działania kulturalne rozwijają więzi międzyludzkie, przeciwdziałają wykluczeniu społecznemu, budują **OTWARTOŚĆ**

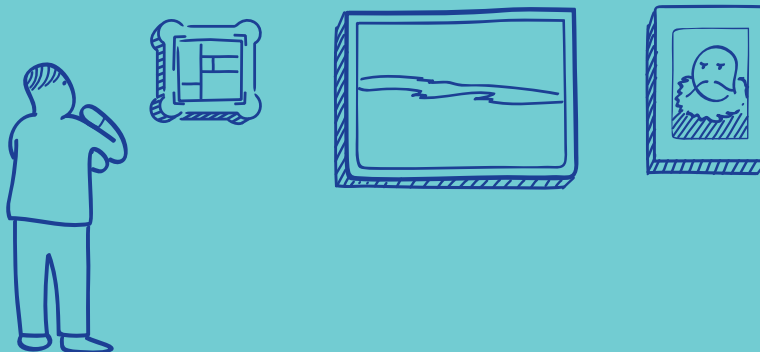


i tolerancję, stymulują **WSPÓŁPRACĘ i integrację** różnych grup i środowisk. Kultura spełnia także ważną rolę w procesie budowania **tożsamości** – i to zarówno miejskiej, jak i w mniejszej skali, np. **dzielnicowej**. **KSZTAŁTUJE** szereg niezbędnych w dzisiejszym świecie **kompetencji kulturowych**, związanych z **przedsiębiorczością** oraz rozwojem **kreatywności i innowacyjności**, będących fundamentami nowoczesnej gospodarki.

Wyzwania rozwojowe wskazane w Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus, na które odpowiada Program Operacyjny

- Wzrost poziomu uczestnictwa mieszkańców i turystów w kulturze.
- Wzrost poziomu utożsamiania się mieszkańców z Gdańskiem.
- Wzrost zaangażowania mieszkańców w sprawy miasta.
- Zwiększenie spójności społecznej oraz wsparcie dla osób wykluczonych społecznie i zagrożonych wykluczeniem społecznym.
- Wzrost liczby miejsc pracy.

1. CHARAKTERYSTYKA
PROGRAMU OPERACYJNEGO



Cele strategiczne wskazane w Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus, realizowane przez Program Operacyjny

- Ochrona i wzmocnienie materialnego i duchowego dziedzictwa Gdańska.
- Umocnianie wspólnoty i tożsamości kulturowej gdańszczan oraz tworzenie warunków dla integracji sąsiedzkiej.
- Budowanie pozycji Gdańska jako międzynarodowego centrum kultury.
- Urozmaicenie oferty kulturalnej, zwiększanie dostępności kultury oraz pobudzanie rozwoju kreatywności i sztuki.
- Pobudzanie pasji i zainteresowań, aktywnego udziału w kulturze oraz tworzenie warunków służących rozwojowi osobistemu.
- Kształtowanie postaw i kompetencji służących rozwojowi kreatywnej i innowacyjnej gospodarki.
- Wykorzystywanie potencjału i zasobów turystycznych dla zwiększenia konkurencyjności oraz atrakcyjności miasta.
- Zapewnienie uczniom gdańskich szkół warunków, które w istotny sposób przyczyniają się do odkrywania i wspierania zainteresowań oraz talentów, zarówno w placówkach oświatowych, jak i innych podmiotach sieci społecznej.
- Tworzenie warunków dla aktywności obywatelskiej, samoorganizacji, wdrażania innowacji społecznych, współodpowiedzialności oraz solidarności społecznej.

2. DIAGNOZA

Diagnoza obszaru kultury w Gdańsku wskazuje wiele wyzwań strategicznych, przed którymi stoi ten sektor, wynikających ze zmian we współczesnej kulturze i z przemian zachodzących w mieście.

Jednym z zasadniczych problemów jest niezadawalający poziom uczestnictwa mieszkańców w życiu kulturalnym Gdańska – w ofercie kulturalnej wspieranej ze środków publicznych. U jego źródła leży m.in.: niedostateczne dopasowanie oferty kulturalnej w wymiarze celów (poszukiwanie innych wartości niż symbolicznych – na przykład edukacyjnych), przestrzeni (kultura jest za mało obecna w dzielnicach miasta i skoncentrowana w Śródmieściu, niedostatecznie otwarta na potrzeby małych społeczności), grup odbiorców (istnieje konieczność większego dopasowania oferty w kwestiach dostępności przestrzennej i kosztowej do zróżnicowanych potrzeb odbiorców kultury, w tym dzieci i młodzieży szkolnej, seniorów, niepełnosprawnych czy turystów) czy też czasu (nacisk należy kłaść na ofertę całoroczną, a nie skoncentrowaną na letnim sezonie turystycznym). Brak dostatecznej integracji pomiędzy ww. obszarami a charakterem oferty kulturalnej miasta jest jedną z ważniejszych przyczyn niskiego uczestnictwa mieszkańców w życiu kulturalnym Gdańska. Problemem jest więc nie sama liczba imprez kulturalnych (mówi się wręcz o nadpodaży wydarzeń), a ich rodzaj w niewystarczającym stopniu odpowiadający zróżnicowanym potrzebom odbiorców.

W toku konsultacji społecznych dotyczących Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus gdańszczanie wskazywali na potrzebę włączenia mieszkańców we współtworzenie kultury w mieście poprzez współorganizowanie wydarzeń i angażowanie się w inicjatywy kulturalne. Większe zaangażowanie społeczności lokalnych przyczyni się do rozwoju relacji społecznych w często spolaryzowanych środowiskach.

Na poziom uczestnictwa w kulturze wpływają też jakość i dostępność przestrzeni, w których toczy się życie kulturalne miasta, zwłaszcza na poziomie dzielnicowym i lokalnym. Poszerzanie pola kultury winno odbywać się przy większym wykorzystaniu zasobów takich jak: świetlice, szkoły, biblioteki, kluby, kawiarnie, lokale komunalne, ale też przestrzenie publiczne (jako sceny wydarzeń, centra aktywizacji, miejsca spotkań twórczych, pracownie czy galerie), internet.

Obszar kompetencji – zarówno mieszkańców, jak i ludzi kultury – to kolejny, który ma istotny wpływ na poziom uczestnictwa w kulturze. 15% mieszkańców miasta jako barierę w uczestniczeniu w kulturze wskazuje brak odpowiednich kompetencji. Pojawia się więc potrzeba zwiększenia roli kultury w procesie edukacji dzieci i młodzieży oraz wypracowania oferty edukacyjnej wzmacniającej kompetencje, kierowanej do wszystkich grup wiekowych. Systemem kształtowania



odpowiednich kompetencji powinni zostać objęci także animatorzy i liderzy – bez ich wsparcia proces włączania mieszkańców w aktywne życie kulturalne będzie znacznie utrudniony.

O kulturalnym potencjale miasta, jego klimacie i bogactwie oferty kulturalnej decydują w dużej mierze działający w nim twórcy i artyści. Wyzwaniem stojącym przed Gdańskiem jest stworzenie systemu wsparcia dla tego środowiska: zapewnienie odpowiednich warunków rozwoju, w wymiarze materialnym (lokałe, niezbędny sprzęt, programy rezydencjalne), jak i niematerialnym (promocji twórczości, sieciowania, wyposażania w niezbędne, pozaartystyczne kompetencje: biznesowe, prawne, społeczne), ale też ram czy rozwiązań pozwalających na aktywne włączenie w działania na rzecz mieszkańców i wspólnie z nimi. Niezwykle ważne w tym kontekście jest przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom występującym w obecnym procesie wspierania twórców: uzależnieniu od wsparcia publicznego czy też brakowi przejrzystych mechanizmów mecenatu prywatnego i małej stabilności otrzymywanego wsparcia.

Gdańsk jest miastem o dużym potencjale kulturalnym i turystycznym, jednak nie w pełni wykorzystywanym w wymiarze ponadlokalnym czy międzynarodowym. To, czego brakuje, to „opakowania” tego potencjału w odpowiednie produkty kulturalne i turystyczne budujące markę Gdańska na zewnątrz. Wskazywaną

luką jest też nieobecność spójnej strategii promocyjnej, odwołującej się do gdańskiej specyfiki. Trudności sprawia również zidentyfikowanie gdańskiej tożsamości kulturowej, przez co miejska kultura na zewnątrz postrzegana jest raczej przez pryzmat pojedynczych wydarzeń (festiwal Solidarity of Arts czy Jarmark św. Dominika), instytucji (Gdański Teatr Szekspirowski) czy twórców (Paweł Huelle), nie zaś przez pryzmat stałej i rozpoznawalnej marki czy „etykiety”. To zjawisko osłabia pozycję miasta jako ośrodka kultury o ponadlokalnym znaczeniu. Priorytetami w dziedzinie wzmocnienia pozycji gdańskiej kultury na arenie ogólnopolskiej czy międzynarodowej powinno być zatem: stworzenie katalogu atrakcyjnych produktów kulturowych i turystycznych, dbałość o materialne i niematerialne dziedzictwo kulturowe Gdańska, a także stworzenie i realizacja spójnej strategii promocji miasta, wykorzystującej wypracowaną markę, strategiczne obszary kultury, bogactwo dziedzictwa kulturowego, instytucje kultury i znanych gdańskich twórców.

Wyzwaniem stojącym przed gdańską kulturą jest także wzmocnienie jej obecności i znaczenia w życiu gospodarczym. Chodzi tu przede wszystkim o otwieranie się instytucji kultury na działania o charakterze gospodarczym, zwiększenie atrakcyjności miejskiej kultury dla turystów, rozwój przemysłów kreatywnych, a także zwiększenie udziału sektora prywatnego w systemie wspierania kultury. Dziś gdańskie instytucje kultury rzadko widzą swoją rolę w obszarze

polityki gospodarczej i mają raczej ambiwalentny stosunek do koncepcji włączania kultury w obszar życia społeczno-gospodarczego. Pewnym problemem napotykanym na styku kultury i gospodarki jest też uzależnienie sektora kultury od finansowania publicznego i bariery (organizacyjne, formalne, ale też mentalne) w wykorzystaniu środków prywatnych na potrzeby wspierania instytucji i ludzi kultury, co z kolei obniża skuteczność i stabilność całego systemu wsparcia. Brakuje w mieście spójnej polityki dotyczącej przemysłów kultury (moda, design, film, architektura, oprogramowanie), które w dużej mierze stanowią o gospodarczej konkurencyjności i wartości dodanej kreowanej przez lokalną gospodarkę (a tym samym o możliwości społeczeństwa i jakości życia w mieście).



3. OPIS CELÓW OPERACYJNYCH

Cel operacyjny

Opis

IV.1. Zwiększenie uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej mieszkańców Gdańska.

Zwiększenie aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym, a tym samym w życiu miasta, to jedno z wyzwań rozwojowych wskazanych w Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus. Kultura buduje współczesną tożsamość miasta i jego mieszkańców, wspiera ich aktywność, wpływa na jakość życia w mieście. Niezbędne jest zatem stworzenie w Gdańsku warunków do aktywnego działania i inicjowania lokalnych inicjatyw, tworzenia miejsc otwartych, dostępnych, wspólnie kreowanych, sprzyjających spotkaniom, budowaniu więzi sąsiedzkich i dzielnicowych. Istotą niniejszego celu operacyjnego jest szereg działań zachęcających mieszkańców do współtworzenia kultury miasta i uczestnictwa w większych i mniejszych wydarzeniach kulturalnych, sąsiedzkich spotkaniach i innych formach spędzania czasu wolnego, a także wspólnym działaniu na rzecz ożywiania przestrzeni publicznej. Zasadniczą kwestią, którą przybliża cel operacyjny, jest również pozyskanie przez mieszkańców Gdańska kompetencji do uczestnictwa w kulturze, czemu ma służyć oferta edukacji kulturowej.

IV.2. Zwiększenie atrakcyjności Gdańska jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury.

Gdańsk wspiera kulturę w dużym stopniu poprzez działalność miejskich instytucji, które powinny podnosić jakość prezentowanej przez siebie oferty, urozmaicać ją, dbać o relacje z publicznością, budować otoczenie. Deklaracje pozainstytucjonalnego sektora kultury wyrażają potrzebę mocniejszego wsparcia alternatywnych obiegów kultury, działań prowadzonych przez małe organizacje, grupy nieformalne czy indywidualnych twórców i artystów. Aby w Gdańsku funkcjonowały silne i zróżnicowane środowiska kulturalne i artystyczne, niezbędne jest stworzenie im ku temu warunków poprzez edukację, narzędzia wsparcia oraz budowanie atrakcyjności miasta sprzyjającego rozwojowi twórczości.

IV.3. Wzmocnienie ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia Gdańska poprzez kulturę.

Tak jak podkreślana jest rola i waga kultury dla budowania więzi społecznych, zwiększenia zaangażowania i pobudzania aktywności mieszkańców, tak samo należy zmienić postrzeganie kultury w perspektywie gospodarczej. Kultura stymuluje kreatywność i rozwój przemysłów kultury. Zależności te muszą zostać dostrzeżone, a ich rozwój wspierany od najwcześniejszych etapów edukacji. Chcąc przyciągać innowacyjne przedsiębiorstwa, koniecznie trzeba stymulować twórczy klimat miasta.

Gdańsk dysponuje unikalnym i istotnym dla europejskiej kultury dziedzictwem oraz posiada znaczny potencjał turystyczny. Chcąc, aby Gdańsk postrzegano jako atrakcyjne kulturowo i turystycznie miejsce, a współczesna oferta kulturalna przyciągała ludzi spoza miasta, należy wzmacniać ją na kilku poziomach: dbałości o dziedzictwo, jakości oferty kulturalnej i turystycznej, infrastruktury, kluczowych wydarzeń, projektów i produktów turystycznych, spójnej strategii identyfikacji na poziomie miasta i poszczególnych marek kulturalnych, dobrej komunikacji z konkretnymi grupami odbiorców. Aspiracją miasta jest tworzenie sprzyjających warunków do międzynarodowej współpracy kulturalnej.

IV.4. Podnoszenie jakości zarządzania w kulturze i turystyce.

Skuteczne realizowanie założeń dotyczących rozwoju kultury oraz wzmacniania atrakcyjności turystycznej Gdańska możliwe jest tylko wtedy, gdy prowadzi się ewaluację działań oraz badania pozwalające na obserwację zmian. Istotą niniejszego celu jest profesjonalizacja zarządzania kulturą na każdym szczeblu – od zarządzania polityką kulturalną miasta, instytucjami i projektami po stworzenie i realizację systemu podnoszenia kompetencji kadr kultury. Obszar kultury to pole aktywności i wpływu bardzo zróżnicowanych grup. Obszarem wymagającym monitoringu jest również rynek turystyczny w Gdańsku. Badanie trendów w tym zakresie pozwoli na dostosowanie oferty turystycznej do oczekiwań odbiorców.



4. CELE OPERACYJNE, ZADANIA I KLUCZOWE DZIAŁANIA

Cel operacyjny IV.1.

Zwiększenie uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej mieszkańców Gdańska.

Zadanie

IV.1.1. Tworzenie nowych oraz poprawa dostępności i jakości istniejących instytucji oraz innych miejsc kultury i spędzania czasu wolnego.

Kluczowe działanie

- IV.1.1.1.** Otwieranie się instytucji kultury i przestrzeni publicznych na potrzeby mieszkańców i lokalnych wspólnot.
- IV.1.1.2.** Stworzenie mapy miejsc z potencjałem wykorzystania do działań kulturalnych prowadzonych przez mieszkańców i grupy nieformalne.
- IV.1.1.3.** Stworzenie bazy komunalnych lokali użytkowych i przestrzeni miejskich ze wskazaniem przeznaczenia ich na centra aktywizacji oraz działalność kulturalną.
- IV.1.1.4.** Zapewnienie możliwości realizacji działań kulturalnych, spotkań i oferty spędzania czasu wolnego w ramach istniejących i nowo powstających lokalnych centrów aktywności.
- IV.1.1.5.** Zwiększanie atrakcyjności i doposażanie istniejących miejsc kultury, także pod kątem dostępności i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu.
- IV.1.1.6.** Poprawa atrakcyjności, jakości i użyteczności przestrzeni publicznych poprzez działania kulturalne.
- IV.1.1.7.** Uwzględnianie miejsc i obiektów kultury w działaniach rewitalizacyjnych i rewaloryzacyjnych oraz w opracowaniach studialnych, miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego i innych dokumentach planistycznych.
- IV.1.1.8.** Zrealizowanie inwestycji lub pozyskanie przestrzeni istotnych z punktu widzenia zaspokojenia potrzeb kulturalnych i atrakcyjnej oferty czasu wolnego mieszkańców Gdańska, w szczególności w południowych dzielnicach Gdańska.

IV.1.2. Rozwój oferty kulturalnej i usług czasu wolnego uwzględniającej potrzeby różnych grup odbiorców.

- IV.1.2.1. Zrównoważenie oferty podmiotów kultury z uwzględnieniem potrzeb różnych grup odbiorców oraz otwieranie się instytucji na działania kierowane do różnych grup.
- IV.1.2.2. Rozwój urozmaiconych form i metod współuczestnictwa w kulturze.
- IV.1.2.3. Wzrost dostępności informacji o ofercie kulturalnej i ofercie spędzania czasu wolnego, w tym: wprowadzenie ogólnodostępnej internetowej bazy wydarzeń uwzględniającej ofertę instytucji kultury i innych organizatorów kultury, a także inicjatyw osiedlowych, lokalnych i indywidualnych.
- IV.1.2.4. Tworzenie polityk otwartości dla instytucji kultury, wprowadzanie odpowiednich regulacji w programach grantowych w celu zapewnienia dostępu do kultury m.in. poprzez publikowanie utworów na wolnych licencjach.
- IV.1.2.5. Wzmacnianie tożsamości gdańszczan oraz promowanie specyfiki wyjątkowych gdańskich miejsc np. dzielnic, oraz lokalnej aktywności kulturalnej jako czynników wpływających na jakość życia w mieście i tworzących jego unikalny charakter.
- IV.1.2.6. Tworzenie wysokiej jakości dzieł artystycznych w przestrzeni publicznej Gdańska z uwzględnieniem specyfiki miejsca.

IV.1.3. Rozwijanie kompetencji kulturalnych i kulturowych mieszkańców Gdańska poprzez edukację kulturową.

- IV.1.3.1. Stworzenie i rozwijanie Gdańskiego Programu Edukacji Kulturowej (obejmującego m.in. edukację obywatelską, tożsamościową, pobudzającego kreatywność, artystyczną i międzykulturową) oraz wypracowanie zasad współdziałania placówek kultury i placówek gdańskiego systemu edukacji, a także programu skierowanego do nauczycieli i pracowników oświaty.
- IV.1.3.2. Stworzenie i aktualizowanie mapy oferty edukacji kulturowej pod kątem typu prowadzonych działań, rozmieszczenia w dzielnicach, cykliczności i dostępności oferty edukacyjnej.
- IV.1.3.3. Wyodrębnienie programu grantowego, którego priorytetem będą systematyczne działania edukacji kulturowej kierowane do dzieci i młodzieży.



IV.1.3.4. Stworzenie Gdańskiego Programu Rozwoju Czytelnictwa.

IV.1.3.5. Zwiększenie dostępności oferty edukacyjnej wzmacniającej kompetencje uczestnictwa w kulturze, służące rozwijaniu aktywności twórczej i realizowaniu pasji, kierowanej do wszystkich grup wiekowych.

IV.1.3.6. Wzmacnianie współpracy organizatorów działań kulturalnych z gdańskimi uczelniami (dziedziny: muzyka, sztuki wizualne, nauki humanistyczne i społeczne, urbanistyka i architektura, zarządzanie kulturą) w celu współtworzenia oferty edukacji kulturowej.

Cel operacyjny IV.2.

Zwiększenie atrakcyjności Gdańska jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury.

Zadanie

IV.2.1. Wsparcie twórczości i działalności artystycznej.

IV.2.2. Wsparcie przedsiębiorczości kulturalnej i kreatywnej oraz zwiększenie gospodarczego znaczenia kultury w Gdańsku.

Kluczowe działanie

IV.2.1.1. Udostępnianie miejsc przeznaczonych do prowadzenia i prezentowania twórczości artystycznej oraz stworzenie spójnego systemu zasad przyznawania lokali na pracownie twórcze, w tym: wdrożenie Programu Otwartych Pracowni.

IV.2.1.2. Stworzenie jednolitego systemu ulg dla komunalnych lokali użytkowych wykorzystywanych na cele kulturalne.

IV.2.1.3. Stworzenie kompleksowego systemu wsparcia dla artystów, twórców, animatorów, kuratorów i promotorów, w tym: system grantowy, programy rezydencyjne, zakup dzieł.

IV.2.2.1. Stworzenie w ramach powstających inkubatorów przedsiębiorczości programów kierowanych do artystów wchodzących na rynek oraz dla przedsiębiorców działających w przemysłach kultury.

IV.2.2.2. Realizacja projektów kulturalnych angażujących do współpracy jednostki z różnych sektorów m.in. szkoły, twórców, instytucje kultury, placówki badawcze oraz przedstawicieli biznesu.

Cel operacyjny IV.3.**Wzmocnienie ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia Gdańska poprzez kulturę.**

Zadanie	Kluczowe działanie
<p>IV.3.1. Wsparcie i rozwój gdańskiej oferty kulturalnej i oferty spędzania czasu wolnego o ponadlokalnym i międzynarodowym potencjale.</p>	<p>IV.3.1.1. Wyodrębnienie strategicznych marek i produktów kulturowych o ponadlokalnym i międzynarodowym potencjale oraz wzmocnienie ich poprzez podnoszenie jakości infrastruktury, finansowania i promocji.</p> <p>IV.3.1.2. Rozwój oferty produktów turystyki kulturalnej – unikalnych produktów, jak np. szlaków poznawania Gdańska, stworzonych w oparciu o kluczowe idee i elementy tożsamości Gdańska, takich jak: wolność i otwartość, dziedzictwo Solidarności, dziedzictwo postindustrialne, bursztyn, port, morze, Kaszubi, II wojna światowa, Hanza, Jarmark św. Dominika, Jan Heweliusz, Daniel Fahrenheit, Hans Memling, Artur Schopenhauer, Daniel Chodowiecki, Günter Grass, Filip Kluwer, Hugo Conventz, tradycje muzyczne, miasto wielu kultur, system fortyfikacji miejskich i inne wynikające ze specyfiki miasta.</p> <p>IV.3.1.3. Tworzenie zintegrowanych pakietów turystycznych uwzględniających ofertę noclegową, restauracyjną, kulturalną oraz spędzania czasu wolnego w Gdańsku.</p> <p>IV.3.1.4. Wspieranie działań kulturalnych o znaczeniu ponadlokalnym: sieci współpracy, koprodukcji oraz zagranicznych prezentacji prac artystycznych.</p> <p>IV.3.1.5. Koordynacja i wzmacnianie współpracy branży turystycznej.</p> <p>IV.3.1.6. Rozwój systemu informacji turystycznej oraz przystępnej komunikacji i oznakowania wielojęzycznego w przestrzeni miasta.</p> <p>IV.3.1.7. Wypracowanie standardów komunikacji gdańskich instytucji kultury kierujących swą ofertę do zagranicznych odbiorców, w tym: poprzez wielojęzyczne opisy prac, katalogi, strony internetowe, wzrost jakości obsługi.</p>



IV.3.2. Promocja oferty kulturalnej i turystycznej Gdańska w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej.

IV.3.3. Inwestycje o znaczeniu ponadlokalnym i międzynarodowym w sferze kultury i turystyki.

IV.3.1.8. Dbałość o zachowanie dziedzictwa kulturowego, materialnego i niematerialnego w oparciu o istniejące instrumenty, w tym: prawne i finansowe, takie jak: status pomnika kultury, wpis do rejestru zabytków, ochrona konserwatorska, system zachęt dla inwestorów podejmujących ochronę obiektów zabytkowych, ochrona historycznego krajobrazu miejskiego, dbałość o zachowanie i rozwój dziedzictwa mniejszości narodowych i etnicznych, w tym języka kaszubskiego, oraz różnorodności kulturowej.

IV.3.2.1. Zintegrowanie działań promocyjnych w zakresie marki miasta i gdańskiej oferty kulturalnej z uwzględnieniem różnych grup docelowych.

IV.3.2.2. Promocja i komunikacja oferty kulturalnej Gdańska z uwzględnieniem strategicznych obszarów kultury, produktów flagowych, gdańskich instytucji kultury, szlaków kulturowych, obiektów dziedzictwa kulturowego, parków kulturowych, szlaków zwiedzania.

IV.3.2.3. Promocja i komunikacja oferty turystycznej i oferty spędzania czasu wolnego w Gdańsku.

IV.3.2.4. Udział w sieciach współpracy, w międzynarodowych organizacjach kulturalnych i turystycznych.

IV.3.3.1. Modernizacja istniejących miejsc kultury i sztuki.

IV.3.3.2. Kontynuacja działań rewaloryzacyjnych obiektów o istotnym znaczeniu historycznym, kulturalnym i turystycznym.

IV.3.3.3. Nowe inwestycje w obszarze kultury, rozrywki i spędzania czasu wolnego.

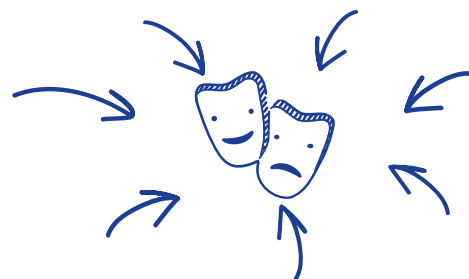
Cel operacyjny IV.4. Podnoszenie jakości zarządzania w kulturze i turystyce.

Zadanie	Kluczowe działanie
<p>IV.4.1. Wspieranie rozwoju kompetencji osób działających w kulturze i turystyce.</p>	<p>IV.4.1.1. Utworzenie stałego punktu konsultacji i doradztwa dla twórców kultury w takich dziedzinach jak: prawo autorskie, księgowość, pozyskiwanie finansowania i innych.</p> <p>IV.4.1.2. Stworzenie programów rozwijania kompetencji kierowanych do liderów działalności kulturalnej, animatorów, managerów kultury, edukatorów, kadry nauczycielskiej, przedstawicieli branży turystycznej.</p>
<p>IV.4.2. Monitorowanie i ewaluacja działalności w obszarach kultury, turystyki i spędzania czasu wolnego.</p>	<p>IV.4.2.1. Prowadzenie i udostępnianie badań dotyczących gdańskiej kultury.</p> <p>IV.4.2.2. Prowadzenie i udostępnianie badań dotyczących rynku turystycznego oraz usług czasu wolnego.</p>



5. POWIĄZANIA Z INNYMI PROGRAMAMI OPERACYJNYMI

Oddziaływanie innych Programów Operacyjnych na osiągnięcie celów Programu Operacyjnego KULTURA I CZAS WOLNY:



INTEGRACJA SPOŁECZNA I AKTYWNOŚĆ OBYWATELSKA

– rozwinięcie i uspołnienie systemu usług i działań służących rozwojowi rodzinnemu i osobistemu mieszkańców Gdańska przyczyni się do zwiększenia uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej gdańszczan. Wzrost aktywności mieszkańców oraz zwiększenie ich roli w kreowaniu polityk miejskich przyczyni się do wzmocnienia identyfikacji z miastem.



EDUKACJA

– wspieranie rozwoju osobistego mieszkańców oraz kształtowanie ich postaw poprzez edukację kulturową przyczyni się do zwiększenia uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej oraz do rozwijania poczucia tożsamości gdańszczan z miastem. Wprowadzenie nowych, atrakcyjnych form edukacji kulturowej sprzyjać będzie aktywizacji dzieci i młodzieży do uczestnictwa w kulturze.



ZDROWIE PUBLICZNE I SPORT

– działania przewidziane w obszarze sportu i rekreacji w dużym stopniu stanowią element oferty związanej z czasem wolnym. Jednym ze sposobów uatrakcyjnienia i tym samym podniesienia konkurencyjności oferty kierowanej do turystów jest kreowanie produktów turystyki aktywnej bazujących na bogatych walorach przyrodniczych Gdańska i infrastrukturze sportowo-rekreacyjnej.



INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

– poprawa konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw, poprzez wzrost dochodów gdańszczyzan, przyczyni się do zwiększenia uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej. Dobrze prosperujący sektor przedsiębiorstw będzie sprzyjał rozwojowi kultury dzięki różnym formom mecenatu. Wzmacnianie postaw przedsiębiorczych i innowacyjnych wesprze i rozwój przemysłów kreatywnych. Ekspansja międzynarodowa gdańskich firm i organizacji zwiększy ponadlokalne i międzynarodowe znaczenie gdańskiej kultury. Przyciąganie inwestycji i osadzanie się w Gdańsku wysoko wyspecjalizowanych firm przyciągnie pracowników o wysokich wymaganiach w zakresie oferty kulturalnej miasta.



PRZESTRZEŃ PUBLICZNA

– wysokiej jakości przestrzeń publiczna, odpowiednio wyposażona i uporządkowana, umożliwi jej szersze wykorzystanie jako sceny dla działalności kulturalnej. Realizacja wydarzeń kulturalnych w przestrzeni publicznej zachęci do uczestnictwa w kulturze mieszkańców oraz zwiększy atrakcyjność Gdańska jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury.



INFRASTRUKTURA

– wykorzystanie zasobów komunalnych miasta na pracownie dla twórców kultury oraz do realizacji projektów kulturalnych otworzy przestrzeń dla wydarzeń i inicjatyw kulturalnych, wpłynie na zwiększenie atrakcyjności Gdańska jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury oraz zwiększenie uczestnictwa mieszkańców Gdańska w kulturze i aktywności kulturalnej.

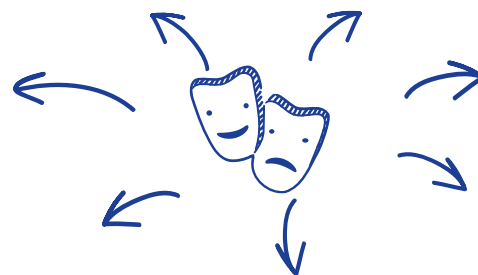


MOBILNOŚĆ I TRANSPORT

– poprawa warunków dla ruchu pieszego i rowerowego oraz zwiększenie atrakcyjności transportu publicznego będą sprzyjać obecności ludzi w przestrzeni publicznej, która może być sceną wydarzeń i inicjatyw kulturalnych. Przełoży się to na wzrost popytu na kulturę, zarazem stymulując jej rozwój. Poprawa dostępności transportowej miasta ułatwi organizację wysokiej rangi wydarzeń kulturalnych, sprzyjając wzrostowi ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia gdańskiej kultury. Łączenie oferty transportu publicznego z wydarzeniami kulturalnymi stanowi jeden z elementów zachęcających mieszkańców do udziału w tych wydarzeniach.



Oddziaływanie Programu Operacyjnego KULTURA I CZAS WOLNY na osiągnięcie celów innych Programów Operacyjnych:



INTEGRACJA SPOŁECZNA I AKTYWNOŚĆ OBYWATELSKA

– kultura jest jednym ze skuteczniejszych narzędzi integracji społecznej. Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych czy zaangażowanie w działalność instytucji kultury zwiększa szansę na podniesienie poziomu włączenia społecznego. Wzmacnianie życia kulturalnego w dzielnicach podniesie potencjał społeczności lokalnych. Kultura jest źródłem wartości stymulujących rozwój społeczny i mobilizuje gdańszczan do większego włączenia się w życie publiczne. Uczestnictwo w kulturze oferuje mieszkańcom Gdańska możliwość rozwoju osobistego, budowania relacji i wzmacniania zaufania społecznego. Aktywność kulturalna może również inspirować do podejmowania lokalnych inicjatyw, jak i wyrażania siebie za pomocą twórczych środków wyrazu.



EDUKACJA

– zwiększenie uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej mieszkańców Gdańska, w tym promowanie czytelnictwa, będzie elementem procesu wspierania rozwoju osobistego. Udział w kulturze sprzyja nabywaniu kompetencji niezbędnych w innych dziedzinach życia, wzmacnia kreatywność i umiejętność samodzielnego myślenia. Opracowanie i wdrożenie Gdańskiego Programu Edukacji Kulturowej służyć będzie kształtowaniu postaw młodych gdańszczan.



ZDROWIE PUBLICZNE I SPORT

– zwiększenie uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej mieszkańców Gdańska sprzyja budowaniu otwartej postawy, zacieśnianiu kontaktów społecznych oraz kształtowaniu zaufania społecznego. Są to istotne składniki zdrowego stylu życia.



INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

– wzmocnienie wizerunku Gdańska jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury oraz wzrost ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia gdańskiej kultury zwiększy atrakcyjność osiedleńczą, co – poprzez rynek pracy – przełoży się na wzmacnianie konkurencyjności i innowacyjności gdańskich przedsiębiorstw. Zwiększenie gospodarczego znaczenia kultury polegać będzie na rozwoju przemysłów kreatywnych, a więc bardzo konkurencyjnego i innowacyjnego sektora gdańskich przedsiębiorstw.



ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA

– wzmocnienie ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia gdańskiej kultury sprzyjać będzie wizerunkowi miasta jako ośrodka sukcesu gospodarczego. Bogate życie kulturalne jest jednym z czynników lokalizacji zwiększających skuteczność przyciągania inwestorów z branż zatrudniających pracowników o wysokich kwalifikacjach.



PRZESTRZEŃ PUBLICZNA

– działalność instytucji kultury w przestrzeni publicznej wzbogaci ofertę, zwiększy uczestnictwo mieszkańców w przedsięwzięciach kulturalnych, co może wpłynąć na wzmocnienie funkcjonalności i tożsamości tej przestrzeni.













6. ZGODNOŚĆ Z KRAJOWYMI I REGIONALNYMI DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI

Zapisy Programu Operacyjnego Kultura i Czas Wolny są zgodne z celami **Strategii Rozwoju Kraju do roku 2020**. Jego realizacja w szczególności przyczyni się do realizacji składowej wizji Polska 2020 odnoszącej się do realizacji aspiracji kulturalnych i cywilizacyjnych, co ma przełożyć się na wzrost zaufania społecznego, jak i osiągnięcia celów: I.3 – Wzmocnienie warunków sprzyjających realizacji indywidualnych potrzeb i aktywności obywatela (I.3.2. – Rozwój kapitału społecznego), II.4 – Rozwój kapitału ludzkiego, III.1 – Integracja społeczna, oraz III.2 – Zapewnienie dostępu i określonych standardów usług publicznych. Program Operacyjny jest również spójny z celami strategicznymi **Narodowej Strategii Rozwoju Kultury 2004–2020** i jej programami operacyjnymi oraz **Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020**. Program Operacyjny Kultura i Czas Wolny jest zgodny ze **Strategią Rozwoju Kapitału Społecznego do 2020 roku**, w tym przede wszystkim

z celem szczegółowym 4 – Rozwój i efektywne wykorzystanie potencjału kulturowego i kreatywnego. Niniejszy Program Operacyjny jest także zgodny z celami operacyjnymi **Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020**: 1.1 – Wysoka efektywność przedsiębiorstw, 1.3 – Unikatowa oferta turystyczna i kulturalna, 2.2 – Wysoki poziom kapitału społecznego, oraz 2.3 – Efektywny system edukacji. Wpisuje się on również w oś priorytetową 2 – Przedsiębiorstwa, oś priorytetową 3 – Edukacja, oraz oś priorytetową 6 – Integracja, **Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014–2020**.

Zapisy Programu Operacyjnego zgodne są także ze **Strategią Obszaru Metropolitalnego Gdańsk–Gdynia–Sopot do roku 2030** i **Strategią Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych Obszaru Metropolitalnego Gdańsk–Gdynia–Sopot do roku 2020**.

7. WSKAŹNIKI REALIZACJI CELÓW OPERACYJNYCH

Cel operacyjny	Nazwa wskaźnika	Oczekiwany trend
IV.1. Zwiększenie uczestnictwa w kulturze i aktywności kulturalnej mieszkańców Gdańska.	IV.1.a. Dostępność dzielnicowych instytucji kultury w ocenie mieszkańców.	
	IV.1.b. Liczba osób, które skorzystały z oferty o charakterze kulturalnym i edukacyjnym w miejskich instytucjach kultury oraz w lokalnych centrach aktywności.	
	IV.1.c. Uczestnictwo mieszkańców w wydarzeniach kulturalnych w Gdańsku.	
	IV.1.d. Atrakcyjność oferty kulturalnej Gdańska w ocenie mieszkańców.	
	IV.1.e. Atrakcyjność oferty spędzania czasu wolnego w Gdańsku w ocenie mieszkańców.	
	IV.1.f. Dostępność informacji na temat imprez i wydarzeń kulturalnych oraz oferty czasu wolnego w Gdańsku w ocenie mieszkańców.	
	IV.1.g. Czytelnicy bibliotek publicznych w Gdańsku w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców.	
	IV.1.h. Liczba książek przeczytanych w ciągu roku przez mieszkańca Gdańska.	
IV.2. Zwiększenie atrakcyjności Gdańska, jako miasta sprzyjającego rozwojowi kultury.	IV.2.a. Liczba beneficjentów programów stypendialnych i rezydencjalnych prowadzonych przez Miasto Gdańsk.	
	IV.2.b. Liczba działań międzysektorowych realizowanych przez instytucje kultury angażujących np. placówki oświatowe, socjalne, twórców oraz przedstawicieli biznesu.	



IV.3. Wzmocnienie ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia Gdańska poprzez kulturę.	IV.2.c. Liczba lokali komunalnych udostępnionych do działań kulturalnych i artystycznych.	↗
	IV.3.a. Liczba wydarzeń i imprez kulturalnych i rozrywkowych o znaczeniu ponadlokalnym i międzynarodowym finansowanych bądź współfinansowanych przez miasto.	↗
	IV.3.b. Liczba turystów krajowych przyjeżdżających do Gdańska.	↗
	IV.3.c. Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Gdańska.	↗
	IV.3.d. Odsetek turystów, których głównym celem przyjazdu do Gdańska jest udział w wydarzeniach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych.	↗
	IV.3.e. Atrakcyjność oferty kulturalnej Gdańska w ocenie turystów.	↗
	IV.3.f. Liczba pakietów turystycznych dostępnych na rynku w danym roku.	↗
	IV.3.g. Przystępność i jakość wielojęzycznego oznakowania miasta w ocenie turystów.	↗
	IV.3.h. Odsetek turystów, którzy poleciliby swoim znajomym lub rodzinie odwiedzenie Gdańska.	↗
IV.4. Podnoszenie jakości zarządzania w kulturze i turystyce.	IV.4.a. Liczba osób działających w kulturze i turystyce, które wzięły udział w działaniach podnoszących kompetencje (warsztaty, szkolenia).	↗
	IV.4.b. Liczba działań podnoszących kompetencje (warsztaty, szkolenia) skierowanych do osób działających w kulturze i turystyce.	↗