

BM-032-1/21

Strategia MOCAM-u 2021-2025

Sens istnienia

- translacja/ transformacja/ transgresja indywidualnego języka sztuki na zbiorowy język kultury – ze wszelkimi konsekwencjami, nawet przemocą estetyczną, przy równoczesnym wysiłku interpretacyjnym i edukacyjnym, który ma służyć zapraszaniu wszystkich grup odbiorców do Muzeum,
- współtworzenie sieci artworldu – krytyczny dialog z pracami i twórcami,
- pisanie małej historii sztuki – paradygmatyczne decyzje o umieszczaniu dzieł sztuki w muzeum, inicjowanie i udział w dyskursie o wartościach,
- pielęgnowanie pamięci, goszczenie historii.

Tożsamość/ kluczowe wartości

- muzeum dla wszystkich, dostęp do sztuki jako uniwersalne prawo każdego,
- pomiędzy muzeum a galerią sztuki,
- dynamika, ruch, aktywność, płynność,
- eksperyment, odważne wystawy i wydawnictwa,
- sztuka jako narzędzie pielęgnowania wrażliwości, pobudzania do zadawania pytań, mierzenia się z tym, co wydawać by się mogło oczywiste,
- pamięć Holokaustu.

Wyzwania

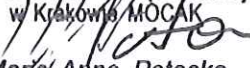
- Budowanie silnej, międzynarodowej pozycji MOCAM-u.
- Redefiniowanie doświadczenia sztuki – muzeum jako miejsce fizyczne i wirtualne, świadomie kreujące różnorodne sposoby komunikowania z odbiorcami. Muzeum jako miejsce żywe, reagujące na potrzeby odbiorców, spotykające się z ludźmi w ich naturalnych habitatach.
- Inkluzywność – poszukiwanie sposobów dotarcia do różnych środowisk, w tym wykluczonych.
- Zmiany w obrębie przestrzeni wystawienniczej – artyści tworzą przy użyciu nowych technologii, co w konsekwencji powoduje, że prace wymagają dużej wrażliwości i elastyczności wystawienniczej. Konieczność przygotowania przestrzeni do pokazywania prac VR/AR, robotów, prac z zastosowaniem AI, video etc.

- Cyfrowy sposób myślenia – praca nad strategią cyfrową integrującą cele organizacji poprzez rozpoznanie wartości płynących z urządzeń mobilnych oraz szerzej – zastosowania technologii cyfrowych w projektach muzealnych.
- Odpowiedzialność społeczna – konstruowanie tożsamości muzeum, jako przestrzeni dialogicznej, zarówno wobec wyzwań lokalnych, jak i globalnych. Wspieranie postaw krytycznych, refleksyjnych, intelektualnie zaangażowanych i twórczych.

Cele strategiczne

- **Rozwój zespołu**
 - utrzymanie wysokiego poziomu zaangażowania i kreatywności zespołu poprzez satysfakcjonujące warunki zatrudnienia i budowanie systemu motywacyjnego płacowego i pozapłacowego,
 - nabywanie kompetencji poprzez zespołową realizację dużych projektów wystawienniczych,
 - zarządzanie talentami i ścieżkami karier poprzez szkolenia i wspieranie rozwoju zawodowego,
 - budowanie interdyscyplinarnego zespołu do opracowania i realizacji koncepcji nowej przestrzeni muzealnej (Kossakówka).
- **Budowa Kolekcji, projekty wystawiennicze i wydawnicze**
 - pozyskiwanie dzieł sztuki zgodnych z ideą Kolekcji,
 - aplikowanie o fundusze ministerialne, udział w programach miejskich, udział w targach sztuki, współpraca z kolekcjonerami i mecenasami sztuki,
 - podjęcie współpracy i działań ze startupami technologicznymi i jednostkami naukowymi z tej dziedziny prowadzących do powstania muzeum rozszerzonego, wykorzystującego nowe technologie, m.in. VR/AR,
 - budowanie programu wystawienniczego i wydawniczego zgodnego z tożsamością Muzeum, podejmującego krytyczny dyskurs ze współczesnością,
 - organizowanie kooperacji międzynarodowych w projektach wystawienniczych i wydawniczych.
- **Inwestycje i remonty**
 - opracowanie dokumentacji technicznej i koncepcyjnej dla nowych przestrzeni muzealnych (Kossakówka),
 - pozyskanie gruntów, zakup działek przylegających do Kossakówki,

- pozyskanie nowej powierzchni magazynowej,
- usprawnienie systemu zarządzania budynkiem BMS,
- modernizacja systemu oświetlenia awaryjnego.
- **Komunikacja i edukacja**
 - rozwój kanałów komunikacji z odbiorcami i narzędzi promocji - m.in. social media (utrzymanie pozycji lidera w tym obszarze),
 - aktywność promująca Muzeum poprzez prezentację części kolekcji w ścisłym centrum Krakowa i prowadzenie tam Bookstore’u,
 - rozwój współpracy ze szkołami i instytucjami wspierającymi osoby wykluczone,
 - docieranie do odbiorców, którzy nie mają możliwości odwiedzenia Muzeum poprzez aktywność poza siedzibą MOCAK (np. autobus MOCAK),
 - poznawanie oczekiwań odbiorców, także w kontekście zmian demograficznych zachodzących w Krakowie, zwłaszcza w bezpośredniej bliskości MOCAK-u.
- **Działalność naukowo-badawcza**
 - prowadzenie działalności naukowej we współpracy z innymi instytucjami naukowymi Krakowa i międzynarodowymi,
 - organizowanie konferencji nowego typu, wykładów i innych eventów,
 - współtworzenie środowiska artworldu i budowanie międzynarodowej sieci współpracy,
 - rozwój naukowego profilu Wydawnictwa poprzez pozyskiwanie i publikowanie wartościowych tekstów w związku z przyznanymi Wydawnictwu punktami MNiSW.
- **Zarządzanie**
 - monitorowanie i aktualizacja strategii,
 - planowanie operacyjne,
 - zarządzanie procesami i projektami,
 - kontrola zarządcza,
 - wdrażanie systemów informatycznych wspierających zarządzanie.

DYREKTOR
Muzeum Sztuki Współczesnej
w Krakowie MOCAK

Maria Anna Potocka

