Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy

UNIVERSITAS OSTRAVIENSIS

CMRM

www.mestskymarketing.cz

Zkrácená verze

Úvod

Vážení obyvatelé Ostravy,

předložená (zkrácená verze) aktualizace Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy se pokouší přispět k vytvoření co nejlepších podmínek pro budoucí rozvoj kulturní scény města. Scény, která zrcadlí a současně spoluutváří osobitý charakter tohoto města a jeho obyvatel. Dokument, který držíte v rukou, obsahuje kulturní vizi města v roce 2020, misi kulturní koncepce a strategické cíle. Těžiště materiálu pak spočívá v prioritních oblastech, které obsahují i vybraná opatření pro rozvoj těchto prioritních oblastí.

Pevně věříme, že Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy napomůže k rozvoji kultury našeho města – k užitku našeho města, našich občanů i našich hostů.

Vize

V roce 2020 představuje Ostrava otevřené, energické a komunikující evropské kulturní město s různorodou, autentickou a živou kulturní scénou. Město s oživeným průmyslovým dědictvím, město, kde se úzce protínají technologie a kultura.

Strategické cíle koncepce:

SC1: Podpořit integraci kultury do městského rozvoje
SC2: Podpořit vzdělávání a komunikaci v oblasti kultury
SC3: Zvýšit kvalitu kulturní infrastruktury

Mise kulturní koncepce
Smyslem kulturní koncepce je vytvářet rámcové podmínky pro podporu rozvoje otevřeného a vitálního kulturního prostředí Ostravy. Cílem koncepce je pak podpora komunikace a kooperace mezi kulturní scénou a obyvateli města Ostravy. Z hlediska typologického se jedná o kulturní koncepci kombinující primárně progresivní a sekundárně růstový přístup. Prvně uvedený přístup stručně shrnuje jeden z neuznávanějších městských ekonomů současnosti Richard Florida „Chci říci městským leaderům, že hledání cest k podpoře lokální hudební scény může být mnohem efektivnější (ve smyslu rozvoje města, poznámka autorů) než výstavba obchodního centra“ (2004, s. 229). Tento přístup tak v zásadě staví na podpoře rozvoje na jemné úrovni, která podporuje osobitost a opravdovost, vycházející z úzkého propojení s historickou zkušeností a kulturním prostředím města. Druhý přístup doplňuje rozvoj kultury na „jemné úrovni” o rozvoj kultury jako klíčového prvku rozvoje města z pohledu posilování pozitivní image a ekonomického rozvoje. Jedná se tady o přístupy, které jsou komplementární.

Koncepce kultury pracuje s kulturou v těchto dimenzích:

- Kultura jako zdroj regionální identity a hrdosti. Obyvatelé měst a regionů se v první řadě identifikují s kulturním dědictvím a kulturními tradicemi své lokality. Zejména proto se město a jeho obyvatelé snaží toto dědictví zachovat. Identita založená na sdílené kultuře podporuje důvěru mezi obyvateli a přispívá k posilování sociálního kapitálu území.
- Kultura jako faktor zlepšující externí image z pohledu investorů a turistů. Kultura se stala neoddělitelnou součástí marketingu měst, obcí a regionů. Místa se snaží odlišit prostřednictvím svých jedinečných památek, tradic, ale i festivalů (event marketing). V tomto smyslu se stala (atraktivní) image měst klíčovou pro atrakci investic, vysoce kvalifikovaných obyvatel či zájmu médií. Zvláště důležitá je podpora kultury v průmyslových městech, kde výrazně napomáhá ke zlepšení negativní image („image kouřících komínů“).

- Kultura jako zdroj rozvoje a kultivace společnosti. Kulturní vzdělávání rozvíjí kreativitu. V minulosti stála produkce statků na klasických produkčních faktorech: půdě, práce a kapitálu. Později byly tyto tři produkční faktory rozšířeny o technologie a informace, přičemž v současnosti přibyla k těmto faktorům kreativita. Podporou kulturního vzdělávání tak rozvíjíme i ekonomický potenciál společnosti. Odborné studie naznačují, že existuje přímá souvislost mezi inovační výkonností a zapojením obyvatel do kulturního dění.
- Kultura jako faktor kvality života. Kvalita a rozsah kulturní nabídky ve městech je vnímána jako zásadní z hlediska kvality života. Obecně se ukazuje, že čím vyšší je kvalita života, tím vyšší je pravděpodobnost, že v daném místě bude vysoká koncentrace podniků s vysokou přidanou hodnotou a vysoce kvalifikovanými pracovníky. Pestrá a autentická kulturní nabídka je také důležitým faktorem, který zamezuje odlivu obyvatel z měst.
- Kultura jako nástroj sociální koheze a inkluze. Kultura či kulturní akce mohou napomáhat ke snižování anonymity mezi obyvateli města či jeho částí. Kultura může fungovat jako integrační platforma (sociální inovace) pro sociálně, ekonomicky či etnicky vyloučené obyvatele měst.
- Kultura jako zdroj společenské reflexe a paměti. Kultura (paměťové instituce) funguje v rámci společnosti jako poskytovatel a uchovatel společenských hodnot. Kultura reflektuje jednání a chování společnosti, čímž přispívá k její kultivaci.
- Kultura vytváří pracovní místa. Kulturní a kreativní odvětví jako celek přestavují v současnosti jeden z nejdynamičtějších sektorů světové ekonomiky a jsou spojována s přechodem ke znalostní ekonomice a využíváním nových technologií (OECD, 2001). Růst významu v rámci národních či městských ekonomik kulturních a kreativních odvětví dokumentuje řada studií (viz strategický dokument v plném znění). Za všechny uveďme například Velkou Británii, kde kulturní a kreativní odvětví rostla v letech 1997 až 2007 meziročně o 7 %, zatímco ostatní odvětví maximálně o 3 % ročně.

Prioritní oblasti

Prioritní oblast: Kulturní a kreativní odvětví

Součástí aktualizace kulturní koncepce bylo provedení analýzy kulturních a kreativních odvětví. Jedná se o soubor odvětví, která zaznamenávají dynamický růst ve vyspělých ekonomikách a zejména ve městech. I proto jsou, jakožto významné zdroje budoucího růstu a konkurenceschopnosti, pevnou součástí podpory na úrovni Evropské unie. Z analýzy vyplynulo, že kulturní a kreativní odvětví vytvářejí přes 7 tisíc pracovních míst, což odpovídá přibližně 7 % pracovních míst ve městě. Ukazuje se, že nejsilněji jsou zastoupena technologicky orientovaná odvětví (technologická kreativita). Naopak průniková odvětví, jako např. design, jsou zastoupena relativně málo. Hlavní potenciál pro budoucnost představuje nalezení funkčních průniků mezi uměleckou a technologickou kreativitou.

Vize v oblasti kulturních a kreativních odvětví do roku 2020

V roce 2020 se město Ostrava začíná významněji profilovat jako kulturně-technologické město. Prostřednictvím podpory kooperace mezi uměním a kulturou na straně jedné a technologickými znalostmi na straně druhé vznikají nové služby, produkty a pracovní místa. Hlavním centrem rozvoje nových aktivit se stává Dolní oblast Vítkovic, kde je plně využito prostorové propojení mezi technologiemi (Science centrum, Svět techniky), uměním (GMO - Plato, Gong) a prostorem Továrna. Aktivity jsou plně zapojeny do regionálního inovačního systému Moravskoslezského kraje.

Opatření

1. Podpořit zapojení kulturních a kreativních odvětví při získávání prostředků z EU (Integrované teritoriální investice – ITI, Strategie inteligentní specializace)
V současnosti se tvoří agenda pro čerpání finančních prostředků z EU a nabízí se možnost vytvořit projekty pro podporu kulturních a kreativních odvětví. Aktivní přístup ze strany města může napomoci k rozvoji těchto odvětví.
Dotčení aktéři: vedení města, odbor ekonomického rozvoje, odbor kultury a zdravotnictví

2. Vytvořit a rozvíjet infrastrukturu pro podporu kulturních a kreativních odvětví (Provoz Hlubina)
Rozsáhlý prostor areálu bývalého dolu Hlubina, potažmo celé Dolní oblasti Vítkovic, lze vnímat jako důležitou součást podpory kulturních a kreativních odvětví. Areál tak může díky prostorové blízkosti umění, kultury a techniky dát vzniknout novým službám a produktům.
Dotčení aktéři: odbor ekonomického rozvoje, odbor kultury a zdravotnictví, Provoz Hlubina, Dolní oblast Vítkovic, GMO - Plato

3. Iniciovat a nebránit interakci mezi kulturou a technologiemi ve spolupráci s dalšími aktéry v regionu (krajská samospráva, Agentura pro regionální rozvoj, univerzity, firmy atd.)
Řada nových služeb a produktů vzniká na průniku příbuzných oborů. Proto je nezbytné iniciovat kontakty a

kooperaci napříč obory. Tato aktivita má navíc podporu i v rámci Strategie inteligentní specializace Moravskoslezského kraje.
Dotčení aktéři: odbor ekonomického rozvoje, odbor kultury a zdravotnictví, Provoz Hlubina

Prioritní oblast: Rozvoj infrastruktury a městských prostor

V průběhu posledních pěti let byla realizována řada investic do oblasti kulturní infrastruktury. Rozsáhlé investice směřovaly do oblasti Dolních Vítkovic, byla postavena alternativní scéna Divadla loutek, provedena rekonstrukce budovy Divadla Petra Bezruče, v současnosti probíhá revitalizace areálu dolu Hlubina v rámci projektu „Zpřístupnění a nové využití NKP Hlubina – 1. část“. Ani to ovšem neznamená, že je proces budování infrastruktury ukončen. Připravuje se projekt nové budovy v prostorách Černé louky pro aktivity Cooltouru a projekt Urbanistický a architektonický koncept rozvoje Divadla Jiřího Myrona. Město (morálně) podporuje například dostavbu Galerie výtvarného umění v Ostravě či výstavbu Moravskoslezské vědecké knihovny v Ostravě. Pracuje se také na postupném rozvoji projektu kulturního klastru Černá louka, ten je nicméně omezen zdroji městského rozpočtu a nedostatkem financí určených na podobné aktivity ve vnějším prostředí. Svým rozsahem přesahuje časový rámec koncepce, tj. rok 2020. Pro další období bude tedy spíše klíčový rozvoj a obnova stávající infrastruktury a její naplnění kulturními a uměleckými aktivitami. Jinými slovy, v příštím období bude převažovat podpora software (kulturní, sociální kapitál) nad hardware (fyzický kapitál). Další částí priority je pak stav veřejných prostor a nevyužívaných ploch ve městě. V důsledku historického vývoje se v současnosti ve městě nachází množství brownfields – v centru města pak lze nalézt řadu proluk a nověji také prázdné obchodní plochy. Nabízí se tak možnost oživit tyto prostory kulturními intervencemi a přispět k jejich znovunavrácení do života města.

Vize v oblasti rozvoje infrastruktury a městských prostor 2020

Pro další rozvoj inovačního potenciálu města má ostravská kultura k dispozici kvalitní infrastrukturu, která umožňuje prostorovou spolupráci napříč obory. Uvážlivé investice do stávající infrastruktury umožnují plně rozvíjet kulturní zdroje místní scény.

Opatření

1. Zajistit realizaci nové infrastruktury a revitalizovat stávající infrastrukturu
Příkladem nové infrastruktury může být výstavba nových prostor pro aktivity Cooltour, nicméně stejně významné jsou otázky revitalizace prostor Divadla Jiřího Myrona. Obě investice přispějí mimo jiné k oživení městského centra. Otevřenou otázkou zůstávají Jatka, nicméně zde je vedle vyřešení problematických majetkoprávních vztahů nezbytné identifikovat jejich případnou funkční náplň. I přes vysokou investiční náročnost by kulturní využití tohoto prostoru představovalo cenný rozvojový impulz pro celou oblast Stodolní ulice.
Dotčení aktéři: vedení města, odbor ekonomického rozvoje, odbor kultury a zdravotnictví, Útvar hlavního architekta

2. Podpořit výstavbu kulturní infrastruktury financované z krajského rozpočtu
Primárně se jedná o projekt přístavby Domu umění (2 500 m² výstavních ploch) v plánované výši 500 miliónů Kč. Rozšířené prostory by sloužily nejen obyvatelům Ostravy, ale umožnily by pořádání akcí většího formátu, které by mohly mít nadregionální přesah. Sekundárně se jedná o stavbu Moravskoslezské vědecké knihovny. Projekt byl odložen, nicméně takovýto typ budovy by mohl být magnetem pro rozvoj celého města.
Dotčení aktéři: vedení města, odbor ekonomického rozvoje, Útvar hlavního architekta

3. Vytipovat vhodné nevyužité prostory pro kulturní intervence
Sestavit soubor nekvalitních veřejných prostor a nevyužívaných prostor ve městě. Jako inspiraci lze využít odborné studie (Mapy strachu v Ostravě) nebo projekty z Městských zásahů Ostrava 2013.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, Útvar hlavního architekta

4. Zrealizovat otevřenou soutěž pro využití vytipovaných nevyužitých prostor
U vytipovaných prostor zajistit formální náležitosti a následně vypsat otevřenou soutěž na (časově omezené) projekty kulturních intervencí nevyužitých prostor. Projekty vybere odborná komise složená z respektovaných odborníků. Lze navázat na dosavadní aktivity v této oblasti (festival Kukačka, Cooltour). Jako další vhodná aktivita pro oživení veřejných prostor se jeví projekt Sochy ve městě.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, Útvar hlavního architekta

Prioritní oblast: Kultura jako klíčový faktor městského rozvoje

Zapojení kultury na úrovni městského rozvoje je pouze dílčí. Kultura sice představuje součást strategických dokumentů města, její vnímání se však zpravidla omezuje jen na oblast volnočasových aktivit nebo zábavního turismu. Dílčí zmínka se objevuje i v dokumentu Strategie konkurenceschopnosti města Ostravy do roku 2020, kde jsou vyzdviženy synergické efekty kulturních projektů, jako příklad je uváděno šíření kultury do ulic (pořádání kulturních akcí v ulicích a streetart), které by mělo napomáhat sociální integraci. Zmíněné aspekty nejsou však dále nijak rozvedeny a konkretizovány. Zájem o kulturu by se měl stát jedním z motorů inovací. Odpovídající pozornost by si zasloužil například přínos kultury k pozitivní externí image města, ekonomický přínos v podobě multiplikačních efektů či kulturních a kreativních odvětví jako zdrojů zaměstnanosti a kultura jako faktor kvality života pro obyvatele města. Město, zejména jeho centrum, se potýká s odlivem obyvatel. Zde je vhodné podotknout, že jen v samotném centru města navštíví kulturní instituce ročně přes 600 tisíc lidí. Městské centrum je taktéž sídlem největšího množství firem v kulturních a kreativních odvětvích. Pro budoucí vývoj města se proto jeví jako klíčové funkční propojení mezi městským centrem a DOV. Neznamená to však, že koncepce opomíjela další prostory ve městě (např. Poruba, Ostrava-Jih), nicméně na základě analýz bylo určeno, že centrum města je pro období 2014 až 2020 bráno jako prioritní.

Vize v oblasti kultury jako klíčového faktoru městského rozvoje v roce 2020

Role a význam kultury pro rozvoj města jsou reflektovány v celé své šíři ve strategických dokumentech města Ostravy. Plně se projevuje vzájemná synergie mezi centrem města a Dolní oblastí Vítkovic. Kulturní aktivity přispívají k atraktivní městské atmosféře a rozvoji města jako celku. Kvalitní nabídka kultury, maloobchodu a služeb přitahují nové obyvatele do jeho centra, potažmo celého města. Kulturní cestovní ruch láká domácí i zahraniční turisty.

Opatření

1. Integrovat roli kultury v jejím plném rozsahu do strategických dokumentů města
Aktuální strategický plán města Ostravy je nastaven do roku 2015. Při tvorbě nové strategie se nabízí možnost více tematizovat význam kultury pro budoucí strategický rozvoj města Ostravy. Připravit a realizovat kulturní akce v upadajících městských lokalitách.
Dotčení aktéři: odbor ekonomického rozvoje, kulturní aktéři, odbor kultury a zdravotnictví

2. Evidovat a propagovat dopady kultury na rozvoj Ostravy
Zde se nabízí možnost využít dostupných metodik pro výpočet ekonomických dopadů pro městský rozvoj. Lze například vypočíst dopady velkých kulturních akcí či kulturních institucí na ekonomiku města. Dále lze evidovat počet nově vzniklých projektů a kooperačních sítí pro rozvoj znalostí ve městě.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, odbor ekonomického rozvoje

3. Realizovat koncept kulturních prostor v Ostravě

Navrhovaný koncept kulturních prostor v Ostravě využít jako nástroj městského rozvoje. Vytvořit jeho vizualizaci a marketingovou propagaci. Prezentovat centrum města (včetně zde působících kulturních institucí) a Dolní oblast Vítkovic jako komplementární prostory pro obyvatele města i návštěvníky.

Dotčení aktéři: Kancelář primátora, odbor kultury a zdravotnictví, odbor ekonomického rozvoje

Prioritní oblast: Komunikace, PR a marketing

V této koncepci chápeme komunikaci v oblasti kultury jako tok informací mezi jednotlivými kulturními institucemi navzájem, jako komunikaci mezi kulturními institucemi a městem a poskytování informací o kulturním dění směrem k obyvatelům města, jeho návštěvníkům, turistům, investorům a médiím, čili směrem k široké veřejnosti. Nelze opomenout, že se město Ostrava skládá z 23 obvodů a je zároveň sídlem krajského úřadu Moravskoslezského kraje, kdy i tato instituce významně ovlivňuje kulturní aktivity ve městě. Kultura ve své celé šíři nespadá pouze pod odbor kultury a zdravotnictví města Ostravy, co do činění s kulturními aktivitami mají i další odbory – jako např. Kancelář primátora, Odbor dopravy, Útvar hlavního architekta města apod.
Komunikace mezi kulturními institucemi se od roku 2008 (start příprav kandidatury na titul Evropské hlavní město kultury) skokově zlepšila díky realizované ostravské kandidatuře na titul Evropské hlavní město kultury 2015. Společný cíl všech institucí, prolomení bariér a poznání jednotlivých aktérů přispělo k zintenzivnění komunikace a pozdější realizaci nových akcí a projektů. Významnou roli v tomto procesu sehrála společnost zodpovědná za realizaci kandidatury – Černá louka 2015 s.r.o., která měla roli tzv. brokera. Vzájemnou komunikaci mezi ostravskými kulturními institucemi lze v současnosti při pořádání společných akcí označit za dostatečnou, což je možné demonstrovat na řadě nově se objevujících projektů (viz např. zahájení divadelní sezony Jdeme za vámi!, Ostravská muzejní noc, Zažít Ostravu jinak apod.). Na druhou stranu často probíhají tematicky podobné akce souběžně a navzájem se přetahují o publikum. Informovanost o nabídce a programech „konkurenčních“ institucí je tedy stále nízká, což vyžaduje optimalizaci.
Z dříve realizovaného výzkumu vyplývá, že obyvatelé Ostravy mají pocit, že nejsou o kultuře dostatečně informováni. Opatřením pro zvýšení informovanosti o dění v kultuře bylo založení a provoz internetového deníku pro kulturu a umění Ostravan, který vznikl jako výsledek minulé kulturní koncepce a svoji lokální informační a prezentační funkci naplňuje. Propagace Ostravanu ze strany města a jeho funkce komunikačního kanálu (ne pouze informačního) či funkce názorové platformy je věcí druhou.
Silnou stránkou kulturní scény města Ostravy je existence kvalitních obsahů, které však stále nejsou na regionální, národní a mezinárodní úrovni odpovídajícím způsobem prezentovány. Komunikace úzce souvisí s vnímáním a image města Ostravy, což obojí pro město, respektive kulturní instituce, představuje dlouhodobé výzvy, které jsou v souvislosti s návštěvností nuceny řešit. Kvalitně nastavené komunikační kanály sehrávají klíčovou roli při změně vnímání města Ostravy a jeho kulturní scény.

Vize v oblasti komunikace, PR a marketingu kulturních aktivit v roce 2020

Obyvatelé Ostravy jsou hrdí na svou živou kulturní scénu, která zaplňuje veřejný prostor i média, a navštěvují své oblíbené akce a instituce. Ostrava se jako kulisa prezentuje ve filmech, seriálech či klipech kapel. Industriální dědictví, jedinečná architektura, divadelní scéna a mladé nadějné kapely tvoří obsah tematických internetových stránek, blogů a trendových časopisů. TripAdvisor a Lonely Planet doporučují Ostravu jako jednu z dosud neobjevených kulturních destinací ve střední Evropě.

Opatření

1. Optimalizace komunikace mezi městem, městskými obvody a krajem
Priority magistrátu města Ostravy, městských obvodů a krajského úřadu jdou často proti sobě. Pouze na základě kvalitně nastaveného systému komunikace lze dosáhnout společných cílů – prezentace kvalitní kulturní nabídky, atrakce turistů, zlepšení image města, potažmo kraje apod.
Dotčení aktéři: odbory magistrátu, městské obvody, krajský úřad Moravskoslezského kraje

2. Pravidelná setkávání zástupců kulturní scény (vytvoření kulturní platformy)
Osobní setkávání jsou nejúčinnějším nástrojem komunikace (ve smyslu vzájemného předávání informací). Řízená setkávání zástupců kulturních institucí umožní sdílení informací o plánovaných projektech, koordinovanější komunikaci směrem k Magistrátu města Ostravy, Krajskému úřadu Moravskoslezského kraje, poskytovatelům finanční podpory a médiím. V rámci individuálních jednání se členy strategické skupiny byl vznesen návrh na vytvoření poradního orgánu rady města.
Dotčení aktéři: kulturní instituce

3. Zvýšení informovanosti o kulturním dění u obyvatel města Ostravy
Návrhem v této oblasti je vytipování exponovaných míst ve městě a jejich využívání pro propagaci kulturních aktivit. Dále je žádoucí efektivnější spolupráce v oblasti propagace s Ostravským informačním servisem a zřízení městského mobiliáře.
Dotčení aktéři: odbor ekonomického rozvoje, odbor majetkový, Útvar hlavního architekta, Ostravský informační servis, kulturní platforma

4. Prioritizace významných atraktivit a akcí , jejich harmonizace a cílená koordinovaná propagace (kampaně) podporovaná městem
Komunikace a propagace kultury není mířená pouze směrem k obyvatelům Ostravy, ale k obyvatelům celého regionu, státu a Evropské unie. Na základě shody mezi členy strategické skupiny připravujícími tuto koncepci, tedy tím, že je vhodné prostřednictvím kultury postupně měnit negativní image města, vyplývá potřeba koncepční práce se zástupci médií jak na regionální, tak zejména na národní úrovni. Konkrétními aktivitami v oblasti zlepšování image může být definování a prioritizace atraktivit a významných akcí, které při optimalizaci a profesionalizaci marketingových aktivit mohou mít přímý dopad na image města a cestovní ruch.
Dotčení aktéři: kulturní platforma, Kancelář primátora, odbor ekonomického rozvoje

Prioritní oblast: Program

Z hlediska tradiční programové nabídky má Ostrava v rámci České republiky dobré postavení. Ostravská umělecká scéna, její kreativní podhoubí a paměťové instituce nabízejí rozmanitý program, který čas od času sbírá prestižní ocenění a dle svého zaměření se setkává s větším či menším diváckým zájmem. Velká část aktivit je konzumního charakteru, často zdarma a nevyžaduje aktivní participaci publika. Kulturní organizace zaměřené na náročnější produkci a intenzivnější zapojení a znalosti publika se však potýkají s nižším zájmem diváků (což úzce souvisí se vzdělanostní strukturou obyvatel). Počet akcí lokálního komunitního charakteru v jednotlivých městských částech je velmi omezený (tradiční pálení čarodějnic) či se teprve vyvíjí (aktivity Cooltouru – Bebešáky, aktivity Okrašlovacího spolku apod.). Zapojení menšin do kulturního života se také objevuje až v posledních třech letech (Kulturpunkt, Mezipatra Ostrava, Česko-korejské dny, nová aktivita Cooltouru Yogurt apod.). Vznikají nové kluby s originální programovou nabídkou (Plan B, Literární paseka v Lese, Černá vrána) i nové galerie (GMO - Plato, Industrial Gallery).

Vize v oblasti kulturního programu v Ostravě v roce 2020

Na základě dlouhodobě koordinované spolupráce mezi městem a kulturními organizacemi a práce s publikem se podařilo aktivizovat obyvatele Ostravy k vyšší participaci na kultuře a návštěvnosti kulturních akcí obecně, což přispívá i k všeobecné vzdělanosti a uvědomování si hodnoty kultury a umění pro společnost. Ostravská kultura koordinovaně realizuje kampaně k vybraným eventům, které je vhodné hierarchicky seřadit dle jejich prostorového významu. Pro atrakci návštěvníků a přeměnu image jsou stěžejní eventy na národní úrovni (např. Colours of Ostrava, Janáčkův Máj, Svatováclavský hudební festival, Ostravské dny nové hudby, Spectaculo Interesse, Dream Factory). Regionální dopad mají menší události typu Letních shakespearovských slavností, Ostravské muzejní noci, otevírání divadelní sezony Jdeme za vámi! apod. Pro posílení identity místních obyvatel a sociální soudržnosti slouží eventy lokálního (komunitního charakteru) – např. Zažít Ostravu jinak. Díky propojování různých sektorů začínají vznikat programové linie vystavěné na průmyslové historii, moderních technologiích a současném umění. Ve veřejném prostoru probíhají umělecké intervence a Ostrava je oblíbenou destinací umělců k realizaci rezidencí. Je důležité opět a znovu akcentovat v oblasti klíčovou roli tradičních kulturních a paměťových institucí, jako jsou např. městská divadla, filharmonie, muzeum, knihovna apod., přičemž jejich činnost je hodnocena jako nadprůměrná v republikovém srovnání.

Opatření

1. Posilování pozice současných vlajkových lodí ostravské kultury s cílem zvýšení návštěvnosti a zlepšení image
Vlajkové lodi ostravské kultury mají potenciál přilákat prostřednictvím harmonizace termínů a vytvořením komunikačních kampaní vyšší počet návštěvníků do Ostravy a přispět ke změně image města.

Dotčení aktéři: organizátoři vybraných akcí, odbor ekonomického rozvoje, Kancelář primátora, kulturní instituce

2. Vytváření příležitostí pro vznik nových projektů a akcí
Podpora inovativních projektů a experimentálních myšlenek by měla být samozřejmou součástí kulturních strategií měst, které chtějí být v dnešním konkurenčním prostředí úspěšné. Zejména realizace různorodých events je oblíbenou strategií rozvoje průmyslových měst, jelikož jejich dopad může mít sociální, kulturní, ekonomický či symbolický charakter. V rámci využití potenciálu spádové oblasti Ostravy by bylo vhodné vytvořit nový průřezový event, na kterém by se podílely ostravské kulturní subjekty.
Dotčení aktéři: kulturní platforma, začínající umělci a kulturní producenti

3. Aktivizace místních obyvatel k participaci na kultuře
Práce s publikem (audience development) je jedním ze základních úkolů kulturních organizací. Sdílení zkušeností jednotlivých institucí, různé formy atrakce návštěvníků (prostřednictvím inovativních forem marketingu, sociálních sítí, nových médií, realizace společných events) a jejich dlouhodobé vzdělávání může vést k vyššímu zájmu o kulturní aktivity ve městě ze strany lokálních obyvatel. Zpřístupňování kultury (jak fyzické, tak pomyslné) by mělo být prioritou každého města. Konkrétním návrhem je optimalizace dopravního spojení ve městě a projekt využití vstupenek na kulturní akce jako jízdenek městské hromadné dopravy. Dojde tak k win-win situaci pro obě strany – zpřístupnění kultury a zlepšení image městské hromadné dopravy, potažmo Dopravního podniku Ostrava, a.s.
Dotčení aktéři: kulturní instituce, odbor kultury a zdravotnictví, odbor dopravy, Dopravní podnik Ostrava, a.s.

Prioritní oblast: Vzdělávání

Impulsy k zavedení systematického vzdělávání v oblasti kulturního managementu se objevily v době příprav kandidatury města na titul Evropského hlavního města kultury. Společně s neúspěchem kandidatury však usnula i tato myšlenka. S rozvojem médií, technologickými inovacemi a sílící evropskou integrací je ovšem celoživotní vzdělávání nutností k udržení konkurenceschopnosti i v oblasti kultury. Řešením otázky vzdělávání v oblasti kulturního managementu v Ostravě není vytvoření nového studijního programu. Tento obor je možné studovat v Brně či v Praze, což dostatečně pokrývá požadavky České republiky. Kulturnímu managementu nejbližším existujícím oborem je v Ostravě Management neziskového sektoru na Filozofické fakultě Ostravské univerzity, přičemž studenti denního studia realizují své povinné praxe i v rámci kulturních institucí v Ostravě (např. Cooltour, Stará Aréna, Knihovna města Ostravy, střediska volného času atp.). Cooltour navíc v roce 2013 pořádal semináře „Kreativní Ostrava“ a „European Diploma in Cultural Management“, tematika kulturních a kreativních průmyslů byla řešena také v rámci vzdělávacího projektu v Agentuře pro regionální rozvoj. Snahou koncepce je vytvořit flexibilní vzdělávací model odpovídající požadavkům ostravských aktérů v oblasti kultury. Dalším tématem v oblasti vzdělávání je zpřístupňování umění a kultury dětem. Dílčí aktivity již realizují např. Fiducia, Galerie výtvarného umění v Ostravě nebo Janáčkova filharmonie Ostrava, NDM. Koordinovaná aktivita, na které by participovalo více institucí v této oblasti, však dosud chybí.

Vize v oblasti vzdělávání v kulturním managementu v Ostravě v roce 2020

Kulturní instituce v Ostravě ve spolupráci s místními univerzitami pravidelně realizují vzdělávací workshopy a semináře za účasti externích (zahraničních) expertů s cílem řešení konkrétních problémů v oblasti kultury (viz např. Czech Music Crossroads). Na workshopech a seminářích aktivně participují i zástupci relevantních odborů Magistrátu města Ostravy. Kulturní instituce a magistrát vytvářejí příležitosti a poskytují vedení a coaching při realizaci praxí v kulturním managementu. Nové znalosti se vytvářejí, sdílejí a uchovávají prostřednictvím funkčních komunikačních sítí mezi kulturními aktéry (potkávání, diskuze, sociální sítě, internet, další komunikační kanály). V oblasti vzdělávání existuje projekt inspirovaný německou iniciativou „Každému dítěti hudební nástroj“ („Jedem Kind ein Instrument“), díky které si mohou německé děti na prvním stupni ZŠ vybrat, na jaký nástroj chtějí umět hrát a město (kraj, nadace) jim pomáhá hodiny hudební nauky financovat.

Opatření

1. Definice potřeb v oblasti vzdělávání v kulturním managementu a nastavení flexibilního vzdělávacího modelu odpovídajícího požadavkům ostravských aktérů v oblasti kultury
Pro adekvátní naplnění požadavku vzdělávání pracovníků kulturních institucí v oblasti kulturního managementu je třeba nejdříve zmapovat potřeby jednotlivých institucí

a ve spolupráci s ostravskými univerzitami na tyto požadavky cíleně reagovat. Realizovaných vzdělávacích aktivit by se měli účastnit i pracovníci ostravského magistrátu.
Dotčení aktéři: kulturní instituce, odbor sociálních věcí, školství, sportu a volnočasových aktivit

2. Vznik společného koordinovaného projektu s cílem zpřístupnění kultury všem ostravským dětem
Prvním krokem by však v této oblasti mělo být zefektivnění komunikace mezi magistrátem města Ostravy a regionálními základními a středními školami a motivace využívat stávající nabídky kulturních a paměťových institucí. V Ostravě existuje celá řada dílčích projektů v oblasti zpřístupňování kultury dětem (např. Janáčkova filharmonie, NDM) a úloha paměťových institucí v oblasti tvorby identity a pocitu sounáležitosti s regionem je nezastupitelná.
Dotčení aktéři: kulturní platforma, odbor kultury a zdravotnictví, odbor sociálních věcí, školství, sportu a volnočasových aktivit

3. Vytváření příležitostí pro začínající kulturní producenty, umělce a studenty pro realizaci praxí v kulturním managementu
Vytváření příležitostí neznamená placené brigády ani bezplatnou pracovní sílu. Vytváření příležitostí znamená zapojení mladých lidí do realizace akcí, projektů, jejich koučování a motivace, tak aby získávali potřebné znalosti a zkušenosti pro realizaci vlastních akcí a projektů do budoucna.
Dotčení aktéři: kulturní instituce

4. Šíření znalostí o významu kultury pro urbánní rozvoj
Města Ostrava a Plzeň jsou hlavními iniciátory debat o role kultury v urbánním rozvoji v České republice na základě získaných znalostí v rámci projektu EHMK. Získané poznatky je třeba koncentrovat, podrobovat kritické reflexi a dále šířit zejména směrem k politické reprezentaci. Kulturní platforma a aktéři kulturního života by měli v ideálním případě fungovat jako ambasadoři kultury.
Dotčení aktéři: kulturní platforma, vzdělávací instituce

Prioritní oblast: Organizační zajištění a financování

Finanční podpora ze strany města je vnímána jako silná stránka kultury v Ostravě. Je proto nezbytné zajistit udržitelnost financování do roku 2020 na stejné úrovni. Jelikož tato podpora není automatická, je žádoucí systematicky a kontinuálně propagovat dopady kultury pro rozvoj města. V krátkodobém horizontu se pokles počtu obyvatel na rozpočtu města příliš neprojeví, nicméně při zachování současného trendu bude mít Ostrava v roce 2020 okolo 280 tisíc obyvatel, což by znamenalo pokles v rozpočtu města z rozpočtového určení daní o dalších cca 245 miliónů Kč a roce 2030 již o 559 milionů korun. Podle aktuálních odhadů přibližně jedna třetina návštěvníků městem financovaných zařízení žije mimo Ostravu. Tato skutečnost jasně prokazuje roli Ostravy jako kulturního centra pro celou aglomeraci, což je nepochybně pozitivní. Na druhou stranu, vzhledem k demografickému vývoji města a příjmům s ním spojených, se jeví jako nezbytné do roku 2020 iniciovat debatu o širším zapojení okolních obcí do spolufinancování kultury v Ostravě. Jinak nelze očekávat, že město bude schopno plnit roli metropolitního centra kultury pro aglomeraci jako doposud. Jako spíše nevhodný shledává kulturní scéna současný model kulturní grantové politiky města. Proto by bylo vhodné iniciovat a realizovat jeho optimalizaci, tak, aby plnil lépe svoji roli. Momentálně se nacházíme na prahu nového programového období 2014+, ze kterého se nabízí možnosti pro financování vzdělávání a dalších kulturních aktivit. V předchozím programovacím obdobní dokázalo město a další aktéři získat významné částky pro investice do oblasti kultury, nicméně využití měkkých projektů bylo nižší. Je proto žádoucí posílit absorpční kapacitu kulturních organizací pro příští programovací období, aby byly schopny využít těchto vnějších zdrojů.

Vize pro organizaci a financování kultury v roce 2020

Rozpočet pro kulturu ve městě zůstává zachován na úrovni z roku 2014. Grantová politika plně harmonizuje veřejný zájem města a kulturní scény v Ostravě. Kulturní instituce byly díky systematické metodické podpoře schopny získat prostředky pro rozvoj nových aktivit, které posílí kulturu v budoucnu. Finalizuje se model financování kultury na bázi metropolitního rozpočtu.

Opatření

1. Organizačně zajistit naplňování koncepce funkčním pracovním místem
Evaluace úspěšně realizovaných kulturních koncepcí jasně prokazují nezbytnost organizačního zajištění. Pokud má být koncepce kultury v Ostravě skutečně naplňována, je žádoucí zajistit organizační zázemí, protože stávající kapacity jsou omezené.
Dotčení aktéři: vedení města, odbor kultury a zdravotnictví

2. Logicky a přehledně informovat o dopadech kultury na rozvoj města Ostravy
Evidenci o dopadech kultury prezentovat všemi komunikačními kanály. Kultura je totiž převážně vnímána jen jako určitá „nadstavba“ a nikoliv jako klíčový faktor rozvoje města.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, kulturní platforma

3. Optimalizovat stávající systém kulturní grantové politiky města
Město v současnosti pracuje v grantové kulturní politice s notifikovaným Programem podpory a rozvoje veřejných kulturních služeb na území statutárního města Ostrava v letech, který má platnost do roku 2016. Nabízí se tak možnost v letech 2014 až 2015 diskutovat v rámci kulturní obce možnou optimalizace kulturní grantové politiky. Jako vhodným se jeví zapojení externího nezávislého subjektu, tak aby byla zachována transparentnost a otevřenost procesu optimalizace. Předmětem debat by měla být i struktura grantů. Bylo by vhodné stanovit dlouhodobé granty pro etablované akce nadregionálního charakteru (s důslednou ex-post evaluací), dále pro akce určené k rozvoji místní kultury pro široké publikum. Dále je žádoucí vyčlenit cca 5 % z rozpočtu grantové politiky na inovativní a experimentální produkty a konečně zohledňovat prostorové dopady podporovaných akcí.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, kulturní platforma, kulturní instituce a aktéři, externí subjekty

4. Zvýšit absorpční kapacitu za účelem čerpání financí v rámci 2014+
Informovat o možnostech čerpání prostředků. Metodicky podpořit žadatele v oblasti měkkých projektů. Kofinancovat v rámci internacionalizace evropské projekty.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, odbor ekonomického rozvoje, Kancelář primátora

5. Diskutovat možnosti sdíleného financování kultury na bázi aglomerace
Propagovat ohrožení financování kultury v Ostravě v závislosti na poklesu počtu obyvatel v důsledku suburbanizace. Pořádání seminářů a konference na téma financování kultury v rámci aglomerace. Představit možnosti a způsoby sdíleného financování. Prosadit tuto myšlenku na politické úrovni.
Dotčení aktéři: odbor kultury a zdravotnictví, odbor ekonomického rozvoje, Kancelář primátora