Warszawa, 26 października 2018

**(Na)dajemy kulturę!**

**Warszawskie domy kultury we wspólnej kampanii.**

**Zakurzona paprotka na oknie, szare linoleum i znudzona sekretarka pijąca kawę? Warszawskie domy kultury już dawno przestały przypominać swoje stereotypowe
PRL-owskie odpowiedniki. Współczesne domy kultury to nowocześnie zarządzane, dynamicznie zmieniające się instytucje z ogromnym potencjałem społecznym, miejsca twórczej energii, spotkań z drugim człowiekiem i projektów zmieniających świat. Co więcej, ostatnio połączyły swoje siły pod hasłem „(Na)dajemy kulturę!”, by wspólnie powiedzieć: razem możemy więcej!**

Warszawskie Domy Kultury to coś więcej niż sieć. To oddolna inicjatywa pracowników działających na rzecz rozwoju publiczności w dzielnicowych ośrodkach kultury, które – mimo że różnią się od siebie wieloma rzeczami: wielkością, repertuarem, sposobem zarządzania czy wysokością dotacji – mają wspólną misję, wartości, a także grupy docelowe, do których kierują swoje działania.

**Czym jest warszawski dom kultury dzisiaj?** To przestrzeń, w której warszawiacy znajdą coś dla siebie: dzieci - zajęcia, które rozbudzą w nich prawdziwą pasję, młodzież - warsztaty, podczas których zbuduje wiarę w siebie i własne możliwości, dorośli zaś przypomną sobie o swoich zainteresowaniach, na które nigdy nie było czasu. Poza tym koncerty, spektakle teatralne, stand-upy, wystawy, zajęcia z robotyki, animacji komputerowej, *social media*, *urban jungle*, chustowania czy innych aktywności, którymi interesują się mieszkańcy stolicy. Współczesne domy kultury to miejsca żywe, otwarte na lokalną społeczność, podążające za trendami i wskazujące kierunki działań.

Menadżerowie warszawskich domów kultury już dawno wyszli ze swojej strefy komfortu. Konsekwentnie uzupełniają swoje kwalifikacje, podnoszą kompetencje i co najważniejsze – wymieniają się doświadczeniami, m.in. dzięki realizowanym od kilku lat przez stołeczne Biuro Kultury wspólnie z Pełnomocnikiem Prezydenta Miasta ds. Edukacji Kulturalnej, Anną Michalak-Pawłowską projektom, tj. Warszawski Program Edukacji Kulturalnej, Laboratorium Edukacji Kulturalnej, czy też aktywnie działając w sieci ADESTE – projekcie Biura Kultury na rzecz rozwoju publiczności warszawskich instytucji kultury. Wszystko po to, by coraz lepiej odpowiadać
na potrzeby odbiorców.

**WIECZÓR W DOMU KULTURY CZY SERIAL „NA NETFLIXIE”?**

Ostatnie badania publiczności w Warszawie (*Aktywność kulturalna warszawiaków. Segmentacja,* m.st. Warszawa 2018) bardzo jasno wskazują, że uczestnictwo w kulturze nie oznacza już tylko konsumpcji tradycyjnie rozumianych dziedzin sztuki, jak literatura, muzyka czy malarstwo,
ale obejmuje znacznie szersze spektrum działań: oglądanie seriali, granie w gry, uprawianie własnej twórczości czy angażowanie w aktywność kulturalną dzieci przez ich opiekunów. Dlatego też rozwój publiczności warszawskich domów kultury wymaga dzisiaj zupełnie innych narzędzi
i innej wrażliwości niż jeszcze kilka lat temu. Trzeba zastanowić się nad tym, w jaki sposób na nowo zdefiniować rolę domu kultury w świecie, w którym zdemokratyzowała się twórczość, a instytucjami kultury stały się nowe media: Youtube, Instagram czy Netflix.

Proponowanie wszystkim takiej samej oferty kulturalnej w taki sam sposób nie ma już sensu. Zarówno programowanie, jak i komunikacja instytucji kultury powinny dostosować się nie do kryterium wieku, płci czy statusu społecznego, ale do grup składających się z podobnych sobie osób: o podobnych zainteresowaniach i wartościach, sposobach spędzania wolnego czasu czy oczekiwań dotyczących aktywności kulturalnej.

**WSPÓLNA KAMPANIA „(NA)DAJEMY KULTURĘ!”**

Kampania wizerunkowa warszawskich domów kultury ruszała we wrześniu 2018 od startu nowej wspólnej strony internetowej [**www.nadajemykulture.pl**](http://www.nadajemykulture.pl)**,** na której w szybki sposób można wyszukać dom kultury w swojej dzielnicy.

Dzięki wspólnej kampanii wizerunkowej warszawskie domy kultury wreszcie mają szansę zaistnieć na nowo w świadomości mieszkańców stolicy jako miejsca, z którymi można się identyfikować, w których warto bywać i w których warto się pokazać. Warszawska publiczność jest ogromna, a ośrodki kultury bardzo pojemne – trzeba tylko znaleźć sposób, jak je ze sobą połączyć.

**Warszawskie Domy Kultury biorące udział w kampanii**

**Białołęka**: Białołęcki Ośrodek Kultury

**Bielany**: Bielański Ośrodek Kultury

**Mokotów**: Centrum Łowicka, Dorożkarnia, Dom Kultury Kadr, Służewski Dom Kultury

**Ochota**: Ośrodek Kultury Ochoty

**Praga Południe**: Centrum Promocji Kultury Praga Południe, Prom Kultury Saska Kępa

**Praga Północ**: Dom Kultury Praga

**Rembertów**: Dom Kultury Rembertów, Dom Kultury Wygoda

**Śródmieście**:Dom Kultury Śródmieście

**Targówek**: Dom Kultury Zacisze, Dom Kultury Świt, Centrum Kultury i Aktywności

**Ursus**: Ośrodek Kultury Arsus

**Ursynów**: Dzielnicowy Ośrodek Kultury Ursynów

**Wawer**: Wawerskie Centrum Kultury

**Wilanów**: Centrum Kultury Wilanów

**Wesoła**:Ośrodek Kultury w Dzielnicy Wesoła

**Włochy**: Dom Kultury Włochy

**Wola**: Wolskie Centrum Kultury

**Kontakt dla mediów w sprawie kampanii**

Białołęcki Ośrodek Kultury: Karolina Szymańska, k.szymanska@bok.waw.pl, 571 352 513

Bielański Ośrodek Kultury: Anna Wierzbicka, wierzbicka.bok@gmail.com, 604 947 343

Centrum Łowicka, Agnieszka Jabłońska, ajablonska@lowicka.pl, (22) 845 50 62

Dom Kultury Praga: Katarzyna Sajewicz, k.sajewicz@dkpraga.pl, 725 060 005

Dom Kultury Zacisze, Marzena Szychułda, pr@zacisze.waw.pl, 603 852 763

Dorożkarnia: Iwona Okupska, iwona.okupska@dorozkarnia.pl, 608 453 194

**Więcej informacji:** [**www.nadajemykulture.pl**](http://www.nadajemykulture.pl)