

**Aspiracje marki / obszar  
kreacji**

*Jakie są aspiracje marki i w jaki sposób są one wyrażane? Jak marka chce zmienić swój odbiór?*

Aspiracje marki wyrażają się w jej misji: Zobowiązane dziedzictwem regionu, dynamiką jego dziejów, wielokulturowością Muzeum Śląskie podejmuje się misji kreowania przestrzeni dla dialogu z przeszłością i dokonaniem współczesności w celu głębszego poznawania Śląska, Polski i Europy.

**Mamy / robimy to...**

*Jaki jest cel komunikatu?*

Poinformowanie, przypomnienie Polakom o fakcie, iż powstania śląskie miały fundamentalny wpływ na historię współczesną Polski (ukształtowanie granic, gospodarka kraju, świadomość wagi historii regionalnych). Zachęcenie do pielęgnowania pamięci o tych wydarzeniach oraz do podjęcia aktywności przez Polaków w sferze publicznej i obywatelskiej.

**...więc musimy  
powiedzieć o tym...**

*Przesłanie*

Ślązacy kierując się wolą samodzielnego decydowania o sprawach publicznych i społecznych, troską o sprawy wspólne, chęcią samostanowienia, zorganizowali się i stanęli z własnej inicjatywy, trzykrotnie w latach 1919, 1920, 1921 do powstań.

**...ludziom...**

*Komu konkretnie*

Mieszkańcom Polski w wieku 16 – 45, zamieszkałym w miastach powyżej 50 tys.

**... którzy w to uwierzą,  
ponieważ...**

*Wsparcie...*

Powstania śląskie były autentycznym, szczerym zrywem, wynikającym z potrzeby serc Ślązaków. Mieszkańcy Śląska cierpliwie krok po kroku (rok po roku, nie zniechęcając się pierwszymi niepowodzeniami), konsekwentnie dążyli do celu jakim było zamieszkanie na Śląsku będącym częścią niepodległej Polski oraz możliwość realizacji własnych ambicji i planów.

**... i wtedy stanie się to...**

*Oczekiwany rezultat*

Zwiększenie świadomości istoty i wagi powstań śląskich, wzrost pamięć zbiorowej Polaków w tym zakresie, zachęcenie do jej pielęgnowania. Wezwanie do podjęcia, wzorem przodków, aktywności w sferze publicznej i obywatelskiej we współczesnym wymiarze i do współodpowiedzialności.