

#brno2050

Strategie kultury a kreativních odvětví

Viktor Piorecký, Odbor kultury MMB

Proč strategie vznikla?

- Absence strategického plánování v kultuře, tápání města v kulturní politice, neschopnost obhajovat konkrétní kroky kulturní politiky, nespokojenost nezřizované scény s podobou a objemem dotačního systému
- Iniciováno náměstkem pro kulturu M. Hollanem
- Zmapování potřeb kulturní scény, vytyčení dlouhodobé vize a cílů kulturní politiky a design opatření/aktivit, které je potřeba k dosažení cílů a vize – ukotvení kulturní politiky

Jak strategie vznikala?

- **2015** – zadání
- **2016** – 3 tematická setkání Brněnského kulturního parlamentu, „advokační skupiny“, konzultace, interní minitým (aktualizace mapování, analytické podklady, formulace vize, hlavní potenciály a problémy)
- **2017** – vize a shrnutí analytické části přijaty RMB, dvě kola konzultací návrhové části, veřejné připomínkování (5 cílů, 17 priorit a 52 opatření)
- **2018** – schvalování programové části v RMB a ZMB, tvorba akčního planu č. 1, konzultace AP s veřejností, pokusy o schválení AP v RMB (neúspěch, nedostatek politické vůle)

Jak se zapojila veřejnost?

- **Brněnský kulturní parlament** (cca 1000 adres převážně z oblasti KKO, zcela volná platforma, cca 300 aktivních, desítky setkání a konzultací, oslovování k tvorbě i připomínkám)
- **Široká veřejnost** oslovena k připomínkování (bez zájmu), do tvorby nezapojena pro **absenci reprezentativních nástrojů** pro takovýto formát

Na co se strategie zaměřuje?

- 2050 – strategická část - vize a 5 cílů
 - 2025 – programová část - 17 priorit a 52 opatření
 - 2021 – Akční plán č. 1 – 32 aktivit
-
- Cíl A: **Špičková kulturní a kreativní scéna** postavená na **setkávání tradice a experimentu**
 - Cíl B: **Excelentní vzdělávání** pro kulturu, kreativní sektor a jejich publikum
 - Cíl C: **Spolupracující a propojená kulturní a kreativní scéna**
 - Cíl D: **Renomé** brněnské kultury a kreativních odvětví a **renomé Brna** jako kulturní a kreativní lokace
 - Cíl E: **Kultura vyžadovaná, dostupná a tmelící**

Co přináší strategie nového?

- Důraz na **roli nezřizované kulturní scény** pro celkovou kulturní úroveň města
- Důraz na **neekonomické efekty kultury**
- Důraz na **finanční benefity a návratnost investic** do kultury
- **Artikulace zásadního nedostatku prostor pro tvorbu a prezentaci**
- V podstatě **celá strategie je o dosud neřešených tématech**
- Byla zpracována **kombinací participativních a konzultačních metod**

Co bylo potřeba překonat?

- Neschopnost politické reprezentace vnímat městotvornou roli kultury
- Nenaplnitelná očekávání kulturní scény – zklamání
- Politické hry v koalici, předvolební neochota spolupracovat

Co v Brně nevyřešíme?

- **Financování kultury**

- město platí 70% kultury na svém území (30% stát), v Praze je poměr opačný...

- **Platy v kultuře**

- nedokáží konkurovat ostatním odvětvím a kultura přichází o lidské zdroje

- **Neexistující právní úprava pro veřejné kulturní organizace/instituce**