

03 / Změna

03 / 2021

BULLETIN KREATIVNÍHO ČESKA





Kdykoli náš obsah najdete v online prostředí na webu kreativnicesko.cz, který spravuje Institut umění – Divadelní ústav (IDU). Dnes však držíte v ruce náš bulletin, do nějž vybíráme inspiraci k agendě kulturní politiky a podpoře zázemí kultury a kreativity. Vybrané texty a rozhovory byly zpracovány v roce 2020.

Děkujeme všem, kteří k tomuto obsahu přispěli, za jejich snahu o kreativní Česko.

**Vydává IDU jako svou 770. publikaci.
ISBN 978-80-7008-443-4**
Tento bulletin je vytištěn na recyklovaném papíře.

Koncept a editace:
Lucie Ševčíková

Texty:
**Magdalena Petráková (MP); Barbora Doležalová – překlad (BD);
Lucie Ševčíková (LŠ); Jana Návrátová (JN)**

Korektury:
Magdaléna Dudešková

Grafická úprava:
Lenka Linhartová

Foto:
Titulní strana: **Pieter Voorhout / Unsplash Photos**
Strana 02: **Delaney Van / Unsplash Photos**
Strana 13: **Kreativní Pardubice, Jihlava vzdělává kulturou, Kreativní Česko**

Tisk:
knihovnička.cz

Kontakt:
**idu.cz
lucie.sevcikova@idu.cz
kreativnicesko.cz**

©IDU, 2021

ÚVODNÍ SLOVO

Od změny ke změně

Máme za sebou rok nejistoty a nových pravidel. Někteří se ještě ohlížejí zpět a vyhlížíjí návrat do známých kolejí. Jiní si už začínají stavět koleje nové. Změna se děje právě teď, o slovo se hlásí kreativita. Stojí nám za zády a dychtivě čeká na přijetí. Rozmanitost řešení je dána pouze naší vůlí dát jí prostor.

Již rok vymýšlíme, testujeme, oscilujeme mezi fantazií a realitou, mnohem intenzivněji než dříve. Pro ty, kteří se živí tvorbou v kulturních a kreativních profesích, to podle všeho platí dvojnásob. Kultura usiluje o přežití. Z veřejné debaty však nezmizela, naopak. Přestože například scénická umění v Evropě přišla o 90 % svých obrátů a hudební sektor o 76 %, konzumenti potřebují umělecký zážitek či kreativní výrobky a služby čím dál víc. Paradox, nebo významný moment, kdy kulturní a kreativní sektor ve své křehkosti viditelně nabývá na významu?

Kromě toho, že celý kulturně-kreativní ekosystém v Evropě zaměstnává přes 12 milionů lidí, je kultura součástí i toho těžko měřitelného pilíře naší stability – dotváří mezilidské vztahy, naše zdraví a odolnost, podporuje firemní kulturu, diplomatická jednání, buduje komunitní život v obcích a regionech, ovlivňuje vzdělání a povzbuzuje osobní rozvoj. Vedle toho všeho nám umí zpřístupnit nelehká témata a pomáhá vstřebávat emoce, které přináší i otázka klimatu a potřeba adaptace. Jak do toho všeho zapadá veřejná správa a její strategické řízení? Jak na ní participovat a jakým způsobem témata nové reality posouvají umělci a kulturní organizace? To se dozvíte v našich rozhovorech a článcích. V nové rubrice Krátce připomínáme, co zajímavého se v poslední době událo v regionech a kulturní politice. Nebylo toho málo.

I my se naše aktivity snažíme posouvat od inspirace k praxi – držet v pohybu ozubená, do sebe zapadající kola kulturních a kreativních odvětví. A protože jsme si připustili, že změnu je možné odstartovat odkudkoli, v únoru tohoto roku jsme představili výzvu vládě #zakreativnicesko, jejíž součástí je možná i vaše město, kraj či organizace. Naše iniciativa spojuje přes 550 asociací, organizací, firem, jednotlivců i zástupců veřejné správy. Náš požadavek se vztahuje k aktuálně projednávanému Národnímu plánu obnovy, ale cítíme, že plní jen první kroky v mnohem delší cestě ke změně, kterou máme v Česku ještě před sebou.

Zdraví vás

Lucie Ševčíková / editorka webu Kreativní Česko



Lucie Ševčíková je součástí sekce Institutu umění v IDU od roku 2011. Podílela se na koordinaci a výstupech výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. Spolupracovala se Společností pro kreativitu ve vzdělávání v roli konzultanta kreativity na základní škole v Brně, kde nyní žije. V IDU spravuje projekt Kreativní Česko, je šéfredaktorkou webu a organizuje setkání pro aktéry kulturní a kreativní sféry a úředníky.

„K přenastavení je třeba několika zásadních věcí, z nichž nejdůležitější je upřímně vnímat, co se děje, co funguje, co ne a co by se mohlo zlepšit.“

Charles Landry / expert na kreativní byrokracii / strana 09

„Poprvé máme šanci, aby se historie neopakovala. Nejde nyní jen o zákon džungle, kdo odpadne, ale v krizi umíme také vymyslet věci a posunout se.“

Yemi A.D. / tanečník / strana 19

„Rolí kraje je v první řadě uvědomit si, jakou sílu a potenciál kultura má – sama za sebe, díky hodnotám, které nese. Ale také to, že kreativita, která z kultury vychází, má potenciál ovlivňovat další rozvoj regionu.“

Kateřina Churtajeva / vedoucí odboru kultury / strana 14

„Říká se, že naše děti budou pracovat v oborech, které dnes ještě neexistují. Kulturní plánování je přesně takovým oborem.“

Olga Škočková / expertka na kulturní plánování / strana 05

Strategické plánování vzniklo jako východisko Z KRIZE

Plánování včetně toho kulturního se v době krize stává hmatatelnějším a může sehrát významnou úlohu ve snaze o zmírnění jejích dopadů. Svou hlavní roli má však hrát mimo nouzový stav. O čem je kulturní plánování ve 21. století a proč jeho správné pojetí rozhodně nešustí papírem? Odpovídala nám Olga Škočková, odbornice na participativní kulturní plánování v krajích a obcích.



01
Facilitace setkání s veřejností v obci Lichočevěs při přípravě konceptu rozvoje území obce.
Zdroj: Olga Škočková

Plánování včetně toho kulturního se v době krize stává hmatatelnějším. V krátkém čase jsou promýšlena a realizována mnohá opatření a je vidět jejich okamžitý dopad. V krizi čelíme problému a jednáme v koordinaci s druhými s cílem problém řešit a zmírnit jeho dopady. Pokud tento proces rozložíte do delšího času a odmyslíte si vysokou míru urgency, umíte si představit význam plánování. Krize vyvolává nutnost a motivaci jednat synergeticky. Za běžné situace taková urgency většinou neexistuje, ve hře je mnoho zájmů, které nemají jednoznačné společné jmenovatele, dopady konání nevidíte hned, vyjednávání o prioritách jsou komplikovanější. Spontánní motivace většiny lidí ke strategickému plánování a jednání tak klesá. A právě proto se proces plánování musí zakládat na datech, ale zároveň by měl také zohledňovat emoce, aby existovala chuť věci realizovat, protože vám „nepomáhá stav nouze“.

Rozhovor s Olgou Škočkovou jsme naplánovali ještě před vyhlášením nouzového stavu. Všechny přípra-

vené otázky ohledně kulturního plánování a metodiky mapování tak dostaly nový význam i urgency.

Jaký je rozdíl mezi kulturní politikou a kulturním plánováním?

V praxi používané pojmy jsou v našem kontextu spíše plovoucí. Důležité je rozlišovat mezi dokumentem, který deklaruje nějaký obecný dlouhodobý přístup, asi bychom mu mohli říkat politika. A dokumentem, který v konkrétním čase a danými nástroji projektového řízení řídí změnu, čemuž říkáme spíše strategie. Zároveň je třeba velmi intenzivně pracovat na tom, aby všechny zainteresované strany (aktéři, veřejná správa, politická reprezentace) začaly odlišovat řečneme „politiku podpory umění“, jejímž „klientem“, příjemcem opatření, jsou kulturní aktéři, od širší kulturní politiky, v jejímž hledáčku jsou obyvatelé, tedy ti, kterým kulturní aktéři poskytují své služby. Kulturní plánování pak přidává do oblasti nový rozměr, aktivně pracuje s prostorem lokality a rozvojem infrastruktury a zapojuje aktéry i obyvatele. Je tedy intenzivní

kombinací strategického a územního rozvoje, což je na západ od nás obecně mnohem běžnější praxe. Další chaos do všeho vnáší dnes skloňovaná kulturní a kreativní odvětví (KKO). Zjednodušeně řečeno se část strategie podpory KKO kryje s politikou podpory umění (zejména tam, kde se jedná o podporu neziskové sféry), ale ta druhá část vytváří nové agendy, které se týkají podpory podnikání.

Co se vlastně v kultuře dá plánovat?

Námítka, že v kultuře nejde plánovat, je nesmysl. Nejde o to, plánovat výstupy kultury, ale plánovat podmínky pro rozvoj kultury na základě potřeb odečtených z „terénu“. Právě absence strategie (způsobu řízení změny v interakci s prostředím) může být příčinou některých zkostnatělých zvyklostí, které kulturní obec kritizuje. Nejde tedy o nic výjimečného ani zvláštního. Strategické plánování a řízení je běžným nástrojem řízení změny (nejen) veřejnou správou a samosprávou v kterékoli oblasti: od oblasti sociální až po rozvoj

dopravy. Koncepční dokument pro rozvoj kultury – jakožto výstup kulturního plánování – se tak ocitne vedle plánu udržitelné mobility, místního akčního plánu vzdělávání nebo plánu pro zmírňování dopadů klimatické změny.

Potřebujeme stále základní osvětlu?

U nás je bohužel kulturní plánování zahaleno předsudky a dezinterpretacemi. Ještě generace řekněme 55+ má plánování spojené s předchozím totalitním režimem, kde šlo často právě o plánování výstupů kultury, respektive jejich cenzuru. Rozumím tomu, ale jde o nepochopení smyslu plánování, u mladší generace se pak často jedná o ne-reflektované přebírání klíše. Aktéři v jiných oblastech života se v tomto smyslu emancipovali. Řekla bych, že dnes nikdo nebude rozporovat užitečnost komunitního plánu sociálních služeb – tedy plánu, jak různí poskytovatelé sociálních služeb budou spolupracovat na nabízení služeb klientům v daném teritoriu a jaké podmínky bude pro poskytovatele vytvářet veřejná správa. Pokud to formulujete tímto způsobem, myslím si, že je jasné, že obdobně to platí i pro kulturu. (Ovšem cílové skupiny nemusí mít takovou urgenci potřeby, aktéři nemusí nutně cítit potřebu spolupráce, ale v momentě, kdy jde o podmínky pro jejich práci, na kterou má vliv veřejná správa, potřeba koordinace a plánu sílí.)

Jak si představit samotný proces kulturního plánování?

Plánovací proces má čtyři základní části. Zaprvé popis stavu a prostředí a aktuálních trendů (analýza). Zadruhé vyhodnocení znalostí – například na základě dynamiky mezi tím, co se daří a co ne, co můžeme a na co nemáme vliv, co jsou vnější trendy, co je třeba nebo co je výhodné řešit prioritně (syntéza). Zatřetí základní koncept toho, kam bychom asi chtěli dospět (návrh strategie pomocí vize a cílů). A čtvrté podrobnější popis činností a aktivit, kterými bychom chtěli vytyčeného dosáhnout, a toho, kde na ně vezmeme peníze.

Při participativním plánování v každé z výše zmíněných částí procesu pomocí strukturované diskuse zapojujete jak kulturní aktéry, tak veřejnost. Na závěr procesu plán schvalují zvolení zástupci – zastu-

pitelé obce. Strategický plán totiž není nic jiného než strukturovaná dohoda na tom, co chceme společně změnit a jak to nejlépe udělat. Prakticky se pak realizace strategie stává součástí systému projektového řízení v instituci, která je jeho nositelem, tedy městského úřadu, jeho manažerem je vedoucí oddělení nebo odboru kultury.

Kdo by měl být povolaný k interpretaci získaných dat?

Část analýzy představuje čistě proces vyhodnocení kvantitativních dat (financování, kulturní nabídka, infrastruktura a další). Potom je třeba o datech diskutovat. Aktéři mají svoje znalosti a zkušenosti, které pak formují výsledky diskuse. Diskutovat má pracovní skupina, která se skládá z odborníků z úřadu (z kultury, cestovního ruchu, památkové péče, školství, územního rozvoje etc.) a pak z lidí zastupujících jednotlivá kulturní a kreativní odvětví, kteří rozumí tomu, co potřebují, aby mohli rozvíjet svoji činnost pro publikum ve městě. Právě skrze diskusi se vytváří společná představa o obrazu situace a sbírá se společná energie k následné akci jak uvnitř úřadu, tak ve spolupráci s aktéry. Zní to velmi banálně, ale není to vždy samozřejmost. Když potřebujete, aby aktéři stáli za vámi, musíte se s nimi bavit!

Jak zajistit, aby kulturní mapování probíhalo co nejvíce nezávisle a objektivně?

Především si myslím, že je dobré nemít předsudky, že veřejná správa

chce proces vést netransparentně. Existují obecné metodiky strategického plánování od ministerstva pro místní rozvoj, které jsou platné, a veškeré plánování se na tato obecná pravidla musí odkazovat. Obsahují také doporučení pro zapojování různých skupin stakeholderů, kterými je možné se řídit. Je důležité si předem stanovit, jak bude proces probíhat (v jakých krocích), složit pracovní tým, připravit harmonogram, stanovit, kdy budou zveřejněny výsledky, kdo a kdy se může zapojit, a o všem otevřeně komunikovat. Stačí standardní nástroje, které město má – web, noviny. Proces kulturního plánování si samozřejmě přímo říká o něco navíc, o kreativní prezentaci, vlastní vizuální styl projektu, určitě to pomůže k nalákání kulturních aktérů k účasti.

Jakou roli tedy může kulturní plánování sehrát v současné krizi způsobené koronavirem?

Společnost si musí udržet náladu a kreativitu, aby byla schopna dostat se z toho ven, obnovení setkávání a mezilidské interakce je klíčové. Existují různé slogany evropských kulturních politik, jeden z nich zní: „Kulturní instituce jsou obývkem města.“ Jsou jakýmsi vnitřním veřejným prostorem. Užívání veřejného prostoru je samozřejmě zdarma, do institucí se platí vstupné. Některé veřejné instituce mají ale cíleně za účelem budování vztahu s publikem části prostor, kde lze jen tak pobýt, setkat se, načerpat inspiraci. Myslím si, že



tato jejich role by měla do budoucna posilovat. Je to cesta, kterou jdou například veřejné knihovny. Ředitelka jedné knihovny na moravskoslezském pomezí jednou řekla: „Když byla krize v roce 2010, knihovna byla narvaná lidmi.“ A já dodám: „Kdo sedí doma v depresi, nic nevymyslí.“

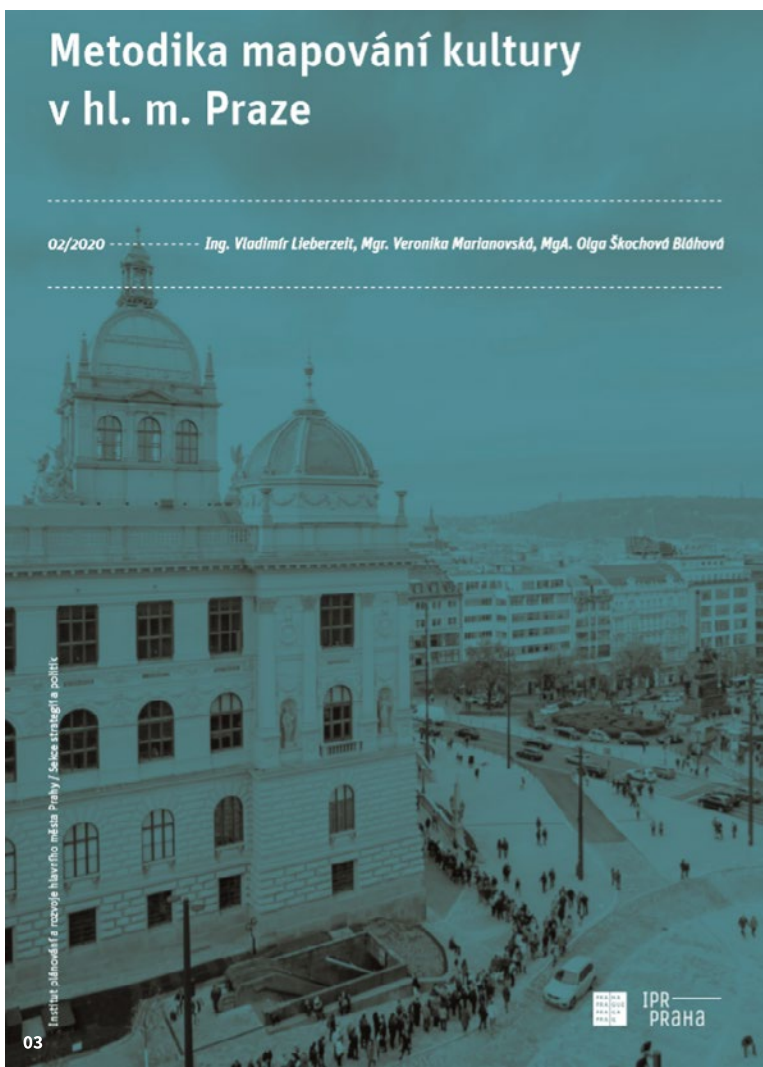
Je zajímavé sledovat, jak v době koronakrize města i kraje v České republice přistupují ke kultuře. Kdo podléhá klíše o zbytnosti kultury a kdo se na kulturu dívá bez předpoklů a věcně. Tedy s pocitem, že kultura je jako jakákoli jiná oblast a platí, že „potom“ se bude škrtat jako jinde, a teď ji podporujeme stejně jako jiné postižené oblasti. Kdo se ptá, zda nástroje, které kultura má, mohou sloužit k řešení krize v akutní fázi i k řešení střednědobých a dlouhodobých dopadů? Koho tato otázka ani nenapadne? Jen když si otázku položíme, můžeme vršit konkrétní odpovědi, ale je třeba se k ní vůbec dostat. Kulturní organizace si ji položily velmi rychle. Záhy bylo jasné, co se bude dít, a odpovědi nabídl, myslím si, dost.

Jaké nástroje mají města v oblasti kultury?

Nástroje mají města většinou dost podobné. Otázkou je jejich kvalita a míra užití. Města mají: příspěvkové organizace, dotační systém (jednoletý nebo víceletý), možnosti propagace – městské weby, turistické portály, tisk, vlastní majetek... Mohou za různých podmínek poskytovat zvýhodněné pronájmy, iniciovat spolupráci vlastních příspěvkovek s nezřizovanou scénou, dále – pokud na to slyší dopravní podnik – mohou nabízet dotovanou reklamu v dopravních prostředcích. Mohou podporovat síťování aktérů a pomáhat budovat jejich kapacity a know-how.

Doporučujete zřízení nějaké platformy pro komunikaci s kulturními aktéry, jakou je například Brněnský kulturní parlament?

Komunikační platforma je výborný a velmi účelný nástroj vyzkoušený ve světě. Město může investovat své kapacity do síťování aktérů. Často si neuvědomuje, že na jeho straně jsou kapacity i autorita pro to, aktéry pozvat ke společné diskusi nad nějakým tématem – nejen kvůli tomu, co se chystá, ale i za účelem vzájemného síťování. Ale pozor, setkávání musí mít náplň



a jasný cíl, jinak se aktéři, kteří jim věnují svůj čas zdarma, „utahají“ a přestanou o ně mít zájem.

Je možné pouštět se do kulturního mapování nebo plánování bez přímé podpory či zapojení samosprávy, nebo dokonce jí navzdory?

Mapování i plánování smysl má, každá zájmová skupina může plánovat svůj rozvoj. Pokud ale chce peníze od veřejné správy, dříve či později s ní musí jednat. Aktéři mají dobrou znalost svého prostředí, a pokud ji zformují a podpoří znalostí dat, může jim pomoci v argumentaci a komunikaci s politiky i zaměstnanci úřadu. Fungují nejrozličnější oborové platformy, které v tomto smyslu samozřejmě slouží potřebám jednotlivých odvětví, na formulování znalostí o místním prostředí mohou spolupracovat i univerzity. Má-li být ale cílem rozvoj města (skrze kulturu), tak klíčovou roli pochopitelně hraje samospráva, která musí být hybatelem.

Praha má oproti krajským městům výhodu, že má Institut plánování a rozvoje (IPR). Může

být toto pracoviště vzorem pro další města?

Krajská města nebo kraje mají často lepší výchozí pozici než Praha. Velmi zjednodušeně řečeno v Praze je konceptní práce, již prezentuje IPR, oddělena od výkonu, který prezentuje úřad, jenž si u IPRu konceptní práci objednává (samozřejmě ne všechnu, část zpracovává sám). Na jednu stranu je to výhoda, Praha má nesrovnatelně větší kapacity jak na analytickou práci, tak na plánování. Na druhou stranu ti, kdo připravují koncepci, pak nejsou těmi, kdo ji naplňují. Vyjednat úzkou spolupráci mezi úřadem a IPRem na přípravě strategie není jednoduché, podobně jako to, aby úřad, který následně má koncepci naplňovat, k ní měl silný „ownership“. Stejně jako není jednoduché shodnout se na tom, jak efektivně zapojit aktéry. Na obcích i na krajích (které někdy také disponují samostatnou institucí pro konceptní práci) je vždy silný odbor strategie a rozvoje, který, pokud funguje dobře, má současně vliv jak na finance, tak na řízení a také na realizaci strategie, s tím,



Olga Škočková je průkopnicí oboru strategického rozvoje kultury na úrovni měst a krajů v Česku. Tvořila tým Kreativní Prahy, participovala na Metodice mapování kultury v hl. m. Praze. Stála u zrodu společnosti ONplan, která poskytuje komplexní služby v oblasti revitalizace a rozvoje měst. Je expertní hodnotitelkou Národní sítě Zdravých měst. Vedla zpracování oblastí kultury v aktualizaci Strategického plánu hl. m. Prahy. S týmem sdružení KVAS vytvořila v roce 2009 historicky první kulturní strategii v Česku pro město Plzeň, které kandidovalo na titul Evropské hlavní město kultury 2015.

že dílčí koncepce řeší v koordinaci příslušné odbory. Tedy v něčem je IPR vzorem, ano, dělá inovativní koncepční práci, která může být inspirací.

Praha má svou Metodiku mapování kultury v hl. m. Praze, která byla publikována v únoru 2020 a na které jste se podílela. Je metodika přenositelná i do jiných měst?

Metodika je rozhodně přenositelná. Zaměřili jsme se v ní na pět témat: na kulturní infrastrukturu, financování kultury, subjekty kulturních a kreativních odvětví, kulturní akce a kulturní chování obyvatel. Zvážit je třeba pouze kapacity na mapování a u některých témat mapování se ptát, zda mapování má smysl pro malá města (typicky kvantitativní mapování kulturních a kreativních odvětví). Něco naopak v menších městech půjde lépe, a to čistě z toho důvodu, že pracujete s menším územím a menším množstvím dat (například mapování kulturní infrastruktury).

Když se podíváme na vaši vlastní praxi, mohla byste nám popsat genezi svého působení v oboru? Jak jste se k těmto tématům dostala a kde jste se vzdělávala?

Říká se, že naše děti budou pracovat v oborech, které dnes ještě neexistují. Kulturní plánování je přesně takovým oborem. Když jsem studovala, tak u nás tento obor ještě neexistoval. A pokud vím, i dnes ho lze studovat jen okrajově v rámci oboru kulturní geografie, kulturologie a nejsem si jistá, zda je součástí studia Arts managementu na VŠE. Trh s kulturním plánováním sem vnesl projekt Evropské hlavní město kultury. Město Plzeň si jako první – po vzoru Lince, kterému tehdy kvalitní strategie přinesla podstatné body k vítězství – vytýčilo, že si pořídí komplexní kulturní strategii. My jsme tehdy s kolegy ze sdružení KVAS uspěli ve výběrovém řízení a tím jsme se stali experty na kulturní plánování (smích).

Své zkušenosti sbírám v praxi. Je to „learning by doing“. Poté, co jsem měla za sebou několik realizovaných projektů, jsem byla pozvána na IPR, abych se podílela na zpracování Strategického plánu hl. m. Prahy v oblasti kultury společně s Davidem Kašparem a dalšími. Následně jsme vedení IPRu předložili projekt Kreativní Praha, který na

zkušební období cca tří let zajistil tým, jenž měl za úkol připravit agendu kulturního mapování a plánování. Ten se následně přetavil do interních kapacit zaměřených na analýzu a projektový tým, který by měl spíše hrát agenturní roli a měl by mít autonomii vlastní instituce zřizované hlavním městem Prahou, což je aktuálně v procesu. Vlastně jsme byli účastníky inovačního procesu budování kapacit pro kulturní plánování v Praze.

Jak si představit vaši agendu v ONplanu?

Jsme konzultanty, kteří pomocí koučinku pomáhají městu v podstatě vytvořit si vlastní znalosti. Vedeme proces mapování a analýzy a garantujeme po dohodě s městem rovné zapojení všech aktérů. Rozšiřujeme po dobu trvání projektu kapacity města o know-how v plánování i čistě manažerské kapacity na realizaci.

Zapojujeme do práce na koncepci kultury experty úřadu z různých odborů, často se stává, že se při spolupráci setkají poprvé, neboť je dosud nenapadlo, že spolu jejich práce souvisí – průkopnické je zejména spojení s územním rozvojem. V tomto ohledu se ONplan snaží v našich podmínkách aplikovat kombinaci strategického a územního rozvoje, o kterém byla řeč na začátku. Součástí našeho týmu jsou odborníci na rozvoj území. Největší radost mi dělá, když někoho učíte a on získanou znalost zařadí mezi své standardní pracovní procesy, tím vzniká inovace a zároveň se rozvíjí samostatnost – dotýčný vás už nepotřebuje.

Můžete uvést nějaké příklady zajímavé praxe kulturního plánování?

Dlouhodobě sleduji například Pardubice. V roce 2012 Štěpánka Fraňková v roli radní s gescí kultury iniciovala přípravu kulturní koncepce a následně ji v roli primátorky v roce 2013 spustila ve spolupráci s radním Františkem Bendlem. Tím byly nastartovány různé procesy, které se dnes od Pardubic učí jiní. Dali dohromady víceletý dotační systém, relativně kvalitní marketing pro kulturní akce ve městě, cíleně proměnili letní program ve městě – v létě se dříve v Pardubicích nekonalo prakticky nic, strategie napomohla i rozběhnutí projektu Gočárových mlýnů jako kulturního

klastru ve městě. Současný vedoucí oddělení kultury Ing. Martin Karas se pustil i do tak náročného tématu, jako je posilování dostupnosti kultury pro sociálně i kulturně znevýhodněné skupiny.

Aktuálně pracujeme pro Královéhradecký kraj. V procesu nás však zastihla koronakrize. I díky tomu, že je do spolupráce od začátku zapojena marketingová specialista, Odbor kultury a památkové péče pod vedením Mgr. Kateřiny Churtajevy velmi rychle přeřadil na vyšší rychlost a krizi využil k rozjezdu komunikační a networkingové platformy pro kulturu, která je prezentována na webu prokreativitu.cz. Okamžitě se tak začala řešit jedna z potřeb aktérů – lepší komunikace a síťování –, která vyvstala z analýzy. Microsite přitom původně sloužila pouze jako informační podpora pro realizaci strategie a komunikační platforma byl vzdálený výhled.

Nakolik se ve své práci vztahujete k zahraničním příkladům dobré praxe?

Metodické materiály, ze kterých vycházíme, jsou britské, kanadské i německé. Existuje skvělý Cultural Planning Toolkit kanadské provenience. Kanaďané mají vynikající experty přes kulturní plánování, jako je třeba Nancy Duxbury. Ráda se vztahuji k platformě Agenda 21 pro kulturu, jejíž přeložení do češtiny jsme iniciovali na IPRu. Snaží se prosadit kulturu jako čtvrtý pilíř konceptu udržitelného rozvoje na úrovni OSN a přináší řadu inspirativních příkladů dobré praxe z různého prostředí. Bohužel u nás je Agenda 21 velmi málo známá. Fascinuje mě dívat se na radikálně odlišné oblasti světa, třeba i ty nejchudší, a vidět, jak obrovskou sílu tam kultura má. Tam vidíte tu sounáležitost mnohem intenzivněji.

LINKS

Agenda 21_Proč musí kultura být centrem udržitelného městského rozvoje?



→ čtěte článek online



čas na K U L T U R U a kreativní veřejnou správu

Přinášíme překlad textu světoznámého experta na koncept kreativních měst Charlese Landryho. Léta se obrací na veřejnou správu a motivuje nadané úředníky, aby vnesli do praxe svůj kreativní potenciál a uměli efektivně a tvůrčím způsobem řešit výzvy současnosti. Jeho esej byla publikována jako součást Evropského summitu kreativního sektoru (ECIS), který se uskutečnil online letos v říjnu.



Úvod

Otřásla s námi zcela mimořádná krize v podobě pandemie. Zásadní, skutečně niterná kolektivní životní zkušenost, která se současně dotkla všech osmi miliard lidí na planetě. První v naší historii. Přinesla s sebou dramatické převrácení priorit, hluboké zamyšlení nad současným stavem věcí a jeho přehodnocení. Jsme svědky toho, že naše civilizace je jen „tenkou vrstvou řádu, kterým překrýváme chaos událostí“. Vidíme, jak je naše společnost křehká a zranitelná a jak jsme nepřipravení. Duchem doby je tak rostoucí úzkost a nejistota ze světa, který jsme přestali poznávat.

Pandemie nám ukázala, že ekonomické nastavení společnosti je materiálně nákladné, sociálně nespravedlivé a zhoubné pro životní prostředí. Všechny významné globální společnosti se shodují na

tom, že jsme se ocitli uprostřed systematické krize a že s přístupem „nechme věci běžet, jak jsou“ se daleko nedostaneme.

Nevyhnutelná transformace je vlastně kulturním projektem, protože se týká našich hodnot, a někteří namítají: „Problém je v zažitém modelu, hlupáku.“ Co je tedy „moje role jako kulturní instituce nebo kulturního aktéra“ a „jak můžu přispět“ nebo „jak můžou moje schopnosti jako storytelling, design thinking nebo gamifikace pomoci zajistit odolnější společnost pro budoucnost“? A konečně „jak se naše veřejná správa může stát kreativnější“?

Transformace s sebou nese potřebu nových argumentů na obhajobu důležitosti kultury v nových podmínkách a užití nového a přiléhavějšího jazyka, který by uměl vystihnout naše vnitřní touhy a potřeby. Pandemie a zbystření,

které si vyžádala, přinesly vyjasnění i zmatek. Nezvyklá situace umožnila nahlédnout možné varianty budoucnosti nejen v oblasti digitálních technologií.

Říká se, že všechno zlé je pro něco dobré – i tato krize v sobě ukrývala jistou příležitost. Na malý moment jsme viděli, jak se pandemie stala dosud největším experimentem v boji proti klimatické změně, když díky karanténním opatřením došlo k významnému snížení emisí. Dýchali jsme čistší vzduch, slyšeli zpívat ptáky a měli čas zamyslet se nad tím, jak žijeme. Vlády nabízející kompenzace a pomoc mnoha společnostem mohly na oplátku nárokovat větší šetrnost vůči životnímu prostředí. Tato příležitost se bohužel s postupem času jeví jako promarněná.

Kreativní byrokracie

Na tomto místě přichází do hry veřejná správa a záměrně zde mluvíme o „kreativní byrokracii“, i když to někomu může znít jako oxymoron. Rádi bychom našim úředníkům (ve státní a krajské správě či samosprávě) dali najevo, že často představují skryté potenciál a zásobárnu neobjevených talentů, které bychom tímto chtěli nechat vyniknout – víme, že se v jejich řadách nachází velké množství neznámých hrdinů, kteří pomáhají měnit věci k lepšímu. Veřejná správa není všechno, ale bez ní se toho mnoho nedá. Administrativa je stejnou měrou o rutině jako o schopnosti reagovat na měnící se okolnosti a potřeby. To vyžaduje přístup, který je principiální v dodržování určených strategií, ale zároveň flexibilní při volbě aktuální taktiky k jejich naplnění, přičemž musíme být připraveni na nepředvídatelné.

01
Charles Landry založil Festival kreativní byrokracie. V září 2020 se konal jeho třetí ročník. Zdroj: @CreativeBureaucracyFestival

Naše principy nás vedou a předsta-
vují pomyslnou trajektorii, po které
jdeme, přičemž ty nejzásadnější
jsou neoddiskutovatelné, jako
například usilování o udržitelnost
nebo zahrnutí těch, o kterých se
jedná, do rozhodovacího proce-
su. Toto jsou kritéria, kterými se
řídíme za všech okolností. Naopak
být takticky flexibilní znamená, že
jsme schopni ve způsobu, jakým
se ke stanovenému cíli dostává-
me, využít nové příležitosti a těžit
z nich v budoucnu. Při rozhodování
ale vždy dbáme na naše základní
principy.

Abychom tedy mohli zdárně
čelit globálním změnám, potře-
bujeme nápaditou, přizpůsobí-
vou, energickou, zodpovědnou
a důvěryhodnou veřejnou správu.
Právě taková může být naší pevnou
páteří při potýkání se s dopady ce-
losvětové pandemie a klimatickou
krizí, zároveň se může spolupodílet
na lepším využití zrychlené digitali-
zace ve prospěch občanů.

Naším cílem je pomoci veřejné
správě, aby se cítila povolanější
a sebevědomější při řešení velkých
kulturních, společenských, eko-
nomických, environmentálních
a politických výzev dnešní doby.
Vedou nás následující tři otázky,
pomyslné tři pilíře našich úvah:

■ Jaké jsou pravomoci veřejné
správy; kde může nastavit nové
pobídky a kde je naopak vhodné
zavést omezení?

■ Jak se dá oživit a rozvinout
vnitřní život veřejné správy a mo-
tivovat instituce, aby naplňovaly
svůj plný potenciál, když jsou jejich
vnitřní systémy tak rigidní?

■ Jak může veřejná správa
přehodnotit a oživit svůj vztah
s občany a komerčním sektorem?

Aby bylo něco takového možné,
úředníci musejí pracovat v kultu-
ře a struktuře, která je otevřená
k rozvoji jejich potenciálu a hledání
nejlepších řešení. Neobejdeme

se bez změny v uvažování od „ne,
protože“ k „ano, když“.

Existuje mnoho kreativně smýš-
lejících úředníků, kteří podporují
změnu ve veřejném sektoru a činí
ho stále efektivnějším. Vyskytují se
na všech úrovních veřejné správy.
Rádi bychom je podpořili a propo-
jili s podobně smýšlejícími kolegy
z jiných institucí. Spolu s partner-
skými organizacemi z různých zemí
chceme vytvořit globální iniciativu
a věříme, že tohle by mohl být
její začátek. Jednou z vlajkových
lodí projektu je Festival kreativní
byrokracie v Berlíně (Creative
Bureaucracy Festival). První ročník
v roce 2018 navštívilo přes 1200 lidí
z dvaceti zemí světa. Letos proběhl
třetí ročník v distanční podo-
bě, kterého se zúčastnili lidé ze
čtyřiceti zemí, a zároveň probíhaly
sesterské akce v mnoha dalších
městech. Rodící se iniciativu chá-
peme jako platformu pro propaga-
ci toho nejzásadnějšího, co veřejná
správa reprezentuje, a sice zájmu

o veřejné blaho. Zároveň se snaží-
me motivovat veřejné samosprávy
k tomu, aby fungovaly způsobem,
ze kterého bude mladým lidem
zřejmé, že jde o moderní instituce,
které mohou udávat směr. Doufá-
me také, že iniciativa s sebou při-
nese pozitivní vlnu, která inspiruje
pro rozvoj veřejného blaha i další
lidi ze soukromého i veřejného
sektoru.

Kulturní a kreativní sektor

Pojďme se vrátit k potenciálu
kultury. Mnoho z nás neodolá
hledání původního normálu
a cesty k včerejšku, který se nevrátí
a zůstane tak vysněným místem
a bezpečným nebem. Všichni im-
provizujeme, osvědčené a prověře-
né je podrobováno tvrdé zkoušce
a kulturní a kreativní sektor a kul-
turní instituce po celém světě se
učí jednat rychle, být přizpůsobivé
a adaptovat se na digitální platfor-
my nebo objevit nové způsoby spo-
lečenských setkání a v neposlední
řadě řeší, jaké služby a produkty
můžou nyní nabídnout.

V oku hurikánu je těžké
vyhlížet, co přijde, s pozitivním
očekáváním, zvláště když je
kulturní sektor jedním z nejvíce
zasažených. Přesto nám pandemie
pomohla vrátit se zpátky k velkým
výzvám, se kterými chtěli mnozí po
kultuře pomoci už před pandemií.
Říká se, že krize je příležitost ke
změně a neměli bychom ji promar-
nit, protože tak veliký šok s sebou
nese i větší duchapřítomnost
a pozornost k bytí. Při přemýšlení
v širším horizontu se mohou vyjevit
nové skutečnosti.

Víme už, že v těžkých časech se
uchylujeme ke kultuře, která nám
pomáhá navozovat pocit pospoli-
tosti, společenské soudržnosti
a udržovat naše duševní zdraví.
Krize otevřela bránu z jednoho svě-
ta do druhého, nového, nemáme
ale žádnou přesnou mapu, podle
které bychom se mohli řídit. Přesto
mohou kulturní instituce a profe-
sionálové z kreativního sektoru
vytvořit pomyslný kompas, který
nás současnou složitou situací
provede, a zároveň se mohou stát
prostředníky dialogu mezi starým
a novým a pomoci se adaptovat na
nové podmínky.

Krize se může stát příležitostí
pro přehodnocení zažitých domně-
nek o kultuře a názoru na její místo
ve společnosti. K tomu docházelo
už spolu s první vlnou pandemie,

kdy stále více lidí po celém světě
začalo vnímat kreativní sektor a na
něj navázané instituce jako čtvrtý
pilíř udržitelnosti (viz. Jon Hawkes:
The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning, 2001) a zdroj houžev-
natosti a odolnosti. Vezměme
například volání sítě ICOM po
novém definování smyslu muzeí.
Tento reset nám umožňuje klást
velké otázky týkající se našeho
publika a návštěvníků, obsahu
a dramaturgie, sbírek a zastoupení,
technického provedení, desig-
nu i funkce a funkčnosti budov,
dobročinných projektů či rozvoje
publika. Odpovědi na tyto otázky
se mění v čase, v současnosti jsme
si uvědomili, že je třeba se nad nimi
zamyslet s ohledem na priority
v době pandemie.

Pokud se snažíme pojmenovat
nejzásadnější hodnoty, potenciál
a hnací sílu kreativního sektoru
od designu přes scénická umění
po kulturní instituce jako muzea
nebo galerie výtvarného umění,
můžeme si povšimnout několika
přesahových témat napříč obory,
která jsou pro lidi zvláště v době
pandemie velmi významná.

UKOTVENÍ A OSOBITOST

Tvůrci nám mohou svými příběhy
přiblížit, kým jsme, odkud jdeme
a kam směřujeme. Tím, že nám
díky pozornosti ke kulturní spe-
cifičnosti ukáží, co je na daném
místě pozoruhodné a zvláštní. To
může podnitit naši představivost
a zájem o svět. Muzea naopak
nabízejí možnost zpomalit. Ve
zrychlujícím se světě může být
muzeum oázou klidu, úkrytem,
místem pro přemýšlení. Cítíme se
zde bezpečně.

PROPOJENÍ A KOMUNIKACE

Klíčovým úkolem aktivit a produk-
tů kreativního sektoru je navázání
kontaktu, pomoc objasnit smysl
nebo vytvořit význam, udržovat
dialog nebo zkrátka pobavit. To se
týká i kulturního dědictví a muzeí,
zvláště pokud se možnost interpre-
tace přenáší do digitálního světa
a můžeme skrze virtuální realitu
nahlédnout nové světy a zažít
překvapivá dobrodružství díky
počítačovému hrám.

Dalším aspektem, který je
třeba vzít v potaz, je to, že naše
přelétavá mysl touží neustále klikat
na nové a nové podněty, zároveň
však hledáme větší hloubku, jejímž

zdrojem mohou být právě muzea,
galerie či objevování kulturního
dědictví. V dnešním roztěkaném
světě potřebujeme pracovat s po-
zorností uvážlivě. Je to zároveň
svět, kde je potřeba zdvořilost,
vzhledem k tomu, že úroveň veřej-
né debaty neustále klesá, stejně
jako vůle hledat společnou řeč.
Nedostatek empatie a respektu
přispívá k rozpadu komunikace
a komunity. Naše kulturní instituce
a kreativní sektor mohou pomoci
úroveň veřejné debaty zvyšovat.

MOŽNOSTI A POTENCIÁL

Důležitým rysem kreativního
sektoru je jeho potřeba objevovat.
Navíc pozorujeme zvyšující se
tendenci posunu od konzumentů
k produkcím zákazníkům
(z anglického *prosumer* – spojení
producer a *consumer*), podobně
pak stále dostupnější technologie
umožňují více lidem tvořit a šířit
svou práci. Navzdory velkým medi-
álním korporacím a jejich převlá-
dajícímu narativu se objevují stále
častěji participativní formy designu
a tvorby. Tento veřejný zájem
mohou pomoci rozvíjet veřejné
instituce jako muzea a galerie.

VZDĚLÁVÁNÍ A AMBICE

Digitální revoluce zrychlená
nástupem pandemie otevírá nové
možnosti zvláště pro distanč-
ní vzdělávání a nabízí více než
efektivní práci s nástroji pro online
videokonference. Kreativní sektor
může pomoci s rozvojem virtu-
álních studoven, které by lépe
pracovaly s emocemi a imerzními
prvky. Technologie zároveň nabí-
zejí možnost léčit na dálku nebo
využívat digitální nástroje pro
vzdálený přístup na těžko dosa-
žitelná nebo nebezpečná místa.
Tradiční vzdělávací instituce dnes
více než kdy dřív přehodnocují svůj
přístup k výuce, muzea a galerie
tak ve spojení s technologiemi
mohou nabídnout nové možnosti
pro propojení výzkumu, vzdělání
a zábavy.

PŘEDSTAVIVOST A INSPIRACE

Vizionářský rozměr umění, kultury
a kreativního sektoru napříč akti-
vitami, službami a produkty nám
může pomoci při hledání podob
budoucnosti, ve které chceme žít.
Umí nás přenést do sféry mimo
každodenní realitu. V minulosti po-
skytovalo podobné spirituální zá-
žitky náboženství, zvláště pak hro-





Charles Landry (nar. 1948 ve Velké Británii) je autor, řečník a poradce pro budoucnost měst a popularizaci konceptu kreativních měst. Je zakladatelem a ředitelem Festivalu kreativní byrokracie. Propaguje inovace a experiment ve veřejném sektoru, motivuje a sdružuje ty, kteří na všech úrovních vlády bojují za společné dobro a umí měnit věci k lepšímu. Landry předkládá příklady toho, jak se podniky, občanský svět, kreativní ekonomika a veřejný sektor mohou navzájem učit, aby byly efektivnější, inovativnější a atraktivnější.

03
Motto organizátorů festivalu zní: „Neobejdeme se bez změny v uvažování od ‚ne, protože‘ k ‚ano, když‘.“
Zdroj: @CreativeBureaucracyFestival

madná shromáždění v chrámech, kostelech či mešitách. Přítomnost rituálů a rituálních míst nabývá v sekularizované společnosti na důležitosti, snad proto jsou muzea a galerie občas označovány jako „katedrály postindustriálního věku“.

Výše jmenované aspekty jsou málokdy obsaženy v jediné události, službě, výrobku, výstavě nebo instituci zároveň. Přesto, pokud je vezmeme v potaz jako soubor, je potenciál kulturního a kreativního sektoru zcela zřejmý. V zásadě umí vytvářet různé zóny setkávání, které jsou často mostem mezi individuálním a kolektivním zážitkem.

Mnoho z toho, o čem zde mluvíme, se už v určité míře děje, ale vzhledem k probíhající pandemii je prioritou zamyšlení situaci znovu podrobit zamyšlení, protože okolnosti jsou zcela jiné než předtím. K přenastavení je třeba několika zásadních věcí, z nichž nejdůležitější je upřímně vnímat, co se děje, co funguje, co ne a co by se mohlo zlepšit.

Požadavek na přenastavení současného stavu věcí se opírá o tři zastřešující body. Přeformulování hodnoty kultury v její samotné podstatě, v tom, jakým může být nástrojem, a v tom, jaké má institucionální podoby (viz. John Holden: *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*, 2006); kulturní instituce je třeba vnímat od základu jako věc veřejnou, která patří bez rozdílu nám všem – máme na ni všichni stejné právo, zároveň vůči ní máme všichni stejné povinnosti. Tento občanský majetek je znakem velkorysé společnosti a poskytuje páteř městskému životu, je otevřený všem a všichni z něj mohou čerpat užitek. V neposlední řadě pak celý kreativní sektor, představují čtvrtý pilíř udržitelného rozvoje, a to díky přidané hodnotě, jakou představují pro zdraví, blahobyt, společenskou odpovědnost, pocit sounáležitosti a sebeuvědomění, ekonomický růst a další. Tento rámec potvrzuje, co všechno kulturní a kreativní průmysly mohou nabídnout, a dokládá, jakou zásadní úlohu kulturní instituce hrají, pokud „umí měnit svá slova v činy“ a jsou skutečně otevřenými místy, která stojí na spolupráci a partnerství. Jen tak může být jejich potenciál zcela naplněn.

Proč je tak důležité vše definovat znovu? Nové okolnosti a zvláště pak hrozba ekonomické krize a rostoucí nerovnost ve společnosti vyžadují, aby měla kultura vyjasňovanou a dobře obhájenou vlastní roli ve společnosti, při řešení problémů a vytváření příležitostí. Přichází doba tvrdých rozhodnutí – bude třeba najít prostředky na sociální bydlení a podporu infrastruktury, stejně jako na vyšší náklady na kreativní sektor či muzea a galerie; bude třeba více financí pro zdravotnictví, na velké výstavní projekty, nová kulturní centra nebo experimentální digitální platformy.

Vracíme se tedy ke kreativní byrokracii a jejímu politickému kontextu. Veřejná správa by měla v rámci své agendy dobře pracovat se všemi proudy kulturní nabídky – avantgardním, populárním i sociálně angažovaným – a zároveň pečovat o kulturu veřejné debaty a veřejného vystupování. Fungují totiž ve vzájemné souhře. Každý svým způsobem zároveň konfrontuje zábavní průmysl, který klade důraz na zábavu a spotřebu, a i když může být do jisté míry obohacující, je pro něj rozhodující poptávka trhu a neváhá vyrábět předžvýkané a vytěžené produkty jen pro vidinu zisku. Zvláště mladí lidé pak rozlišují v kulturním obsahu jen málo a nezatěžují se tím, co je „vysoké“ a „nízké“. Kultura možná může bez aktivního zapojení veřejné správy fungovat samospádem, ale pokud instituce veřejné správy (a jejich veřejné financování) máme, bylo by dobré, aby věděly koho, co, proč a jak podporují.

Autor textu: Charles Landry



MOVING FROM A 'NO, BECAUSE' TO A 'YES, IF' CULTURE

03

LINKS

Původní text:

ECIS 2020 (Evropský summit kreativního sektoru) / Zelená kniha. Právě teď by měla přijít ke slovu kultura a kreativnější přístup k veřejné správě / Charles Landry.



→ čtěte článek online



KRÁTCE. akce / projekty / novinky

TEXTY
LŠ

JIHLAVA

Pokud chcete vědět, co je kreativní vzdělávání a jak ho nastavit, můžete se zeptat v Jihlavě. Zuzana Demlová nám na podzim pověděla o evaluaci projektu Jihlava vzdělává kulturou, který třetím rokem podporuje i magistrát města. Není potřeba nabídku přizpůsobovat systému, ale hledat způsob, jak pomocí uměleckých projektů rozvíjet měkké dovednosti, hodnoty a postoje škol i žáků. Jde o nastavení vztahů mezi kulturními institucemi, školami a magistrátem. Projekty hodnotí pozitivně žáci i učitelé. Jejich vznik podporuje nově zavedený grantový okruh města s alokací až 500 tisíc korun.



PODCAST

Kreativní Česko má svůj nový podcast. Nasajte praxi těch, kteří berou talent a tvorbu jako kapitál více do hloubky. Představujeme zákulisí zajímavých projektů, které roztáčí kola kulturních a kreativních odvětví. V prvním díle se seznámíte se Zdeňkou Hubáček Kujovou, principálkou kreativního hubu KUMST v Brně.



PARDUBICE

Kulturní akce a organizace mají v době pandemie povinnou pauzu. V Pardubicích budou ale po jejich opětovném otevření o něco přístupnější. Město přišlo s koncepcí, jejímž cílem je zpřístupnit kulturní a kulturně-volnočasové aktivity zdravotně či sociálně znevýhodněným. Některá opatření jsou zaměřena na lepší informovanost, jiná na rozšíření nabídky či bezbariérovost budov. K memorandu o spolupráci při naplňování koncepce se připojil i Pardubický kraj a jedenáct příspěvkových organizací.



UHERSKÉ HRADIŠTĚ

Město Uherské Hradiště si nechalo zpracovat v rámci projektu Hradiště chytře Strategii rozvoje kulturních a kreativních průmyslů (KKP). Dokument představuje střednědobý plán stanovující vizi budoucího stavu, cíle, priority i konkrétní opatření pro rozvoj sektoru v Uherském Hradišti a jeho okolí. Bylo zjištěno, že zde v KKP působí 1186 subjektů, počet zaměstnanců v sektoru činí přes 2200, přičemž obrát se šplhá přes 1,42 miliardy korun. Analýzy například zachytily, že 79 % aktérů by uvítalo vznik kreativního centra.



BRNO

V Brně se rozjíždí nový prostor, který nemá obdobu v celé republice. Je jím KUMST – Kreativní hub Brno. Zveme vás tímto k poslechu nového podcastu Kreativního Česka. V jeho prvním díle hovoříme s manažerkou KUMSTu. Zdeňka Hubáček Kujová vysvětluje, jak tento hub, který provozuje JIC, město Brno, Jihomoravský kraj a VUT Brno, vznikl, co nabízí za služby i to, proč je důležité se tímto způsobem zaměřit na podporu podnikatelů v kreativních odvětvích.



Královéhradecký kraj TVOŘÍ STRATEGII

Nejen města, ale i kraje mají vliv na formování a stav kulturního zázemí, péči o kulturní dědictví, dostupnost kulturního obsahu či rozvoj kreativního potenciálu. Mluvili jsme s vedoucí odboru kultury Kateřinou Churtajevou z Královéhradeckého kraje, kde se participativně tvoří strategie na roky 2021–2027. Ta už před samotným dokončením přináší pozitivní příklady.

Jaký je váš vztah ke kultuře a kudy vedla vaše cesta na odbor kultury?

Na kultuře mě zajímají a baví nikoli pouze samotné výstupy kulturních aktivit, ale především její potenciál pro rozvoj města nebo regionu. Měla jsem možnost několik let pracovat na severním Kavkaze a intenzivně prožívat situaci v regionu zničeném válkou, který byl o kulturu ve všech jejích projevech naprosto okleštěný, a zažila jsem tak na vlastní kůži, jak moc kultura kultivuje prostředí kolem sebe, a to i pro ty, kdo nejsou jejími přímými konzumenty. Už jenom to, že míváme plakáty na divadelní představení, výlohy knihkupectví nebo sochu ve veřejném prostoru, nám všem, celé společnosti, dává více, než si myslíme a uvědomujeme. Je to přesně ta samozřejmost, jejíž cenu si uvědomíme, až když o ni přijdeme. Abych to přirovnala k aktuálním prožitkům

– je to něco jako zdraví nebo to, že naše děti mohou chodit do školy.

Kde vidíte roli kraje v rozvoji kultury a kreativity a jejich uplatnění v širší praxi, sférách společenského a ekonomického života?

Kraj má velkou sílu ovlivňovat řadu věcí, a to i v kultuře, podpoře kreativity a dalších sférách. Ostatně dobrá správa území a kvalitní život v regionu jsou vepsány v samotném základním zadání pro existenci krajů. A je na nás, jestli tu kvalitu života budeme umět vnímat a argumentovat i přes jiné parametry, než jsou velké investiční akce, stavba silnic a podobně. Bez nich by samozřejmě rozvoj kraje nešel, ale kultivovaná, rozvinutá společnost ke svému rozvoji potřebuje také další složky života, materiální i nemateriální. Vždyť i dědictví obyčejné rodiny nespočívá jen v nemovitostech, ale

tvoří ho také společné vzpomínky, fotografie, obraz po předcích nebo rodinné recepty a obecně i životní styl. Stejně tak společnost definuje naše kulturní dědictví, hmotné i nehmotné, a schopnost kultivovat prostředí, ve kterém žijeme.

Rolí kraje je v první řadě uvědomit si, jakou sílu a potenciál kultura má – sama za sebe, díky hodnotám, které nese. Ale také to, že kreativita, která z kultury vychází, má potenciál ovlivňovat další rozvoj regionu. Kreativní řešení a kreativitu jako takovou lze uplatnit nejenom v kultuře, ale i obecně v inovacích a nových řešeních v mnoha oblastech našeho života.

Jaké konkrétní kroky se tedy krajské správě nabízejí, aby v tomto směru konala?

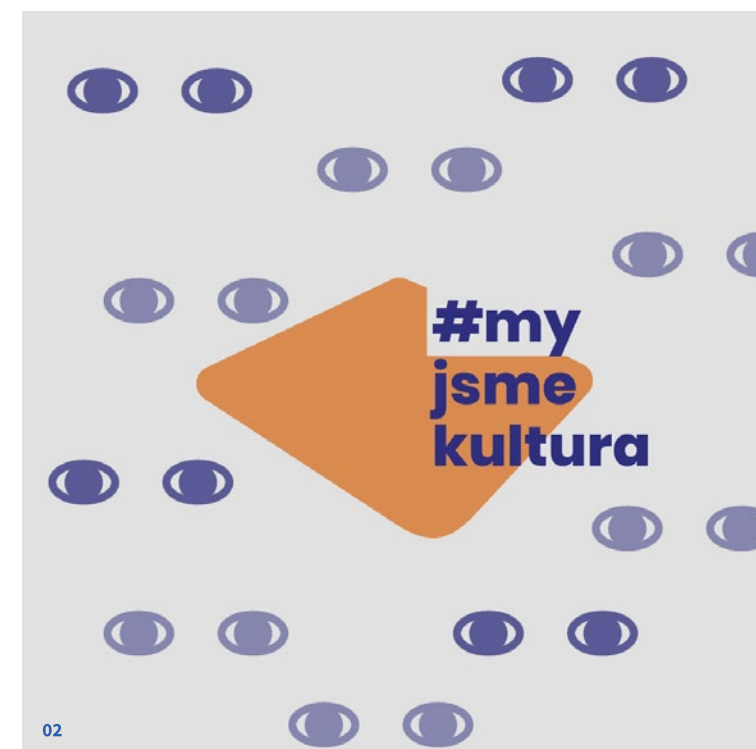
Čistě prakticky – kraj by měl vědět, jaké zdroje v oblasti KKO ve svém regionu má. Které obory tradičních

i nových oblastí jsou v regionu silné a jestli má na svém území výrazné kulturní podnikatele. S touto znalostí by pak měl co nejlépe stimulovat jejich rozvoj a pravidla spolupráce tak, aby z toho měli všichni co největší prospěch.

Stát a kraj mají nezastupitelnou roli v péči o jádrové obory KKO, jako jsou například výtvarná či scénická umění nebo tradiční řemesla. Instituce, které se uchovávání kulturního dědictví věnují, by pak pro svou práci měly mít co nejlepší podmínky, měli by v nich být progresivně myslící lidé, abychom pouze neuchovávali, ale také rozvíjeli. I to je úkol kraje. Kraj by měl obecně budovat a podporovat infrastrukturu pro tvůrčí spolupráci – místa pro setkávání inovativně uvažujících lidí, prostory, které inspirují, stimulují setkávání a tvorbu. A v neposlední řadě by měl být dobrou inspirací pro obce a další hráče v regionu. Umožňovat jim seznámit se a nahlédnout trendy v oborech kultury a kreativity. Jednotlivé hráče na svém území propojovat a pro setkávání vytvářet příležitosti. Motivovat obce ke kulturnímu plánování a podobně.

Když to shrnu – kraj by měl dobře znát své teritorium (tedy systémy si budovat exaktní a empirické datové sady), zprostředkovávat prostor pro setkávání a kreativitu (nejrůznějšími formami – od aktivit typu organizování setkávání až po budování a provoz inovativních center), pečovat o kulturní dědictví, ze kterého vychází inspirace, a přinášet do regionu nové trendy. A to vše s vědomím síly kreativity a kultury.

Některé z těchto cílů se snažíte realizovat. Velkou část naplňuje participativní tvorba budoucí strategie kultury a kulturního dědictví, která vzniká pro roky 2021–2027. Vy stojíte u jejího počátku. Jak tento projekt vznikl? Co lze doporučit jiným krajům v začátcích takového projektu? Myšlenka přípravy strategie kultury byla podporovaná krajskou náměstkyní pro kulturu Martinou Berdychovou. Měli jsme tedy pro projekt politickou podporu. Věci se daly do pohybu v roce 2018. Nešlo to kupředu nijak závratným tempem, člověk se při práci pro kraj musí přece jenom trochu obrnit trpělivostí, protože je to velký region a jde o složité rozhodovací procesy. Ale získali jsme prostřed-



ky, prošli úskalím veřejné zakázky a nakonec se do procesu přípravy strategie pustili. Externí partner – v našem případě společnost ONplan (Olga Škochová) – je pro nás klíčovou podporou. Příprava veřejné strategie, zvláště pojetá široce participativně jako u nás, je náročná a zkušený partner, který se kulturnímu plánování věnuje již řadu let, je dobrým průvodcem. Podstatné je také vyčlenit nějaké vlastní pracovní kapacity, protože strategii zpracováváte vedle svých běžných povinností, které se nezastaví. Výsledek za to ale určitě stojí. A nejen výsledek, už jenom cesta k němu je úžasnou příležitostí poznat region do detailu a pochopit jeho potřeby.

Jak tvorbu strategie ovlivnila pandemie?

Výrazně, jako veškerý náš život v posledním půlroce. Řada aktivit musela být přenesena do online prostoru, a to včetně velkých setkání. Není to vždy ideální, ale musíme se soustředit na výhody, které to přináší. Některé věci pandemie urychlila, například vybudování webu prokreativitu.cz, který v kraji spojuje kulturní aktéry, nebo řadu kampaní na sociálních sítích, které na pandemii reagovaly přímo (#potevřeno – jarní kampaň organizací v Královéhradeckém kraji, pod kterou byly soustředěny online aktivity), nebo jen volně (právě běžící projekt #myjsmekultura, v rámci něhož jsou představováni

jednotliví organizátoři a hybatelé kultury, kteří stojí za kulturními aktivitami v kraji).

To jsou ty víceméně formální vlivy pandemie na strategii. Ale pak jsou tu i ty obsahové. Domnívám se, že pandemie se do struktury kulturního podhoubí otiskne velmi výrazně, a to v řádu několika dalších let. Musíme promýšlet nejenom nové formáty práce s publikem, ale také nové způsoby veřejné podpory a vlastně i definovat účel a hlavní zadání pro řadu organizací. V tomhle ohledu vidím pandemii jako spouštěč a akcelérátor obrody celé kulturní sféry, obrovskou výzvu, ale i příležitost definovat, co a proč chceme do budoucna dělat.

Na webu prokreativitu.cz se objevuje i širší kontext, odkazy pro postižené dopady pandemie, tipy na letní kulturu v kraji. Jak jste nastavovali tuto stránku a jakou máte odezvu? Bude web udržitelný i po odevzdání strategie?

Očekávali jsme, že podobný web může být jedním z výstupů, opatření strategie, které budeme realizovat v příštím roce. Jarní pandemie však potřebu komunikace urychlila a web a facebookovou stránku jsme připravili rovnou. Jejich smyslem je – a to i do budoucna – poskytovat prostor, kde se budou virtuálně setkávat jednotliví hráči a kulturní aktéři z Královéhradeckého kraje. Kde můžou získat potřebnou informaci, podpořit se navzájem, sdílet dobré zkušenosti.



Kateřina Churtajeva je vedoucí Odboru kultury a památkové péče Královéhradeckého kraje. V předchozím profesním působení prošla diplomacií i neziskovým sektorem. Deset let strávila pracovním v zahraničí. Zajímá se o kulturu a rozvoj regionu jejím prostřednictvím.

01
V době koronakri-
ze se zrodil nápad
představovat
lidí, bez kterých
by kultura v kraji
nebyla. Cyklus
nese název
#myjsmekultura
Zdroj:
prokreativitu.cz

02
Participativní
strategie je
náročná a zkušený
partner, který
se kulturnímu
plánování věnuje
již řadu let, je do-
brým průvodcem.
Zdroj:
prokreativitu.cz





03
Proběhlo několik setkání nad různými fázemi strategie, v červnu se to povedlo naživo, na podzim se pokračovalo online.
Zdroj: prokreativitu.cz

Propojit se. Plus web samozřejmě informuje o procesu tvorby strategie. Dává možnost se zapojit, přihlásit se k probíhajícím seminářům a workshopům, komentovat vznikající text.

Bezprostředně také reagoval na covid, přinášel aktuální informace o možných změnách v dotacích a finanční podpoře.

Strategii jste zaměřili na oblast kultury (neziskovou sféru). Zabývá se váš či jiný odbor kraje i podporou podnikání, tedy kulturními a kreativními odvětvími?

KKO začínají být v Královéhradeckém kraji poměrně často skloňovaným termínem. CIRI, rozvojová a investiční organizace zřizovaná krajem, zavedla pozici koordinátora KKO. Stejnou pozici aktuálně obsazujeme i na odboru kultury. KKO se dostala do krajské rozvojové strategie a krajské RIS3. Vzniká nám zde kvalitní regionální spolupráce, rozkročená mezi kraj, univerzitu, rozvojovou agenturu a hospodářskou komoru, zapojilo se i město Hradec Králové a zájem projevuji i další partneři. Společně pracujeme na mapování prvních sektorů KKO. Nejdříve jsme se rozhodli zmapovat ta odvětví, která jsou využitelná pro vouchery, například se jedná o grafické a webové designéry.

Do (blízkého) budoucna uvažujeme o nasměrování kreativních voucherů nejenom k malým a středním podnikům, které jsou vymezené krajskou specializací RIS3, ale chtěli bychom též nabídnout podporovanou tvorbu kreativních produktů podnikatelům v cestovním ruchu nebo institucím, které pečují o kulturní dědictví.

Na odboru kultury také vnímáme potřebu definovat podporu kraje pro kreativní podnikatele, kteří zde realizují své aktivity, například organizátory velkých hudebních festivalů nebo tvůrce filmů. Mapování KKO a z něho odvozené návrhy na opatření budou součástí právě definované strategie.

Příprava strategie byla otevřená širší kulturní veřejnosti, jak čtete na webu, vedle toho byli zapojeni zástupci obcí a externí experti na kulturu. Jak jste nastavili koordinaci této široké spolupráce? Co tento proces podle vás obnáší a přináší?

Je to tak, možnost zapojit se a spoludefinovat strategii kultury pro kraj je otevřená opravdu všem. Na webu prokreativitu.cz průběžně uveřejňujeme aktuální informace z celého procesu, zájemci mají možnost se zapojit svými komentáři nebo se přihlásit k probíhajícím workshopům. Na počátku analy-

tické části jsme rozeslali dotazník na cca osm set adres v kraji, vrátila se nám asi čtvrtina odpovědí. Toto množství názorů již považujeme za vypovídající a jsme za něj rádi. Odpovědi jsme vyhodnotili a zahrnuli do analytické části strategie. Zapojili jsme samozřejmě také obce, které jsou pro kraj a jeho aktivity přirozeným partnerem. I obce vyplnily dotazník s řadou našich otázek. Na jaře, když to epidemická situace dovolila, jsme všech patnáct obcí s rozšířenou působností osobně navštívili. Byla to velmi inspirativní setkání, na kterých jsme se o obcích a jejich vztahu ke kultuře dozvěděli opravdu hodně. Někde jsme se setkali se starostou, jinde s úředníky, někde si k setkání přizvali hlavní představitele kulturního života v obci. Byl to opravdu zajímavý vhled do způsobu, jakým která obec o kultuře uvažuje a kolik jí přikládá významu.

Uspořádali jsme také několik setkání nad různými fázemi strategie, v červnu se to povedlo naživo, od podzimu musíme pokračovat online. Tato setkání, na kterých se potkali zástupci samosprávy, tedy zřizovatelé a podporovatelé kultury na jedné straně a kulturní aktéři na druhé, a diskutovali vedle sebe zástupci velkých i malých obcí, organizátoři sousedských akcí spíše komunitního rozměru

s kulturními podnikateli, kteří pořádají akce za desítky milionů, byla velmi obohacující pro všechny, protože bylo možno nahlédnout do způsobu uvažování a plánování těch okolo. K tvorbě strategie jsme samozřejmě přizvali všech čtrnáct krajem zřizovaných a podporovaných organizací. A samozřejmě se na ní podílejí také kolegové z řady dalších odborů kraje, od školství přes odbor analýz a regionální rozvoj po kolegy z územního plánování. A abych nezapomněla, v létě se nám podařilo uspořádat v Praze setkání nad dosavadními výstupy s klíčovými aktéry národních institucí a ministerstev, kterým jsme závěry z analýzy stavu kultury v kraji prezentovali a diskutovali je s nimi. To bylo také přínosné a zajímavé pro obě dvě strany.

Zapojených hráčů je tedy opravdu mnoho, což je naší zvolenou cestou k cíli. Stojíme o to, vybudovat funkční koncepci, která bude stát na solidní znalosti regionu a maximálně vycházet z jeho potřeb.

Jak koordinujete tento proces a jak velký tým na to potřebujete?

Abychom mohli maximálně vyslyšet všechny hlasy a názory, které mají chuť se s námi do formulování koncepce zapojit, je třeba velmi dobře nastavit způsoby zpracování dat, organizace práce, sdílení průběžných pracovních výstupů a podobně. Tedy mít propracovaný management celého procesu. V tomto ohledu nám pomohl výběr externího dodavatele části služeb, již zmiňovaný ONplan, který podobným procesem neprocházel poprvé, ale má již značné zkušenosti. Na naší straně jsme pak tým posílili o dva externí spolupracovníky, kteří se zapojují dle intenzity aktuální fáze strategie. V průměru odvedou společně přibližně šedesát hodin práce za měsíc.

Je i mimo projekt strategie (a případně jak) nastavena komunikace mezi krajem a obcemi v tématu kultury a KKO?

Nejlépe a tradičně je tato role kraje ukotvená v oblasti památkové péče. Zde probíhají každoroční setkání, která v prvé řadě přináší odborné tematické novinky do kraje, ale také napomáhají vzájemnému dobrému poznávání a navazování kontaktů. V oblasti památkové péče je třeba se inspirovat a na minimálně stejné

úrovni je třeba začít s obcemi komunikovat i v oblasti kultury a KKO. I toto se nám vyvíjelo jako jedna z potřeb během analytické fáze přípravy strategie.

Na jaře jste za odbor kultury iniciovali setkání se zástupci kulturních organizací, odboru školství, odboru sociálních věcí a škol a diskutovali jste o možnostech spolupráce v době covidových opatření. Co ze setkání vyplynulo? Budete v tomto formátu pokračovat a koordinovat další diskuse?

Skvělé propojení se povedlo na jaře nastartovat mezi krajskými organizacemi a krajem zřizovanými dětskými domovy. Děti v dětských domovech a jejich vychovatelé se během jarních lockdownových měsíců ocitli v komplikované situaci, kdy domovy musely jak zajišťovat distanční výuku, tak také zabavit děti ve volném čase. A právě tady přišla velmi vhod nabídka připravená na míru od divadel, hvězdáren nebo muzeí. Kulturní organizace v prvních dnech po uzavření většinou šily roušky pro své zaměstnance a hlavně pro další potřebné. Hned poté začaly vymýšlet a připravovat online produkty. A právě v tento moment se je podařilo propojit s dětskými domovy. Kromě

produktů pro běžnou veřejnost, které zpřístupňovaly expozice, výstavy a streamovaly živý kulturní obsah, tak naše organizace připravily speciálně pro dětské domovy zábavně-edukační programy, a kde bylo potřeba, tam i do dětských domovů dovezly potřebné vybavení. Děti tak mohly zažít pozorování hvězd téměř jako na hradecké nebo úpické hvězdárně, se zajímavým výkladem, který, ač probíhal vzdáleně, dokázal zprostředkovat řadu zajímavých informací a zážitků. Výborně a aktivně se zapojilo na řadě míst Divadlo Drak. Muzea zvala děti na online komentované výstavy, jiná muzea poslala například papírové modely k sestavování a navazující workshopy. A podobných aktivit byla celá řada.

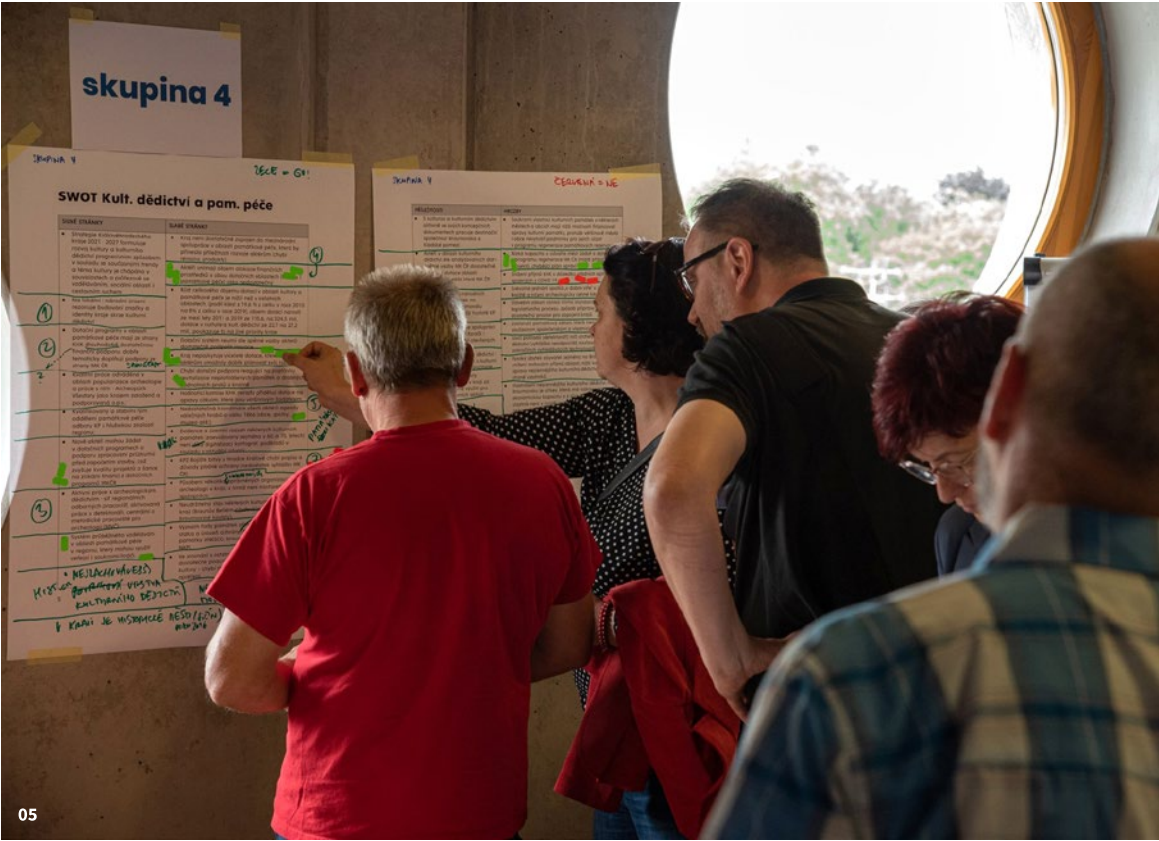
Jakým směrem by kraj mohl či měl posouvat (motivovat) kulturní organizace? Mělo by se v souvislosti s krizí něco změnit?

Kraj by měl dlouhodobě vytvářet bezpečné prostředí pro to, aby organizace mohly promýšlet svou roli v dnešním světě. Měl by motivovat k diskusi na téma trendů v kultuře, tedy si průběžně klást a zodpovídat otázky týkající se toho, jestli jsme neustrnuli v minulosti a jestli máme co nabídnout dnešnímu publiku. Střednědobé plány kraje a plány



04
Kraj má velkou sílu ovlivňovat řadu věcí, a to i v kultuře, podpoře kreativity a dalších sférách.
Zdroj: prokreativitu.cz

05
Někde se tvůrci setkali se starostou, jinde s úředníky, někde si k setkání přizvali hlavní představitele kulturního života v obci. Pracovalo se s tím, jak která obec o kultuře uvažuje a kolik jí přikládá významu.
Zdroj: prokreativitu.cz



organizací by se měly odvíjet jedny od druhých. Organizace musejí také promýšlet své postavení vůči lokalitě, ve které působí – co jako organizace nabízejí místní komunitě. Jak komunikují. Zodpovědně zvažovat své zapojení do subdavatelských řetězců, akcentovat v nich podporu lokálních kreativců a producentů. Uvažovat a chovat se společensky zodpovědně. Jsou to velké výzvy a kraj v nich může přímo zřizované organizace dobře vést, nezřizované organizace může inspirovat.

Všechna zmíněná témata v Královéhradeckém kraji otevíráme a diskutujeme nyní, během formulace strategie.

Už i v Královéhradeckém kraji byly zavedeny kreativní vouchery na podporu propojení byznysu a kreativců. Jak hodnotíte jejich první výzvy?

Královéhradecký kraj své první kreativní vouchery připravil v roce 2020. Za jejich přípravu a vyhodnocení odpovídal odbor regionálního rozvoje a organizace CIRI. Vouchery navazují na opatření Programu rozvoje kraje k posílení kapacit výzkumu, vývoje a inovací a jde o spolupráci malých a středních podniků (MSP) s kreativí formou dotačního programu. Díky kreativnímu voucheru mohla být koupena kreativní služba z osmi definova-

ných oblastí. Požádala jsem kolegy o podrobnější informace a zhodnocení, podle jejich slov byl o program zájem, bylo podáno šestadvacet žádostí. Nakonec třináct z nich získalo podporu v celkové výši 1 194 000 Kč. Zvýhodněny byly MSP, které měly sídlo či provoznu v hospodářsky ohroženém území Královéhradeckého kraje.

Po vyhodnocení programu jsme se rozhodli na základě praktické zkušenosti lépe nastavit technické detaily programu tak, aby byly vstřícnější k těm, na které program cílí a jimž má pomáhat v jejich podnikání.

Co obnášelo zavedení kreativních voucherů jako nástroje podpory? Jaká byla odezva u vedení kraje a firem a kreativců?

I tady jsem požádala o reakci kolegy, jejichž odpověď zprostředkovávám – program se připravoval v rámci jedné z aktivit projektu Smart akcelérátor Královéhradeckého kraje, mezi potenciální poskytovatele služeb se přihlásilo přibližně devadesát kreativců a poptávka ze strany MSP byla odpovídající předpokládané alokaci programu – 1 mil. Kč. Program vyhlášíme i pro rok 2021 a doufáme, že se podaří zvýšit alokaci tak, aby program mohl právě v této složité době napomoci udržení MSP a kreativců na trhu.

Co je podle vás nejdůležitější udělat z pozice kraje v současné situaci a jaké jsou výhledy podpory kultury na příští rok (rozpočet na kulturu, podpora zřizovaných i neziskových organizací)?

Do současné doby kraj neudělal žádné škrtky ve svém rozpočtu na kulturu, rozpočet se dosud daří udržet na úrovni předchozích let. Příjemci krajských dotací dostali možnost realizovat své aktivity v roce 2020 v jiné formě, včetně online formátů, a zároveň mohli prodloužit o téměř rok dobu na jejich realizaci. I pro rok 2021 se podařilo v dotačních programech pro kulturu rozdělit stejný objem prostředků jako v předchozím roce – na dotační programy a takzvané trvalé záštity bude rozděleno necelých třicet milionů korun.



NOVÁ REALITA JE TU

TEXT
JN / LŠ

Nic není jako dřív. Představa „nové reality“ v podstatě vzniká tím, že se o ní přemýšlí a hovoří – nahlas se pojmenovávají nové fenomény a aspekty, sdílejí zkušenosti, formulují predikce a vize. V duchu společných myšlenek se nesla online konference Střed zájmu: Kultura v nové realitě, kterou pořádal v listopadu 2020 Institut umění – Divadelní ústav s Kanceláří Kreativní Evropa. Obsahem se konference dotýkala zásadních otázek na ose ekologie – kultura – budoucnost.

Kde hledat novou zkušenost
Neblahým, ale přirozeným východiskem konferenčních úvah byl stav krize, a to nikoli jedné, ale série krizí, které, aniž si to uvědomujeme, kontinuálně provázejí naše životy a pro generaci třicátníků jsou trvalou kulisou života. Hovoří se o ekologické, ekonomické, informační, uprchlické a nyní také o pandemické krizi.

O tom, že spějeme ke klimatické krizi, respektive katastrofě, ví vědecká obec půl století. Až nyní se o tom otevřeně a nahlas mluví na všech úrovních. Fyzička Yvonna Gaillyová ve vstupním referátu konference uvedla: „Když chod počasí zcela vybočuje z někdejších mezí, začínáme si uvědomovat, že tím nejnebezpečnějším je stabilní klima. To jsme už bohužel ztratili. Nyní jde o to, jak moc a jak rychle se klima bude dál měnit.“ Pokud se díváme, jak může záležet na dvou stupních oteplení, je potřeba vnímat, že záležití právě na extrémech, které narůstají mnohem více než průměrné teploty. Už nárůst o jedno procento například znamená vyšší

výparnost vody. Yvonna Gaillyová a Jan Hollan, dvojice expertů, kteří jsou zároveň doyenou českého ekoaktivismu, dále ve své prezentaci připustili, že se sice můžeme na různé krize různým způsobem adaptovat, ale v případě klimatické krize to nebude možné. Jejím postupu se musí svědomitě čelit. S koncem těžby fosilních paliv můžeme počítat i se zastavením globálního oteplování, což je známo zhruba posledních patnáct let. Naplnění této skutečnosti nebude snadné, ale proveditelné je. Podmínkou je naplňování a dodržování národních a nadnárodních strategií. Je zapotřebí stále ověřovat spoluúčast každého jednotlivce, organizace, firmy. Ochrana klimatu souvisí s výrobou čehokoli, s cestováním, topením, konzumací, produkcí a opětovným nakupováním. Bude potřeba dekarbonizovat dopravní systém, zásobování a chod veřejných organizací, jako jsou školy, úřady a ostatně i kulturní domy. Proměnění se také krajina, kterou nejsme zatím zvyklí vidat s lány větrných elektráren.

V sousedním Rakousku však už jde o místní kolorit. Jan Hollan, který je mimo jiné členem Ústavu výzkumu globální změny AV ČR, nabídl představu nové estetiky v krajině i městském prostoru. „Nezapomínejme, že krajina kdysi lidem poskytovala to, co potřebovali. Může to dělat konečně zas,“ pronesl Hollan pozitivně. Argumentovat lze také tím, že nejdražší je nicnedělání. Vědci na konferenci vysvětlili, že nejde o strašení, ale řečení pravdy, a pokud pravda zní děsivě, tím spíše je potřeba na věc reagovat, začít být aktivní. Cena obnovitelných zdrojů a zelené elektřiny se každým rokem snižuje. Pokud bude poptávka, tendence k větší dostupnosti bude pokračovat.

O nutnosti aplikovat zelenou politiku se hovoří v dokumentech mezivládních, evropských i světových. „Nemusíme se však dívat jen nahoru,“ podtrhla další z mluvčích konference, ekologická ekonomka Naďa Johanisová. „Pokud chcete zelenější budoucnost a nejste spokojeni s kroky na státní úrovni, šlaďte zelenější cestu v obcích.



01
Na téma budoucnosti kultury v kontextu současných (a možných budoucích) změn diskutovaly osobnosti napříč kulturní sférou i vědeckými obory.
Zdroj: IDU



Konferenci pořádal Institut umění – Divadelní ústav (IDU) a Kancelář Kreativní Evropa s podporou Galerie Rudolfinum. Vedle konference je však příspěvková organizace IDU první kulturní organizací v ČR, jež si nechala zpracovat audit uhlíkové stopy. Více se dozvíte v podcastu Suflér a jeho třetím díle o ekoaudit v kultuře.

Ty zrcadlí spokojenost svých obyvatel a inspirují," dodala. Zde je podle Johanisové velká příležitost provozovat městské obchody, lesy, obecní výtopny i kulturní organizace. Obce mohou přerátovat vizi sebe samých a začít poskytovat jak dialog, tak efektivní služby. Na jejich úrovni můžeme experimentovat a ověřovat si, že nemusíme být součástí jen „růstové“ ekonomiky. „A k tomuto experimentu přivěsíme kulturní scénu, její fantazii a schopnost vidět skutečnost dvakrát, um pracovat s fakty i imaginací. Dovolme jí měnit kulturu strachu nemanipulativní zkušeností skrze umění," pobídla diváky online konference filozofka Alice Koubová.

Kde je v tom všem kultura

Říká se, že podpora tohoto tématu ze strany veřejnosti by měla být deklarována i ve volbách. Pokud necítíme politickou nabídku, je potřeba si o ni říct. To samé může platit směrem ke kulturnímu provozu nebo produktové nabídce obecně. V úsilí o dekarbonizaci může kultura sehrát důležitou roli. A nemusí jít pouze o tlumočení problému širší veřejnosti, ale také o příkladnou správu kulturních domů a institucí. Moravská galerie v Brně potvrzuje, že nejde o nové téma. Tato instituce otevřela jako jedna z prvních problematiku přehřátého kulturního provozu. Během příprav výstavy finalistů Ceny Jindřicha Chaloupeckého 2019 se jedna z umělkyní, Marie Lukáčová, rozhodla napojit instalaci na alternativní zdroje. Vedení Moravské galerie se na základě tohoto podnětu rozhodlo celou výstavu napájet z malé solární elektrárny (více v rozhovoru s ředitelem Janem Presselem).

Podobnou filozofii měla i nedávno skončená výstava Unplugged v pražském Rudolfinu. Její exponáty a instalace nejenže tematizovaly ochranu planety a environmentalismus, ale šetrnost a udržitelnost byla také součástí instalačního a provozního konceptu – exponáty vznikaly přímo v galerii, nebo byly dopraveny na kole či koňským povozem, osvětlení zajišťovalo jen přirozené denní světlo, katalog vznikl ruční vazbou a podobně. „Výraz environmentální uvažování není vědní disciplína, jako je například ekologie, ale spíše jde o soubor otázek, na něž nelze jednoznačně

odpovědět, ale které je podstatné si připomínat při každodenním počinání," komentoval téma výstavy její kurátor David Korecký, který byl hostem konference. Ve svém příspěvku se zamýšlel nad postavením kulturních institucí v době změn, nad jejich zodpovědností udržovat stabilitu, ale zároveň dbát o živé vazby s umělci a nebát se experimentovat. Velké kulturní instituce mohou svým příkladem a vlivem významně přispět ke zvládnutí změn, jimž společnost čelí.

Vedle adekvátní finanční podpory mohou i zřizovatelé a donoři kulturních organizací dbát na snižování uhlíkové stopy. Zásadní význam veřejného sektoru v našem hospodářství vyjadřuje například jeho takřka 50% podíl na příjmech z hlediska HDP nebo zhruba 60% podíl z hlediska zaměstnanosti. Uvědomme si ten obrovský pozitivní efekt, kdyby zásady udržitelnosti veřejný sektor přijal za své. Panel Audit kultury ukázal, že představitelé kulturních organizací sice mohou brát dál iniciativu do vlastních rukou, ale volají po tom, aby téma bylo ukotveno u jejich zřizovatelů, donorů či ve státních strategiích. Příkladem může být Slovensko, kde Fond na podporu umenia zavádí od letošního roku udržitelnost a ekologický aspekt jako jedno z kritérií grantových programů. Český Státní fond kinematografie deklaroval ve své nové koncepci podobné směřování.

Dostáváme se znovu k otázce produktivity, spotřeby a vysoké nabídky ve všech oblastech života, tedy i v kultuře. Není kulturní nabídka přebujelá? Kvůli karanténě jsme začali trávit podstatně více času online, často konzumujeme kulturní obsah, abychom podpořili umělce, kontinuitu práce a jejich přežití. Na dokumentaristku Apolenu Rychlíkovou, která na konferenci vystoupila v bloku věnovaném situaci individuálních umělců, působí tato zkušenost až manicky nezdravě. Doba nás nutí zvolnit, proč tedy vše překlápět do onlinu? Nedochozí k dalšímu přehlacení? Jak aplikovat nerůst v kultuře? Teoretička umění Noemi Purkrábková nazvala aktuální stav nucenou digitalizací. Ale tvůrčí týmy a umělci stále chtějí živé akce, odkládají premiéry, protože emocionální satisfakce ze živého předání výsledků vlastní práce

je pro ně nenahraditelná. Osobní dialog a spolupráce nemohou být suplovány virtuálně.

Přesto právě dnes je čas, kdy můžeme najít světlo na konci tunelu, a to i pro otázky klimatu. Další host konference, světoznámý tanečník Yemi A.D., cítí, že: „Poprvé máme šanci, aby se historie neopakovala. Nejde nyní jen o zákon džungle, kdo odpadne, ale v krizi umíme také vymyslet věci a posunout se.“ Pokud naši transformaci pojmem pozitivně, můžeme se naučit žít i s nižší spotřebou a nulovou uhlíkovou stopou.

Projít transformaci i díky kultuře

Máme dost expertních analýz a podkladů, nepotřebujeme další vědecké závěry, ale je třeba na jejich základě přesvědčovat veřejnost, která věc přetaví do politické nabídky. Čekají nás hodnotové posuny. Čeká nás pochopení, že spotřeba nenaplní naše životy. Kulturní instituce a umělecká sdělení či produkty kreativních odvětví nám mohou v tomto přerodu pomoci, pokud necháme promluvit jejich představitelost, inovace a um.

Ve hře je také pohled na zakotvené měření a srovnávání blahobytu pomocí hrubého domácího produktu (HDP). „HDP je jako kukaččí vejce, pečujeme o něj, ale zapomínáme pro něj na vlastní potřeby," řekl na konferenci ekonom Jan Bittner. Jsou státy, které věnují pozornost spokojenosti, pocitu štěstí, sounáležitosti. Koncept pro jiné měření kvality života, než je HDP, je podle Anny Kárníkové, ředitelky Hnutí DUHA, v České republice již připraven, jen čeká na vládu, která ho bude ochotna zvednout. Toto by mohlo být pro kulturní sektor velké téma.

LINKS

Podcast Suflér / Ekoaudit v kultuře



Web konference



→ čtěte článek online



VÝZVA VLÁDĚ #zakreativnicesko

Zástupci českého kulturního a kreativního sektoru zaslali vládě ČR otevřený dopis s požadavkem na schválení původního návrhu Ministerstva kultury ve výši 8,233 miliardy korun z Národního plánu obnovy. Za otevřený dopis vládě se postavily asociace, kraje, města, univerzity i významné kulturní organizace a jednotlivci. K výzvě se připojilo přes 600 signatářů napříč podnikatelskou a neziskovou sférou a veřejnou správou.



Představitelé české kulturní a kreativní scény spolu se zástupci měst a krajů a dalšími významnými signatáři usilují o vyšší příspěvek v Národním plánu obnovy. Balíček evropských financí přinese Česku přes 170 miliard korun, o jeho rozdělení mezi jednotlivé priority a sektory bude rozhodovat vláda do konce dubna, kdy musí členské státy odeslat národní plány obnovy Evropské komisi. Alokaci ve výši 8,2 miliardy korun podporuje i komise Asociace krajů nebo podvýbor pro kulturu Poslanecké sněmovny. S podporou se přidávají ale i zástupci Senátu ČR.

Kreativní Česko se stalo koordinátorem této výzvy s názvem #zakreativnicesko. Apelujeme na zástupce vlády, aby schválili původně navrhovaný rozpočet, který bude použit nejen na obnovu kulturní scény, ale má také potenciál sehrát významnou roli při obnově celé společnosti i ekonomiky. Právě podpora oborů s vysokou přidanou hodnotou, inovativní ekonomika a rozvoj kultury a kreativity patří mezi hlavní cíle evropského Fondu obnovy.

Kultura v Česku je dlouhodobě podfinancovaná. Každoročně zdaleka nedosahuje ani na slibované 1 % ze státního rozpočtu. Od roku 2006 tak byla kumulovaně připravena o 150 miliard korun. V balíčku

React EU nebyla zahrnuta vůbec a její dosah na strukturální fondy byl dosud zanedbatelný. Žádáme proto vládu, aby nyní nesnižovala rozpočty plynoucí do kulturního a kreativního sektoru. Peníze, které vláda do kultury investuje, se české společnosti mnohonásobně vrátí.

Kulturní a kreativní sektor generuje v EU 5,3 % HDP, tedy násobně více ve srovnání s výdaji, které do něj směřují. Vytváří pracovní místa, produkty a služby s vysokou přidanou hodnotou, přitahuje turisty i zahraniční investory a přispívá k regionálnímu rozvoji.

„K Národnímu plánu obnovy postrádám obecně v zemi otevřenou a strukturovanou diskusi. Je to příležitost k rozvoji všech regionů, která se neopakuje každý den. Investice do kultury je pro mě zárukou, že prostředky nebudou zmařené, že se využijí k rozvoji inovativního a kreativního potenciálu České republiky," říká ambasadorka výzvy Kateřina Churtajeva, vedoucí odboru kultury a památkové péče Královéhradeckého kraje.

Kultura je základním prvkem naší společnosti, politiky však dlouhodobě přehlíženým. Přesto se jedná o dobrou investici nejen z ekonomického pohledu, jde také o investici do mezinárodní image

Česka. Pokud se v posledních letech mluvilo o Česku v zahraničí, bylo to mimo jiné díky sošce Oscara pro film Dcera či videohře Beat Saber.

Ambasadorka výzvy Zdeňka Hubáček Kujová z Jihomoravského inovačního centra dodává: „Kreativita je podmínka pro evoluční posun do další fáze. Ať již má umění, kultura a kreativita svou společenskou hodnotu, souběžně s ní jde i hodnota ekonomická. V Evropě pracuje v kreativních odvětvích 12 milionů lidí, finanční obrát byl v roce 2019 u hlavních činností kulturních a kreativních odvětví přes 640 miliard eur. Je to oblast, která byla covidem zasažena mezi prvními a bude mezi posledními znovu otevřenými. Cílené investice z Národního fondu obnovy do kultury a kreativních odvětví se budou aktivně podílet na oživení ekonomiky – a také na vizi transformace člověka a společnosti.“

Kulturní sektor je vedle cestovního ruchu nejpostiženějším odvětvím koronavirové epidemie. Jedná se o ekosystém, který zahrnuje řadu kulturních institucí, inovativních firem, uměleckých a technických profesí či památkovou péči. Nejedná se pouze o divadelníky nebo výtvarníky, ale také o filmaře, designéry, hudebníky, muzikálové tvůrce, herní vývojáře a další kreativce. Iniciativa #zakreativnicesko tak v celé šíři zastupuje zájmy mainstreamové i alternativní kulturní a kreativní sféry.

Nechceme zabetonované, ale kulturní a kreativní Česko. Přidejte se k nám na zakreativnicesko.cz. Celou výzvu, seznam signatářů a další podklady najdete na zakreativnicesko.cz

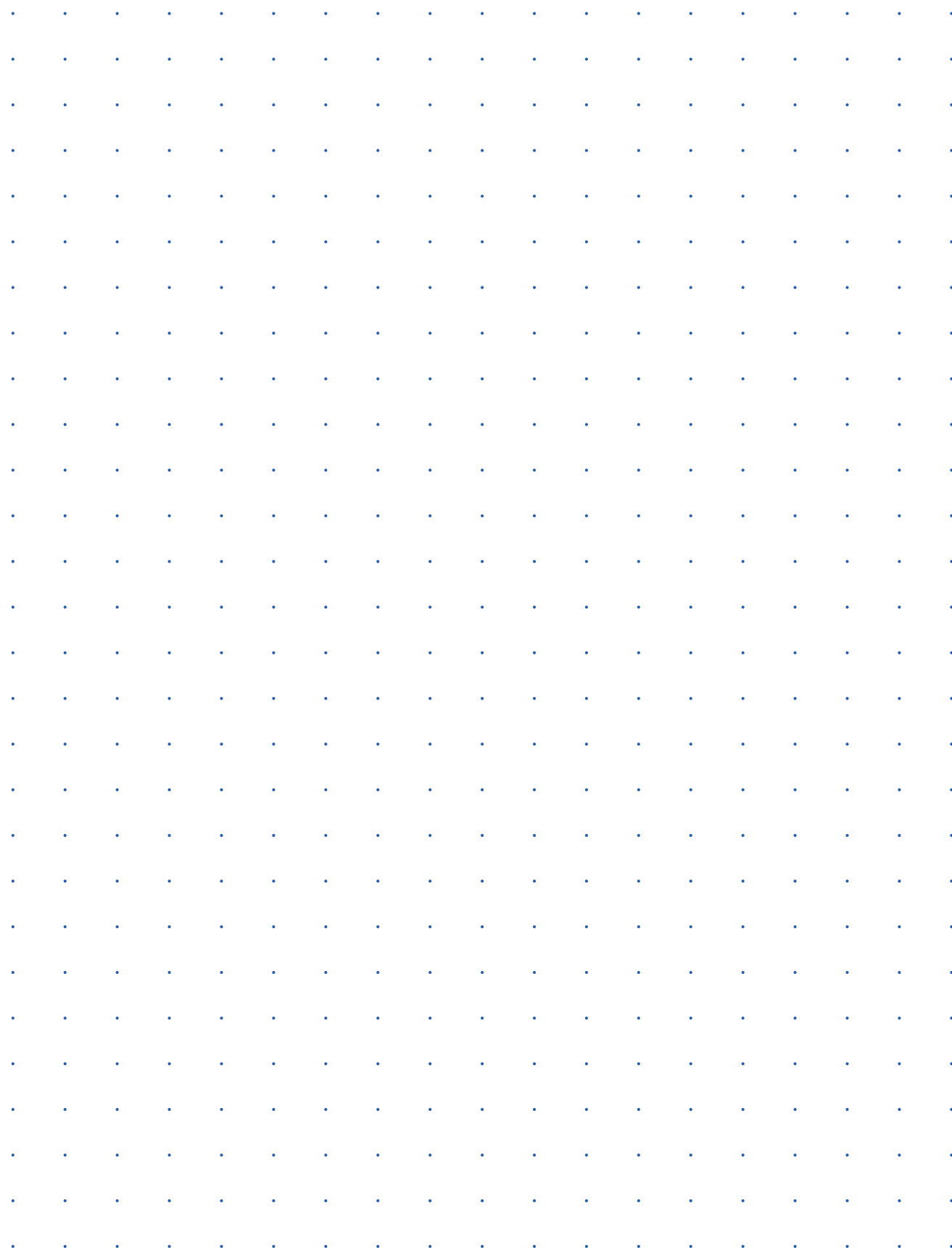


01 Podporu z Národního plánu obnovy ve výši 8,2 miliardy korun žádá přes 600 signatářů z řad asociací, organizací i měst a krajů. Zdroj: Kreativní Česko



Máte nápad?

MÍSTO PRO VAŠE ILUSTRACE A POZNÁMKY



„Kreativita je podmínka pro evoluční posun do další fáze. Ať již má umění, kultura a kreativita svou společenskou hodnotu, souběžně s ní jde i hodnota ekonomická. (...) Cílené investice z Národního fondu obnovy do kultury a kreativních odvětví se budou aktivně podílet na oživení ekonomiky – a také na vizi transformace člověka a společnosti.“

Zdeňka Hubáček Kujová / ambasádorka výzvy #zakreativnicesko / strana 21

„Námitka, že v kultuře nejde plánovat, je nesmysl. Nejde o to, plánovat výstupy kultury, ale plánovat podmínky pro rozvoj kultury.“

Olga Škočová / expertka na kulturní plánování / strana 05

„Pokud chcete zelenější budoucnost a nejste spokojeni s kroky na státní úrovni, šlapejte zelenější cestu v obcích. Ty zrcadlí spokojenost svých obyvatel a inspirují.“

Nada Johanisová / ekologická ekonomka / strana 19

„Nevyhnutelná transformace je vlastně kulturním projektem, protože se týká našich hodnot.“

Charles Landry / expert na kreativní byrokracii / strana 09

Děkujeme, že nás čtete a sdílíte náš obsah dál.
KREATIVNICESKO.CZ



