



WORKSHOP K NÁVRHOVÉ ČÁSTI STRATEGIE ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA ČESKÉ BUDĚJOVICE NA OBDOBÍ 2023–2035

V Českých Budějovicích 11. 2. 2022



Workshop ke kulturní strategii

Dne 11. února 2022 proběhl v Českých Budějovicích pracovní workshop k tvorbě Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města České Budějovice na období 2023–2035 a přípravě podkladů pro kandidaturu na Evropské hlavní město kultury. Účelem workshopu bylo odhalit cesty, kudy by mohla budoucnost kultury v Českých Budějovicích vést. Na workshopu byly stručně představeny hlavní závěry z analytické části připravované strategie, hlavní část workshopu byla zaměřena na tvorbu návrhové části.

Setkání se účastnilo cca 60 účastníků, z nichž asi 20 bylo online.

HARMONOGRAM WORKSHOPU

- 12:30 – 13:00** Příchod, registrace
– úkol: *Jakou roli, úroveň, podobu má mít kultura v Č. Budějovicích v roce 2035?*
- 13:00 – 13:30** Uvítání, přehled dosavadní práce a výstupů analytické části Strategie
- 13:30 – 14:30** Vize pro kulturu 2035 – východiska, vyhodnocení 1. úkolu, tvorba vize
- 14:30 – 15:30** Hlavní témata – práce ve skupinách
- 15:30 – 16:00** Společná diskuze a závěrečné zhodnocení
- 16:00 – ?** Neformální networking

BODY PREZENTACE

- Harmonogram tvorby Strategie
- Výstupy analytické fáze
- Hlavní závěry z analýz
- Harmonogram procesu kandidatury na EHMK 2028
- Tvorba vize
- Návrhy cílů a plánů pro dílčí témata strategie



Harmonogram projektu

Harmonogram projektu odpovídá zadání zadavatele. Celá strategie by měla být zpracována do konce dubna 2022 tak, aby do konce června 2022 byla schválena orgány města a město mohlo v září 2022 podat přihlášku na titul Evropské hlavní město kultury (EHMK).

		IX / 2021	X / 2021	XI / 2021	XII / 2021	I / 2022	II / 2022	III / 2022	IV / 2022	V / 2022
Analytická část	Zmapování situace ve městě – analýzy dokumentů a dat, příprava a realizace rozhovorů Výzkum image	■	■	■	■					
	Zpracování dílčích analýz		■	■	■	■				
	SWOT analýzy, shrnutí a závěry analyt.fáze				■	■				
Návrhová část	Stanovení vize a cílů koncepce					■	■	■	■	
	Rozpracování priorit / tematických okruhů včetně opatření						■	■	■	
	Nastavení indikátorů						■	■	■	
Implementace	Implementace							■	■	■
	Zásobník námětů, Akční plán							■	■	■
EHMK	Pomoc s podklady pro přihlášku na titul EHMK							■	■	■

REALIZOVÁNO:

Analýza mnoha dat a dokumentů
(ČSÚ, CzT, město, kraj, aktéři aj.)

Výzkum mezi aktéry a
zajímavými
- dotazníky (*n=194*), rozhovory

Výzkum image města
(panel z celé ČR *n=1000*)

Výzkum mezi obyvateli ČB
(panel místních obyvatel, *n=1013*)

Antropologický výzkum (M. Tošner)

1. workshop 26.11.2021 v divadle

Pracovní skupiny, konzultace s
experty...

naše zkušenosti

VÝSTUPY ANALYTICKÉ FÁZE :

Shrnutí analytické fáze

+ dílčí analýzy:

- 1. Základní socio-ekonomické podmínky pro rozvoj kultury a kreativních odvětví ve městě ČB**
- 2. Analýza relevantních strategických dokumentů**
- 3. Analýza řízení a financování kultury ze strany města**
- 4. Mapování kulturních a kreativních odvětví v ORP České Budějovice**
- 5. Analýza aktuálních kulturních aktérů a kulturní infrastruktury (aktéři, akce, kulturní dědictví, vzdělávání)**
- 6. Workshop k analytické části Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města ČB**
- 7. Výzkum mezi kulturními aktéry a dalšími zainteresovanými osobami**

Hlavní závěry z analýz

- Město má **dobré předpoklady pro rozvoj kultury a kreativních odvětvích**, kultura a kreativní odvětví zahrnují **8-10 % zaměstnanosti**.
- **Bohaté kulturní dědictví** se odráží pouze v nemovitých památkách a „kulisách“ města, méně v živém umění a identitě místních obyvatel (folklor, tradice, kořeny, slavné osobnosti spojené s městem, události...).
- Ve městě **chybí větší akce** a festivaly (nad)regionálního významu. Ale i malé **komunitní akce** v městských částech.
- **Kulturní infrastruktura** je často nevyhovující, chybí kvalitní velký kulturní sál pro divadlo, filharmonii a nadregionální akce.
- Touha více využívat **veřejná prostranství** pro kulturu a volný čas. Aktéři postrádají jednotný **informační kanál** pro místní i návštěvníky.

Hlavní závěry z analýz

- Pozitivní image v rámci ČR: krásné město, pivo Budvar, náměstí, Černá věž, blízkost přírody.
- Řízení kultury ze strany města je **nesystémové**. OKCR nemá kapacitu na strategické řízení a koordinaci kultury ve městě.
- **Rezervy ve spolupráci** město – kraj – školy – neziskový a občanský sektor – firmy; slabá mezioborová spolupráce.
- Kultura je vnímána jako volnočasová aktivita, **nikoli jako práce a odvětví ekonomiky** (s tímto přístupem funguje i nezávislá scéna).
- Rostoucí zájem o rozvoj **kulturních a kreativních průmyslů** (JČU, JVTP, kraj, Žižkárna aj.).

V čem se Č. Budějovice a jejich kultura liší od jiných měst:

- město **zřizuje jen 1 příspěvkovou organizaci**, ostatní „kamenné“ organizace ve městě zřizuje kraj
- většinu městských akcí zajišťuje magistrát (OKCR)
- bohaté **kulturní dědictví**
- **„kulturní čtvrť“** u řeky Malše
- **ve městě je vysoký počet gymnázií a ZUŠ**, avšak chybí návaznost (kreativní obory na úrovni VŠ)
- mnoho kvalitních **veřejných prostranství** (náměstí, parky), **řeky a vodní plochy** ve městě, často však s nevyužitým potenciálem

HARMONOGRAM

2021

Založení spolku
Budějovice 2028
pověřeného koordinací
kandidatury

10.5.2021

Schválení kandidatury
zastupitelstvem města

Ukončení
výběrových
řízení

2022

Začátek oficiální
komunikace
kandidatury

20.1.2022

Informační
schůzka na MK

Prezentace kulturní
strategie veřejnosti

Předložení kulturní
strategie zastupitelstvu

1.9.2022

Odevzdání přihlášky na EHMK

Oznámení
postupujících
měst do 2. kola

1.6.2023

2.Kolo odevzdání
finálního Bid Booku

ANALYTICKÁ FÁZE

NÁVRHOVÁ FÁZE

PŘÍPRAVA PROJEKTŮ

FINALIZACE PŘIHLÁŠKY

04 05 06 07 08 09 10 11 12 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

VÝZKUM

výběrová řízení

1. fáze testování

vyhodnocení

2. fáze testování

vyhodnocení

→ Výzkum zaměřen na potřeby cílových skupin obyvatel (segmentace)
→ Participativní aktivity
→ Kvantitativní výzkum - veřejnost - rozvoj města

→ Manažerské shrnutí
→ Prezentace pro město

→ Tvorba výzkumného panelu
→ Kvalitativní kulturně-antropologický výzkum v terénu
→ Expertní rozhovory
→ Kvantitativní dotazování stakeholderu ve městě
→ Kvantitativní výzkum - veřejnost - vnímání kultury ve městě



KULTURNÍ STRATEGIE

BID BOOK

- VIZE PODPORY KULTURY VE MĚSTĚ
- PROCESY A PRINCIPY FUNGOVÁNÍ KULTURY
- ORGANIZAČNÍ UKOTVENÍ A STRUKTURA
- PŘÍSTUP MĚSTA KE KULTUŘE



- UMĚLECKÁ A PROGRAMOVÁ NÁPLŇ KULTURNÍ STRATEGIE
- PRINCIPY PŘÍSTUPU KE KULTUŘE
- DEFINOVÁNÍ JASNÉ CESTY K CÍLI
- KONKRÉTNÍ KROKY K ROZVOJI KULTURY
- ŘEŠENÍ POTŘEB A PROBLÉMŮ MĚSTA
- NÁVAZÁNÍ MĚSTA NA EVROPU



Roviny problémů:

1. Provozní a organizační problémy kulturního sektoru ve městě	Co musíme vyřešit pro rozvoj kultury a kulturních aktérů?	<ul style="list-style-type: none">➤ Organizace, koordinace, řízení kultury➤ Podpora kultury (finanční i nefinanční)➤ Kulturní infrastruktura➤ Informovanost, kalendář➤ Velké kulturní akce a komunitní akce v okrajových částech➤ Spolupráce a komunikace města, kraje, soukr. a nezisk. sektoru, VŠ...➤ Profesionalizace aktérů➤ Živá kultura do veřejného prostoru
2. Nedostatky a problémy celého města	Jak je může kultura pomoci řešit? -> (kultura jako prostředek změny)	<ul style="list-style-type: none">➤ Doprava, parkování, mobilita➤ Napojení na kraj a příhraničí➤ Kvalitní veřejná prostranství➤ Atraktivita pro návštěvníky, orientační značení➤ Atraktivita pro mladé – vzdělávání, práce➤ Soužití různých skupin➤ Výzkum, technologie, průmysl➤ Spolupráce s krajem, JČU, firmami➤ Infrastruktura ...

Roviny problémů:

<p>3. Směřování města, brand (Kde bychom chtěli město v budoucnu mít? 2028... 2035...)</p>	<p>Jak chceme město profilovat v rámci ČR?</p> <p>Jak tomu může pomoci kultura a EHMK?</p>	<p>? město a voda, životní prostředí ? zemědělství, Země živitelka ? příjemné místo k životu ? kultura a kreativita v širším kontextu ? technologické obory, přírodovědný výzkum ? univerzitní město ? kulturní dědictví, architektura ? spolupráce s příhraničím</p>
<p>4. Evropská rovina (Jaká evropská témata můžeme přinést? Čím můžou ČB přispět Evropě?)</p>	<p>Jak uchopit aktuální témata EU?</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Kulturní dědictví v 21. století, nové využití starých budov➤ Udržitelný cestovní ruch, well-being, péče➤ Soužití společnosti, soc. inkluze➤ Adaptace na změnu klimatu➤ Životní prostředí, čisté zdroje➤ Dostupné bydlení➤ Evropská spolupráce➤ Tradice, kořeny, folklor➤ Kulturní rozmanitost

Vize – nápady, podněty, které zazněly v pracovních skupinách, výzkumech, rozhovorech...

- *Brána do Jižních Čech, středobod Jižních Čech*
- *kompletní nabídka služeb, zázemí pro celý region a jeho návštěvníky*
- *město a voda, životní prostředí, příroda, krajina*
- *město s velkým renesančním náměstím a kašnou*
- *kulturní distrikt*
- *soužití – různých skupin obyvatel, komunit, dříve národností, soužití s přírodou, s historickou identitou*
- *město pečující...*

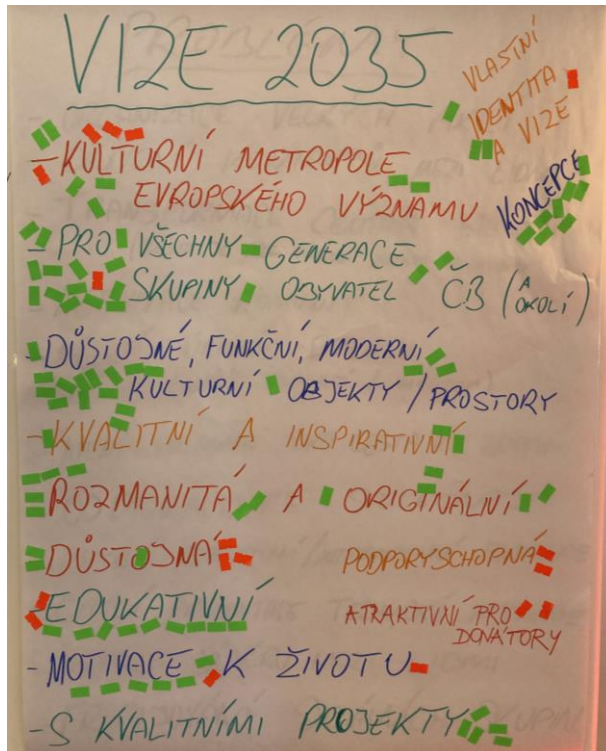
1. úkol: Jakou roli, úroveň, podobu má mít kultura v ČB v roce 2035?

Na začátku workshopu dostali účastníci zadání, aby napsali, jakou roli, úroveň, podobu má mít kultura v Českých Budějovicích v roce 2035. V online prostoru pracovali účastníci v programu Mural, kde mohli přidávat štítky se svými nápady. Jednotlivé návrhy mohli poté účastníci v offline prostoru prioritizovat pomocí zelených (souhlasných) a červených (nesouhlasných) štítků, v online prostoru bylo možné hlasovat pouze pro podporu návrhu (souhlasné hlasy).

V sále se účastníci shodli především na tom, že v roce 2035 je nutné, aby České Budějovice disponovali **důstojnými, funkčními a moderními kulturními objekty/prostory**, a aby kultura byla **pro všechny věkové skupiny obyvatel Budějovic a okolí**.

V online prostoru získaly nejvíce hlasů dva návrhy, a to:

1. aby v roce 2035 **spolu jednotlivé subjekty komunikovali**, jejich program měl **nadregionální přesah**, fungovaly i **menší nezávislé projekty, město bylo důležitým partnerem a kulturním subjektem**
2. aby v roce 2035 mělo město **širší centrum bez aut, fungující cyklostezky a veřejný prostor**, který bude vybízet k oddychu a potkávání se.



Jednotlivé subjekty budou mezi sebou komunikovat. Jejich program bude mít nadregionální přesah. Vedle toho budou fungovat i menší nezávislé projekty, které budou podporovat identitu regionu. Město bude důležitým partnerem (otevřeným a nápomocným) kulturním subjektům.

Město bude mít širší centrum bez aut. Budou zde fungující cyklostezky, které budou spojovat jednotlivé části celého města. Budou zde fungující parky. Bude zde fungující veřejný prostor zahrnující parky, náměstí, drobnou architekturu, která bude nabízet místa oddychu a potkávání.

Unikátní nabídka kulturních zážitků, které jiná města nenabízí.

Město by mělo mít fungující infrastrukturu kulturních subjektů a bude skvěle fungovat systém podpory kultury, která bude ve městě vnímána stejně důležitá jako sport a jiné aktivity.

existující silná "kulturní centra/ prostory" - ve smyslu lokalita, kam se vyplatí vyrazit a najdu tam nějaký event - na principu pravidelnosti

Několik eventů "světové" úrovně několikrát za rok

Věda je součástí naší kultury

Spolupráce hlavních aktérů a sektorů

Kulturní instituce fungující mimo své budovy

Kultura decentralizovaná do jednotlivých čtvrtí - sloužící komunitám

Kultura se bude rozvíjet i v okrajových částech města.

Kulturní akce se konají i na sídlištích, například na Máji, kde žije přes 20 tisíc obyvatel

Spolupráce ve městě / kraji / přeshraniční spolupráce / Evropa

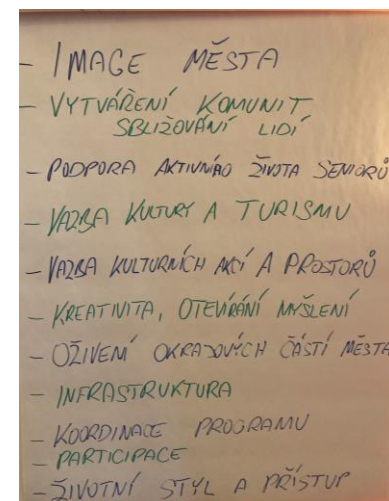
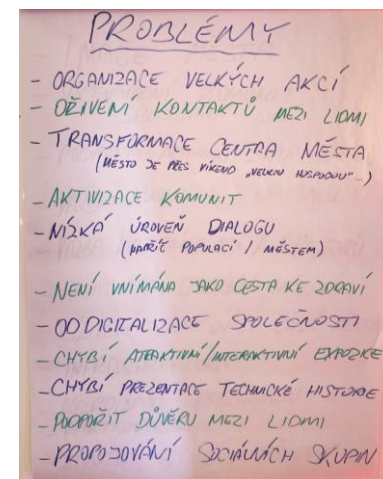
Město bude spolupracovat s architekty a umělci na veřejných zakázkách.

existující automatizovaný kollizní kalendář a z toho vycházející přehled eventů pro konkrétní termin

2. úkol: Jaké problémy celého města může kultura pomoci řešit?

Účastníci byli vyzváni, aby navrhli, jaké problémy celého města může kultura pomoci řešit. Níže jsou vypsány návrhy účastníků, které zazněly na workshopu.

- organizovat velké zajímavé akce pro místní obyvatele i pro návštěvníky
- oživit kontakty mezi lidmi po koronavirové pandemii
- transformovat centrum města
- vytvořit více příležitostí pro lidi, kteří kulturu vytvářejí i navštěvují
- aktivizovat komunity
- pomoci komunikovat a prohloubit dialog mezi aktéry, mezi sektory
- zdraví
- pomoci zvednout děti od tabletů a PC
- vytvořit prostor pro děti s rodinami, animace kulturního dědictví (zážitková muzea a prostory)
- prezentovat technické minulosti města
- vytvořit a prohloubit důvěru mezi lidmi
- zlepšit kvalitu veřejných prostranství
- propojovat různé skupiny skrze kulturu, vytvářet komunity, sblížovat lidi
- budovat image města
- podpořit aktivní život seniorů, aby nebyli osamělí
- agresivněji lákat do města na kulturu (cestovní ruch)
- zvyšovat povědomí o veřejných prostorech
- otevírat myšlení, nové myšlenky
- aktivizovat obyvatele v okrajových částech města
- iniciovat nové prostory (pop-up muzeum), infrastrukturní vybavenost
- opakovaně pořádat akce, které se navzájem doplňují
- participativně zapojit obyvatele
- životní styl a přístup



Dílčí vize a cíle kulturní strategie

Ve druhém cvičení se účastníci rozdělili do 8 skupin, ve kterých diskutovali nad různými předem stanovenými tématy. Účastníkům přítomným v sále byla doporučena diskuzní skupina, ke které se mohou připojit. Účastníci připojení online byli rozřazeni do skupin dle jejich převažujícího zaměření. V rámci každé skupiny bylo diskutováno jedno z následujících témat. Úkolem účastníků bylo navrhnout cíl/e pro dané téma pro rok 2035 a případně plán a konkrétní úkoly, jak těchto cílů dosáhnout. Závěry z diskuzních skupin byly dále prezentovány jednotlivými členy skupin.

OFFLINE

1. **Organizace, řízení a koordinace kultury ve městě**
2. **Infrastruktura**
3. **Identita města, atraktivita a výjimečnost, jasný brand a marketing**
4. **Kulturní dědictví, vazba na odkazy a kořeny města a místních obyvatel**
5. **Kultura pro rozvoj města i obyvatel**

ONLINE

6. **Kultura atraktivní a dostupná pro všechny skupiny, informovanost**
7. **Spolupráce, rozvoj kulturních aktérů, prolínání kultury do dalších oblastí**
8. **Rozvoj kreativního podnikání**

Úkol ve skupinách:

- 1) Přidejte se k 1 skupině ..., seznámte se
- 2) Společně navrhnete cíl(e) pro dané téma (cílíme na rok 2035)
- 3) Navrhnete, jak toho cíle dosáhneme? Co konkrétně se má stát?
- 4) Návrhy napište + vyberte zástupce, který shrne důležité body nahlas

Návrh dílčích vizí a cílů:

1. Organizace, řízení a koordinace kultury ve městě

- Kdo má koordinovat kulturu ve městě?
- Kdo má provozovat kulturní domy, kina, galerii?
- Potřebuje město servisní organizaci / kulturního koordinátora / nočního starostu...?
- Má městské akce pořádat magistrát, městská organizace, nebo externí subjekty přes zakázky?
- Jak může magistrát podporovat organizátory ve městě?

V rámci skupiny „Organizace, řízení a koordinace kultury ve městě“ se účastníci shodli na následujícím:

Město by mělo zřízovat pozici „**kulturního koordinátora**“, který by propojoval kulturní aktéry, informoval je o významných akcích, dotacích, příležitostech atd.

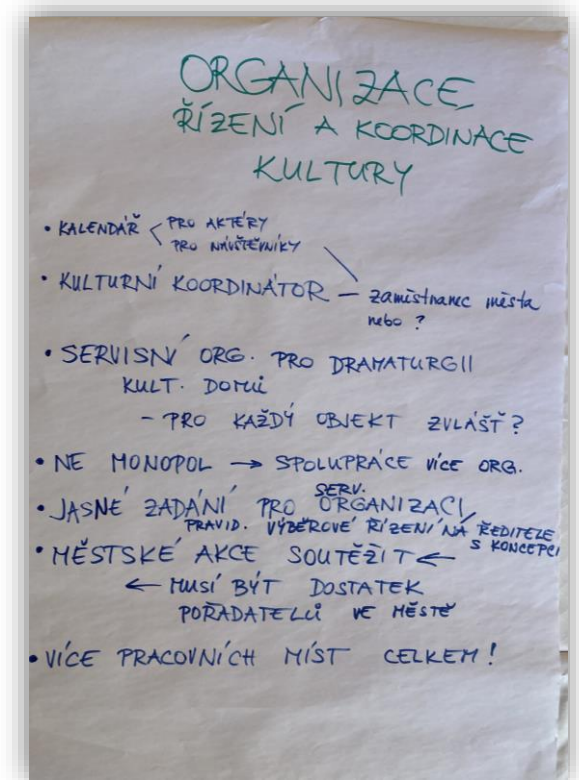
Město by mělo zajistit **kulturní kalendář** – „vrstvu“ pro veřejnost a další vrstvu viditelnou jen pro aktéry (kolizní kalendář). Otázka: dá se efektivně využít sociální sítě a informace o akcích z nich?

Město by mělo zřízovat **více „servisních“ kulturních organizací**, aby nevznikl monopol na kulturu ve městě, naopak aby byla rozmanitost a zdravá konkurence. Důležité je, aby

- organizace měla / měly jasné zadání od města,
- příspěvek města byl nastaven tak, aby nekřivil trh,
- bylo pravidelně vypisováno výběrové řízení na ředitele, který předloží koncepci na určité období svého působení (např. 5 let)

Kdo má organizovat **městské akce**?

- nápad vypisovat soutěže na pořadatele tradičních akcí – na některé akce se de facto děje (př. Adventní trhy), nicméně zásadní akce spojené s městem by měly být stabilně spojené s jejich zakladateli.



2. Infrastruktura

- Chceme „kulturní distrikt“? Pokud ano, jakou má mít funkci?
- Jaké investiční projekty potřebujeme zrealizovat do r. 2035?
- Co budeme dělat se stávajícími objekty?
- Jak chceme využívat veřejná prostranství pro kulturu?
- Jakou roli má hrát Metropol – nyní největší KD ve městě?

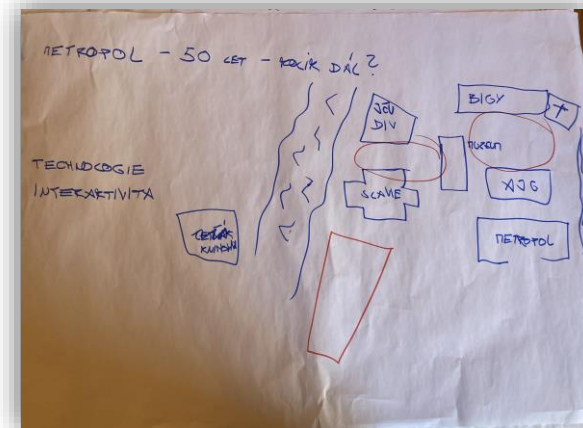
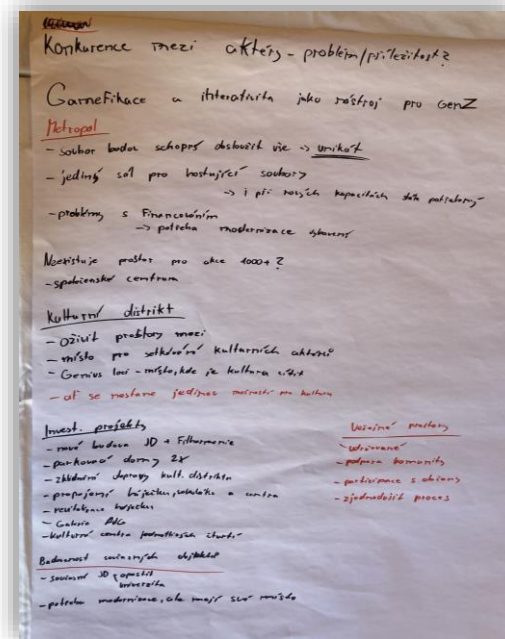
V rámci skupiny „Infrastruktura“ se účastníci shodli na následujícím:

Vize 2035

- Gamifikace, interaktivita výstav a prezentací. U produkcí je stále větší důraz na audiovizuální složku a technologii. Na estetiku našťestí stále také.
- Je tedy třeba hledat zdroje k financování zvyšování technického vybavení kulturních domů.

Chceme „kulturní distrikt“? Pokud ano, jakou má mít funkci?

- Instituce ho nutně nepotřebují, ale když už ho máme, tak ho dopracujeme, uchopme tak, jako se to dělá jinde a prodáme ho navenek. Je to dobré pro image města. Jednoznačná a silná věc.
- Klíčová v kulturním distriktu není přítomnost živé kultury, ale spíš kulturní genius loci. Místo, kde je kultura cítit a kde pravidla hry (pobytu) určují v první řadě kulturní instituce, nikoliv např. dopravní situace ve městě.
- Nesmí zůstat jedinou možností pro kulturu, potřebujeme zvelebit i další městské části, než jen centrum. Jihočeské divadlo se nám nevejde do kulturního distriktu, ale Mariánské náměstí by díky němu mohlo dostat významný impuls.
- Kultivuje samotné návštěvníky. Umožňuje aktérům daleko více pracovat mezioborově a spolupracovat. Sám k tomu vybízí tvrzením „tohle je kulturní čtvrť“ a definuje tak procházející. Známe z Evropy.
- KD = ve 20. století kulturní dům, v 21. století je to kulturní distrikt. :) Toto vyjadřuje tu mezioborovost kultury a jejich vzájemné propojení. Z izolovaných domů přechod do spoluprací.



2. Infrastruktura – pokr.

Jaké investiční projekty potřebujeme zrealizovat do r. 2035?

Přímý vliv města:

- Nová budova pro čtyřsouborové Jihočeské divadlo a filharmonii
- Dva parkovací domy, nebo podzemní parking v blízkosti centra.
- Koncepční uchopení veřejného prostoru i dopravy v kulturním distriktu. Ne podle pravidle SVS, ale podle návrhů kult. institucí a městského architekta. (Ulice pro lidi)
- Revitalizaci Háječku a jeho propojení na Sokolský o. a centrum
- Údržba kulturních center, nebo veřejných míst pro setkávání v městských částech.

Mimo přímý vliv města:

- Metropol modernizovat uvnitř, zvelebit zvenku (Kulturní disktrikt, městský architekt)
- Nová budova AJG

Co budeme dělat se stávajícími objekty?

Udržovat, stávající budovu JD ideálně předat JČU nebo vyplyne z aktuální situace.

Lidí bude víc, zejména seniorů, takže stávající infrastruktura si své publikum a náplň najde.

Stačí jen udržovat domy funkční a moderně vybavené.

Jak chceme využívat veřejná prostranství pro kulturu?

- Při údržbě a revitalizaci veřejných prostor poctivě zjistit potřeby od místních uživatelů. Obsah revitalizací nesmí definovat jen pravidla odborů magistrátu, či často uměle udržované zvyklosti byrokracie.
- Veřejná prostranství zvelebit, dát jim úroveň, udržovat je a poskytnout je veřejnosti. Je třeba je i na náklady města pravidelně uklízet a udržovat.
- Pasportizace míst, která je možné a žádoucí si pronajmout pro setkání nebo kulturní produkci. Zjednodušení těchto pronájmů. Mezi-odborová koordinace na radnici – zábory, kultura, úklid...atd. Aktuálním systémem pro pořádání akce projde spíše ostřílený profesionál, než kdokoliv z aktivních občanů.
- Chceme je opravit a dát k užívání veřejnosti. Primárně nezřizované kultuře, spolkům, občanům.
- Cílem není ve veřejném prostoru pořádat více reprodukované hudby atd., ale spíše posílit komunitní akce a sešlosti.

Jakou roli má hrát Metropol – nyní největší KD ve městě?

- Vícesálová stagiona pro soukromé pořadatele, komerčně úspěšné projekty, společenské centrum, opravené s dobrým vybavením. Má výhodu lokality a souboru služeb (hotel, div. sál, velký sál, malá scéna, menší sály atd.)
- Posledních 50. let historie kultury v ČB se odehrávalo často a právě v sálech Metropolu. ([viz odkaz zde](#))
- I pokud bude stát nová budova JD na Mariánském, tak budova Metropolu své využití a obsazení najde. Větší plesy, komerční akce, úspěšná vystoupení, společenské centrum.
- Metropol – potřebuje investici, buď spoluúčast města, nebo soukromý subjekt, který uvidí potenciál. (rozvoj kulturního disktriktu)

3. Identita města, atraktivita a výjimečnost, jasný brand a marketing

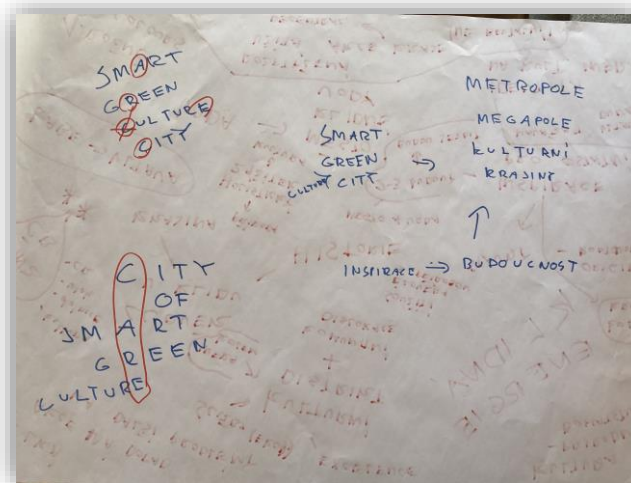
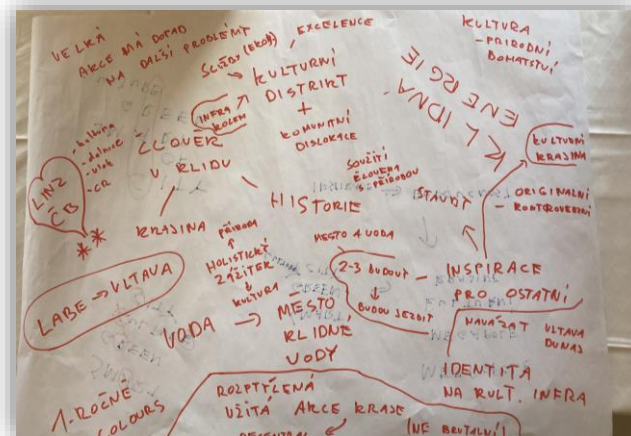
- Jak otisknout kulturu do brandu města?
- Jak komunikovat výjimečnost a kulturní dimenzi města?
- Čím se můžeme odlišit v kulturní oblasti oproti ostatním městům?
- Potřebujeme vytvořit něco nového, inovativního, čím vynikneme?
- Jak zaujmout návštěvníky? A jak studenty, investory, rodiny... příp. komisi EHMK?

V rámci skupiny „Identita města, atraktivita a výjimečnost, jasný brand a marketing“ se účastníci shodli na následujícím:

- ČB jsou městem klidné vody -> klidné energie
- měla by vzniknout rozptýlená akce, která nebude koncentrována na jednom místě/měste, ale bude rozprostřena po ČB/JČK - nechceme nic brutálního
- V roce 2035 budeme nabízet holistický zážitek (Příroda + Krajina)
 - přes den lidé vyjedou do přírody, večer si užijí živé město, kde je kam vyrazit a každý si najde to svoje
- Větší propojení s Linzem, který je sice naším partnerským městem, ale v podstatě neexistuje žádná spolupráce, v roce 2035 bude hotová dálnice a vlakový koridor (spojení bude krátké), takže pokud budeme v ČB nabízet zajímavé zážitky nebude pro lidi z Linze problém si sem zajet
- Stavět budoucnost na naší historii a krajině -> kultuře
- Kulturní distrikt + komunitní dislokace
 - Kulturní distrikt - kvalitní zázemí v centru města, které na sebe naváže další spojené služby a tím pádem i peníze. Je důležitá infrastruktura i kolem
 - Kulturní dislokace naopak vytváří prostředí, ve kterém se rodí budoucí kulturní aktéři, kteří mohou jít později pracovat do velkých kulturních institucí a zároveň vytvářejí příjemné prostředí pro komunitní život

Řešení:

- SMART GREEN CULTURE CITY (lze najít acronym CARE - z každého slova jedno písmeno)
- CITY OF SMART GREEN CULTURE (lze najít acronym CARE - z každého slova jedno písmeno)
- Budějovice 2028 / 2035 jsou Metropolí/megapolí kulturní krajiny a jsou inspirací pro další města i v zahraničí



4. Kulturní dědictví, vazba na odkazy a kořeny města a místních obyvatel

- Na co ze své minulosti jsme hrdí?
- Jak chceme prezentovat a zpřístupňovat kulturní dědictví?
- Na co chceme navazovat při tvorbě nových kulturních aktivit?
- Které osobnosti, témata, památky, události chceme oživit?
- Co z naší historie chceme prezentovat návštěvníkům, Evropě?

V rámci skupiny „Kulturní dědictví, vazba na odkazy a kořeny města a místních obyvatel“ se účastníci shodli na následujícím:

Jsme hrdí na **hrdiny a osobnosti**, kteří ve městě žili.

Lanna (v r. 2028 bude 200 let výročí), Hardmuth, Fried, Gerstner, Přemysl O. II. - silné příběhy, které můžeme vyprávět. Do dnes jsou po nich pojmenovány ulice a málokdo ví, kdo to vlastně byl.

V ČB zůstaly **domy a objekty s odkazem na osobnosti** – jako např. Hardmuthova vila (ideální pro muzeum Hardmuthů?). Rada z nich narušená komunistickými zásahy, mělo by dojít k jejich narovnání.

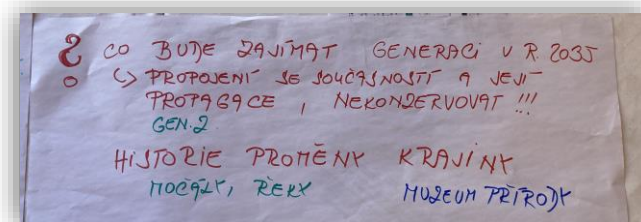
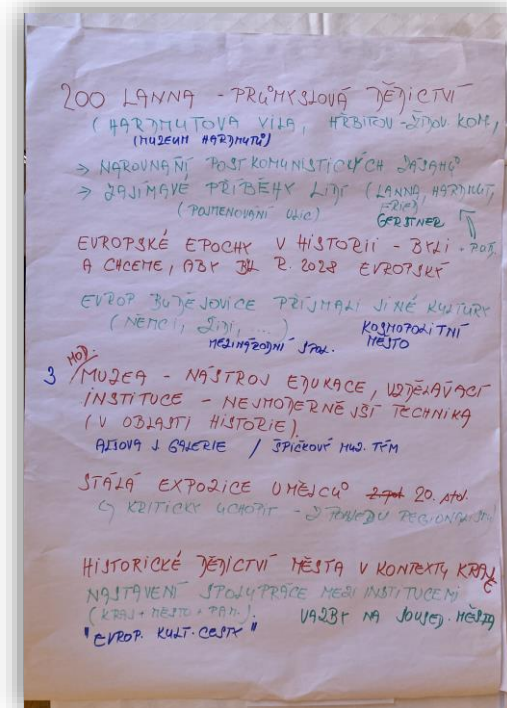
Město ČB bylo v historii opravdu **evropské** několikrát a v různých epochách. Bylo královské, přijímalo jiné kultury, náboženství, cizince (Němci, židi). Bylo kosmopolitní. Chceme, aby bylo evropské i v roce 2028.

Potřebujeme:

1. **muzea**, která v ČB chybí (min. 3!) – moderní muzea jako nástroj edukace moderní historie a vzdělávací instituce na nejvyšší technické úrovni. Chybí nám špičkový muzejní tým. Muzeum přírody – historie proměny krajiny (močály, řeky).
2. **stálou expozici umělců 20 stol.**, která bude kriticky uchopena z pohledu regionalismu.

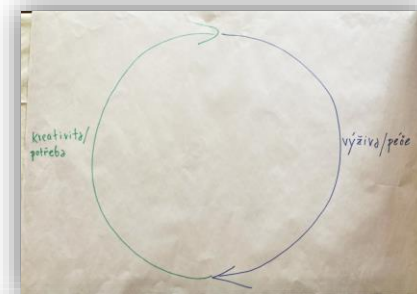
Je zapotřebí vnímat historické dědictví města v kontextu kraje. Nastavit spolupráci mezi institucemi (kraj, město, památkáři). S vazbami na sousedská města (i za hranicemi). Projekt Evropské kulturní cesty.

Položme si otázku, co bude zajímat mladou generaci v r. 2035. Historii je nutné propojovat s budoucností, nekonzervovat a propagovat jí.



5. Kultura pro rozvoj města i obyvatel

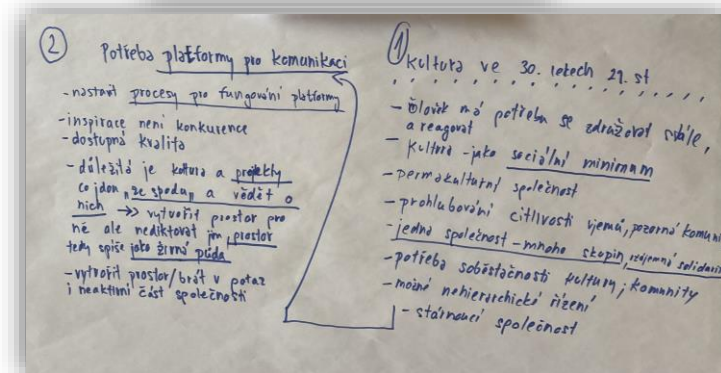
- Jak může kultura zlepšit kvalitu života většiny místních obyvatel?
- Jak může kultura přispívat ke vzdělávání a naopak?
- Rozvíjí kulturní organizace své publikum?
- Můžeme se prostřednictvím kultury vyrovnávat s problémy 21. století? Může kultura otevírat těžká témata, obušovat hrany, nacházet společnou řeč?
- Jak se díky kultuře spojit se světem?



- Na výše uvedené otázky odpovídáme ano a může a nabízíme odpověď kruhem, který znázorňuje cyklus rozpoznání svých vlastních potřeb, jejich pojmenování a nalezení jejich naplnění v kultuře, kterou chápeme v tom nejširším slova smyslu a která nám opět pomáhá uvědomit si naše vlastní potřeby i potřeby okolí.

- **Budoucnost kultury** vidíme ve vytvoření prostředí, které nejlépe vystihuje pojem **PERMAKULTURA**.

- Permakulturní prostředí tvoří **horizontální (nehierarchická) infrastruktura, která propojuje jak kulturní organizace, tak občanský, neziskový a soukromý sektor, vzdělávací instituce a státní správu**. Je založená na **participaci, péči, přístupnosti, solidaritě, udržitelnosti, komunikaci a digitalizaci**. Permakulturní infrastruktura vzniká s jasnou vizí a koncepcí. Jednotlivé složky systému jsou vybrány s maximální vnímavostí k jejich potřebám, vzájemným vztahům a potenciálu vzájemné spolupráce, aby již od začátku tvořili funkční, pestrou síť, ve které si mohou jednotlivé články poskytovat vzájemnou podporu a inspiraci. Permakulturní infrastruktura zároveň vzniká s vědomím, že by mělo jít o **dlouhodobě udržitelný systém**. Je proto důležité, aby byl od začátku dobře definované její mechanismy - zejména schopnost pravidelné **evaluace**, potenciální obměny aktérů nebo jejich rolí a vztahů, vždy s respektem k potřebám aktérů a jejich prostředí. Systém by měl zároveň být **schopný reagovat** rychle jak na změny potřeb uvnitř infrastruktury, tak na vnější podněty a globální výzvy.



PERMAKULTURNÍ PROSTŘEDÍ tak zásadním způsobem zlepšuje kvalitu života ve městě nebo komunitě. Díky fungující infrastruktuře má permakulturní komunita přehled o potřebách jednotlivých jejích složek i jejich proměnách a umí na ně pružně reagovat. Kulturní organizace, která funguje v takovém prostředí cítí podporu ostatních organizací, které jsou součástí infrastruktury, i diváků, se kterými může dlouhodobě a systematicky udržovat vztah. Taková organizace může být existenčně zajištěná, sebevědomá, motivovaná, ergo může pečovat o své publikum a reagovat na změny potřeb, které mohou souviset jak s demografickými změnami, tak se změnami klimatu atp. Právě díky podpoře v ostatních složkách infrastruktury se může sebejistě vydat cestou například kreativního nebo environmentálního vzdělávání a doplňovat tak systematicky nabídku vzdělávacích institucí a zároveň rozvíjet své publikum. Umění může zároveň vytvářet obraz nové reality a pomáhat facilitovat jeho přijetí. Ve stabilním permakulturním prostředí se může umění stát legitimním nástrojem pro změnu vnímání, chování i legislativy.

6. Kultura atraktivní a dostupná pro všechny skupiny, informovanost

- Kulturní nabídka dostatečná pro děti, mládež, dospělé, seniory, cizince, návštěvníky,....?
- Kultura dostupná či dosažitelná pro všechny (geograficky, různě vzdělané, cenově atd.)?
- Jak může infrastruktura sloužit všem? (budovy, veřejný prostor, vybavení)
- Chceme do tvorby kultury zapojovat různé cílové skupiny? Generace? Jak?
- Ví se o tom? Jak zajistit informovanost?

V rámci skupiny „Kultura atraktivní, dostupná pro všechny skupiny, informovanost“ se účastníci **shodli, že v roce 2035 chtějí:**

1. Kulturu dostupnou a dosažitelnou pro všechny (geograficky, cenově, vkusem, vzděláním, z hlediska přístupnosti, atd.)
2. Kulturní nabídku dostatečnou pro děti, mládež, dospělé, seniory, cizince, návštěvníky....
3. Infrastrukturu sloužící všem obyvatelům i návštěvníkům města (kulturní budovy, veřejný prostor, vybavení)
4. Do tvorby kultury zapojovat různé cílové skupiny, generace, obyvatele s různým životním stylem.
5. Zajistit informovanost o nabídce a možnosti účasti.

Pro dosažení výše zmíněných cílů je třeba, aby:

Samotní obyvatelé byli tvůrci kulturní nabídky a občanského, sousedského života ve městě

- Město by mělo hrát roli iniciátora, podporovatele, ale nemělo být organizátorem.
- Ve městě by měl být podporován vznik spontánních a drobných kulturních / společenských událostí, do kterých budou jako organizátoři zapojeni obyvatelé.
- Obyvatelům by se měla dát svoboda a příležitosti k vlastnímu tvůrčímu uplatnění, vyjádření – zjednodušení pravidel, poskytnutí zázemí.
- Mělo by se dbát na to, aby se takové události děly i mimo historické centrum města.

Veřejný prostor byl opečováván a spoluvytvářen obyvateli

- Ve veřejném prostoru by se mělo odehrávat více kulturních událostí a být v něm více umění – aby si našlo cestu k obyvatelům, kteří za kulturou nechodí cíleně a "dovnitř"
- Měl by vyzývat ke trávení volného času, být obyvatelný, nízkoprahový a kultivovaný
- Potřeby a nápady pro využívání veřejného prostoru by měly být zjišťovány od obyvatel / místních aktérů, aby měli chuť ho využívat a pečovat o něj (pokračování projektů typu participativní rozpočet)

6. Kultura atraktivní a dostupná pro všechny skupiny, informovanost – pokr.

Informovanost byla adekvátní s ohledem na rozdílné potřeby obyvatel / návštěvníků města

- Zajistit lepší orientaci s ohledem na různé cílové skupiny
- Pro České Budějovice a okolí mít jednotnou platformu

Docházelo ke sdílení toho nejlepšího, co ve městě je

- Napříč sektory – veřejný pro privátní, privátní pro obyvatele.. (např. otevírání a využívání vnitrobloků, střech, nevyužívaných školních hřišť, školy jako komunitní centra..) aby byly využity dostupné zdroje a příležitosti bez nutnosti růstu
- Souvisí s informovaností: sdílení kulturní nabídky mezi městy (v kraji / ČR / Evropě), tak, aby obyvatelé měli možnost osobně nebo online navštívit jiné události, které jsou specifické pro jiné oblasti / jinde nejlepší = ČB nemusí být nutně ve všem nejlepší

Kultura a umění jako příležitostí k rozvoji a vzdělávání

- Diváci (obyvatelé) by měli být rozvíjeni celoživotně a koncepčně. Děti a mládež kulturně vzdělávání.
- Ve městě by měly fungovat instituce, které jsou nositeli těchto koncepcí – plus takovou koncepci společně vytvořit.
- Rozvoj spolupráce kulturních organizací / města / škol na všech úrovních vzdělávání
- Mladá generace by měla být podporována ve vlastní tvorbě – kultura by mohla vytvářet bezpečné a kreativní prostředí k experimentům.
- Kultura by měla být v tomto ohledu vnímána jako cesta a ne cíl.

7. Spolupráce, rozvoj kulturních aktérů, prolínání kultury do dalších oblastí

- Jak má být zajištěna spolupráce hlavních aktérů a sektorů?
- Jak zajistit rozvoj aktérů? Zvýšení kvality obsahu i provedení akcí.
- Spolupráce ve městě / kraji / přeshraniční spolupráce / Evropa
- Prolnutí kultury a soukromé sféry, neziskového sektoru, podnikání, jak?

Diskuzní skupina, která řešila téma spolupráce, rozvoj kulturních aktérů a prolínání kultury do dalších oblastí, definovala **cíle, kterých chce v roce 2035 dosáhnout**:

1. Větší spolupráce aktérů a sektorů – jejich pravidelné setkávání
2. Zvýšení kvality a obsahu kulturních aktérů, které vnímají impulzy zvenčí
3. Posílení spolupráce – město, kraj, příhraničí, Evropa

V rámci **prvního cíle** se diskutující shodli na tom, že je nutné, aby vzniklo pravidelné setkávání aktérů, kteří do kultury ve městě zasahují. Takové setkávání by mělo být koordinováno pověřenou osobou, iniciátorem pravidelné akce by mělo být město. Pro naplnění prvního cíle je nutné mít vizi zakotvenou v kulturní strategii, se kterou budou kulturní aktéři seznámeni a podle které se bude postupovat. Častokrát byla akcentována myšlenka, že by mělo město dbát na informovanost aktérů, ti by měli vnímat komunikaci ze strany města jako jasnou, aby mohli přispět k naplňování kulturní strategie.

V rámci **druhého cíle** se diskutující shodli na tom, že pro zvýšení kvality a obsahu kulturních aktérů je nutná finanční pomoc města nebo kraje, informovanost kulturních aktérů, inspirace v zahraničí (Linz), tvorba profesionálních programů zaměřených na vzdělávání, větší praktické zaměření SŠ, VŠ v oblasti kultury a vytvoření prostoru pro příhraniční rezidenty, kteří přijdou s novými, neotřelými a svěžími nápady.

V rámci **třetího cíle**, tedy posílení spolupráce na několika úrovních, navázali diskutující na myšlenku z prvního cíle, tedy na kulturní hub, který by měl fungovat na úrovni státní/evropské/světové a přinášet tak inspiraci, trendy a příležitosti k zapojení do zajímavých projektů pro jednotlivé subjekty. Spolupráci s příhraničím by rovněž přálo, kdyby se kultura ve městě nedržela při zemi, nebyla tak konzervativní, a dala průchod novým nápadům.

8. Rozvoj kreativního podnikání

- Chceme podporovat kulturní a kreativní průmysly (podnikání, živnosti, řemesla)?
- Jaké podmínky potřebují, aby se jim zde dobře podnikalo a tvořilo?
- Víme, jak kreativce / podnikavce přitáhnout a udržet?
- Jak rozvíjet kreativní odvětví a inovativní technologické obory?

Diskuzní skupina, která se zabývala rozvojem kreativního podnikání, stanovila pro tuto oblast **vizi 2035**:

Kulturní a kreativní průmysly (dále KKO) v Českých Budějovicích budou součástí celostátní a evropské mapy KKO a stanou se zajímavými pro odborníky a představitele KKO z jiných měst. Vedle toho budou podporovat malé projekty vzniklé z města, kterým město zajistí dostatečnou péči. Iniciátorem KKO by mělo být město ve spolupráci s Krajem – podpora hubů, kreativních center, workshopů, ale i malých již existujících projektů ve městě.

Součástí KKO bude pořádání rezidencí a projektů s mezinárodním přesahem. Zaměří se na bohatou síť středních uměleckých škol v kraji a podporu mladých “kreativců”. Zároveň jejich propojení s podnikateli nebo s širší veřejností skrze nabídku prezentace jejich práce, organizovaných setkávání ap., které budou motivovat tyto lidi se do kraje a města vracet nebo zde rozvíjet projekty i na VŠ.

Koho a jakým způsobem podporovat?

- podporovat ta odvětví a kulturní subjekty, které ve městě již fungují a podporou lze jejich aktivitu rozvíjet
- v minulosti zde byly výrazné projekty (Bazilika, Solnice), které díky nedostatečné podpoře skončily, do budoucna se snažit tyto projekty opečovávat
- podporovat vedle velkých kulturních hráčů malé projekty – zlepšit podmínky získávání finančních prostředků z města
- podporovat i projekty zaměřené na vzdělávání a volnočasové aktivity dětí

8. Rozvoj kreativního podnikání – pokr.

Jak přitáhnout tyto lidi?

- ve městě i kraji chybí vysoké školy s uměleckým zaměřením, které by byly výrazným iniciátorem dění, z jejich prostředí vycházeli aktivní lidé
- zaměřit se na umělecké a umělecko-průmyslové střední školy (umělecká škola sv. Anežky České v Č. Krumlově, škola restaurátorská v Písku, keramika v Bechyni, design nábytku ve Volyni, sklo v Třeboni – seznam uměleckých škol a kontakty má Petra Lexová nebo Monika Zárybnická, viz Dny otevřených ateliérů) – podporovat studenty středních škol, aby se zapojovali do projektů ve městě nebo měli příležitost zapojit se do KKO a po absolvování vysokých škol se vraceli do Jižních Čech
- roli vysoké školy by mělo převzít město/kraj – být aktivním iniciátorem projektů, vytvořit pobídky prostorů, nabídnout možnosti realizace KKO
- iniciovat kreativní setkávání (dílny/veletrh/markety/workshopy)
- vytvořit prostor, kde může být tato práce prezentována široké veřejnosti – propojení soukromého, podnikatelského a kreativního odvětví
- nalákat odborníky z jiných měst, kde se KKO dlouhodobě řeší (Kumst v Brně, Kreativní Praha, Ostrava) – pořádat workshopy, debaty s těmito odborníky
- pomoci sítování budějovických KKO projektů s celorepublikovými i zahraničními

Inovativní technologické obory a jejich podpora

- dobře funguje vědecko-technologický park (JVTP) pod Jihočeským krajem – větší podpora, informovanost, podpora místních start-upu, město by mělo s vědecko-technologickým parkem více spolupracovat
- zamyslet se zda propojit v jihočeském kraji kreativní obory i třeba s přírodovědnými, které mají na Jihočeské univerzitě velké zastoupení

DĚKUJEME VÁM ZA VÁŠ ČAS A SPOLUPRÁCI!

Tereza Raabová, Tereza Jetelová, Ondřej Špaček

kontakt: t.raabova@kreia.cz

WEB K TVORBĚ STRATEGIE A PRŮBĚŽNÉ INFORMACE:

www.kultura-cb.cz

