

Kultura in oživljanje mest

VLOGA KREATIVNE INDUSTRIJE IN KULTURNIH DEJAVNOSTI
PRI OŽIVLJANJU EVROPSKIH MEST

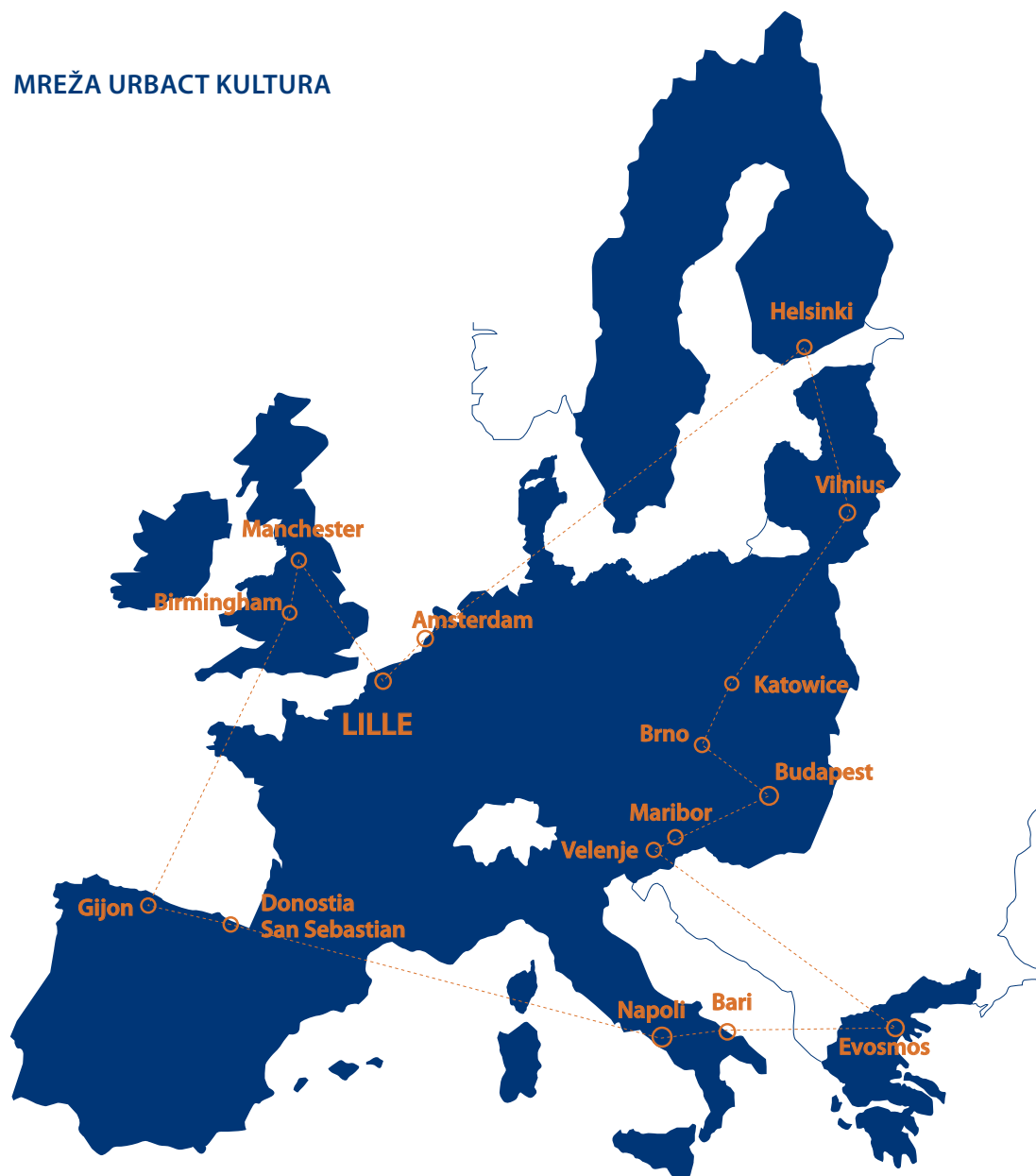


_ Septembra 2006 _

Zaključki in priporočila

▣ Dejavnosti, ki so se izvajale v mreži URBACT Kultura

↳ MREŽA URBACT KULTURA



↳ Vsi dokumenti, ki so nastali v okviru mreže URBACT Kultura, so v elektronski obliki dosegljivi pri:
Agence de développement et d'urbanisme de Lille métropole, 299, Boulevard de Leeds – Espace International
59777 Euralille, France (mballengnien@lille-metropole-2015.org) mballengnien@lille-metropole-2015.org)

L'Agence de développement
et d'urbanisme de
Lille Métropole

Lille Métropole
COMMUNAUTÉ URBAINE

Odgovorni urednik
Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole

Redakcija * Urbact Partnerska mesta
Prevod * ASTERIX d.o.o.

Predgovor

Pričujoči dokument je rezultat dela mreže "URBACT - Kulturne dejavnosti in kreativna industrija: gonilna sila prenove mest", ki je v obdobju dveh let delovanja omogočila intenzivno izmenjavo izkušenj o vlogi kulture pri oživljanju mest.

Mrežo, ki je povezala šestnajst evropskih mest, je vodil Lille Metropole (Agence de developpement et d'urbanisme de Lille metropole). Delovala je od leta 2004 do leta 2006, finančna sredstva za njeno delovanje pa so zagotovila partnerska mesta in ERDF (program URBACT).

Podpora partnerjem pri identifikaciji glavnih izzivov in pripravi skupnih zaključkov so zagotavljali štiri tematski strokovnjaki. Vsak od njih je pripravil poročilo o enem izmed vidikov oživljanja mest: poročilo o ekonomskem vidiku je napisal Paul Rutten, o socialnem vidiku Jean Hurstel, o fizičnem pristopu Jordi Pascual in o celovitem pristopu Charles Landry.

Najbolj zanimive izkušnje partnerskih mest so predstavljene v zbirki študij primerov. Glavni zaključki in priporočila pa so zbrana v posebnem dokumentu.

Rezultati mreže so torej predstavljeni v šestih različnih publikacijah, vključno s pričujočim dokumentom.

Kazalo

UVOD	1
Kulturne dejavnosti, kreativna industrija in mesta Na poti k ustvarjalnemu mestu	
1. MREŽA URBACT KULTURA	4
1/1_ 16 različnih evropskih mest	
1/2_ Lokalni strokovnjaki	
1/3_ Obsežna izmenjava izkušenj	
1/4_ Cilji in dosežki	
1/5_ Izbira določenih vidikov	
1/6_ Koristi za sodelujoča mesta: navdih/potrditev	
1/7_ Koristi za posamezne udeležence: človeški kapital	
1/8_ Izkušnje za prihodnje evropske mreže	
2. GLAVNI ZAKLJUČKI IZ IZMENJAVE IZKUŠENJ	14
2/1_ Kulturna dimenzija je odločilna za učinkovitost pobud za oživljanje in konkurenčnost	
2/2_ Gospodarska dimenzija	
2/3_ Socialna dimenzija	
2/4_ Fizična dimenzija	
2/5_ Potreba po celovitem pristopu h kulturi	
2/6_ Izvajanje javnih politik	
3. PRIPOROČILA	24
3/1_ Splošna priporočila	
3/2_ Za mesta	
3/3_ Za regionalno vlado	
3/4_ Za nacionalno vlado	
3/5_ Za Evropsko unijo	
SEZNAM KONTAKTNIH OSEB	30

UVOD

Kulturne dejavnosti, kreativna industrija in mesta

“Kultura je razločevalna posebnost človeštva”, “Kultura je bistvo življenja”, “Če bi se Evropa ponovno gradila, bi začeli s Kulturo”, in še mnogo je fraz, ki jih najdemo na temo Kultura. Vendarle pa se vsi strinjamo: Kultura je pomembna. Ko to ugotovimo, moramo obenem priznati, da pa ni nujno, da se ta pomembnost absolutno odraža tudi v politiki dajanja prednosti in to še posebej velja na evropskem nivoju.

Delno je to zaradi tega, ker je težko jasno in splošno definirati kulturo in kulturne dejavnosti in iz tega izhajajoče pomanjkanje ustrezne ocene njenega vpliva na gospodarski in družbeni razvoj področja. Kakorkoli, na splošno se je pokazalo, da so kulturne dejavnosti skozi desetletja igrale vedno večjo vlogo, kreativna industrija pa je postala pomemben rastoč sektor.

Pojem kulturnih dejavnosti in kreativne industrije zajema širok spekter ustvarjanja, produkcije, distribucije in uporabe simboličnega ‘materiala’, kot so na primer glasba, gledališče, ples, radijski programi, vizualna umetnost in celo nekateri vidiki dediščine.

Ljudje uporabljajo kulturne artefakte kot vir za oblikovanje svojega življenjskega stila in skupinske kulture. Kultura je del realnosti – definira nas kot državljane, istočasno pa nam zagotavlja surovino za oblikovanje naše identitete. To velja za ljudi, ki živijo po vsej Evropi; mesta pa so epicentri tega razvoja in imajo pri tem vodilno vlogo.

V Evropi so bila mesta vedno središče inovacijskega in kulturnega razvoja. Od konca srednjega veka pa do danes so se vsi novi trendi v evropski kulturi rodili v mestih, kjer so prebivalci radi sodelovali v kulturnem življenju in odkrivali nove kulturne trende. To je razlog, zakaj so mestne oblasti razvijale kulturno politiko; začelo se je z gradnjo objektov kot so na primer gledališča, javne knjižnice in s podporo izobraževanju v kulturi (“lepe umetnosti” ali glasbene akademije ...).

Do danes se je obseg javnih iniciativ in kulture široko razvil. Mesta ne samo da zagotavljajo infrastrukturo za kulturno življenje, ampak težijo tudi k temu, da kulturno življenje bolj aktivno podprejo: podpirajo kulturno produkcijo, izvedbo dogodkov, kot so na primer festivali, ulične parade... Na tem področju včasih celo tekmujejo med seboj..

Vodilni v občinah so dejansko razumeli pomen, ki ga kulturni dogodki lahko imajo na oblikovanje celostne podobe njihovega mesta; še posebej za mesta, ki imajo slabo celostno podobo, ali pa je sploh nimajo. Zanašajo se na sposobnost te nove celostne podobe, ki naj bi vplivala na to, da bi mesto postalo bolj privlačno za potencialne investitorje in priseljence, obenem pa bi se izboljšalo zaupanje lokalnih vlagateljev v prihodnost mesta.

Vendar pa je jasno, da na kulturne dejavnosti ne moremo gledati zgolj kot na orodje za izboljšanje privlačnosti mesta. Kulturne dejavnosti lahko igrajo ključno vlogo pri gradnji bolj trajnostnih lokalnih skupnosti: vzpodbujanje človekovega samospoštovanja in smisla pripadnosti mestu ter razvoj ustvarjalnosti znotraj lokalne skupnosti, še posebej med tistimi, ki to najbolj potrebujejo. Kulturne dejavnosti prinašajo informacije, izkušnje in zmogljivosti, ki jih ne moremo najti na drugih področjih in ki so bistvene za človeški razvoj.

To je nekaj osnovnih lekcij, ki smo se jih naučili v okviru URBACT mreže.

Na poti k ustvarjalnemu mestu

Evropa se sooča z izzivom globalizacije in ponovno ocenjuje svojo vlogo v svetovnem gospodarstvu. Kontinent, ki je postavil standarde industrijski dobi, mora danes najti novo osnovo za svoj razvoj. Evropska konkurenčnost in blagostanje njenih prebivalcev mora vedno znova temeljiti na znanju in inovativnosti, bolj kot pa na poceni proizvodnji in storitvah.

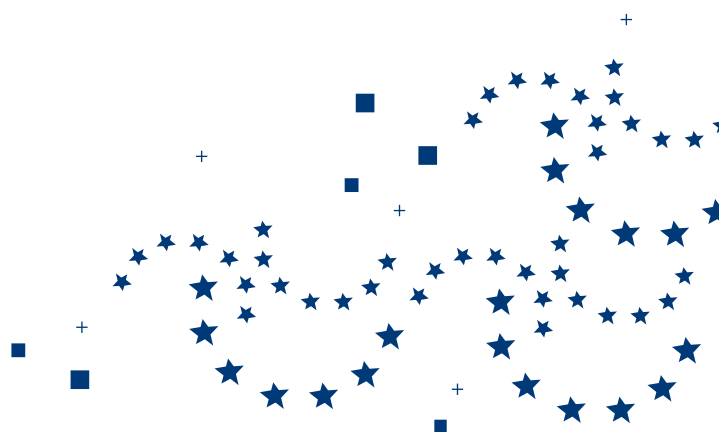
V tem kontekstu vse kulturne dejavnosti in še posebej tiste, ki jih lahko uvrstimo v pojem "kreativne industrije", predstavljajo močan stroj, s katerim Evropo peljemo naprej in pomagamo njenim prebivalcem, da se soočajo z izzivom globalizacije. Predstavljajo pomemben korak naprej v smeri gospodarstva, temelječega na znanju – tako neposredno, s pomembnimi dejavnostmi na področju znanja, kakor tudi posredno, z vzpostavljanjem ustvarjalnega okolja, ki spodbuja inovativnost na drugih gospodarskih področjih.

Večinoma bo baza znanja temeljila ne samo na posameznikih, ampak na združeni ustvarjalnosti skupnosti kot celote. To kaže na dejstvo, da ima izziv močne socialne dimenzije in da je pravzaprav socialno okolje ključnega pomena. Če naj bi kulturne dejavnosti in kreativna industrija to vlogo res izvajale kot gonilo inovativnosti, pa za to potrebujejo določeno vrsto infrastrukture, intenzivno mrežo medčloveških odnosov in udejstvovanja, da bodo dobro uspevale in se razvijale in ustvarile okolje, ki mu lahko rečemo ustvarjalno okolje (ustvarjalni "milje").

Takšni pogoji se lahko ustvarijo samo v mestnem okolju. To jasno kaže, da so mesta v tem boju v prvih bojnih vrstah. V evropskih mestih takšni pogoji obstajajo in mesta so torej tista, ki morajo biti glavno žarišče za razvoj kulturnih dejavnosti in kreativne industrije.

V večini evropskih mest so že jasno spoznali pomen kulturnih dejavnosti za svoj ponovni razvoj. Več kot desetletje že številna evropska mesta uspešno "uporabljajo" kulturne dejavnosti kot odločilni dejavnik za svoje iniciative na področju oživljanja mest. Bilbao, Frankfurt, Glasgow in mnogi drugi.

Kljub temu pa je pristop, ki se je razvil, na nek način selektiven: žarišče je bilo prevečkrat izolirano na le socialno, gospodarsko ali fizično dimenzijo, resničen izziv pa je jasen, namreč da lokalno skupnost iz produktivnega mesta usmerimo k ustvarjalnemu mestu, za kar pa je potreben integriran pristop.





KULTURNE DEJAVNOSTI IN KREATIVNA INDUSTRIJA

NEKAJ ELEMENTOV DEFINICIJE

KULTURNE DEJAVNOSTI

Kultura pokriva široko področje človeških aktivnosti. Sama beseda lahko ima več pomenov, še posebej v različnih jezikih in nacionalnih kontekstih. Vseeno pa lahko opredelimo dve glavni vrsti definicij. Prva se bolj nagiba k pokrivanju večine človekovih dejavnosti, ki vključujejo navade, jezik, religijo itd. Je torej druga beseda za civilizacijo. Druga pa je bolj omejena in pomeni človekove umetniške dejavnosti in produkcijo; pokriva vizualne in upodabljalne umetnosti, literaturo, dediščino ter - do neke stopnje - medijsko dejavnost (na primer kino). Kulturne dejavnosti, kot se razume v kontekstu te mreže, se jasno nanašajo na drugo definicijo.

Kulturne dejavnosti prebivalci obravnavajo na dva različna načina: lahko so bodisi "akterji" ali pa "potrošniki", (včasih pa tudi oboje). Človekovo prakticiranje umetnosti je očitno kulturna dejavnost, četudi ni nujno, da je amaterska produkcija obravnavana kot "umetniška". Kljub temu pa v današnji družbi ljudje težijo k temu, da delujejo bolj kot potrošniki in ne kot ustvarjalci.

Kultura se "porabi" na različne načine; v grobem lahko razlikujemo dva: v živo in posredovano. Klasični način je z osebnim udejstvovanjem na predstavi, z obiskom nekega mesta dogodka ali stavbe, kjer so kulturni predmeti razstavljeni. V primeru arhitekture to pomeni obisk mest in stavb. V sodobni družbi velik del kulturne potrošnje poteka preko medijev: tiska, televizije, radia, filma, CD, DVD ter vedno bolj preko interneta.

KREATIVNA INDUSTRIJA

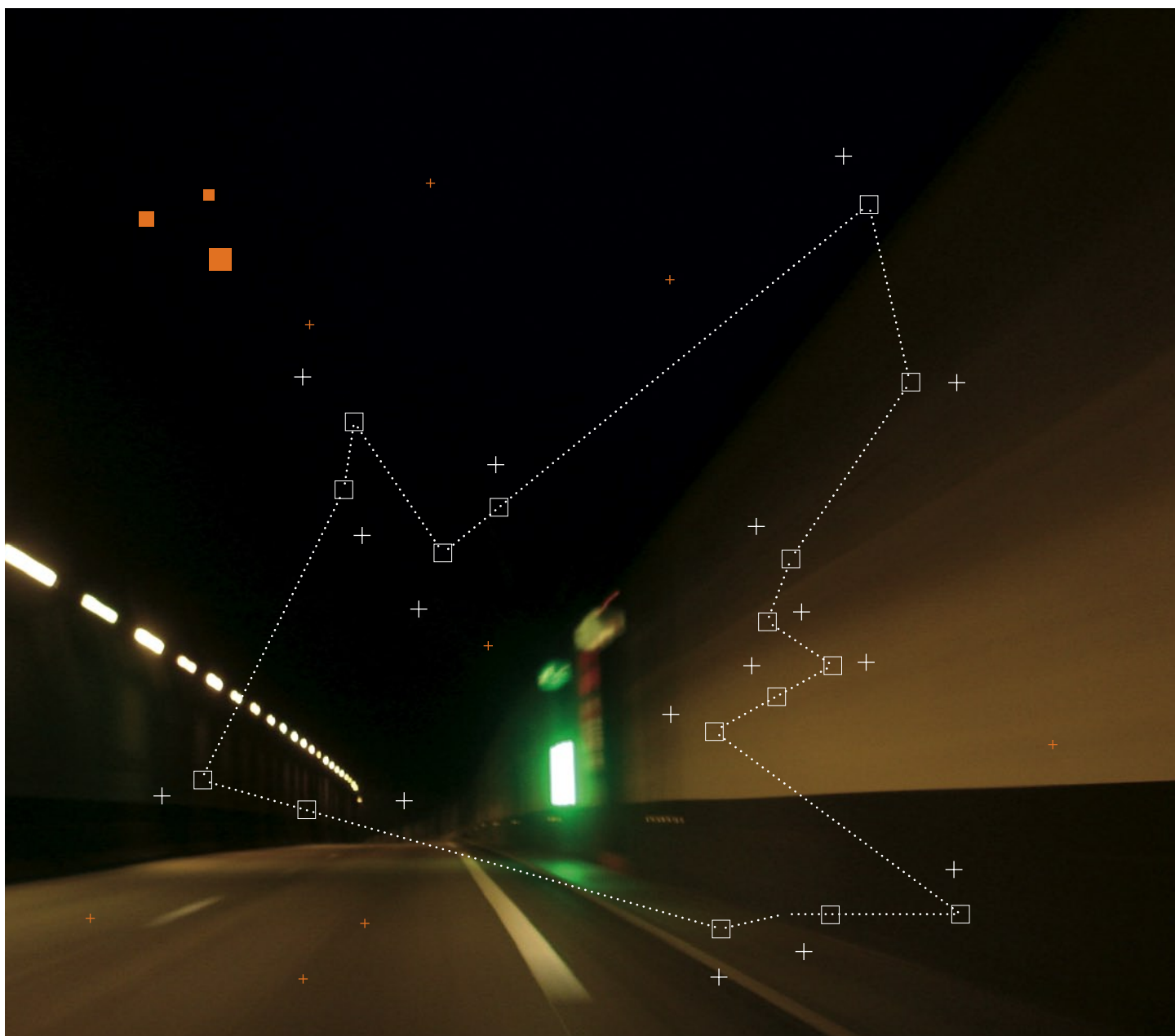
Kulturna produkcija se izvaja na več družbenih področjih, od profesionalne, javno podprte umetnosti pa do komercialnih medijskih firm, prav tako pa tudi v obliki amaterskih skupin, ki ustvarjajo kulturne produkte ali dogodke za lokalne skupnosti. V nekaterih primerih prebivalci celo skupaj ustvarjajo in uporabljajo kulturo, na primer v kontekstu lokalnih karnevalov ali uličnih parad. Ko se kulturna produkcija izvaja v profesionalnem, zabavnem kontekstu, uporabljamo pojem kreativna industrija.

Izkazalo se je, da igra prav ta «kreativna industrija» ključno vlogo pri obnavljanju mest. Kreativna industrija vključuje gospodarski in kulturni sektor, ki dobavljata blago in storitve potrošnikom ter dejavnost, ki prenaša sporočila, z uporabo različnih jezikov (pisni, govorni, zvočni, slikovni, oblikovni). To blago in storitve so rezultat individualne ali skupinske ustvarjalnosti, talenta ali veščin. Prebivalci jih pridobijo zaradi specifičnega pomena in zaradi izkušenj, ki jih te zagotavljajo pri uporabi. Kreativna industrija igra pomembno vlogo pri oblikovanju življenjskega stila in posameznikove identitete ali identitete skupin prebivalcev znotraj družbe.

Znotraj kreativne industrije obstajajo glavna področja, kot so:

- umetnost, obrt in kulturna dediščina;
- arhitektura, design, moda, itd.;
- mediji in zabavna industrija;
- ustvarjalne medpodjetniške storitve.

1. MREŽA URBACT KULTURA



1/1_

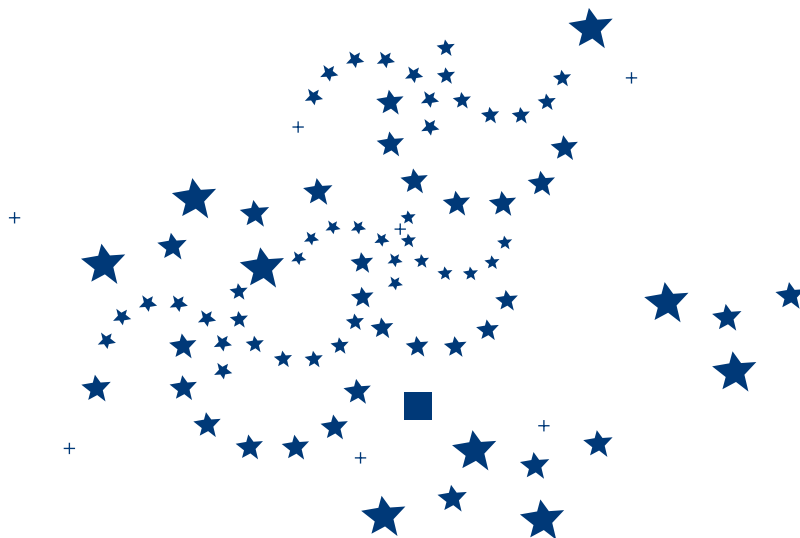
16 različnih evropskih mest

Mrežo, ki jo vodi Lille Métropole (Francija), sestavljajo lokalni predstavniki iz 16 evropskih mest, ki spadajo v 12 držav članic: Amsterdam (Nizozemska), Bari (Italija), Birmingham (Združeno kraljestvo), Brno (Češka republika), Budimpešta (Madžarska), Donostia - San Sebastian (Španija), Evosmos - Thessaloniki (Grčija), Gijon (Španija), Helsinki (Finska), Katowice (Poljska), Manchester (Združeno kraljestvo), Maribor (Slovenija), Naples (Italija), Velenje (Slovenija) and Vilnius (Litva). Večina mest sodeluje v mreži od samega začetka, nekaj pa se jih je pridružilo kasneje (Helsinki, Maribor, Velenje, Brno).

V skladu s predpisi URBACT so 4 mesta iz držav, ki na začetku delovanja mreže še niso bile članice EU, izbrala status "mesto strokovnjak": Brno, Budimpešta, Katowice in Vilnius. To pomeni, da niso neposredno prispevala k skupnim sredstvom. To je tudi razlog, da v teh mestih niso bili organizirani seminarji, čeprav smo se vsi odločili, da ne bomo delali razlik med polnimi člani in "mesti strokovnjaki" v mreži.

Partnerska mesta so različno velika (od 40 000 do 1 milijona prebivalcev), spadajo v različna kulturna področja (od Anglije do Grčije, od Litve do Španije), igrajo različne vloge v Evropi ali svoji državi (od glavnih mest do obmestnih občin ali provincialnih krajev), imajo različne ravni gospodarskega razvoja, imajo različno zgodovino in dediščino in se soočajo s popolnoma različnimi družbenimi in gospodarskimi vprašanji in izzivi. V nekem smislu predstavljajo raznolikost Evrope.

Vendar so vsa ta mesta spoznala vlogo, ki jo imata kultura in kreativna industrija, kot pomembna orodja za povečevanje konkurenčnosti mest, blaginjo prebivalcev teh mest in navdih prihodnjemu razvoju.



1/2_ Lokalni strokovnjaki

16 mest predstavljajo lokalni strokovnjaki, vsako mesto je imenovalo stalnega predstavnika, drugi strokovni delavci so sodelovali na seminarjih v skladu s svojo določeno temo. Skupaj je več kot 250 oseb neposredno sodelovalo na takšen ali drugačen način v dejavnostih mreže. Spoznali so pomembnost medsebojnega dialoga in delitve svojih izkušenj, kot načina za iskanje skupnega orodja za mesta, da razvijajo in izvajajo kulturne politike (dejavnosti) in ustvarjajo posamezne projekte.

“Agence de développement et d’urbanisme de Lille métropole” je imela vlogo vodilnega partnerja, ki je pospeševal izvajanje celotnega postopka v tesni povezavi s predstavniki partnerskih mest ter urejal vsa administrativna in finančna vprašanja.

Delo skupine je bilo lažje tudi zaradi podpore, ki so jo zagotavljali 4 tematski strokovnjaki, katerih vloga je bila voditi delo in ocenjevati potek. To so bili Jean Hurstel (Francija), Charles Landry (Združeno kraljestvo), Jordi Pascual (Španija) in Paul Rutten (Nizozemska). Veliko je prispeval tudi Gianmichele Panarelli iz Univerze v Pescari, ki se je prostovoljno pridružil mreži in sama strokovnjaka programa Urbact, Fernando Barreiro in David Froessler.



1/3_

Obsežna izmenjava izkušenj

Mreža je delovala od oktobra 2003 do septembra 2006 (do decembra 2006 iz administrativnih razlogov). Delo se je v glavnem izvajalo na tematskih seminarjih, organiziranih v skladu s 4 glavnimi pristopi, ki so bili dogovorjeni na začetku in izhajajo iz izkušenj partnerjev. Zato se je mreža osredotočila na odnose med kulturo in ponovnim oživiljanjem mest preko analiziranja kulture in njenega vpliva na družbeno povezanost, gospodarski razvoj in fizično ponovno oživiljanje in s proučevanjem celovite metode, ki združuje vse tri. Vloga tematskih strokovnjakov je bila animirati in voditi delo partnerjev in posploševanje izkušenj partnerjev; Paul Rutten se je ukvarjal posebej z gospodarskim področjem, Jean Hurstel z družbenim, Jordi Pascual s fizičnim pristopom in Charles Landry s celovitim pristopom.

Delovna metoda je bila usmerjena na dialog med partnerji nekega področja – vsak seminar se je odvijal v drugem mestu, tako da so partnerji imeli možnost ogledati si projekte, bili v neposrednem stiku z njihovimi "vodji" in si izmenjali neposredne izkušnje. Zaporedoma so obiskali naslednja mesta: Amsterdam, Naples, San Sebastian, Evosmos, Manchester, Bari, Helsinki, Birmingham, Gijon, Maribor in Velenje, zaključna konferenca pa je bila v mestu Lille Metropole.

Seminarji so običajno trajali približno 3 dni in so bili razdeljeni v več sklopov, in sicer:

- Administracija, smernice;
- Predstavitve študij primerov iz gostiteljskega mesta in/ali iz drugih partnerskih mest;
- Obiski in razprave na samem kraju projekta, vključujoč predstavitve s strani strokovnjakov gostitelja;
- Razprave in delavnice;
- Večerni družabni kulturni obiski;
- Povzetek delavnic in obravnavanje naučenega.

Mreža je v času svojega delovanja morala premagati kar nekaj pomembnih ovir, ki jih lahko povzamemo v tri različne skupine:

- Razlike v osnovnem razumevanju: splošna vizija o tem, kaj je lahko doseženo s programom URBACT; razlike v organizacijah, pristojnostih, jeziku in besedišču.
- Razlike pri organiziranju učinkovite izmenjave izkušenj: izbiranje pravih primerov za mednarodno publiko; izbiranje ustreznih informacij; razumevanje lokalnega stanja.
- Neurejeno razumevanje vloge kulture pri ponovnem oživiljanju mest: splošno razumevanje poglobitnih zadev, kultura/identiteta; vloga javnega sektorja, pristojnosti in politični razpored; raven vključitve kulturne politike v lokalne strategije.

1/4_

Cilji in dosežki

Na začetku partnerstva so se sodelujoči na osnovi svojih lastnih izkušenj sporazumeli o dejanskem pomenu kulturnih dejavnikov v politiki ponovnega oživljanja mest. Istočasno so morali priznati, da ima dejanski pomen kulture v mestnih politikah premajhno veljavo pri nacionalnih in evropskih vladah.

Strinjali so se tudi o dejstvu, da so kulturne politike prepogosto vzete le kot instrument, ki pomaga povečevati privlačnost mest..., medtem ko vendar imajo veliko več za ponuditi: izboljšanje samospoštovanja, ustvarjanje občutka pripadnosti, razvoj ustvarjalnosti, kot tudi ustvarjanje novih delovnih mest in zaposlitvenih možnosti.

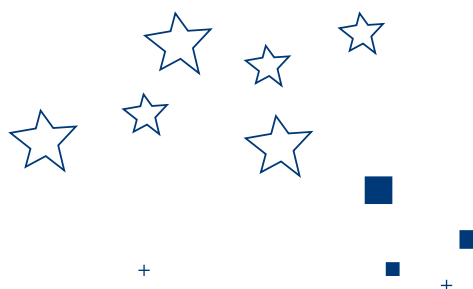
Zaradi tega so bili cilji mreže določeni, kot sledi:

- Ponazoriti pomen kulture v politikah in projektih ponovnega oživljanja s pripravljanim študij primerov in izmenjavo znanja in izkušenj med partnerskimi mesti;
- Preučiti, opisati in razširiti prenosne modele in metode;
- Priprava zaključkov in priporočil, ki se razpršijo v čim širšem krogu.

Po več kot dveh letih učinkovitega dela je jasno, da si kljub številnim razlikam partnerska mesta delijo tako skupne izzive kot vrednote in lahko potegnejo skupne zaključke: dogovor med njimi je jasno potrjen na začetni hipotezi: **Kulturna dimenzija je bistvena pri učinkovitosti pobud za ponovno oživljanje in konkurenčnost mest.**

Podrobni rezultati so predstavljeni v različnih poročilih:

- Izvleček študij primerov;
- Tri tematska poročila o vlogi kulturnih dejavnosti in kreativne industrije pri gospodarskem, družbenem in fizičnem oživljanju;
- Končno poročilo o celovitem pristopu, ki združuje vse tri vidike ponovnega oživljanja;
- In ta dokument z naslovom: "URBACT CULTURE – Vloga kreativne industrije in kulturnih dejavnosti pri ponovnem oživljanju mest – ZAKLJUČKI & PRIPOROČILA".



1/5_

Izbira določenih vidikov

Čeprav razdeljen v 4 glavne teme, je bil obseg zadev in aktivnosti, ki bi jih lahko obsegale te teme, veliko preširok, da bi jim lahko posvetili dovolj pozornosti v razpoložljivem času. Zaradi tega je bilo potrebno v okviru teh tem narediti izbor najpomembnejših ali najbolj splošnih vidikov:

ZA GOSPODARSKI PRISTOP:

- Priznanje potencialne vloge kulture in ustvarjalnosti v gospodarskem oživljanju.
- Kultura, umetnost in dediščina kot nosilci in orodja, ki dajejo mestom razpoznavnost.
- Politične strategije: mestne strategije za kreativno industrijo in politične programe; povezovanje in kombiniranje možnosti: med navidezno izoliranimi projekti in pobudami.
- Informacijske in komunikacijske tehnologije: bistveni elementi za kreativno industrijo z uporabo komunikacijskih sredstev.
- Festivali, ki služijo mnogim ciljem: podpiranje dinamike lokalnih ustvarjalnih panog, kot tudi vzpodbujanje lokalnih skupnosti; oblikovanje in negovanje lokalnih identitet in socialne kohezije.

ZA DRUŽBENI PRISTOP:

- Kultura: prednostni kanal za izražanje posameznikov in skupin, kot tudi kot jamstvo za njihovo vključitev in sodelovanje v projektih.
- Mestne vezi in socialna kohezija v postopku ponovnega oživljanja mest: umetniške delavnice, kot so ulični dogodki, zabave, kot pot za ustvarjanje ali predrugačenje mestnih vezi, povezanosti.
- Javni prostor v smislu nove namembnosti (uporabe): umetniške izkušnje, ki jih vodijo umetniki in njihova vključitev v družbo: sodelovanje, vključevanje prebivalcev, nova namembnost javnega prostora, okoliša, mesta.

- Vloga kulture v bitki proti družbeni neenakosti, proti vsem oblikam izključevanja in ločevanja, ki je povezano s finančnimi viri ali socialnim položajem.
- Vloga kulture v sobivanju med posamezniki in skupinami različnega porekla: več-kulturnost in med-kulturnost.

ZA FIZIČNI PRISTOP:

- Vloga dediščine v mestnih središčih kot tudi v okolici.
- Vloga ustvarjalnosti in pomembnost primerne infrastrukture, da se poveča ustvarjalnost.
- Pomembnost javnih mest za ustvarjalnost, družbeno pristojnost in družabnost.
- Načrtovanje velemestnih in lokalnih kulturnih ustanov in odločilna vloga, ki jo ima listina v tem postopku.
- Vključitev strokovnjakov s področja kulture v ponovno oživljanje mest, metodologije za pospeševanje medsebojnega delovanja med strokovnjaki za ponovno oživljanje in prebivalci.

ZA CELOVIT PRISTOP:

- Uporabnost kulture pri ponovnem oživljanju mest - kulturne dejavnosti in kreativna industrija kot strateški vir in gonilna sila za ponovno oživljanje mest.
- Celovit prostor za najbolj uspešno ponovno oživljanje – ko se fizični, gospodarski in družbeni vidiki kulture združijo in delajo z roko v roki.
- Moč in potencial kulture, da pomaga do mestnega razvoja, ki je gospodarsko in družbeno trajnosten.
- Ponovno oživljanje mest je prav tako individualno, kot kraji, kjer se izvaja. Odvisno je od stanja in okoliščin, ocenitev možnosti in obstoječih virov. Ponovno oživljanje podpira široka lestevica kulturnih katalizatorjev.

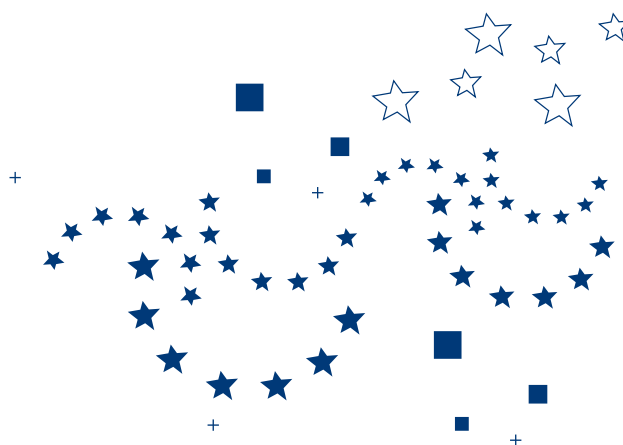
1/6_

Koristi za sodelujoča mesta: navdih/potrditev

Partnerska mesta so v mrežo vložila pomembna sredstva (tako človeška, kot finančna). Po več kot dveh letih dela priznavajo, da je ta naložba bila zelo donosna.

Med mnogimi koristmi so nekatere vredne, da jih posebej poudarimo:

- Možnost, da se nekaj naučimo iz doseženega (in napak) drugih mest;
- Iskanje drugih poti za reševanje problemov v svojem mestu – ne s kopiranjem drugih mest, ampak z ustvarjalnim prilagajanjem izkušenj drugih svojim lastnim okoliščinam;
- Iskanje načinov za razvoj kulturne infrastrukture in vodenje kulturnih dejavnosti v tržnem gospodarstvu;
- Možnost identifikacije svojih lastnih prednosti s primerjavo vprašanj, ki so specifična za posamezna mesta in vprašanj, ki so skupna mnogim mestom;
- S sodelovanjem v mreži evropskih mest dosegamo pri govorjenju o pomembnosti kulture večji vpliv v nacionalnem in evropskem merilu kot če bi pri tem nastopali le kot mesto posameznik;
- Doseganje potrditve o pomembnosti kulturnih dejavnikov v učinkovitem ponovnem oživljanju mest.





1/7_

Koristi za posamezne udeležence: človeški kapital

Sodelujoči so se obvezali delu v tej mreži v veliko večji meri, kot je pričakovano od mestnih funkcionarjev, četudi so na vodilnem položaju. Vsi so spoznali, da je to posebno delo vredno truda, ker menijo, da jih je celotna izkušnja zelo obogatila.

- Možnost osebne izmenjave izkušenj je veliko več vredna, kot če preberemo 10 knjig o izkušnjah drugih;
- Možnost, da slišimo izkušnje od ljudi, ki so neposredno vključeni v primere, ki jih proučuje ta mreža;
- Stiki – omrežje ljudi v različnih mestih po vsej Evropi, s katerim lahko ob zaključku projekta stopimo v stik ter izmenjamo izkušnje in informacije, ki so v pomoč ljudem pri dnevnih obveznostih;
- Čeprav mnoge izkušnje niso neposredno prenosljive, ker so bile izdelane za določene mestne in kulturno politične pogoje, je to bila zelo bogata izkušnja. Soočanje z različnimi koncepti, novimi idejami in novim načinom dela krepi sposobnosti partnerja in ustvarjalnost v njegovem mestu;
- Soočanje z raznolikostjo Evrope (različne kulture, različni jeziki, različni pristopi javnih politik) in preko tega se izprašamo o svoji lastni praksi;
- Možnost skupnega dela in izmenjavanje pogledov s strokovnjaki, pogosto vodilnimi pisci o tem predmetu po vsej Evropi;
- Možnost izboljšanja znanja v manjših državah ali tistih, ki so se pred kratkim pridružile Evropi in obratno, možnost obiskati večja mesta, ki že imajo reference z uporabo kulture pri tem načinu dela.

1/8_

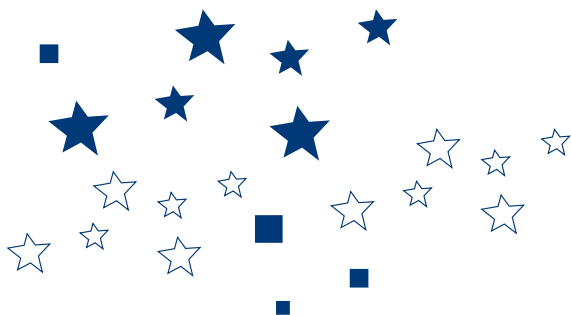
Izkušnje za prihodnje evropske mreže

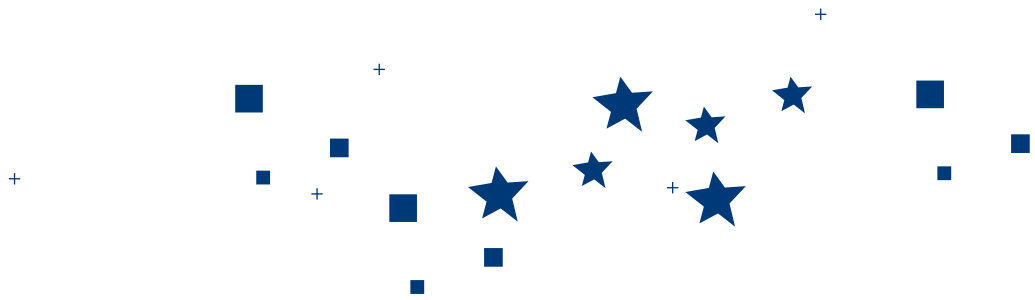
UPORABA 'VODILNEGA MESTA' IN VLOGA LE-TEGA

- Cilji in odgovornosti vseh sodelujočih (vodilnih partnerjev, strokovnjakov in mest) morajo biti jasni od samega začetka; če je vodilno mesto odgovorno za dosežke in rezultate celotne mreže, pa morajo predmet in strokovno znanje zagotoviti partnerska mesta.
- Vodilno mesto bi moralo vedno imeti podporno vlogo in ne vsiljevati mnenja drugim v mreži. Vendar je to potrebno tudi uravnovežiti s potrebo po vodenju in oblikovanju rezultatov in upoštevati najboljšo izrabo časa sodelujočih. Vodilno mesto bi moralo pripraviti končno stališče o programih seminarjev.

UPORABA STROKOVNJAKOV

- Kombiniran pristop med strokovnjaki in lokalnimi strokovnimi delavci se zdi zelo pameten. Strokovnjaki so dali teoretično stališče o naši mreži, naredili so vez med izvajalci (mesti) in teorijo (znanjem) in so oblikovali argumente, ki so jih člani mreže predstavili na vsakem seminarju.
- Strokovnjaki bi morali dobiti jasne napotke in vlogo še posebej na seminarjih in vmes. V idealnem primeru bi pripravili osnovni referat nekaj tednov pred seminarjem, moderirali razprave o njihovem izbranem predmetu med seminarjem in napisali poročilo po seminarju. To pomeni, da imajo sposobnosti, ki jih ni enostavno združiti; če nimajo sposobnosti moderiranja, bi morali drugi usmerjati razpravo, da bi prišli do jasnih zaključkov.
- V mreži mest morajo strokovnjaki razumeti svojo vlogo, ki je, da zbirajo dokaze in povratne informacije iz mest z namenom, da razvijejo argumente, in ne, da prihajajo s hipotezo, ki jo želijo preizkusiti. Če strokovnjaki pripravijo seminar pravočasno in so brez predsodkov, so rezultati dejanskih seminarjev bolj zadovoljivi in prepričljivi.





VLOGA MESTNIH PREDSTAVNIKOV

- Partnerska mesta bi morala pripraviti študije primerov in izkušnje nekaj tednov pred seminarji. S tem bi pomagali tako strokovnjakom kot drugim partnerjem, da se pripravijo. Razložiti morajo mestni položaj in težave in ne le opisovati končnih rezultatov, da bi pomagali pri razpravah in se tako učili iz njih.
- Istočasno imajo tudi težavno nalogo, predstavljati svoje mesto v postopku sprejemanja odločitev mreže, da odsevajo različna stališča različnih uporabnikov njihovega mesta in da aktivno pripomorejo k tematskim razpravam.

SESTAVA SEMINARJEV

- Nekateri seminarji so bili bolj strukturirani in bolj uspešni od drugih. Gostiteljska mesta seveda želijo vključiti čim več ogledov, a za prevažanje 20 ali 30 ljudi je potreben čas in predstavitev mora biti vodena in se držati urnika. Tu je ponovno vloga vodilnega mesta, ki mora uskladiti navdušenje gostiteljskega mesta s potrebo po tem, da je opravljeno delo mreže.
- Program mora biti usklajen, tako da:
 - je čim manj časa porabljenega za predstavitve in ogleds znamenitosti in organiziranega veliko časa za razprave, debate in povratne informacije o temi in študijah primerov,
 - ostane dovolj časa za razprave in debate o predmetu seminarja,
 - imajo sodelujoči možnost, da sami raziščejo gostiteljsko mesto.

Ta potreba po usklajevanju se je sčasoma izboljšala in je bila v tej mreži v veliki meri uspešna.

2. GLAVNI ZAKLJUČKI IZ IZMENJAVE IZKUŠENJ



2/1_

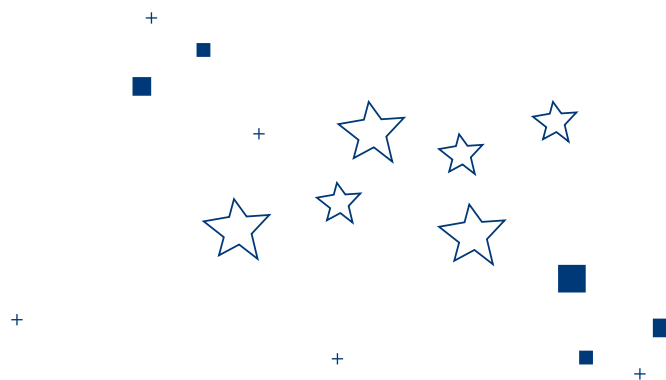
Kulturna dimenzija je odločilna za učinkovitost pobud za oživljanje in konkurenčnost mest

- **Kulturne dejavnosti in kreativna industrija predstavljajo silo, ki poganja Evropo naprej.**

Mednarodna konkurenčnost Evrope in blaginja državljanov se mora čedalje bolj graditi na znanju in uvajanju novega in ne na cenovni proizvodnji in storitvah. Kulturne dejavnosti in kreativna industrija lahko pomagajo Evropi na tej poti do njene prihodnje vloge na znanju temelječega gospodarstva. In sicer, tako neposredno kot pomembne dejavnosti na osnovi znanja v svojem lastnem imenu, kot tudi posredno z vzpostavljanjem 'ustvarjalnega ozračja', ki bo doprineslo izboljšave tudi na drugih gospodarskih področjih.

- **Kultura je postala nujno potrebna dimenzija za mestni razvoj.**

Danes je kultura v samem središču mestnih strategij, ne le zaradi svojega resničnega poklica pospeševanja človekovih pravic, oblikovanja družbe znanja in izboljševanja kakovosti življenja za vse, ampak tudi na račun svoje vloge pri ustvarjanju delovnih mest, ponovnega oživljanja mest in socialnem vključevanju. Med-kulturni dialog in pospeševanje kulturnih raznolikosti sta dva od največjih izzivov človeštva danes.



2/2_

Gospodarska dimenzija

- **Uporaba kulturnih dejavnosti in kreativne industrije je pot, ki jo lahko in bi jo morala raziskati evropska mesta kot pravičen odgovor na sedanji razvoj regionalnih gospodarstev.**

Veliko število projektov in primerov, ki so jih pripravili udeleženci, kaže na veliko število kulturnih izkušenj in bogastvo kot tudi na velik potencial za gospodarske aktivnosti.

- **Tu je veliko možnosti za zahodne družbe, ki žanjejo gospodarske koristi iz kulturnih dejavnosti in kreativne industrije.**

Segajo od gospodarske pomembnosti kreativne industrije kot takšne, do njene vloge kot pogonske sile za inovacije v širšem gospodarstvu in od moči lokalnega in regionalnega kulturnega ozračja, da privabi talentirane ljudi, podjetja in turiste, do pomembnosti ustvarjalnosti kot vložka v lokalno in regionalno proizvodnjo.

- **Ustvarjalnost dviga lokalni razvoj in poslovno uspešnost.**

Danes kreativna industrija predstavlja že skoraj 10 do 15% novih posrednih in neposrednih delovnih mest. Ustvarjanje pogojev, da se še povečajo, je prvotnega pomena v mestih:

- Pomembno je, da se razvijejo odnosi med ustvarjalnimi ljudmi in umetniki na eni strani in med gospodarskimi predstavniki in managerji na drugi. To sodelovanje lahko omogoči managerjem, da razvijejo bolj inovativen pristop, da so bolj odprti do družbe, da razvijejo svojo sposobnost za inovacije in tako aktivirajo ustvarjanje novih izdelkov kot odziv na lokalne družbene potrebe.
- Kreativno mesto je ekosistem, ugoden za razvoj ustvarjalnosti. Kreativno mesto je mesto, ki ga opredeljujejo prebivalci, kulturna odprtost, spoštovanje, strpnost, podpiranje inovativnosti, pobude in ustvarjanje dejavnosti. Ta ekosistem privlači ustvarjalne ljudi, ki ustvarjajo ugoden ekosistem.
- Kulturni razvoj podpira gospodarski razvoj zaradi grozdov (povezav), kjer se mešajo kulturni in gospodarski izdelki (na primer področje "moda in dizajn"). Z razvijanjem aktivnosti ustvarjalnega turizma je lahko narejen prispevek k mestni dediščini in nepremičninskemu trgu.

Vloga ustvarjalnih ljudi je pomembno sredstvo za privlačnost mesta. Prinašajo davčni potencial, sodelovanje v mestnem življenju, družbeno mešanico.

- **Kultura, umetnost in dediščina so pogonsko sredstvo in orodje, ki daje mestu identiteto.**

Prisotnost zelo kakovostnih kulturnih ustanov in značilna mestna podoba postavljajo mesta in regije na zemljevid kot kraje, ki jih je treba obiskati in živeti v njih in kot privlačne točke za podjetja, da tam namestijo svoje dejavnosti. Kot takšna kultura služi kot pogonsko sredstvo, ki povečuje in izboljšuje ugled mest z namenom, da jim da konkurenčno prednost pri privlačenju turistov in obiskovalcev, podjetij in institucij, kot tudi ustvarjalnih talentiranih ljudi.

- **Informacijske in komunikacijske tehnologije (snemanje, oddajanje, elektronska distribucija, digitalna povezava) so bistveni za kreativno industrijo.**

Nov razvoj informacijskih in komunikacijskih tehnologij vpliva na celotno kreativno industrijo. Združevanje informacijskih in komunikacijskih tehnologij ter kreativne industrije v strategije za gospodarsko oživljanje, je torej izrednega pomena. Ker lahko dajejo vsebino za nove medije, so kulturne dejavnosti in kreativna industrija pogonska sila za inovacije v širšem gospodarstvu. Raziskovalni in razvojni instituti so tudi pomembni akterji v inovacijskem postopku. Poleg tega informacijska in komunikacijska tehnologija daje nove možnosti za sodelovanje meščanov v kulturi in politiki, pomaga pri premostitvi digitalnega ločevanja in pomaga pri razširitvi izobraževanja in znanja v mestni družbi.



2/3_

Socialna dimenzija

• Od šestdesetih let naprej sta se funkcija in status kulture izrazito spremenila:

- _ To ni več privilegij višjih razredov.
- _ Razširila se je v nove oblike, od kuhanja do cirkusa, od uličnega gledališča do svetovne glasbe.
- _ Usmerjala se je proti vse širši in raznoliki publiki, tako iz vidika izvajalcev kot gledalcev.
- _ V teh težkih časih gospodarske globalizacije in dramatičnih sprememb v načinu našega življenja je to privilegij, ki omogoča razvoj novih izhodišč, novih družbenih vrednosti.

Na kratko, kultura je osrednji element javnih politik, ki daje smisel in moč vsem drugim političnim ukrepom, ki se izvajajo.

• Kulturni projekti

- _ Prispevajo h krepitvi občutka pripadnosti mestu, mestni skupnosti, ne glede na družbeni ali etnični izvor. Lahko se poistovetijo z mestom in mesto se lahko poistoveti z njimi, prispevajo k razvoju nove identitete.
- _ Omogočajo, da posamezniki sodelujejo v njih ter si s tem ponovno pridobijo zaupanje in samospoštovanje. To je torej subjektivna in osebna raven, od katere lahko ima projekt koristi, kar je več kot zgolj referenca za trg in tržno blago.
- _ Omogočajo uvajanje novih oblik prepoznavanja potencialov in ustvarjalnosti ljudi ali skupnosti ne glede na gospodarske, izobrazbene ali medijske dosežke.

- _ Spodbujajo odprtost in spoštovanje do drugih kultur, drugačnih načinov življenja in mišljenja, in s tem tudi olajšajo opuščanje stereotipov in predsodkov, še posebej glede drugih prebivalcev nekega okrožja.
- _ V vseh pogledih predstavljajo izobraževalni postopek, ki ni povezan z usmeritvijo šolskih dejavnosti. Medsebojno učenje preko dejanj, razmišljanja in domišljije in ne izločanja in šolskih ocen.

• Splošne koristi za vse kulturne dejavnosti

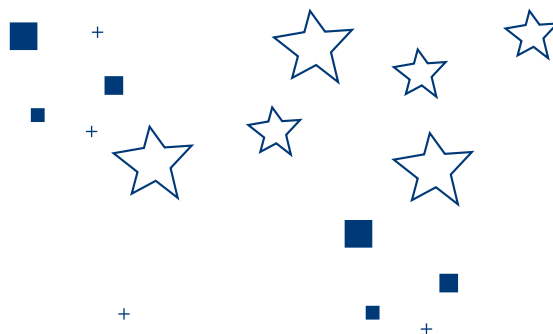
- _ Pospešujejo ustvarjalnost. To je navsezadnje njihova bistvena pogonska sila. To je ustvarjalnost posameznikov, ki se izraža kolektivno v obliki ustvarjenega izdelka. Ta ustvarjalnost prežema vse sloje družbe. To, kar se je zdelo, da je zamrznjeno, se zopet premika.
- _ Dajejo zagon ustvarjanju dimenzije za mesto, nikoli končana in ustvarjalna iznajdba novih pristopov, novega življenjskega okolja, novih oblik družabnosti.
- _ Predstavljajo nove oblike demokracije sodelovanja; forumi za meščane, ki raje usmerijo pozornost na izmenjavo besed, kot na spopade.

2/4_

Fizična dimenzija

- **Strategije ponovnega oživljanja mestnih središč se usmerjajo v utrditev simbolične pomembnosti središča.** Mestne strategije običajno pospešujejo središča kot področja za brezdolje in nakupe; kulturni analitiki in mestni načrtovalci navajajo, da obstaja nevarnost za nekatera mestna središča, da postanejo tematski parki dediščine ali banalni prostori, če ta strategija ne bo vključila stanovanjskih in proizvodnih aktivnosti.
- **Priljubljene okolice predmestij in obrobja mest so tudi bili cilj ponovnega oživljanja mest in kulturna dimenzija njihovega fizičnega predručenja ne sme biti zanemarjena.**
- **Kakovost fizičnega prostora je pomembno žarišče pri razvoju ustvarjalnega mesta.** Meščani in potrošniki rabijo varna pristanišča v mestni kulturi in prostor, da se poistovetijo s svojim življenjskim okoljem. Arhitekti in prostorski načrtovalci spadajo v sektor ustvarjalnih strokovnih storitev, zagotavljajo softver, da lahko mestno gospodarstvo deluje, medtem ko so drugi sektorji kreativne industrije in meščani glavni izvajalci vsebine. To je zanimivo in uspešno medsebojno delovanje med ponovnim oživljanjem, gospodarsko dejavnostjo in pospeševanjem kakovosti življenja v mestnih okoljih.
- **Dober mestni načrt izboljšuje kakovost življenja in združuje ustvarjalnost z družbeno uporabo.** Mestni načrt je sedaj vključen kot pomemben element v strategijah za ponovno oživljanje mest.
- **Ponovno oživljanje in obnavljanje zgrajene dediščine sta včasih sprožila postopek spoštovanja spominov prebivalcev kot katalizator postopka obnavljanja.** Ponovno oživljanje ali obnavljanje simboličnih zgradb industrijske dediščine se običajno razume kot priznavanje naše identitete, ki mora biti pojasnjena prihodnjim generacijam.
- **Prisotnost ustvarjalnih ljudi teži k pridobitvi fizične dimenzije.** Predstavljajo grozde koncentracije na določenih področjih in/ali zahtevajo posebno infrastrukturo, da lahko razvijajo svoje delo.
- **“Gentrifikacija”** se zelo pogosto omenja kot negativna stvarnost kulturnih področij. Izkušnje mest, ki so poskušala predvideti *“gentrifikacijo”*, kažejo na pomembnost splošnega posvetovanja z meščani, javnimi voditelji postopka, vključujoč stanovanjsko politiko, uporabo predpisov za fizično planiranje, prednost kulturni produkciji in uravnoteženosti med *“eksperimentalnimi”* in *“prevladujočimi”* kulturnimi projekti.

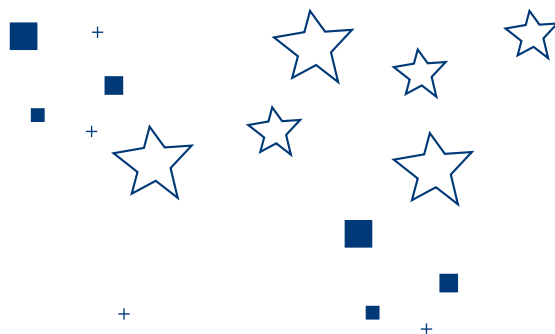
- Instrument ključnega načrtovanja za uspešne kulturne ustanove je **listina**, ki določa poslanstvo, namene in določene cilje nove ustanove kot tudi korake, ki so potrebni za prenos idej v materialno resničnost. Postopek oblikovanja listine mora vključevati različne uporabnike, še posebej tiste, ki se bodo vključili v vodenje in uporabo nove infrastrukture. Začetno posvetovanje s prebivalci v okolici, še posebej na ogroženih področjih, je ključni dejavnik za uspeh ustanove.
- Postopek mestnega oživljanja mora vključevati strokovnjake s področja kulture. Če so vključeni v skupine za obnavljanje, izboljšajo kakovost postopka in zagotovijo originalno vsebino in določena znanja in sposobnosti, kot so domišljija, ustvarjalnost, tveganje, empatija, zaupanje ali ritualnost.



2/5_

Potreba po celovitem pristopu h kulturi

- **Pozornost je potrebno posvečati hardveru (zgrajeno okolje), softveru (izkušnje o življenju v mestu, njegova socialna sestava) in tudi kakovosti kulturnega programa.** To je poglobitna stvar, ki pomaga mestom, povezanim z de-industrializacijo ali ponovnim razvojem, da so konkurenčna. To je tudi glavna stvar za družbo v več-kulturnih mestih.
- **Kulturne dejavnosti in kreativna industrija zahtevajo določene vrste infrastrukture in močna omrežja človeške povezanosti.** Evropska mesta so takšna, da v njih obstajajo ti pogoji in so torej mesta tista, ki morajo biti središče za razvoj kulturnih dejavnosti in kreativne industrije. Razpoložljivost ustvarjalnega osebja je predpogoj za konkurenčno in inovativno regijo.
- **Odprto in strpno ozračje ter kulturno bogato in aktivno okolje sta bistvena za privabljanje ustvarjalnih oseb.**
- **Kultura, umetnost in dediščina so pogonska sredstva in orodja, ki dajejo mestom istovetnost.** Prisotnost kulturnih ustanov in zanimiva mestna pokrajina postavljajo mesta in regije na zemljevide kot kraje za obisk, življenje in vlaganje.

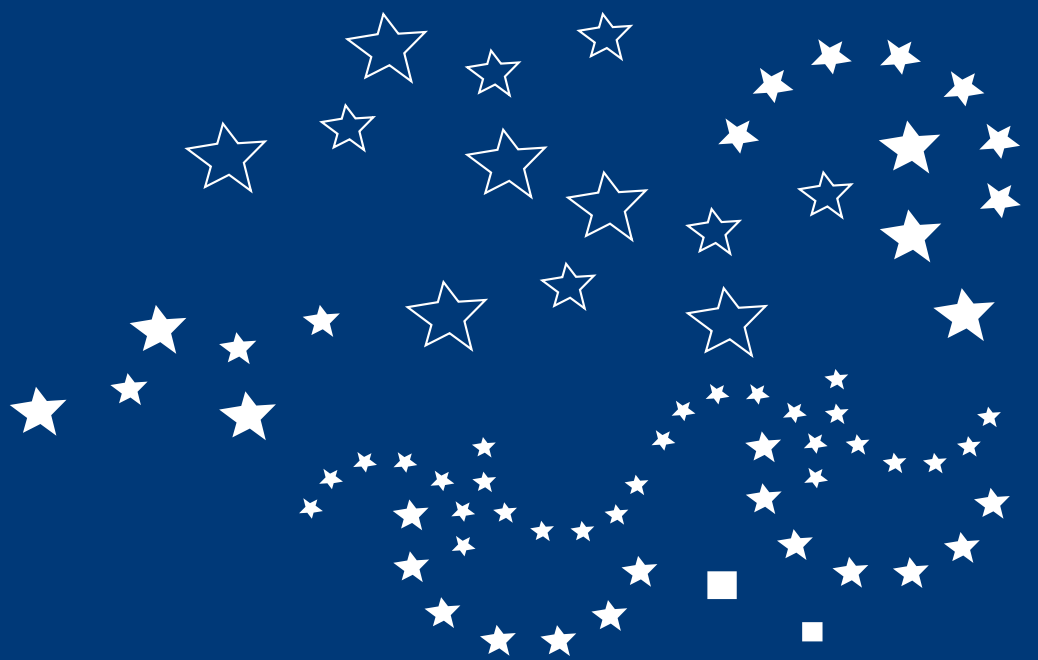


2/6_

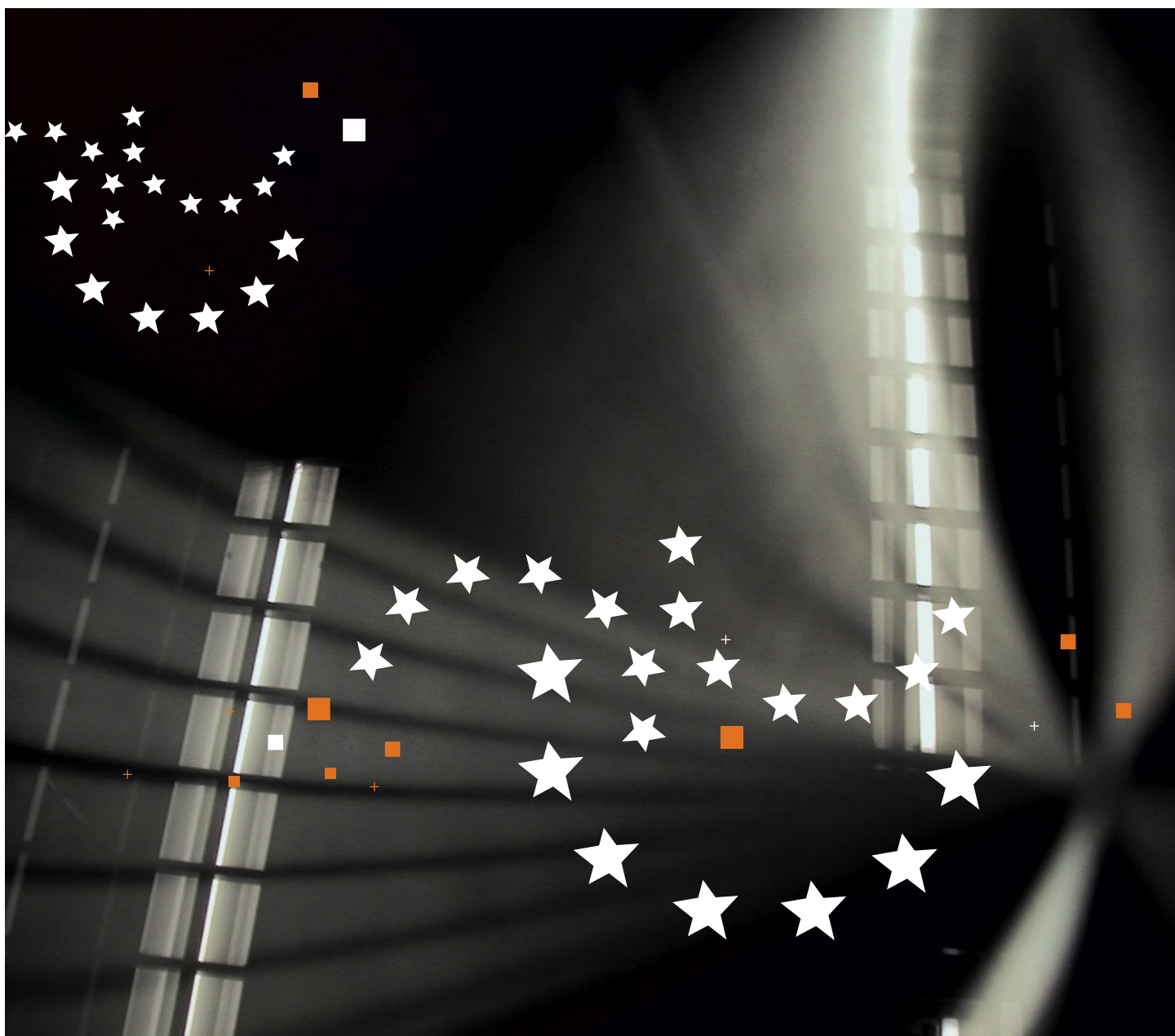
Izvajanje javnih politik

- **Kultura je postala zelo pomembna pri mestnem načrtovanju in mestnih politikah.** Kultura je povečala svojo pomembnost v mestnem načrtovanju predvsem zaradi tega, ker ustvarja ekonomsko vrednost. Lokacija nove kulturne infrastrukture, ki sodi med kulturno dediščino, ali obnova javnega prostora pripomorejo k gospodarski obnovi nekega področja. Fizična prisotnost "kulture" se pogosto avtomatsko odraža v zemljišču in lastnini, ki obkroža kulturno ustanovo ali javni prostor.
- **Kulturne politike** morajo biti trdne. Le če so trdne, lahko pride do plodne povezanosti z družbenimi, gospodarskimi in okoljskimi področji in strah, da je kultura izolirana ali obrobna ali instrumentalizirana od drugih področij, je lahko odpravljen. Zanimivo je upoštevati kulturo kot četrti steber mestnega razvoja, poleg družbenega, gospodarskega in okoljskega. Zgradba iz "štirih stebrov" ne namiguje, da so to silosi, saj iskre za zelo zanimive projekte velikokrat nastanejo pri medsebojnem delovanju med stebri.
- **Strategije in politike za gospodarske koristi od kulture in kreativne industrije** je v glavnem potrebno razviti, formulirati in izvajati lokalno, upoštevajoč strukturne lastnosti mesta ali regije. Nekatera mesta se gradijo na že razčlenjenem inventarju ustvarjalnega in kulturnega kapitala, medtem ko druga še morajo najti svoja lokalna in regionalna sredstva.
- **Za razvoj kulturnih dejavnosti in kreativne industrije ni enotnega strateškega modela, v smislu 'eden odgovarjal vsem'.** Večini mest manjka skladna strategija za uporabo kulturnih dejavnosti in kreativne industrije kot vira za gospodarsko oživljanje. Mnogo projektov 'ostane samih zase' in strategije in politike so pogosto posamične. Zaradi kulture lahko mesta spremenijo svojo podobo, ki se razlikuje od drugih, in s tem ustvarjajo teritorialno identiteto in splošno kulturo.
- **Vloga oblasti je delno v financiranju, a tudi v zagotavljanju potrebnih predpogojev, da se kulturni sektor lahko razvije.** Poseben poudarek je potrebno posvetiti povečanju kakovosti kulturnega programa.
- **Strokovnjaki s področja kulture morajo biti priznani kot pomembni predstavniki mesta.** Umetniki in ustvarjalci, kot predlaga Agenda 21 za kulturo, so lahko povabljeni, da "identificirajo probleme in nasprotovanja naše družbe, izboljšajo sobivanje in kakovost življenja in povečajo ustvarjalno in kritično sposobnost vseh meščanov".





3. PRIPOROČILA





3/1_

Splošna priporočila

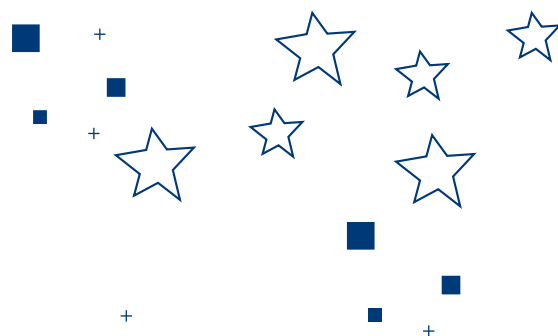
Da bi do popolnosti izkoristili potencial kulturnih dejavnosti in kreativne industrije ter izpolnili njihov potencial pri obnovi, evropska mesta zahtevajo:

- Novo evropsko renesanso, kjer imajo kulturne dejavnosti in kreativna industrija osrednjo vlogo pri širšem razvoju inovativnega gospodarstva, ki temelji na znanju in oživljanju soseščin, ki niso v prednostnem položaju.
- Jasno in izrecno priznanje le tega v strateških načrtih na vseh ravneh organov oblasti: držav, regij, mest.
- Razvoj močnejšega dialoga med različnimi kulturami in razumevanje pomembne vloge kulture kot instrumenta za vključevanje v družbo in povezanost skupnosti.
- Vključitev elementov kulture in kreativne industrije v projekte za oživljanje mest.
- Izvajanje politike kulturne mestne oživitve, ki odpravlja družbeno in kulturno izključevanje in pospešuje kulturno raznolikost. Ta politika zahteva:
 - _ dolgoročno delo, razporejeno preko več let,
 - _ dobro razumevanje med imenovanimi funkcionarji in uslužbenci, umetniki in meščani,
 - _ ozaveščanje o različnih kulturah na nekem področju,
 - _ dejansko sodelovanje in povezanost z lokalnimi prebivalci v projektu,
 - _ pravilno koordiniranje pobud in projektov na lokalni ravni.
- Novo usmerjenost za kulturne institucije – takšno, ki je bolj dovzetna za družbena vprašanja in kulturno raznolikost. To ni spreminjanje umetnosti in kulture v orodje – nasprotno, njihova avtonomna narava mora biti za vsako ceno ohranjena. Toda javno financiranje kulture zahteva, da je večja pozornost posvečena socialnim pogojem.
- Ustvarjalna kulturna politika, ki temelji na projektih z jasnimi cilji glede določenih področij in okolij, in vključevanje ljudi v kulturne postopke (umetniki itd.).

3/2_

Za mesta

- Mesta bi morala gledati na kulturo kot na strateški vir in ustvariti jasne politike za njen razvoj, ki bi jo združevale s širšo strategijo za ponovno oživljanje, povezujoč gospodarske, družbene in fizične cilje. Kultura mora biti tudi prepoznana kot vir za obravnavanje izziva raznolikosti.
- Mesta bi morala izdelati dolgoročno vizijo za kulturo, ki vključuje politične tvorce, mestne funkcionarje, umetnike, prostovoljni sektor in druge meščane.
- Kulturne politike mest bi morale enakovredno ceniti kulturno dediščino in ustvarjalnost. Kulturna dediščina niso samo fizične zgradbe, ampak vključuje tudi raznolikost lokalnih kultur. Pospeševanje ustvarjalnosti je močno povezano z umetniškim izobraževanjem.
- Ključna vloga mestne vlade je, da omogoči posameznikom, da razvijajo svoje projekte. Partnerstvo z ljudmi je torej bistveno. Mesta potrebujejo dolgoročno financiranje kulturnih projektov, ki jih organizirajo tako poklicni, kot ne-poklicni umetniki.
- Mesta potrebujejo zelo kakovostno infrastrukturo za kulturo in ustvarjalnost. To vključuje dobro uravnoteženo razporeditev kulturnih ustanov v različnih delih mesta. Javni prostori so potrebni, da se meščani lahko srečujejo.
- Organizacijski načrt in planski dokumenti mestnega sveta morajo odražati vlogo kulture v mestnem razvoju. Potrebno je vzpodbujati neposredne odnose med oddelki za kulturo in oddelki za načrtovanje mesta. Mesta bi tudi morala biti usmerjena v izboljšanje sinergije med izobraževalnimi in kulturnimi politikami. Mesta lahko strategije za izboljšanje področij in njihove infrastrukture izkoristijo za pospeševanje kulturnih predelov.
- Društva in ljudske iniciative morajo biti vključene v postopek načrtovanja in izdelave novih mestnih prostorov in Društva in ljudske iniciative morajo biti vključene v postopek načrtovanja in izdelave novih mestnih prostorov in kulturnih ustanov. Metodologije sodelovanja lahko upravičijo ali izboljšajo projekt in izboljšajo možnosti za povečanje vrednot, ki oblikujejo mesta in skupnosti. Vendar bo tu potrebno voditi medsebojno delovanje med meščani in strokovnjaki za kulturo (umetniki, zgodovinarji, arheologi, kulturnimi managerji, antro-pologi, načrtovalci kulture, posredniki v kulturi, anali-zatorji medijev itd.).



3/3_

Za regionalno vlado

- Regionalna raven mora zagotoviti skladnost lokalnih strategij in še posebej skladno prostorsko načrtovanje. Regionalna strategija mora prepoznati različne vloge regionalnih prestolnic in srednje velikih ali majhnih mest in podpirati kulturni razvoj v vseh teh mestih na način, ki odraža njihove različne vloge.
- Širjenje in izmenjava informacij med strankami, ki so odgovorne za izvedbo projektov, se mora pospeševati preko ustanovitve regionalnega informacijskega centra. Mreža Banlieues d'Europe, ki združuje tovrstne pobude na evropski ravni, lahko v tem pogledu predstavlja veliko pomoč.
- Zagotovljeno mora biti šolanje kulturnih posrednikov in izvoljenih funkcionarjev, ki so vključeni v strategije mestnega oživljanja. Posebej je potrebno paziti na šolanje medkulturnih posrednikov iz različnih kulturnih skupnosti v regiji.

3/4_

Za nacionalno vlado

- Učinkovit razvoj mestne kulture zahteva tesnejše in bolj čvrsto sodelovanje med mestno vlado in različnimi oddelki državne administracije.
- Vlada lahko zagotovi smernice za izdelavo lokalnih kulturnih strategij, ki temeljijo na potrebah mest. Narejeni in izvajani bi morali biti medministrski programi med Ministrstvom za kulturo in drugimi ministrstvi (Ministrstvo za notranje zadeve, lokalna vlada, mesta itd.).
- Mestne meje pogosto ne odražajo več modernih družbenih, gospodarskih in kulturnih razmerij. Ministrstva za lokalno/javno upravo ali enakovredna pristojna ministrstva bi morala pospeševati med-mestno sodelovanje, da bi sodobna mesta pridobila politično skladnost.
- Vlade bi morale podpirati usposabljanje posrednikov in tistih, ki so odgovorni za razvoj kulturnih dejavnosti – na primer preko diplome priznane na nacionalni ravni v sodelovanju z univerzami.
- Na nacionalni ravni bi morali biti postavljeni internetni portali, observatoriji in laboratoriji za boljšo diseminacijo primerov, študij primerov in dobrih delovnih praks.

3/5_

Za Evropsko unijo

- Evropo je potrebno razumeti kot kulturni projekt in dati kulturnemu sektorju primerne okvirje in vire, da razvije svojo zgodovinsko vlogo. Evropska kulturna strategija bi morala postati del širše evropske strategije za konkurenčnost, rast in družbeno kohezijo. V njeno izdelavo in izvajanje morajo biti vključeni različni generalni direktorati (DG-ji), kot tudi evropska kulturna civilna družba. Člen 151.4 Amsterdamske pogodbe mora biti nujno dopolnjen.
- Evropska kulturna strategija bi morala v prvi vrsti imeti temelje v mestih. Jasno in široko poznano je (na primer v mreži Eurocities), da je mesto najboljše pogonsko sredstvo za izboljšano nacionalno in evropsko rast in konkurenčnost, ko razvije kulturno strategijo.
- Evropska unija bi morala na evropski ravni začeti z dialogom z evropskimi mesti o razvoju in izvajanju določene politike za oživljanje mest, vključujoč kulturne strategije in politike. To bi moralo vključiti skladen skupek principov, povezanih z dolgoročnimi programi in finančnimi načrti. Ta politika bi morala odražati premik proti osrednjim konceptom - od "mestnega oživljanja" proti "mestnemu razvoju".
- Kulturne politike in projekti bi morali biti vključeni v številne evropske programe, vključujoč, a ne omejeno, na programe Urban. Potrebni bodo tudi družbeni in izobraževalni ukrepi.
- Strukturni skladi:
 - Bi morali vzpodbujati mesta, da vključijo kulturo kot del svoje mestne strategije in morali bi pospeševati mobilnost različnih akterjev kulture - od umetnikov do mestnih funkcionarjev, ki delajo na tem področju.
 - Bi tudi morali ustvariti evropsko učno platformo za mesta, da bi izmenjevali izkušnje za vsak določen tip infrastrukture: muzeji, knjižnice, kulturni centri itd.
 - Bi lahko vzpodbujali mesta, regije in države, da vlagajo v kulturne «vlečne stroje», ki so povezani s programi mestnega oživljanja. V posebnih primerih bi lahko bilo zagotovljenega nekaj so-financiranja.
- URBACT 2 bi se moral uporabljati kot instrument za razvijanje novih okvirjev za ocenjevanje programov in za zagotavljanje celotne izmenjave informacij na trajnosten način.







Kontaktne osebe

Za več informacij o mreži in njenem delu:

PROJEKTNI PARTNERJI

VODILNI PARTNER LILLE METROPOLE (FRANCE) AGENCE DE DÉVELOPPEMENT ET D'URBANISME DE LILLE	Thierry BAERT	tbaert@lille-metropole-2015.org
	Mathilde BALLENGHIEN	mballengien@lille-metropole-2015.org
AMSTERDAM (THE NETHERLANDS)	Robert MARIJNISSEN	r.marijnissen@dmo.amsterdam.nl
BARI (ITALY)	Luca SCANDALE	l.scandale@scienzepolitiche.uniba.it
BARI (ITALY)	Francesco FICARELLA	F.ficarella@comune.bari.it
BIRMINGHAM (UNITED KINGDOM)	Dave HOWL	dave.howl@birmingham.gov.uk
BIRMINGHAM (UNITED KINGDOM)	Jill ROBINSON	Jill.robinson@birmingham.gov.uk
BRNO (CZECH REPUBLIC)	Marie ZEŽULKOVA	zezulkova.marie@brno.cz
BRNO (CZECH REPUBLIC)	Radek BOGDAN	bogdan.radek@brno.cz
BUDAPEST (HUNGARY)	Zsuzsanna BORDAS	bordaszs@budapest.hu
DONOSTIA-SAN SEBASTIAN (SPAIN)	Élisabeth JORGE	elisabeth.jorge@donostia.org
EVOSMOS-THESSALONIKI (GREECE)	Chrisoula VERVERIDOU	ververidou@depoe.gr
EVOSMOS-THESSALONIKI (GREECE)	Athanasia RIZOU	rizouath@depoe.gr
GIJON (SPAIN)	Enrique Ismael RODRIGUEZ MARTIN	eirodriguez@ayto-Gijón.es
GIJON (SPAIN)	Soraya GARCIA BOGA	sgboga@Gijón.es
HELSINKI (FINLAND)	Marianna KAJANTIE	marianna.kajantie@hel.fi
HELSINKI (FINLAND)	Satu SILVANTO	satu.silvanto@hel.fi
KATOWICE (POLAND)	Aldo Vargas TETMAJER	avt@irm.krakow.pl
LILLE METROPOLE - Roubaix (FRANCE)	Michel DAVID	mdavid@ville-roubaix.fr
MANCHESTER (UNITED KINGDOM)	Fran TOMS	f.toms@manchester.gov.uk
MARIBOR (SLOVENIA)	Ljubo Mišič	ljubo.misic@maribor.si
NAPLES (ITALY)	Gaetano MOLLURA	urban@comune.napoli.it
VELENJE (SLOVENIA)	Tanja ZEVART	tanja.zevart@velenje.si
VELENJE (SLOVENIA)	Mojca POZEK	mojca.pozek@velenje.si
VILNIUS (LITHUANIA)	Mindaugas PAKALNIS	Mindaugas.Pakalnis@Vilnius.lt

TEMATSKI STROKOVNJAKI

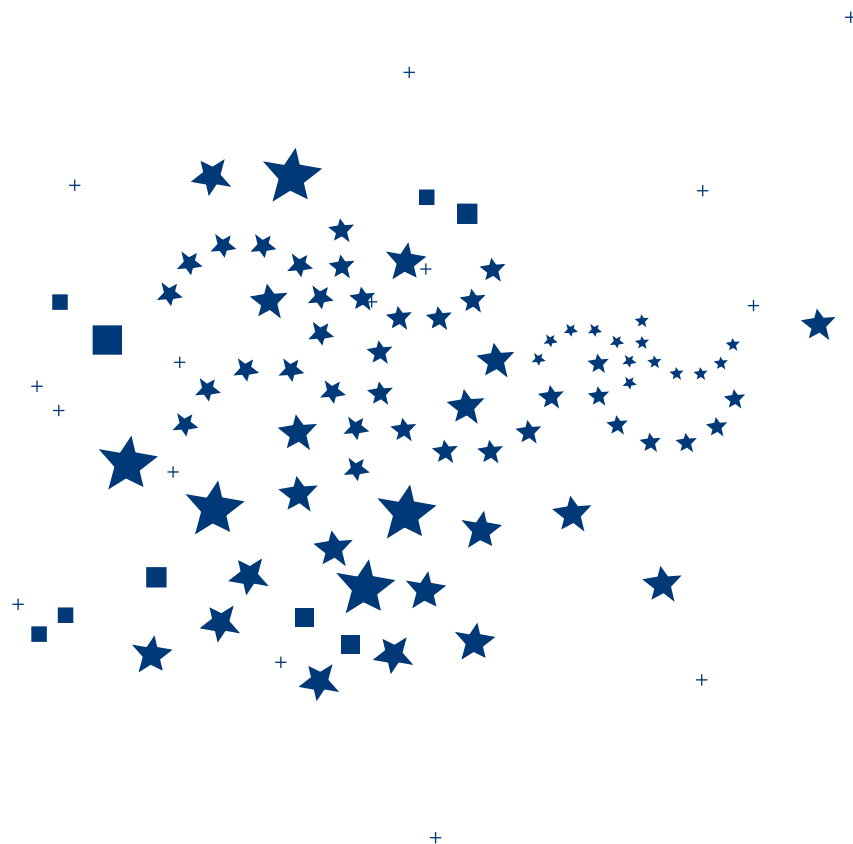
NA DRUŽBENEM PODROČJU	Jean HURSTEL	banlieues.deurope@wanadoo.fr
NA PODROČJU CELOVITEGA PRISTOPA	Charles LANDRY	charleslandry@comedia.org.uk
NA PODROČJU FIZIČNEGA PRISTOPA	Jordi PASCUAL I RUIZ	jpascual@pangea.org
NA GOSPODARSKEM PODROČJU	Paul RUTTEN	paul.rutten@INHOLLAND.nl

PRIDRUŽENI STROKOVNJAK

UNIVERSITY OF PESCARA	Gianmichele PANARELLI	g.panarelli@ditac.unich.it
------------------------------	------------------------------	----------------------------

STROKOVNJAK URBACT SEKRETARIATA

	David FROESSLER	froessler@urbanagent.net
--	------------------------	--------------------------



Zahvaliti se želimo vsem, ki so na kakršenkoli način pomagali pri izvedbi projekta.

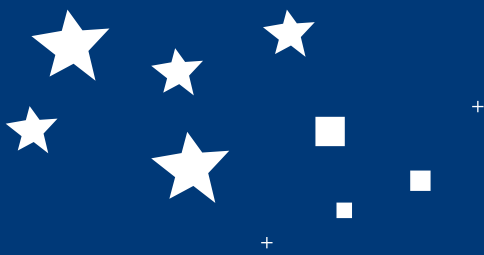
Posebna zahvala gre: Eliane Agache, Adèle Bucella, Fernando Barreiro, Michèle Camus, Pascale Debrock, Bernard Delebecque, Armelle Delevallée, Jean Loup Drubigny, Philippe Duthilleul, Quentin Duvillier, Marco Antonio Fernandez Gutierrez, Alan Firth, Sabine Germe, François Xavier Goemaere, Mira Guhring, Urska Kolaric-Jambrovic, Abdelali Lahlali, Franck Lemerle, Myriam Matassem, Brigitte Maréchal, Rick Mickael, Claire Pickard, Maria Quintieri, Valérie Ricouard, Raphaëlle Robiquet, François Rohart, Anna Katarina Scheidegger, Nathan Starkman, Marie Werner, Iain Whyte, Sebastiano Zili, Stamatis Zoumpourtikoudis.

Posebej želimo omeniti Anne Séverine Lay in Karine Dubar za njun zanos in dinamično delo.

Vsem predstavnikom mest: Amsterdam, Napoli, San Sebastián, Evosmos, Manchester, Bari, Helsinki, Birmingham, Gijón, Maribor, Velenje & Lille Métropole se zahvaljujemo za izrečeno dobrodošlico ob gostovanju seminarja v njihovem mestu.

Zahvaljujemo se projektnim vodjem, umetnikom in vsem sodelujočim v partnerskih mestih, ki so vložili čas in energijo v predstavitev projektov ter z nami delili svoje izkušnje.

Za vso pomoč in podporo se zahvaljujemo tudi članom URBACT Sekretariata, članom Agence de développement et d'urbanisme de Lille ter Lille Métropole Communauté Urbaine.



CITY OF MARIBOR



CITY OF NAPOLI



Donostia Udaola
Ayuntamiento de San Sebastián



MUNICIPALITY
OF VELENJE



CITY OF BUDAPEST



CITY OF KATOWICE



VILNIUS CITY
MUNICIPALITY