



ISBN 978-80-7008-242-3



9 788070 082423

Úvodní slovo

„Zaměření této ministerské konference bylo inspirováno Evropským rokem kreativity a inovací a zároveň 20. výročím pádu ‚železné opony‘. Jejím cílem bylo přispět k jiné kvalitě vnímání tvořivosti (a kultury). Nejsou ničím ‚navíc‘, když už je odpracováno, nejsou jen relaxací a náplní volného času, ale tvoří naprostý základ smyslu našeho bytí. Tvořivost je tím, co odlišuje mechanismus pasivního konzumu od potěšení z aktivního konání, kultura orientuje člověka ve společnosti a konfrontuje jej s tradičními hodnotami.“

Václav Jehlička,
ministr kultury ČR

Tato konference byla pořádána za laskavé finanční i odborné podpory Evropské komise, Generálního ředitelství pro vzdělávání a kulturu.



01

0 konferenci

O konferenci

Mezinárodní konference Fórum pro kreativní Evropu, která se uskutečnila v rámci českého předsednictví v Radě Evropské unie ve dnech 26. a 27. března 2009, předložila pádné argumenty, že kultura a kreativita významně přispívají ke společenskému a ekonomickému růstu.

Nejdůležitějším poselstvím konference je nutnost přehodnotit izolaci umění, kultury a zejména kreativity a inovací. Takto nastavené systémové změny mohou ekonomikám jednotlivých zemí pomoci překonat současnou hospodářskou krizi. Z příspěvků účastníků jasně vyplynulo, že umění a kultura jsou nejen základem tvořivosti, nových nápadů a inovací, ale že se rovněž zásadním způsobem podílejí na zdravém rozvoji celé společnosti.

Řada řečníků upozorňovala na kritický stav současné globální společnosti. Bývalý prezident Václav Havel ve svém příspěvku zdůraznil, že tvořivost a kultura vytváří základní identitu a sebeidentifikaci lidství. Je proto podle něho třeba vyzvat Evropskou unii, aby přehodnotila strukturu své politické agendy a předřadila zájem o duchovní hodnoty, které Evropa po staletí vytvářela, současným tématům ekonomickým. „Potřeba nových kreativních přístupů se ponejvíce vždy ukazuje tehdy, když selhávají zaběhnuté mechanismy, včetně těch finančních. Současná ekonomická situace přímo podněcuje k hledání nových řešení, k nimž v době relativního dostatku nebývá ani dost vůle, ani dost motivací. Je tu šance, abychom využili potenciálu kreativity vycházející právě z umění a kultury,“ říká ministr kultury Václav Jehlička.

Autor knih Kreativní ekonomika a Kreativní ekologie John Howkins řekl, že „kořeny současné krize jsou ve společnosti, v politických praktikách a vládách, přičemž současná krize má primárně příznaky finanční a ekonomické.“ Těm, kdo chtějí vést lidi k nové společnosti, doporučil zachování tří principů: různorodosti, změny a učení. Richard Florida poukázal na to, že současná společnost potřebuje zásadně proměnit. Poprvé

v této souvislosti použil radikální termín „restartovat“ (reset), přičemž naději na uzdravení společnosti vkládá do kreativní třídy a předpokládá, že impulsy ke změně společnosti by měly vzejít jak ze strany občanské společnosti, tak i od vládnoucích politiků. Poradce řady evropských vlád i Evropské komise, Američan Jeremy Rifkin, přišel s tvrzením, že dosavadní model společnosti postavený na materialismu, spotřebě a zadlužení se zhroutil. Nyní je podle něj nutné vytvořit pro společnost nový příběh (sen), který bude vycházet z evropských kulturních hodnot a bude provázen spoluprací Evropské unie a Spojených států amerických.

Konference současně řešila nutnost podporovat umění a kulturu z veřejných prostředků, zejména vytváření podmínek pro navazující kreativní obory postavené na duševním vlastnictví, jako jsou např. hudební a filmový průmysl, design, architektura či reklama. Panel věnovaný vládním strategiím pro kreativní průmysly a kreativní ekonomiku upozornil, že při vytváření podpůrných programů je nezbytná spolupráce rezortů kultury, průmyslu a obchodu, vzdělávání, zahraničí i dalších, a to nejen na úrovni jednotlivých států, ale i na úrovni Evropské unie.

Doporučena byla i nutnost změn vzdělávacích systémů, které mají mladé lidi připravit na výzvy 21. století a především je vybavit zcela novými dovednostmi, postoji a způsoby jednání. Konference zároveň upozornila na to, že zejména v regionální a lokální politice je třeba maximálně uplatňovat tvořivost a schopnost realizovat nápady a vize jednotlivých lidí a skupin, jež by měly být více zohledňovány a využívány při budování a správě moderních současných kreativních měst a komunit.

Veškeré informace o konferenci (videozáznam celé konference, prezentace, informace o řečnících atd.) naleznete na www.forumforcreativeeurope.cz. Některá vystoupení a řadu rozhovorů s účastníky i řečníky naleznete na www.youtube.com a na stránkách www.labforculture.org.

Odkazy:

www.forumforcreativeeurope.cz
www.eu2009.cz
www.create2009.europa.eu

Zdroj: Závěrečná tisková zpráva Ministerstva kultury ČR z 8. dubna 2009

02

Program **konference**

Čtvrtek, **26. března 2009**

Uvítací projevy

Václav Jehlička, ministr kultury České republiky
Christine Albanel, ministryně kultury, Francie
Lena Adelsohn Liljeroth, ministryně kultury, Švédsko
Odile Quintin, generální ředitelka pro vzdělávání
a kulturu, Evropská komise

Úvodní projevy

Václav Havel 12
Tomáš Sedláček 14
Philippe Kern 17

Umění, kultura a kreativní ekologie

Panel 1A: Z pohledu expertů (moderátor: Rod Fisher) 22
Příspěvky představily koncepty kreativní ekonomiky a kreativních ekologií. Mluvčí se také zaměřili na roli individuálních umělců a na význam jejich tvorby pro širší ekonomiku. Zároveň dostal prostor dokument UNESCO Úmluva o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů – důležitý nástroj čelící některým nástrahám kreativních průmyslů.

Michael Hutter 24
David Throsby 28
John Holden 31
John Howkins 35
Nina Obuljen 37

Shrnutí moderátora 38

Teorie kreativní třídy

Richard Florida 42

Panel 1B: Příklady národních strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky (moderátorka: Ritva Mitchell) 52

Teoretické koncepty kreativních průmyslů a kreativní ekonomiky vstoupily zásadním způsobem do politik a strategií v Evropě i jinde ve světě. V tomto panelu byly představeny příklady současných horizontálních vládních strategií a iniciativ založených na vzdělávání, výzkumu, technologických inovacích a ekonomice. Zkoumán byl význam kreativních průmyslů a kreativní ekonomiky pro nové členské státy EU. Součástí panelu byl přímý internetový přenos vystoupení Richarda Floridy, který hovořil o své významné koncepci kreativní třídy.

Mikko Kosonen 53
William Calladine 56
Ragnar Siil 60
Roel van de Ven 63
Sylvia Hustedt 65

Shrnutí moderátora 68

Pátek, **27. března 2009**

Ján Figel', komisař pro výchovu, vzdělání, kulturu a mládež

Zahájení iniciativy Evropské asociace festivalů při příležitosti Evropského roku kreativity a inovací „FestLab for Creativity and Innovation“

Kreativita a společnost

Panel 2A: Občanská společnost ve věku kreativity

(moderátor: **Xavier Troussard**)

70

Diskutována byla tato témata: odolnost kreativní společnosti vůči totalitním režimům; role umění, kultury a kreativity v občanské společnosti; sociální sítě, svoboda jednotlivce a umělecká svoboda ve věku kreativity.

Gottfried Wagner

71

Natalia Koliada

73

Vuk Čosić

75

Simona Levi

77

Shrnutí moderátora

79

Panel 2B: Kreativní města (moderátor: **Colin Mercer**)

82
Koncept kreativních měst hledá odpovědi na otázky, jak mobilizovat kreativitu obyvatel a jak tato kreativita může přispět k řešení nesčetných problémů moderních měst.

Franco Bianchini

83

Lia Ghilardi

85

Maurizio Carta

87

Zora Jaurová

89

Robert Palmer

91

Shrnutí moderátora

93

Kreativita a vzdělávání

Panel 3A: Kreativita ve vzdělávání

(moderátorka: **Pat Cochrane**)

96

Panel byl věnován těmto tématům: role vzdělávacího systému v prosazování kulturní politiky jako nástroje společenských změn; kreativní partnerství – jak změnit vzdělávací systém, aby účinněji vychovával ke kreativitě? Jaký je dopad kreativního vzdělávání na kulturní a kreativní ekonomiku? Bude uvolněním

kreativity podpořen výkon studentů? Jak přispěje kreativita mladých lidí k úspěšnosti jejich uplatnění v zaměstnání?

Paul Collard

97

Milena Dragičević Šešić

100

Bojan Djordjev a Marta Popivoda

103

Shrnutí moderátora

106

Panel 3B: Kreativita, schopnosti a dovednosti

(moderátorka: **Jillian Barker**)

110

Témata panelu: spolupráce mezi podnikatelskou sférou a uměním a konkrétní výsledky této spolupráce, umělecké techniky jako nástroje rozvoje podnikání a komunity, regionální partnerství pro kreativitu v podnikání, podpora kreativity zaměstnanců, případ společnosti Google...

Pia Areblad

111

Radek Špicar

113

Joost Heinsius

115

Jan Šedivý

117

Závěrečné projevy

Katarina Mathernová, zástupkyně generálního ředitele, Generální ředitelství pro regionální politiku, Evropská komise

Jaromír Talíř, náměstek ministra, Ministerstvo kultury České republiky

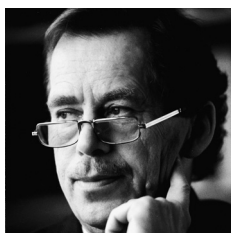
Jeremy Rifkin

122



03

Odborné **příspěvky**



Václav Havel

bývalý prezident České republiky
Úvodní projev

Domnívám se, že kultura samozřejmě má svou ekonomickou dimenzi, svůj ekonomický efekt. Když je smysluplně a hezky zrenovován například zámek a je zařízeno, aby ho navštěvovali turisté, aby je zámek zajímal; pak se to samozřejmě během několika sezon vyplatí a peníze do něj investované se vrátí a začnou přibývat další. To je primární, nejjednodušší ekonomický efekt kultury.

Považuji však za daleko důležitější (nebo ne-li důležitější tak alespoň rozhodně stejně důležité) další dva efekty kultury. Zaprvé ekonomický zisk nepřímý. Co tím rozumím? Rozumím tím jakousi kultivaci světa, lidských vztahů, vytváření smysluplných společenství, cosi, co kultura má potenciál zprostředkovávat, ale co žádný účetní nevypočte, a co se dá těžko tedy měřit jako ekonomický efekt přímý.

Ale to není vše. Mně se zdá, že nejdůležitější efekt kultury vůbec není ekonomický. Prostě člověk, aby byl člověkem, potřebuje ducha, potřebuje duchovně žít. Člověk je nositelem vědomí. Člověk je zvědavý, touží po poznání, klade si otázku, kolik hvězd je v naší galaxii, kolik galaxií je v našem vesmíru. Proč ho to zajímá? Protože touží po poznání, být zvědavý patří k lidské podstatě. A k jeho podstatě patří i tvořivost. Myslím si, že i země, která by nedávala ani korunu na kulturu, by nějakou kulturu měla; prostě proto, že člověk bez ní být nemůže, že to patří k němu, že to spoluvytváří jeho identitu, a klást si otázku, proč potřebuje člověk kulturu, je vlastně totéž jako klást si otázku, proč člověk je vůbec člověk, co to znamená a proč je svět světem.

To znamená, že se kultura vlastně stává prostředím sebeidentifikace člověka, lidství. Ti z vás, kteří přijeli ze zahraničí, si zajisté povšimli, pokud dosud Prahu neznali, že Praze dominuje katedrála, velká katedrála. Měl jsem možnost a tu čest třináct let každý den být v kontaktu s touto katedrálou, neboť ta katedrála je obklopena pražským hradem, tradičním sídlem hlavy státu. A já jsem si bezpočtukrát, tváří v tvář té katedrále, kladl otázku. Tam je přece tolik zbytečných věcí. Všechny ty ozdoby a ornamenty, celé je to strašně vysoké. Jaký to mohlo mít smysl? Jaký ekonomický efekt to mohlo přinést? No samozřejmě žádný, že? Přesto to lidem stálo za to a bylo to asi proto, že ona společnost byla kulturotvorná, že sdílela jakési hodnoty, k nimž patřila i úcta k tomu, co je nad námi, úcta k jakémusi tajemství světa, tajemství bytí. A ten ozdobný prst, který k nebi ukazuje, byl opět výrazem jakéhosi lidství a muselo být velmi

velmi neekonomické něco takového postavit. Pokud to přináší ekonomický efekt, tak až po staletích.

A když už jsem u města Prahy, nemohu se nezmínit o jedné věci, o níž jsem už vícekrát mluvil. Praha má své historické jádro, které je obdivováno turisty z celého světa. Kolem toho jádra je věnec předměstí z 19. století a kolem toho vznikla v poslední době jakási podivná velká sféra, jakýsi prstenec čehosi, co nedovedu pojmenovat. To není město, to není vesnice, to není pole, to není les. To je rozplzlé cosi. To cosi se vyznačuje naprostou neúctou k zemi. Stojí tam nějaké nekonečně dlouhé všelijaké sklady, skladiště, skládky a mezi nimi jsou velké plochy, kde není vůbec nic. Nejspíš by se dalo říct, že se podobají stepi nebo tundře. Za posledních dvacet let velký kus naší vlasti, naší krajiny byl pokryt takovýmto rozplzlým nic. Myslím si, že kdybychom měli více respektu k tajemství světa, tajemství bytí, trochu toho respektu, který měli tvůrci oněch zbytečných věžiček a ozdob na katedrále, že bychom si víc vážili své země, své krajiny a takto bychom s ní podivně neplýtvali a nezacházeli. Není to pouze pražský problém, patří to k moderním velkoměstům obecně, provází to globalizaci. Rozdíly jsou v tom, že někde je to trošku urbanisticky inteligentnější a někde zcela nesmyslné.

Závěrem bych se snad zmínil o jedné konkrétní věci. Dlouho jsme byli poučováni o tom, že bytí předchází vědomí, že základní je ekonomická základna a od té se odvíjí jakási nadstavba – právo, lidská práva, kultura. A dokumenty, ať to jsou programy politických stran, programy vlád či usnesení orgánů Evropské unie, kupodivu zachovávají tento marxistický pohled na svět v tom, že vždycky v textech je nejprve ekonomika, potom energetika, potom zemědělství a nakonec jako takový veselý rozmarný přívěsek, jako post skriptum je pár vět o kultuře, protože se to hodí.

Domnívám se, že bytí sice pravda předchází vědomí, ale vědomí zároveň předchází bytí. Vždyť uvědomme si, že i onen marxismus, který nás učí, že bytí předchází vědomí, musel být nejprve v jakémisi vědomí vymyšlen, než mohl být aplikován v podobě komunismu. Domnívám se, že by bylo velikým úspěchem vaší konference, kdyby z ní vzešel podnět či výzva Evropské unii a jejím orgánům, aby se zamysleli, zda by nestálo za to jednou trošku přeskupit strukturu oněch dokumentů a předřadit vědomí, lidská práva, právní stát, právní řád, úctu k právu, předřadit to vše partiím ekonomickým a přihlédnout jakýmsi způsobem

k tomu, že to první a hlavní, co Evropany spojuje, jsou přece určité duchovní hodnoty, jak se po staletí na evropském kontinentu utvářely. A kdo jiný by měl k takovéto restrukturalizaci dokumentů dát podnět než země, která prožila poměrně nedávno několik desetiletí pod totalitním systémem, a která by tudíž měla lépe než kdo jiný vědět, jaký smysl má duch, jenž je schopen čelit násilí, který je schopen znovu a znovu si vydobývat svobodu a znovu a znovu se projevovat jako to, co vlastně dělá člověka člověkem.

Curriculum Vitae

Spisovatel a dramatik; jeden z prvních mluvčích Charty 77; vedoucí osobnost sametové revoluce v roce 1989; poslední československý prezident a první prezident České republiky.

Václav Havel pochází ze známé podnikatelské a intelektuální rodiny, která byla úzce spjatá s kulturními a politickými událostmi v Československu od dvacátých do čtyřicátých let 20. století. Rodinná intelektuální tradice vedla Václava Havla k tomu, aby se věnoval humanitním hodnotám české kultury, které byly v padesátých letech tvrdě potlačovány. Po ukončení základní vojenské služby pracoval jako divadelní technik v Divadle ABC a v šedesátých letech v Divadle Na zábradlí. Od roku 1962 do roku 1966 studoval dálkově dramaturgii na Divadelní fakultě Akademie múzických umění a studium zakončil vypracováním poznámek ke hře Eduard, na jejímž základě napsal hru Ztížená možnost soustředění.

Od svých dvaceti let publikoval studie a články v různých literárních a divadelních periodikách. Občanské sebeuvědomování, které se do historie zapsalo jako Pražské jaro, vyvrcholilo v roce 1968. V této době se angažoval nejen jako autor divadelních her Vyrozumění (1965), Ztížená možnost soustředění (1968), ale také jako předseda Klubu nezávislých spisovatelů a člen Klubu angažovaných nestraníků. Od roku 1965 působil v nemarxistickém měsíčníku Tvář.

Po potlačení Pražského jara obsazením Československa vojsky Varšavské smlouvy vystupoval Václav Havel proti politické represí, příznačné pro léta komunistické normalizace. V roce 1975 napsal otevřený dopis prezidentu Husákovi, v němž upozornil na nahromaděné rozpory v československé společnosti. Vyvrcholením jeho činnosti bylo v lednu 1977 publikování Charty 77, textu, který propůjčil název i charakter hnutí protestující části československých občanů. Václav Havel byl jedním ze zakladatelů této iniciativy a jedním z jejích prvních tří mluvčích. V dubnu 1979 se stal spoluzakladatelem Výboru na obranu nespravedlivě stíhaných. Za své občanské postoje byl celkem třikrát uvězněn a ve vězení strávil téměř pět let. V té době bylo československými úřady znemožněno publikovat veškeré Havlovy texty. O téměř kompletní vydání se péčí jeho tehdejšího literárního agenta Klause Junckera postaralo německé nakladatelství Rowohlt se sídlem v Reibeku u Hamburku.

Václav Havel si svými postoji v letech totality získal postavení uznávané morální autority. Hloubkou názorů na problémy soudobé civilizace a promyšleností jejich formulací se stal i ve funkci prezidenta respektovanou osobností, mezi politiky ojedinelou. Za své literární dílo, za smýšlení a celoživotní úsilí o dodržování lidských práv obdržel Václav Havel řadu státních vyznamenání, mezinárodních cen a čestných doktorátů.

Odkaz:

www.vaclavhavel.cz



Tomáš Sedláček

hlavní makroekonomický stratég ČSOB, Česká republika
Úvodní projev

Co tvoří bohatství národů? V čem spočívá bohatství národů? Co nás dělá bohatými? Zabýval jsem se těmito otázkami a odpovědi na ně jsem se pokoušel hledat v historii, knihách o historii ekonomiky. A co jsem zjistil? Že na samém počátku, když byla naše kultura ještě v plenkách, nejbohatšími národy byly ty národy, které měly na svém území něco, co se dalo těžit, které měly přístup například ke zlatu, železu, soli nebo jiným přírodním zdrojům. Později se stěžejním faktorem staly zdroje ropy nebo plynu. Nicméně relativně nedávno – asi před dvěma až třemi sty let – přestala být těžba tak důležitá a ustoupila výrobě. Nejbohatšími státy se staly ty, které něco vyráběly, které měly manufaktury a průmysl. Ještě o něco později, to jest asi před osmdesáti až sto lety, přestalo na prvním místě co do důležitosti být vyrábění věcí, na první místo se dostaly služby. Nejbohatšími státy se staly ty, které dokázaly poskytovat služby, být blízko svým zákazníkům. Postupně přišla doba právníků, ekonomů, účetních a dalších profesí, které nic neprodukuje, které ani neposkytují žádnou službu, které prostě jen něco tvoří. Od vyrábění, tvorby věcí jsme se dostali zase k tvorbě věcí.

Ještě později, a to už se dostáváme v podstatě k dnešní době, přestalo být zásadním věcí tvořit. Už nejsme ve věku účetních, nejbohatšími národy nejsou ty, které mají účetní. Jak dobře víte, produkce se z Evropy přesunula do Číny, v Evropě už takřka nic nevyrábíme. Považuji za důležité zmínit, že 78 % HDP České republiky tvoří nehmotné produkty, na které si nelze sáhnout. Pokud byste naše HDP nebo obecněji, cokoliv tato země vyprodukuje, položili na váhy, nenavázili byste téměř nic. Kdysi vše, co jsme vyráběli, něco vážilo, veškeré produkty byly tvořeny hmatatelnou hmotnou masou. Podíl nehmotné produkce ve Spojených státech je ještě vyšší než v České republice a to ani nemluvím o takových zemích, jako je například Finsko.

Důležitými elementy naší doby jsou takové věci jako telekomunikace, internet, propojování věcí a lidí. V dnešní době v podstatě padl klasický prostor i čas. Čína a Praha jsou dnes od sebe vzdáleny jednu vteřinu. Sami víte, jak je jednoduché odsud nebo z nějakých vysokých českých hor zavolat například příteli, který je právě někde v Číně. A nejnovějším trendem je spojování lidí, umožnění, aby interreagovali, aniž by za to museli cokoli platit, to jest zajištění veškerých komunikačních kanálů typu YouTube, Skype apod. My, ve smyslu lidstvo, jsme v oblasti ekonomické produkce postoupili od specifické, konkrétní, hmatatelné produkce směrem k produkci abstraktní. V Evropě a ve Spojených státech už nevyrábíme věci, namísto toho věci

vymýšlíme. Vytvořili jsme věci, koncepty, které lze zkopírovat a vložit – jakési věci „copy-paste“ – a naše myšlení je nyní založeno čistě na tomto principu.

Další rovinou vývoje je posun od automatizované výroby k většímu důrazu na lidskou invenci a kreativitu. Rád bych se vrátil k tomu, co jsem říkal na začátku v souvislosti s pozicemi. V počáteční fázi vývoje kultury bylo důležité zachovávat pozici v blízkosti těžebního ložiska. Bylo důležité těžit, chránit ložisko a také zlikvidovat kohokoli, kdo by se k němu snad chtěl přiblížit. Zároveň bylo velmi ekonomicky výhodným aktem zničit například kmen, který sídlil na vedlejším území, protože tím člověk získal přístup k novým přírodním zdrojům. Nyní už víme, že zabít člověka je největším možným ekonomickým plýtváním, protože to znamená připravit se o někoho, s kým by jinak člověk mohl obchodovat. Ekonomika je zázračná v tom, že dokáže využít ty největší možné rozdíly. Pokud jsou dva lidé naprosto identičtí, nemají mezi sebou jak obchodovat. Pokud stanete tvář v tvář někomu s naprosto stejnými preferencemi, obchod, který se mezi vámi může odehrát, je takřka na úrovni nuly. Největší možný ekonomický zisk, největší bohatství může být naopak generováno, pokud spolu začnou obchodovat dva naprosto odlišní lidé.

Dnes je v centru dění především třepotání, rychlé vyhasínání. Pokud dnes něco vymyslíte, musíte se hned zase rychle posunout dál, nesmíte u toho zůstat. Musíte rychle vymyslet něco dalšího, například nový design, a počítat s tím, že během tří čtyř dnů jej někdo zkopíruje a dál nově použije, tedy na něj někdo aplikuje princip „copy-paste“. Jsme na cestě od vlastnictví k akceleraci. A to všechno nás vede k nutnosti rozvíjení, myšlenek, emocí, designu a kreativity.

Proč mají všichni tak rádi Google, a ne Microsoft? Proč na lištu na svém počítači spíš napíšete www.google.com než jméno nějakého jiného prohlížeče? Opouštíme staré hodnoty a přecházíme do nové doby, která je více spirituálně založená. Internetu se také říká *world wide web* (doslova *široká světová síť*), můžete si jej tedy představit jako jakousi pavučinu, a pokud má něco být přímo uprostřed této pavučiny, pak je to s největší pravděpodobností Google. Ten je jakousi bránou, dveřníkem, který nás dělí od trilionů dat a informací. To nic nemění na tom, že tato stránka sama o sobě je zcela prázdná. Jediné, co na ni může přibýt, jsou vaše vlastní slova, pojmenování toho, co hledáte. Mistr Eckhart kdysi vyslovil myšlenku, že to, co ho bude

pálit v pekle, nebude uhlí, ale jeho vlastní ruka, která není uhelné povahy. Kdyby totiž byla uhelné povahy, uhlí by ji nemohlo pálit. Jinými slovy Mistr Eckhart řekl, že v pekle nás bude pálit to, co nebude přítomno – zápor, negace. Totéž platí u Googlu. Google vás na požádání zbaví trilionů dat a informací, které nepotřebujete, a dovede vás k té jedné jediné, kterou potřebujete, a tu vám předloží mimo veškerý chaos a svobodu.

Dovolte mi uvést příklady tří rozdílných společností: IBM, Microsoft a Google. IBM dnes stále vyrábí věci, na které si můžete sáhnout, které můžete zvážít. Microsoft vyrábí věci, které nelze zvážít, nicméně je lze koupit. Můžete jít do obchodu a koupit si krabičku od Microsoftu a můžete pak svým dětem doma tu krabičku ukázat a říct: podívejte se, tohle jsem si dnes koupil. Google neprodává nic. To je nejnovější trend – produkt, který si nemůžete koupit, protože ho jeho výrobce neprodává, dává ho zdarma. Proč to tak dělá právě Google, a ne nějaká jiná společnost? Protože Google má příběh, má duši, Google je svým způsobem kreativní. Kdo by si před pár lety byl pomyslel, že nejlepší investicí v oblasti internetu bude investice do propojování lidí tak, aby mohli sdílet svá domácí videa.

Informace už dnes nejsou tím zásadním právě proto, že jsou volně dostupné na internetu. Jakýkoliv kmen v Africe nebo v Číně, pokud má přístup k internetu, má přístup k informacím. Zásadní schopností je pracovat s informacemi. A ještě zásadnější je vytvořit kulturu, která si cení určitých kvalit, která má určité hodnoty. Jinými slovy – zásadní je politická kultura. Dnešek, dva dny po svržení vlády Mirka Topolánka opozicí, je pro téma politické kultury v České republice ideálním dnem. Pokud tedy spojení Česká republika a politická kultura nepovažujeme za oxymoron. Informace jsou kopírovatelné, kultura nikoli. Kapitalismus není instantní, nelze ho dosáhnout tak snadno, jak jsme si kdysi mysleli. K tomu, aby ryba plavala, nestačí jen přidat vodu.

Kultura není instantní, to zjišťujeme znovu a znovu každý den stejně, jako zjišťujeme, že potřebujeme kvality a hodnoty, které byly po tak dlouhou dobu považovány za nedůležité a nezajímavé. V Eposu o Gilgamešovi, nejstarším psaném příběhu naší civilizace, se vypráví o králi Uru, který chce zvýšit efektivitu práce tím, že zakáže mužům, aby se vidali se svými ženami a dětmi. Dnes stále do jisté míry žijeme v době, ve které je častý názor, že tyto dvě věci, to jest rodina a práce, jsou protichůdnými hodnotami, že jsou si navzájem protimluvy. Pomalu ale zjišťujeme, že i tyto hodnoty, které jakoby šly proti efektivitě, jsou důležité.



Na obrázku není bar, nýbrž kancelář v Googlu, navíc nejde o obrázek situace během pracovní pauzy, ale naopak v průběhu pracovní doby. Takhle pracují v Googlu, toto je jejich jednací sál, takhle si chodí pro svačinu. Jako protiklad je zde obrázek kanceláře ve společnosti, které očividně kreativita neleží na srdci, protože do tohoto prostoru by někdo kreativní nikdy dobrovolně nevstoupil. V dnešní době se účetní a právníci stávají čím dál tím méně důležitými. Celé je to o filozofii, kterou se zde snažím popsat na příkladu Googlu. Vypůjčil jsem si myšlenku Nietzscheho, ve které je možné poznat vliv Platóna. Platón tvrdil, že mysl přesahuje hmotu. Kdyby žil dnes a viděl naši ekonomiku, tvrdil by totéž, že mysl přesahuje hmotu, protože dnes už netěžíme z hmoty, dnes těžíme z mysli. Dovolte mi tedy zakončit příspěvek touto Nietzscheho myšlenkou. On rozdělil lidský rozvoj na tři fáze.

První nazývá fází velblouda. Velbloud ztělesňuje břemeno, představuje člověka jako někoho, kdo sám sobě nakládá břemeno, kdo tvrdě fyzicky pracuje, kdo potřebuje muskulaturu a kdo je ochotný cestovat, plahočit se a pracovat na poušti s veškerým svým zbožím na zádech. Po fázi velblouda přichází fáze lva. Lev se vzpírá všemu, čemu se vzpírat lze, revoltuje, bojuje, napadá okolí. Lva nelze zkrotit. Třetí fází je fáze dítěte, věk dítěte. Dítě neválčí, o nic neusiluje, dítě si chce hrát, chce být baveno, chce tvořit... Nietzsche doslova říká, že dítě chce tančit. Tato poslední fáze mi připomíná náš věk, kdy mnohem víc než dělat si starosti o vážné věci chceme být baveni.

Curriculum Vitae

Tomáš Sedláček (1977) je hlavním makroekonomickým stratégem největší české banky – ČSOB. Než začal pracovat pro ČSOB, byl přes dva roky nepolitickým odborným poradcem prvního místopředsedy vlády a ministra financí České republiky s odpovědností za oblast fiskální konsolidace a reforem daňového systému, penzijního systému a zdravotnictví. Byl také členem týmu pro první a druhou emisi českých eurobondů. Do konce mandátu Václava Havla pracoval jako ekonomický poradce prezidenta České republiky. Titul PhDr. získal s vyznamenáním děkana na Fakultě sociálních věd Karlovy univerzity, kde dnes přednáší etiku a ekonomii, dějiny ekonomického myšlení, filozofii a ekonomii, ekonomické aktuality a rétoriku. Přednáší také na University of New York v Praze a na Diplomatické akademii Ministerstva zahraničních věcí České republiky. Během kampaně před referendem o přistoupení ČR k EU vedl analytický tým nevládní organizace ANO pro Evropu. Napsal řadu studií o dopadu rozšíření EU a přednášel na téma přistoupení k EU. Ve spolupráci s Georgetown University a Harvard University sepsal (i jako spoluautor) řadu případových studií se zaměřením na management, etiku a rozhodovací procesy během transformace. Je členem představenstva neziskové organizace Leadership Forum, zakladatelem Ekonomického klubu a jiných neziskových organizací. Jeho diplomová práce o etice a ekonomii byla oceněna cenou Hlávkovy nadace. Je členem programového výboru nadace Forum 2000 a voleným členem představenstva České společnosti ekonomické. Pravidelně publikuje v odborném i denním tisku.

Odkaz:

<http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/tomas-sedlacek.php>



Philippe Kern

výkonný ředitel, KEA European Affairs, Belgie

Představení výsledků Studie o přínosu kultury ke kreativitě

Poslední dobou se zdá, jako by byla kreativita naprosto všude. Ze slova *kreativita* se stalo jakési klišé, ustálená „hláška“ notně využívaná v médiích, v politických prohlášeních a v akademické literatuře. V souvislosti s tím ho potom lidé vnímají v různých významech. Dnes můžete být kreativním účetním nebo kreativním fotbalistou. V podobném duchu potom literatura o managementu a řízení udělala z kreativity základní prostředek stimulace produktivity na pracovišti. Výsledkem je skutečnost, že idea kreativity je dnes obsažena absolutně ve všem. Pod kreativitu samotnou se dnes schová celá řada vágně definovaných schopností přisuzovaných kreativním lidem. Je tedy třeba vymezit koncept kreativity pomocí uchopitelnější definice a stejně tak je třeba jasněji vymezit vztah mezi kreativitou a evropskou kulturní sférou.

Ze studie společnosti KEA European Affairs o ekonomice kultury v Evropě¹ jasně vyplývá, jak jsou kulturní a kreativní sektory důležité ze společenského a ekonomického hlediska. Lze spekulovat i o tom, že důležitost těchto sektorů je v současné době ještě větší než standardně, a to s ohledem na současný kolaps automobilového průmyslu a finančního sektoru, tedy tradičních pilířů ekonomického růstu a zaměstnanosti.

V návaznosti na Evropskou komisi nově zadanou rozsáhlou studii *Dopad kultury na kreativitu*² si KEA nedávno vytyčila za cíl zkoumat možné důkazy o tom, že pokud lidská společnost, teritoria a obchodní společnosti používají kulturu k propagaci kreativity a inovace, přináší jim to větší konkurenceschopnost a vnitřní soudržnost. Cílem zkoumání je jasnější definice kreativity a lepší pochopení přínosu kultury v oblasti kreativity. Studie je tak součástí širšího procesu, jenž má za cíl vytvořit novou politiku kreativity v Evropě.

Samozřejmě s takto zaměřeným úsilím souvisí řada důležitých otázek. Měla by kultura být například součástí širšího politického rámce, který přesahuje takové otázky jako ochranu kulturního dědictví, podporu umělců a kulturních průmyslů nebo zpřístupňování umění širším vrstvám populace? Jsou umění a kultura opravdu motory kreativity, a tedy sférami, které akcelerují společenské a ekonomické změny? A pokud ano, zaslouží si tedy od politické reprezentace stejnou míru pozornosti jako věda, technologie a inovace?

V posledních letech jak vědci, tak i politici čím dál víc uznávají fakt, že společenský a ekonomický pokrok není vázán pouze na inovaci v oblasti technologií, ale že je také zásadně napojen na jemnější, ve své podstatě netechnologické způsoby inovace. Schopnost generovat nové myšlenky, jít za hranici pouhé funkčnosti produktů a umění řídit a realizovat vize vzešlé od kreativních talentů – to vše je v dnešní nové ekonomice enormně důležité.

Kreativita v oblasti kultury

Kulturní kreativita (culture based creativity) je zatím velmi podceňována, co se týká její role v rámci inovace jako podpůrné síly v oblastech marketingu, komunikace, lidských zdrojů nebo produktového vývoje v různých oblastech podnikání a průmyslu. Taková kreativita je ovšem přirozenou a neoddelitelnou součástí progresivních obchodních strategií. Napomáhá orientaci zákazníků na hodnoty, které jsou za hranicí materiální potřeby, umožňuje diferenciaci, a přináší tak přidanou hodnotu. Kulturní kreativita umožňuje společně vyniknout a poskytnout zákazníkům jedinečné zážitky. Stejně tak poskytuje možnost umístit uživatele do samého středu obchodního procesu (design thinking). Jako typický příklad nového důrazu na kulturní kreativitu poslouží například společnost Apple. Kreativita je také nedílnou součástí městských a regionálních strategií rozvoje ekonomiky, podpory sociální soudržnosti a lokální identity stejně jako strategií zacílených na integraci a motivaci lokálních nebo znevýhodněných komunit. Druhou stranou mince regionální a kulturní různorodosti v rámci Evropy je možnost měst a regionů využít dosud neznámé zdroje a zužitkovat je v rámci lokálních kreativních procesů.

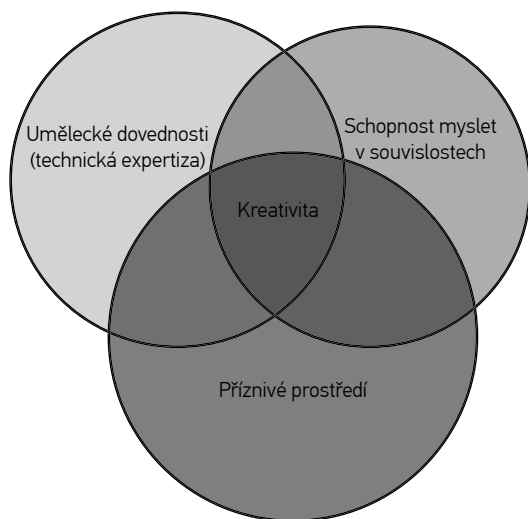
Studie ukazují, že v současné společnosti je zapotřebí specifických kreativních schopností, aby společnost mohla generovat představivost a intuici, které mají následně být proměňovány v hodnoty (jak hmotné, tak společenské). Celá řada těchto schopností je potom úzce spojena s oblastí umění a kreativních sektorů. Podniky, jednotlivé členské státy EU, regiony a města čím dál víc investují do kulturní kreativity právě za tímto účelem. A Evropská unie? Jak se zatím ona zhošťuje tohoto úkolu?

¹ *The Economy of Culture in Europe* (2006), ke stažení na www.keanet.eu/ecoculturepage.html

² *The Impact of Culture on Creativity* (2009), ke stažení na www.keanet.eu/impactcreativityculture.html

S Lisabonskou strategií se inovace stala jedním z centrálních témat politiky EU. Inovace je však v rámci této strategie definována velmi omezeně, pojem inovace v tomto kontextu v sobě v podstatě zahrnuje téměř výhradně jen technologický a vědecký pokrok (cílem je, aby na výzkum a vývoj šla 3 % HDP). EU v letech 2007–2013 investuje 147 miliard EUR do výzkumu a vývoje a na podporu informačních a komunikačních technologií (ICT). Tyto investice jsou založeny na obecném přesvědčení o tom, že investicemi do průmyslu informačních a komunikačních technologií, výzkumu a technologického vývoje lze dosáhnout ekonomického růstu a zaměstnanosti. Taková politika inovace zásadně ignoruje výše uvedené hodnoty kulturní kreativity. Odhadujeme, že v letech 2007–2013 investuje Evropská unie do kulturní kreativity méně než 3 miliardy EUR. Zdá se, že Evropské unii v jejím úsilí o vytvoření společnosti založené na větší diverzitě a inovaci něco uniká.

Na základě podrobného rozboru vztahu mezi kulturou a kreativitou se studie KEA pokusí vymezit konkrétní způsoby, kterými kultura vede ke kreativě jednotlivců i kreativě kolektivní. Studie obsahuje teorii CBC, která je znázorněna níže:



Jaké jsou cíle teorie kulturní kreativity?

- Zdůraznit důležitost tvůrců, uměleckých talentů a uměleckých organizací pro stimulaci kreativity; přisoudit kreativě stejně významnou roli, jaká je v oblasti inovace přisuzována technicky vzdělaným odborníkům a vědcům.
- Rehabilitovat význam kreativity v zájmu lidí, kteří tvoří nebo kteří jsou kreativní (především umělců nebo talentovaných lidí s uměleckými schopnostmi, jakými jsou například designéři, architekti, řemeslníci, pracovníci v reklamním průmyslu apod.).
- Odlišovat mezi inovací a kreativitou za účelem povzbuzení politické reprezentace, aby se zabývala specifiky kulturní kreativity.
- Demytizovat komplikované blízké vztahy mezi kulturou a kreativitou.

Implikace studie pro politickou reprezentaci a tvůrce zákonů

Aniž porozumíme tomu, jaké jsou přínosy kultury pro kreativitu, nemůžeme nikdy v rámci Evropy vyvinout koherentní inovační strategii. Navíc neuznáme-li důležitost kultury jako motivačního prvku kreativity, nemůžeme usilovat o změnu premis, na kterých stojí stávající politické smýšlení.

Výzkum KEA poukazuje na fakt, jak kreativita přispívá k tvorbě nových ekonomických paradigmat stejně jako ke společenské transformaci. Taktéž poukazuje na to, že Evropa se nachází v ideální fázi, kdy má možnost vychovat příští generaci jako generaci kreativních, všestranně nadaných lidí, podnikatelských talentů, kterým nebude scházet fantazie a budou odborníky jak co do technologií, tak co do kreativních profesí. Evropa se přece pyšní význačným kulturním dědictvím, řadou uměleckých a designových škol, jež patří mezi ty nejlepší na světě, těmi nejpokrokovějšími muzei, neuvěřitelnými festivaly a uměleckými galeriemi, luxusními značkami, řadou událostí a institucí vytvářejících to nejlepší a nejprogresivnější v rámci kulturních průmyslů (hudba, film, vydavatelské aktivity, počítačové hry), experty v kreativní oblasti (architekti, designéři, pracovníci v reklamě). Přesto tyto devízy často zůstávají nedocenené. Z toho potom plyne, že přínos netechnologické inovace je v politice EU na samém okraji zájmu.

Idea kreativity je ve všech zemích Evropské unie stejná. Tato společná idea se odráží v jednotlivých systémech školství a vzdělávání i ve způsobech, jakými se konkrétní národní politiky či politiky konkrétních oblastí vztahují ke kultuře. Dnes ještě stále většina politiků a tvůrců zákonů klade důraz na uspokojení logického a konvergentního smýšlení evropských občanů. Evropské systémy školství jsou dosud založeny spíše na testování inteligence než na stimulaci imaginace a tvořivosti, intuitivnosti a dalších kreativních schopností. Nová politická paradigmata vyžadují nové formy divergentního myšlení, které bude založeno na emocích, estetickém vnímání a imaginaci, myšlenkách jako základech pro nové vize, a tedy na méně uchopitelných nebo měřitelných hodnotách.

V tomto novém světě země a regiony EU musí uznat a zhodnotit důležitost vlastních kulturních devíz, a tím vytvořit prostředí, které bude příznivé pro kreativitu. Je ve vlastním zájmu EU, aby vytvořila klima, v němž bude vzkvétat spolupráce a vzájemná podpora a motivace mezi lokálními kulturami, protože takováto kulturní diverzita má potenciál stimulovat kreativitu. V Evropě vznikl jednotný trh zboží, služeb a kapitálu. Tomuto trhu se však zatím příliš nedaří stimulovat výměnu kulturního zboží, výměnu zdrojů kreativity. Do roku 2016 by se vnitřní trh imaginárního nehmotného zboží (le marché intérieur de l'imaginaire) mohl stát novou vizí, stejně jako se důležitým cílem v roce 1992 stal trh jednotný (le marché unique).

Studie KEA o přínosu kultury pro kreativitu analyzuje roli EU v podporování kreativity skrze širokou škálu politických nástrojů (konkrétně v následujících oblastech politiky: regiony, vzdělávání, inovace, obchod, kultura, konkurence a podniky). Ve studii je k EU přistupováno jako k místu, které se musí vyprofilovat jako to pravé a jedinečné místo, v jehož rámci lze tvořit a zároveň být součástí globální kreativní společnosti. Evropa by měla být centrem světové tvorby a kreativního podnikání, podhouším originality a výjimečnosti.

Curriculum Vitae

Philippe Kern je zakladatelem a výkonným ředitelem společnosti KEA European Affairs (www.keanet.eu). Má bohaté zkušenosti v oblasti kreativních průmyslů, kterými se zabývá již dvacet let. Je specialistou na problematiku autorského, anti-monopolního a obchodního práva. Philippe Kern byl vedoucím řady evropských výzkumných projektů a strategií s tématem kreativity. Mezi jeho významné klienty patří Evropská komise a Evropský parlament. V roce 2006 realizovala jeho společnost KEA European Affairs historicky první evropskou zprávu popisující ekonomické a sociální dopady kulturního sektoru v Evropě. V březnu 2009 byla dokončena druhá, navazující zpráva s cílem prokázat dopady kultury a kreativity v rámci Evropy. Philippe Kern si v oblasti kultury a kreativity vybudoval jedinečnou mezinárodní síť kontaktů. Kern je bývalým právním ředitelem Polygramu a vedoucím bruselské kanceláře Mezinárodní federace hudebního průmyslu. Je zakladatelem a generálním sekretářem Evropské aliance filmových společností (EFCA, www.efcasite.org) a také zakladatelem Asociace nezávislých hudebních společností (IMPALA, www.impalamusic.org) a e-filmů. Philippe Kern je členem rady Evropské filmové školy v Dánsku a výkonným producentem filmu Příběhy lidských práv (Stories of Human Rights), který byl natočen v roce 2008 u příležitosti 60. výročí Deklarace lidských práv. Vystudoval právo na Univerzitě ve Štrasburku, Pařížské univerzitě a Evropské univerzitě v Bruggách.

Odkazy:

www.keanet.eu
www.efcasite.org
www.impalamusic.org



Umění, kultura a kreativní ekologie

Panel 1A: Z pohledu expertů



Rod Fisher

ředitel organizace International Intelligence on Culture, Velká Británie
**Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie
z pohledu expertů – moderátor**

Je mi velkou ctí, že mohu moderovat první panel, jehož se účastní vynikající výběr odborníků – vědců, ekonomů a akademiků. Budou diskutovat o řadě různorodých témat, jakými jsou např. kreativita, kreativní ekologie, kreativní ekonomika, kulturní ekonomika, role umělce a uměleckého díla v kreativní ekonomice a ekonomické produktivitě, demokratičtější přístup k dotované kultuře a kreativním průmyslům a v neposlední řadě o Úmluvě UNESCO o diverzitě¹ a výzvách, které úmluva představuje pro oblast kreativních průmyslů a pro politickou reprezentaci.

Je zřejmé, že kombinace řečníků a témat, k nimž se budou vyjadřovat, by vydala na samostatný seminář; my máme bohužel jen velmi málo času. Ve svém příspěvku se omezím jen na pár poznámek nebo definic, kterými se pokusím uvést tento panel do kontextu. Dnes již zaznělo mnoho termínů, které je důležité si ujasnit a držet v patrnosti jejich významy.

Domnívám se, že kreativita je stejně jako například kultura velmi problematický termín, protože má mnoho různých definic. Přijatelnou definicí se zdá být ta, která kreativitu vymezuje jako organizaci a zkoumání nových idejí. Kimberly Seltzer a Tom Bentley v knize *The Creative Age* (vydalo nakladatelství Demos)² říkají, že kreativita spočívá ve vizi toho, co je možné, a v uskutečňování takové vize. Ti z vás, kteří jste mými vrstevníky, si možná vybavíte, že kreativita byla jedním ze čtyř pilířů politiky, na kterých stál přístup Rady Evropy k vývoji kulturní politiky ve druhé polovině 60. let. Kulturní historik Theodore Zeldin říká, že kreativní člověk je ten, který dokáže propojovat lidi a myšlenky.

Kulturní průmysl je dalším termínem, který má mnoho definic. Omezím se pouze na pár postřehů. V průkopnické fázi kulturní politiky, to jest v první polovině 80. let minulého století, The Greater London Council (GLC, Magistrát města Londýna) definoval kulturní průmysl jako společenské postupy, které mají za hlavní cíl přenos významu. GLC vedl politiku s ohledem na distribuci kulturních produktů a na vztah mezi kulturními produkty, konzumenty a publikem. Odtud tedy před 25 lety vycházela jeho ochota investovat do malých společností v oblasti kultury,

případně jim poskytovat drobné půjčky. A znovu vám chci připomenout, že se tu nebavíme o ničem novém. Bude zajímavé připomenout si, že konference Culture of Europe, která se odehrála v říjnu roku 1986 v Haagu, formulovala názor, že kulturní průmysl je zásadním partnerem pro rozvoj kulturní politiky, která chce zdůrazňovat kreativitu.

O další definici termínu kreativní průmysly se vedou vášnivé debaty. Ve Spojeném království se tento termín v politické sféře ukotvil ve druhé polovině 90. let. Ovšem i ve Spojeném království tento termín zahrnuje různé koncepty. John Hartley ve své knize *Creative Industries*³ tvrdí, že v kreativních průmyslech jde o souvislost mezi konceptuální a praktickou stránkou kreativního umění v rámci ekonomiky informací. Oficiální definice kreativních průmyslů, tedy ta, se kterou pracují vlády, bude zmíněna v rámci konference později. Chtěl bych ještě zmínit, že např. i takové organizace jako Frontier Economics nebo Work Foundation (obě působí ve Spojeném království) ve zprávě *Staying Ahead* (Být napřed)⁴ formulovaly definice, které si zaslouží vaši pozornost.

Kulturní ekonomika označuje konkrétní podmnožinu ekonomiky, která obsahuje kulturní produkty a aktivity. Trochu propracovanější definici můžeme nalézt v posledním vydání série *Cultures and Globalizations*, konkrétně ve vydání zabývající se právě tématem kulturní ekonomiky.⁵ Autoři tohoto dílu definují kulturní ekonomiku jako ekonomický systém, v jehož rámci se realizuje produkce, distribuce a konzumace kulturního zboží a služeb, a to skrze tržní i netržní mechanismy.

Nakonec několik stručných slov ke kreativní ekonomice. V autobuse, který nás sem vezl, jsem mluvil s Johnem Howkinsem, přičemž jsme narazili na to, jak často různé publikace a média používají výraz kreativní ekonomika, aniž by vysvětlili, co to přesně znamená. John říká, že kreativní kulturu a inovaci lze vymezit jako samostatnou oblast, která má svou vlastní historii, filozofii a etiku a která, a to je zřejmé, zahrnuje širokou škálu aktivit, jež ze své podstaty mají různé společenské role, odehrávají se na různých trzích, na základě různých tržních modelů a pracují s různými technologiemi. Podle Johnových slov

¹ Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů (2005), ke stažení na www.institutumeni.cz/res/data/003/000369.doc

² BENTLEY, Tom – SELTZER, Kimberley – *The Creative Age: Knowledge and skills for the new economy*, London, Demos, 1999 (ke stažení na www.demos.co.uk/files/theCreativeage.pdf?1240939425)

³ HARTLEY, John (ed.) – *Creative Industries*, Malden, Mass., Oxford Blackwell Publishing, 2005 (ke čtení na <http://books.google.cz>)

⁴ *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries* (2007), ke stažení na www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3672.aspx/

⁵ ANHEIER, Helmut K. – ISAR, Yudhishthir Raj (eds.) – *The Cultural Economy*, London, SAGE, 2008

v sobě kreativní ekonomika zahrnuje řadu různorodých aktivit, které spolu ovšem zároveň úzce souvisejí. Kreativní ekonomika je založena na zboží a službách, jejichž hodnota spočívá především v myšlence, kterou přenášejí, takže velká část hodnoty produktů kreativní ekonomiky spočívá v autorském právu.

Tento stručný úvod bych rád uzavřel zmínkou o hospodářské krizi. Ať už definujeme kreativní a kulturní průmysly jakkoli, není pochyb o tom, že jakožto sektory, v jejichž rámci ekonomika rychle roste, získaly tyto silnou politickou pozici. Nyní se ovšem nacházíme v nové ekonomické situaci, která je velmi vážná. Ptám se, jak velkým rizikem je globální hospodářská krize pro kreativní průmysly, vezmeme-li v potaz fakt, že jsou vesměs tvořeny „mikrospolečnostmi“, to jest uskupeními tvořenými

jedním nebo dvěma lidmi. A takové společnosti, jak víme, se za současné hospodářské situace velmi těžko dostávají například k bankovním půjčkám. Současná politická situace není příznivá ani pro kulturní sféru podporovanou z veřejných zdrojů. Svě o tom vědí především lidé v České republice, kteří důsledkům tohoto faktu právě v současné době čelí.

Nedávno jsem se vrátil z jihovýchodní Asie, kde se hospodářství Koreje, Japonska a Singapuru nachází ve velmi vážné situaci. Například Singapur, pokud jde o třídu a potenciál kreativních průmyslů, velmi dobře zapadal do modelu, o kterém mluvil Richard Florida. Ovšem jeho vývoz v lednu tohoto roku (2009) spadl o 35 %. V zemi, jakou je Singapur, je to pokles velmi vážný.

Curriculum Vitae

Rod Fisher je ředitel organizace International Intelligence on Culture a britské pobočky Evropské kulturní nadace. Po dobu 24 let byl hostujícím přednášejícím na City University v Londýně. Dále přednáší na Goldsmiths College, University of London a dalších univerzitách. Rod byl spoluzakladatelem CIRCLE, sítě pro výzkum kultury a kulturní politiky, a v letech 1985–1994 byl jejím prvním předsedou. Na začátku své kariéry se věnoval dramaturgii a plánování uměleckých a volnočasových aktivit, později pracoval v oblasti informací, výzkumu a mezinárodních vztahů pro Arts Council Velké Británie. Rod pracoval jako badatel či přednášející na univerzitách či konferencích ve 28 zemích. Jeho publikační činnost je rovněž rozsáhlá a pokrývá oblasti komparace kulturní politiky a státních výdajů na kulturu, kulturní diplomacie, vzdělávání v oblasti arts managementu a další. Prahu Rod Fisher navštívil naposledy v roce 2007, kdy moderoval seminář o kreativních průmyslech ve Spojeném království.

Odkaz:

www.rodfisher.org



Michael Hutter

profesor ekonomie, Technical University Berlin; ředitel výzkumného oddělení Cultural Sources of Newness, Social Science Research Centre Berlín, Německo
Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie z pohledu expertů

Ve svém příspěvku budu vycházet z anotace k našemu panelu, která zní: „Úkolem panelu je poskytnout důkazy o tom, jak umění a kultura přispívají k prosperitě národů.“

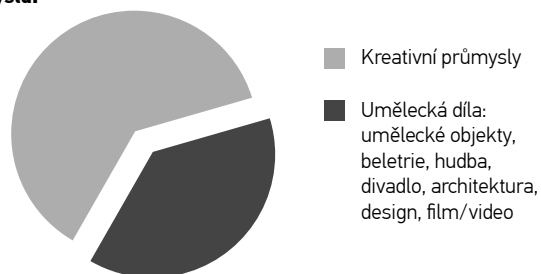
Je považováno za všeobecně platný fakt, že umění zásadně obohacuje společenský život. Existují důkazy i pro to, že umění přispívá k ekonomické prosperitě? K získání takových důkazů je nejčastěji aplikována metoda, která je ze své podstaty kvantitativní, a já osobně ji nazývám metodou relevance rozsahu, lze ji ovšem také nazývat metodou kreativního rozsahu. Tato metoda spočívá v tom, že se záměrně zvětší rozsah kulturního sektoru tak, že se do něj zahrnou veškeré produkty založené na kreativitě, především pak software pro videohry. Tento přístup je aplikován především na kontinentu, nejlépe pak v souladu s definicí Oddělení kultury, médií a sportu (Ministerstvo kultury Velké Británie), které je v této oblasti průkopnickou institucí. Tím, že prokážete rozsáhlost kreativního sektoru ve své politické oblasti s použitím dat shromážděných v rámci své země, uděláte dojem na politiky.

Představím vám výsledky nejnovější studie, která proběhla v Německu. Vedla k závěru, že kreativní průmysly jsou co do výkonu na třetím místě hned za stavebnictvím a automobilovým průmyslem. Já se ale domnívám, že se k této otázce dá přistoupit mnohem lépe, a to aplikací toho, čemu říkám metoda kreativní ekonomie – jejímž průkopníkem byl v druhé polovině 90. let Chris Smith. Ta předpokládá, že kreativní průmysly povzbuzují ekonomiku. Stěžejním argumentem tvrzení je fakt, že v kreativních průmyslech je míra růstu vyšší než v jiných odvětvích. V poslední době je aplikován o něco systémovější argument Jasona Pottse a Stuarta Cunninghama, že kreativní průmysly povzbuzují ekonomiku, protože vyvíjejí a přijímají nové znalosti. Co se myslí novými znalostmi? Tady vstupují do diskuze já, abych řekl, že se nejedná o faktické nebo vědecké znalosti, ale o velmi specifický druh znalostí, které v ekonomice tvoří přidanou hodnotu. V čem takové znalosti spočívají? Jde o znalosti, které jsou nečekané, a tedy překvapivé, často až pobuřující, a velmi často jde o znalosti přehlížené. Nelze je dokázat kauzálně, a proto nám chybí dostatečné důkazy o jejich existenci.

Chci se zaměřit především na to, jak do ekonomiky přispívají umělecká díla. Umělecká díla tvoří zhruba třetinu celé hodnoty kreativních průmyslů. Domnívám se, že produkty kreativních průmyslů obecně jsou produkty mírně překvapivé, zatímco

umělecká díla by měla být produkty vysoce překvapivými. Rád bych vám přednesl seznam oblastí, do kterých umělecká díla patří. Seznam vychází z německé studie, která však nezahrnuje sektor podporovaný z veřejných peněz, a tedy je ve skutečnosti poměr ještě o něco vyšší.

Umělecká díla přispívají zhruba jednou třetinou k hodnotě kreativních průmyslů.



V čem tedy spočívá má teze? Domnívám se, že umělecká díla a produkty kreativních průmyslů povzbuzují ekonomiku tím, že generují změny v myslích, institucích a postupech účastníků ekonomických transakcí. Umělecká díla ovlivňují produkty kreativních průmyslů, a ty pak ovlivňují celou ekonomiku. V mém pojetí je celá ekonomika ekonomikou kreativní, protože závisí na kontinuálním proudu zdrojů, obecně nového a nových idejí, které jsou integrovány v ekonomických produktech obecně. V takové ekonomice není žádný sektor sektorem bez inspirace, každý sektor vyžaduje kreativitu. Míra produktivní inovace tedy akceleruje ekonomiku, což vede k větší prosperitě.

Nyní se dostávám k otázce, zda existuje možnost, jak toto tvrzení dokázat. Domnívám se, že je to možné, drží-li se člověk následujících instrukcí. Zaprvé je třeba odlišit různé roviny, na kterých mají umělecká díla dopad na ekonomické produkty. Poté je třeba vybrat konkrétní historické a empirické příklady v oblasti inovací. V rámci těchto příkladů je pak třeba pokusit se identifikovat dopad uměleckých děl právě v těchto konkrétních případech. Náš výzkum je zaměřen na výtvarné umění, to však nijak nesnižuje relevanci například hudby nebo literatury. Tvrdím tedy, že je třeba oddělit čtyři roviny: umělecká díla, která mají vliv na konkrétní průmyslové produkty, ty mají vliv na způsob fungování organizací, ty mají dále vliv na osobní postoje a ty mají nakonec vliv na mentální vnímání.

Konkrétní příklady, které nyní zmíním, jsou součástí mého výzkumného projektu, pracuji na něm s několika dalšími členy týmu. Z devíti příkladů, jež hodlám uvést, pochází sedm ze studií, které jsme dělali v minulosti nebo kterými se zabýváme v současnosti, dva příklady jsou součástí plánovaných projektů. Samozřejmě každý z nich rozeberu jen velmi stručně.

Kreativní průmysly používají umělecké techniky a vzorce. Na obrázku vidíte záběr z počítačové hry GTA4, která využívá velmi starou výtvarnou techniku prostorové iluze, konkrétně lineární perspektivu. Po straně vidíte část jakéhosi street artu, která vytváří dojem, že jde o víc než jen o pouhou hru. Napravo vidíte příklad využití umění v reklamě. Jde o katalog spodního prádla obchodního domu Bloomingdale's, autorem fotografie je Guy Burden, který na ní využívá výtvarného postupu Georgese de La Toura, což z fotografie dělá mnohem více než pouhý obrázek několika kusů spodního prádla.

Produkty kreativních průmyslů používající umělecké techniky a vzory



Počítačová hra
GTA4, 2008



Reklama
Bloomingdale's, 1972

Nyní přistoupím k otázce vlivu uměleckého díla na organizace. Umělecká intervence zvyšuje efektivitu. Příklad: Reinhard Roth, majitel významné továrny na šrouby, nechal v roce 1995 sídlo své firmy na zakázku zabalit uskupením Christo a Jeanne-Claude. Stalo se tak ještě před slavným zabaláním Reichstagu. Dokážete si představit, jak pyšní byli zaměstnanci procházející se po tomto uměleckém díle na to, že se stali součástí něčeho takového dřív, než se Christo proslavil v celém Německu. K tomu navíc vzrostlo a stále roste renomé firmy. Reinhard Roth má nyní dohromady 13 muzeí, jedno v každém městě, kde má jeho firma pobočku. To samozřejmě z jeho podniku dělá mnohem víc než obyčejnou továrnu na šrouby.

Napravo vidíte fotografii materiálu organizace Arts and Business. Jde o dánskou instituci, konkrétně o konzultační agenturu v oblasti umělecké intervence. Zde vidíte svědectví o efektivitě hudebních cvičení, která údajně podporují takové schopnosti jako myšlení nebo invenční jednání. Nebudu toto téma dále rozebírat, protože o něm více uslyšíme v zítřejším panelu.

Organizace – umělecké intervence zvyšují efektivitu.



Motivace a reputace,
Würth, 1995



Experience & Effect



Michael Nilsson: "The artistic approach to the process of Change meant that the simple musical exercises were a highly valuable experience for the managers, who were not used to relating to diffuse concepts like 'interaction'."

The artist approached some highly challenging processes in a very careful manner, and everybody was afforded the opportunity to take part in a highly realistic exercise. In that sense, the artistic processes are extremely relevant to the manner in which tasks are performed in a Knowledge-based company.

I think that this form of exercise is far more useful than a survival course. The artistic processes offer a unique opportunity to enhance personal and social competencies, such as co-operation, communication, creativity and the ability to think and act innovatively during periods of change."

Interaktivní dovednosti,
Arts in Business, 2009

Nyní se dostáváme k poněkud komplikovanější otázce. Umělecká díla, která mění postoj ke konzumaci. Na toto téma jsem dělal jednu studii zabývající se Anglií v první polovině 18. století. Proč? Protože v té době se v Anglii odehrála obrovská změna ve zvycích, pokud jde o konzum. Změna, která byla v podstatě jakousi předeherou průmyslové revoluce. Průběh této změny doprovázel ucelený umělecký program, který v podstatě dával instrukce, jak se správně a slušně chovat. Hogarthův obraz Modern Midnight Conversation (Moderní půlnoční konverzace) byl ve své době masivně reprodukován v tištěné podobě, a stal se tak obrazem, který po celé jedno půlstoletí formoval lidský pohled na dobré a špatné chování.

Podobné změny se odehrály v nedávné historii. Hudba například hrála významnou roli v revoluci mladé generace, a tedy i ve změnách konzumace, které s ní šly ruku v ruce.

Nakonec chci představit svou tezi, že vnímání se mění s tím, jak se mění schopnost vytvářet a používat výtvarné a vizuální produkty. Zaměřím se teď na vynález lineární perspektivy, na němž vám ukážu, jak takovéto studie fungují. Malíř Masaccio jako první uceleným způsobem aplikoval lineární perspektivu, skutečným vynálezcem je ale Filippo Brunelleschi. Lineární perspektiva měla zcela zásadní vliv na krajinomalbu a na nábytkové dekorace, kromě toho se ovšem také začala šířit do aplikovaných věd.

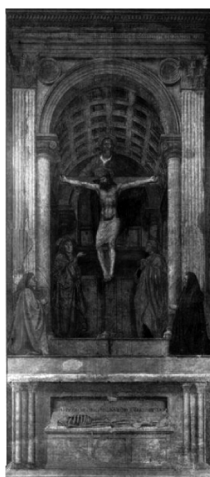
Dole vidíte náčrtek ze 16. století, jedná se o technický náčrtek přístroje, který byl používán v divadle za účelem vytvoření divadelní iluze. Jedná se o prototyp přístroje, který byl v 16. století úplnou novinkou a který byl založen na tom, že lidé věřili prostorové iluzi, již vytvářel. Tato prostorová iluze poté dala vzniknout poptávce například po novém typu ulic. První rovná ulice, která vytvářela dojem, že se ubírá do nekonečna, byla postavena na objednávku papeže Sixta V. v roce 1585. Vinula se Římem, kterému ve své době dodala úplně nový vzhled. V průběhu 16. a 17. století se takový typ ulic začal stavět ve všech evropských městech.

Vliv lineární perspektivy pokračoval i v následujících staletích. Dole vidíte stránku z instruktážní knihy o perspektivě, jde o knihu Abrahama Bosseho. Perspektiva se zde mísí s projektivní geometrií, a tím ovlivňuje obecné matematické nástroje, které jsou později používány v mnoha dalších oblastech.

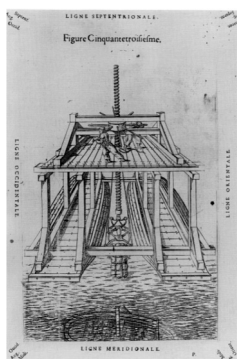
Díky velmi sofistikované manipulaci s perspektivou architekti versailleského parku dosáhli dojmu, že král vystupuje ze samotného centra spořádané říše lidí a věcí, ekonomiku nevyjímaje.

Na takových souvislostech tedy stojí náš projekt. Tyto postupy se dají aplikovat na éru časově bližší. Například Picasso a kubismus defragmentovali prostor. Z této defragmentace se pak jistě aplikace dostaly do umělých jazyků, posléze posloužily například v oblasti počítačových jazyků nebo pixelizace a jejího využití fragmentovaného prostoru.

Vliv lineární perspektivy na prostorové vnímání



Masaccio, 1427



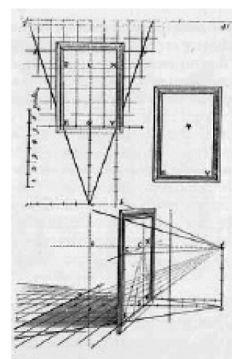
Besson, 1578



Sixtus V, 1585



Le Notre, 1688



Bosse, 1643

1400

1500

1600

1700

Na pravé straně vidíte dílo Takashiho Murakamiho, který se zabývá kombinováním kulturních vlivů. V tomto případě zkombinoval logo značky Louis Vuitton se svým vlastním logem. Logo Vuitton vychází z evropské tradice, zatímco jeho logo vychází z tradice japonské. Tyto dva symboly jsou zkombinovány způsobem, který on sám nazývá „superplochým“ a který vytváří dojem, jakoby tyto dva odlišné elementy do sebe vtékaly nebo se prorůstaly zcela novým způsobem.

Jsem přesvědčen, že existuje způsob, jak dokázat vliv uměleckých děl na ekonomiku. Spočívá v odlišení čtyř sfér vlivu na: mentální vnímání, osobní postoje, aktivní organizace a reálné produkty. K demonstrování těchto vlivů je možné aplikovat kombinaci historických důkazů, empirických fakt a expertních stanovisek. Statistické korelace jsou relevantní, ale jako pouhé pomocné nástroje. Je tu však taková věc jako nalévání znalostí z kreativních průmyslů do kreativní ekonomiky. Musíme jednat produktivně, s překvapivými, pobuřujícími a sofistikovanými informacemi. Musíme pracovat s lidmi, kteří jsou schopni generovat takové informace ve formě uměleckých děl a performancí. Jinými slovy nám zajistí bohatší společenský život a navíc ekonomickou prosperitu.



Konvence jednotného prostoru, 1427



Konvence fragmentovaného prostoru, 1906



Konvence smíšených kulturních prostorů, 2004

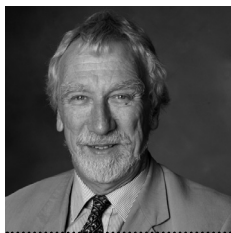
Vnímání mění schopnost vytvářet a používat vizuální objekty.

Curriculum Vitae

Michael Hutter se narodil v Mnichově v roce 1948. Studoval v Německu a Spojených státech amerických matematiku a ekonomii a vyučoval na univerzitě v Mnichově a na Claremont McKenna College v Kalifornii. V letech 1987–2008 byl vedoucím katedry teorie ekonomie na Univerzitě Witten/Herdecke. V roce 2000 byl pozván jako hostující profesor Rockefellerovou nadací, v roce 2002 působil na Kalifornské univerzitě v Berkeley a v letech 2003 a 2007 na Gettyho institutu. Od března 2008 je profesorem na Technické univerzitě v Berlíně a ředitelem Berlínského výzkumného centra společenských věd (WZB), kde vede oddělení Cultural Sources of Newness. Předmětem jeho výzkumného zájmu a publikací je ekonomická a sociální teorie, historie finančnictví, ekonomika médií a kreativních průmyslů a vzájemný vztah ekonomiky a umění. Jeho nejnovější kniha, kterou vydal společně s Davidem Throsbym a která se zabývá významem kultury, ekonomiky a umění, nese název Beyond Price: Value in Culture, Economics and the Arts (Cambridge University Press, 2008).

Odkaz:

www.wzb.eu



David Throsby

profesor ekonomie, Macquarie University, Austrálie

Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie z pohledu expertů

Michael Hutter právě promluvil o uměleckých dílech a já bych rád hovořil o lidech, kteří umělecká díla vytvářejí, o spisovatelích, výtvarnících, hudebnících, hercích a podobně. Ve svém příspěvku se soustředím pouze na tři stěžejní otázky. Zaprvé – jaké jsou podmínky pro vykonávání umělecké praxe, a existuje nějaký důvod, aby vlády finančně podporovaly umělce? Zadruhé – jakou roli mají umělci v ekonomice? A zatřetí – jakou roli hraje kultura a umění v dlouhodobém ekonomickém vývoji?

Jakožto ekonomu mne samozřejmě zajímá, jak ekonomické okolnosti ovlivňují způsob práce umělců. Na umělce existují dva různé pohledy. První z nich je velmi romantický a tradiční pohled na umělce jako na osobu, která se nechává unášet svou tvůrčí vizí a kterou vůbec nezajímají peníze. Realita je ovšem odlišná, protože umělci stejně jako všichni ostatní musí jíst, platit nájem, živit sebe a rodinu. Tedy pokud nemají vlastního mecenáše nebo bohatého strýčka v Brazílii nebo třeba velký grant od Arts Councilu ve Velké Británii. Bylo zpracováno mnoho studií na téma způsobu práce umělců. V průběhu několika let jsme takové studie vypracovali také v Austrálii. Potvrdily to, co studie na podobné téma ve Spojených státech, Velké Británii a několika dalších evropských zemích. Výdělky v umělecké oblasti jsou velmi nízké. V případě spisovatelů, výtvarníků a obecně umělců, kteří vytvářejí hmatatelná díla, je tomu tak proto, že cena, za kterou jim trh umožňuje díla prodávat, je velmi nízká. V případě umělců, kteří nevytvářejí hmatatelná díla, jako například herci a hudebníci, je problém v tom, že práce v jejich uměleckém oboru často není k dispozici a oni nemají možnost si v rámci vlastního oboru peníze vydělat a jsou nuceni dělat jinou práci.

Řada studií v Austrálii a jiných zemích ukázala, že jen velmi malé množství umělců si může dovolit věnovat se na plný úvazek umělecké profesi. Mnozí umělci musí dělat nějakou další práci, z níž financují své umělecké aktivity. A přestože mají velmi nízké příjmy, výrazně přispívají společnosti mnoha způsoby. Jsou pro ostatní lidi ve společnosti příkladem kreativního jednání. Mnoho lidí těží z umělecké kreativity v tom smyslu, že díky příkladu umělců dokážou vytěžit zábavu sami pro sebe. Umělci také hrají velmi důležitou roli v procesu vytváření identity. Umělecká tvorba je pravděpodobně největším zdrojem obrazů, hudby, románů, poezie – veškerých uměleckých děl, která definují naše role jakožto lidských bytostí obecně, ale také naše role jakožto občanů jednotlivých států, měst a vesnic. Umělci hrají významnou roli coby kritici společnosti, nastavují nám zr-

cadlo, abychom si mohli uvědomit, co je dobře a co je špatně, potažmo iniciovat společenské změny. Nakonec umělci spolu vytvářejí kulturní rozmanitost, která je v souvislosti s Úmluvou UNESCO o podpoře a rozmanitosti kulturních projevů ve středu zájmu, protože úmluva předkládá ideu kulturního pluralismu jako zásadního politického zájmu současného světa. Umělci obohacují společnost všemi těmito způsoby a my všichni v jistém smyslu z tohoto obohacování těžíme. To je klíčový ekonomický argument pro podporu kultury z veřejných zdrojů, který mohou ekonomové použít. Pokud si lidé váží těchto hodnot, ty mohou pak být veřejným zbožím, které každý člen společnosti může využívat a nikdo za ně přímo neplatí. A je tedy nutné, aby naše společné zdroje, které plníme prostřednictvím daní, šly částečně na podporu právě těchto hodnot. Lidé by měli platit za všeobecně přístupné hodnoty vytvářené umělci v rámci jejich práce.

Až doposud jsem mluvil o umělcích a o tom, jak obohacují umělecký, kulturní a společenský život své země. Jaké jsou však konkrétní ekonomické dopady umělecké činnosti? Tato otázka nás přivádí k tématu kreativní ekonomiky, tedy k centrálnímu tématu celé konference. Jde o téma hojně probírané v diskusích, jak a kam se ubírá současná ekonomika. Jak víte, ekonomika se za staletí vyvinula přes manufaktury, ekonomiku služeb až po ekonomiku informací, ekonomiku znalostí nebo ještě jinak řečeno ekonomiku kreativní. Kreativní ekonomika je velmi široký pojem, který zahrnuje mnoho věcí mimo kulturní sektor. Ve svém příspěvku se chci zaměřit na kulturní sektor, na problematiku kulturních průmyslů. Myslím, že Rod Fisher zmiňoval několik různých definic termínu kulturní průmysly. Užití termínu průmysl, mluví-li člověk o umění, často vyvolává reakci v podobě zvednutého obočí, především ho zvedají samotní umělci. Umělci nemají rádi, když je to, co dělají, nazýváno průmyslem. Mají pocit, že tato nálepka snižuje hodnotu jejich tvorby na obyčejné zboží, které je třeba prodávat a kupovat. Jinými slovy – často se obávají, že termín průmysl vede k jakési nežádoucí komodizaci umění. Umění je dle jejich názoru něčím zcela odlišným od klasické komodity, umění má v lidské společnosti hrát mnohem významnější a komplikovanější roli. A proto považují termín průmysl použitý ve spojení s uměním za svým způsobem urážlivý.

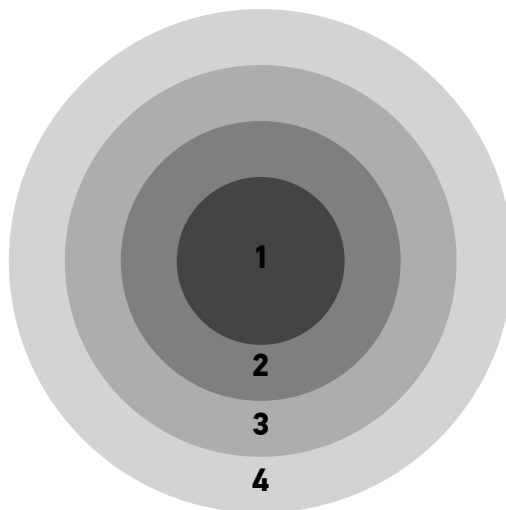
Jsem ekonom, to znamená, že se průmysly zabývám neustále. Z této pozice se domnívám, že si nemusíme dělat starosti, že by nazývání uměleckých produkcí průmyslem vedlo k jejich komodizaci. Jediné, co z toho vyplývá, je, že v rámci umění vznikají určité produkty, které se konzumují, a z tohoto pohledu umění zapadá do definice průmyslu. Existuje divadelní průmysl, filmový průmysl, průmysl výtvarného umění, vydavatelský průmysl atd. V rámci všech těchto průmyslů vzniká kulturní zboží a služby, které pak lidé kupují, a proto můžeme klidně používat termín průmysly, aniž bychom se obávali již zmíněných pejorativních konotací. Je důležité porozumět, jaká je jejich struktura, protože právě ta má řadu důležitých důsledků pro náš pohled na tvorbu, umění, umělce a to, jak přispívají do struktury průmyslu obecně.

Rád bych představil způsob, jakým lze analyzovat roli umění v kulturním kontextu. Jde o způsob nazírání kulturních průmyslů jako soustředných kruhů. Uprostřed se nachází kreativní umění, dále od středu potom související oblasti, jako například kulturní dědictví. Ještě dále od středu jsou umístěny oblasti, jako jsou např. vydavatelský průmysl, film, televize, média atd. Nejdále od středu poté vidíte design, módu, architekturu atd. Pokud se zamyslíte nad povahou jednotlivých produktů, které jsou vytvářeny těmito sférami, je jasné, že směrem od středu klesá jejich kulturní obsah, a naopak stoupá jejich obsah komerční. Pojetí kulturních průmyslů jakožto soustředných kruhů stojí na tezi, že kreativní umění je v samém středu proto, že kreativní umění generuje kreativní myšlenky, které se poté dostávají do všech znázorněných sfér kulturních průmyslů a na jejichž základě je vytvářen kulturní obsah a kreativní produkt. Proces se odehrává právě ve směru z centra na periferii soustředných kruhů. Z diagramu vyplývá, že kreativní umění lze v ekonomickém slova smyslu nazírat jako samotný střed, nikoli jako okrajovou záležitost. Struktura kulturních průmyslů je založena na šíření kreativních myšlenek směrem z centra soustředných kruhů na jejich periferii. Stejným směrem proudí i lidé, kteří se zabývají kreativní prací. Je běžným jevem, že lidé, jejichž původní profesí je kreativní umění, jsou zároveň aktivní i v jiném oboru, jenž spadá do některého z vnějších soustředných kruhů.

Implikace tohoto modelu na politické rovině je taková, že bychom-li, aby náš kulturní sektor byl dynamický a produktivní, jinými slovy chceme-li, aby celé naše kulturní průmysly (to jest včetně filmu, televize, médií, nebo dokonce reklamy, módy apod.) byly dynamické a produktivní, musíme se zasadit o to, aby samotné jádro bylo zdravé, kreativní a dynamické. Kreativní umělci jsou v samém středu tohoto modelu, a je tedy důležité, aby mohli jednotlivci stejně jako organizace pracovat v podmínkách, které jim umožňují rozvoj, aby mohli generovat nové myšlenky, schopnosti atd., které poté budou vyživovat ostatní průmysly.

Model kulturních průmyslů jako koncentrických kruhů

- 1/ Klíčová kreativní umění: literatura, hudba, živé umění, výtvarné umění
- 2/ Ostatní klíčové kreativní průmysly: film, muzea, galerie, knihovny, fotografie
- 3/ Širší kulturní průmysly: památky, nakladatelský průmysl, televizní a rádiové vysílání, zvukové nahrávky, video a počítačové hry
- 4/ Příbuzné průmysly: reklama, architektura, design, móda



Umění a kultura neexistují v izolaci. Je třeba, abychom vnímali celé systémy v kontextu ekonomiky, životního prostředí či kultury. Tyto systémy jsou spolu v neustálé interakci a považovat je za systémy izolované je chybou, která znamená nepochopení podstaty věci. Dlouhodobě bychom měli usilovat o udržování ekonomiky, životního prostředí a kultury ve stavu, který je dlouhodobě udržitelný.

Slovo udržitelný odkazuje na paradigma, které nyní vládne v oblasti životního prostředí. Konkrétně se jedná o ideu trvale udržitelného rozvoje, se kterou přišla tzv. Brundtlandova komise neboli Světová komise životního prostředí a vývoje (World Commission on Environment and Development – WCED) v 80. letech. Zpráva komise s názvem Naše společná budoucnost (Our Common Future) byla prvním dokumentem, který poukázal na těsný vztah mezi ekonomikou a životním prostředím, tedy mezi ekonomikou a prostředím, ve kterém ekonomika funguje. Ekonomiku nelze nazírat jako něco, co žije svým vlastním životem bez ohledu na prostředí.

Ideu trvale udržitelného rozvoje lze aplikovat i na kulturu a je čím dál populárnější. Spočívá v tom, že jakýkoli vývoj musí být trvale udržitelný nejen ekonomicky a s ohledem na životní prostředí, ale i kulturně. Je třeba hledat vyvážené způsoby zajišťování kultury, aby kulturní zdroje byly dostupné všem v rámci dané komunity, především pak menšinám. Myšlenka kulturně trvale udržitelného vývoje v sobě obsahuje respekt ke kulturní rozmanitosti a uznání vzájemné závislosti ekonomického, ekologického a kulturního systému.

Vše, co jsem řekl, staví do ohniska zájmu kulturní politiku a způsob jejího vývoje. Jak se začal klást důraz přispívání kultury do ekonomiky, někteří lidé se obávali, aby kultura nebyla posuzována jen a pouze z ekonomického hlediska. Je nutné přiznávat kultuře jak ekonomickou, tak kulturní a uměleckou hodnotu. Tyto vztahy musí zůstat ve stavu rovnováhy. Domnívám se, že je možné aplikovat kulturní politiku, která zohledňuje jak přínos kultury ekonomice, tak přínos kulturních aktivit kultuře jako takové. Přínos kultuře má samozřejmě zcela odlišnou povahu a v dalším směřování kulturní politiky by měl být zohledňován jako neméně významný. V tom dle mého názoru spočívá důležitá výzva pro tvůrce kulturní politiky, protože kulturní politika prochází zásadní reformulací, která je navíc umocněna složitými ekonomickými podmínkami. Velmi mě zajímá česká kulturní politika, která je ve fázi, kdy je teprve formulována. Mám dojem, že v českém procesu formování je patrná snaha zohlednit jak ekonomickou roli kultury, tak i její uměleckou a kulturní roli ve společnosti.

Curriculum Vitae

David Throsby je profesorem ekonomie na Macquarie University v australském Sydney. Publikoval řadu prací se zaměřením na ekonomiku umění a kultury a na ekonomiku životního prostředí a ekonomiku vzdělávání. Jeho stávající výzkumný zájem se soustřeďuje na roli umělců a uměleckých agentů, na udržitelnost kulturního kapitálu, na teorii hodnoty a na vztah mezi ekonomickou a kulturní politikou. Jeho kniha *Economics and Culture* (Cambridge University Press, 2001) byla přeložena do pěti jazyků. Spolu s Victorem Ginsburghem editoval knihu *Handbook of the Economics of Art and Culture Vol. 1* (Elsevier Science/North-Holland, 2006); připravuje se druhé vydání. Nová kniha Davida Throsbyho *The Economics of Cultural Policy* vyšla v Cambridge University Press (2009).

Odkaz:

www.businessandeconomics.mq.edu.au



John Holden

hostující profesor kulturní politiky na City University a partner v Demosu, Velká Británie
Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie z pohledu expertů

Rád bych zde stručně nastínil vztah mezi uměním, kulturou a širší oblastí kreativních průmyslů. Svým příspěvkem vás chci přesvědčit, že postupy v těchto oblastech se za posledních dvacet let změnilo natolik, že je nutné přehodnotit roli kulturní politiky a politiky kreativních průmyslů.

Ve 20. století byl výraz kultura používán ve dvou významech a mnoho lidí o kultuře dodnes v těchto dvou významech smýšlí. Na jedné straně kultura znamenala umění. Umění ve smyslu zavedeného kánonu uměleckých forem – opera, balet, poezie, literatura, malba a kresba, sochařství, hudba a drama. Každá umělecká forma měla vlastní hierarchii a z každé těžila jen malá část společnosti, lidé vzdělaní a bohatí. Statut této společenské vrstvy pak definovaly nejen peníze a vzdělání, ale právě i fakt, že její členové si cenili umění. Z konzumace umění a společenského statutu se stala svým způsobem synonyma, díky čemuž začalo být umění považováno za záležitost elit.

Kultura byla ovšem chápána i ve významu antropologickém, který kulturu definoval jako vše, co lidé dělali v rámci sebevyjádření a za účelem pochopení sebe samých, tedy cokoli počínaje vařením a konče fotbalem nebo sledováním televize.

Tyto dva významy termínu kultura vedly k mnoha zmatkům, protože jsou ve vzájemném protikladu. Kultura ve smyslu umění a populární kultura se navzájem vylučovaly. Jedna byla vysoká, druhá nízká, jedna kultivovaná, druhá vulgární. Každý jedinec mohl – teoreticky – aspirovat na vysokou kulturu. Ta ovšem, ze své podstaty, nemohla být nikdy přijata masou. Pokud by se tak stalo, nebyla by již kulturou vysokou.

Tato matoucí kombinace definic se projevuje na poli politickém, kde se postoj ke kultuře dělí na ose pravá/levá. V historii nalezneme příklady útoků na kulturu jak zleva jako na snobskou záležitost střední třídy, tak zprava ze strany neochvějných reaganovců nebo thatcherovců jakožto na něco, co nepřírozeně zasahuje do trhu. Na druhou stranu umění bylo a je často bráněno levicí coby jedna z těch dobrých věcí v životě, ke kterým by měl mít přístup úplně každý. Stejně tak je bráněno pravicí jako civilizační a kultivační agent společnosti. Později se objevuje argument na podporu umění, který říká, že umění stimuluje aktivitu a kreativitu v kreativní ekonomice i v jiných sférách.

Starý model kultury je založen na principu „bud’-anebo“, který proti sobě staví vysoké a nízké, veřejné a soukromé. Dnes čelí

me odlišné realitě a je nezbytné, abychom jí porozuměli. Musíme opustit staré vnímání kultury, stojící na binárních opozicích vysoké/nízké, kultivované/vulgární, elitářské/lidové.

Dnešní realita vyžaduje jiný pohled na definici a hodnotu kultury. Vyžaduje také změnu reakcí politické scény na kulturu, tedy změny fungování příspěvků do kultury i fungování kulturních organizací.

Domnívám se, že současnou kulturu lze – za účelem praktické analýzy – rozdělit na tři sféry. Kultura financovaná z veřejných zdrojů, komerční kultura a tzv. home made neboli podomácku vytvořená kultura. Tyto tři sféry neexistují odděleně a nejsou ve vzájemné opozici. Naopak jsou vzájemně propojené, liší se od sebe v řadě důležitých věcí.

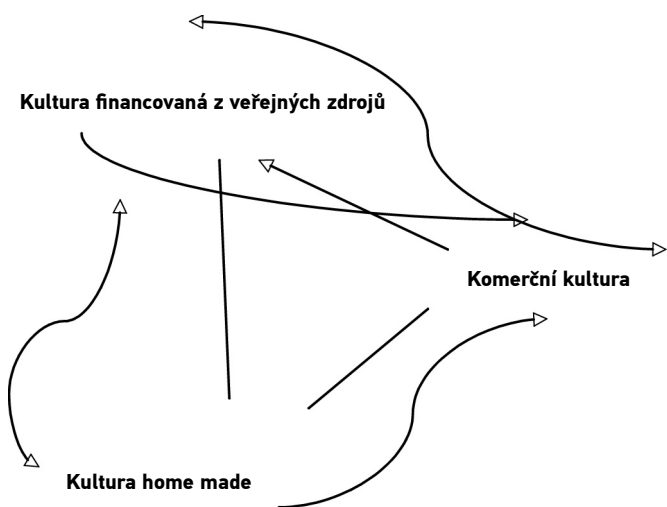
V oblasti kultury financované z veřejných zdrojů je kultura definována praxí, tedy to, co je podporováno z veřejných zdrojů, je kulturou. Tento pragmatický přístup vedl k rozšíření významu slova kultura a dnes pod tento pojem spadají formy jako cirkus, loutkářství nebo street art stejně jako opera nebo balet. Otázka, kdo rozhoduje o tom, kdo rozhoduje o přidělení veřejných zdrojů, a kdo tedy bude mít přístup k utváření definice kultury, zůstává ve středu veřejného zájmu. Tak například oficiální reakce na kulturní produkci jednotlivých komunit, společenských, etnických a náboženských skupin má velký vliv na to, jak poté politická reprezentace, v návaznosti na politiku přijímání a uznávání odlišných kultur, definuje, co je a co není kultura.

Komerční kultura je také definována pragmaticky. Domnívá-li se někdo, že existuje pravděpodobnost, že se například písnička nebo pořad bude dobře prodávat, taková písnička nebo pořad se vyrobí. Konečným arbitrem v oblasti komerční kultury je spotřebitel. O úspěchu, či neúspěchu rozhoduje trh, ovšem přístup na trh, jinými slovy např. možnost vydat první román nebo první singl, je v rukou třídy obchodníků, jakýchsi mandarínů, kteří jsou v této oblasti stejně mocní jako úředníci v oblasti veřejně financované kultury. Ve sféře veřejně financované a komerční kultury ji vždy definují jacísi dveřníci, ti, kdo rozhodují o tom, kdo může vstoupit.

Poslední, třetí sférou je home made kultura neboli udělej si sám nebo také podomácku vytvořená kultura, která v sobě obsahuje vše počínaje lidovým uměním přes postmoderní punkovou skupinu, která má zkušebnu v garáži, až po nahrávání videa

na YouTube. Zde máme co do činění s mnohem širší definicí kultury. Ta je v této sféře definována neformální skupinou lidí, kteří sami sebe staví do role tvůrců kultury. Vstupní požadavky do této kulturní sféry jsou mnohem nižší. Uplést svetr, vymyslet nový recept, napsat písničku a dát ji na MySpace – to vše lze udělat velmi jednoduše. O hranici a míře kvality pak rozhodují ti, kteří výsledný produkt vidí, slyší nebo okusí.

Ve všech třech jmenovaných sférách hrají jedinci roli výrobců i spotřebitelů, autorů i čtenářů, performerů i diváků. Každý z nás na sebe může brát různé z těchto rolí, a tedy průběžně dotvářet a měnit svou identitu. Umělci svobodně proploouvají skrze veřejně podporovaný, komerční a home made sektor. Tak například veřejně financované orchestry nahrávají komerční nahrávky, které se posléze prodávají v obchodech s hudebními nosiči, ale které lze zároveň prezentovat a stahovat na internetu. Jiný příklad: pouliční móda slouží jako inspirace pro komerční sektor módy, který posléze vede například k zakládání muzeí, jako je třeba muzeum Vivienne Westwood v Londýně. Nebo indie kapela může získat nahrávací smlouvu a posléze vystupovat na veřejně financované scéně.



Závrtná rychlost rozvoje internetu jakožto prostoru pro kulturní komunikaci a prostředku masové tvorby ovlivnila možnosti v rámci všech tří sfér kultury, potažmo všech forem kulturního vyjádření, které do nich spadají. Zásadní změnou je především velká řada nových možností (jako např. získávání nového publika, nové umělecké formy, nové komunikační a distribuční kanály). Na druhou stranu vyvstává řada nových zásadních otázek – co s problematikou intelektuálního vlastnictví, otázka investic do technologie, cenzura apod.

Tyto změny zásadně ovlivnily debatu o kvalitě. Dříve ji definovalo umění spíše než lidová kultura, dnes se o ní debatuje všude – je to dobrý televizní pořad, bylo představení Othella vydařené, jací jsou tihle jazzmani atd.?

Internetu je přisuzována role motivačního nástroje masové home made kultury. Ve skutečnosti je ale jen jedním z faktorů, které masovost tvorby vysvětlují. Nízké ceny hudebních nástrojů, dostupnost digitálních kamer namísto dříve drahého filmového materiálu, veřejné investice do galerií a divadel, systém vzdělávání. Z tohoto výčtu zcela jasně vyplývá, že veřejná, komerční a home made kultura se neoddělitelně promísily, v současné době jsou intenzivně propojené, navzájem se inspirovají a vyživují. Dohromady pak tvoří jednu velkou kulturu, v jejímž rámci jsou na sebe jednotlivé složky úzce napojeny.

Jak se kultura změnila z modelu veřejná/komerční na tripartitní model veřejná/komerční/home made, změnil se pracovní postupy, možné způsoby vývoje kariéry a obchodní strategie, a to jak jednotlivců, tak i v organizacích.

Není nijak překvapivé, že vzniká řada hybridních produktů. Uvedu to na dvou příkladech. Ve Spojeném království máme literární cenu, kterou finančně podporuje Arts Council, telekomunikační společnost a jedna nadace. Jako druhý příklad může posloužit Jarvis Cocker, frontman rockové skupiny Pulp, která prodává nahrávky v řádech milionů. Cocker je zároveň kurátorem série koncertů ve veřejně financované Royal Festival Hall, která je k vidění i na YouTube.

Ve své několik let staré knize Publicly Funded Culture and the Creative Industries (Kultura financovaná z veřejných zdrojů a kreativní průmysly), která je zdarma k dispozici ke stažení na internetu, popisují mnohem více příkladů přímých a nepřímých, jednoduchých i komplikovaných vztahů, které existují mezi těmito třemi sférami.

Nyní bych se zde rád zamyslel nad otázkou, zda to k něčemu je, zda to něco znamená? Jestli je přepnutí z binárního modelu umění/lidová kultura na tripartitní model veřejně financovaná/komerční/home made kultura něčím víc než pouhým teoretickým cvičením? Jak jistě správně předpokládáte, má odpověď znít *ano*. Domnívám se, že se jedná o velmi zásadní změnu. Za dob starého modelu mohli politici omezovat kulturní politiku na velmi úzkou oblast, která měla tím pádem velmi nízký status. Lidová kultura byla ponechána na pospas svým vlastním nástrojům. Bylo možné určitými způsoby omezit obsah knih nebo filmů, cenzurovat je, bylo možné omezit živou hudební produkci v hospodách a restauracích, ale lidová kultura obecně byla ovšem vně vlivu takových nástrojů. Co se umění nebo takzvané vysoké kultury týče, v jejím rámci jste se například mohli snažit, aby k ní mělo přístup víc lidí, protože jste se domnívali, že je to dobrá věc. Mohli jste například bojovat, aby vaše země v rámci upevnění svého národního statutu měla národní galerii nebo operu, ovšem stále jste nazírali kulturu jako záležitost periferní, spadající do sféry volného času a koníčků, nadstavbu společnosti, na kterou přichází řada, až když je hotová veškerá každodenní dřina.

A stále existuje mnoho politiků, možná dokonce většina, kteří nahlíží kulturu právě tímto způsobem. S příchodem ekonomické krize se jasně ukázalo, že někteří politici považují kulturu a umění za oblasti, ve kterých by se v rámci veřejných financí mělo šetřit na prvním místě. Tedy pokud máte i vy ve své hlavě zafixovaný model kultury a umění jako něčeho, co souvisí především s rekreací a volným časem, je to naprosto logické.

S novým modelem je ovšem naprosto nepřijatelné prosazovat v kultuře jednorázové zásahy, protože kultura už není o malém rozpočtu a úzce vymezených otázkách týkajících se umění. Právě naopak, pohled na kulturu, jak jsem ji právě vytyčil, jako na networkovou aktivitu zahrnující vzájemně propojené tři složky – kulturu veřejně podporovanou, komerční kulturu a home made kulturu –, nám umožňuje ocenit její širokou hodnotu pro společnost.

Ukažme si to na třech příkladech. První se týká ekonomiky. Všichni jsme si dobře vědomi, že kreativní práce, intelektuální tvorba, přidaná hodnota, kterou tvoří design nebo kulturní produkce obecně, se stává čím dál tím důležitějším znakem úspěšného hospodářství obecně.

Zajímavé je, že oblasti ekonomiky, které se drží nejlépe, jsou nějakým způsobem blízké kulturním a kreativním průmyslům. Zkuste si například koupit vstupenku do Národního divadla v Londýně nebo si zamluvit stůl ve vyhlášené restauraci. Cestovní ruch se drží. Co se tedy děje? Domnívám se, že lidé si velmi cení zážitků, věcí, které dávají jejich životu smysl. Jsou ochotni vzdát se zboží spíše, než by se vzdali kulturních produktů. Nahlíženo z takové ekonomické perspektivy, kultura se stává, respektive už se stala, mnohem významnější složkou ekonomiky.

Druhý příklad ukazuje, jak růst významu kultury ovlivnil i jiné sféry, konkrétně zahraniční vztahy. Masový cestovní ruch, zprávy 24 hodin denně, levné letenky, internetové zpravodajství a občanská žurnalistika – to všechno přispělo k pomyslnému zmenšení světa. My všichni dnes vstupujeme mnohem více do interakcí s jinými lidmi, národy, mnohem více jsme ostatním vystaveni na očích. Soustavně se setkáváme s odlišnostmi. Co se stane v jednu chvíli na ulici v New Yorku, může o chvíli později vést k nepokojům v Islámábádu. V takových okolnostech rozumíme a nerozumíme jeden druhému skrze médium kultury. Proto je například důležité, jak muzeum jednoho státu přistupuje k uměleckým objektům jiného státu, nebo například to, že izraelský a palestinský hudebníci zahrají společně, nebo to, že hollywoodské filmy znázorňují starověké Peršany. Takové věci mají význam, který zásadně přesahuje hranice estetického vnímání a uměleckého hodnocení.

Třetím příkladem je důležitost kultury ve vztahu k identitě. Svou identitu dnes už tolik nedefinujeme na základě svých zaměstnání, protože ta přicházejí a odcházejí, neustále se mění. Ani ji nedefinujeme na základě zeměpisných kritérií, protože neustále někam dojíždíme nebo cestujeme. Definujeme naši identitu především na základě toho, co kulturně konzumujeme nebo vytváříme. Jsem, kdo jsem, a ty jsi, kdo jsi, právě proto, co čteme, posloucháme, píšeme nebo hrajeme, co hrajeme.

Všechny tyto tři příklady – ekonomika, zahraniční vztahy a formování identity – demonstrují, jak se kultura posunula z periferie do centra. To musí vést k zásadní změně v našem vnímání její hodnoty a významu. Zároveň se tím kulturní politika stává mnohem komplikovanější záležitostí. Když jste například kdysi poskytli třináctiletému školákovi možnost podívat se do muzea, bylo to považováno za pěkný nadstandardní zážitek, který měl mít na mladou mysl civilizující vliv. Dnes je taková návštěva muzea považována za základní a zásadní součást procesu vtažení mladého člověka do sítě tripartitní kultury. To, že jsou mladí lidé její součástí, v budoucnosti ovlivňuje jejich pracovní možnosti, schopnosti fungovat v globalizovaném světě a jejich vnímání vlastní identity stejně jako vnímání identity komunity, do níž patří.

Kulturní politika je v současném světě napojena na širší oblasti, které zpětně ovlivňují to, co se děje na kulturním poli. Například politika udělování viz ovlivňuje vystupování umělců z cizích zemí a zároveň zahraniční vztahy. Plánování ve finanční politice ničí, nebo tvoří možnosti kreativních průmyslů. V první řadě musíme ale držet v patrnosti fakt, že vzdělávací politika umožňuje projevit talent každému, nejen těm, kteří jsou určeni pro profesní dráhu v oblasti umění.

Kulturní politika se tedy stává mnohem komplikovanější, protože je třeba, aby se odehrávala v řadě rovin, napříč dotovanou, komerční a home made kulturou i daleko za hranicí těchto tří.

V současném světě již není možné nazírat kulturní politiku nebo politiku kreativních průmyslů, aniž bychom brali v patrnost všechny ostatní politické sféry, se kterými je propojena.

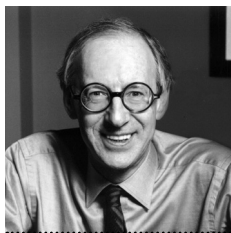
Curriculum Vitae

John Holden je členem prestižního britského think tanku Demos, kde v letech 2000–2008 zastával funkci vedoucího pro oblast kultury. Dále působí jako hostující profesor na City University v Londýně. Má magisterské diplomy z práva (Oxford) a z historie designu (Southampton). Aktivně se podílel na mnoha významných kulturních a kulturně-manažerských projektech, při nichž se věnoval otázkám vedení a řízení lidských zdrojů, rozvoje a vzdělávání pracovníků a dalším. Pracoval pro mnoho vládních institucí, nadací, trustů, agentur a dalších významných organizací ve sféře kultury, včetně Královské shakespearovské společnosti, Britského muzea, Sage, Gateshead, Victoria and Albert Musea a galerie Tate. Je členem strategického vedení prestižního programu Clore Leadership, členem poradního orgánu Rada pro výzkum v umění a dalších humanitních oborech, členem Královské společnosti umění a šest let působil jako předseda správní rady koncertní síně Anvil. John pronesl nespočet významných referátů na konferencích ve Spojeném království, Evropě, Austrálii a Kanadě.

John Holden vydal v mnoha zemích světa četné publikace o kulturní politice, jako například: *Democratic Culture*, *Capturing Cultural Value*, *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*, *Culture Online*, *Creative Reading*, *Cultural Learning*, *Hitting the Right Note* a *Cultural Diplomacy*. Všechny tyto publikace je možné stáhnout z webové stránky Demosu.

Odkaz:

www.demos.uk, www.city.ac.uk/cpm



John Howkins

zástupce děkana Shanghai School of Economics a hostující profesor
na Lincoln University, Velká Británie

Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie z pohledu expertů

Rád bych na úvod zmínil tři postřehy týkající se ekonomické krize, v níž se nacházíme. Dle mého názoru jde o krizi extrémně závažnou – pramení především ze společenských a politických důvodů. Za krizi může politická reprezentace spíše než ekonomika a finance jako takové. Symptomy krize, jak je pociťujeme, jsou především finanční a ekonomické, ale domnívám se, že důvody jsou společenské a politické.

Můj druhý postřeh je následující. Zhruba před rokem jsem byl v čínském Pekingu dotázán, zda se domnívám, že myšlenky, které tu dnes zazněly – myšlenky lidí, kteří se zabývají kreativitou, inovací, uměním, kulturou, týkající se nových způsobů práce –, mohou být základem nového modelu společnosti a politického systému. Mou odpovědí je bezpodmínečně *ano*. Jsem o tom hluboce přesvědčen. Zároveň jsem ale přesvědčen, že taková diskuse a takové přesvědčení mají smysl pouze v případě, že přijmeme jako fakt, že některé z těchto myšlenek jsou součástí problému stejně jako součástí řešení. Nemyslím si, že myšlenky umělců, lidí, kteří pracují v kulturní sféře, vynálezců atd. jsou na vrcholu jakéhosi pomyslného kopce, z něhož shlížejí na zbytek společnosti, která je zodpovědná za všechny ty chyby. Umění a kultura jsou propojené s celou společností, se všemi jejími složkami. A je tedy třeba před tím, než začneme vytvářet nový systém či stávající systém zreformujeme, abychom si uvědomili, jakým způsobem myšlenky formulované v kreativních průmyslech a kreativních ekonomikách přispívají k současné krizi.

Mnoho problémů vychází z izolace kategorií jako umění, kreativita, kultura, inovace, kreativní průmysly, kreativní ekonomika a kreativní ekologie. Všichni se snažíme porozumět tomu, co se děje, ale zatím neexistuje obecná shoda, co se základních principů týče, a to ani v rámci Evropy. V muslimských státech nebo v Asii je vnímání kreativity zásadně odlišné od evropského. Neexistuje dostatečná shoda, pokud jde o terminologii, a to je opravdový problém.

Před třemi lety mě požádali v Číně, abych jim pomohl s reformou vzdělávacích osnov. Cílem reformy mělo být to, aby se lidé v Číně stali kreativnějšími. To je zásadní a těžký úkol. Čínský vzdělávací systém je v tomto směru ve velmi špatném stavu. Studenty vzdělává, učí, ale nemotivuje je, aby se učili. A tak jsem se tedy v rámci práce na tomto velkém úkolu, z níž jsem později vycházel při psaní své knihy *Creative Ecologies* (Kreativní ekosystémy), snažil najít nějakou cestu k pochopení, co se

v současnosti odehrává, a došel jsem k závěru, že ekologie je dobrým přístupem. Ekologie není o studiu biologických organismů ani o studii prostředí, ekologie je o studiu vztahu mezi námi a prostředím. Vytýčil jsem si tři principy, které mi připadají extrémně užitečné k pochopení nových způsobů fungování, které by nás snad mohly posunout k nové společnosti.

Prvním z nich je rozmanitost. Ta je základním předpokladem živoucího udržitelného ekosystému. Druhým je změna. Je nutná a odehrává se ve čtyřech podobách: imitace, symbióza (tj. skutečnost, že se lidé chovají podobně, pokud jsou součástí skupiny), spolupráce (která je pravděpodobně jednou z nejdůležitějších sil působících v kreativní společnosti) a konkurence. Třetím nutným faktorem je schopnost učit se. Kreativní člověk se soustavně učí nové věci, je zvědavý. Kreativní lidé se přímo vyžívají ve zvědavosti, čerpají z ní intenzivní duševní radost. Zajímavé je, že učení je analogový proces, nikoliv digitální. Umíme se naučit útržky, kousky informací, umíme se naučit věci nesprávně. Učíme se analogovým způsobem, nikoli digitálním, a to je jedním z velkých privilegií lidské mysli. Tuto schopnost nemáme vrozenou, ale učíme se jí.

Tyto principy považuji za velmi důležité pro pochopení, jak funguje umělecká komunita založená na kreativitě a procesu adaptivního učení. Něco jim ale chybí. Proto vám nyní velmi stručně vyloží tři principy kreativní ekologie.

Prvním principem je univerzálnost. Každý člověk, každé dítě se rodí se schopností být kreativní. Když dospělí lidé tvrdí, že nejsou kreativní, je tomu tak jen a pouze proto, že jednoduše ztratili schopnost být dětmi. Na dětech je skvělé, že se nestydí být kreativní. Když požádáte dítě, aby něco nakreslilo, udělá to, aniž by přemýšlelo, jestli kreslí dobře, nebo špatně. Pokud požádám dítě, aby nakreslilo můj portrét, bude to považovat za zábavnou aktivitu. Pokud o totéž požádám dospělého člověka, bude se stydět a ošívát. Děti jsou přirozené, a protože jsou součástí lidstva, je kreativita přirozenou lidskou vlastností. Princip univerzálnosti je velmi důležitý. Neovlivňuje jen to, jak se díváme sami na sebe, naše identity, ale také politické strategie.

Princip univerzálnosti vyžaduje svobodu. Kreativita vyžaduje svobodu. Částečně jde o svobodu politickou, názorovou, svobodu slova, právo komunikovat. Tuto oblast jsem takto zestručnil záměrně, abych se vyhnul politické debatě. Hodně pracuji v Číně a nerad bych zde přednesl nějaký politický názor, který

by mohl být dezinterpretován. Svobodu, o které mluvím, definuji jako svobodu jedince definovat si vztah k myšlence, ideji. Jde o svobodu přijmout nějakou myšlenku, zmocnit se jí a rozvinout ji, nebo ji naopak zavrhnout.

Každý člověk je kreativní a kreativita vyžaduje svobodu. Třetím principem je, že svoboda potřebuje trhy. Můj první princip lze nejlépe definovat jazykem filozofie a psychologie. Princip svobody je pak někde na rozmezí soukromého života a života v rámci společnosti. Třetí princip se týká společnosti, konkrétně ekonomiky. Trh v současné době není nejlepším tématem. Ovšem potřebujeme vzkvétající trh, trh jako místo výměny drbů, informací, znalostí. Potřebujeme trhy, abychom na nich mohli kupovat a prodávat. Na trhy mají největší vliv politici. Třetím principem je tedy to, že svoboda se projevuje prostřednictvím

trhu. Může to být v rámci komerčního trhu nebo v rámci trhu, který Američané tak ošklivě nazývají netržní trh (non-market market), může to být také v rámci sítí (networks). Obecně jde ale o trh jako o prostředí umožňující setkání dvou lidí za účelem výměny myšlenek, které mají potenciál být zhmotněny, uživatelské.

Tolik tedy o mých několika principech. Začínají u jednotlivce, což je velmi důležité. Jsou založeny na ekologii jakožto vědě, která nám pomáhá pochopit vše, celý systém, ať už jde o umění, kulturu, vědění, inovace, učení se nebo cokoli jiného. Domnívám se, že potřebujeme takto všeobjímající přístup.

Curriculum Vitae

John Howkins je jedním z myšlenkových otců kreativní ekonomiky. Jeho kniha *The Creative Economy* (2001) byla vůbec prvním uceleným příspěvkem pojednávajícím o této problematice, zejména o nových způsobech organizace práce, které oživují kulturu, výrobu, služby, maloobchod i zábavní průmysl. Kniha *Creative Ecologies* (2009) se věnuje komplexním a mnohovrstevnatým vztahům v oblasti kreativní ekonomiky a snaží se přinést odpověď na otázku „kde myslet“, která v současnosti v čím dál větší míře nahrazuje odvěkou otázkou „kde žít“. Ukazuje, jak se dá překlenout tření mezi individuálním talentem a skupinovou dynamikou. John je předseda poradenské firmy BOP Consultants a člen správní rady HandMade plc. (firma zabývající se filmovými a televizními právy) a Hot-Bed Media (televizní produkční společnost). Působil jako poradce mnoha nadnárodních společností, kreativních podniků, vládních institucí a kulturních agentur. Svoji činnost realizoval ve více než 30 zemích včetně Austrálie, Kanady, Číny, Francie, Řecka, Indie, Itálie, Japonska, Mexika, Polska, Singapuru, Velké Británie, USA i České republiky. Je zakladatelem Adelphi Charter on Creativity, Innovation and Intellectual Property. Uvedl do života London Intellectual Property Advisory Service („Own It“).

V letech 1982 až 1996 se také podílel na činnosti HBO a Time Warner. Je místopředsedou British Screen Advisory Council (BSAC) pro film. Je členem United Nations Advisory Committee on the Creative Economy a členem britské Rady pro výzkum v umění a dalších humanitních oborech. V minulosti byl předsedou správní rady London Film School, místopředsedou Association of Independent Producers a výkonným ředitelem International Institute of Communications (IIC).

V Šanghaji vede Centrum Johna Howkinse pro výzkum kreativní ekonomiky. V roce 2006 se dostal na seznam 50 nejvýznamnějších osobností v oblasti duševního vlastnictví časopisu *Managing Intellectual Property* a v roce 2007 ho čínské *Beijing Business News* jmenovaly Kreativní hvězdou číslo 1. Mezi jeho díla patří *Communications in China*, *Four Global Scenarios for Information*, *The Creative Economy*, *CODE*, *Dutty's Dare* či *Creative Ecologies*.

Odkaz:

www.creativeeconomy.com, www.adelphicharter.org



Nina Obuljen

náměstkyně ministra kultury Chorvatské republiky

Panelová diskuze Umění, kultura a kreativní ekologie z pohledu expertů

Několikrát dnes už padlo slovo krize a musím říct, že před pár lety, když probíhala vyjednávání o konvenci UNESCO (Úmluva o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů), nikdo takovou krizi nepředvídal. A pokud už se do těch jednání promítly otázky investování do kultury, šlo především o nastavení nových toků peněz do kultury, aby kultura byla investory chápána jako atraktivní investice. Dnes jsme naopak ve fázi, kdy se možná v tomto smyslu dostaneme až o celé století nazpět. Budeme znovu muset vydobýt kultuře pevnou pozici. Domnívám se, že konvence UNESCO může být jako nástroj v tomto smyslu užitečná, ačkoliv nebyla sepsána s cílem boje proti krizi.

Abych tedy stručně vysvětlila, jak otázka souvisí s debatou o kreativitě, kreativní ekonomice a kreativní ekologii, musím předeslat, že do pavučiny problému definic se chytíme vždy, když se snažíme udělat něco dobrého pro kulturu. Nyní všichni mluvíme o kreativitě, před pár lety jsme mluvili o kulturním dialogu, ještě nějakou dobu před tím o kulturní diverzitě. Nejde o definice, o jména, jde o jejich společného jmenovatele, jehož mají naše priority a principy společného. Jde o to, čeho chceme dosáhnout. Jak nazýváme prostředky, které k tomu používáme, už je vedlejší.

Pomocí úmluvy UNESCO chceme dosáhnout vyváženější výměny zboží a služeb v oblasti kultury. Usilujeme o zlepšení postavení umělců, snažíme se podporovat investice do kultury, protože na mnoha místech světa nejsou tyto otázky dostatečně nebo vůbec ošetřeny. Skrze všechny tyto nástroje se snažíme dosáhnout diverzity. Klademe si ale samozřejmě otázku, zda jí lze dosáhnout právním nástrojem, a sami si odpovídáme, že nikoliv. Nicméně náš nástroj – konvence UNESCO – je důležitý jako příklad i návod. Může být a také je velmi dobře využit, jak je možné sledovat v Evropě. V současnosti jde především o dva problémy. Zaprvé – jak dosáhnout rovnováhy mezi severem a jihem, což je předmětem intenzivních debat na půdě UNESCO. Konvence, která se původně zdála být velmi univerzální, je totiž dnes chycena do pasti osy, která rozděluje sever od jihu. Propast mezi severním a jižním regionem budeme muset zacelit.

Druhým problémem, který nás velmi pálí, je aplikace idejí konvence na evropské úrovni. Principy konvence jsou dnes velmi dobře aplikovány některými státy na národní úrovni, nicméně na pořadu dne je skutečně celoevropská aplikace, která by přinesla přesně to, o čem tu dnes mluvila francouzská ministryně, tedy vyrovnaný přístup k trhům, ochranu a podporu diverzity i ve světle výzev, které přináší politika konkurence, stejně jako výzev v oblasti přístupu k financování, jež se zdá být více než dříve mnohem složitější získat.

Curriculum Vitae

Nina Obuljen promovala na Hudební akademii a na filozofické fakultě Záhřebské univerzity. Magisterský titul získala v oboru politických věd na univerzitě v Záhřebu. Až do jmenování náměstkyní ministra kultury v roce 2006 pracovala v Záhřebu v Institutu mezinárodních vztahů. Nina Obuljen je autorkou několika článků v oblasti kulturní politiky se zaměřením na problémy EU, zejména integrace a transformace kulturních přístupů a kulturní rozmanitosti. V červenci 2004 jí byla za její výzkumnou činnost o dopadu rozšíření EU na kulturní politiku

udělena Cena evropské kulturní politiky (European Cultural Policy Research Award); výsledky byly publikovány v knize *Why we need European Cultural Policies: impact of EU enlargement on countries in transition* (Proč potřebujeme evropskou kulturní politiku: dopad rozšíření EU na země v transformaci), Amsterdam, 2006. Ve spolupráci s Joostem Smiersem vydala knihu pod názvem *UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: Making it Work* (Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů: jak postupovat), Záhřeb, 2006.

Odkaz:

www.min-kulture.hr

Shrnutí moderátora (Rod Fisher)

Než představím výstupy prvního panelu a základní teze, které v jeho rámci přednesli klíčoví mluvčí, rád bych zmínil výrok divadelního autora George Bernarda Shawa, který se mi vybavil v souvislosti se snahou ekonomů a vědců na vše napasovat statistiky a neustále hledat způsoby, jak vše změřit. G. B. Shaw řekl, že pokud bychom vedle sebe postavili všechny ekonomické systémy světa, nikdy by mezi nimi nedošlo ke shodě. K mluvčím-ekonomům prvního panelu je to trochu nespravedlivé, protože odvedli velmi dobrou práci. Výborně vymezili danou oblast a za velmi krátký časový úsek došli k řadě podnětných závěrů.

Michael Hutter se ve svém příspěvku vyjádřil k otázce, která už dlouho frustruje ekonomy, sociology i politiky, a to sice k otázce nedostatku důkazů, které by poukazovaly na společenské a ekonomické dopady umění, především vizuálního umění, protože to je oblast, na kterou se Michael zaměřuje a z ní čerpá příklady.

Michael přednesl tezi, že umění a produkty kreativních průmyslů generují změny mentality stejně jako změny institucí. Toto považují za kreativní přístup k naší oblasti výzkumu. Svou tezi podložil odkazem na nedávný výzkum v Berlíně. Podle Michaela umělecká tvorba ovlivňuje ekonomiku v několika rovinách. Prostřednictvím umělecké intervence, která zvyšuje operační efektivitu. Umělecká tvorba dále mění přístup k procesu konzumace a vnímání. Svůj příspěvek uzavřel přesvědčením, že kombinací historických důkazů, empirických faktů, odborných názorů a přijatelného vlivu je možné dokázat vliv umění na hodnotu tvorby i na celý ekonomický systém. Myslím, že jeho výzkum si zaslouží podrobnější prozkoumání a doporučuji vám podívat se na Michaelovy webové stránky www.wzb.eu.

David Throsby se již léta v Austrálii se skutečným zápallem věnuje tématu umění a zaměstnanosti v umělecké a kulturní oblasti. Ve svém příspěvku se zaměřil na umělce ve vztahu ke kreativní ekonomice. Hned na začátku vytyčil tři základní otázky:

1. Mělo by se umělcům dostávat vládní finanční podpory?
2. Jaká je role umělců v ekonomice?
3. Co lze říci o umění a kultuře ve vztahu k dlouhodobým procesům vývoje?

Poukázal také na řadu nepravd, jež o umělcích stále kolují, stejně jako na realitu umělecké každodennosti, která spočívá v tom, že mnoho umělců má velmi nízké příjmy, řada jich je nezaměstnaných a obecně lze říci, že jen velmi málo umělců má možnost si vybudovat kariéru v rámci svého uměleckého žánru. Ale jak říká David, umělci obohacují společnost o kreativitu, kritiku a diverzitu – tyto tři hodnoty jsou veřejným zbožím a jako takové ospravedlňují podporu z veřejných rozpočtů. David Throsby představil ekonomický model založený na čtyřech soustředných kruzích, v jejichž centru stojí umění. Příspěvek uzavřel konstatováním, že kulturně udržitelný rozvoj závisí na čtyřech faktorech:

1. Udržování kulturních zdrojů v dlouhodobém plánu
2. Spravedlivé a pro všechny stejné možnosti v přístupu k účasti na kulturní tvorbě
3. Respekt ke kulturní diverzitě
4. Uznání provázanosti mezi ekonomickým, ekologickým a kulturním systémem

John Holden předstoupil s přesvědčením, že brzy přijde doba, kdy bude nutné demokratizovat kulturní politiku a kreativní průmysly. Již příliš dlouho politická reprezentace rozlišuje vysoké a nízké umění. Kultura financovaná z veřejných zdrojů, komerční kultura a to, co John nazývá „home made kulturou“ („udělej si sám“ nebo „kultura podomácku vytvořená“), jsou spojitě nádoby. Kultura podporovaná z veřejných zdrojů je definována spíše praxí než teorií – kultura je právě to, co je finančně podporováno. Přestože v několika posledních desetiletích došlo ke značnému rozšíření oblasti, které se dostává veřejných peněz (do oblasti podpory byly vedle klasického umění, jakým je opera nebo balet, zahrnuty takové žánry jako cirkus nebo street art), stále čelíme otázce, kdo rozhoduje o tom, čemu se podpory dostane, a čemu ne. Dle Johnových slov se komerční kultura na první pohled může zdát demokratičtější, ovšem v jejím rámci existuje „mandarínská“ třída, která rozhoduje o tom, kdo má ke kultuře přístup. Moc těchto mandarínů je srovnatelná s mocí byrokracie ve státním sektoru. Slyšíte-li mě říkat slovo byrokrat, je důležité, abyste věděli, že já sám jsem byrokratem byl, a musím přiznat, že to, co k otázce byrokracie říká John Holden, je do značné míry pravda. Na druhou stranu dle Johnových slov došlo k částečnému odstranění vstupních bariér v rámci home made kultury, a to díky internetovým serverům, jakými jsou např. MySpace nebo YouTube. Rozvoj internetu jakožto prostoru

pro kulturní komunikaci změnil možnosti v rámci všech tří zmíněných „druhů“ kultury a následně zásadně ovlivnil diskuzi o kvalitě.

Johnův příspěvek mě přiměl vrátit se v čase do sedmdesátých let, kdy na evropské, národní i regionální úrovni probíhala intenzivní debata mezi zastánci takzvané elitní neboli vysoké kultury a komunitními umělci, animátory a dalšími příznivci „nizké“ kultury. Když se na tu dobu dívám zpětně, říkám si, jak to všechno bylo černobílé – v té době jste buď byli pro vysokou kulturu, nebo proti ní, neexistovala žádná šedá zóna. A velmi dobře si vybavuji, co na jedné mezinárodní konferenci řekl Richard Hoggart – že kultura spadající do kategorie udělej si sám (do it yourself, DIY) nemá s uměním mnoho společného. Řekl to tenkrát navíc dosti pohrdavě, což mně osobně připadalo smutné, jelikož jej jinak velmi respektuji. Dnešní kontext, ve kterém John Holden přednesl svůj příspěvek, se od kontextu sedmdesátých let velmi liší. John také řekl, že je nutné, aby politici a všichni, kdo se podílejí na tvorbě zákonů, stejně jako všichni ostatní začali brát kulturu – ať už tu, která je veřejně financovaná, komerční nebo home made kulturu – jako nedílnou součást široké sítě aktivit. V závěru stručně zmínil dopady na kulturní ekonomický systém, mezinárodní vztahy a identitu a připomněl, jak se kultura posunula z okraje do středu politické a kulturní debaty.

John Howkins nás stručně uvedl do konceptu kulturní ekologie, která je zároveň tématem jeho nové knihy. Svůj příspěvek zahájil tématem, ke kterému jsem se já sám na začátku také vyjádřil a k němuž se včera vracela řada příspěvatelů, a to tématem světové ekonomické krize. Řekl, že důvody hlubokého hospodářského poklesu jsou společenské a politické. Prezentoval názor, že myšlenky a nápady, které vycházejí z kulturního sektoru, by mohly vytvořit základ nového společenského modelu, ovšem pouze tehdy, pokud tyto budeme považovat za součást problému i jako součást řešení. Stejně jako John Holden zdůraznil existenci vazeb mezi kulturou a společností. Dále zmínil problematické oddělování termínů jako umění, kultura, kreativita, kulturní průmysly atd. Vyzdvihl také nutnost správného dekodování aktuální situace. Uznal, že co se toho týká, neexistuje žádný konsensus. To je dle mého názoru patrné i na této konferenci – v oblasti termínů neexistuje ani v rámci dnešní Evropy žádný konsensus. John Howkins řekl, že musíme ke kreativním průmyslům přistupovat ekologicky a že je třeba se řídit třemi následujícími základními principy:

1. Univerzálnost kreativity
2. Svoboda jakožto podmínka kreativity
3. Fakt, že svoboda se musí projevat skrze trh

Poslední příspěvatelka našeho panelu Nina Obuljen mluvila o velmi odlišném tématu, které ovšem samozřejmě vykazovalo jednoznačné styčné body s otázkou kreativního průmyslu. Nina nás stručně uvedla do historie vzniku Úmluvy UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů.¹ Poukázala také na roli konvence v kontextu kreativních průmyslů a obchodu. Je škoda, že neměla dost prostoru, aby mohla detailně rozebrat uplatňování konvence, což je pro mě osobně klíčové téma. Zmínila ovšem alespoň problematiku fakt, že v uplatňování konvence se bohužel projevuje neblahé dělení na severní a jižní region.

Na závěr bych rád podtrhl tři styčné body těchto různorodých prezentací. Zaprvé provázanost mezi kulturním sektorem, ekonomickým systémem a společností. Zadruhé nevyjádřená, ovšem zcela jistě evidentní otázka: K čemu kultura jako nástroj slouží? Pro mě osobně bylo na tomto panelu zajímavé to, že se v jeho rámci nikdo nezmínil o kultuře pro kulturu. Jednou z věcí, která mě zaujala na loňském Komuniké Evropské komise,² což je mimo jiné velmi chytře politicky napsaný dokument, byl fakt, že nejde o dokument o kultuře, ale o využití kultury – a to je něco, co musíme mít neustále na paměti. Osobně s tím nemám problém, pakliže dokážeme tyto dvě otázky odlišovat. Třetím opakovaným aspektem potom byla důležitost kreativity. Kreativita, ať už ji definujeme jakkoli, je pro ekonomický rozvoj stěžejním tématem – leitmotivem celé této konference.

Své resumé zakončím malou poznámkou. Považuji totiž za velmi důležitou otázku terminologie. Samozřejmě to říkám částečně proto, že jsem vědeckým pracovníkem v oblasti kultury, ale domnívám se, že lidé o tématech, jakými jsou kulturní ekonomika, kreativní ekonomika, kreativní průmysly apod., mluví často v příliš vágních pojmech. Měli bychom být v užívání těchto termínů preciznější. Mou poslední poznámkou nechť je výrok Fran Lebowitz, která ke kreativitě, již obecně považujeme za důležitou pro všechny, říká následující: „Pocítíte-li silné, neodkladné puzení něco napsat nebo namalovat, stačí sníst nějakou sladkost a hned vás to přejde.“

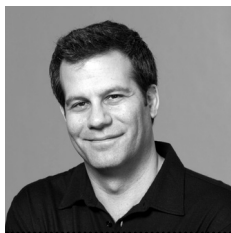
¹ Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů (2005), ke stažení na www.institutumeni.cz/res/data/003/000369.doc

² *Communication on a European Agenda for Culture in a Globalizing World*, Brussels: The European Commission (2007), ke stažení na www.institutumeni.cz/res/data/005/000623.doc, v české verzi na www.institutumeni.cz/res/data/004/000502.doc; sdělení je doplněno doprovodným dokumentem Evropské komise *Inventory of Community Actions in the Field of Culture*, který je ke stažení na www.institutumeni.cz/res/data/004/000503.doc.



Teorie kreativní třídy

Přímý přenos



Richard Florida

ředitel Martin Prosperity Institute, profesor oboru podnikání a kreativita na Rotman School of Management, University of Toronto, Kanada
Teorie kreativní třídy (přímý přenos)

Otázkou naší doby je, jak bude vypadat nový životní styl, nová kultura, psychologie, sociologie atd. Některé z odpovědí už dnes mají jasnější kontury. Jsme ve fázi přechodu k novému životnímu stylu – ve fázi resetu. Nicméně tato přechodná fáze staví do jasnějšího světla fázi předchozí. Reset, který se v současné době odehrává v Evropě, ve všech vyspělých státech Asie, Severní Ameriky, Spojených státech a v Kanadě, jasně ukazuje základní stavební kameny starého systému. Jsou jimi hmotné hodnoty, využití surovin a manuální práce. Jsme ve fázi přechodu mezi jakýmsi pevnostmi národních ekonomik a něčím zcela novým. Nejde jen o inovaci, v lecčems jsme se zmýlili. Jeden můj kolega vyřkl velmi provokativní názor, že Silicon Valley, místo založené na high tech inovaci, kapitalismu, přenosu technologie z univerzit do průmyslové sféry a high tech podnikání, místo, díky kterému máme osobní počítače, software, a dokonce i některé biotechnologie a green technologie, je jen pokračovatelem systému pevnostního kapitalismu. Silicon Valley dokonce nazval předsmrtným chřestěním kostí průmyslového věku. Jsme na úpatí něčeho zcela nového, zbývá jen dojít na úplný vršek. Přestože v té době nastal rozvoj textilního průmyslu, produkce železa či oceli, v průběhu takzvané dlouhé hospodářské krize v 70. letech 19. století si většina vyspělých států zachovala svůj agrární charakter. Průmysly měly teprve v budoucnu dominovat společnosti a životu. Průmyslovými společnostmi v pravém slova smyslu, jejichž symboly se stala všechna velká průmyslová města – Toronto, Pittsburgh, Praha, města ve střední Anglii –, těmi se postupně staly až v průběhu 80. a 90. let 19. století. Postupně vznikala města s více než milionem obyvatel, kteří se zároveň stali součástí průmyslové společnosti. Když jsme v roce 1929 upadli do Velké hospodářské krize, naše ekonomika se příliš nelišila od ekonomiky počátku 20. století. Když jsme se z pak z této krize v 50. letech dostali, žili jsme už úplně novým životním stylem, pevnostním životním stylem. Byl nastolen nový model prosperity, se kterým nejprve v Evropě přišla Skandinávie, ve Spojených státech pak tento přišel s New Dealem a masovou urbanizací. Můj otec, který se narodil v roce 1921, by si byl nikdy nedokázal představit, že by bydlel v malém bytě v New Yorku nebo New Jersey. Začal pracovat, už když mu bylo 13, aby pomohl živit svých sedm sourozenců. V 50. letech si mohl dovolit koupit svůj vlastní dům na předměstí, uživit rodinu z platu dělníka v továrně a zaplatit mé a bratrovo studium na vysoké škole.

Dnes procházíme ještě mnohem intenzivnějším resetem, protože dnes se poprvé v celé historii lidstva mění způsob získávání bohatství a hmotných hodnot. Už nejsme závislí na půdě, na manuálních zdrojích, už se nemusíme sdružovat ve velkých průmyslových aglomeracích u zdrojů železa, ropy, oceli a dalších surovin nebo v okolí přístavů. Zdrojem pro ekonomiku je poprvé v historii lidstva lidské kreativní úsilí. Po celém světě pracuje v oblasti průmyslu založeném na technologii jen 6 % populace (Nokia, Apple, Google, BioTech, Greentech). Ekonomika nemůže stát na pouhých 6 % celkové populace. Proto se dnes nemůžeme spokojit jen s inovací a technologií – ty samy o sobě nestačí.

Dalším důležitým faktorem, který ovlivňuje naši současnou ekonomiku, je udržitelnost a lidské blaho. Rozvoj průmyslové produkce a těžba surovin velmi dobře posloužily jednomu účelu: zvýšení produktivity i našich životních standardů. Nicméně to vše také zdevastovalo naše životní prostředí. Dnes stále pracujeme na zmírnění této tragické devastace, na léčbě traumatu průmyslového věku, traumatu pro naše přírodní prostředí. Toto trauma jsem na vlastní kůži zažil, když jsem žil v Pittsburghu a stejně tak když jsem žil v New Jersey – tam se stávalo, že hořela řeka, protože v ní vzplál průmyslový odpad a lodě musely hasit řeku. Zažil jsem na vlastní kůži, co znamená znečištění životního prostředí – má matka a všech jejich sedm sester trpělo rakovinou způsobenou znečištěným prostředím v okolí New Jersey. I v Detroitu, rodném městě mé ženy, jsem byl svědkem obrovského znečištění a narušení životního prostředí, ze kterého se Detroit dodnes vzpomíná. Využití kreativity nám umožňuje tvořit, aniž bychom se uchýlovali k degradaci životního prostředí. Nadto kreativita není pouhým ekonomickým zdrojem, je také základní součástí lidského blaha a štěstí. Důkaz o tom najdete v každé studii, která byla na toto téma zpracována. Ze všech vyplývá jedno a totéž – lidé, kteří mají možnost využít svůj kreativní potenciál, jsou šťastnější, ať už je tomu tak v rámci práce pro high tech firmu, v Googlu, v Nokii či v rámci práce v umění, grafickém designu, v továrenské dílně nebo kdekoli jinde. Nej kreativnější společností naší doby není ani Apple, ani Google. Řadu z nich jsem studoval a pochopil, že je to Toyota. Přišli na to, jak využít své dělníky v závislosti na jejich individuálních schopnostech. Využívají dělníka jako celistvou osobnost a tím zvyšují produktivitu a růst. Zapojují

dělníky do kontinuálního vzdělávání, nechávají je pracovat v týmech a dělníci se sami stávají zdrojem inovace. Jeden z architektů japonského systému produktivity mi před lety řekl: „U nás v Japonsku se výzkum a vývoj neodehrává jen v izolaci za uzavřenými dveřmi laboratoří. To neznamená, že nemáme vědce, kteří pracují v laboratořích. Máme je. Nicméně u nás jsou samotné továrny živými laboratořemi, ve kterých jsou dělníci součástí neustále probíhající inovace, v níž je zužitkováána jejich kreativita.“

Marx se na průmyslovou produkci díval jako na zdroj vykořisťování, odcizení a degradace. Měl pravdu. Za klíč k budoucímu vývoji považoval uvědomění si tohoto odcizení dělnickou třídou/proletariátem a svržení kapitalismu. Sean Pater na Marxe navázal a jeho tvrzení upravil v tom smyslu, že podnikatelské úsilí dokáže kapitalismus změnit zevnitř, bez revoluce. Realitou je však vzestup kreativity, jakožto přímého ekonomického vkladu. Lidská mysl jako vklad, to je, oč tu běží. A nejde jen o znalosti, o informace a služby. To zde dnes musíme pochopit a předat dál našim politickým představitelům jak na národní, tak na regionální úrovni, protože ti to stále ještě nechápou. Sám velký Obama, kterého jinak velmi obdivuji a plně podporuji, a jeho vláda stále nepochopili, že jedinou cestou ze současné krize je učinit přítrž fiktivnímu bohatství, konzumu a bublinám. To vše jsou totiž vedlejší produkty naší neochoty přijmout realitu doby. A totiž, že podpora kreativity každého jednotlivce, kreativity, která je každému člověku vrozená a vlastní, je v současnosti nejdůležitějším zdrojem našeho ekonomického rozvoje.

Naše ekonomické teorie na to nejsou připraveny. Dokonce i sám velký Paul Romer se na znalosti a vědění stále dívá jako na něco, co je vlastní vědcům a inženýrům, jako na něco, co lze nalít do hlavy, která má sloužit jako nádoba na vzdělání. Ti nejlepší ekonomové naší doby se stále soustřeďují na otázku hromadění kapitálu za pomoci vzdělávacích struktur. Stále jsou přesvědčeni, že čím více lidského kapitálu a vzdělání nakumulujeme, tím větší bude náš růst. Neuvědomují si, že nejlepší podnikatelé naší doby odešli ze škol, že byli vyhozeni: Dell, Gates, Jobs. U těch všech to platí, všichni byli vyhozeni nebo odešli, protože škola potlačovala jejich kreativní potenciál. Největší umělci, hudebníci – totéž, odešli z institucionálních oblastí, aby se mohli plně rozvinout, stát se úplnými osobnostmi, završit svou kreativní misi a překonat své odcizení.

Kreativita je palivem naší ekonomiky. Poprvé v historii je nám díky ní umožněno zbavit se odcizení a vykořisťování, proti kterému se tolik vymezoval Marx. Kreativita je klíčem k blahu, k završení práce v oblasti lidských práv, přesně jak říká pan Havel. Kreativita není jen o ekonomickém vkladu, nejde jen o to být úspěšnější nebo invenčnější v oblasti technologie. Potřebujeme nový typ sociální demokracie, potřebujeme ještě víc,

potřebujeme nový název pro sociální demokracii, potřebujeme vynalézt něco, co pro naši dobu udělá totéž, co udělala sociální demokracie pro průmyslovou éru. Sociální demokracie za průmyslové éry přišla s myšlenkou, že každý jednotlivec má právo na práci, příjem a také na sociální podporu v době nouze. Toho jsme v Evropě, ve Skandinávii a v mé adoptivní zemi, v Kanadě, dosáhli lépe, než se nám snilo. Současnost si však žádá víc než pouhou ochranu materiálního blahobytu a zajištění zdravotní a sociální péče. Kreativita je základním lidským právem. Zvláště v této kritické době bychom neměli zapomínat na to, že všichni lidé jsou kreativní, a tedy všichni lidé mají nezczitelné právo projevit plně svůj kreativní potenciál. Všichni musí mít právo rozvíjet, mobilizovat a užívat svou vlastní kreativitu. To je jediná možná cesta ze současné krize – skrze fázi resetu je jediná možná cesta do budoucna; uznat, že nejenže každý jedinec je nositelem kreativity, ale také že každý jedinec má právo tuto kreativitu využít dle své vlastní svobodné volby. A tedy, což je důležité, že nikdo není povinen svou vlastní kreativitu využít jen a pouze produktivním způsobem.

Pro svou teorii kreativní třídy jsem se neinspiroval v Silicon Valley ani v high tech regionech v Evropě, ale ve svém rodném městě Pittsburghu. To, co jsem viděl v Pittsburghu, je dnes zásadní pro naše úvahy o integraci kultury, kreativity a inovace. Pittsburgh byl jedním z technologicky nejvyspělejších míst planety ve 20. století. V Pittsburghu vznikly nejpokrokovější ocelárny, mnoho lidí jej dodnes považuje za město oceli. V Pittsburghu došlo k obrovskému rozvoji elektronického průmyslu podobně jako v Německu nebo Nizozemsku. V Pittsburghu k tomu konkrétně přispěl člověk jménem George Westinghouse se svou Westinghousovou elektronikou. Pittsburgh nebyl však jen městem elektroniky, ale také nových materiálů či chemie (vezměte si společnost Pittsburgh Paints a jiné). Pittsburgh byl také městem potravinářského průmyslu – za vše mluví jméno společnosti Heinz, producenta značky Ketchup. Stručně a jasně, Pittsburgh byl ve své době co do technologie mnohem invenčnějším městem, než je dnes například Silicon Valley. První rodinou v Pittsburghu, která se pustila do podnikání a investic, byla rodina Mellonů, která díky svým aktivitám přivedla do města nové firmy a která také založila řadu univerzit, mezi nimi Carnegie Mellon, kde jsem vyučoval. Mellonovi také založili Mellon Institute, první institut aplikované vědy a vývoje na světě, který byl skutečně založen především proto, aby napomáhal průmyslovému úspěchu. To všechno jsem viděl upadat. Viděl jsem, co to znamená, když se zavírají továrny, když se propouští. Výzkumné a vývojové laboratoře se nejprve držely, nicméně svou technologii začaly postupně přemísťovat jinam, začaly s výzkumem pro zahraniční společnosti. Nakonec začali odcházet i lidé. Toho jsem byl přímo svědkem na Carnegie Mellon, odkud postupně odešli ti nejtalentovanější lidé: současný ředitel výzkumu v Applu, současný ředitel výzkumu v Microsof-

tu, současní výkonní ředitelé v Googlu atd. Vývozem artiklem Pittsburghu najednou nebyla ocel, ale lidé. Ano, technologie je důležitá, protože přispívá k bohatství, jak říkal Marx. Technologie je nutná, nicméně sama o sobě nedostačující podmínka růstu.

Technologie je ve skutečnosti subkategorií rozsáhlejší hodnoty, přirozené lidské hodnoty, která spočívá v ekonomické prosperitě a blahu, subjektivním osobním blahu, psychologickém blahu a kreativitě. Chceme-li dosáhnout prosperity, nestačí být kreativní v oblasti technologie nebo inovace. Potřebujeme také ekonomickou inovaci, podnikatelského ducha, potřebujeme kreativitu na úrovni měst i na úrovni institucí, kreativitu uměleckou a kulturní. Odkud se vzalo takové Silicon Valley? Jde o čistě technologický fenomén, který se vynořil z ničeho? Ne, Silicon Valley vzešlo z nejpokrokovějšího kulturního tavicího kotle, kterému se říká oblast Sanfranciské zátoky, extrémně kreativní oblasti, která v 60. letech světa dala nový pohled na svobodu vyjadřování, volnou lásku, hudební kreativitu atd. Z oblasti Sanfranciské zátoky vzešla celá nová životní filozofie, „green“ smýšlení, environmentalismus, všechny tyto záblesky, které se, doufejme, v horizontu jedné až dvou dekád stanou nedílnými součástmi našeho nového životního stylu. Je snad tolik překvapivé na tom, že toto všechno vzešlo z místa, kde lidé mohli být svobodní, svobodně se projevit, kde byli vítáni gayové a lesbičky i jiné minority? Bill Gates, Steve Jobs a jeho kolegové v době, kdy pracovali na vývoji svých technologií, nevypadali jako já nebo jako nějaký uctyhodný ministr kanadského nebo evropského parlamentu, nechodili v oblecích a kravatách, neměli pečlivě zastřižené vlasy. Vypadali jako „hipíci“, jako by byli členy místní rockové kapely. Potřebujeme místa, která poskytnou svobodu vyjádření, otevřená, tolerantní místa, která umožní jednotlivci být plně svobodným. Největší šéfkuchařka současnosti, ikona hnutí za organické potraviny, Alice Waters říká, že se stala tím, kým se stala, jen díky tomu, že měla možnost vidět celé to kulturní hnutí v 60. letech, novou krev v hudbě. Dokázala uvěřit, že se může stát šéfkuchařkou, a ne něčím, do čeho ji tlačili rodiče, ať už to byla práva nebo medicína. Je třeba nechat lidi, aby byli sami sebou. To je klíčem k budoucnosti.

K dosažení kreativity potřebujeme tři „T“. První „T“ znamená technologii. Technologii ve smyslu technologických lídrů-tahounů, země jako takové musí být technologickými lídry, musí investovat do technologie, totéž platí pro regiony a firmy. Každá země se musí zasadit o to, aby měla skvělé univerzity. Jak jsem již říkal, v Pittsburghu jsem byl svědkem toho, že technologie je nutnou podmínkou úspěchu, nicméně sama o sobě k jeho dosažení nestačí.

Druhé „T“ je talent. Je třeba investovat do talentu, podporovat talent. K tomu bych mimochodem rád řekl, že náš vzdělávací systém je v troskách. Já osobně jsem vysokoškolským profesorem, zbožňuji výzkum, vzdělávání se, rád motivuji lidi ke zvědavosti. Školu jsem ale nenáviděl. Každý jednotlivý den, kdy jsem musel jít do školy, byl pro mě utrpením. Jedinou útechu ve školních letech jsem našel ve hře na elektrickou kytaru, kterou mi koupil můj otec, a v kapele, kterou jsme si založili s bratrem, jenž hrál na bicí. Vyhýbal jsem se škole, jak jen to bylo možné. Naštěstí později na střední škole jsme alespoň měli flexibilní rozvrh, který mi umožnil vybrat si alespoň nějaké předměty, které souvisely s mým zájmem o hudbu. Škola pro mě byla obrovskou ubíjející mašinerií. Víím, že tady v Evropě jsou školy o něco lepší než ve Spojených státech, a rozhodně tímto nechci kritizovat všechny školy plošně, nicméně co se Spojených států týče, tam ve škole k nějaké užitečné, opravdové výuce dochází maximálně hodinu denně. Všechno ostatní je balast sestávající z různých sportovních událostí, výletů nebo jakýchkoli jiných událostí, v jejichž rámci se ovšem neodehrává žádné učení. Je třeba poskytnout lidem nové modely využití uměleckého a kreativního i technologického úsilí, je třeba zrušit školy, které nenapomáhají rozvoji kreativity. To je klíčem k rozvoji talentu.

Talent je vysoce mobilní hodnotou, přesunuje se za možnostmi, na zajímavá místa. Viděl jsem to na vlastní oči v Pittsburghu. Dnes už nestačí jen nabízet dobrá pracovní místa, a kdokoli to dnes ještě nepochopil, jako by byl z jiného světa. Talentovaní a kreativní lidé se samozřejmě stěhují za ekonomickými možnostmi. Nicméně průměrná doba, po kterou kreativní člověk dělá jednu práci, je zhruba tři roky. Dokonce průměrná doba, po kterou dělá jednu práci člověk mladší třiceti let, je rok. Lidé dnes hledají styl all inclusive. Chtějí žít v místě, které je zajímavé nejen ekonomicky, ale i kulturně a společensky. Dále chtějí žít v místě, které je, co se prostředí týče, takzvaně na hranici. Lidé dnes chtějí víc než jen skvělou práci, dobré školy pro své děti, víc než jen bezpečné místo, kde by mohli žít se svou rodinou. Faktorem číslo jedna je dnes místo, které je hezké, čisté, zelené, ekologické, které funguje na principu udržitelnosti. To platí pro člena jakékoli společenské, kreativní či dělnické třídy.

Faktorem číslo dvě je pak otevřenost místa, lidé hledají místa, která jsou tolerantní, multikulturní, kde budou mít možnost plně se projevit, být sami sebou. Každý dobrý psycholog vám potvrdí, že klíčem ke kreativě je možnost a schopnost projevit se. Pokud máte možnost se projevit, pak jste schopni popustit uzdu své kreativitě. Pokud jste naopak omezováni, pokud je vaše osobnost potlačována, stane se z vás někdo, kdo se nedokáže odlišit, kdo nedokáže být kreativní. Klíčem ke štěstí a blahu je možnost být sám sebou, nechat volný průchod své kreativní energii. To je to, co přináší psychologické blaho.

A tím se dostávám ke svému třetímu „T“, kterým je tolerance. Tolerance ve smyslu společnosti, která aktivně pracuje na rovných šancích pro každého, která usiluje o to, aby každý její člen měl možnost projevit se a být sám sebou. Jde o vytvoření společnosti, která každému umožní dosáhnout vlastních snů, která bude spravedlivá ke všem svým členům a která nebude nikoho diskriminovat na základě rasy, etnicity nebo sexuální orientace.

Klíčovým faktorem je otevřenost k imigrantům a my ve Spojených státech, Kanadě nebo v Evropské unii nesmíme ani v době ekonomické krize polevit. V Kanadě otevíráme hranice, lákáme lidi z celého světa, aby k nám šli pracovat. V Torontu, mém městě, každý rok přijmeme na 100 000 nových občanů. Motivujeme studenty, aby u nás zůstali po dobu tří let, našli si u nás práci, která je baví, snažíme se jim ulehčit podmínky, nenutíme je, aby si každý rok obnovovali vízum, snažíme se, aby měli pocit, že jsou u nás vítáni, že jsme k nim otevření. Proč je to tak důležité? Lidé se dívají na Silicon Valley, Boston, New York a říkají si: „Podívejte se na ten zázrak produktivity ve Spojených státech, jak velký růst ve 20. století zažily.“ Říkají si, jak velký trh mají, množství surovin, jak skvělé mají univerzity. Spojené státy jsou obrovská země, ale na světě jsou i další obrovské země s velkými národními trhy a zásobami surovin. Klíčem k úspěchu a růstu Spojených států je jediná věc, a tou je otevřenost k lidem z celého světa. To jsem pochopil, když jsem v 80. letech studoval Silicon Valley.

Potkal jsem tam Čechy, Finy, Estonce, Italy atd. Jeden Ital mi vysvětloval, že Američané nejsou inovativnější než Italové, ale podstatou rozdílu je to, že ve Spojených státech je spousta Italů jako on, kteří imigrovali do USA, kteří přišli do Silicon Valley, kde pracují na pozvednutí amerického prostředí. Možná nevíte, že 50 % high tech společností v Silicon Valley bylo založeno lidmi, kteří se nenarodili v USA. Kreativita se neodvíjí od vaší etnicity, národnosti nebo rasy, genderu či od toho, jestli jste tělesně postižení, jestli jste gay nebo heterosexuál. Kreativita se neodvíjí ani od vašeho životního stylu. Kreativita je vlastností všech lidí bez rozdílu. Místa, která jsou takzvaně na hranici, dokážou podporovat a přitáhnout jakoukoli kreativitu, jsou vždy otevřená a tolerantní a jsou také klíčem ke kreativité jako takové.

Rád bych pohovořil o tom, jak je kreativní třída zhruba velká. Domnívám se, že třída je v tomto případě naprosto výstižný termín, i když se tomuto slovu mnoho lidí vyhýbá. Třidu považuji za klíčovou ekonomickou i sociologickou jednotkou, která je zároveň klíčovým termínem k pochopení současných ekonomických trendů a vzorců. Kreativní třída tvoří v České republice zhruba 36 % pracovní síly, v USA asi 33 %, v Nizozemsku a Švédsku asi 40–45 %. V nejpokrokovějších regionech světa, to jest například v oblasti Sanfranciské zátoky, v Kodani, ve

Washingtonu, D. C., apod., je to zhruba 45–50 % pracovní síly. Definuji třidu jednoduše dle vztahu ke způsobu výroby, jaký je vztah dané skupiny obyvatel ke světové struktuře zaměstnávání a výroby. Ve Spojených státech dnes kreativní třidu tvoří zhruba 40 milionů lidí. Ve vyspělých zemích Evropy a Asie je to pak asi 150 milionů lidí. Kreativní třida, přestože představuje jen 30–40 % světové produkce, tvoří také 50–60 % procent peněz vyplácených na platech a 75 % kupní síly. Kreativní třida je obrovská a navíc se stále rozrůstá. Podíváme-li se na kteroukoliv recesi v poválečném období v Severní Americe, Evropě a Asii, dělnická třida byla všude naprosto devastována. Nezaměstnanost dělnické třídy šplhá k dvoumístným číslům 10–20 %, velké společnosti propouštějí. Příkladem může být, co se dnes děje v General Motors. Velké společnosti zkrátka propouštějí dělníky a ti, protože jejich kompetence jsou omezené, jsou závislí na své jediné profesi a mají malou šanci najít si nové zaměstnání se stejným příjmem. V současné době je míra nezaměstnanosti mezi dělníky ve Spojených státech kolem 15 % – to je ovšem oficiální vládní statistika, jiné instituce hovoří až o 25 %. To je stejná míra nezaměstnanosti jako za Velké hospodářské krize. Kreativní třida se s krizí vyrovnává mnohem lépe. Nezaměstnanost v rámci kreativní třídy dosahuje jen čtyři procenta. Některé podoblasti kreativních průmyslů, jako například prodej oblečení, zdravotnické služby, a některé oblasti umění a kultury dokonce zvyšují stavy. Podle toho, do jaké třídy patříte, se odvíjí míra, do které jste zasaženi ekonomickou krizí. Tímto propojením se ještě do budoucna budeme hodně zabývat v našem výzkumu.

Místa, kde je větší podíl lidí pracujících v rámci kreativní třídy, jsou nejen ekonomicky úspěšnější, ale je v nich navíc větší míra subjektivního blaha. Naopak místa, kde se soustřeďuje dělnická třida, jsou spíše negativně konotována s otázkou subjektivního blaha.

Ve Spojených státech oblasti s převažující dělnickou třidou volily McCaina, naopak oblasti s převažující kreativní třidou volily Obamu. Tam, kde vzkvétá kreativní třida, se odehrává zcela jiná politika – politika otevřenosti a progresivnosti. Tím nechci říct, že mám negativní postoj vůči dělnické třídě. Můj otec přes padesát let pracoval v továrně. Začal pracovat jako dělník, když mu bylo třináct let, přesně v den, kdy mohl legálně dostat pracovní povolení. Pracoval, aby mohl svým platem přispět do společné rodinné kasy, kam zároveň přispívalo sedm jeho sourozenců, má babička a můj děda. Ti všichni pracovali, aby společně vydělali jeden plat, ze kterého mohla rodina vyžít. Můj otec se po druhé světové válce vrátil do zaměstnání a později, když jsem byl ještě velmi mladý, mi řekl: „V 60. letech se stalo něco naprosto magického. Práce, kterou jsem měl ve 30. letech, mi vydělávala příšerně nízkou mzdu. Celá rodina se musela skládat, abychom se vůbec užívali, a najednou – v 60. letech – za tutéž práci dostávám vysoký plat.“ Z dělnické profese jsme totiž do-

kázali udělat důstojnou, dobrou práci. A to si každý z nás musí uvědomit: z manuální práce jsme dokázali udělat dobrou práci. Svůj podíl na tom mají jak jednotlivci, tak politici, tak sociální demokracie. Dnes, v roce 2009, si ale klademe otázku, co s tím, že manuální práce mizí. Nedávno kdosi řekl na adresu General Motors: „Nechceme už domovské továrny, chceme, aby se naši lidé měli dobře, chceme dostatek školek, lepší vzdělávání, lepší životní prostředí, nechceme už být součástí obchodu společností, které nás berou jen jako svá rukojmí a které se o sebe ani nedokážou postarat, které sami sebe nezvládají.“ Kéž by se takové přání ve Spojených státech proměnilo v realitu.

Nicméně pokud 20 % pracovní síly tvoří manuální práce, 35–40 % kreativní třída, pak nám zbývá ještě jedna velká třída. Jde o velmi významnou třídu služeb, největší třídu naší doby. Jsou to lidé, kteří se o nás starají v hotelích a restauracích, kteří připravují naše jídlo, stelou naše postele, starají se o naše domy, lidé, kteří nám v obchodech prodávají zboží. Tato třída tvoří 45–50 % pracovní síly – podle toho, o jaké zemi se bavíme. Zdá se nicméně, že jsme k ní téměř slepí. Lidé, kteří nás stříhají či nám stelou hotelové postele, nelze dál přehlížet, nelze je dál nechávat žít s mizernými platy, musíme se vynasnažit o zlepšení jejich zaměstnání. Víím, že ve Skandinávii se už za zlepšení těchto pozic odehrály masivní stávkové akce. Musíme ale udělat víc. Práce ve službách je pro naši dobu totéž, co byla manuální práce pro dobu mého otce. Jde o zaměstnání, ke kterým není třeba téměř žádného vzdělání, o takzvané vstupní práce, a to je zajímavé, o zaměstnání, která jsou nejméně stabilní a která nejčastěji vykonávají sociálně znevýhodnění lidé, například svobodné matky. Práce v sektoru služeb jsou ze všech nejzdravější. My je ale můžeme zlepšit.

Jedním ze základních klíčů k pochopení naší současné doby je to, že pokud se chceme dostat z této ekonomické krize, pokud chceme nastartovat reset, pokud chceme vytvořit lepší způsob života, musíme se zasadit o to, aby se veškerá práce stala kreativnější, musíme zvětšit kreativní komponentu v manuální práci, což už se například děje v Nokii nebo v Toyotě, to jest ve společnostech, které využívají dělníky jakožto celistvé bytosti se všemi jejich schopnostmi. Musíme se ale také zasadit o zlepšení zaměstnání v rámci sektoru služeb. Samozřejmě že někde se toto již děje (IKEA ve Švédsku, OMBRA – designová firma v Torontu, Homefoods – americký potravinový řetězec, Four Seasons, Starbucks, ti všichni si začínají uvědomovat, že jejich budoucnost závisí na tom, jak moc dokážou zapojit kreativitu svých zaměstnanců). Vyzývám nás všechny a prezidenta Obamu k uspořádání summitu o ekonomice sektoru služeb. To je výzva naší doby, jde o věc stejně důležitou, jako bylo důležité zlepšit pracovní podmínky dělnické práce za dob mého otce. Musíme práci v sektoru služeb proměnit z nejisté, špatně placené práce v dobře placené a zajištěné zaměstnání.

Možná se ptáte, jaká je v tomto všem role kultury. Proč jsou v souvislosti s tímto umění a kultura tak moc důležité? Zprv je tomu tak proto, že umění a kultura jsou klíčovými elementy každého živého a vzkvétajícího místa a jsou také klíčové v naší snaze o kreativní ekologii. Potřebujeme otevřenost, na kterou lze přitáhnout a motivovat umělce, hudebníky, designéry a spisovatele. Umělci by měli plnit roli něčeho, čemu se v angličtině říká „kanárek v uhelném dole“. Dříve se zjišťovalo, zda je uhelný důl bezpečný tak, že se do něj poslal kanárek, aby se zjistilo, zda je dole plyn. Pokud se kanárek vrátil, důl byl bezpečný, pokud ne, znamenalo to, že je důl kontaminovaný. Umělci, hudebníci, kulturně kreativní lidé obecně, pokud se v nějakém místě vyskytují, jsou dobrým signálem. Je tomu tak především proto, že umělci, hudebníci, spisovatelé apod. nemají trvalé zdroje příjmů, nejsou napojeni na velké společnosti, jsou od přírody podnikateli. Aby byli úspěšní, musí kombinovat vládní zdroje, zdroje od města i ze soukromého sektoru. Například dobrá hudební scéna, která dokáže produkovat nové kapely, která dokáže být hudebně inovativní, je zároveň místem, jež působí na jednotlivce, aby efektivně mobilizovali své schopnosti a zdroje. Není tedy ničím překvapivým, že místa, která mají prosperující umělecké a hudební scény, jsou zároveň místy technologické inovace a podnikání.

Nicméně role kultury a umění jde v tomto ohledu mnohem dál. S jednou mladou Švédkou, Sharlottou Melon, nyní pracuji na projektu, v jehož rámci rozpitváváme kreativní ekonomiku na jednotlivé sektory. Díváme se na obchod a finance, management a řízení, vědu a technologii, inženýrství a architekturu, vládu, zdravotní péči a vzdělávání. Z našeho výzkumu vyplývá, že krom regionů s rozvinutým obchodem, managementem a technologií, jsou to místa s rozvinutou sférou umění, kultury a designu, která dokážou zvyšovat své příjmy a bohatství. A nejen to, v těchto oblastech umění a kultura fungují přímo jako generátory bohatství. V tomto ohledu jsme všichni trochu zaslepení. Vedeme debaty o vědě a projektování, národních politikách a potřebě většího zasahování národních politik v době krize. O umění a kultuře tolik nedebatujeme, jako by byly na okraji zájmu. Podvědomě je v nás stále zakořeněn názor, že kulturou a uměním se mohou zabývat jen bohaté regiony. Teprve když je region dostatečně bohatý, může podporovat svou uměleckou komunitu. To je ovšem špatně! Bohaté regiony naopak nechávají umění, kulturu a design, aby se rozvíjeli podnikatelským způsobem. Umění a kultura jsou ekonomickými generátory napříč regiony, státy či kraji. Umění a kultura jsou stěžejními ekonomickými generátory.

Musíme se ve vývoji rychle posunout kupředu. Okamžitě potřebujeme imigraci. Potřebujeme ji ihned, v tuto chvíli, kdy jsme v ekonomické krizi. Ve Spojených státech je to dnes tak do očí bijící fakt (méně je tomu v Torontu, protože tam máme alespoň

funkční banky), že když se podíváte na zhroutený systém, na banky, které nemohou poskytovat půjčky, na lidi, kteří nemohou dostat hypotéku; uvědomíte si, že jsme žili obklopeni fiktivním bohatstvím. Všude samé bubliny – počínaje technologickou bublinou přes realitní bublinu, půjčkovou bublinu, všude samá bublina, samé fiktivní bohatství. Když si toto uvědomíme, logicky následuje otázka, kde tedy je to skutečné, nefiktivní bohatství. A na odpovědi není nic překvapivého, skutečné bohatství je tam, kde bylo vždycky – v lidském talentu, lidské kreativitě, v lidech a komunitách.

Proč jsou komunity tak důležité? Pokud jde o rozvoj lidského kreativního úsilí, svět dnes není ani trochu plochý, naopak je více než kdy jindy velmi koncentrovaný do různých oblastí. Je třeba si uvědomit a zohlednit v rámci naší práce, že současný svět je mnohem více než kdy jindy koncentrován v konkrétních aglomeracích a že tento proces bude pokračovat. Podíváme-li se na náš svět detailně skrze satelitní snímky, můžeme dnes poprvé v historii změřit lokální ekonomickou produkci, nikoli národní produkci, ale ekonomickou produkci všech těch Kodaní, Prah, Dublinů, New Yorků, Toront stejně jako každého malého městečka. Zjistíme, že svět lze dnes definovat pomocí čtyřiceti megaregionů: oblast Berlín-Praha, oblast Řím-Turín, oblast Barcelona-Lyon, oblast Amsterdam-Antverpy, oblast Londýn plus jeho aglomerace atd. Těch čtyřicet megaregionů je klíč k naší ekonomické budoucnosti. V těchto čtyřiceti megaregionech žije asi 80 % světové populace, produkuje dvě třetiny světové ekonomické produkce a stojí za devíti desetinami světové technologické inovace. Technologická inovace se stala takto silně regionálně koncentrovanou. Musíme to vzít na vědomí, protože naše doba je čím dál tím víc nerovnoměrná, a to co do třídy i krajiny, nejvíc nerovnoměrnosti je pak ve velkých centrech, ve velkých městech a v rozvojových zemích. Ve skutečnosti nesoutěžíme s Čínou nebo Indií, soutěžíme se dvěma megaregiony, které se v těchto zemích nacházejí. Tyto dva megaregiony jsou magnety na talent i ekonomickými motory těchto dvou zemí.

Musíme vytvořit hospodářství s širším profilem. Kreativní, udržitelné a otevřené hospodářství. Nesmíme dál pracovat na rozvoji hospodářství na úkor ekologie, nesmíme dál vytvářet fiktivní bohatství nebo high tech centra typu Silicon Valley, New Yorku, Londýna nebo Hongkongu. Dál už to takto zkrátka nebude fungovat. A o tom je celý reset, o novém způsobu života, o nové psychologii, která zohlední nutnost, aby každý jedinec byl součástí nové společenské kompaktnosti. Už nesmíme dál hrát na vůdčí regiony typu Londýna nebo oblast Sanfranciské zátoky nebo Amsterdamu, Šanghaje či Bombaje. Co nás musí do budoucna zajímat, to je jedinec, každý jedinec jakožto součást nové kompaktnosti. Kreativní třída je univerzální třídou. Každá lidská bytost je kreativní. Výzvou naší doby je posunout,

roztáhnout hranice, kde končí kreativní třída, dát každému jednotlivci možnost, aby využil svůj kreativní potenciál. Dát každému, kdo pracuje manuálně, každému farmáři, každému, kdo pracuje v sektoru služeb, možnost využít svou kreativitu. To je skutečná výzva tohoto současného resetu, nikoli vytvořit další Silicon Valley nebo další finanční distrikty. Nesmíme dál pokračovat způsobem, který politicky, společensky a ekonomicky vede k jedinému, a tím je rozdělování světa. Kreativita se musí stát základním právem a všichni se o to musíme zasadit, musíme o nutnosti dosažení tohoto cíle přesvědčit naše politické lídry. Využití lidské kreativity, která dřímá v hloubi každého z milionů lidí na této planetě, se musí stát současnou politickou prioritou. Jak mobilizovat a rozvíjet kreativitu, vytvořit celý nový životní styl, který bude dalek rozpadajícího se předměstského modelu, nový životní styl, který bude šetrný k životnímu prostředí, bude takzvaně zelený, udržitelný, tolerantní, různorodý, bude nabízet rovné možnosti pro všechny. Nový životní styl, který uzná kreativitu a bude s ní počítat ve všech ohledech.

Ve své nové knize se zabývám prvními vlašťovkami v těchto oblastech. V tuto chvíli nejde o nalezení pouhého ekonomického řešení, ale také o nalezení řešení kulturního, sociologického a zeměpisného. Musíme vynalézt celý nový model žití. Rozvoj předměstí byl základem pro růst masové produkce, my teď ale musíme přijít s něčím zcela novým. S něčím na způsob toho, co Google, Nokia nebo Toyota dělají se svými zaměstnanci. Musíme nastavit nový životní styl, životní styl, který bude hutnější, šetrnější k prostředí, životní styl, v rámci něhož klesne spotřeba bytových prostor, aut a energie, a naopak stoupne spotřeba rozvoje, vzdělávání, zdravotní péče, kde stoupne kvalita života – díky tomu se staneme lepšími lidmi.

Když jsem pracoval na své knize o kreativní třídě, jel jsem se podívat do Seattlu, který byl v tu dobu městem, které právě nastartovalo svůj velký rozvoj v oblasti kreativity a technologie se všemi těmi Microsofty, Amazony, Starbucksy a celou řadou dalších ohromných společností. Centrum Seattlu, stejně jako většina center amerických měst, bylo strašné. Nicméně při procházce po něm jsem periferním pohledem zachytil rozestavenou krásnou, architektonicky zajímavou budovu. Když jsem se zeptal svých kolegů, kteří mě po Seattlu provázeli, dozvěděl jsem se, že jde o stavbu podle návrhu slavného torontského architekta Franka Gehryho – v té době ještě nebyl tak slavný, bylo to před tím, než navrhl muzeum v Bilbau. Mí kolegové mi také řekli, že je to sice budova dle návrhu Gehryho, nicméně ji nechává na své náklady stavět Paul Allen (Paul Allen je spolu s Billem Gatesem spoluzakladatelem Microsoftu, jedním z nejvýznamnějších softwarových vývojářů naší doby), a dělá to proto, aby splatil svůj dluh budoucnosti města, jeho prostředí a jeho okolí.

Domnívám se, že tento příběh je zásadní, protože poukazuje na kreativitu uvnitř každého z nás. Nejen technologickou kreativitu, nejen podnikavého ducha, ale také uměleckou a kulturní kreativitu uvnitř každého z nás. Zpět k oné budově, pomyslel jsem si: Paul Allen je velkým vědcem, a tak jsem se kolegů zeptal, zda ta budova bude sloužit jako nové vědecké centrum Seattlu. Nikoli, žádné vědecké centrum. Dobrá tedy, když ne vědecké centrum, pak je třeba pro Paula Allena důležitější oblast objevování, vynalézání, to, co pro nás reprezentuje Thomas Edison, a budova má sloužit jako centrum objevů. Ne, ani centrum objevů, odvětili kolegové. Tak tedy, pomyslel jsem si, Paul Allen je také mimo jiné multimilionář, jeden z nejbohatších lidí naší planety, mohlo by to tedy být centrum podnikání, místo, kde by se mladí lidé měli učit podnikání. Ani tentokrát jsem se netrefil. Byl jsem u konce s nápady, když mi kolegové konečně prozradili, že ona budova se má stát hudebním zážitkovým centrem Jimmyho Hendrixe. Osobou, která v tomto případě inspirovala Paula Allena ke kreativnímu jednání, byl mladý afroamerický hudebník, který zásadně ovlivnil způsob, jakým vnímáme hudbu, hudebník, který založil kapelu, která míchala r'n'b, soul, jazz, psychedelické zvuky a odkazy na hudbu Boba Dylana. Hudebník, který procestoval celou Evropu, aby se posléze vrátil do Spojených států a stal se inovátorem v oblasti technologie zvuku, vynalezl například reproduktory, které dokázaly rotovat zvuk, v garáži si postavil vlastní zvukové studio Electric Ladyland Studios. Kreativita je zakořeněná hluboko v nás všech. Nikdy nemůžeme odhadnout, zda se velký softwarový mág nechá inspirovat velkým fyzikem nebo spíše geniálním sochařem. Nemůžeme prohlédnout pojítka ve složité síti kreativity. Co ovšem můžeme prohlédnout, je fakt, že naší budoucností je ekonomická krize, ekonomický reset, který může trvat léta, pět deset let, možná také dvě dekády, což v tuto chvíli nelze odhadnout. Není však pochyb o tom, že z této krize vede jediná cesta, a tou je mobilizace kreativity, začlenění kreativity do veškerých struktur, namísto bublin fiktivního bohatství a vládních podpor. Není pochyb, že je třeba vytvořit zcela nový životní styl.

Curriculum Vitae

Významný současný myslitel Richard Florida se proslavil především svou revoluční a velmi debatovanou teorií kreativní třídy. Prestižní časopis Harvard Business Review referoval o Floridově kreativní třídě jako o zásadní a převratné myšlence naší doby, která inspirovala přední firmy jako Apple, BMW a Virgin Atlantic a další v jejich marketingových a obchodních strategiích.

Richard Florida napsal tři bestsellery The Rise of the Creative Class, The Flight of the Creative Class a Who's Your City?, které doslova způsobily intelektuální revoluci. Florida v nich velmi osobitou kombinací důkladné vědecké analýzy a observace nejnovějších trendů dochází k převratným závěrům o tom, jak se mění současná společnost a jaké jsou příčiny těchto změn. Díky svým objevům a zjištěním se Richard stal jedním z nejvyhledávanějších autorů a spíkrů na světě. Nedávno byl jmenován evropským velvyslancem pro kreativitu a inovace.

Florida je profesorem v oboru Podnikání a kreativita na Rotman School of Management na univerzitě v Torontu. V minulosti byl profesorem na George Mason University a Carnegie Mellon University a jako hostující profesor učil na Harvard Univerzity a na MIT. Zastával také funkci vedoucího vědeckého pracovníka v Gallupově organizaci. Je zakladatelem poradenské firmy Creative Class Group. S manželkou žije v Torontu v Kanadě.

Odkazy:

www.creativeclass.com/speaking/

www.creativeclass.com/richard_florida/video/index.php?video=02_CreativeEconomy



Umění, kultura a kreativní ekologie

Panel 1B: Příklady národních strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky



Ritva Mitchell

ředitelka výzkumu ve Finské nadaci pro výzkum kulturní politiky (CUPORE)

Panelová diskuze Příklady národních strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky – moderátorka

Co dělají vlády pro podporu kreativních průmyslů, ekonomik či kreativních ekologií? Jak už dnes dopoledne zmínil Rod Fisher, čeká nás ještě velký kus práce v oblasti definic.

Všechny vládní plány a zprávy za posledních deset let investovaly ohromnou energii do definování sektoru pro svoje účely a vytváření národních strategií pro podporu kreativních průmyslů. Na tom není nic nového, tento proces začal už v osmdesátých letech. UNESCO už v roce 1980 uspořádalo první světovou konferenci o kulturních průmyslech v Montrealu a od té doby se v problematice kreativních průmyslů angažuje soustavně.

Rada Evropy se také zařadila mezi mezinárodní instituce, které se problémy kulturních průmyslů a kreativity zabývají. Já sama jsem měla to potěšení být členkou expertní skupiny zabývající se prosazováním kreativity. Šlo o projekt Rady Evropy, který se odehrával v letech 1982–1986, v roce 1986 proběhla závěrečná konference v Haagu. Takto směřovaná práce v této oblasti tedy není ničím novým. Co je nového, je kontext. Paradigma kulturní

politiky se zásadně změnilo. Kreativitou, kreativními ekonomikami a kreativními průmysly už se díkybohu nezabývají jen ministerstva kultury. Připojila se k nim také ministerstva práce, ministerstva obchodu a hospodářství, dokonce ministerstva zahraničních věcí.

V současné době pracujeme na horizontálním principu. To je od dob, kdy jsem pracovala pro Radu Evropy, velká změna. Jak moc jsme ale zatím uspěli ve snaze přimět politiky, další ministerstva a další sektory, aby se snažili fungovat v této nové kulturní krajině, a to jak v rámci Evropy, tak v rámci celého světa? Nejsme tu sami. A to vidíte na této konferenci, jíž se účastní například Richard Florida za Spojené státy americké, David Throsby za Austrálii atd. Je potřeba, abychom se ještě více angažovali v úsilí učit se mezinárodně. Nejde jen o to, abychom se inspirovali, musíme se také umět poučit z jejich chyb. Musíme společně najít způsoby, jak zlepšit roli kreativních sektorů ve společnosti.

Curriculum Vitae

Ritva Mitchell je předsedkyní představenstva (rady guvernérů) Evropského institutu pro srovnávací výzkum v kultuře (ERICarts) a bývalou předsedkyní sítě CIRCLE a Orientační rady (Orientation Board) pro Evropský diplom v řízení kulturních projektů. Jako politoložka se specializuje na výzkum kulturní politiky. Pracovala na výzkumných úkolech Helsinské univerzity, vedla úsek výzkumu v Radě umění Finska a působila jako poradkyně v programových otázkách v Radě Evropy, kde měla mimo jiné na starosti program revize evropské kulturní politiky.

Dále pracovala jako expertka pro finské ministerstvo školství a kultury, pro Severskou radu ministrů, UNESCO, Evropskou unii a pro vlády v celé řadě zemí Evropy a Asie. Právě dokončila práci na zprávě o kulturní politice ve Vietnamu. Napsala a redigovala řadu knih a množství článků o kulturní politice a přednášela na mnoha finských a evropských univerzitách. Ritva je členkou poradních sborů několika kulturních agentur a institucí. V současné době se podílí na řešení tříletého (2008–2010) výzkumného a vývojového projektu financovaného ze strukturálních fondů EU, nazvaného Kreativní Finsko. Tento výzkum zajišťuje Univerzita umění a designu v Helsinkách spolu s týmem programu Kreativní Tampere.

Odkaz:

www.cupore.fi, www.ericarts.org



Mikko Kosonen

prezident inovačního fondu Sitra, Finsko
**Panelová diskuze Příklady národních strategií
a politik v oblasti kreativní ekonomiky**

Nejsem státním úředníkem, ačkoliv budu hovořit o finské národní inovační strategii. Reprezentuji organizaci Sitra, která se zabývá inovací. Sitra je fond s kapitálem 650 milionů EUR, přímo spadá pod finský parlament a jeho cílem je zlepšování finské konkurenceschopnosti a životní úrovně finských občanů. Vzhledem k tomu, že se jedná o nezávislou instituci, která není vázána na žádné ministerstvo, může si dovolit riskovat, pouštět se do projektů v dosud neprobádaných oblastech, které se rozkládají napříč různými ministerstvy a politickými sférami. Sitra je ve finské krajině jakousi pomyslnou horizontální linií.

Všichni víme, že inovace je obsažena ve všech možných sférách. Nikdo – ani ministr, ani žádný jednotlivec – na ni nemá patent. S ohledem na to byla Sitra požádána, aby se podílela na vytvoření finské národní strategie inovace, která vznikla zhruba před rokem a která je v současné době stále předmětem diskuze v parlamentu. Jde o širokou strategii inovace, na které pracovali lidé z různých průmyslových sektorů, některých odvětví kreativních průmyslů, veřejné sféry, ministerstva hospodářství, zaměstnanosti, ministerstva školství, zdravotnictví a sociálních věcí.

Zajímavé na strategii z hlediska této konference konkrétně je, že se na ní nepodílel zástupce kulturní sféry. Prvním důvodem je, že ve Finsku už v roce 2006 vznikla Národní kreativní strategie a Strategie inovace je považována za její přirozené pokračování. Druhým a pravděpodobně zásadnějším důvodem je, že ve Finsku je inovace historicky spojována spíše s technologiemi. Tedy i dnes považujeme ve Finsku obchod a kulturu za dvě oddělené sféry.

Kultura je ve finském způsobu života hluboce zakořeněná, lidé ji milují, Finsko produkuje vynikající hudebníky a umělce. Přesto je kultura oddělována od politiky inovace a právě to musí být změněno. Proto je velmi důležité, abychom pořádali konference, jako je tato, na nichž o možných způsobech integrace můžeme diskutovat. V následujících minutách budu hovořit o finské strategii inovace, ve které je kultura obsažena jen implicitně, nikoli explicitně.

Finská politika inovace byla doposud velmi lineární v tom smyslu, že je tradičně založena na velkých investicích do technologií, přírodních věd, korporátního výzkumu a komercializace produktů. Finsko bylo s touto politikou inovace vždy velmi úspěšné. V 90. letech jsme byli inovačním zázrakem, přede-

vším díky Nokii, ale i dalším národním společnostem. Finsko zvýšilo investice do výzkumu a vývoje ze 2 na 3,5 % HDP, a to v rozmezí pouhých 10 let. Tato investice se velmi rychle a efektivně vrátila, ovšem dnes vidíme, že jsme na konci cesty. Dnes je třeba mnohem více. Hodnoty se čím dál víc přesunují do sektoru služeb a oblastí, v jejichž středu stojí uživatelé. Na ty se nyní musíme soustředit.

Nemůžeme usnout na vavřínech, svět se dramaticky změnil. Je plochý à la Tom Freedman, a zároveň ostrý à la Richard Florida, což má zásadní vliv na to, jak definujeme strategii inovace. Dalším zásadním trendem plynoucím z globalizace a nových způsobů dělby práce je digitální konvergence jakožto jev, který vede k rozostřování hranic průmyslu a vytváří nové příležitosti.

Současné změny klimatu vyžadují výzkum udržitelných zdrojů, pro který je nutná intenzivní spolupráce mezi soukromým a veřejným sektorem. Dalším problémem, kterému čelíme v Evropě a především my ve Finsku, je stárnutí populace. Finsko je druhé na světě v žebříčku rychlosti stárnutí populace, proto tedy musíme věnovat hodně pozornosti i finančním zdrojům obnovování systému zdravotnictví a veřejných služeb obecně; ty jsou velmi nákladné a do budoucna v současné formě neudržitelné. Inovace ve veřejném sektoru je pro Finsko v budoucnu nutností stejně jako pro celou Evropu.

Finská strategie inovace stojí na čtyřech pilířích. Prvním je prosazování světa bez hranic. Inovace neuznává hranice mezi státy, šíří se svobodně a nelze ji nijak omezovat. Jediné, co tedy zbývá malým zemím jako Finsko, je snažit se přilákat co nejvíce inovace k sobě a pokusit se ji udržet tak dlouho, jak to jen jde. Snažit se alespoň na nějakou dobu udržet talenty a investice.

Dále musíme investovat v zahraničí a snažit se zahraniční inovaci orientovat na Finsko. Život ve světě bez hranic je dnes nutností. Zároveň jde o velkou výzvu, především pro finský veřejný sektor, protože ve Finsku je nepředstavitelné, aby veřejné investice šly do něčeho, co přímo nepodpoří zaměstnanost. Svět je ale dnes mnohem komplexnější a je třeba promyslet všechny možné přímé i nepřímé toky, investice za hranicemi země a nasměrování inovace do své domoviny.

Dalším důležitým tématem, pokud mluvíme o tocích inovace, je potřeba vytvářet nové inovační ekosystémy. Ve Finsku jsme

vymezili zhruba pět regionálních ekosystémů, v jejichž rámci se snažíme rozvíjet řešení na světové úrovni, například nové léčebné metody apod. Tyto ekosystémy se posléze snažíme napojit na podobné v zahraničí. Tato síť je ve skutečnosti tím nejdůležitějším, co v rámci finského území vytváříme. Klíčovou otázkou je, jak inovační ekosystémy vytvářet v budoucnu. Co musí obsahovat místo, které má přitahovat nejlepší talenty světa? Vedle zajímavého rozvoje potřebuje kulturu, instituce, univerzity atd. Stále potřebujeme více prozkoumat a lépe porozumět, jaké jsou přesné ingredience potřebné k vytvoření úspěšného centra inovace.

Budeme muset vynaložit velké úsilí pro změnu přístupu politiků, firem i veřejného sektoru. Je třeba zbavit se technicko-administrativního pojetí inovace ve prospěch pojetí, v jehož centru stojí člověk, uživatel, občan, který se navíc procesu inovace aktivně účastní.

Profesor Eric von Hippel vyzkoumal, že nejlepší společnosti na světě v současné době soustředí minimálně 50 % inovace mimo vlastní laboratoře. Například v P & G minimálně 50 % inovace přichází zvenčí – od uživatelů, od zákazníků. Nejlepší společnosti do svých aktivit zacílených na inovaci zapojují mozky zvenčí. Přesně v tomto smyslu chápeme inovaci orientovanou na uživatele. K takové orientaci je zapotřebí přenastavení přístupu a pohledu na věc jak ve veřejném, tak v privátním sektoru.

Posledním důležitým faktorem je systémový přístup, více jakéhosi architektonického pohledu na věci v celku, a jak jako celek funguje. Pokud chceme vytvořit sektor služeb, který bude orientovaný na uživatele, je třeba, aby spolu různé sektory a ministerstva spolupracovaly mnohem více než dosud. Je také třeba nalézt nový model distribuce práce mezi veřejným a privátním sektorem. Od ministerstev potřebujeme postupy a standardy, kterých bychom se mohli držet. Jde o to, aby naše úsilí nebylo příliš fragmentované, nekoncepčně rozprsknuté do mnoha různých sfér. Aby se vlády a ministerstva staly poskytovateli takových standardů a návodů, je potřeba změny v přístupu a myšlení. K této změně bohužel v dnešní společnosti zatím

nedochází dostatečně rychle.

Cílem Finska, co se strategie inovace týče, je stát se světovým trhem číslo jedna v oblasti služeb. Proč je to pro nás důležité? Protože v první řadě jsme historicky důvěryhodným státem, ekonomicky silným a až dosud se nám na trhu služeb dařilo velmi dobře. Ale umíme a musíme být ještě lepší než dosud. Nevýhodu v podobě malé rozlohy naší země můžeme zvrátit ve výhodu – Finsko se může stát světovou laboratoří. Máme výborný vzdělávací systém, průměrná úroveň vzdělání je u nás na vysoké úrovni, Finové mají dobré počítačové znalosti. Lidé ve Finsku jsou přirozeně otevření ke spolupráci. Je to dáno historickou zkušeností, že ve Finsku nikdy nebyl silně vyvinut systém hierarchií. V neposlední řadě máme kulturu, která podporuje inovaci. Jsme přesvědčeni, že dokážeme naši malou zemi přetvořit na vývojovou laboratoř a dominantní trh v oblasti služeb.

Na závěr bych znovu rád zdůraznil roli kultury a kreativity. Kultura není součástí finské inovační strategie, v tom máme rezervy. Musíme více integrovat kreativní obchod a obecně kulturu, protože kultura k inovačním ekosystémům přitahuje lidi a zároveň je důležitou ingrediencí inovace jako takové. Je jí tedy třeba do naší inovační strategie více integrovat a taky do spolupráce na strategii více integrovat ministerstvo kultury.

My, Finové, jsme tak trochu obětmi vlastního úspěchu, protože náš systém inovace byl dosud založen téměř výhradně na technologické inovaci a byl jako takový velmi úspěšný. Proto se nám jako nejjednodušší způsob cesty kupředu zdá pokračovat právě v této cestě. S tím, že bychom možná integrovali vzdělávání, ekonomiku, částečně sociální sektor a kulturu. Prvním krokem k takové integraci bylo založení Alto University, která vznikla sloučením Helsinské technologické univerzity, Helsinské univerzity obchodu a financí a Helsinské univerzity umění a designu. Cílem je vyprodukovat absolventy, kteří budou lépe čelit výzvám a nástrahám současného světa. Univerzita je tedy první vlaštovkou a v jejím rámci máme možnost více integrovat kulturu s tradičnějšími disciplinami.

Curriculum Vitae

Mikko Kosonen pracuje ve finském Fondu pro inovace Sitra od roku 2007. Nejdříve jako výkonný viceprezident zodpovědný za oddělení inovací a nových řešení a od listopadu 2008 jako jeho prezident. Před nástupem do Sitry pracoval Mikko Kosonen přes dvacet let ve společnosti Nokia Group. Zodpovídal za řadu oblastí ve Finsku i v zahraničí; naposled od roku 1997 zastával funkce CIO (ředitel informatiky) a senior vicepresident podnikového plánování. Kromě toho je autorem řady článků otištěných ve vlivných obchodních a badatelských publikacích; týkají se témat mezinárodního obchodu, strategie, organizace a znalostního managementu. V červnu 2007 spolu s profesorem Yvesem Dozem publikoval v Harvard Business Review článek The New Deal at the Top (Nový úděl na vrcholu) a knihu Fast Strategy: How Strategic Agility Helps You Stay Ahead of the Game (Rychlá strategie: Jak vám strategická hbitost pomůže zůstat v čele).

Odkaz:

www.sitra.fi/en/News/Appointment_2007-03-01.htm



William Calladine

ministerstvo kultury, médií a sportu, Velká Británie
**Panelová diskuze Příklady národních strategií
 a politik v oblasti kreativní ekonomiky**

Zkusím se s vámi podělit o některé britské zkušenosti se strategií kreativních průmyslů, jejím vývojem a uváděním do praxe. Jsem velmi rád, že z prezentace Richarda Floridy vyplynulo, že vlády mají v této sféře hrát alespoň nějakou roli, jinak bych tady vypadal jako blázen.

Nejprve bych rád stručně zmínil definici kreativních průmyslů tak, jak s ní pracujeme ve Spojeném království. Kreativní průmysly jsou ty, které jsou založené na individuální kreativitě, schopnostech a talentu a které mají potenciál vytvořit bohatství a majetek skrze rozvoj intelektuálního vlastnictví. V rámci této definice jsme následně ve Spojeném království definovali 13 kreativních sektorů. Obsahují širokou škálu aktivit počínaje reklamou a konče počítačovými hrami a videohrami. Pojítkem zůstává právě idea kreativity.

Co jsou kreativní průmysly?

Britská definice: Kreativní průmysly jsou ty, jejichž základem je kreativita jedince, jeho schopnosti a talent. Rovněž mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa skrze vytváření intelektuálního vlastnictví.

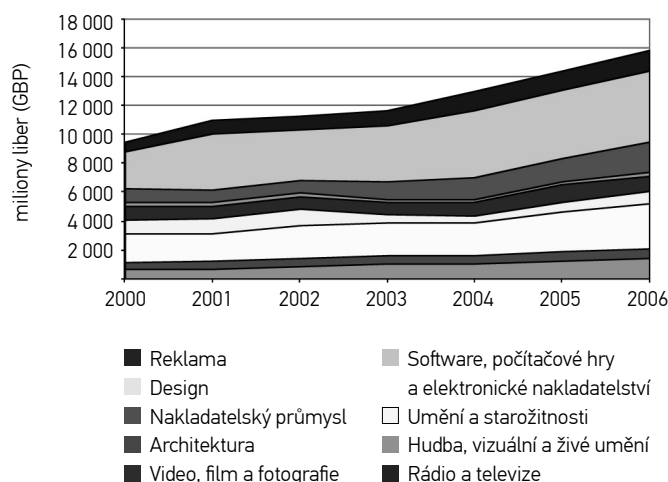
Třináct kreativních sektorů:

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| - reklama | - hudba |
| - architektura | - živé umění |
| - umění a starožitnosti | - nakladatelský průmysl |
| - řemesla | - software a počítačové služby |
| - design | - televize a rádio |
| - móda | - video a počítačové hry |
| - film | |

Nyní tedy k tomu, jak jsme naši britskou strategii vyvinuli. V základních obrysech vás provedu třemi stádii, ve skutečnosti se celý proces samozřejmě odehrával v mnohem organičtější podobě.

V roce 1997, kdy jsem ještě chodil do školy, vytvořil Chris Smith pracovní tým pro oblast kreativních průmyslů, který měl za cíl provádět osvětu na téma kreativních průmyslů a jejich přínosu britské ekonomice. Na základě práce tohoto týmu byla v roce 1998 vydána první publikace mapující oblast kreativních průmyslů, která byla aktualizována v roce 2001. Toto první stadium je velmi důležité, protože jde skutečně o fázi, kdy se výraz kreativní průmysly stal součástí vládního slovníku, samozřejmě v dobrém i špatném slova smyslu. Předtím se ve vládních sférách kreativní průmysly nebraly na vědomí. Tato fáze také vytvořila jakousi základnu dat svědčících o skutečnosti, jak důležité jsou kreativní průmysly pro britskou ekonomiku.

Kreativní export vzrostl z méně než 10 miliard liber v roce 2000 na 16 bilionů liber v roce 2006.



Šlo tedy o základ k další fázi, kterou lze vymezit zhruba lety 2005–2007. V listopadu roku 2005 James Purnell vytvořil v rámci ministerstva kultury, médií a sportu (MKMS) program pro kreativní ekonomiku. Ten měl za cíl vymezit překážky a posunout nás dál v přípravě strategie kreativních průmyslů. Za tímto účelem vláda zadala organizaci Work Foundation hloubkovou studii sektoru kreativních průmyslů. Work Foundation na základě této studie vydala v roce 2007 zprávu s názvem *Staying Ahead* (Být napřed)¹, na jejímž podkladě (a také na základě výsledků svých vlastních pracovních skupin) potom MKMS ve spolupráci s dalšími vládními partnery a partnery z různých struktur v rámci širšího veřejného sektoru začalo pracovat na *Creative Britain Strategy* (Strategie kreativní Británie).

Přeskočím do roku 2008. V únoru MKMS ve spolupráci s ministerstvem obchodu a ministerstvem inovace a školství vydala *Creative Britain*². Jde o přelomovou publikaci, protože se skutečně jedná o první dokument v oblasti kreativních průmyslů, který jde napříč ministerstvy, který se nezabývá sektory jednotlivě a odděleně. Nyní se nacházíme ve fázi uvádění této strategie do praxe – tato fáze by měla trvat do roku 2011.

Než vám řeknu něco více o procesu uvádění strategie *Creative Britain* do praxe, rád bych se podrobněji zmínil o strategii samotné. V zásadě je v ní obsaženo osm cílů: objevit a podpořit kreativní talenty, uplatnit talenty v konkrétních zaměstnáních, podporovat výzkum a inovaci, pomáhat kreativním společnostem v přístupu k financím, podporovat a chránit intelektuální vlastnictví, podporovat kreativní komunity, učinit z Velké Británie centrum kreativity a udržet tempo s vývojem v oblasti kreativní ekonomiky. Jak vidíte, *Creative Britain* je strategií, která pokrývá celou jednu oblast od začátku do konce. Obsahuje v sobě jak lokální a regionální prvky, tak i prvky národní a mezinárodní. A především je založena na principu práce napříč sektory. Je v ní jen velmi málo obsahu, který se týká pouze jednotlivých sektorů.

Těchto osm cílů má v reálné sféře podobu 26 závazků. Vyberu zde jen pár z nich. Tak například v rámci objevování a podporování kreativních talentů jsme zahájili program, který se jmenuje *Find Your Talent* (Najdi v sobě talent). V rámci něj mají děti ve školách pět hodin kulturního vzdělávání týdně. A nejde pouze o teoretické vzdělávání o kultuře, jde i o praktické aktivity, o učení se skrze kulturu. V rámci tohoto programu děti mají možnost například hrát na hudební nástroje a rozvíjet různé jiné interaktivní činnosti.

Dalším závazkem, který jsme si v rámci *Creative Britain* stanovili, je najít v oblasti kreativních průmyslů každý rok (až do roku 2013) 5000 míst pro stážisty. To je velmi těžký úkol, protože jsme při jeho plnění v únoru 2008 začínali úplně od nuly a protože za-

městnavatele je třeba přemlouvat, aby brali stážisty. Pokud ale v tomto úsilí uspějeme, projeví se to ve větší diverzifikaci kreativních průmyslů, které budou lépe reprezentovat populaci jako celek, což je mimo jiné také jedním z cílů *Creative Britain*.

Jak už zde dnes několikrát zaznělo, výzkum a inovace jsou pro kreativní průmysly stěžejní. Ministerstvo má k dispozici dva fondy na inovaci, dohromady je v nich kapitál v hodnotě 18 milionů liber, který je k dispozici jak na technologickou, tak ne-technologickou inovaci. Spadají pod Strategickou technologickou radu (*Technology Strategy Board*) a Národní fond pro vědu, technologii a umění (*National Endowment for Science, Technology and the Arts*). Považujeme také za velmi důležitý přenos znalostí, aby naše kreativní průmysly opravdu držely krok s aktuálními inovacemi. Tomu má pomáhat *Technologie pro kreativní průmysly* (*Creative Industries Technology*), *Inovační síť* (*Innovation Network*) a výměna znalostí z technologických oborů a univerzit.

Dostávám se k otázce intelektuálního vlastnictví. Pro nás je stěžejní najít rovnováhu, ve které budou mít tvůrci možnost vydělávat si kreativitou, a zároveň budou mít zákazníci přístup k obsahu za férovou cenu. Proto vyvíjíme aktivity proti nelegálnímu sdílení dat a provádíme osvětu ohledně intelektuálního vlastnictví. Poslední konkrétní aktivitou, kterou bych rád zmínil, je *World Creative Business Conference*; na chvíli od ní ale odběhnu, abych se k ní později vrátil.

Tolik tedy o fázi uvádění strategie do praxe. Za nejdůležitější považujeme spolupráci, protože *Creative Britain* je velmi širokou strategií a mnoho jejích částí se týká sfér vlivu mimo ministerstvo kultury, médií a sportu (MKMS). Většinu kroků k uvedení strategie do praxe podnikají naši partneři, jakými jsou například ministerstvo obchodu nebo ministerstvo inovace a školství. Ale také naši partneři v širším veřejném sektoru, například lidé v regionálních uměleckých radách a vývojových agenturách. Role MKMS potom spočívá v koordinaci a funkci fóra pro všechny, kteří se procesu účastní. Navzájem jsou na sebe napojeny MKMS, ministerstvo inovace a školství, Rada pro sektor schopností a dovedností (*Sector Skills Council*), zaměstnanci a nevládní veřejné instituce (jako například *Arts Council* apod.).

Co se týká pokroku při uvádění strategie do praxe, mohu říci, že od publikování strategie uplynul rok a my jsme z 26 závazků 18 buď již dokončili, nebo jsme je alespoň začali zavádět do praxe. Zmíním jen několik příkladů. Máme tři školní projekty, včetně *Find Your Talent*, o kterém jsem již hovořil. Velmi rychle jsme uvedli do praxe projekt týkající se intelektuálního vlastnictví; projekt se snaží vysvětlit dětem hodnotu intelektuálního vlastnictví na základě vlastní zkušenosti. Děti vytvářejí hudební

¹ *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries*, London, The Work Foundation, 2007, ke stažení na www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3672.aspx/

² *Creative Britain: New Talents for the New Economy*, London, Department for Culture, Media and Sport, 2008, ke stažení na www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3572.aspx/

projekt a procházejí procesem tvorby. Třetím z projektů v oblasti vzdělávání je Newhamské kreativní centrum (Newham Creative Hub), které sdružuje základní, střední i vysoké školy a snaží se poskytnout rozsáhlé možnosti kreativní tvorby lidem ve věku od 14 do 25 let. Pokud si „vygooglujete“ stránku tohoto projektu (www.newhamcreativehub.org.uk), najdete spoustu zajímavých blogů, videí apod. Je to velmi inspirativní, uvidíte, co všechno vzniká v rámci spolupráce mezi menšími dětmi a například studenty vysokých škol nebo dospělými a jak v procesu spolupráce dochází k objevení a rozvíjení talentů.

Z 10 milionů liber na výzkumné a vývojové granty zatím čerpalo 300 kreativních společností a institucí. Projekty, které vznikly, zahrnují například osobní pohybové senzory, interaktivní 3D metody v oblasti médií a designu počítačových her.

Letos v prosinci (2009) zahájíme kampaň týkající se nelegálního sdílení a stahování dat. V současné době také pracujeme spolu s našimi regionálními partnery na uvádění Creative Britain do praxe na lokální a regionální úrovni.

Nyní bych se rád zmínil o našich plánech do budoucna. Výstava s názvem Úžasné nápady (The Cracking Ideas) bude zahájena tento víkend v Muzeu vědy (Museum of Science). Dále jsou to programy na osvětlení v oblasti intelektuálního vlastnictví pomocí postaviček Wallacea a Gromita.

Rada pro strategii technologie (Technology Strategy Board) uvolnila minulý týden dalších pět milionů liber na kreativní průmysly, konkrétně na podporu přístupu k obsahu a komercializace obsahu. Chystáme také vydání zprávy o poskytování finanční pomoci společnostem působícím v oblasti kreativních průmyslů, což je v době ekonomické recese velmi aktuální téma, protože každý potřebuje co nejvíce vládní pomoci, aby krizi přestál. Co se lokální infrastruktury týče, Work Foundation připravuje soubor nástrojů pro nastartování regionální ekonomiky; dělá to jménem regionálních vládních organizací a asociací a do této kategorie spadají takové aktivity jako hledání nových způsobů investování ze strany lokálních zastupitelstev. Doufáme, že tímto částečně napomůžeme k řešení ekonomické krize.

Abych splnil svůj slib, řeknu vám nyní něco více o Světové konferenci kreativního obchodu (World Creative Business Conference) neboli Kabinetu. Kabinet je jméno, pod kterým tuto událost propagujeme. Jedná se o konferenci, jejímž cílem je setkání všech, kteří přispívají do kreativní ekonomiky počínaje vládami, které se zajímají o kreativní společnosti, až po společnosti zabývající se technologiemi a konče jakýmkoliv institucemi, které podporují kreativní průmysly, tedy například i zprostředkovateli služeb nebo finančníky. Předpokládáme, že většinu účastníků konference budou tvořit zástupci velkých společností, ale každý, koho konference zajímá, ji může sledovat a stejně tak události s ní spojené na www.cabinetforum.org. Hlavním tématem konference je vytváření kreativního obsahu a jeho podpora, dále široké spektrum složek potřebných k zajištění kontinuální vysoké kvality zboží, to jest například autorské právo, nové modely obchodu a inovace. První ze série setkání se uskuteční v říjnu 2009 v anglickém městě Hertfordshire. Na propagaci a podpoře akce pracuje 25 osob mezinárodního renomé, všichni zároveň pomáhají s agendou konference.

Nakonec několik slov k tomu, co strategii Creative Britain čeká v budoucnu. Jednou z našich priorit je, aby strategie udržela krok s vývojem, aby nepřestala být aktuální. Jde o strategii týkající se sektoru, který se velmi rychle vyvíjí, proto je nutné držet tempo, strategie nesmí ztratit na aktuálnosti a relevanci. Z druhé musíme navázat na naše dosavadní úspěchy, to znamená posunout dosud započaté projekty dál z pilotní fáze, udržet strategii v mezích konkrétního a koncepčního a nesmíme dovolit, aby se rozměnila v drobných postranních aktivitách a iniciativách. Je klíčové udržet rovnováhu mezi národní, regionální a lokální úrovní a umět měřit dopady strategie tak, abychom uměli říci, co děláme dobře, a co ne. To je velmi těžký úkol, na kterém stále pracujeme. Je třeba neustále usilovat o co největší možnou podporu kreativních průmyslů, aby recesi překonaly!

Curriculum Vitae

William Calladine pracuje na zajišťování Programu kreativní ekonomiky (CEP) na britském ministerstvu kultury, médií a sportu od konce dubna roku 2008. Jeho čtyřčlenný tým se věnuje realizaci cílů, které jsou pro kreativní průmysly vytyčeny ve vládní strategii Creative Britain. Tým programu CEP řídí a koordinuje činnost řady partnerských subjektů, které v rámci státní správy i v širším rámci veřejného sektoru pracují na řešení 26 úkolů stanovených v programu Creative Britain.

Než se William zapojil do činnosti na programu CEP, pracoval v úřadu britské vlády (Cabinet Office), odkud přešel na odbor her ministerstva kultury, médií a sportu. Pokud jde o jeho dřívější vazby na kreativní průmysly, lze uvést jeho účinkování v komparzu několika televizních seriálů ve studentských letech, řadu letních škol spojených s hudební a dramatickou výchovou amerických dětí a krátké a výstřední období na herecké škole.

Odkaz:

www.culture.gov.uk



Ragnar Siil

vedoucí odboru vývoje na ministerstvu kultury, Estonsko

Panelová diskuze **Příklady národních strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky**

Měl bych zde hovořit o kulturních a kreativních průmyslech v Estonsku. Má to jeden drobný háček, a to ten, že v Estonsku nemáme žádný dokument, který by se jmenoval Strategie kreativních průmyslů nebo Strategie kulturních průmyslů. Jeden můj kolega, který pochází z jedné nejmenované země ležící blízko Estonska, vždy říká: „My jako národ jsme velmi dobří v psaní strategií.“ Právý opak pravděpodobně platí o Estoncích. Nejsme dobří v psaní strategií, vždycky je tak nějak raději přeskochíme a rovnou se pustíme do konkrétních aktivit, které mohou tomu kterému sektoru pomoci.

V čem tyto aktivity spočívají, o tom vám nyní podám stručný přehled. Svou prezentaci jsem koncipoval jako pět lekcí, které jsme se v Estonsku naučili. Domnívám se, že jsou však všeobecně platné, protože napříč jednotlivými zeměmi děláme všichni podobné chyby, a je tedy potřeba se naučit společně, jak se jim vyhnout. V tomto ohledu nehraje roli, zda pracujete v oblasti bohatého severu, chaotického jihu, východu či západu.

Mou první otázkou je, kdo je za národní strategie kreativní ekonomiky zodpovědný, kdo rozhoduje, komu pomyslně naše téma patří? Obecně se dá říci, že to jsou většinou ministerstva kultury, která často hrají roli prostředníků mezi dalšími institucemi a koordinují zájmové skupiny při formulování kulturní politiky. Mají za úkol postarat se, aby se s kreativními průmysly počítalo v politické agendě. Otázkou je, jak moc úspěšná mohou být ministerstva kultury v zapojování dalších institucí a jednotlivců. Myslím, že moc ne, respektive nemohou o to věčně usilovat pouze ona.

Tím se dostávám k ministerstvům hospodářství nebo obchodu – ta mohou mít v zásadě tři typy postoje ke kreativním průmyslům. Prvním z nich je absolutní ignorace. My tomu nerozumíme, nás to nezajímá. Prostě se jen staráme o rozpočet jako o celek, tím tedy nepřímo můžeme kreativní průmysly financovat. To je ale všechno. Žádné speciální kroky pro tuto oblast nemíníme podnikat.

Další možností je, že kreativní průmysly jsou lidem z kulturní sféry jakoby ukradeny. To znamená, že se vezme některá část kreativních průmyslů, většinou ta, která je nejlépe srozumitelná a uchopitelná, tedy například design nebo architektura, a k té se začnou podnikat různé kroky, politici se o ni jakoby starají, podporují ji apod. Žádné jiné součásti kreativních průmyslů ale pozornost nevěnují.

Nejlepším řešením je samozřejmě skutečná spolupráce. Mou první lekcí je tedy následující konstatování: donuďte všechny zúčastněné strany, aby pracovaly společně. Co to přesně znamená? Například to znamená zapojit do procesu různá ministerstva, instituce, kultura musí být napojena na obchod, ten musí být napojen na vzdělávání. Jednoduchým testem může být třeba optání se člověka z ministerstva kultury, zda má telefonní číslo na kontaktní osobu na ministerstvu hospodářství. Pokud ano, první lekcí máte za sebou. Pokud ne, je třeba se jí teprve naučit.

Dále také nestačí nechat celou oblast jen na politicích. Přesvědčte partnery z různých oblastí, aby spolupracovali. To je základ. Je třeba přesunout řadu otázek do veřejného prostoru, zapojit lidi, kteří se pohybují v praxi, obchodníky, umělce atd. Mezí těmito lidmi existuje často velká propast, ta ale musí být přemostěna.

Další důležitou věcí je, že vše nesmíte začínat od nuly. Spousta dobrého byla už v oblasti kreativních průmyslů vykonána, a pokud tyto postupy smeteme ze stolu nebo pokud je nebudeme vnímat nebo – ještě hůř – pokud se nepoučíme z vlastních i cizích chyb v minulosti, ztratíme hodně času.

Dostávám se k otázce, jak maximalizovat výsledky, pracujeme-li s omezenými prostředky, což beru jako daný fakt. Zprv je třeba stanovit si priority. Ve skutečném světě, především potom pokud pracujete v zemi, jejíž populace čítá 1,3 milionu obyvatel, nemáte dostatek finančních zdrojů, nemáte ovšem ani dostatek lidského kapitálu. První otázkou, kterou si musíte položit, je, zda chcete investovat do cihel, betonu, staveb, zdí, nebo naopak do obsahu. Do něčeho, co se mezi těmi zdmi bude odehrávat. Pokud se nad tím zamyslíte, všimnete si, že většina politiků preferuje první variantu. Je velmi působivé přičinit se o otevření nového velkého domu, především podaří-li se akci načasovat do doby před volbami. Co se ale v tom domě bude dít? Čemu bude sloužit? Bude to mít nějaké výsledky? Těmito otázkami se často nikdo nezabývá.

Na druhou stranu ale nemůžete zvolit druhý extrém a investovat jen do obsahu, vzdělávání, do všech těch „soft“ složek kreativních průmyslů, potom byste neměli žádnou podpůrnou strukturu. Je třeba mezi těmito dvěma přístupy nalézt určitou rovnováhu.

Dále je potřeba stanovit, zda se chcete soustředit na začínající společnosti a jedince, či na již zavedené, kterým se dobře daří a vy byste je svou podporou chtěli posunout ještě o krok dál. Další otázkou je, zda chcete rozdělit peníze v podobě více malých dávek a grantů tak, aby si každý mohl z toho koláče kousek ukousnout, nebo se chcete soustředit na několik málo vybraných pilotních projektů, jakýchsi vlajkových lodí, jejichž produkty budou dobře viditelné a vy budete moci říct: „Podívejte se, to jsme my, vláda, podpořili, to je náš kreativní průmysl.“ Někdy to může být působivé a inspirující, ale reálný efekt je diskutabilní.

Je třeba najít rovnováhu. Jednotlivé programy se často snaží definovat vlastní priority, sektory, na které se zaměří. V jednom městě jsou to například média, v jiném filmový klub, v dalším hudba a nic jiného je nezajímá. Nejsem příznivcem takového přístupu, naopak se domnívám, že bychom měli pracovat s horizontálními tématy, která se prolínají všemi sektory. Horizontální složkou může být například zakládání nových společností nebo technologie. Pro kterou z cest se rozhodnete, opravdu záleží pouze na vás.

Rád bych se zamyslel nad tím, jak podpořit kulturu a podnikatele v kreativních průmyslech. Existuje řada možností. Velmi se mi líbilo, co o tom řekl John Howkins: „Nedávejte jim hotovost. Místo toho jim vytvořte podmínky, ve kterých budou moci hotovost efektivně investovat. Vzdělávejte je, zakládejte sítě, centra, podporujte prostory a místa.“

Osobně bych se soustředil na lidi, kteří v branži teprve začínají, protože je jednodušší inspirovat mladou mysl než zkoušet předělat někoho ze starší generace, která je ovlivněna minulostí. To neznamená, že byste měli starší lidi zcela vynechat. Ne, jen je na chvíli přemístíte mimo centrum zájmu a soustředíte se na mladé. Jde o to vymyslet a realizovat strukturu, která by pomohla mladým kreativním podnikatelům, jakmile vyjdou z univerzit, aby si mohli založit vlastní podnikání, realizovat své nápady. To je neefektivnější možná cesta. Konkrétně to znamená například investice do „inkubátorů“ v oblasti kreativního podnikání s ohledem na specifické potřeby, které tato oblast má. Také je třeba vytvořit mechanismy spolupráce na univerzitách zaměřených na kreativní povolání. A v neposlední řadě je třeba zahrnout do osnov na uměleckých kreativních školách alespoň základní obchodnické vzdělání. Často zmiňuji následující příklad: Na Estonské akademii umění (EKA) studují lidé pět let a za těch pět let se v rámci studia nikdy nepotkají s inženýrem či projektantem. A přitom po zbytek života musí tyto profese spolupracovat. A lidé se potom diví, proč si umělci a inženýři nerozumí, proč jejich spolupráce není dostatečně efektivní. V tomto bodě bychom tedy měli začít.



Velmi stručně k tomuto slajdu – toto je náčrt systému rozdělování peněz, které v Estonsku čerpáme z unijních strukturálních fondů. V jeho středu je velký blok kroků a financí určených pouze na kreativní průmysly. Bylo by ale chybou začít od něj. Nejprve je třeba se soustředit na všechny ty malé bloky kolem. Ty představují již existující podpůrné mechanismy. V Estonsku jsme začali právě od nich, od toho, jak berou v úvahu specifické požadavky kreativních průmyslů. Pokud brali, výborně. Podnikatelé a tvůrci v oblasti kreativních průmyslů je prostě mohli a mohou využívat. Pokud ne, potom jsme změnili způsob jejich fungování.

Co to konkrétně znamená? Že podporujeme kreativní průmysly pomocí různých malých podpůrných programů, programů vývozu, mezinárodních veletrhů, programů spolupráce, programů pro začínající podnikatele, vzdělávacích programů, osvětových iniciativ, programů produktového vývoje apod. Odtud tedy na podporu kreativních průmyslů v Estonsku proudí nejvíc peněz. Ten blok v centru je potom jakousi rezervou peněz pro oblasti kreativního průmyslu, které nemohou být financovány z jiných zdrojů.

A stejný vzorec, jen s drobnými odlišnostmi, najdete v jakémkoli obchodním sektoru. Jde o systém, který musí pokrýt všechny složky ve všech stádiích vývoje. Od malých dětí – u nás nemáme přímo Find Your Talent, ale máme něco podobného, inspirovali jsme se strategií Creative Britain – až po velké společnosti, které mají potenciál vyvážet své produkty do zahraničí.

Nakonec bych se rád vrátil k otázce, jak přesvědčit lidi ke spolupráci. Jak přimět dva odlišné světy, které si navzájem nevěří a nerozumí, aby se sblížily? Prvním krokem je nebát se ani jednoho z těchto světů. Druhým je potom osvěta. V té se snažíme jít za prezentováním strategií a politik, protože lidé už jsou lehce unaveni všemi těmi termíny, vládními strategiemi apod. Chtějí vědět, jaké skutečné akce podnikáme. Jde také o vyváženou debatu. Důležitou věcí, kterou jsme na ministerstvu udělali, bylo zřízení webové stránky, na kterou každý den přidáváme všechny články, které v Estonsku vyjdou o otázkách kreativních průmyslů, kulturních průmyslů, kultury a financí. A velká část těchto článků je k nám kritická; a to je v pořádku. Kritika je dobrá. Jsme rádi, že máme vyváženou debatu.

Považuji rovněž za důležité zapojit do procesu lidi z praxe, aby nějak reflektovali, co se děje, zda to funguje. Je třeba zapojit je do formulování politiky – potom se z nepřátel změní v přátele.

Až uděláte všechno, co jsem zde zmínil, tedy to, co jsme v Estonsku udělali, jak to nakonec udělat, aby byla kultura důležitá? To je velmi jednoduché. Musíte kulturu přesunout do středního proudu, do mainstreamové sféry. Musíte ji přesunout do samého srdce nebo alespoň blízko srdce jiných politických oblastí. Podíváte-li se na estonskou strategii udržitelných zdrojů, jedním z jejích pilířů je kulturní udržitelnost.

Poslední, co chci zmínit, je, že lidé, kteří říkají, že je třeba kulturu přesunout do středu dění, často zároveň stále očekávají, že bude na kulturu hleděno jako na něco výjimečného. Říkají, že oni, protože pracují v kultuře, jsou výjimeční, jiní. Naším vzkazem je, že nejsou nebo nejsme, jsme jako kterýkoli jiný sektor. Nechceme žádné výjimky, přistupujte k nám stejně jako ke všem jiným oblastem. Tento postoj je základem úspěšné politiky kreativních průmyslů.

Curriculum Vitae

Ragnar Siil vystudoval politické vědy na Univerzitě v Tartu se specializací na mezinárodní vztahy a veřejnou správu. Od roku 2005 pracuje na estonském ministerstvu kultury jako poradce ministra a poradce pro rozvoj; od roku 2007 je vedoucím odboru rozvoje a zodpovídá za strategické plánování a oblast kreativních průmyslů. Ragnar je členem pracovní skupiny Evropské komise pro kreativní průmysly v rámci otevřené metody koordinace (OMC). Vede estonskou komisi pro Úmluvu UNESCO o rozmanitosti kulturních projevů. Je také aktivním školitelem v oblasti strategií a komunikací. Učí žáky středních škol vystupovat na veřejnosti a trénuje estonské týmy pro světová mistrovství v debatování.

Odkaz:

www.kul.ee/index.php?path=0x1377x1274



Roel van de Ven

ministerstvo školství, kultury a vědy, Nizozemsko
**Panelová diskuze Příklady národních
strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky**

V zásadě bych se zde s vámi chtěl podělit o čtyři věci. Tou první jsou kreativní průmysly a Evropská unie. Tou druhou je potom něco, na co už jsme narazili dříve během dne – kreativní průmysly a finanční krize. Nebojte se, můj pohled bude trochu jiný než ty předešlé. Ptám se, zda v oblasti kreativních průmyslů potřebujeme státní politiku. Pro nás v Nizozemsku je odpověď jasná. Ano, potřebujeme. Přesto inkriminovanou otázku slyším znít denně, a dokonce čím dál častěji. Svou prezentaci uzavřu tím, že vám řeknu něco málo o konkrétní politice v Nizozemsku. Snažíme se dělat totéž, co dělají ve Spojeném království, hodně se britským modelem inspirováme. Ne že bychom ho úplně „vykrádali“, ale snažíme se inspirovat. Náš a britský model jsou si hodně podobné.

Část mé kariéry se odehrávala v mezinárodním evropském prostředí. Domnívám se, že je potřeba více zohledňovat kreativní průmysly v evropském kontextu. Evropská unie a kreativní průmysly by měly být více propojené. Národní politiky kreativních průmyslů samy o sobě nestačí. Otázka kreativních průmyslů je velmi populární, a to v celé Evropě. Nizozemsko k tomuto trendu také přispělo svým dílem, který má jednoduché vysvětlení. Pro EU není kultura stěžejní otázkou, členské státy potom naopak chtějí v kulturní oblasti udržet pravomoci ve svých rukou. Všichni pracujeme na základě řady studií, které dokazují, jak velkou mírou přispívá kreativita ke konkurenceschopnosti. Najednou máme fakticky podloženo, že kultura hraje ekonomickou roli. To samo o sobě je velkou příležitostí, rozhodně například pro ministry školství.

Díky studiím Evropské komise je kultura na pořadu dne. Vždycky ale existují nějaká ale. V rámci expertních skupin jsme udělali velký pokrok stejně jako v rámci závěrů Evropské rady a Evropského parlamentu. Stále pokračujeme v započatém procesu výměny zkušeností. Těžíme ze zkušeností jiných zemí, jako například Nizozemsko z britské zkušenosti. Přesto je potenciál mezinárodního trhu kreativních průmyslů mnohem větší. Je potřeba se dobře zamyslet, jak ještě víc můžeme využít Evropu. Například v Nizozemsku máme národní politiky, soustředíme se na národní společnost, ale myslím, že bychom mohli ještě hodně vytěžít z mezinárodní spolupráce napříč hranicemi v rámci EU.

Nyní tedy ke krizi. Můžeme krizi považovat za velkou příležitost? Rád přemýšlím o věcech v intencích velkých příležitostí. Tím, že moje práce spočívá v přesvědčování vlády, aby byla nakloněna kreativním průmyslům, musím samozřejmě a rád přemýšlet tímto způsobem. Nebo je krize naopak neúspěchem? Uvedu jeden příklad, ve kterém je krize silně přítomna právě v podobě neúspěchu. Tím příkladem je Fad Channel, což byl kanál, který byl v Nizozemsku synonymem kreativního úspěchu. Šlo o skupinu mladých lidí, kteří v 90. letech začali s internetovým vysíláním živých koncertů pop music. Dařilo se jim velmi dobře, dokonce získali několik cen. Projekt byl zkrátka na dobré cestě. Fad Channel byl podporován ze státních peněz, po nějaké době ale lidé z Fadu přišli s tím, že se dokážou obejít bez peněz z veřejného sektoru, že už mají dostatek soukromých sponzorů, že mají příjmy z reklamy apod. Před třemi týdny ale Fad skončil. Už nemohl ve svých aktivitách dále pokračovat – přišel o sponzory, zadavatele reklamy, měl problémy s intelektuálním vlastnictvím, autorskými právy. A tak tedy skončil. Normálně bychom jako vláda řekli, že jde o standardní věc. Společnosti prostě vznikají a zanikají. Naše vláda je ovšem tímto konkrétním příběhem znepokojena, protože šlo o modelový příběh. Fad Channel se stal výbornou platformou, dokázal si získat velký respekt od veřejnoprávních médií, spolupracoval s festivalem dokumentárních filmů stejně jako s řadou různých typů kulturních institucí – muzeí, knihoven atd. To všechno se nyní rozpadlo. Nebudu obhajovat názor, že vlády by měly zachraňovat společnosti. I kdybychom to chtěli dělat, brání nám v tom řada pravidel.

Dostávám se k otázce, zda v této oblasti potřebujeme veřejnou politiku. Domnívám se, že ano. I proto, že pokud bychom ji neměli, pokud bychom přestali podporovat nadějně iniciativy, ztratili bychom ve své zemi moc v oblasti kreativity a inovace. Tatáž argumentace potom platí pro Evropu jako celek.

Pokud mluvím o potřebě veřejných peněz, věřím, že většina z nás má podobnou zkušenost. Lidé z ekonomické oblasti říkají, že trh všechno zvládne sám. Už jsme ale udělali velký pokrok v přesvědčování lidí, že v oblasti kreativních průmyslů trh nefunguje automaticky. Je třeba podporovat spolupráci mezi sektory, odstraňovat překážky v oblasti intelektuálního vlastnictví. Potenciál kreativních průmyslů by mohl být využit mnohem lépe, než je v současné době, a to je právě středem zájmu naší politiky. Nyní se dostávám k politice konkrétně. Vtipkoval jsem, že jde jen o vykradený britský model, ale náš model se

opravdu velmi podobá britskému. Právě v současnosti se nacházíme ve fázi, kdy nás čeká úkol vytvořit novou politickou koncepci. Máme v plánu začít s novým programem inovace, na který jsme dostali 50 milionů EUR. Bude mít velmi podobné cíle jako ten, se kterým jsme pracovali dosud.

Nebudu zabíhat do detailů, ale chtěl bych říct, že se plně ztotožňuji s názorem, že je třeba více prosazovat horizontální přístup. Jednou z lekcí, kterou jsme dostali od Spojeného království, je následující. Zhruba před šesti až sedmi lety k nám přijel jeden kolega z Velké Británie a zeptal se nás, zda nějakým způsobem spolupracujeme přímo s premiérem. Premiéra jsme v Nizozemsku zapojili jako člena platformy pro inovaci, a tím jsme docílili, že se kreativní průmysly staly jednou z pěti priorit nizozemské politiky inovace. Zapojení premiéra se tedy ukázalo být velmi účinným.

Abych tedy shrnul své poznatky: Evropa musí být iniciativní. V Nizozemsku se domníváme, že krize je nejen dobrou příležitostí k investování do výstavby, do nových škol, čehokoli, co má okamžitý a viditelný efekt na zaměstnanost, ale také k investicím do kreativních průmyslů, protože ty v dlouhodobém plánu také přinesou výsledky. Rovněž věříme v přímý ekonomický efekt, nepřímý se vždy dostaví přirozeně po něm. Hodně se orientujeme na veličiny, jejichž efekt lze podložit důkazy, na statistiky, které například dokazují, jak moc kreativní průmysly vytváří nová místa. Což konkrétně v době ekonomické krize považujeme za důležitý argument.

Curriculum Vitae

Roel van de Ven vystudoval mezinárodní právo na Leydenské univerzitě. V letech 1986–1998 pracoval na Institutu mezinárodního a evropského práva T. M. C. Assera v Haagu, kde také působil jako výzkumný pracovník a zástupce ředitele. V tomto období získal rozsáhlé zahraniční zkušenosti jako učitel a poradce v oblasti mezinárodního hospodářského práva.

V roce 1998 začal pracovat na nizozemském ministerstvu školství, kultury a vědy jako vedoucí politický poradce pro (mezinárodní) kulturní politiku. Na léta 2005–2008 byl jmenován poradcem na Stálém zastoupení Nizozemska při Evropské unii v Bruselu. V současné době má Roel van de Ven na ministerstvu školství, kultury a vědy na starosti oblast e-kultury, duševního vlastnictví a kreativních průmyslů.

Odkaz:

www.cultuureneconomie.nl



Sylvia Hustedt

ředitelka Spolkového centra pro umění, Německo
Panelová diskuze Příklady národních strategií a politik v oblasti kreativní ekonomiky

Michael Söndermann je členem Skupiny kreativního obchodu (Creative Business Group), které bylo německou federální vládou zadáno vypracování zprávy o kulturních a kreativních průmyslech v Německu. Zpráva¹ byla dokončena v únoru 2009 a již byla představena širokému publiku v rámci prezentace v Berlíně.

Michael zde chtěl dnes prezentovat nejdůležitější poznatky, které ze zprávy vyplývají. Naneštěstí onemocněl, a tedy místo něj promluví já. Jakožto ředitelka Spolkového centra pro umění pracuji v oblasti kulturních a kreativních průmyslů již několik let. Rovněž jsem se účastnila celého přípravného procesu, který předcházal tvorbě výše uvedené zprávy.

Kompletní verze zprávy bude k dispozici na konci dubna tohoto roku. Nyní bych ráda promluvila o obsahu zprávy a procesu, jakým vznikala. Nejen v Německu, zároveň ale i v Německu si debata o kulturních a kreativních průmyslech již získala relativně velkou pozornost ze strany veřejnosti. Kulturní a kreativní průmysly se zbavily nálepky pouhé imageové záležitosti a jsou nyní považovány za ekonomický faktor, který je třeba brát v potaz. Kulturní a kreativní průmysly také mohou sloužit jako model pro širší ekonomické struktury, především pak proto, že motivují inovaci, a to nejen inovaci ve svém vlastním rámci, ale i inovaci v jiných sektorech.

Hospodářská politika a politika inovace, která má za cíl podporovat a rozvíjet možnosti inovace již tedy dnes v sobě zahrnuje i oblast kulturních a kreativních průmyslů. Německá federální vláda proto zahájila proces výzkumu této oblasti, která se rozkládá napříč různými sektory. Na základě výsledků průzkumu budeme následně schopni vytvořit strategie a nástroje, pomocí nichž budeme moci tuto oblast dále rozvíjet a podporovat. Zpráva, o které mluvím, je důležitou, ne však jedinou částí celého procesu.

Zpráva o kulturních a kreativních průmyslech má v zásadě čtyři části. První je definice kulturních a kreativních průmyslů, druhou částí je pojednání o ekonomických trendech v oblasti kulturních a kreativních průmyslů v Německu. Na základě vyplývajících faktů probíhají na vládní úrovni práce na analýze kontextu podpory kulturních a kreativních průmyslů. Také pro-

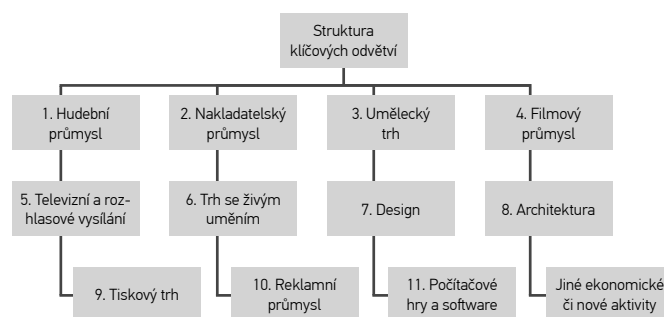
bíhají analýzy nejlepších příkladů a zkušeností v této oblasti, a to jak na národní, tak na mezinárodní úrovni. V rámci celého procesu také dochází k řadě doporučení ze strany vlády.

Nové jsou ve zprávě dva aspekty. Prvním je vnitřní segmentace a druhým harmonická definice a klasifikace kulturních a kreativních průmyslů. Oba aspekty jsou v německém prostředí na prostou novinkou.

Nejprve tedy o definici. Kulturní a kreativní průmysly v německém kontextu zahrnují pouze tržně orientované kulturní a kreativní průmysly. Nepatří mezi ně tedy nezisková sféra. Dále potom dělíme v našem pojetí kulturní a kreativní průmysly na centrální odvětví.

Další částí definice je kreativní jádro. To není v této oblasti tak jednoduché vymezit. Například v automobilovém průmyslu je kreativním jádrem automobil. O kulturních a kreativních průmyslech potom říkáme, že jejich kreativním jádrem je kreativní akt (tím myslíme jakýkoli akt – literární, architektonický, hudební apod.), který spadá do jednoho ze zde znázorněných jedenácti odvětví.

Struktura klíčových odvětví



Možná se ptáte, proč v Německu klademe takový důraz na definici a klasifikaci. Domníváme se, že oblast kulturních a kreativních průmyslů v sobě nese určitá specifika. Tedy strukturální specifika a potřeby, které tuto oblast odlišují od jiných průmyslů. Naším cílem bylo a stále je nahlédnout tento sektor více do hloubky, lépe jej pochopit a mít pak možnost rozvinout strate-

¹ FESEL, Bernd – SÖNDERMANN, Michael. *Culture and Creative Industries in Germany*, Bonn, German Commission for UNESCO, 2007, ke stažení na www.unesco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Bibliothek/culture_and_creative_industries.pdf

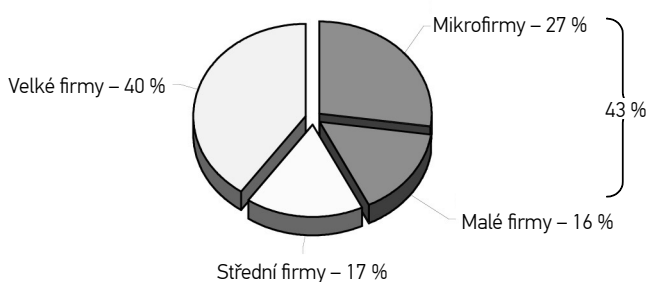
gie a nástroje, které mu budou „sedět“ a umožní jeho efektivnější podporu. K tomu je zapotřebí podrobná a přesná znalost struktury sektoru stejně jako procesů, které v jeho rámci probíhají. Navíc je německá klasifikace kompatibilní jak s klasifikací evropskou, tak s britským pojetím kreativních průmyslů.

Vnitřní segmentace, o které jsem hovořila, je následující. V rámci sektoru existují velké společnosti, malé a střední podniky a také mikrosocietnosti nebo lidé na volné noze. Zpráva mluví o tom, že v rámci práce s kulturními a kreativními průmysly je třeba brát zřetel na toto rozdělení a pracovat s každým typem společnosti jinak, dle jeho specifických strukturálních požadavků. Na základě této klasifikace následně probíhá průzkum podílu kulturních a kreativních průmyslů s ohledem na přidanou hodnotu, kterou vytvářejí, na zaměstnanost nebo na podíl žen, jež v nich pracují.

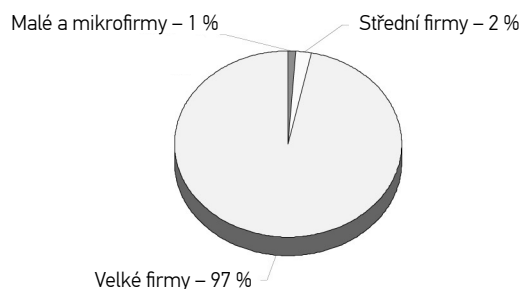
Všechna tato zjištění tvoří základ analýzy kontextu pro podporu kulturních a kreativních průmyslů, která probíhá na vládní úrovni. Jde o analýzu usilující o stanovení co nejlepších možných postupů a doporučení, o dosažení co nejlepší možné strategie.

Co se týká doporučení. Jsou mezi nimi takové věci jako vytváření nových programů pro společnosti, které jsou inovativní, vývoj nových modelů financování, které povedou k jednoduššímu přístupu k financování, zakládání poradenských sítí, což konkrétně znamená jediné, a to je vzdělávání. Dále jde také o rozšiřování pojetí inovace tak, aby toto pojetí vyhovovalo kulturním a kreativním průmyslům, tedy konkrétně jde o podporu netechnologické inovace, která se v rámci kulturních a kreativních průmyslů odehrává primárně. A v neposlední řadě máme také plán na podporu vývozu produktů kulturních a kreativních průmyslů.

**Kultura a kreativní průmysly,
distribuce obrátů – 2006**



**Automobilový průmysl,
distribuce obrátů – 2006**



Curriculum Vitae

Sylvia Hustedt je výkonná ředitelka společnosti GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V. v CÁCHách a z titulu své funkce se zaměřuje na poradenství společnostem působícím v oblasti kultury. Společnost GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V. je častým účastníkem národních i mezinárodních odborných konferencí a je uváděna jako dobrý příklad v odborných publikacích. Sylvia Hustedt je spoluautorkou studií a analýz na poli poradenství malým zájmovým stranám v kultuře a kreativní činnosti. Dále pracovala v týmu magistrátu v CÁCHách, který vyhotovil koncepci a žádost na projekty INTERREG, a zajišťovala

projektový management a realizaci tohoto projektu pro město CÁCHy. Do roku 2011 bude působit také jako projektový manažer v projektu INTERREG IVB ECCE Innovation (Developing Economic Clusters of Cultural Enterprises), který se věnuje novým možnostem na kulturním trhu. Jako asistentka vyučuje zakládání společností podnikajících v kultuře v Zentrum für Internationales Kunstmanagement na Hochschule für Musik v Kolíně nad Rýnem. Vystudovala management na univerzitě v Hannoveru a práva na univerzitě v Brémách.

Odkaz:

Odkaz: <http://www.kulturunternehmen.info>

Shrnutí moderátorky (Ritva Mitchell)

V polovině naší debaty o národních politikách a národních agendách pro kreativní průmysly se připojil Richard Florida a svým způsobem debatu přerušil. Slyšet jej hovořit o náladě, která v souvislosti s ekonomickou krizí panuje ve Spojených státech, bylo velmi zajímavé. Osobně jsem si z jeho řeči odnesla, že je třeba restrukturovat roli Spojených států, které především krizi způsobily. Pro Spojené státy nastalá situace znamená skutečný reset. Je třeba přehodnotit způsob, jakým funguje vládní systém a konzumní společnost. Richard Florida zároveň vyjádřil naději, že takzvaná kreativní třída bude přicházet o práci v důsledku krize až jako poslední. To je samozřejmě dáno tím, že práce v této sféře je nejisté a problematická i za standardních okolností, a kreativní sektor se tak naučil fungovat v jiných, těžších podmínkách než například systém továrenské výroby nebo sektor služeb. Mnozí by bývali jistě chtěli k Floridově řeči leccos dodat nebo se proti ní ohradit, ale jak víme, Richard Florida má již dlouhou dobu obrovský vliv na evropské politiky, například i do mé země je často zván, aby představil své názory. Dá se říci, že do značné míry ovlivnil politiku, především na městské úrovni. Jak starostové přistupují ke „svým“ městům, usilují o jejich rozvoj, snaží se aplikovat kreativní přístup v oblasti výzkumu, projektování nebo technologie.

Tématem, o kterém jsme měli v rámci panelu diskutovat, bylo téma horizontálních národních politik směrem ke kreativním průmyslům nebo kreativním ekonomikám. Ti z vás, kteří sledují vývoj evropské kulturní politiky, vědí, že v 80. letech se o kreativních průmyslech odehrávala intenzivní debata. Probíhala ale pouze na úrovni ministerstev kultury a státních kulturních institucí. Nebyla do ní zapojena ministerstva práce, hospodářství nebo obchodu, plánovači, nebyly v ní zohledňovány inovační politiky. Byli jsme v tom vlastně sami a snažili se za daných okolností plánovat a vymýšlet různé věci.

V té době byla v tomto směru nejvíce rozvinutá Francie, a tak jsme všichni sledovali iniciativy a fondy, které Francie v oblasti kulturních průmyslů vytvářela. Nyní, o 25 let později, se nacházíme v naprosto odlišné situaci. Tím pomyslným vůdcem je Velká Británie, jako model slouží to, jak s konceptem kreativních průmyslů a ekonomik pracují Britové. Z úst nizozemského kolegy v rámci panelu zaznělo, že nizozemská politika kreativního průmyslu je v podstatě produktem procesu kopírovat-vložit. Je skutečně pravdou, že mnohé národní parlamenty

posílají své experty do Velké Británie, aby viděli, jak tato země za posledních dvanáct let rozvinula své kulturní politiky. Většina z vás také zcela jistě četla dokument o kreativitě z roku 1997.¹ Dnes ještě tak úplně nevíme, jak moc úspěšné tyto politiky jsou.

William Calladine, který nám přednesl zprávu o kreativní ekonomice nebo kreativní Anglii, konkrétně o programu nových talentů v kreativní ekonomice, tvrdí, že stále ještě nevíme, jak úspěšné budou programy, které byly v minulých letech aplikovány. Zatím neexistuje mnoho důkazů a informací o tom, čeho a do jaké míry bylo ve Velké Británii v poslední dekádě dosaženo. V každém případě je evidentní, že všechny národní vlády se díky této agendě snaží vytvořit nové typy partnerství a vazeb napříč různými ministerstvy, např. ministerstvy kultury a obchodu nebo ministerstvy zahraničí. To je také případ Velké Británie, kde British Council vytvořil velmi efektivní program kreativních průmyslů, který působí na mezinárodní úrovni. A řada dalších zemí jde ve stopách Velké Británie, např. ve Finsku funguje podobný program, založený na finských kulturních institutech v různých zemích Evropy.

Klíčovou otázkou zůstává, zda má téma kreativních průmyslů a kreativních průmyslových programů spadat čistě pod ministerstva kultury. Ministerstva kultury ovšem nemají adekvátní nástroje, jak tyto programy aplikovat, jelikož se jedná především o hospodářské programy. Jde o takové věci, jako např. počáteční kapitál, výzkum a vývoj, přístup k trhům a produktový vývoj. Všechny tyto problémy tradičně spadaly do kompetence ministerstev hospodářství. Ministerstva hospodářství samozřejmě mají vytyčené obecné hospodářské politiky, které teoreticky lze aplikovat na kreativní průmysly, ovšem kreativní průmysly se od klasických průmyslů velmi liší. Jde o mikrospolečnosti, za kterými často stojí jen jeden člověk. A takové společnosti nemohou žádat o peníze z fondů ministerstev obchodu nebo hospodářství. To znamená, že tyto mikrospolečnosti potřebují pomoc a iniciativy zvenčí. Samozřejmě kdyby tu byl John Howkins, ohradil by se, tvrdil by, že nemá smysl dávat takovým společnostem peníze, že jim lze pomoci tím, že vytvoříme určitý druh kreativního ekosystému. Ale já nevěřím, že to takto může fungovat. Takovéto společnosti potřebují pomoc, počáteční kapitál, možnost riskovat.

¹ *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries* (2007), ke stažení na www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3672.aspx/

Otázkou je, jak organizačně strukturovat takový sektor, jak vytvořit programy pro malé společnosti nebo například i lidí, kteří v rámci kreativního sektoru pracují na volné noze.

Včera jsme se dozvěděli, že bude zahájena příprava návrhu na toto téma. Osobně doufám, že bude vytvořen nový dobrý program, protože se zde bavíme o lidech, kteří nejenže nemají možnost čerpat podporu v rámci mechanismů EU, ale jsou také znevýhodněni v přístupu ke zdrojům ve své vlastní zemi. Důvodem je fakt, že ministerstva kultury nejsou v pozici, ze které by mohla podporovat malé společnosti. Naopak, financování směřují k veřejně podporovaným institucím. Na druhou stranu ministerstva obchodu a hospodářství mají rozsáhlé programy financování pro společnosti, nikoli však pro takto malé společnosti. Politici, kteří se podílejí na utváření programů pro rozvoj, tedy čelí velké výzvě a měli by se jí postavit společně.

V rámci panelu promluvil můj krajan, předseda Sitry Mikko Kosonen. Předpokládám, že sem byl pozván, aby promluvil o umění a inovaci. Jeho řeč se mi nelíbila, nicméně zmínil jednu věc, kterou považuji pro současnou Evropu za velmi důležitou. Politika inovace stojí v samém středu evropských politik. Ovšem definice inovace v rámci těchto politik je velmi úzce vymezená, omezuje se takřka jen na technologickou inovaci, a peníze v rámci této oblasti tak jdou víceméně hlavně na výzkum a vývoj, a nikoli do umění. Je tedy nutné přesvědčit lidi, kteří za to zodpovídají, že proces inovace se neodehrává jen ve vědě a technologii, že v kulturních produkcích dochází k inovacím netechnického rázu. To by pro nás mělo být další výzvou do budoucna. Doufám, že se nám v tomto ohledu podaří zahájit spolupráci jak na evropské, tak i na národní úrovni.

Bohužel jsme se v rámci našeho panelu nedostali k jednomu tématu, které původně bylo na pořadu dne, a to konkrétně k otázce, zda by v nových členských státech EU měly být uplatňovány jiné typy politik. Jeden z účastníků panelu, Estonec, vyjádřil názor, že problémy i nástroje jsou všude stejné, proto bychom měli všichni pracovat dohromady, učit se od sebe navzájem, vyměňovat si dobré zkušenosti a doporučení; a především učit se z chyb druhých.

Mnoho států se dnes nachází ve fázi přípravy národní agendy – politické programy strategií kreativních průmyslů – a chtějí čerpat inspiraci a zkušenosti z jiných zemí. Jedním z důležitých nástrojů této vzájemnosti je samozřejmě otevřená metoda koordinace (OMC) a pracovní skupina kreativních průmyslů v rámci EU.

Kreativita a společnost

Panel 2A: Občanská společnost ve věku kreativity



Xavier Troussard

oddělení pro kulturní politiku a mezikulturní dialog,
Generální ředitelství Evropské komise pro vzdělávání a kulturu (DG EAC), Belgie
Panelová diskuze Občanská společnost ve věku kreativity – moderátor

Pracuji s Vladimírem Suhou v Evropské komisi, konkrétně na Generálním ředitelství pro vzdělávání a kulturu, kde mám na starosti oblast kulturní politiky a mezikulturního dialogu. Debata, která se tu odehrávala včera, se týkala především vztahů mezi kulturou, kreativitou a ekonomikou. Včera došlo na koncepty a myšlenky, které se vztahují k obecnějším tématům, k realitě v její celistvosti a všeobecnějším souvislostem, včetně sociálních aspektů. Nicméně dnešní dopoledne věnujeme tématu občanské společnosti. Zaměříme se na otázky, které ve svém projevu zdůraznil Václav Havel, a to jak nám kultura a kreativita mohou být nápomocny při kultivaci společnosti a při vytváření smysluplných komunit. Jak již dnes ráno předeslal komisař Figel, zaměříme se na otázku lidských práv. Z toho logicky vyplývá, že náš panel se pravděpodobně nepone v tolik odlehčeném uvolněném duchu, jako tomu bylo u několika předešlých panelů, naopak bude spíše zatížen kritickým přístupem.

Je tu se mnou dohromady pět panelistů, to jest pět provokativních myslí, pět odhodlaných lidí působících jako aktivisté ve svých oblastech, dva z nich jsou zároveň umělci. Náš panel se bude odehrávat dle následujícího pravidla: každý z panelistů dostane osm minut na svou prezentaci, poté dostanete slovo vy, budete moci klást otázky a vznášet připomínky a k těm se znovu každý panelista bude moci krátce vyjádřit.

Curriculum Vitae

Xavier Troussard, vedoucí oddělení pro kulturní politiku a mezikulturního dialogu Generálního ředitelství EK pro vzdělávání a kulturu, vystudoval ve Francii a Belgii mezinárodní a evropské právo. Od roku 1989 pracuje v různých odborech a sekcích Evropské komise. Začínal na Generálním ředitelství pro informace, komunikaci, kulturu a audiovizí (DGX) Evropské komise. O tři roky později byl jmenován odborným poradcem pro horizontální a mezinárodní hlediska v kultuře a jako vyjednavč Evropského společenství se zasadil o Úmluvu o ochraně a podpoře kulturní diverzity. Dále se zasadil o propagaci kulturní diverzity v oblasti vnější vztahů EU a na mezinárodních fórech a především byl členem přípravného týmu Evropského roku mezikulturního dialogu (2008).

Odkaz:

http://ec.europa.eu/staffdir/plsql/gsys_fonct.properties?pLang=EN&pSernum=16293



Gottfried Wagner

ředitel Evropské kulturní nadace, Nizozemsko

Panelová diskuze **Občanská společnost ve věku kreativity**

Jsem velmi rád, že mohu vystoupit v rámci panelu, na jehož programu jsou i projevy umělců, protože je tomu od včerejšího zahájení poprvé, tedy kromě vystoupení Václava Havla. Osobně se domnívám, že vést debatu, která se zde vede bez samotných tvůrců, je velmi podivné. Tedy ještě jednou velmi děkuji přítomným umělcům a těším se na snad velmi živou debatu.

Mou výchozí tezí je, že zde vytváříme nový fetiš. Děláme z kreativity fetišistický objekt. To úzce souvisí s tím, co už jsem zmínil, tedy s absencí samotných tvůrců v procesu. Všichni tady jsme politici, zprostředkovatelé, kulturní manažeři, ale nejsme tvůrci, nejsme umělci, a jako takoví tedy v současném ekonomickém kontextu máme tendenci utvářet nový fetiš – kreativitu. Házíme slovy, která zní dobře, obchodujeme se slovy typu kreativita. Děláme to i tady, na této konferenci. Jelikož je ale tato konference o budoucnosti Evropy ve smyslu kulturních politik, je třeba, abychom tu opravdu odvedli dobrou práci, abychom se k věcem postavili čelem a nezůstali jen na povrchu. Pokud se nám to nepodaří, bude naše ohánění se slovem kreativita jen něčím na způsob tibetských modliteb, které čím častěji jsou opakovány v evropském kontextu, tím méně přesvědčivými se stávají. Stejně tak se naše plácání stává méně a méně důvěryhodným, především v očích občanů, protože ti mají zvláštní instinkt, který jim umožňuje poznat, zda mluvíme naprázdno, zda se jen oháníme prázdnými slovy. Umělci a občané, obě tyto skupiny to poznají.

Proto si zde dovoluji jak z metodologických, tak z politických důvodů nesouhlasit s některými názory, které zde včera a dnes zazněly. Myslím, že se všichni shodneme na tom, že kreativita je hodnotná věc, nicméně nesouhlasím s tím, jak je tu k ní často přistupováno. Jako důkaz tohoto tvrzení se přímo nabízí samotný fakt, že se tato konference koná uprostřed města, které po staletí přímo srší kreativitou. Jako kontrast k tomu si kladu otázku, co tu skutečně na poli kreativity uprostřed kreativního města vyprodukuje my. Jaký konkrétní přínos pro kreativitu má naše setkání, naše debatování, na které jsme všichni tak pyšní. Má první otázka zní: „Co je nového, kočičko?“ Smějete se, beru to jako výraz souhlasu. A sám si rovnou odpovím: „Nic moc.“ Podíváte-li se zpět na řeckou civilizaci, na období renesance, secese, na myšlenky Waltera Benjamina nebo Pierra Bourdieua, zjistíte, že náš přístup nepřináší nic moc nového. A trůfám si tvrdit, že osobně nenacházím mnoho nového v přístupu ani těch největších profesorů, kteří zde včera promluvili.

Jediné, co by snad mohlo být nové, je obrat k něčemu na způsob sociální demokracie. Máme za sebou období buržoazního i aristokratického kontextu a možná právě teď jsme svědky toho, jak se kreativita stává sociálně demokratickou hodnotou. Dokonce bych spíš řekl – sociálně demokratickou hodnotou postindustriální doby. A není žádným překvapením ani zázrakem, že tato tendence přichází ze Spojeného království; kreativní průmysly ve stylu New Labour. Nicméně všichni víme, jak to s New Labour dnes vypadá.

Zadruhé se domnívám, že kreativita v tom směru, v jakém ji zde obchodujeme, může znamenat cokoli pro kohokoli. Je otevřená jakékoli interpretaci, a to je nebezpečné, protože slovo kreativita se tím pádem stává prázdným pojmem.

Zatřetí to, co jsem zmínil zadruhé, je důvodem, proč existují tak různorodé přístupy ke kreativitě. Včera z úst Richarda Floridy nebo možná z úst jednoho z jeho kolegů zaznělo, že Hollywood vznikl tak daleko od Washingtonu, aby byl co nejdál od jeho politického vlivu. V tuto teorii sice nevěřím, nicméně jde o dobrou metaforu. Poté jsme si v roztomilé prezentaci pracovníka z britského ministerstva kultury (MKMS) poslechli o něčem, co – odpusťte mi ten přírůdek, trochu samozřejmě přeháním – zavánělo návratem sovětského pětiletého plánování. Britské ministerstvo skutečně má systém, v rámci něhož posuzuje a plánuje všechno, na všech možných úrovních, v dlouhodobém horizontu, systém, který tak trochu připomíná sociální inženýrství. Možná, že ten systém funguje, nevím. Co mi ale připadá zajímavé, je rozpor mezi tzv. přístupem „žádný stát“ a na druhé straně přístupem „totální stát“.

Domnívám se, že kreativita (mluvil tady o tom Václav Havel a mezi všemi těmi ostatními příspěvky ten jeho zněl jako volání z jiné planety) je především o smyslu, nikoli o marketingu a reklamě. Pokud nemá smysl sama o sobě, pak je k ničemu. Václav Havel to ve své řeči nazval spiritualitou a použil přírůdek katedrály jakožto místa, kde má kreativita význam. Já bych k tomu dodal, že katedrála je příkladem, kdy se ke kreativitě přidává i umění. K tomuto novému významu nepotřebujeme kněze a Richard Florida je pro mě osobně téměř nejděradnějším příkladem, jak věci nefungují. Sepíše jakousi Bibli, udělá jí velké promo zacílené na své dosavadní i potenciální příznivce. A to nejhorší, co jsem si osobně odnesl z jeho příspěvku, je, že nemá žádné otázky, jen odpovědi, odpovědi na všechno. To je pro mě osobně totalitní přístup a nerozumím tomu, proč je Florida jakožto nositel tohoto přístupu pro tolik lidí tak fascinující.

Za další se domnívám, že kreativita dokáže vyprodukovat téměř cokoliv. Zdárným příkladem je kauza Bernarda Madoffa a jeho kolegů, což jsou velmi kreativní chlapíci, kteří měli posledních dvacet let vliv na finanční trhy. To je destruktivní podoba kreativity, tihle pánové se stali kreativními ničiteli naší ekonomiky a osobně jsem zásadně proti tomu, abychom to my platili.

Dostávám se k poslednímu bodu své prezentace, který je zároveň bodem nejsložitějším. Jde o vztah mezi kreativitou a konkurencí. Kreativita zní a v očích většiny z nás je jakýmsi nevinným konceptem. Do velké míry také skutečně může naplňovat atribut nevinnosti. Je produktivní, může ale také být destruktivní – byli jsme toho svědky po celé 20. století. Většina z nás je stále slepě přesvědčena, že jde o nevinnou produktivní kategorii. Podíváme-li se na konkurenci a soutěživost, tam už si velká řada z nás není jistá. Je nám neustále předkládáno, že musíme být maximálně soutěživí a konkurenceschopní, jinak se staneme muzeem planety a našim hlavním zdrojem příjmů budou čínští

turisté. Princip, který je nám předkládán, je následující: nebudeme-li extrémně chytří, bystří, rychlí a kreativní, neuspějeme a spadneme na ocas světové ekonomiky. A v tom okamžiku se konkurenceschopnost a kreativní soutěživost stávají defenzivními a exkluzivními hodnotami. Tlačí jednotlivce, aby soutěžili se státy, státy, aby soutěžily mezi sebou, Evropu, aby soutěžila se zbytkem světa, a nakonec je vlastně jen bleděmodrou verzí darwinistického přístupu, který říká, že jen ti nejrychlejší, nejštíhlejší a nejbystřejší přežijí.

Osobně se domnívám, že bychom měli řešit mnohem globálnější problémy. Navrhuji Evropské komisi a celé občanské společnosti, aby se zaměřily na vytvoření nové občanské kreativity, která přispěje – jak to zde včera řekl Tomáš Sedláček – k vývoji od soutěživosti a konkurence ke spolupráci. Řada z problémů, kterým musíme čelit, je tak kosmopolitních a globálních, že pokud nezačneme kreativně spolupracovat, usoutěžíme se k smrti.

Curriculum Vitae

Gottfried Wagner je ředitelem Evropské kulturní nadace (ECF) od ledna 2002. ECF je nezávislá evropská nezisková organizace, která podporuje kulturní spolupráci s cílem posílit proces evropské integrace. Pod vedením své mezinárodní rady, poradního sboru a sítě výborů na národní úrovni vykonává ECF svoje poslání ve třech hlavních oblastech, jimiž jsou granty, programy a tvorba kulturní politiky. Jde o nadaci registrovanou podle zákonů Nizozemského království.

Do roku 2002 byl Gottfried Wagner ředitelem rakouské neziskové organizace KulturKontakt Austria, zaměřené na spolupráci v oblasti vzdělávání a kultury se zeměmi střední, východní a jihovýchodní Evropy. Pracoval také na rakouském ministerstvu školství, vědy a kultury, kde měl na starosti oblast spolupráce ve školství se zeměmi střední a východní Evropy. Gottfried Wagner se narodil v roce 1950. Vystudoval filozofii a německou literaturu na Vídeňské univerzitě. Pracoval jako učitel, přednášel na vysokých školách a pak se specializoval na problematiku řízení a organizačního rozvoje.

Odkaz:

www.eurocult.org



Natalia A. Koliada

generální ředitelka a spoluzakladatelka Běloruského svobodného divadla, Bělorusko
Panelová diskuze Občanská společnost ve věku kreativity

Abyste pochopili mou situaci, přijela jsem sem se dvěma příspěvků – autorem prvního je můj manžel, autorem druhého pak Goran Stefanovski, výborný makedonský dramatik. Nakonec jsme společně s Davidem Černým přišli na možnost, jak zde vzhledem k časové tísní přednést obě mé řeči – rozdělíme si je: já začnu a David můj projev dokončí. David říkal, že mu to tak naprosto vyhovuje, protože tak jako tak nemá připravenou žádnou prezentaci a k tomu si potřebuje číst SMS. To mě přivedlo na nápad, jak se z této prekérní situace dostat. Abych dostala požadavku stručnosti, prostě tu jen přečtu tři SMS, které mi včera přišly z mé domoviny, z Běloruska. První z nich byla od naší divadelní manažerky, která v současné době shání prostor, kde bychom v Minsku mohli na začátku dubna odehrát undergroundová představení. Ve zprávě od ní stálo: „Zkusili jsme to ve 46 zařízeních, nikde jsme nepořídili, tedy zase nebudeme hrát v žádném klubu, zase jen v soukromých bytech.“ Druhá SMS přišla od mého dobrého přítele, bývalého ministra zahraničí Běloruska – odstoupil z funkce poté, co se v roce 1996 Lukašenko znovu dostal k moci. Ten nám napsal: „Udělejte všechno pro to, aby Lukašenko nebyl pozván na květnový summit EU v Praze.“ Poslední SMS nám pak přišla od rodičů a stálo v ní: „Kvůli tomu projevu, co se chystáš přednést v Praze, tě určitě zase zatknou.“

Pravděpodobně už ani nemusím pokračovat, protože tyto tři zprávy o realitě v naší zemi vypovídají dost. Nicméně se tak jako tak pokusím prezentovat zde alespoň části toho, co mělo původně dnes zaznít.

Já a lidé, se kterými pracuji, jsme samozřejmě přesvědčeni, že kreativita nějakým způsobem posunuje naši zemi dál. Nicméně je třeba držet v patrnosti, že veškerá kreativní aktivita v Bělorusku vychází z undergroundu a veškerý veřejný prostor v Bělorusku je taktéž prostor undergroundu. U nás se držíme dávné tradice, jejíž počátky sahají do dob Sovětského svazu. Je to tradice státem daného vztahu mezi umělcem a mocí, tradice kontroly nad umělcem, zavírání umělců na psychiatrické kliniky a do vězení. V Bělorusku čelíme dvěma úzce souvisejícím problémům: na jedné straně se potýkáme s režimem, který se ze všech sil snaží kreativitu zadupat do země, na druhou stranu jsme si vědomi toho, že tentýž režim kreativitu stimuluje právě tím, že se jí snaží potlačit. Klademe si otázku: „Je něco pozitivního na tom, že deset milionů lidí žije v diktátorském režimu, protože tento režim stimuluje jejich kreativitu?“

Není jednoduché najít na totalitě a její roli v rozvoji umění nějaká pozitiva. Nedávno jsem četla knížku Snadná cesta, jak odvyknout kouření, jedna z kapitol v té knížce se jmenovala Pozitivní stránky kouření – sestávala jen z řady úplně prázdných běloskvoucích stránek. Chci tím říct, že diktátorský režim nemá žádná pozitiva.

Setkáváme se s velkým zájmem o naše aktivity ze strany zahraničních kolegů a partnerů. Například v blízké budoucnosti se k nám chystají delegace z Francie, Švýcarska, Spojeného království, Itálie, Nizozemska, Irska a Spojených států. Všem těmto lidem říkáme, že pokud se k nám opravdu vydají, existuje reálné riziko, že budou zatčeni. Všech se ptáme, zda to riziko chtějí podstoupit. Odpovídají, že ano, že si téměř přejí být zatčeni v Bělorusku. Je to zvláštní pocit, když se vám jakožto Bělorusovi či Bělorusce dostane takové odpovědi. Nebo když vám zahraniční novináři říkají, že přijde den, kdy na tuhle dobu budeme vzpomínat jako na nejkrásnější období našich životů, na období, kdy jsme byli součástí odboje. Přála bych si, aby už konečně nastal ten okamžik, kdy budu moci na tuhle dobu vzpomínat jako na tu nejkrásnější v životě.

Pro nás je velmi důležité, že tu můžeme být, a to především ze dvou důvodů. Organizujeme naše aktivity na základě rad, kterých se nám dostává od našich dvou patronů. Prvním z nich je Václav Havel, druhým Tom Stoppard. Jednou z rad, kterých se nám dostalo od Václava Havla, je, že musíme mluvit nahlas a otevřeně a že se musíme snažit vše brát s ironií, jinak pojdem. O to se tedy ze všech sil snažíme. Tom Stoppard nám mimo jiné dal radu následující: je třeba vždy stát na správné straně, na straně morálky. A to i když je člověk svědkem toho, jak mu zabijí nebo zavřou přátele nebo rodinu.

Nakonec chci říct následující. Naše iniciativa, tedy iniciativa Belorussian Free Theatre, je globální uměleckou asociací vyslanců lidských práv. A abychom tento svůj status potvrdili, apelujeme zde na celou uměleckou komunitu na celém světě, aby vyvinula tlak na své vlády, své politiky, aby zabránili účasti posledního evropského diktátora na summitu EU, který se toto jaro koná v Praze. Zabraňte příjezdu posledního evropského diktátora do města sametové revoluce, do města Jana Palacha a Jana Zajíce, do města Plastic People of the Universe a Václava Havla. Všichni političtí představitelé musí pochopit, že toto je pro Evropu velká výzva: až padne diktátorský režim v Bělorusku, bude Evropa poprvé v historii kontinentem, na kterém

neleží žádný totalitní stát. Dnes se takovýmto statusem může pochlubit pouze Severní Amerika a Austrálie.

Stručně se zmíním o financování. Je jasné, že je těžké dostat finanční podporu, především pro umělecké projekty. Nicméně i v Bělorusku máme pár zdárných případů, že to občas jde. Jedním z nich je například rozsáhlý projekt, který se jmenuje Eupica – Evropské výzvy. V rámci tohoto projektu jsme se rozhodli nastolit téma unie. Projekt byl zásadně podpořen švédskou stranou a částečně také Evropskou kulturní nadací. Především jedna jeho část se ukázala být velmi úspěšnou a spontánní. Do Běloruska pozvali čtrnáct dramatiků z Evropy a Spojených států, aby napsali hry o problémech, které považují ve svých zemích za zásadní. Jejich návštěva se uskutečnila v době, kdy si běloruská policie připravila velký zátah mezi umělci. A tak všichni tito zahraniční dramatici unikli zatčení jen proto, že můj muž před policií uhádal, že jde o cizince. Všechna čtrnáct po běloruské zkušenosti přepsalo své hry, protože si uvědomili, že problémy, kterým čelíme v Bělorusku, jsou skutečné problémy, nesrovnatelné s tím, čemu se do té doby chtěli ve svých hrách věnovat.

Máme pocit, že klesá počet uměleckých děl, která by se kriticky vyjadřovala k současné politické a společenské situaci. Umění ztrácí roli hybatele společnosti a koncentruje se jen v oblasti zábavy. Víme, jak moc je pro naše spoluobčany v Bělorusku

těžké být pod drobnohledem okolí, především ze strany politických zajatců, příbuzných lidí, které režim dal zabít nebo nechal unést; nebo příbuzných těch, které režim donutil k sebevraždě – jako naposledy před dvěma měsíci v Minsku 33letá žena, která byla odsouzena ke dvěma letům vězení, raději spáchala sebevraždu. Měla pětileté dítě. V blízké době se na návštěvu poslední evropské diktatury chystá Xavier Solana. Je velmi důležité, aby jak běloruští, tak zahraniční umělci podporovali politické a společenské změny v naší zemi. Všichni si musíme uvědomit, že až padne totalitní režim v Bělorusku, na hranice Evropy zaklepou stovky talentovaných Bělorusů a Bělorusek, kteří zatím musí čelit nikoli problematice kreativity, ale v první řadě otázce, jak přežít.

Boris Groys, francouzský básník, kdysi parafrázoval Dostojevského výrok, že umění zachrání svět, do podoby: „Umění zachrání svět od krásy.“ Umění je o právu analyzovat, klást otázky, o intelektuální moci a dominanci. Politici rádi debatují o kreativitě, nicméně jejich vzkaz nám, tvůrcům, by se dal shrnout asi takto: tvořte, poslušné ovečky, tvořte čisté umění, protože to spasí náš svět. My, spíš obětí beránci než poslušné ovečky, však na sebe bereme všechnu špínu politických i sociálních procesů. Je pro nás zásadní stát si za svým a plně se angažovat v iniciativách vedoucích ke změnám ve společnosti a žádáme vás tímto, abyste nám v tomto byli nápomocni skrze vaši uměleckou tvorbu.

Curriculum Vitae

V roce 2005 založila spolu s manželem Nikolajem Chalezinem Běloruské svobodné divadlo. V roce 2009 se stala autorkou divadelní koncepce Eupica-Challenge; tento projekt vzniká ve spolupráci se švédským divadlem Manteatern a městem Lund, které usiluje o titul Evropské hlavní město kultury 2014.

Běloruské svobodné divadlo zahájilo uvedením Discover Love celosvětovou uměleckou kampaň na podporu Úmluvy OSN proti násilnému zmizení (UN Convention against Enforced Disappearances). V roce 2008 Natalia Koliada zorganizovala spolu s Nikolajem Chalezinem a Vladimírem Šerbanem jedinou undergroundovou uměleckou školu Fortinbras v Bělorusku. Přednášela na Evropské humanitní univerzitě v Litvě a na nizozemské DasArts School.

Běloruské svobodné divadlo, v němž Natalia hraje jednu z vůdčích rolí, obdrželo cenu Francouzské republiky za lidská práva a zvláštní ocenění Evropských divadelních cen (New Theatrical Realities), které iniciovali sir Tom Stoppard, Václav Havel a Harold Pinter, a dále cenu ArtVenture Freedom to Create – Běloruské svobodné divadlo bylo nazváno celosvětovým uměleckým velvyslancem lidských práv.

Natalii Koliadu za její činnost třikrát zadržely běloruské speciální jednotky.

Odkaz:

www.dramaturg.org



Vuk Ćosić

internetový umělec a webový stratég, Slovinsko

Panelová diskuze **Občanská společnost ve věku kreativity**

Přijel jsem ze Slovinska, což je velmi hezká země, atraktivní lokalita, pěkné místo k žití. Na tuto konferenci jsem byl pozván jako objekt, jako takový medvěd, co umí tančit. Problém je v tom, že tenhle tančící medvěd má své vlastní názory – a pozor, za to se omlouvám – dokonce i postoj.

Pracuji v oblasti, které se obecně říká nová média, jsem jakousi zakládající osobností v podsložce této oblasti, konkrétně internetového umění, které vzniká skrze internet a je na něm zároveň i prezentováno. V druhé polovině 90. let, za doby největšího internetového boomeru, bylo internetové umění především o zkoušení si, co s internetem lze dělat, jak tuhle ohromnou věc, ke které jsme přišli jako slepí k houslím, využít. Jak skrze ni tvořit, jak tento nový kontext využít k tvorbě nových věcí, hodně jsme v té době vymýšleli, vynalézali nové postupy, bylo to hodně o dělení se a sdílení, vznikala řada jednotek postavených na jakési ekonomice sdílení/vzájemného obdarování se.

Přemýšlel jsem, co bych tu tak mohl říct, aby moje řeč byla tak říkajíc relevantní k tématu. Nicméně celou tu dobu jsem držel v patrnosti poučku, že v názorově zacílených skupinách lidé vždycky lžou. Možná si vzpomenete na slavnou antropoložku Margaret Mead, která kdysi zkoumala jeden kmen, jehož pravidla fungování znala naprosto zevrubně. Nicméně zapomněla na to nejzásadnější pravidlo – že cizincům, lidem, které neznáme, vždycky lžeme. Takže tak trochu zbytečně rozkreslila všechny možné mapy vztahů v rámci toho kmene a spoustu dalších nesmyslů.

Nicméně přemýšlel jsem tedy, jak bych měl především těm mezi vámi, kteří máte na starosti zkoumání lidí, jako jsem já, jak bych vám měl zprostředkovat způsob, jakým pracuji a tvořím. Funguje to tedy zhruba takto: především musím říct, že se mi naprosto v souladu s konceptem kulturního ekosystému daří být plně umělecky aktivní díky zapojení se ve třech různých rovinách, nebo chcete-li směrech.

Prvním principem je umění pro umění, umění pro umělce. Jde o sféru, ve které se nemluví o penězích, prestiži nebo něčem podobném. V této sféře dochází ke svobodné výměně minut a myšlenek mezi umělci. Jde o sféru, kde skrze tvorbu debatujeme o tom, co je umění. Tvorba, která z této sféry vzejde, je na hony vzdálená věcem typu zábavné domácí video, to jest – není vždy zcela zábavná a stravitelná, ale vždy je umělecky relevantní. Tuto rovinu pokládám ze všech tří za tu nejdůležitější.

Zároveň jde o rovinu, na níž vznikají věci, které jsou zřídka kdy k vidění v galerii nebo v nějaké podobné umělecké instituci.

Na druhé rovině umělecké produkce vzniká umění pro instituce. To jsou všechny ty informace, které se dočtete v katalogu téhle konference. Na této rovině se úspěch měří skrze položky v CV, skrze počty muzeí a galerií, ve kterých vás vystaví. Pokud je jich dost, pokud jsou dobré, pak jste dobrý umělec. Hm, co může být víc cool!

Třetí rovina umělecké tvorby spočívá v tvorbě pro sběratele. Já jsem zatím měl to štěstí, že jsem se obešel bez komerčních galerií, takže teď mluvím hlavně o své tvorbě, která vychází z toho, co osobně považuji za skutečné umění, tedy z toho, co vzniká v rámci první roviny, a která by teoreticky mohla jít dobře na odbyt, pokud by byla k mání na trhu. Říkám si, že je to docela zajímavé, protože obecně se jaksi samozřejmě předpokládá, že tvořit na všech těchto úrovních najednou je nemožné. První úroveň se víceméně shoduje s tím, co tady John nazval domácím uměním. My, umělci, jsme jen o něco málo vylepšenou verzí bedroom techna. Nicméně žádné politické nebo etické důvody nikomu nebrání existovat a tvořit na všech třech úrovních najednou.

Rád bych zmínil jeden důležitý aspekt, který významně ovlivňuje náš, tedy umělecký způsob života. Tím je rychlost. Před sto padesáti lety – za viktoriánské éry – se potenciální umělec narodil do doby, kde být malířem akvarelových krajinek bylo něčím velmi významným. Začal malovat, postupně se zlepšoval, pak namaloval několikero vynikajících akvarelů zobrazujících doverské útesy. Když mu táhlo na osmdesát, maloval dál a dál tytéž typy obrazů, ve svém oboru byl uznáván jako velké jméno a jako takový také zemřel. Celá ta umělecká trajektorie byla oproti tomu, jak to chodí dnes, víceméně statická.

V současné době se každých pět let, tři roky, možná i rok mění pohled na to, co je, a co není umělecky relevantní. My, umělci, se s touto rychlostí vývoje vyrovnáváme pomocí – a je to tady – kreativity. Můžeme si to dovolit, protože pod sebou máme jen velmi málo dalších lidí, ne-li žádné. Nicméně nerozumím tomu, jak se s takovou rychlostí vývoje chce poprat politická reprezentace, potažmo politici.

Zažil jsem období socialismu v Jugoslávii. Oproti situaci v Bělorusku, o které zde mluvila Natalia Koliada, šlo o velmi umírněnou verzi socialismu, nicméně jsem zažil, co to znamená posuzovat míru spokojenosti a štěstí populace na základě údajů o produkci surové oceli. O měřeních tedy vím své a nemyslím si, že by kdy posloužila k něčemu dobrému. I proto jsem velmi rád, že Gottfried Wagner zde zmínil sovětské pětileté plánování.

Můj malý skromný příspěvek ze strany objektu směrem k vám, lidem v politice, kteří máte zastupovat půl miliardy lidí, zní takto: nechte nás dělat naší práci, buďte k nám velmi slušní, pokuste se nás co možná nejcitlivěji poprosit, abychom s vámi občas trávili trochu času. Nejlepší, co můžete udělat, je jít nám z cesty, tedy za předpokladu, že nám skutečně chcete být nápomocní. Nezasahujte do našich záležitostí nebo nás aspoň nebuzerujte věcmi typu komplikování otázek copyrightu, zkrátka nestavte před nás další a další překážky.

Curriculum Vitae

Jeden z průkopníků internetového umění. Často vystavuje (na Bienále v Benátkách, v ICA v Londýně, v Beaubourgu v Paříži, v ICC v Tokiu, v Kunsthalle ve Vídni, v Digital Artlab v Tel Avivu, v ZKM v Karlsruhe, v Ars Electronica v Linci, ve Walker v Minneapolisu, v Postmasters NYC, ve Friedricanum v Kasselu, v Neue Galerie v Grazu, v IAS v Soulu, v Baltic v Newcastlu, v Moca v Oslu aj.) a přednáší (v muzeích: Beaubourg, Paříž; Guggenheim, Benátky; CCA, Glasgow; Thing, NYC; LAMoCA, Los Angeles; na festivalech – Hongkong, Londýn, Liverpool, Dessau, Montreal, Banff, Madrid, Gorizia, Kodaň; na uměleckých školách a univerzitách – Stockholm, Los Angeles, Chicago, San Francisco, Troy, Dundee, Liverpool, Benátky, Linec, Barcelona aj.).

Má podíl na řízení diplomových prací studentů bakalářského, magisterského a doktorantského studia (univerzity v Římě, Sao Paulu, Leedsu, Manchesteru, Bruselu, Terstu...), vystupuje v médiích (NY Times, Liberation, La Repubblica, Guardian, Financial Times, Cahiers du Cinema, Artforum, Newsweek, Wired, Haaretz, ORF, CNN, BBC...), publikoval také klíčové práce o nových médiích (MIT Press, Thames & Hudson, Tate, Taschen, Baltic...).

Odkazy:

www.ljudmila.org/~vuk/

http://en.wikipedia.org/wiki/Vuk_Cosic



Simona Levi

ředitelka nadace Conservas a odbornice v oblasti
kulturní multidisciplinarity, Španělsko

Panelová diskuze **Občanská společnost ve věku kreativity**

Za posledních několik let jsme svědky opakovaných útoků na občanská práva a svobodu, ke kterým dochází ve jménu umělců, kreativity a konceptu intelektuálního vlastnictví. Většinou, když to vyslovím, jsou všichni strašně překvapení, blíže tedy zmíním několik faktických informací, které můj výrok snad osvětlí. Chci, abyste věděli, že zde mluvím nejen z pozice občana, ale především z pozice umělce. Rádoby v našem jménu, ve jménu umělců, nicméně proti vůli mnohých z nás je přistupováno k extrémně devastujícím opatřením, která mají mít za cíl ochranu intelektuálního vlastnictví. V rámci naší vlastní ochrany často slyšíme slovo pirátství. Včera zde například zaznělo z úst francouzské ministryně kultury Christine Albanel. A se vsí úctou, tento výraz je záměrně používán v kontextu, který zaměňuje dva odlišné jevy, a to za účelem ochrany zájmů kulturních průmyslů. Osobně pochybuji o tom, že se tento zájem shoduje se zájmy umělců nebo společnosti, nicméně k tomu se vrátím později.

Tyto dva koncepty, které jsou záměrně zaměňovány, představuje na jedné straně idea výměny osobních informací, znalostí a vědění. Například já mám doma Bibli, mluvím s někým, kdo ji nečetl, tak mu ji půjčím. Nebo jiný příklad – už jste slyšeli tu novou písničku od Madonny? Ne? Tak já vám ji nahraju. To jsou příklady naprosto legitimní přirozené výměny mezi jednotlivci. Na druhé straně je však samozřejmě právo každého být adekvátně placen za práci, kterou dělá. Je jasné, že nikdo by neměl mít právo obchodovat s něčím, co vytvořil někdo jiný, aniž by k tomu měl autorův či autorčin souhlas. A to zde vůbec nemluvím o neutěšených podmínkách v oblasti řady profesí v rámci kulturních průmyslů, jako například televizní scenáristika apod.

Nicméně takovéto zaměňování pojmů, ke kterému dnes čím dál častěji dochází, může mít velmi devastující účinky na náš každodenní život. Nejde jen o nějaký drobný, relativně irrelevantní problém; poslouchejte, co se například v současné době děje. Všichni jsme zvyklí na digitální nástroje komunikace a internet v té podobě, v jaké je známe. Neuvědomujeme si však dostatečně, co by se s nimi mohlo brzy stát – konkrétně mluvím o privatizaci, ke které může dojít každým dnem. Jak je to možné? Protože například nadcházející pondělí se v Evropském parlamentu bude hlasovat o takzvaném telekomunikačním balíčku. Součástí tohoto balíčku je zákonné nařízení, které by internetové providery, tedy i vašeho providera, zavazovalo k monitorování a kontrole vámi užívaných informací, a to bez

jakéhokoli povolení z vaší strany a také bez jakékoli kontroly ze strany nezávislého soudce. O tom se tedy bude příští pondělí hlasovat v Evropském parlamentu. My samozřejmě usilujeme o to, aby tento balíček nebyl přijat, nicméně parlamenty jednotlivých států, například Francie, Španělska, Itálie, Irsko a Velká Británie, naopak usilují o zanesení podobného zákona do svých národních právních systémů. Proti tomu se samozřejmě v těchto zemích silně vymezuje občanská společnost, ale na druhou stranu mají tato zákonná opatření samozřejmě silnou podporu ze strany průmyslových asociací a lobbistických skupin.

Dalším zásadním důkazem, že to není žádná science fiction, je, že před měsícem byl v Evropském parlamentu jen velmi těsnou většinou zamítnut zákon, který by prodloužil období, kdy je třeba respektovat autorské právo z 50 na 95 let po smrti autora. Bohužel konkrétně problém tohoto zákona není zdaleka za námi, protože se o něm bude hlasovat znovu. Jak tedy sami vidíte, nejde o žádnou science fiction, toto je naše realita, politický směr, kterým naše vlády v současné době kráčí. Domnívám se, že je ve hře mnohem více než jen ekonomika. Ve skutečnosti jsme uprostřed debaty o tom, co je to kultura, uprostřed debaty o definici práva na informace. Práva, o jehož dosažení jsme usilovali po staletí.

Kulturní průmysly se příliš často přizpůsobují zájmům společností spravujících autorská práva a autorské poplatky a vlády manipulují koncept kultury a kreativity ve svůj vlastní prospěch. Jako příklad uvedu následující: často slyšíme na této konferenci slovo kultura, zatímco mluvčí má ve skutečnosti na mysli zábavní průmysl. Další příklad: často se v kulturní oblasti mluví o pirátství a pirátech, těmi piráty jsme ale my všichni. Všichni v této místnosti jsme těmi rádoby piráty, já osobně například jsem strašlivým pirátem. Všichni jsme zde dnes a včera shlédli několik překrásných powerpointových prezentací a všechny obrázky, které v nich byly použity, byly obrázky pirátskými. Je mezi námi tedy skutečně velké množství pirátů. Snažím se říct, že politici používají výraz a koncept pirátství velmi přirozeně, nicméně ve skutečnosti jde o velmi anachronický koncept, který slouží jako alibi pro velmi konkrétní věci. Není nic jednoduššího než označit přirozený společenský jev vzájemné výměny informací jako pirátství. Nicméně jde o nehorázné zjednodušení. To ti, kteří nás označují za piráty, jsou ve skutečnosti piráty, protože jejich přístup je dehonestujícím zjednodušením. Nelze přece rozdělit populaci na ty dobré, kteří kupují, a na ty špatné, kteří kopírují. Všichni děláme obojí nebo skoro všich-

ni. Označovat nás za piráty je stejné jako označovat za piráta například někoho, kdo vaří, aniž by používal kuchařku. Pokud užívám internet ke shromažďování hudby, ta ve mně jakožto v milovníci hudby zvyšuje potřebu vidět řadu muzikantů naživo, jít na jejich koncert nebo si koupit jejich CD. Dnes už si snad jen zástupci nenažraného nahrávacího průmyslu mohou myslet, že v digitální éře, ve které se nacházíme, si lidé budou kupovat tisíce a tisíce nahrávek, které jsou zdarma k mání na internetu. Je naprostá hloupost, že sdílení povede k tomu, že si přestaneme cenit umění, umělců a hodnoty originálu. Přestali si snad lidé kupovat Bibli v okamžiku, kdy začala být veřejně přístupná v knihovnách apod.? Myslíte si snad, že lidé přestanou chodit do kina na Spielbergovy filmy? Že Spielberg přijde o své milionové tržby? To si tedy skutečně nemyslím. Možná jeho tržby částečně klesnou, ale co to má co zajímat celou evropskou populaci? A to je další věc: většina kulturních průmyslů je americké provenience, takže nám, Evropanům, nepřináší žádný ekonomický zisk ani v dobrém, ani ve špatném slova smyslu.

Kultura zkrátka nepřestane produkovat emoce a přitahovat investice. Naopak v digitální éře mnohem více lidí využívá svůj kreativní potenciál právě díky tomu, že má volný přístup k informacím a souborům na internetu. Lidé si nepřestanou cenit tvůrců a umělců, protože skrze nové digitální nástroje se z nás všech dnes stávají umělci. Právě naopak – jediné, čeho si lidé přestanou cenit, jsou prostředníci. Ještě v nedávné době byli takovými prostředníky mezi publikem a umělcem právě zástupci průmyslů. Dnes se prostředníkem stává samotný internet. Dnes se tedy nacházíme v období nejvyšší možné kulturní produktivity a konzumace v dějinách. Ve svém kapesním MP3 přehrávači mám stovky písniček, které vznikly ve všech možných koutech světa. Dělá to snad ze mě nepřítele šíření kultury?

Dostávám se tedy ke svému závěru. Ráda bych zde zmínila naprosto výmluvný příklad instituce, jejíž existence jsme ve Španělsku a vlastně v celé Evropě byli svědky, instituce, která ač byla institucí soukromou, byla spolčená s politickou mocí

a vládami. Mluví o instituci inkvizice, která po staletí úspěšně prosazovala své zájmy pomocí takových nástrojů jako pálení knih, upalování vědců a odsuzování tisíců lidí k trestu smrti. Těm odsouzeným se tehdy sice neříkalo piráti, ale kacíři – tedy veskrze nejde o velkou změnu. Inkvizice také o staletí zbrzdila kulturní a technologický rozvoj společnosti. Něco podobného se dnes odehrává v naší digitální éře. Máme co do činění s menšinou, která se vymezuje vůči komunikačním kanálům, jež bychom mohli nazvat novým knihtiskem, s menšinou, která se snaží blokovat veškeré výhody plynoucí ze sdílení informací. A to je především v době ekonomické krize problémem vlád a politiků. Ti, kteří se snaží prosadit takzvaný Sarkozyho zákon (*pozn.: zákon kriminalizující sdílení souborů na internetu*), ať už jde o celé vlády nebo jednotlivce, přehlížejí tisíce umělců, kteří dávají svá díla dobrovolně k dispozici on-line. Nerespektují soukromí jednotlivců stejně jako demokratické výhody, které plynou ze svobodného toku a sdílení informací. A to je pro nás ve Španělsku velmi důležité, protože právě díky volnému přístupu k informacím a jejich sdílení se nám v březnu roku 2003 podařilo zabránit státnímu převratu, který plánoval José Maria Aznar.

Po čtyři roky lidé jak v Evropě, tak ve Spojených státech žádali své vlády, aby zakročily v oblasti bydlení a hypoték, aby začaly trh s bydlením kontrolovat a nenechaly jej, aby bezmezně ukájel svou hladovost. Žádali jsme své vlády, aby chránily právo na bydlení jako takové stejně jako bydlení coby nástroj vyrovnaného hospodářství. Naše vlády a naši politici nás, své občany, však neuposlechli. To vedlo ke katastrofě, ve které se právě nacházíme, k téhle naprosto předvídatelné krizi. Dnes znovu žádáme naše vlády a politiky, aby poslechli nás, občany, nikoli soukromé zájmy firem. Nebo chceme v oblasti přístupu k informacím opravdu následovat Pákistán, Čínu nebo Súdán? Chceme žít ve světě, kde se vlády budou bát kreativity vlastních občanů? Necháme Mickey Mouse, aby měl kontrolu nad naším přístupem k informacím, nad naší kreativitou? Já za sebe osobně říkám: *ne*.

Curriculum Vitae

Ředitelka multidisciplinárního divadla se narodila v Itálii a od roku 1990 žije v Barceloně. Je ředitelkou kulturní nadace Conservas. Pracovala v uznávaných skupinách fyzického divadla a performančního umění po celé Evropě. Její multidisciplinární tvorbu uvádí v současnosti festivaly v mnoha evropských zemích. Od roku 2000 řídí festival scénického a vizuálního umění

IN MOTION, jehož scénou je CCCB (Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona – Centrum současné kultury v Barceloně), v průběhu festivalu zvaného Grec. Je známou aktivistkou evropských společenských hnutí v oblasti volné výměny znalostí, práva na obývání a využívání veřejných prostranství. Účastní se také aktivit četných uměleckých a aktivistických programů.

Odkazy:

<http://exgae.net/los-oxcars>

<http://exgae.net/exgae-multiply-and-share-forth/theoxcars>

http://conservas.tk/english/?page_id=6

Shrnutí moderátora (Xavier Troussard)

Pokusím se shrnout panel, který jsem se snažil moderovat, tj. panel s názvem Občanská společnost ve věku kreativity. Nejstručněji jej asi lze charakterizovat jako panel rebelů, kteří nesouhlasí s většinovým přístupem ke kreativitě tak, jak tu byl během dvou dnů probírán a prezentován. V první řadě kritizují koncept samotný, ve druhé řadě potom zpochybňují cíle týkající se kreativity tak, jak byly obecně formulovány. Dále se vymezují vůči podmínkám, v nichž lze kreativitu vyjádřit, a to ve smyslu, v němž je k nim na konferenci přístupováno.

Nebudu detailně probírat, co který řečník konkrétně řekl, pokusím se vše shrnout do několika bodů. První takovou stěžejní tezí, která zazněla v našem panelu, je, že koncept kreativity tak, jak se zde k němu přistupuje, není nový. Nový je naopak kontext, v jehož rámci kreativitu posuzujeme – společenský, politický i ekonomický. Dále náš pohled na kreativitu ovlivnila změna rychlosti vývoje.

Dalším důležitým bodem našeho panelu byla otázka, zda se na kreativitu díváme v globálním kontextu jako na záležitost spojenou s konkurencí a soutěživostí, nebo naopak jako na něco úzce spojeného se spoluprací.

Mluvili jsme o tom, že je potřeba obnovit kreativitu v jejím původním smyslu slova, její původní roli ve smyslu znovuoobnovit a upevnit lidská práva a svobody projevu. Natalia Koliada, která v našem panelu zastupovala Bělorusko, nám velmi působivě připomněla, že to je základ. Také zazněly názory, že je třeba opět zakotvit umění jako autonomní oblast, uznat hodnotu umění pro umění. Diskutovali jsme, zda současný model odměňování umělců skrze autorské právo je prospěšný pro umělce a společnost obecně a zda bychom neměli začít hledat jiné způsoby odměňování tvůrců stejně jako jiné způsoby přístupu ke znalostem, způsoby všeobecného společenského přístupu ke kultuře.

V otázce, jakým směrem by se kulturní politika měla, nebo naopak neměla vydat, nebyl náš panel už tolik jednotný. Názory oscilovaly mezi jedním extrémem v podobě přístupu à la „nechte nás být, to nejlepší, co můžete se svojí politikou udělat, je vynechat nás z ní“ přes skromné náznaky, že kulturní politika by mohla stát na diverzitě v kombinaci s mobilitou, až po názor, že je třeba podporovat umění a kulturu na konkrétních místech, která budou sama o sobě živnou půdou pro formy kulturního vyjádření.

Na konci panelu zazněl zajímavý názor, a to ten, že na jedné straně stojí konkurence a soutěživost a na straně druhé spolupráce – obě tyto síly neboli principy působí pro zachování rovnováhy. David Černý zmínil, že na takovém principu pracuje každý normální tým. Na principu soutěže o nejlepší myšlenku, která probíhá v rámci spolupráce. A v této kombinaci konkurence a spolupráce by mohl spočívat způsob, jak smířit a dát dohromady všechny názory, které zde během dvou dnů trvání konference zazněly.



Kreativita a společnost

Panel 2B: Kreativní města



Colin Mercer

profesor, Velká Británie

Panelová diskuze Kreativní města – moderátor

V rámci panelu vystoupí pět řečníků. Rád bych na začátek řekl krátký příběh. Dnes jsem se rozhodl vzít si na sebe červenou kravatu. Částečně je tomu tak proto, že červená kravata je v současné době v módě: nosí ji Tony Blair, Gordon Brown i Barack Obama. Včera jsem tu potkal tři lidi, kteří měli červenou kravatu. Člověk od ochranky, který mě dnes ráno pouštěl do budovy, měl na sobě červenou kravatu také. Nicméně je tu i další, nejen módní důvod: tuto kravatu jsem dostal včera jako dárek. Byla součástí balíčku s věcmi, které na sobě mají logo českého předsednictví Evropské unie. Mám ji tedy na sobě jako vyjádření podpory českého předsednictví Rady EU. Vzal jsem si ji také proto, že jsem měl na výběr. V hotelové skříni mi visí tři kravaty. První z nich byla ušita dle návrhu Vivienne Westwood, patří mezi mé nejoblíbenější kravaty, dostal jsem ji jako dárek od své bývalé ženy. Druhá z mých kravat má velmi speciální design, vytvořený australským domorodým kmenem. Tuto kravatu jsem si koupil v odlehlé části pouště ve střední Austrálii, kde kromě vládní podpory byla výroba kravat jediným zdrojem obživy domorodého kmene. To mě přimělo přemýšlet o tom, jak různorodé produkty kreativní průmysly vytváří a na jak různorodých místech jsou k dostání.

Nakonec bych vám chtěl říct něco málo o zkušenosti, kterou jsem nabyl během pobytu v srbském Bělehradu, kam jsem jel přednést prezentaci o kreativních průmyslech ve Velké Británii. Po skončení mé prezentace se mi někdo z publika jal oponovat, že v Srbsku přece žádné kreativní průmysly nejsou, a tedy nemá smysl se o nich ani bavit. Poté jsem se odebral do svého hotelu. Rozhodl jsem se jít z univerzity, kde se přednáška konala, do hotelu pěšky. Mou cestu lemovaly stovky a stovky obchodů a 60 % z nich prodávalo produkty kreativních průmyslů: knihy, CD, DVD a tak dále. Vrátil jsem se proto na konferenci, znovu jsem vystoupil a řekl jsem Srbům, že ve své zemi kreativní průmysly mají. Jediné, v čem je háček, je to, že se nejedná o domorodé, interní kreativní průmysly, ale jde o ty spotřebně a komerčně orientované. V tu chvíli záleží na obyvatelích, aby dosáhli vyrovnaného poměru nekomerční a komerční produkce. Tento fakt se mi i dnes zdá velmi důležitý: klást důraz na to, abychom uznali roli měst, míst, uzlů jakožto zdrojů energie a ekosystémů. Doufám, že právě i na některá mnou zmíněná témata se v rámci našeho panelu najde čas.

Curriculum Vitae

Colin Mercer byl ve Velké Británii prvním řádným profesorem v oboru kulturní politiky na univerzitě v Nottingham Trent v letech 1999–2003. Předtím pracoval jako ředitel Institutu pro studia kulturní politiky na Griffith University v Austrálii. Vedl a koncipoval více než 40 projektů o přístupech v kulturním sektoru od roku 1991, kdy dokončil první strategii rozvoje kultury měst v Austrálii. Pracoval na dvanácti projektech mapujících a rozvíjejících kreativní průmysly na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni v Austrálii, Asii, Velké Británii a v kontinentální Evropě. K četným publikacím na tomto poli patří i The Cultural

Planning Handbook: An Essential Australian Guide (Příručka kulturního plánování: základní australský průvodce, 1995) a Towards Cultural Citizenship: Tools for Cultural Policy and Development (Ke kulturnímu občanství: nástroje pro kulturní politiku a rozvoj, 2002). Jeho práce o kreativních průmyslech ve městě a o kreativní ekonomice zahrnují projekty v Nottinghamu a v Brightonu ve Velké Británii, dále v Córdobě, Tartu a Bergenu v kontinentální Evropě. V současnosti pracuje především jako poradce.

Odkaz:

www.connectcp.org/ColinMercer

<http://sites.google.com/site/colinmerc52/>



Franco Bianchini

profesor na Leeds Metropolitan University, Velká Británie

Panelová diskuze Kreativní města

V zásadě jde o to, jak složité je vytvořit kreativní město, v němž jsou zjevné tlaky a trendy, které jdou proti směru toho, o co usiluje většina účastníků našeho fóra, jak se zdá. Domnívám se totiž, že to, čeho chce řada z nás dosáhnout, často v konečném důsledku vede ke snížení kreativity města.

Jsme například svědky rozvoje měst, velkých předměstských aglomerací a zcela nepochybně jsme svědky procesu standardizace architektury stejně jako standardizace funkcí města. To je patrné například u bankovních čtvrtí nebo velkých nákupních center, ať už jde o nákupní centra ve středu města nebo na periferii. Často jsme pak svědky, jak tyto nové citadely zábavy, často soustředěné okolo kina nebo fitness centra, svým způsobem soutěží s tradičním centrem daného města.

Mým dalším postřehem je, že si protiřečíme: na jednu stranu proklamujeme město jako trvale udržitelnou jednotku ve vztahu k životnímu prostředí, na straně druhé se evropská města enormně rozvíjejí, aniž by narůstal počet jejich obyvatel. Jsme tedy svědky expanze měst, která souvisí především se životním stylem. V některých případech pak souvisí s přílivem imigrantů do města. Čelíme tedy jevu vzrůstající „obezity měst“, která je sama o sobě protimluvem k rétorice o trvale udržitelném rozvoji.

Faktem je, že naše města nejsou kreativní, minimálně co se týče nových řešení dopravní problematiky. Většina měst je čím dál tím víc závislá na dopravě autem. Jako další problém vidím to, že často musíme zpracovávat řadu různých informačních zdrojů. Lze do jisté míry tvrdit, že jsme díky tomu kreativnější a zcela nepochybně lépe informovaní, nicméně je také možné, že se na druhou stranu stáváme jaksi informačně bezmocnými. Stáváme se pouhými mechanickými přijímači informací, které jen třídíme, ukládáme do různých krabiček, kategorií, dokonce do pomyslných odpadkových košů, nicméně je kriticky neanalyzujeme.

V USA vznikly zajímavé studie, ze kterých vyplývá, že nové technologie jsou sice pro lidi přínosné v tom smyslu, že přinášejí nové společenské možnosti, jak být v kontaktu s ostatními lidmi, nicméně mohou také vést ke vzniku ohromných umělých světů rádobý společenskosti, jež ubírají čas, po který by se člověk jinak věnoval skutečné osobní interakci. Následky městské kreativity v oblasti informační exploze jsou kontroverzní, nikoli jednoznačně pozitivní.

V minulosti vznikla řada studií takzvané ekonomie odepřeného času. Například já a Lia Ghilardi usilujeme v Británii o liberalizaci odepřeného času, konkrétně o liberalizaci zákonem nařízených zavíracích hodin restaurací a barů. Víze vytvoření jakési kreativní agory, v rámci níž by lidé měli možnost svobodnější interakce, je často komplikována úřady s kompetencí zasahovat proti násilí a kriminalitě spojené s konzumací alkoholu. Stejně tak úřady, do jejichž kompetence spadá zdraví, často tlačí na instituce, aby omezily rozpočty na kulturu, protože je třeba přelít část peněz na výdaje v oblasti veřejného pořádku. Takto tedy tvrdá realita vlivu alkoholu často rozmetá naše sny o městě jako agoře, kde vládne duch sounáležitosti, kde existuje mírumilovné kavárenské kulturní podhoubí.

Dalším problémem je pak čím dál tím častější auditorská aktivita, a to jak na národní, tak na mezinárodní – evropské – úrovni. Domnívám se, že už jsme to s audity různého typu začali trochu přehánět, staly se náhražkou skutečné aktivity. Zásadní je také fakt, že ubírají prostředky z oblasti tvorby. Otázkou k řešení tedy je, jak dosáhnout rovnováhy auditů a monitoringu.

Čím dál tím víc čelíme problémům spojeným s rizikem akce, to je naprosto patrné poslední dobou až v jakési posedlosti pojištěním nebo například čím dál větším počtem pravidel a omezení pro práci s dětmi. Tyto bezpečnostní rámce a přístupy pak mají velmi negativní vliv na organizaci amatérských kulturních aktivit, například vznikajících kulturních festivalů apod.

Zajímavá je také debata týkající se architektury. Při čtení oficiálních dokumentů o rozvoji měst nabudete dojem, že veškerá nová architektura je nádherná, kreativní, invenční a zajímavá. Jediné, co ve skutečnosti vidím, když se rozhlédnu kolem v Leicesteru, kde bydlím, nebo v řadě italských měst, je slepota. Jako problém tedy vidím to, že rozvoj měst je stále příliš orientován na výstavbu budov, nikoli na projekty, takže výstavba budov ukrajuje z pomyslného koláče peněz projektům, které jsou ovšem dle mého názoru mnohem významnějšími zdroji kreativity a posléze i inovace, a to jak společenské, tak ekonomické. Klademe přílišný důraz na ikonické budovy, dostatečně si neuvědomujeme, že všechny ikonické budovy jsou jen historickými omyly. Ekonomická krize, ve které se nyní nacházíme, je zcela jistě příležitostí pro vytvoření nových městských strategií, kreativních městských strategií. Budeme muset být velmi invenční, abychom vymysleli, jak využít množství opuštěných budov. Například v Británii jsou v současné době tisíce

prázdných bytů a kanceláří, většina z nich se nachází v centrech měst. Máme také v Británii spoustu opuštěných stavenišť. Umělci by se mohli zapojit do procesu obnovy a využití těchto opuštěných lokalit. V době hospodářské recese máme možnost zaměřit nové strategie rozvoje města více na produkci a schopnosti. Kulturní politiky budou jednoznačně hrát roli ve snaze neutralizovat negativní dopady nezaměstnanosti, možná také přispějí k vytvoření větší společenské pružnosti stejně jako k nastoupení realističtějšího životního stylu. Co se týče budoucnosti, sdílím názor Lii Ghilardi a Colina Mercera v tom, že je třeba plánovat kulturně, nikoli plánovat kulturu.

Plánování je třeba vést citlivě s ohledem na kulturu, zaujmout citlivý, řekl bych skoro až umělecký přístup ke strategiím plánování měst stejně jako k plánování obecně.

Strategie kreativních měst budou v budoucnu muset obsáhnout více interdisciplinarity a spolupráce napříč kulturním spektrem. Robert Palmer se o těchto otázkách jistě za chvíli zmíní ve své prezentaci. Jde o to, aby strategie plánování měst byly v otázce inovace upřímné a autentické v tom smyslu, že obsáhnou a uznají existenci konfliktů a protichůdných tendencí v rámci měst a namísto toho, aby je ignorovaly, využijí je jako zdroj kreativity. Zároveň je třeba postavit strategie plánování měst na kartografii kulturních zdrojů, která bude zahrnovat i zdroje, které se v aktuálním čase nacházejí v ohrožení, nebo ty, které jsou na cestě k úplnému vymizení. Tento přístup samozřejmě nese nutnost vytvoření nových profesních rolí, například kulturních prostředníků – o této funkci se možná zmíní Robert Palmer –, ale také kulturních kartografů. Další nutností je vytvoření kulturních plánů jakožto jakýchsi koncepčních zastřešení a propojení, která zajistí systematické a kontinuální napojení kulturního plánování na další sféry veřejné politiky počínaje oblastí mládeže až po ekonomický rozvoj nebo marketing míst.

Curriculum Vitae

Franco Bianchini nastoupil na místo profesora kulturní politiky a plánování na Fakultě umění a společenských věd (Faculty of Arts and Society) na Leeds Metropolitan University v říjnu 2007. V letech 1988 až 1992 působil jako výzkumný pracovník v Centre for Urban Studies, na University of Liverpool. V období 1992–2007 přednášel o plánování kultury a kulturní politice a byl vedoucím kurzu magisterského studia oboru evropského kulturního plánování na univerzitě De Montfort University v Leicesteru. Působil také jako poradce a výzkumný pracovník pro různé organizace, včetně Arts Council England, pro vládu Spojeného království, konkrétně pro ministerstvo kultury, médií a sportu, pro Radu Evropy a pro Evropskou komisi. Přednášel v mnoha evropských zemích, v Japonsku, Číně, Kolumbii a Austrálii, a to především o kulturní politice zaměřené na urbanismus.

V letech 2003–2008 spolupracoval s Liverpool Culture Company na vytvoření projektu partnerské spolupráce měst v oblasti kultury Cities on the Edge (Města na okraji). Projekt byl součástí programu Liverpool 2008 – evropské hlavní město kultury, spojujícího Liverpool a pět dalších evropských přístavních měst (Brémy, Gdaňsk, Istanbul, Marseille a Neapol).

V současné době se zabývá následujícími výzkumnými tématy: role kultury v regeneraci měst (se zvláštním zaměřením na přístavní města); kulturní diverzita a interkulturalismus jako prostředek inovace urbanistických koncepcí a kulturní dopady globalizace na současná evropská města (se zvláštním zřetelem na problémy standardizace a ztrátu místní odlišnosti).

Odkaz:

www.lmu.ac.uk/



Lia Ghilardi

ředitelka organizace Noema Research and Planning, Velká Británie
Panelová diskuze Kreativní města

Ráda bych navázala na to, co přede mnou řekl Franco Bianchini. Otázka, kterou si můžeme v souvislosti s tím položit, zní: „Existuje recept na kreativní město?“ Žijeme ve věku kreativity, ale i urbanizace a rozvoje měst.

Města hrají v naší době čím dál tím důležitější roli, čím dál tím víc lidí chce ve městech žít. Teoreticky tedy lze říct, že právě na oblast měst by se mělo zaměřit experimentování s politickými přístupy a životními styly.

Jakožto dítě 60. let jsem vždy zastávala názor, že je možné se poučit z minulosti. Proto jsem v průběhu několika posledních let studovala různá města v různých historických momentech, která bylo možno považovat za kreativní: Paříž v 60. letech 19. století, Vídeň na přelomu století, Seattle v 80. a 90. letech, Silicon Valley apod. Když se podíváte na tato města v minulosti, zjistíte, že všechna, která byla ve své době ikonami modernosti, lze považovat za urbanistické a umělecké počiny své doby, všechno to byla města, která procházela zásadními změnami. Šlo vždy o velmi nestabilní a proměnlivá města. Dnes inklinujeme k názoru, že pokud nalezneme recept na kreativní město, může být úspěšně aplikován jen a pouze v kontextu ekonomické nebo společenské stability. V minulosti tomu tak ale nikdy nebylo. Úspěšná kreativní města vždy procházela zásadními politickými změnami. Umělecký trh se teprve rozvíjel, umělci sami začínali tvořit umělecké prostředí a umělecké komunity, zakládat školy, nastavovat parametry vlastního uměleckého trhu. V takových městech mohl existovat ekosystém, který nahrával kreativitě. Taková města se nemusela uchýlovat k umělé kreativitě, protože byla kreativní organicky, musela být kreativní, aby obstála.

Zadání Napoleona III. na přebudování Paříže baronu Haussmannovi znělo: „Chceme udělat dojem.“ A tak Haussmann navrhl bulváry, a tím nastartoval celý nový umělecký směr, nové umělecké prostředí pro kulturní rozvoj a způsob kritického smýšlení. Tolik tedy k nestabilitě obecně. Co se týče finanční nestability, všechna tato kreativní města minulosti byla místy, kde se na jednu stranu rozvíjela buržoazie, na stranu druhou vznikaly nové trhy.

Existuje tedy nějaký zázračný recept? Existuje nějaký zázračný recept à la Floridovo 3x „T“, který pomůže vyřešit naše problémy? Já osobně odpověď na tuto otázku neznám. Za těch zhruba 15 let, co pracuji jako poradkyně v této oblasti, vím jediné – některá města se na mapu kreativity umí dostat, a některá ne. Je tomu tak z několika důvodů. Jedním z nich je samozřejmě náhoda a štěstí. Na druhé straně jsou tu důvody plynoucí z hmotných faktorů, jakými jsou kulturní setrvačnost, infrastruktura kulturních a vzdělávacích institucí, které vědí, jak dobře pracovat s lidmi, jejich schopnostmi a s místními komunitami. Dalším faktorem je umění, které může znovuobjevit sebe samo, své staronové funkce. Velká řada pokusů o takové znovuobjevení končí tím, že jediné, čeho je dosaženo, je jakýsi prázdný druhý život, vytvoření naprosto banálního místa, které je neschopné konkurence. Obecně by se ambice mnoha měst dala shrnout takto: Proč u nás také nemůžeme mít takový ráj na zemi, jako mají v Barceloně, kde mají úplně všechno, jak se zdá? A tak se řada měst za účelem dosažení své vlastní „Barcelony“ pustí do velkých investic do regenerace města, výstavby ikonických budov, velkolepých přestaveb atd. U toho ale zapomeneme myslet na ekologii, která je jejich městu přirozená, na přirozené politické směřování svého města. Často jsou politici a zastupitelé stojící v čele měst hnáni pouze ambicemi. Není nic špatného na tom mít ambice, zvláště pokud stojíte v čele města, nicméně ambice musí být vždy založeny na realitě. Nakonec pak taková města skončí u toho, že sepíšou sadu nereálných „dada sloganů“, které naprosto neodpovídají realitě. Nedávno jsem v JAR viděla slogany „Nic není nemožné“, „Dnešek = změna“, „Nechte minulost za sebou, hleďte do budoucnosti“.

Takovéto slogany nejsou ničím jiným než dadaistickými výkřiky, které neodpovídají realitě města. Domnívám se tedy, že pokud dnes existuje recept na kreativní město, musí obsahovat následující myšlenky:

- a) Město je ekosystém, neustále se mění, mutuje – nejde o stálý, stabilní systém. Řídící orgány se musí této proměnlivosti přizpůsobit.
- b) Je třeba být aktivní, pracovat napříč profesemi. Nelze nechat umělce, aby si tvořili sami pro sebe, stejně tak nelze nechat politiky pracovat izolovaně. Je třeba nalézt způsob, jak přemostit propast mezi jednotlivými komunitami, jejich potřebami, ambicemi, očekáváními a zdroji.

Právě komunity jsou pro místo, ve kterém žijí, největším zdrojem. Důležité je mapování, mapování a ještě jednou mapování. Tedy porozumění, o čem naše místo je, jaká jsou jeho specifika, porozumění jeho historii, citlivý přístup k prezentaci historie, jak z ní vytvořit přidanou hodnotu.

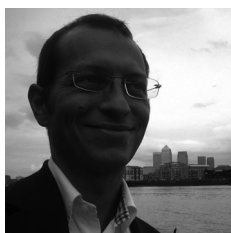
Jde o nalezení citlivého způsobu pro rozvoj kreativity pomocí partnerství a spolupráce s komunitami. Podstatné je přistupovat k takové práci jako k procesu, jako k dílu ve fázi work-in-progress, nikoli jako k finálnímu produktu. To je samozřejmě velmi riskantní. Nicméně všechna úspěšná města v minulosti jednala riskantně a do jisté míry uspěla. Risk je tedy dalším důležitým a nepostradatelným elementem našeho úsilí.

Curriculum Vitae

Lia Ghilardi je ředitelka mezinárodní poradenské firmy Noema Research and Planning, která se specializuje na mapování míst a strategické plánování kultury. Lia je původně socioložka v oboru urbanismus (Universita Trento, Itálie), má magisterský titul v umělecké kritice ze City University (Londýn) a diplom v dovednostech kreativního myšlení z programu De Bono (Malta). Je vedoucí modulu pro koncepci politiky na City University, Londýn, katedra umělecká politika a management. Její organizace Noema Research and Planning nabízí jedinečný a inovativní přístup k formování a regeneraci lokalit na základě koncepce kulturního plánování.

Odkaz:

www.noema.org.uk



Maurizio Carta

profesor architektury a urbanismu na Univerzitě v Palermu, Itálie

Panelová diskuze Kreativní města

Mým povoláním je plánování, a má vize kreativního města je tedy touto profesí pravděpodobně ovlivněna, dokonce dost dobře možná i deformována. Než začnu, musím se vám k něčemu přiznat. Nenávídím kreativní město, pokud je to jen prázdné rétorické heslo, slogan využívaný pro potřeby deformovaných potřeb města. Na druhou stranu ale také nenávídím, jak neustále hledáme ideální kreativní město. Domnívám se, že náš koncept v současné době není schopen skrze finanční toky podpořit rozvoj kreativních měst. Potřebujeme změnit směr.

Takovou změnu nazývám Kreativním městem 3.0 – třetí generací kreativního města. Spočívá v kreativním městě, které si vybírá a filtruje. Mám-li odpovědět na otázku, zda se jakékoli město může stát kreativním, zda se i město, které nemá dostatek nástrojů nebo kreativního prostředí, nakonec může stát kreativním. Jako člověk, který se zabývá plánováním, říkám, že kreativní město není o souboru atributů. Kreativní město je procesem, úkolem. Kreativní město je o aktivní vizi. Ve věku měst musíme čerpat z různorodých městských, regionálních zdrojů, protože město je v naší době nejrozšířenějším typem sídla. Je třeba, aby skončila fáze zvětšování lidské stopy na zemi, fáze měst jakožto rizik pro planetu. Je nutné, abychom započali fázi otevřených měst přístupných lidem, fázi zlepšování městských metabolismů, městské ekologie. Soukromě to nazývám vizí měst, jejichž konkurenceschopnost vyplývá z kulturnosti. Jde o to, aby města byla skutečně konkurenceschopná, ne aby se o jejich konkurenceschopnosti neustále jen mluvilo.

Pro mě je Kreativní město 3.0 manifestem, který nás vyzývá k akci, abychom redefinovali naše nástroje plánování, analýzy plánování i praktické nástroje. Tato vize je v podstatě dost podobná vizím kolegů, kteří zde promluvili přede mnou: Kreativní město 3.0 by mělo generovat novou kulturu, identitu, nejen

využívat kulturní dědictví, kulturní průmysly a kulturní ekonomiky jako značku, jako prázdný slogan. Je třeba, abychom z fáze města, které je atraktivní pro kreativní třídu (1.0), a z fáze města, které dokáže využít kreativní průmysly (2.0), přešli do fáze 3.0, kdy město samo bude generovat inovaci, nové identity, ekonomiky a prostory.

K tomu je zapotřebí čtyř komponentů: teritorium, kontext, reálná ekonomika a skutečné sociální zdroje. Kreativní město 3.0 je výzvou k akci, k redefinování způsobů lidského obývání území. Součástí této redefinice jsou tři „C“, nikoli jako záračná formule, nikoli jako reset, nýbrž jako podmínky, jako nezbytné faktory. První „C“ znamená Kulturu (*anglicky culture*), kulturu jako energii identity, kulturní dědictví, ovšem také jako energii k budoucímu využití. Druhé „C“ znamená Komunikaci (*anglicky communication*), materiální i nemateriální komunikaci – je třeba mezi obyvateli, uživateli města vybudovat silnou komunikační síť. Třetím „C“ je pak Spolupráce (*anglicky co-operation*): domnívám se, že spolu všechny „vrstvy“ města – ekonomická, společenská a kulturní – musí navzájem spolupracovat. Je důležité, abychom Kreativní město 3.0 dobře strategicky naplánovali. Kultura, komunikace a spolupráce – to jsou pro mě součásti, které definují kreativní město, jež dokáže produkovat zdroje, nástroje, nové kreativní komunity, nejen nová kreativní prostředí pro komunity. Jen některé mapy jsou předpokladem pro vytvoření kreativního prostředí. Mapy regionů, které do této kategorie nespádají, je třeba překreslit, překreslit mapy evropských hierarchií – muzea, kulturní památky, kulturní události, mezinárodní banky, studenti, konference atd. Na závěr bych rád ocitoval Thomase Edisona, který řekl, že „kreativita (ve skutečnosti řekl génius) je 1 % inspirace a 99 % potu“. Tedy 99 % té aktivní části a dle mého názoru je naším úkolem pracovat a zkoumat v rámci právě těchto 99 %.

Curriculum Vitae

Prof. Maurizio Carta, architekt a Ph. D. v urbanismu a regionálním plánování, je titulární profesor urbanismu a regionálního plánování na Univerzitě v Palermu a vedoucí katedry urbanismu a regionálního plánování. Tento zkušený odborník na strategické plánování a urbanistické koncepce se při své výzkumné činnosti zabývá hodnotou a rolí kulturních zdrojů pro dosažení trvale udržitelného rozvoje a regenerace měst založené na kultuře a kreativitě. Své výzkumy realizuje v Institutu de l'Urbanisme, na Kolumbijské univerzitě a v London School of Economics.

Pracuje jako poradce místních orgánů pro urbanistické koncepce a strategické plánování. V posledních letech experimentálně využívá výsledků svých výzkumů pro obnovu nástrojů plánování. Výsledky publikuje knižně a představuje na různých kongresech.

Odkaz:

www.unipa.it/mcarta



umělecká ředitelka projektu Košice – Evropské hlavní město kultury 2013, Slovensko

Panelová diskuze Kreativní města

Po třech předešlých prezentacích, které byly všechny víceméně vizionářské, bych vám nyní chtěla představit konkrétní studii konkrétního projektu. Prezentace má navíc tu výhodu, že se na jednu stranu sice bude týkat konkrétní studie, nicméně se také jedná o studii vizionářskou v tom smyslu, že jde o studii projektu, který se nachází teprve ve fázi uvádění do praxe. Konkrétně jde o projekt Košice – Evropské město kultury 2013. Tento projekt souvisí s naším panelem především proto, že pro Košice znamená příležitost aplikace rozsáhlého urbanistického konceptu, který je zároveň projektem dlouhodobé transformace města skrze kulturu.

Podtitulem prezentace a vlastně i myšlenkou, která je obsažena ve všem, co zde řeknu, je otázka, jak lze ideu kreativního města adaptovat na realitu postsovětských městských oblastí ve střední Evropě. Koncept kreativního města ve střední a východní Evropě s sebou totiž samozřejmě nese značná specifika a naráží na řadu překážek. Každá práce na identitě města, jak už zde dnes zaznělo, vychází ze současné identity města. Z toho, co ve městě reálně je. Když jsme vytvářeli tento projekt, přemýšleli jsme, v čem spočívá současná identita Košic. Košice jsou městem na východním Slovensku, nacházejí se v jednom z osmi slovenských regionů, na opačné straně Slovenské republiky než hlavní město Bratislava. Jak zde včera zaznělo, je to dobrým předpokladem pro to být tak trochu mimo dosah vlády. Košice jsou také druhým největším městem Slovenska, a jsou tedy součástí mapy druhých největších měst Evropy. I to je jedním z faktorů, který nastavil směr našeho projektu. Košice mají zhruba 250 000 obyvatel. Jsou také městem na hranici nového Schengenského prostoru, což je dalším důležitým elementem jejich identity – jsou městem na hranici východu a západu. Košice jsou také největším městem v takzvané Karpatské oblasti, což je hraniční oblast s dlouhou historií. Tolik, co se týče geografické identity Košic. V čem však spočívá identita Košic mimo zeměpisné aspekty? Odpověď na tuto otázku je důležité znát u každého města, z něhož chcete vybudovat město kreativní. Košice jsou městem s výraznými pozůstatky rakousko-uherského státu, městem se specifickou postrakousko-uherskou, středo- a východoevropskou různorodostí. V Košicích je velký počet bilingvních obyvatel – tedy obyvatel, kteří hovoří jak slovensky, tak maďarsky. Jde o město s dlouhou historií výjimečně tolerantní koexistence dvou národností a dvou náboženských skupin. To je něco, čím se Košice naprosto odlišují od ostatních měst na Slovensku. Košice jsou také postkomunistickým městem, typicky postsovětským městem

plným všech notoricky známých „nádherných“ budov. I to je do velké míry součástí identity Košic jakožto města a i na to je třeba se ohlížet, pokud se jedná o transformaci města. Dalším důležitým faktorem je, že Košice jsou postindustriálním městem, což je pro ně velkou výhodou.

Začali jsme s naší vizí, jejíž základní ideou bylo, že relativní ekonomická prosperita sama o sobě není zárukou opravdové kvality života a že sama o sobě nedokáže generovat kreativní, aktivní a šťastnou populaci. Proto jsme chtěli přijít se zásadní, holistickou vizí, jež pomůže definovat procesy v rámci života města s důrazem na roli kultury v procesu transformace. Řada úspěšných evropských měst nám posloužila jako důkaz, že high tech jevy samy o sobě již nejsou jediným symbolem dynamického rozvoje. Dnes musíme brát v potaz také know-how a intenzivní komunikační napojení. To jsou zásadní body a základní kameny našeho projektu, pokud usilujeme o dosažení udržitelnosti, kreativního rozvoje a kontinuální cirkulace informací. Samozřejmě jsme se nemohli nenechat inspirovat velkým guruem Richardem Floridou, a tedy náš základní koncept je vlastně metafora a jakýsi slogan „Používejte město“. Jde nám o město, které samo zve lidi, aby jej využívali v různých směrech. Město, které zve jak své obyvatele, tak turisty, tedy uživatele města. Kultura je v tomto pojetí chápána jako jakýsi typ softwaru, čímž se dostávám k již zmíněné metafoře – město má pak plnit funkci jakéhosi rozhraní. Tuto metaforu jsme si samozřejmě vypůjčili z informačních technologií. Rozhraní je komunikační hranice mezi uživatelem programu a programem. Je to jakési překladové prostředí, působící mezi dvěma entitami, které nekomunikují stejným jazykem. Rozhraní komunikaci mezi různými entitami umožňuje. Naše vize je tedy vizí města jakožto rozhraní, které umožňuje svým uživatelům vzájemnou komunikaci mezi odlišnými kulturami, komunikaci napříč Evropou. Vize města, které umožní lidem projevit se kreativně a aktivně se zúčastnit transformace okolí, prostředí, které sami užívají. Náš model se v průběhu času může měnit v podstatě neustále. Dále má náš koncept několik submetafor. Zásadním tématem je transformace. Usilujeme o vybudování nové kulturní infrastruktury, nejde nám však jen o infrastrukturu v pravém smyslu slova, jedná se nám také o nehmataelnou infrastrukturu ve smyslu financování, vzdělávání, práce v rámci sítí apod. Dále se soustředíme na zapojení komunit a decentralizaci kultury. Například takový tepelný výměník je ošklivá budova. Podobné najdete na sídlištích takřka ve všech městech postsovětského bloku. V rámci našeho projektu chce-

me tyto výměníky předělat na kulturní centra. Město by podle nás mělo také sloužit jako rozhraní pro dialog mezi různými skupinami obyvatel, různými národnostmi. Město by mělo napomáhat překonávání hranic mezi komunitami, mělo by samo o sobě podporovat a usnadňovat spolupráci. Úspěšné kreativní město pak samozřejmě také musí brát v potaz otázku životního prostředí. Pokud byste chtěli vědět něco více o košickém plánu využití pitné vody, pak jej naleznete na webových stránkách města Košice.

Zásadním momentem je to, že oblast střední Evropy má v této oblasti jedno zásadní specifikum – většina měst v tomto regionu neprošla, pokud se odkážu na předchozí příspěvek, fází 1.0 a 2.0. To v zásadě znamená, že je u nás velmi špatné povědomí o většině konceptů, o kterých se na této konferenci mluví. Na druhou stranu i to možná může být výhodou v tom smyslu, že máme šanci ponořit se rovnou do fáze 3.0.

Nakonec bych vám ještě ráda promítla krátký film, který má podpořit naši tezi, že pokud má jakýkoli projekt být úspěšně zrealizován, je třeba, aby se cílové skupině dostal tak říkajíc pod kůži. Touto myšlenkou jsme se také inspirovali při vymýšlení našeho sloganu, který zní: „Dostaneme se vám pod kůži“. Jeden z mých kolegů si naše logo dokonce nechal vytetovat na záda. A nakonec malý dárek pro moderátora našeho panelu: omyvatelné tetování se stejným logem. Ať jej vyzkouší, třeba se mu bude líbit a nechá si udělat opravdové.

Curriculum Vitae

Od roku 1998, kdy absolvovala bratislavskou Hudební a dramatickou akademii, působí Zora Jaurová jako nezávislá divadelní dramaturgyně a kritička. Má zkušenosti s různými druhy divadelních projektů (státní divadla, nezávislá tvorba) i s novinářskou a výzkumnou činností v divadelní oblasti (pravidelně publikuje v několika slovenských novinách a časopisech). V mezinárodním měřítku pracuje jako konzultantka CEE (země střední a východní Evropy) pro zahraniční instituce (mezinárodní filmovou společnost, několik zahraničních nevládních organizací). Od roku 2003 působí v Cultural Contact Point Slovakia (Národní kancelář programu Culture 2000/Culture 2007–2013); v roce 2005 se stala ředitelkou této instituce. V letech 2004–2006 byla jmenována odbornicí zastupující Slovenskou republiku ve výboru pro kulturní záležitosti Rady EU. Je činná v několika evropských kulturních organizacích; je členkou výkonného

výboru a viceprezidentkou Culture Action Europe (dříve EFAH, www.cultureactioneurope.org). Nedávno založila Institut pro kulturní politiku, což je nevládní platforma pro výzkum, analýzu a podporu na poli kulturní politiky. Od roku 2007 pracovala jako hlavní konzultantka pro město Košice, které se ucházelo o titul Evropské hlavní město kultury 2013. Poté, co v roce 2008 město tuto soutěž vyhrálo, byla jmenována uměleckou ředitelkou projektu Košice – Interface 2013 (www.kosice2013.sk).

Byla rovněž členkou umělecké rady Mezinárodního divadelního festivalu Divadelná Nitra a členkou poroty na několika národních uměleckých soutěžích. Vyšlo jí též několik překladů britských a amerických divadelních her, z nichž některé uvedla slovenská divadla.

Odkaz:

www.kosice13.sk/index.php/en



Robert Palmer

ředitel pro kulturu, kulturní a národní dědictví v Radě Evropy, Francie
Panelová diskuze Kreativní města

Za svou kariéru jsem pracoval zhruba s dvaceti různými městy, naučil jsem se, že je velmi těžké pustit se do práce na kreativním městě, respektive na konceptu kreativního města, nemáte-li velmi silnou víru ve vlastní věc. A jednou z věcí, ve které osobně právě ve vztahu k městům věřím, je, že nositeli kreativity ve městech nejsou výjimeční lidé, naopak nositeli kreativity jakožto výjimečné hodnoty jsou všichni lidé bez rozdílu.

Z takového přesvědčení jsem ve své práci vždy vycházel, dá se tedy říci, že můj přístup by se dal nazvat přístupem kreativity pro všechny. To ale není tím hlavním, co chci dnes říci. Tím hlavním je pro mě diverzita a její výhody, propojení mezi těmito výhodami a kreativitou ve městech. To vše jde samozřejmě mnohem dále než na úroveň pouhého respektu ke kulturní odlišnosti, mnohem dále než za politiku rovných příležitostí, jde to dokonce i mnohem dále než to, co včera Richard Florida nazval tolerancí. Mé tvrzení je založené na předpokladu, jehož platnost se v současné době snažíme dokázat. O projektu, v jehož rámci se to děje, chci nyní hovořit. Nicméně předtím bych ještě rád řekl, že kreativita je o skutečné výměně. Kreativita je vedlejším produktem skutečné výměny, vzájemné a otevřené výměny, jež se odehrává mezi lidmi, kteří se od sebe liší, ale zároveň sdílí určité zaujetí pro věci budoucí.

Ža účelem rozpracování tohoto přístupu, za účelem podrobné analýzy a aplikace metod ke zvládnutí a využití diverzity ve městech, zvládnutí a využití toho tolik neuchopitelného aspektu, kterému říkáme diverzita, rozjela Rada Evropy, má domovská organizace, spolu s Evropskou komisí loni projekt, jenž nese název Interkulturní města. Tento projekt se zabývá „sešíváním“ různých kultur v rámci měst neboli praxí kreativní výměny. V rámci projektu jsme došli k závěru, že práce s diverzitou dnes už nemůže být jen o podpoře integrace, musí v ní být obsažena i snaha o rozvoj občanské angažovanosti, vzájemné důvěry a klimatu, ve kterém figurují finanční odměny a podpora, jež primárně nevycházejí jen z pouhé politické korektnosti.

Toho je samozřejmě těžké dosáhnout. Mnohá města o to usilují, nicméně většina z nich tento úkol shledává velmi těžkým. Do pilotního projektu se nám přihlásilo zhruba 60 měst, nakonec jsme jich vybrali dvanáct. Dvanáct evropských měst od Osla na severu po Patras na jihu, od Lyonu na západě po ukrajinskou Melitopol na východě. Nemám zde časový prostor, abych zacházel do detailů, nicméně vás ujišťuji, že všechny potřebné dokumenty, všechny zprávy mapující průběh projektu jsou pří-

stupné na webových stránkách Rady Evropy. Je však třeba říci, že nejzásadnější změnou, kterou tento náš interkulturní přístup přináší, je, že oproti většině předešlých přístupů k městské diverzitě, jež předpokládají, že změna směrem ke kreativitě je žádoucí jen pro menšinu, a nikoli pro většinu populace, náš přístup usiluje o adaptování městské politiky stejnoměrně na všechny skupiny obyvatel města. Na webových stránkách projektu se můžete přesvědčit, že pracujeme na řadě velmi specifických témat, jakými jsou například občanská zastupitelstva, angažovanost občanů a role médií. Roli médií považujeme za velmi důležitou, a proto se snažíme zaměřit na vývoj novinářské etiky na lokální, městské úrovni, která má potenciál kontrolovat často negativním výpadům velkých médií vůči minoritním komunitám imigrantů. Zkoumáme také procesy propojování a sbližování, především v oblasti městské politiky, vzdělávání a zdravotnictví. Část projektu se zabývá veřejným prostorem a plánováním veřejného prostoru, městským designem, který se může stát buď nástrojem podpory, nebo naopak omezování kreativity a diverzity. Dále je předmětem projektu zkoumání městského kulturního života, práce kulturních institucí, kulturní nabídka a práce umělců v rámci města. Z toho všeho vzešla řada výjimečných projektů, které se navzájem kombinují a tvoří jakousi komunitu, v rámci níž se předávají informace a zkušenosti. Našich dvanáct měst si navzájem předává zkušenosti, napojují se na ně samozřejmě další města, protože těch našich dvanáct představuje skutečně jen drobný mikrokosmos v porovnání s tím, co se děje jinde.

Díky tomuto projektu získáváme cenné informace, učíme se novým faktům o fungování měst. Jednou z takových informací je například to, že velká většina inovace ve městech souvisí s aktivitou žen. Zdá se, že jsou to spíše právě ženy než muži, kdo vytváří skutečně invenční iniciativy v oblasti zdravotnictví a zaměstnávání. Ženy stojí za těmi nejinvenčnějšími místními kluby a institucemi, novátorskými strukturami pro imigranty, dětskými a jinými centry. Ženy se zdají být nejotevřenější, co se týče přijímání nových myšlenek. Takových informací nám náš projekt poskytl celou řadu.

Abych se ale vrátil na obecnější rovinu – pokud uvažujeme o kreativním městě nebo o kreativitě ve městě, je důležité nezapomínat na diverzitu, protože pokud se zamkneme před vnějšími vlivy, zamkneme jen sami sebe, sami se uvězníme. Nakonec bych rád zmínil něco, co je v současné době velkou prioritou Rady Evropy, konkrétně jde o lepší porozumění

propojenosti mezi kreativitou a oblastí lidských práv. Víím, že v současnosti není úplně v módě o tom mluvit, nicméně v Radě Evropy byla lidská práva vždy jedním ze základních stavebních kamenů naší práce. Po léta se zaměřujeme na principy kreativity, které jsou zároveň zásadními principy demokracie. Lidé, kteří se cítí respektovaní a je s nimi jednáno důstojně a rovnoprávně, mnohem pravděpodobněji nechají svou kreativitu projevit se a rozvinout. Kreativní duch je jednou z nejmocnějších sil v lidské historii a zároveň největší silou použitelnou v oblasti kreativních měst. Naším úkolem na cestě k rozvoji městské kreativity je popustit uzdu fantazii a imaginaci. Kreativita ve městech není jen výsledkem strategie, ale také výsledkem inspirace. My se z produktů okolností musíme změnit v tvůrce okolností.

Curriculum Vitae

Robert Palmer je ředitelem pro kulturu a kulturní a národní dědictví v Radě Evropy se sídlem ve francouzském Štrasburku. Rada Evropy má v současnosti 47 členských států a Ředitelství pro kulturu a národní dědictví řídí více než 50 nejrůznějších programů, včetně monitorování strategií v kultuře a v národním dědictví, kapacitních projektů a vzdělávacích seminářů spolu s aktivitami, které se vztahují ke kulturní rozmanitosti, mezikulturnímu dialogu i velkým výstavám. Robert Palmer pracuje v oblasti kultury více než 20 let a před svým zapojením do činnosti Rady Evropy v roce 2006 byl poradcem pro kulturní rozvoj a obnovu, kulturní turistiku, festivaly a umělecké strategie několika měst a regionů. Podílel se na akci Evropská hlavní města kultury a byl ředitelem dvou z nich – v Glasgowě (1990) a v Bruselu (2000). Palmer je členem vedení nejrůznějších uměleckých institucí a mezinárodních festivalů, předsedou Evropských uměleckých porot a pravidelně je zván, aby promluvil na mezinárodních kulturních konferencích a dílnách. Jeho činnost byla ohodnocena několika oceněními.

Odkaz:

www.coe.int/interculturalcities

Shrnutí moderátora (Colin Mercer)

Mé shrnutí bude koncipováno jako resumé napříč tématy panelu. Všechny prezentace, které se v jeho rámci odehrály, byly výborné. Konkrétně šlo o tři italské prezentace, jednu slovenskou a jednu kanadsko-francouzskou od Roberta Palmera z Rady Evropy. Záběr prezentací byl široký – od vizionářských přístupů ke konkrétním analýzám, co se v současné době děje v oblasti mezinárodních strategií z pohledu Rady Evropy.

V rámci panelu vyvstalo několik klíčových témat, která byla součástí všech prezentací. Jedním z takových stěžejních motivů bylo konstatování, že neexistují žádné jednoduché, jednoznačné a všeobecně platné modely kreativních strategií měst, ať už jde o strategie dlouhodobé, nebo o jednorázové události; když se například město na rok stane hlavním městem kultury (z čehož a priori nemusí vyplynout, že se jej podaří transformovat v město kreativní).

Pokud bychom z našeho panelu měli odvodit nějaký jednotný vzkaz pro Evropskou komisi, potom by se jednalo o následující: čím více bude kladen důraz na udržitelnost a odkaz důležitých měst na kulturní mapě jakožto hodnot, na kterých lze založit kreativní město a kreativní ekonomiku, tím efektivnější budou politické kroky. Napříč panelem jsme se shodli (a jde o shodu založenou na výsledcích řady analýz a průzkumů), že unijní program Kultura (Culture Programme) bohužel v tomto ohledu zatím dostatečně neplní svou funkci.

Dalším zdůrazňovaným tématem byla potřeba konzultace, potřeba detailního kvalitativního a kvantitativního mapování lidských investic a zájmů v kulturní oblasti. Jinými slovy – detailní program a výzkum, který by zmapoval kulturu a který by posloužil jako základ pro strategie a plánování rozvoje. Než se do nich pustíme, je dobré vědět, co lidé dělají a proč to dělají. V jakém vztahu je to, co dělají, k jejich životnímu stylu, jak vnímají vlastní identitu atd. Potřeba takového mapování – jak kvalitativního, tak kvantitativního – jasně vyplynula ze všech prezentací v našem panelu. Je klíčové, abychom pořádně věděli, o čem vedeme debatu, jakou děláme politiku a co plánujeme. Jinými slovy jde o to, abychom měli dostatečné informace o životním stylu, kvalitě života a povaze příslušných komunit. Abychom chápali, jak lidé v té které oblasti region vnímají, jaký k němu mají vztah apod.

Skvělá práce, kterou dělá se svým týmem v Košicích Zora Jaurová, má jak své pozitivní, tak negativní stránky. V Košicích dochází k regeneraci, transformaci staré zástavby z dob, kdy bylo Slovensko součástí sovětského bloku, na komunitní zařízení. Taková regenerace města, která je motivována uměním nebo kreativitou, má ovšem svá rizika. Může vyústit v případy sociálního vyčleňování. A nejenže může, ale dle mých zkušeností k takovým případům už mnohokrát vedla, a to jak v Evropě, tak v Austrálii a v Severní Americe. Co bylo původně zamýšleno jako městská regenerace, stalo se jakousi formou etnického vyčištění oblastí a vyústilo v odliv kulturně různorodé populace.

Diverzita byla další klíčovou ingrediencí našeho panelu; uznání diverzity, a to nejen v etnickém smyslu slova. Jde o posunutí debaty o diverzitě od etnicity k různým formám kulturní diverzity, které v naší společnosti existují. Jde především o diverzitu socio-ekonomickou, genderovou, věkovou, diverzitu subkultur atd.

Je třeba rozpoznat zásadní problémy a výzvy, kterým města čelí, a to na základě principu 4 „T“ neboli 3 „T“ Richarda Floridy – technologie, talent a tolerance. K nim jsme přidali jedno naše vlastní „T“ – teritorium, tedy to, jak lidé vnímají území, na němž žijí. Prostor takového území je třeba zorganizovat a naplánovat tak, aby se v něm lidé scházeli, aby docházelo k mezilidské interakci, aby se v jeho rámci aktivně prolínaly různé kultury.

Jde o to dosáhnout přesně toho, co se odehrává ve skateparcích, do kterých v Bristolu chodí můj dvanáctiletý syn. Tam se totiž setkává s lidmi z tolika odlišných kultur, s lidmi s tak různorodými životními příběhy jako nikde jinde. Skatepark je tak jeho kulturním centrem, jeho územím a je třeba, aby ho společnost jako takové vnímala. Jde tedy o plánování a organizaci veřejného prostoru, ať už jde o prostor uměle vytvořený nebo prostor, který spontánně vzešel z rozličných forem lidské interakce. Taková místa, na kterých bude moci docházet k interakci mezi kulturami, potom povedou k mezikulturnímu dialogu.



Kreativita a vzdělávání

Panel 3A: Kreativita ve vzdělávání



Pat Cochrane

ředitelka Cape UK, Velká Británie

Panelová diskuze Kreativita ve vzdělávání – moderátorka

Pokud se s vámi mohu rychle podělit o své chápání základního narativu této konference ve vztahu ke vzdělávání, řekla bych, že jsme se tu zatím víceméně shodli na tom, že člověk je ze své podstaty kreativní bytost. Václav Havel mluvil o potřebě ukojit zvědavost, představivost, spolupráci, riskování a odhodlání. To všechno jsou kvality, které bude současná mladá generace v budoucnu potřebovat. Jsou to kvality, které jim musíme předat. Lidé se rodí jako kreativní jedinci, vzdělávací systém v nich kreativitu zadupe. O tom není pochyb. Richard Florida včera velmi jasně hovořil o tom, jak on sám nenáviděl školu, jak v něm ve škole byla kreativita zadupávána.

Dnes zde zahájíme reset. Budeme mluvit o možnostech resetování školních systémů, hodnot, na kterých školní systémy v naší společnosti stojí. Domnívám se, že Florida měl velkou pravdu, když mluvil o tom, že jde o běh na dlouhou trať. Mluvil o osmiletých žácích, kteří jsou nyní na základních školách a kteří nás možná jednou vyvedou z krize.

A pro jejich i své vlastní dobro bychom se k problematice vzdělávání měli stavět velmi odpovědně. Velmi zaujatě jsem poslouchala prezentaci Philippa Kerna o podmínkách pro kreativitu v organizacích a říkala jsem si, k čemu bych došla, kdybych jeho kritéria aplikovala na školy, ať už na základní, střední nebo univerzity. Jen tak pro zajímavost zde několik kritérií zmíním, ať víte, co mám na mysli. Zkuste si přitom vybavit nějakou školu, jejíž prostředí znáte, a aplikovat na ni tato kritéria, tyto podmínky pro rozvoj kreativity: spontánnost, důvěra, respekt, dostatek času, přijímání neúspěchu, ochota postavit se konvencím a bořit bariéry mezi jednotlivými disciplinami. Za sebe mohu říct, že navštěvuji mnoho škol, mnoho univerzit, a jen velmi málo z nich lze těmito atributy charakterizovat.

Curriculum Vitae

Pat je zakládající výkonnou ředitelkou Cape UK – nezávislé výzkumné a rozvojové agentury v oblasti kreativity a učení. Působí jak v praxi, tak v politice, a to na regionální, celostátní a mezinárodní úrovni. Pat v minulosti pracovala jako přednášející, komunitní pracovnice a ředitelka komunitních a vysokoškolských vzdělávacích zařízení – zejména ve městech. Specializuje se na profesní rozvoj a pedagogiku přispívající ke kreativě, reflexivní praxi a vedení lidí. V současnosti působí jako konzultant vlády v oblasti kreativity na ministerstvu pro vzdělávání dětí a rodinu. Je členkou RSA a Poradního orgánu Chicago Arts Partnerships in Education.

Pat Cochrane vedla různé výzkumné projekty v oblasti učení a kultury, včetně zakázek pod názvy The Capacity of the Cultural and Creative Sector to Meet the Cultural Entitlement Agenda in Schools (2005) a An Analysis of the Arts and Community Radio for the Community Media Association (Kapacita kulturního a kreativního sektoru splnit Kulturní agendu ve školách; Analýza umění a Komunitního rádia pro Komunitní mediální asociaci) pro Výbor pro umění a muzejní knihovny a archivy v hrabství Yorkshire.

Odkaz:

www.artsllearningconsortium.org.uk/documents/CommunityRadio.pdf



Paul Collard

ředitel Creative Partnerships, Velká Británie
Panelová diskuze Kreativita ve vzdělávání

Budu hovořit především o programu Creative Partnerships, což je nejrozsáhlejší z programů, odehrávajících se pod hlavičkou naší organizace Creativity, Culture and Education. Abyste si udělali trochu konkrétnější představu, čím se zabýváme, dovoluji vám zmínit pár faktických informací. V současné době pracujeme se zhruba dvěma a půl tisíci vzdělávacích institucí počínaje základními školami přes školy střední a konče speciálními školami a zařízeními pro děti, které nemohou navštěvovat standardní vzdělávací instituce. Jádrem naší práce spočívá v tom, že usilujeme o nastolení dlouhodobé spolupráce mezi profesionálními umělci, tvůrci a školami. Program Creative Partnerships funguje od roku 2002.

Včera večer jsem zcela přepsal řeč, se kterou jsem sem původně přijel. Včerejšek tu pro mě jakožto pro posluchače byl velmi zajímavým a inspirativním dnem. Dozvěděl jsem se spoustu věcí. Včerejšek také velmi jasně poukázal na fakt, že je třeba nalézt způsob, jak uchovat kreativitu současné mladé školou povinné generace. Musíme se snažit usilovat o to, abychom našli způsob, jak dát prostor kreativnímu potenciálu těchto lidí, jak jej naplnit. Nicméně celá včerejší diskuze se odehrávala spíše na makrorovině. Já jsem se nakonec dnes rozhodl hovořit o záležitostech, které naopak všechny spadají do mikroroviny. Promluví o třech projektech. Náhodou se všechny tři odehrály nebo odehrávají na základních školách, to ale nic nemění na tom, že Culture, Creativity and Education spolupracuje i se středními školami. Chci zde promluvit i o těchto třech příkladech, které dle mého názoru ztělesňují principy, jež jsou do budoucna použitelné, chceme-li dát průchod kreativě mladých lidí; chceme-li, aby vzdělávací instituce využívaly jejich kreativní potenciál.

Prvním a základním předpokladem takové práce s mladými lidmi je pomáhat jim tvořit. Dát jim v rámci školního vzdělávání možnost tvarovat věci, vyjádřit kreativitu skrze tvorbu. V naší organizaci věříme v kombinaci zábavy, disciplíny a nasazení. To je podle nás 99 % úspěchu. Rád bych zmínil příklad školy, na které jsem se byl nedávno podívat. Tato škola po nás chtěla, abychom pomohli s rozvojem řečových a poslechových schopností jejích žáků. Šlo o třídu zhruba třiceti dětí ve věku pěti a šesti let. Projekt, který jsme pro tyto účely vymysleli, spočíval v tom, že jsme do vyučování zapojili profesionální herecký soubor. Děti měly pak spolu s herci napsat divadelní hru. A protože jim nebylo víc než pět šest let, postup byl takový, že děti vymýšlely repliky a herci je pak hráli. Herci totiž dětem vysvětlili,

že práce na divadelní hře spočívá v tom, že člověk má nejprve nápad, který poté přetransformuje do dialogu.

Strávil jsem zhruba hodinu a půl tím, že jsem tyto pěti- a šestileté děti sledoval, jak na hře pracují. Vymyslely hru o pirátovi. Část, kterou jsem sledoval, byla o námořníkovi, který se ucházel o práci na pirátské lodi, a jak tak celý nadšený ukazoval pirátskému kapitánovi, co všechno umí, omylem mu k palubě přibil nohy. Tuhle pasáž měly děti nejraději, hrozně se u ní smály, chtěly, aby ji herci neustále opakovali. Ti se ale děti ptali, co se stane dál, jak se bude příběh vyvíjet, co budou postavy dál říkat. Děti se hlásily a vymýšlely, co by mohly postavy říkat. Jeden kluk se přihlásil a řekl: „Já vím, já vím, co řekne kapitán pirátů – řekne: ‚Tos udělal ZÁMĚRNĚ!‘“ Ostatní děti nadšeně volaly: „Ano, ano, ZÁMĚRNĚ, to je skvělé slovo, dáme tam ZÁMĚRNĚ.“ A tak to šlo dál: herci se dál ptali, co se bude dít. Dostane námořník vysněnou práci? Děti křičely: „Ne, ne, nedostane.“ Tak co se tedy bude dít, ptali se herci. Někdo musí něco říct. Tak děti zase přemýšlely, co by se mohlo dít dál, a nakonec jedna holčička řekla: „Já vím, kapitán pirátů řekne: ‚Nejsi ZPŮSOBILÝ.‘“ Ostatní děti byly nadšené a souhlasně přikyvovaly: „Ano, ano, dáme tam slovo ZPŮSOBILÝ.“

A tak práce pomalu postupovala dál a dál. Herci vždy zahráli pár replik, které předtím děti vymyslely. Potom se všichni nanovo pustili do přemýšlení, co by se mohlo dít dál. Děti takto na hře pracovaly dvě a půl hodiny denně, dva dny v týdnu. Nikdy v životě jsem takhle malé děti neviděl pracovat s takovým nasazením. Způsob, jakým si vzájemně naslouchaly, jak využívaly nápady ostatních, jak na nich dokázaly stavět, jak se navzájem motivovaly – to vše bylo naprosto fascinující a bylo to možné jen díky tomu, že jim herci umožnili, aby pocítily, aby si uvědomily svůj kreativní potenciál. Když totiž necháte pracovat tu výjimečnou kreativní sílu, kterou má každý v sobě, když jí popustíte uzdu, pak docílíte toho, že lidé pracují naplno, snaží se, vezmou si věci z své.

Po tom, co jsem viděl, řekl jsem jejich učitelce: „Je až neuvěřitelné, jak tvrdě a dlouho dokážou tak malé děti pracovat.“ Ta na to řekla něco, co mi učitelky a učitelé říkají neustále: „Naprosto souhlasím. Neměla jsem nejmenší ponětí, že by moje třída něco takového mohla dokázat.“ Podobné výroky slyším z úst učitelů a učitelek po celý život. To je nejsmutnější a nejděsivější, co může učitel či učitelka vůbec říct. Kdo jiný než třídní učitel či učitelka by měli vědět, co jejich třída dokáže, respektive že

něco takového dokáže. Na jednom z prvních míst stojí kreativní praxe – umožnit dětem, aby opravdu tvořily a také aby tvrdě pracovaly. Protože to, co jsem viděl, skutečně byla tvrdá práce. Děti skutečně pracovaly velmi tvrdě a intenzivně. Takové pracovní postupy a kreativní praktika by měly být samozřejmými součástmi všech školních osnov počínaje osnovami pro nejmladší děti. A mohou být jejich součástmi, jelikož nejde o nic, co by se vzdalovalo našim požadavkům na osnovy. Tím, že dětem umožníte dělat něco takového, dosáhnete najednou všeho, co se od osnov očekává.

Dalším příkladem je, že v rámci jednoho našeho projektu jsem také sledoval výtvarného umělce, jak pracuje se sedmiletými dětmi. Šlo o projekt, v jehož rámci výtvarný umělec přijel za dětmi do školy dohromady třikrát. Zadání dětem od umělce znělo nakreslit autoportrét. Při prvním setkání s umělcem nakreslil jeden chlapec – Ryley – autoportrét, který je téměř prototypem toho, co by nakreslil sedmiletý kluk. Ryley byl v té době zrovna velmi pyšný na své zuby. Děti tedy nakreslily autoportréty, umělec si je prohlédl a řekl: „Dobrá, teď se na sebe zkusíme všichni pořádně podívat.“ A začal děti učit, jak se na sebe dívat, jak přemýšlet o svých obličejích, jak je vidět v reálném světle, jak je nakreslit a jak o tom, co tvoří, mluvit. Na konci prvního setkání s umělcem, tedy zhruba dvě a půl hodiny po tom, co nakreslily předešlý autoportrét, se měly děti znovu nakreslit. Po pár hodinách přemýšlení a dívání se na sebe nakreslil Ryley tak, že najednou se na autoportrétu zdají zajímavé i jiné části jeho obličeje než jen zuby. Především je tu ale jasné, jak intenzivně na sobě mezi prvním a druhým autoportrétem pracoval, jak usilovně se snažil dívat se na obličje a rozumět jim.

Umělec tedy po tomto prvním setkání s dětmi odjel a vrátil se za týden, kdy s dětmi znovu strávil nějaký čas kreslením autoportrétů. Naposledy se pak vrátil ještě za týden, kdy s sebou pro každé dítě přivezl stolní zrcátko. Znovu s dětmi pracoval na téma autoportrétů, děti znovu velmi intenzivně pracovaly na studiu svých vlastních obličejů. Na konci tohoto posledního bloku Ryley nakreslil opravdový autoportrét. Musím říct, že za svůj život jsem strávil hodně času v oblasti výtvarného umění a stejně jako Milena Dragičević-Šešić vždycky říkám, že neumím kreslit. A výtvarní umělci mi vždycky říkají, že to nemůže být pravda, že kreslit umí každý a že můj problém není v tom, že neumím kreslit, ale že se neumím dívat. Tento projekt, o kterém zde mluvím, je velmi silným příkladem toho, o čem se zde bavíme: spolupráce s výtvarným umělcem s cílem naučit děti vidět. Vidět a pořádně se dívat – to je schopnost, která jim zůstane na celý život. Jde o schopnost stejně tak dobře uplatnitelnou v biologii a fyzice jako v zeměpise nebo jakémkoli jiném předmětu. Jakmile se jednou naučíte pořádně dívat a vidět, získáte novou schopnost, a to je základem kreativních procesů.

Zatím jsem zmínil příklady něčeho, co bychom mohli nazvat „učení se tvoření“ a „učení se vidění“. Poslední projekt, o kterém bych zde rád mluvil, by se dal shrnout pod výraz „učení se mít nápady a realizovat je“. Jde o projekt, který se tento týden dokonce dostal do britských novin. Začalo to tak, že v rámci spolupráce se učitele snažíme přesvědčit, aby pracovali se svými žáky a žačkami na bázi projektů, aby děti nechali být za projekty odpovědné. Učitelé pak mají za úkol projekty napojit na osnovy a využít je v rámci všech možných směrů vzdělávání. Lidé ze školy, o které budu mluvit, přišli s tím, že by chtěli zřídit nový vyučovací prostor. My jsme je nabádali, aby to nechali se vším všudy na dětech, a poslechli nás. Děti tedy po nějakou dobu debatovaly o tom, jak se úkolu zhostí, jaký alternativní venkovní vyučovací prostor by chtěly. Přišly s řadou nápadů, mezi nimi byl například hrad nebo pláž. Nakonec se ale shodly na tom, že nejlepší by bylo letadlo. Jelikož se škola rozhodla, že skutečně nechá projekt v rukou dětem samotným, bylo jim řečeno, že pokud si letadlo seženou a pokud se vejdou do rozpočtu, není problém.

Tak se děti ve spolupráci s kreativními profesionály, které jsme jim dali k dispozici, pustily do hledání letadla. Letadlo našly a koupily. Je zajímavé, že toto letadlo z druhé ruky stálo méně, než by bývala stála buňka, kterou škola původně plánovala koupit za účelem zřízení prostor pro novou třídu. Pak přišla další fáze práce – ve Spojeném království si nemůžete jen tak zaparkovat na zahradě letadlo. Je třeba požádat úřady o příslušná povolení. A tak děti musely podat různé žádosti na radnici a další úřady. Za další – interiér letadla byl samozřejmě velmi zastaralý a nevyužitelný k výuce, a tak děti napsaly designérovi, který navrhl interiér soukromého letadla Davida Beckhama, aby – zdarma – vymyslel design i jejich letadlu tak, aby se v něm mohly učit.

Různé úkoly, které bylo v rámci projektu třeba udělat, si mezi sebe děti rozdělily s ohledem na ročníky. Nejstarší děti měly na starosti komunikaci s médii a úřady. Mladší děti si pak vzaly na starosti interiér letadla. Nejmladší ročník, tedy děti, které se právě učily psát, měly na starosti korespondenci, psaly všechny dopisy, ve kterých žádaly různé lidi o různé laskavosti. Jedna z učitelek k tomu v interview řekla, že se děti při psaní dopisů opravdu neuvěřitelně snažily, velmi intenzivně se soustředily, aby dopisy byly upravené, aby v nich nebyly hrubky, to všechno proto, že si moc přály, aby se setkaly s pozitivní odezvou, aby jim například designér Davida Beckhama řekl *ano*. A je jasné, že pokud jste designérem Davida Beckhama a dostanete dopis od šestiletého dítěte, které vás žádá, abyste přijel do Stoke a zadarmo navrhl interiér letadla tak, aby se v něm dalo učit, řeknete *ano* spíše, než kdyby vám takový dopis přišel například od ředitele dotyčné školy.

Celková strategie dětí byla tedy o velké pečlivosti a mravenčí práci. Nakonec bylo vše velmi efektivní. Minulé úterý bylo dětem letadlo přivezeno, přes léto se bude předělávat a od začátku nového školního roku ho budou moci využívat jako třídu.

Osobně na tomto projektu považuji za nejdůležitější fakt, že se celý odehrál na základní škole v oblasti, kde žije vesměs dělnická třída, na předměstí Stoke, tedy v relativně sociálně znevýhodněné oblasti. Všechny tyto děti zažily něco neuvěřitelného. Měly celkem šílený nápad a podařilo se jim ho uskutečnit. Nesmíme podceňovat sílu a význam takového ponaučení pro jejich budoucí život. Velkou část kreativity v dětech v rámci školního vzdělávání zadupáváme právě proto, že je stavíme do pozice bezmocných. Chováme se k mladým lidem, jako by jejich slovo nemělo žádnou váhu. Pokud jim ale dáme moc, pokud je necháme, aby zažily, jaké to je mít věci ve svých rukou, být schopní vymyslet nápady a uvádět je v život, vychováme z nich generaci, která si v dospělosti nejen uvědomí, že společnost potřebuje změnu, ale která navíc bude vědět, jak té změny dosáhnout, a v neposlední řadě se nebude bát se do ní pustit.

Curriculum Vitae

Paul má pětadvacetileté zkušenosti s prací v oblasti umění a je odborníkem na programy využití kreativity a kultury jako hnací síly sociálních a ekonomických změn. Je zakládajícím výkonným ředitelem CCE, nové národní agentury vytvořené britskou vládou pro realizaci různých kulturních programů pro mládež. Mezi ně patří: Creative Partnerships – vlajkový program vlády pro kreativní vzdělávání, jehož úkolem je rozvíjet dovednosti mladých lidí v Anglii zlepšovat své touhy a úspěchy; Find your Talent – pilotní programy, které zkoumají možnosti, jak každému mladému člověku nabídnout pět hodin kvalitního umění a kultury týdně. Paul Collard přešel v lednu 2005 do Creative Partnerships z organizace Culture10, kde byl kreativním ředitelem. Předtím zastával funkce generálního manažera v Institute of Contemporary Art, zástupce finančního ředitele British Film Institute v Londýně, ředitele UK Year of Visual Arts in the North East of England a ředitele International Festival of Arts and Ideas v Connecticutu.

Odkaz:

www.creative-partnerships.com



Milena Dragičević-Šešić

profesorka kulturní politiky a řízení kultury,
kulturních studií a mediálních studií, Srbsko
Panelová diskuze Kreativita ve vzdělávání

Slyšeli jsme tu hodně o programech Evropské unie, různých komisích, národních strategiích apod. Já chci říct něco o tom, co jsem osobně udělala v rámci své práce na univerzitě, kterou jsem jeden čas vedla. Chci mluvit o věcech, o kterých si myslím, že jsou základem kreativity, že tvoří určitá „mikrojádra“ kreativity v současné společnosti.

Včera zde padly názvy mnohých knih napsaných slavnými autory, z nichž někteří byli dokonce sami přítomni. Ráda bych připomněla jednoho autora, který je bohužel v debatě o kulturních politikách obecně často opomíjen. Zemřel už před nějakou dobou, a tak sám sobě už nemůže dělat pořádné promo. Jeho jméno je Michel de Certeau. Napsal dvě knihy, které dle mého názoru musí každému, kdo se zabývá současnou kulturní politikou, v určitém směru sloužit jako Bible. První z nich nese název *La Culture au Pluriel* (Kultura v množném čísle). Jde všehovšudy o první knihu o kulturní diverzitě a o tom, jak ji respektovat skrze různé úrovně a typy politik. Druhou z knih je pak *Invention au Quotidien* (Každodenní vynalézání). V souvislosti s ní bych zde ráda řekla, že chci tuto svou dnešní prezentaci věnovat mimo jiné i českým filmařům, kteří v průběhu 50., 60. a 70. let a dál až dodneška soustřeďují své filmy okolo tématu „malých“, obyčejných lidí. Filmařům, kteří nám ve svých filmech ukazují, jak kreativní umí tito obyčejní lidé být a jakou hodnotu má jejich kreativita. Takové mikropříběhy o drobných rebeliích a nesouhlasích jsou dle mého názoru v dnešní době základním stavebním kamenem kreativity.

Na této konferenci téměř celou dobu dokola opakujeme různá „trendy“ slova. Snažím se ukázat, jak se tato slova v průběhu času proměňují, jak kulturní politiku stírá kulturní management, akcesibilitu inkusivita, výměnu spolupráce – nyní se tu bavíme o kreativitě. Nechci vás ale zatěžovat teoriemi a definicemi, chci se vyhnout veškerým „trendy“ výrazům a zaměřit se na to, kde lze v každodenním životě hledat vynalézavost a invenčnost. Uvedu příklad fotografa, který se zaměřuje na kreativitu lidí, kteří jsou nějakým způsobem na okraji společnosti. Na jedné své fotografii zachytil cikánské vozíky, tedy prostředky, skrze něž si Romové zajišťují živobytí, vozíky, které používají na převoz sběru a různého harampádí. Na takovéto výjevy kreativity bychom se měli zaměřit, ne na reklamní vizuály Louise Vuittona a podobné věci, které nejsou ničím jiným než nápodobou kreativity.

Chtěla bych ještě připomenout prezentaci Natalii Koliady v souvislosti s tím, že už dvacátým rokem existuje Institut umění. Dne 5. října 2000 – tento pro Srbsko symbolický den – jsem strávila na oslavě 10. výročí vzniku Institutu umění v Barceloně. Tématem oslavy bylo deset let networkingu, spojené Evropy, mobility, výměny, svobody a demokracie. Jakých bylo týchž deset let pro mě? Nechci zde nikoho kritizovat, bylo to deset let takových, jaké jsme si je sami udělali. Nicméně to bylo deset let noční můry, deset let strádání, a to jsme na tom v Bělehradě zdaleka nebyli tak špatně jako tisíce lidí v jiných regionech Balkánu. Tuhle noční mұru zažívá Natalia Koliada právě v současné době a před dvěma hodinami nám o ní vyprávěla. V zásadě to ale nikoho nezajímá. Proto doufám, že minimálně česká část publika pochopí, o čem je řeč – jde totiž o divadelní hru o domácím divadle, o děláni divadla pokoutně po domácnostech v situaci a době, ve které neexistují žádné veřejné prostory pro alternativní politické divadelní vyznění. To je přesně to, co dělá Natalia v současné době.

Teď si asi říkáte, co má tohle všechno co do činění s kreativitou, s problematikou univerzit atd. Tím pojítkem je to, že na Balkáně honorujeme kulturu disentu, kulturu nesouhlasu a rebelie. Pro nás má kreativita smysl, jen pokud jde proti normám, proti kánonu. Jak ale tento přístup aplikovat na univerzitní prostředí, když všichni víme, že univerzita jako taková je nositelem norem, nositelem kánonů. Univerzita je ze své podstaty konzervativní institucí. Když jsme se připojili ke slavné Boloňské reformě, řekl mi jeden člověk z Rady Evropy, že reformovat univerzitu je jako přestěhovat hřbitov: můžete si myslet, že jste dosáhli nějakých změn, ale ve skutečnosti jsou to změny jen velmi povrchní a formální.

Richard Florida včera řekl, že potřebujeme reformu vysokých škol. Ano, ale jak je reformovat? Měla by cílem těchto reform být produkce absolventů, kteří se především uplatní na trhu práce, kteří se potkají s poptávkou kreativních průmyslů? Mluvíme o kreativních průmyslech, protože moje vysoká škola je školou uměleckou. Nebo se máme zaměřit na něco zcela odlišného, vzít zodpovědnost do vlastních rukou? Na škole, na niž pracuji, bylo umění po léta využíváno a zneužíváno za účelem budování národní identity. Řekli jsme si proto, že naše zodpovědnost by měla v nové éře po roce 2000 spočívat v tom, že budeme aktivně usilovat o vytvoření kulturní politiky založené na respektu k rozdílným jednotlivých regionů skrze interdisciplinaritu a mikroakce zaměřené na různé vrstvy populace, různé sociální skupiny apod.

Snažíme se rozvíjet výuku založenou na praktickém výzkumu, podporujeme kritické myšlení studentů, organizujeme řadu konferencí. Mimochodem, první konference, kterou jsme zorganizovali, se jmenovala Prostor pro inovaci a kreativitu. Odehrála se v roce 2002, sjelo se na ni mnoho osobností z balkánského regionu a společně jsme diskutovali o tom, jak předělat naše konzervativní umělecké školy, jak se posunout od starého konceptu „master classes“ k nějakému společensky odpovědnějšímu modelu. Jak z uměleckých škol udělat platformy pro diskusi, motory změny a aktivní spolutvůrce kulturních politik. Samozřejmě jsme se nejdříve zaměřili na změny ve vzdělávacích vzorcích, zavedli jsme tedy vzdělávání peer to peer, výuku na základě praktického výzkumu, projektovou výuku atd.

Obecně organizujeme hodně interdisciplinárních programů a letních škol v regionech a městech, kam normálně umělci na residence nejezdí. Naše nabídka lokalit není tak luxusní a příjemná, jak tomu bývá v Evropské unii. Mluvím například o projektu, v rámci něhož se studenti stali součástí továrny na džín v Novém Pazaru, kde se šijí kultovní Levisky 501. Továrna se nachází v regionu, který je tradiční enklávou islámských podnikatelů a řemeslníků. S dělníky a dělnicemi jsme v továrně udělali několik uměleckých projektů, protože pochybuji o tom, že jejich práce je jinak jakkoli kreativní. Jak včera řekl Richard Florida, politici by měli usilovat o to, aby se práce v sektoru služeb stala kreativnější. Na šití Levisek není kreativního vůbec nic, prostě jen musíte efektivně dělat svou práci, snažit se ušít co nejvíc džínů, aby si je mohlo koupit co nejvíce lidí. Reklamní agentury, PR a marketingoví specialisté chtějí prodat co nejvíc kalhot, prodávají značku a její produkt, nikoli produkt novopazarské kreativity.

Pak se také snažíme přispět k paměti národa, protože vysoká škola má být i o paměti a o paměti by mělo být vzdělávání obecně. Dnes žijeme ve společnosti, která se paměti vzpírá, která je spíše společností postavenou na politice zapomnění. Politici – a nejen ti v Srbsku, ale i řada evropských politiků – chtějí vytvořit obrázek světa jakožto něčeho idylického. David Černý tu dnes nezmínil svůj umělecký projekt, který v lednu tohoto roku urazil řadu politiků. Položme si otázku, proč se jim cítili uraženi. Urazil je fakt, že stále existují národní stereotypy a kategorizace na základě národnosti? Ano, existují. A je tomu tak i v Srbsku, konkrétně u nás jde o stereotypy a kategorizace ve vztahu k různým městům. Proto jsme na naší univerzitě udělali projekt, v rámci něhož studenti zkoumali historii zapomenuté multikulturality. Němci naše území opustili v roce 1945, ale dnes téměř v žádném městě ani například ve Vojvodině nejsou vidět stopy jejich přítomnosti.

Jde mi o novou etiku a myslím, že toto téma úzce souvisí s kreativitou. Nová etika by se měla rozvíjet skrze mikronarativy, mikrojádra komunit, nikoli skrze velké působivé příběhy kreativních průmyslů založených na copyrightu nebo velkolepých kolektivních programech kreativity pro všechny. Na každém místě i v té nejzapadlejší vesnici bychom měli rozvíjet otevře-

nost, kontakt a výměnu mezi sektory, a to i takovou výměnu, která nemusí nutně přinést ekonomický prospěch.

V rámci dalšího projektu se například studenti digitálního umění spolu se studenty kulturního turismu vydali do rurálních oblastí, kam už dnes v podstatě nikdo nejezdí. Všichni z nich spíše utíkají do měst a vesnice jsou naprosto vylidněné. Pomoc těmto venkovským oblastem bereme jako svou zodpovědnost. Naše univerzita nemá campus, takže jsme si položili otázku, jak toho v pozitivním smyslu využít. Jak přispět k integraci komunit. Považujeme to za velmi důležité. Komunity na Balkáně totiž nejsou příliš otevřené, k univerzitám se staví jako k něčemu vzdálenému a nedotknutelnému.

V rámci dalšího peer learningového projektu, který si zorganizovali naši studenti, pozvali čtyři zástupce kreativních průmyslů – rappera/ku, filmového producenta/producentku, vydavatele/ku a módního návrháře/ku – a debatovali s nimi, jak se jim podařilo v jejich oboru uspět a zda a za jakých okolností by se to mohlo podařit i současným studentům. Nevím, jak moc studentům konkrétně tento workshop pomohl, necháváme na nich samotných, aby realizovali své vlastní nápady a aby z projektů těžili. Je důležité, že trendy jsou obecně následovány. A v tom spočívá ohromná zodpovědnost, kterou neseme na svých bedrech. Vytváříme trendy (i tady na konferenci) a měli bychom se nad povahou těchto trendů co nejvíc zamýšlet. Měli bychom se snažit pracovat s jakýmkoli prostředím, v prostorách, kde dosud není žádné umění, na místech, kam chodí obyčejní lidé, na takových místech dělat kreativní projekty. Tak také znělo zadání jednoho úkolu pro studenty 1. ročníku na naší univerzitě, šlo tedy o velmi mladé studenty, osmnácti- a devatenáctileté. Site-specific projekt, který na základě tohoto zadání vypracovali, byl nakonec natolik úspěšný, že s ním byli pozváni k účasti na pražském festivalu 4 + 4 dny v pohybu, což pro ně znamenalo mnohem víc než pro jakéhokoli umělce jakákoli příležitost kdekoli vystupovat. Dostali totiž šanci prezentovat v Praze něco velmi specifického, co sami skrze svou kreativitu vytvořili.

Dalším zajímavým projektem, který jsme u nás uskutečnili, byl projekt s názvem Adventure-Culture (Dobrodružství-kultura). Šlo o projekt studenta 3. ročníku, který na něm pracoval v rámci své bakalářské práce. Vytvořil interaktivní DVD pro dvanáctileté žáky, které mělo pomoci proniknout skrze digitální média do světa kulturních institucí. Tento student musel v rámci práce na tomto DVD začít od naprosté nuly, jelikož mu žádná kulturní organizace v Bělehradě ani žádná organizace zabývající se prací s dětmi nebyla schopná dodat nebo zprostředkovat jakékoli materiály, které by mohly být pro dvanáctileté děti zajímavé. Dotyčný student tedy toto DVD vytvořil ve spolupráci se studenty grafického designu.

Takový typ kreativity se snažíme v našich studentech podpořit a rozvíjet. Snažíme se studenty motivovat, aby přicházeli s novými nápady nejen v rovině umělecké, ale také v rovině společenské, v otázkách zprostředkování a spolupráce.

Curriculum Vitae

Dr. Milena Dragičević-Šešić, bývalá děkanka Umělecké univerzity v Bělehradě, nyní řídí vedení UNESCO pro multikulturalismus, management a zprostředkování umění. Dále je profesorka kulturní politiky a řízení kultury, prezidentka Ceny za výzkum kulturní politiky (ECF, Amsterdam), členka rady pro Evropský diplom v řízení kulturních projektů (Fondation Marcel Hicter, Brusel), členka dílčí rady pro umění a kulturu OSI (sít Sorosových nadací), bývalá členka vedení ENCATC (Evropské sítě školicích center pro správu v oblasti kultury) a ELIA (Evropské sítě uměleckých vzdělávacích institucí).

Hostující přednášející: Moskevská škola sociálních a ekonomických věd; CEU, Budapešť; I. E. P., Grenoble; University Lyon II; Dijon; Jagellonská univerzita, Krakov; Jyväskylä University, Finsko; University of Buffalo; Columbia University, New York; vysoké školy uměleckého a kulturního zaměření: Riga, Tallinn, Vilnius, Skopje, Utrecht...

Odkazy:

www.connectcp.org/MilenaDragicevicSesic

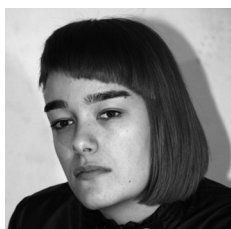
www.ecumest.ro/pdf/2005_dragicevic_suteu_cultcoop_see.pdf

www.cupore.fi/documents/MilenaDragicevicSesicInterculturalismArts.pdf www.boekman.nl/EN/publications_artsmanagement_presentation.html



Bojan Djordjev

ředitel divadla, TKH Platform, Srbsko
**Panelová diskuze Kreativita ve vzdělávání,
společná prezentace s Martou Popivoda**



Marta Popivoda

umělkyně se zaměřením na video art;
nezávislá kulturní pracovnice, TKH Platform, Srbsko
**Panelová diskuze Kreativita ve vzdělávání,
společná prezentace s Bojanem Djordjevem**

Bojan Djordjev:

Já a Marta Popivoda jsme spolupracovníky bělehradské Platformy TKH, což je zkratka srbského výrazu Teorija koja Hoda (Walking Theory). Tato teorie vznikla v roce 2000 – dva dny před 3. říjnem 2000, tedy dnem, kdy padl Miloševićův režim. To je do jisté míry relevantní. Nebo možná není. Walking Theory se zabývá především teorií živého umění, a to ve velmi širokém slova smyslu. Přistupujeme k živému umění jako k novému vědeckému paradigmatu, které postupem času nahradí vědecké paradigma jednotlivých vědeckých disciplin. Naše skupina byla založena několika absolventy a studenty uměleckých fakult a jejím základním cílem je zbavit náš oficiální vzdělávací systém v oblasti umění nedostatků a nešvarů. Za hlavní nešvary považujeme krom faktu, že je srbský vzdělávací systém v oblasti umění neustále pozadu, ať už jde o praxi či vzdělávací metodologii, také to, že jde o systém, jenž se bojí teorií a do velké míry je nepřátelský vůči intelektualitě. Na teorii v oblasti umění, a to jak v akademickém prostředí, tak do jisté míry v umělecké praxi je v Srbsku nahlíženo jako na něco, co má zůstat za zdmi kabinetů a laboratoří, jako na něco, co brzdí praktickou práci, co ji omezuje a oklešťuje. Ve Walking Theory se snažíme prosadit názor, že teorie je vždy zároveň i praxí, že s praxí úzce souvisí. Teorie je relevantním sociálním hybatelem s velkým potenciálem, nelze ji oddělit od praktického umění a v žádném případě není opakem nebo souputníkem praktické tvorby. Je naopak jejím nástrojem.

Začínali jsme jako nezávislá jednotka složená ze samovzdělanců. Nejprve jsme se zabývali hlavně výzkumem. Velmi rychle jsme se ale začali otevírat veřejnosti skrze veřejné aktivity počínaje vydáváním časopisu o teorii živého umění, vzdělávacími projekty, uměleckými performancemi po domácnostech až po zapojení se do prosazování oblasti nezávislé scény v kulturní politice a přístupu „zespod nahoru“.

Marta Popivoda:

Chtěla bych zde říct něco víc o našem prvním vzdělávacím projektu. Šlo o projekt pod názvem SOS, což je zkratka anglického výrazu Self-managed Educational System in Arts (Nezávislý vzdělávací systém v oblasti umění). Atributem *nezávislý* nemyslíme nezávislost v neoliberalním slova smyslu – sám si zorganizovat, vymyslet a zařídit. Schopnost, která je v našem regionu historicky od dob bývalé Jugoslávie považována za hodnotnou. V rámci projektu jsme zahájili výzkum zaměřený na metodologii vzdělávání ve spolupráci s deseti kulturními pracovníky z Bělehradské nezávislé scény. Chtěli jsme zkoumat možnosti neinstitutonálního kolektivního sebevzdělávání. Zmíním zde nejdůležitější autory, s jejichž přístupy jsme pracovali. Prvním z nich je dílo Jacquese Rancièra Ignorant Schoolmaster (Nevzdělaný učitel), kde kritizuje klasickou hierarchickou strukturu školství. Klasicky nastavený vztah mezi učitelem jakožto někým, kdo vlastní vědění, a žákem, který je neznalý, a musí tedy získat vědění od učitele. Rancière v této knize zavádí několik pro nás velmi zásadních termínů, jako například *neznalý učitel* nebo *emancipovaný žák*.

Další knihou, s níž jsme pracovali, byla Applied Grammatology (Aplikovaná gramatologie) Gregoryho Ulmera. Autor vysvětluje koncept e-pedagogiky, který souvisí s ideou efektivního vědění a využitím elektronických médií v procesu vzdělávání se. Kniha vznikla v době, kdy elektronická média byla nejpokrokovějším typem médií. My jsme to, co se v ní říká, přizpůsobili našim potřebám a transponovali teze Gregoryho Ulmera do naší doby, kdy jsou na pořadu dne především média digitální.

V našem výzkumu jsme rovněž shledali jako velmi užitečnou knihu Ivana Illicha Deschooling Society (Zbavování společnosti škol), která vznikla velmi dávno. Illich v ní předvídá vznik jakési sítě, něčeho, co se velmi podobá internetu, a procesů vzdělávací peer to peer a networkingu.

V průběhu výzkumu jsme nechtěli zůstat uzavřenou komunitou či pracovní skupinou. Chtěli jsme uskutečnit nějaké veřejné aktivity, a tak jsme uspořádali tři veřejné události právě na téma tří metodologií prezentovaných ve výše jmenovaných knihách. Konkrétně šlo o velké veřejné čtení Rancièrovy knihy, performanci na téma Applied Grammatology Gregoryho Ulmera a nakonec on-line veřejně přístupný rozhovor s mužem, který kdysi v 60. letech uváděl do praxe přístupy Ivana Illicha. V souvislosti s Illichovou knihou jsme zahájili rozsáhlou diskusi s řadou dalších nezávislých bělehradských kulturních pracovníků mimo naši platformu.

Bojan Djordjev:

Důležité na našem výzkumu bylo, že nešlo o výzkum pro výzkum. Na jeho konci jsme dosáhli určitého konkrétního výsledku. Pátrali jsme po metodologiích sebevzdělávání mimo institucionalizovaný rámec pro umělce a studenty, vzdělance, aktivisty v oblasti humanitního vzdělávání a nakonec jsme je našli. Kniha Deschooling Society Ivana Illicha a v ní prezentovaný přístup neinstitutionalizovaného vzdělávání, vzdělávání peer to peer a kompletní upuštění od institucí – to vše nám nakonec pomohlo posunout projekt ještě dál, dokončit fázi výzkumu a započít fázi, kterou jsme nazvali Knowledge Smuggling (Pašování věděni).

Projekt Knowledge Smuggling stojí na velmi jednoduchém principu. Každý týden se schází pracovní skupiny lidí, kteří pracují v oblasti živého umění, digitálního softwaru atd. a kteří pracují v nehierarchizovaných týmech a jejichž reálná práce reflektuje metodologie sebevzdělávání. Pokud pracujete na nezávislé scéně, je velmi důležité vymezit se vůči institucím v tom smyslu, že si musíte ujasnit svůj názor, zda je kritika možná jen zvenčí, nebo i zevnitř institucí. Domnívám se, že to úzce souvisí s tím, o čem tu mluvil Gottfried Wagner v rámci předešlého panelu. Nejde nám o soutěž či konkurenci, cílem naší kritiky není nabídnout protiklad současné situace, alternativu ve smyslu něčeho lepšího a jediného správného. Nenabízíme binární přístup ke světu. Snažíme se, aby metodologie, které prezentujeme, a prostory, které skrze naše výzkumné a vzdělávací projekty otevíráme, byly nahlíženy spíše jako paralelní alternativy, jako něco simultánního k systému institucí, jako něco dalšího, druhého, třetího, čtvrtého, pátého k institucím.

Tyto dva systémy – institucionalizovaný a neinstitutionalizovaný – nemusí být ve vzájemném rozporu, naopak mohou být propojené, mohou spolupracovat. Proč je pro nás tolik důležitý kolektivní přístup? Protože jej považujeme za opak přístupu, kdy se člověk samovzdělává jako jedinec, jako individuum,

kdy skrze sebevzdělávání ukájí pouze svou vlastní soukromou zvědavost. V rámci kolektivního sebevzdělávání se člověk podílí na vytvoření nového veřejného prostoru, spoluvytváří debatu a komunitu. Skrze „pašování věděni“ tedy svým způsobem poskytneme bělehradské nezávislé scéně prostor a kontext, aby lidé, kteří v jejím rámci fungují, mohli pracovat na svých vlastních sebevzdělávacích nezávislých projektech. Dále se skrze Knowledge Smuggling snažíme otevřít regionům, regionální spolupráci, aplikovat model peer to peer na aktivitu v rámci regionů. Marta vám o tom řekne něco víc.

Marta Popivoda:

Jedním z hlavních cílů Walking Theory je posilovat pozici nezávislé scény nejen v Srbsku, ale v celém regionu jihovýchodní Evropy, přesněji řečeno na území bývalých jugoslávských republik. Naším společným cílem je pak vytvořit nějakou strukturovanější, pevnější meziregionální platformu pro vzdělávání, v rámci níž bychom mohli zkoumat a rozvíjet koncepty, kterými se v rámci Knowledge Smuggling zabýváme. Proč nás tolik zajímá spolupráce mezi regiony? Různé oblasti Balkánu – exjugoslávské republiky – zdědily po bývalé Jugoslávii stejný vzdělávací systém, tedy všichni čelíme podobným problémům. Například chceme do vzdělávacího systému zavést různé hybridní oblasti, které zatím nejsou součástí univerzitního vzdělávání, nebo touhu zkoumat a rozvíjet nové přístupy a metodologie.

Bojan Djordjev:

Většina aktivit Walking Theory je zacílena na studenty umění, humanitních oborů a mladé profesionály v umění. Jde o velmi specifickou skupinu. Věříme, že se zabýváme těmito tématy a tím, že se je snažíme měnit, nová paradigmatata a ideje nakonec ovlivní společnost na více různých úrovních. I proto se snažíme naše aktivity cílit na konkrétní skupiny lidí. Obecně doufáme, že skrze svou práci dokážeme leccos změnit i na makroúrovni.

Marta Popivoda:

Zajímá nás otázka, jak funguje vzdělání, pokud si jej člověk nastavuje sám, pokud se nevzdělává na základě již stanovených osnov. To je také jedním z principů Deschooling Classroom. Účastníci jsou mladí profesionálové, kteří dobře vědí, co je zajímavé, a tedy jsou schopni se tohoto úkolu dobře zhostit.

Nakonec bych ráda řekla, že se nezabýváme jen tímto projektem. Vytváříme databázi podobných existujících projektů po celém světě a poté analyzujeme metodologie, se kterými pracují. Vydali jsme tři časopisy na téma sebevzdělání.

Curriculum Vitae

Bojan Djordjev se narodil v roce 1977 v Bělehradě. Vystudoval obor řízení divadel na Fakultě dramatických umění (FDU) a má titul magistra v teorii umění a médií z Univerzity umění v Bělehradě, kde je také kandidátem na Ph. D. Pracuje jako ředitel, výkonný umělec a kulturní pracovník v Bělehradě. Je spoluzakladatelem Platformy TKH (Teorija koja Hoda; Walking Theory) a jedním z redaktorů časopisu TKH Journal for Performing Arts Theory.

Curriculum Vitae

Marta Popivoda se zaměřuje především na oblast video artu a působí jako nezávislá kulturní pracovnice. Zároveň studuje magisterský ročník filmové a televizní režie na Fakultě dramatických umění v Bělehradě. Její umělecké zaměření vedle video artu zahrnuje dokumentární film a fotografii. Marta Popivoda řadu let pracuje jako programová koordinátorka Platformy TKH, která se zabývá projekty v oblasti vzdělávání, digitálních technologií a video artu. Je šéfredaktorkou webové platformy www.tkh-generator.net.

Odkaz:

www.tkh-generator.net

Shrnutí moderátorky (Pat Cochrane)

Uvědomuji si, že vzdělávání není klíčovým zájmem většiny účastníků konference. Domnívám se, že jde o klíčovou otázku, která se prolíná všemi diskusemi, jež se v rámci Fóra odehrávají. Richard Florida mluvil o potřebě přenastavit společnost. Mluvil také o generaci osmiletých, kteří v současné době chodí na základní školy a že to budou možná právě oni, kdo v budoucnu přinese společenské změny.

Další linií, která se jasně táhne celou konferencí, je konstatování, že školy potlačují kreativitu. V Evropě stále ještě většinou pracujeme se zastaralým vzdělávacím systémem, který například v Anglii kritizoval Ken Robinson již před deseti lety jako systém založený na starém modelu industriálních dovedností, tedy dovedností a schopností, které byly zapotřebí k fungování starého typu industriální společnosti. V řadě evropských zemí ministerstva školství zásadně přehodnocují formu vzdělávání mladých lidí, snaží se najít nové přístupy k jejich formování. Jaký je vlastně účel vzdělávání? Co chceme, aby se děti učily? Chceme do nich stále nalévat znalosti? Chceme, aby nadále znaly například literární kánon? Nebo je důležitější, abychom u nich vyvinuli schopnosti, chování a postoje, které budou v budoucnu zapotřebí? Stěžejní otázkou tedy je, jak se děti učí, co se učí a kde se učí.

V rámci našeho panelu zazněl velmi zajímavý příspěvek od jednoho účastníka z Kypru. Mluvil o tom, že na Kypru v současné době dochází ke kompletní reformě vzdělávacích osnov. Totéž se nyní děje v Anglii a domnívám se, že pokud se bavíme o roli kultury v rámci vzdělávání, musíme mít na paměti, že v nastavení vzdělávacích systémů dochází k obrovským a zásadním změnám. Osobně věřím, že kultura by se mohla stát důležitou součástí těchto změn.

V rámci našeho panelu proběhly tři prezentace, všechny tři byly naprosto vynikající. Doplnily je výborné prezentace vizuální. Výběr prezentací v rámci našeho panelu nebyl příliš reprezentativní, protože je v zásadě přednesli jen řečníci z Anglie a Srbska. Přesto se domnívám, že z nich vyplývají zajímavá a obecně platná schémata.

První prezentace se zabývala školním prostředím, druhá otázkami univerzitního vzdělávání a třetí vzděláváním a rozvojem v oblasti postgraduální. Fascinující je, že se všechny tři točily kolem velmi podobných témat. Všechny se zabývaly potřebou dopřát žákům a studentům prostor pro

experimentování. Žáci a studenti potřebují školy, potřebují zařízení a zázemí. Je třeba, abychom v rámci vzdělávání sdíleli určitou úroveň znalostí a odbornosti, ale především je třeba žákům a studentům dát do ruky moc a sílu.

Krásný příklad takového poskytnutí moci žákům nám dal první řečník Paul Collard. Mluvil o jedné anglické základní škole, kde děti dostaly možnost přetvořit své školní prostředí. Dostaly k dispozici určitý obnos peněz a také absolutní svobodu výběru. A tyto děti – žáci prvního stupně základní školy – si koupily staré letadlo a oslovily designéra letadla Davida Beckhama, aby jim jejich letadlo přestavěl na školní třídu. A tak tedy výuka v jedné škole v samém centru průmyslového regionu Anglie probíhá v letadle. Paulovým argumentem je potom to, že tato pozitivní a motivující zkušenost, kdy jim bylo dopřáno, aby si samy něco vymyslely a aby svůj nápad realizovaly, zůstane v dětech zafixována po celý život.

Paul nám také promítl obrázky z projektu, v rámci něhož po šest týdnů pracoval se školními dětmi umělec. Během té doby umělec děti třikrát navštívil a pomáhal jim rozvinout jejich schopnost namalovat autoportrét. Na obrázcích, bylo zřejmé, jak se autoportréty vyvinuly od typických dětských autoportrétů s klasickými velkými zuby a prasečíma očičkami až po opravdové dospělé autoportréty. Umělec dětem pomohl, aby samy sebe opravdu viděly a aby se dokázaly namalovat na podobné úrovni, na které bych to udělala například já.

Paul nám představil příklady, jak lze děti učit tvoření, vidění, vymyšlení nápadů a jejich realizaci.

Milena Dragičević-Šešić mluvila o mikroaktivitách v rámci univerzitního vzdělávání. Konkrétně mluvila o důležitosti mikroelementů odporu. Často mluvíme o zapojení kultury do vzdělávání, o jakési sterilní okleštěné formě kultury. Milena nám naopak předložila několik příkladů, jak byla a může být výuka kulturou aplikována velmi revolučním způsobem, jak může být použita za účelem zpochybnění konformity. Mluvila o tom, jak je důležité, aby se studenti univerzit účastnili kolektivních projektů založených na vzájemné spolupráci, vlastních výzkumech a průzkumech, aby se učili praxí. Předložila nám také řadu působivých příkladů: jedním z nich byl projekt, v rámci něhož měla skupina mladých lidí možnost působit v rolích uměleckých tvůrců v továrně na džíny a spolupracovat s tamějšími dělníky.

Ve třetí prezentaci našeho panelu následně dva umělci – Marta Popivoda a Bojan Djordjev – hovořili o tom, jak se snažili uvést teorii v praxi, a to v rámci zkoušení hudební produkce s celou sítí deseti spolupracujících účastníků. Snažili se tímto způsobem se vším všudy ukázat, o co běží v praxi. V rámci panelu jsme mluvili o managementu, rozvoji a sdílení znalostí. Bojan a Marta přišli s novým termínem – „pašování vědění“ (Knowledge Smuggling). To je velmi dobrý termín, osobně jej budu od nynějška používat. Jejich prezentace se tedy soustředila na analyzování praxe, uvádění teorie do praxe a používání těchto postupů k posunu kupředu. Mluvili také o tom, že je třeba snažit se spolupracovat s podobnými mikronetworky lidí, kteří svou práci dokážou řádně reflektovat.

Na závěr bych ráda uvedla, že všichni máme (nebo bychom měli mít) velký zájem na tom, aby příští generace byly generací výrazně kreativních lidí. Domnívám se, že je třeba, aby se za účelem docílení tohoto stavu kulturní sektor intenzivně angažoval. Je třeba, aby kulturní a vzdělávací sektor intenzivně spolupracovaly. Víím, že se to na řadě míst světa a Evropy děje, ale myslím, že je třeba, abychom v této oblasti byli mnohem aktivnější, mnohé v tomto ohledu ještě zbývá změnit.



Kreativita a vzdělávání

Panel 3B: Kreativita, schopnosti a dovednosti



Jillian Barker

vedoucí vzdělávání v Barbican Centru, Velká Británie

Panelová diskuze Kreativita, schopnosti a dovednosti – moderátorka

Jmenuji se Jillian Barker, jsem ředitelkou odboru vzdělávání v Barbican Centru a domnívám se, že jsem jedinou zástupkyní umělecké sféry v panelu, který se jinak skládá z lidí zastupujících oblast obchodu. O čem zde budeme mluvit? Především o tom, zda jde skutečně v otázce umění a obchodu o dva oddělené světy, nebo zda mohou vstoupit do zajímavých dialogů. Vzpomínám si, že jsem před pár lety jela na jakési školení, kde byli sami lidé typu senior manažerů Coca-Coly nebo Nike. První den, když jsem se v kolektivu představovala, cítila jsem se tak trochu jako „jeden z kola ven“. Nicméně velmi rychle jsme s ostatními zahájili konverzaci a brzy začalo být jasné, že když lidé ze světa obchodu navážou kontakt s lidmi z umělecké sféry, dějí se skutečně vzrušující věci. Jak tu již dnes dopoledne zaznělo, kreativita je o riskování, o výzvách, nových vizích a nalézání nových způsobů práce. V rámci našeho panelu dnes uslyšíme o několika praktických uplatněních tohoto přístupu.

Curriculum Vitae

Jillian vždy byla horlivou obhájkyní vlivu učení a účasti v uměleckých organizacích, prosazovala, aby kvalitní umění bylo dostupné všem; pracuje v této sféře již více než 20 let, a to jako člověk praxe, tvůrkyně koncepcí, manažerka a konzultantka. Po dokončení vzdělání založila a provozovala divadelní společnost, která působila ve školách a mezi mladými lidmi. Později pracovala jako externí pracovníce v oddělení pro vzdělávání v různých operních a divadelních souborech. Mezi jinými také čtyři roky pro English Touring Opera, kde budovala inovativní přístup ke vzdělávání a dostupnosti. Následně tři roky působila jako pracovníce pro vzdělávání a školení v Arts Council England, kde přispěla k vypracování celostátního dokumentu pro koncepci vzdělávání a školení – Leading through Learning – a vytvořila celostátní přehled o uměleckém vzdělávání ve Spojeném království.

Odkaz:

www.barbican.org.uk



Pia Areblad

ředitelka Skådebanan/Tillt, Švédsko

Panelová diskuze Kreativita, schopnosti a dovednosti

Jmenuji se Pia Areblad a od roku 2001 jsem ředitelkou organizace s názvem Tillt, která působí v západní části Švédska. Z důvodu omezeného času, který máme k dispozici, nebudu dnes rozebírat konkrétní studie naší práce. Zaměřím se na to, jak si myslím (na základě našich zkušeností v Tilltu), že lze vybudovat stabilní organizaci, jejímž cílem je vzájemné obohacování se mezi uměleckou a obchodní sférou.

V roce 2007 mi zavolal ředitel středně velké společnosti Technoterm a řekl: „Potřebujeme přizpůsobit organizaci naší společnosti novému typu poptávky ze strany zákazníků. Abychom to dokázali, potřebujeme zcela přenastavit myšlení zaměstnanců, otevřít se novým nápadům a postupům; potřebujeme zaměstnance, kteří se nebojí změny. Je pro mě zásadním cílem změnit přístup zaměstnanců k práci a plně využít jejich potenciál. Také je pro mě ale jednodušší nechat přesunout egyptské pyramidy než dosáhnout takových změn ve firmě. Potřebuji naprosto novou metodu ke zvládnutí této situace. Slyšel jsem o tom, jak necháváte umělce měnit myšlení ve společnostech a organizacích.“

Dotyčný ředitel velmi pečlivě definoval potřebu zavedení nových metod vedoucích ke změně přístupu zaměstnanců a zvýšení kreativity ve firmě. Rozhodli jsme se, že mu do firmy pošleme na residenci choreografku. Do společnosti docházela po dobu několika týdnů a vytvořila desetiměsíční plán, který měl splnit ředitelovy požadavky. Plán se skládal z několika různých metod počínaje choreografickým myšlením až po choreografčinu reflexi toho, co ve společnosti realizovala. S tímto ředitelem jsem se setkala o rok později. Řekl mi: „Používáme zcela nové způsoby komunikace, celkové klima ve firmě se změnilo a zaměstnanci se už nebojí myslet odlišně a nově.“

Tillt svými aktivitami plní zakázku švédského regionu Västera Götaland, která zní vyvíjet metody, jimiž by mohlo umění a kultura přispět k rozvoji kreativity a inovace v obchodních aktivitách a společnosti obecně. Tillt je řízen zástupci konfederace švédských podniků, odborů a zástupci kulturního sektoru. Máme zhruba sto členských organizací z kulturní sféry počínaje operami, koncertními halami a konče muzei. Dále máme zhruba čtyřicet členských organizací zastupujících sféru práce a obchodu.

Spolu s výzkumníky, kteří s námi spolupracují, jsme vyvinuli způsob nahlížení naší práce, abychom ji mohli dobře realizovat.

Jedná se o základní pravidlo dělení na racionální a kreativní logiku. Stručně řečeno – racionální logiku lze parafrázovat hesly „zbytečně neriskovat“ a „držet se rozpočtu“. Kreativní logika je pak o riskování v tom směru, v jakém jsme o něm mluvili dopoledne, a o hledání nových alternativ. Jsem silně přesvědčena, že abychom dokázali odpovědět na potřeby podniků a celé společnosti, je třeba zvýšit celkový potenciál kreativní logiky. Kreativní logika je pak silně přítomna v uměleckých procesech. Tím, že integrujeme umělce do obchodního života a do společnosti, otevřeme dveře kreativitě na úrovni jedinců, a rozvineme tak základní podmínky pro evropskou ekonomiku založenou na vědění.

Od roku 2004 vedeme v této oblasti výzkum a jeho výsledky jsou zatím následující: silný dopad na klima v oblasti kreativity a inovace. Pokud do pracovního vztahu zapojíte umělecký proces, zaměstnanci se dostanou do kontaktu se svou vlastní kreativitou a zlepší se jejich schopnost řešit problémy.

Na začátku března jsme obdrželi výsledky rozsáhlé analýzy, která se zabývala čtyřiceti projekty. Vyplývá z ní, že všechny tyto projekty přinesly významné změny ve zvyšování kreativity stejně jako ve zvyšování adaptability ke změnám v rámci společností. Pracovní klima se změnilo k lepšímu v průměru o 25 %. Index spokojeného zákazníka a index spokojeného zaměstnance se ve společnostech, které s námi spolupracují, zvedly zhruba o 10 %. Řada společností pak při procesu nabírání nových zaměstnanců nabízí nejen doplňující fyzický trénink, ale i vyžití kulturní za účelem duševní stimulace. Fakt, že používají umělecké metody a stimulují změnu klimatu, dostal většinu našich zákazníků do médií. Téměř o všech se alespoň jednou psalo v novinách a časopisech a mluvilo v televizi. Samozřejmě takovéto zviditelnění je velmi důležité, toho jsme si v této době soustavného proudění a předávání informací všichni dobře vědomi. Hodnotu prezentace v médiích pak lze nejlépe změřit ve finančních jednotkách.

Naše základní aktivita spočívá ve vzdělávání kulturních ambasadorů – zástupců kultury – ve všech možných průmyslových odvětvích. Jejich rolí pak je dál informovat o tom, jak může umění a kultura rozvíjet kreativitu a inovaci v obchodním kontextu. V současné době máme asi 1100 takových ambasadorů, věnují se zhruba 50 000 pracujících v různých společnostech. V loňském roce jsme v tomto směru realizovali na sto různých kulturních projektů na zakázku. Jde o injekce přizpůsobené na-

ším zákazníkům s ohledem na jejich konkrétní požadavky, jakými jsou například integrace, rovnost, diverzita, hodnota, přínos kreativity atd. Tillt vlastně funguje jako jakýsi prostředník či dohazovač mezi potřebami společností a potřebami umělecké sféry. Tillt obchodní sféře poskytuje zdarma k dispozici umělce z našeho regionu.

Od roku 2002 jsme realizovali 64 ročních projektů AIRIS. V rámci těchto projektů dochází umělec jednou týdně po celý rok do nějaké organizace a tam pracuje na bázi otevřeného uměleckého procesu. Takový způsob práce má výrazný dopad na kreativní logiku.

Zhruba 45 % financování Tilltu tvoří příjmy z prodeje injekcí a projektů společnostem a firmám. Jelikož máme na naší aktivitě zakázku od kraje, 35 % našich příjmů tvoří právě podpora od krajského výboru pro kulturu a krajského výboru pro rozvoj. Asi 14 % našich příjmů pak tvoří příjmy z obchodů nějakým způsobem navázaných na naše kulturní ambasadory. Tři procenta příjmů pak tvoří sponzoring, členské poplatky a podpora od státu.

K otázce, jak může kultura a umění rozvíjet kreativitu a inovaci v celé Evropě, bych ještě ráda zdůraznila pět základních bodů. Prvním z nich je jasná hodnota zakázky. V Tilltu je zásadní součástí celého našeho úspěchu zakázka od kraje. Díky tomu máme jasný mandát. V neposlední řadě to také ukazuje, že si kraj uvědomuje zásadní povahu své investice. Relativně drobná suma, kterou od kraje dostáváme, přináší ohromné účinky. Každý rok, který do nás kraj investuje, se mu vrátí třikrát.

Mnoho iniciativ, které se podobnými projekty zabývají, se zaměřuje pouze na to, jak najít kulturním pracovníkům nová zaměstnání. Já se však domnívám, že se k této otázce nelze stavět jako k otázce nalezení práce. Aby obchodníci a firmy na umělecké procesy nahlíželi jako na seriózní investice, je třeba komunikovat jim umělecké kompetence jako strategické nástroje rozvoje kreativity a inovace ve společnosti i v obchodě. Nejde nám o to najít zneuznaným umělcům práci. Naším cílem je přesvědčit firmy a celou společnost, že si nemohou dovolit nevyužít umělecké schopnosti.

Ze strany umělců se často setkáváme se strachem, že umění bude v rámci projektu zneužito pro čistě utilitární účely. Ze strany obchodního sektoru se pak setkáváme se strachem, že projekt nevyústí v žádné konkrétní výsledky. Proto je důležité podporovat tato potenciální kreativní partnerství a nalézt nové výrazy a způsoby komunikace.

Někdy je těžké dosáhnout pochopení smysluplnosti využití kulturní kompetence v obchodě na straně korporátního segmentu. Proto je důležité vést neustálý výzkum, který může konkrétní výsledky vždy potvrdit.

V neposlední řadě pak potřebujeme odvahu, a to na straně kulturního sektoru k uspokojení poptávky společnosti. Odvahu na straně korporátního segmentu plně naslouchat signálům vycházejícím z kulturního sektoru, signálům směřujícím k nalezení nových řešení různorodých problémů. Domnívám se, že jde především o odvahu a nadšený přístup.

Na této konferenci hodně sedíme, a proto bych vás ráda požádala, abyste vstali. OK. Ted' položte levou ruku na opěradlo své židle. Tak, výborně. Pravou ruku si položte na koleno a ohněte se směrem k levé ruce. Prostě se ohněte. Jaká je ted' vaše perspektiva? Jak se cítíte? Děkuji vám. Děkuji vám, že jste byli tak pěkně poslušní.

Slovo Tillt znamená *ohnout se*. Ohnout se v mnoha směrech, například ohnout se v oblasti automobilového průmyslu, v oblasti filmu, lékařství, v tanci. Když se ohnete, získáte jinou perspektivu. U nás říkáme, že účelem umění je měnit náš pohled na věc, naši perspektivu, nutit nás dívat se na věci z jiného úhlu. Všichni víme, že se to vyplácí.

Curriculum Vitae

Pia Areblad vyrůstala v sedmdesátých letech na západním pobřeží Švédska. Dovedla správně kombinovat tvůrčí a racionální logiku, a díky tomu studovala na univerzitách ve Švédsku, Francii a USA obory tanec, politologii a teologii. Vyniká silným vůdčím duchem a dokáže posílit a stabilizovat organizace, které vede, a rozšířit spolupráci mezi sektory kultury, podnikání a veřejnou sférou.

Za svoje hlavní poslání považuje začlenění umění a kultury do udržitelného rozvoje společnosti a do podnikání. Dostalo se jí uznání na národní i mezinárodní úrovni za to, jak dokáže informovat o roli, kterou kultura hraje v podnikání, a za významný vědecký výzkum; získala ocenění od několika společností.

Od roku 2001 je ředitelkou Tilltu (dříve Skådebanan). Tillt je pověřen Výborem pro kulturní záležitosti a regionální rozvoj regionu Västra Götaland úkolem vybudovat region, kde by došlo k plodné integraci kultury a práce.

Odkaz:

www.tillt.se



Radek Špicar

ředitel vnějších vztahů, Škoda Auto, Česká republika
Panelová diskuze Kreativita, schopnosti a dovednosti

Jak pravděpodobně očekáváte od člověka z obchodní oblasti, má prezentace nebude příliš teoretická. Půjde spíš o brutálně praktickou konkrétní studii. Doufám, že vás tedy zaujmou některé příklady ze společnosti Škoda. Zastupuji automobilový průmysl, konkrétně společnost, která se před nedávnou dobou rozhodla stát se kreativnější, a to tak že navázala spolupráci s uměleckou školou. A nebylo to vůbec jednoduché.

Na začátek bych ale rád řekl, že to byl od Evropské unie dobrý krok stanovit rok 2009 rokem kreativity a inovace, protože jsou to přesně ty hodnoty, které nám, lidem v pohybu jím se v obchodní sféře, chybí. Evropské průmyslové podniky mohou dnes těžko konkurovat jihovýchodní Asii, Číně nebo Indii co do efektivity výroby. Těmto regionům nicméně můžeme konkurovat co do nových nápadů, kreativity a rozvoje technologií. Na to bychom se měli zaměřit. Domnívám se, že budoucí vývoj bude takový, že naše průmyslové produkty budou čím dál více vymyšleny v České republice, v Německu, ve Francii atd., ale čím dál méně tu budou vyráběny. Další důležitou okolností je, že se nacházíme uprostřed vážné ekonomické krize a za dané situace by pravděpodobně tím nejhorším, co bychom mohli udělat, bylo omezit investice do oblasti výzkumu a vývoje. Takový postup by nám sice ušetřil výdaje v krátkodobé perspektivě, nicméně v dlouhodobé perspektivě by to byla cesta do záhuby.

Ve společnosti Škoda se snažíme být kreativní, i když to pro nás jakožto pro výrobce aut není úplně snadné. Je totiž dost těžké například zavést kreativní postupy do oddělení montážních linek. Ale samozřejmě máme řadu oddělení, ve kterých to tak těžké není, například právě naše oddělení výzkumu a vývoje, oddělení designu aut apod. A protože jsme si vědomi, že potřebujeme čerstvou krev, snažíme se najímat co největší možné množství mladých studentů, využít jejich mladé mysli, jejich kreativitu. Není to ale jednoduché především v České republice z toho důvodu, že český vzdělávací systém je pokřivený. Český vzdělávací systém je dle našeho názoru skutečně jednou z hlavních překážek kreativity. Alespoň taková je naše nedávná zkušenost. Český vzdělávací systém ničí kreativní potenciál. Minulý týden jsem četl report jednoho výzkumu, kde se psalo, že zhruba 70 % žáků páté třídy základní školy se chce v dospělosti stát inženýry, designéry, výzkumníky nebo podnikateli. Na konci střední školy jich je pouhých 7 %. V našem vzdělávacím systému je tedy něco špatně a na řešení toho se musíme zaměřit, a to jak na úrovni základního a středního školství, tak na úrovni vzdělávání na vysokých školách.

Mluvím zde jako zástupce výrobce aut, společnosti Škoda Auto, která je největší soukromou společností v České republice. Každý rok najímáme mnoho nových zaměstnanců. V současné době zaměstnáváme více než 25 000 lidí. Obchodujeme na více než 100 různých trzích, což není jednoduché. Nutí nás to být kreativními, tedy pokud chceme vytrvat a prodávat naše produkty prakticky po celém světě.

Zaměstnáváme mnoho inženýrů, ale jak jsem již řekl, máme velkou potřebu stát se kreativnějšími, produkovat nové nápady. Jedním z hlavních postupů, kterými se snažíme zvýšit u nás kreativitu, je snaha být otevřený. Zveřejníme ke spolupráci různé entity, snažíme se tedy spolupracovat s různými odvětvími, protože jsme přesvědčeni, že to může zvýšit náš kreativní potenciál.

Není ovšem vždy jednoduché navázat spolupráci s jinými institucemi, především s univerzitami. Jak víte, svět akademického vzdělávání a svět obchodu se od sebe zásadně liší. Pia Areblad o tom před chvílí mluvila a já nemohu než její slova potvrdit. Přestože je to těžké, je to nutné, protože bez spolupráce s univerzitami lze těžko dosáhnout pokroku. Proto už několik let intenzivně spolupracujeme s většinou technických univerzit v České republice. Nicméně již několik let zpátky jsme měli tak trochu pocit, že nám stále něco uniká, že bychom mohli dělat mnohem víc. A tím byla spolupráce s uměleckou školou. Nepotřebujeme totiž jen inženýry, absolventy technických oborů, potřebujeme také umělce, aby nám pomohli s designem exteriérů a interiérů našich aut. Proto jsme se rozhodli přizvat ke spolupráci Vysokou školu uměleckoprůmyslovou v Praze. A musím vám říct, že na počátku této spolupráce jsme se potýkali s řadou předsudků na obou stranách, přesně jak o tom mluvila Pia Areblad. My z obchodní branže považujeme téměř za nemožné pracovat s těmi šílenými volnomyšlenkáři, protože pracují s časem naprosto jinak než my, mají odlišné vnímání věcí, jako jsou termíny, peníze, plánování atd. Oni si naopak myslí, že my, lidé z byznysu, musíme vždy za každou cenu omezovat jejich kreativitu, že nám poslouží jen ke splnění omezených obchodních cílů – tak proč by je vůbec spolupráce s námi měla zajímat. Nicméně přestože v mnoha směrech skutečně šlo o střet dvou různých civilizací, nakonec jsme tyto předsudky překonali, projekt získal ohromnou dynamiku a dnes je to pro nás ve Škodovce jeden z nejzásadnějších projektů, na kterých spolupracujeme s externími institucemi.

Pracujeme společně na výjimečném projektu, který jsme nazvali Fit to Age. Jinými slovy – snažíme se společně vyvinout zcela nový interiér auta, který bude speciálně upraven pro potřeby starších lidí, seniorů. Naši inženýři měli řadu nápadů, jak se úkolu zhostit, nicméně jejich kreativita, abych to řekl diplomaticky, byla v tomto směru dosti omezená. Když jsme potom do projektu zapojili studenty VŠUP, nastala velká změna, byli jsme skutečně velmi spokojeni s jejich prací, s jejich kreativitou a s výsledky spolupráce. Bylo pro nás zásadní slyšet jejich nápady, které jsme posléze začali uvádět do praxe. Jejich nápady se promítnou v našich autech, a tedy je sami budete moci vyzkoušet. Toto byl první projekt podobného typu, který jsme uskutečnili, už dnes ale mohu říct, že budeme ve spolupráci pokračovat, i když tentokrát bude zaměřená trochu jinak.

Abych to uzavřel, není jednoduché propojit dva odlišné světy. Vyžaduje to zbavení se předsudků, změnu myšlení atd., což nikdy není jednoduché, ale vždy se to vyplatí.

Curriculum Vitae

Radek Špicar je absolventem Univerzity Karlovy a University of Cambridge. Další studijní pobyty absolvoval na Georgetown University a Harvard University. Je bývalým náměstkem místopředsedy vlády pro ekonomiku Martina Jajana. V současné době pracuje jako ředitel vnějších vztahů ve společnosti Škoda Auto. Kromě toho přednáší na Institutu ekonomických studií FSV UK a Diplomatické akademii Ministerstva zahraničních věcí České republiky. Mezi témata, kterým se dlouhodobě věnuje, patří ekonomická diplomacie, společenská odpovědnost podniků, kulturní průmysl a přínosy think tanků a nevládních organizací.

Odkaz:

www.skoda-auto.com



Joost Heinsius

manažer znalostí a inovací v Kunstenaars and Co., Nizozemsko
Panelová diskuze Kreativita, schopnosti a dovednosti

Pracuji pro společnost Kunstenaars and Co., což znamená kultura, umění a podnikání. Naším cílem je pomoci umělcům dosáhnout ekonomické nezávislosti, a to skrze školení v oblasti podnikatelských schopností, kariérní poradenství a vytváření nových trhů, na kterých by se mohli uplatnit.

Rád bych vám prezentoval příklad spolupráce s umělci, který se týká dlouhodobého komunitního uměleckého projektu. Odehrává se ve čtvrtích, kde žije pospolu více než sto různých národností, kde je vysoká nezaměstnanost atd. V tomto případě konkrétně šlo o jednoletý projekt, v rámci něhož umělci z dané čtvrti zapojili děti a rodiče do uměleckých workshopů a do organizace tří pouličních festivalů. Výzkum, který se zabýval tímto projektem, ukázal, že měl skutečné hmatatelné výsledky.

Stěžejní věcí, kterou umělci umí, je zaměřit se na možnosti člověka, na potenciální talent. Nesoustředí se na problémy menšin, soustředí se na konkrétní lidi. Umělci dokážou aktivovat všechny smysly, pracují s různými způsoby pozorování, zvuky, pohyby atd. Pracují s mnoha úrovněmi vnímání. Umělci se také v neposlední řadě při práci většinou baví. Většinou v rámci kreativního procesu nemluví o problémech, komunikují odlišným způsobem než většina z nás, propojují lidi v pozitivním slova smyslu. Proto proces práce s umělci lidem dodává sílu, a to jak dětem, tak dospělým. Všichni v sobě objevují talent a sílu, o které do té doby nevěděli. Rodiče většinou začnou být pyšní na své děti. Lidé obecně začnou být pyšní na svou vlastní komunitu. Obecně tedy práce s umělci pomáhá vytvořit novou identitu.

Ukážu vám jeden příklad spojení umění a obchodu. Jde o nizozemskou společnost, která vyrábí inovativní produkty v oblasti materiálů. Jejich cílem je zvýšit růst v rámci obratu o miliardu EUR skrze inovaci. Aby toho dosáhli, potřebují zlepšit vzájemnou spolupráci mezi jednotlivými odděleními. Na to najali speciálního manažera, který najal čtyři umělce a zapojil je do řešení úkolu. Umělci vymysleli koncept launch roomu nebo-li prostoru, kde se lidé ze společnosti setkávají a navzájem si představují produkty, které se společnost chystá uvést na trh. Launch room je ve společnosti velkým úspěchem, je neustále obsazen. A společnost nedávno dokončila další podobný prostor.

To je příklad uplatnění tanečnicka v rámci organizace. Nejlepší na tanečnicích a tanečnicích je, že dokážou do prostoru vnést energii. V rámci práce na prvním launch roomu společnost také zapojila do procesu tanečnicka. Ten měl za úkol navrhnout pro launch room nábytek a vybavení, a to právě proto, že tanečnice a tanečníci vědí, jak aktivovat lidi, jak je rozpohybovat.

Čtyři lidé se nedávno stali součástí projektu, v rámci něhož pracovali v organizacích – uvnitř společností –, a nyní založili vlastní společnost, která se právě zabývá umisťováním umělců do firem.

Na závěr bych rád řekl, že existuje mnoho otázek v oblasti obchodu, na které dokážou dobře odpovědět právě umělci, jako například otázka nových vizí. Nebo otázka inovace pracovních procesů. Nebo otázka toho, jak si poradit s nepředvídatelnými událostmi skrze improvizaci. Lepší spolupráce mezi kolegy, sbližování lidí skrze aktivaci různých smyslů, různé typy energií – s tím vším si dokážou umělci velmi dobře poradit. A všichni víme, že pracovní proces je stejně tak důležitý jako jeho produkt.

Umělec v roli poradce? Ano. Umělec v roli spolupracovníka? Ano. Ale je třeba držet v patrnosti, že umělec potřebuje vždy zůstat primárně umělcem. Nesmíte se snažit umělce zbavit jejich umění. Nesnažte se je předělat na něco, čím nejsou. Umělci nejsou sociálními pracovníky, nejsou poradci. A nedokážou nalézt řešení na všechno. Umělci sami potřebují získávat nové zkušenosti, učit se novým věcem, zlepšovat se ve znalosti organizačního uspořádání a fungování. Musejí se zdokonalovat ve zvládnutí procesu zapojení různých lidí do uměleckých aktivit.

Curriculum Vitae

Joost Heinsius, manažer znalostí a inovací v Kunstenaars and Co. (Umělci, kultura a podnikání). Vystudoval politologii na Amsterdamské univerzitě a novinářství na New York University. Po mnoha letech práce jako redaktor a konzultant přešel do kulturního sektoru.

V Kunstenaars and Co. má na starosti interní a externí výzkumnou činnost, řízení kvality a vypracování nových programů v organizaci, např. ARTWorks (ESF-Equalprogram), v němž umělci vzdělávali osoby s postižením, negramotné imigrantky, vězně a rizikové skupiny mládeže, aby zlepšili jejich zaměstnatelnost. Dalším podobným programem je Portolano, kde pět zemí EU vyvíjí elektronická portfolia pro pracovníky kulturního sektoru. Je také zodpovědný za národní program, v němž Kunstenaars and Co. spolupracuje s významnými uměleckými školami na zlepšení vzdělávacích programů, do nichž se začleňuje více znalostí o podnikání a širší perspektiva budoucích možností činnosti umělců. Kunstenaars and Co. má 75 zaměstnanců a působí na celostátní úrovni, podporuje ekonomickou nezávislost umělců díky informovanosti, vzdělávání, koučování a zkušenostem z praxe (zejména jde o činnosti mimo umělecký sektor, jako např. ve zdravotnictví, veřejném sektoru či podnikání). Kunstenaars and Co. se angažuje v implementaci zákoníku práce a systémů odměňování.

Odkaz:

www.kunstenaarsenco.nl



Jan Šedivý

manažer v pozici Technical Lead Manager, Google, Švýcarsko
Panelová diskuze Kreativita, schopnosti a dovednosti

Jsem vzděláním technický inženýr a domnívám se, že jsem také první technicky vzdělaný člověk, který na této konferenci mluví. Věřte, nebo ne, všechny mé předchozí prezentace byly plné matematických vzorců a tato dnešní je první, ve které nepoužívám žádné grafy, nic, co by se týkalo matematiky.

Vystupuji zde jako reprezentant společnosti Google. Musím ale říct, že nejsem tak úplně ideálním reprezentantem, protože průměrný věk pracovníků v Googlu je 27 let. Doufám, že všichni tady používáte alespoň některý z našich produktů a víte, že Google je jednou z nejrychleji se rozvíjejících společností na světě. Domnívám se, že přirozenou vlastností všech lidí je kreativita, puzení k inovaci, a to jsou hodnoty, na kterých společnost Google vznikla, a dodnes jsou to základní stavební kameny, na nichž stavíme naše obchodní aktivity. I když musím podotknout, že slovo *obchodní* způsob práce v Googlu necharakterizuje úplně správně.

Na světě žijí různí lidé, nejsme všichni stejní, a to je právě pro nás v Googlu největší výzvou. Chceme totiž nabízet služby pro všechny. To znamená pro lidi, kteří mluví různými jazyky, hledají různé věci a používají různé strategie vyhledávání. Například pro lidi v Číně či Japonsku je vyhledávání skrze psaní slov do vyhledávače složité, mnohem jednodušší je pro ně klikat, nebo dokonce hledané výrazy říkat, a hledat tak na základě hlasové nahrávky. V Googlu se musíme snažit všechny poptávky a specifické preference uspokojit.

Musíme pracovat s inženýry, umělci, lidmi různých profesí a uspokojit nároky různých lidí po celém světě. Nutností pro nás je mít sídla a kanceláře v řadě různých zemí, protože to nám umožňuje pracovat s lidmi, kteří daný region zastupují, kteří do naší společnosti vnášejí regionální, lokální talent a schopnost porozumět místní kultuře nebo specifikům daného jazyka. V současné době náš základní produkt single line screen (obrazovka s jedním vyhledávacím řádkem) nabízí možnost vyhledávání ve více než sto různých jazycích. Naše doplňující produkty, jako například Picassa nebo Scholar, jsou dostupné ve více než čtyřiceti jazykových mutacích. Co je naším hlavním cílem? Přinášet informace každému na celé Zemi. To znamená dětem v Indii, lidem v jižní Africe, ve Spojených státech atd. Přinášet informace co nejvíce lidem, a tím demokratizovat přístup k informacím, protože ten je dle mého názoru zásadním momentem pro oblast vzdělávání a dalšího rozvoje.

Je pro nás naprosto nevyhnutelné věnovat se předvídání toho, co budou lidé hledat, co budou chtít najít. Na základě těchto předpokladů se pak snažíme jim hledání co nejvíce ulehčit, tedy například nabízet náhrady slov s gramatickou chybou nebo nabízet odkazy na kanály YouTube či na sekci obrázky. Informace musí být dostupné odkudkoli. Dnes se k informacím dostáváme skrze stolní počítače, mobilní telefony apod. a těch způsobů bude čím dál tím víc, což samozřejmě do budoucna znamená rozšíření pole působnosti našich aktivit.

Chtěli bychom, aby internet byl otevřený všem, abyste vy všichni s námi spolupracovali a pomáhali nám internet dělat jednodušším. Dovolte mi podělit se s vámi o několik principů, na kterých se snažíme pracovat a skrze něž se toho snažíme dosáhnout. Podrobněji se budu věnovat těm, které se nějakým způsobem dotýkají otázky vzdělávání, jelikož to je jedno z hlavních zaměření tohoto panelu.

Prvním z našich pravidel je najímat nejlepší z nejlepších. Snažíme se najímat inženýry ve všech možných zemích světa – v České republice, USA, Indii, Japonsku, Číně atd. Věřte mi, že proces vybírání nových lidí do našich technických týmů je jedním z nejdělnějších a nejkomplicovanějších, jaké jsem kdy zažil. Někdy trvá dokonce více než celý rok, než s potenciálními novými členy týmu projdeme skrz všechny pohovory. Věnujeme skutečně intenzivní pozornost každému aspektu jednotlivého kandidáta. Samozřejmě jednou z nejvíce ceněných vlastností je pak kreativita a schopnost přicházet s novými nápady a pracovat tvrdě na jejich vývoji.

Další z našich hlavních strategií je, že se snažíme pracovat se všemi. To znamená, že spolupracujeme s lidmi, kteří používají naše služby, například software nebo různé vzdělávací služby. Věříme, že sdílení informací na internetu přináší možnosti, jak dostat informace k lidem přátelštější a jednodušší cestou. V oblasti počítačové technologie dnes existuje mnoho aktuálních problémů. Čelíme mnohým výzvám. Víte, vy jste pro mě jako publikum tak trochu zvláštní, protože před sebou nevidím jediný otevřený notebook. Když máme takovou prezentaci v Googlu, všichni si píšou do notebooků, mezitím surfují na internetu, vyhledávají si doplňující informace a obrázky týkající se toho, o čem spíkr právě hovoří, dělají různé vtipy apod. Tohle je tedy pro mě tak trochu nové prostředí. Jsem dost překvapený.

Jaké jsou prostředky sdílení informací? Jak můžeme informace sdílet? Jaké způsoby sdílení informací můžeme veřejnosti nabídnout? V Googlu máme řadu projektů pro studenty počínaje stážemi a soutěžemi a konče různými letními programy. Takže pokud by někdo z vás měl zájem s námi spolupracovat, podívejte se na našich stránkách na sekci stáže, tam zjistíte, jak se přihlásit, jaké formy spolupráce nabízíme, jak se můžete zapojit do našich projektů. Dále také spolupracujeme s různými profesory a vědci, které k nám zveme na hostování. Snažíme se také dávat co nejvíce dat k dispozici volně pro univerzity. Důležitým faktem je, že naše společnost je takzvaně založená na datech či motivovaná daty. V naší branži existuje jedno rčení, které říká, že „nejlepší data jsou ta, kterých je ještě více“. To souvisí s tím, že naše datové servery neustále monitorujeme a soustavně vypracováváme statistické analýzy a na jejich základě se snažíme zjistit, co lidé nejvíce hledají a jakým způsobem, a tomu přizpůsobovat naše služby.

Máme totiž privilegium, že 20 % pracovní doby, to jest jeden den v týdnu, což je hodně, můžeme věnovat práci, na čemkoli chceme. Samozřejmě to neznamená, že můžeme jít hrát šachy nebo fotbal. Můžeme ale pracovat na jakémkoli projektu, který se vůbec nemusí týkat toho, na čem v dané době normálně pracujeme. I tímto způsobem se v Googlu vymýšlejí nové věci. To je jedním z našich způsobů, jak vystoupit z oblasti známého, jak změnit známá zaběhnutá paradigmatata, jak se postavit problémům, jak nalézat řešení. Snaha o docílení tohoto je jednou z největších hodnot.

Curriculum Vitae

Jan Šedivý získal tituly MSc a Ph. D. na elektrotechnické fakultě ČVUT v Praze. V současné době vede technický tým zaměřený na regionální technologii firmy Google. Pracoval na řadě projektů se širokým tematickým záběrem – od kvality vyhledávání až po mapy Googlu. Než začal pracovat pro Google, působil 16 let v oddělení technologií lidského jazyka Watsonova výzkumného střediska IBM v New Yorku. Vedl také pracoviště pro hlasovou technologii a systémy IBM CZ v Praze a byl vedoucím projektantem zařízení IBM Embedded ViaVoice na rozpoznávání řeči. Vedl řadu projektů v oblasti dialogové interakce, uživatelských rozhraní, mobilních zařízení a internetových aplikací. V poslední době se podílí na řadě projektů EU ve spolupráci s univerzitami. Má více než 15 patentů v USA.

Odkaz:

www.google.com

Shrnutí moderátorky (Jillian Barker)

Celý panel se zabýval styčnými body mezi uměním, obchodem a kreativitou. Pia zahájila náš panel jako představitelka švédské organizace Tillt (www.tillt.se). Tillt je projekt, kterému se ve Švédsku podařilo úspěšně zprostředkovat již několik spoluprací mezi umělci a firmami.

Klíčovým bodem, na který poukázala, byla potřeba ujistit se, že cílové publikum dokáže myslet otevřeně, dokáže aplikovat nové způsoby myšlení a nazírání světa. Zdůraznila také, jak je důležité, aby organizace měly prostředníka, který zprostředkovává vztahy mezi umělci a světem průmyslu a obchodu. Především ale zdůraznila důležitou roli odvahy k pohledu na svět jinými, novými způsoby.

Na toto téma poté navázal Radek Špicar ze společnosti Škoda Auto, v níž nedávno spustili projekt, v jehož rámci studenti uměleckých škol pracují na návrhu auta pro starší osoby. Tento projekt dokazuje schopnost umělců promyslet věci prakticky, a zároveň se na věci podívat z jiné perspektivy, vžít se do role staršího člověka a představit si, jaké požadavky má takový člověk na auto. Radek Špicar potvrdil, že na obou stranách barikády existují předsudky. Lidé z oblasti obchodu mají pocit, že umělci mají jiné vnímání času, někdy se dokonce obávají, zda čas vůbec vnímají. Dále jim vadí, že umělci mají jiné plánovací cykly, jiný přístup k finančnímu plánování a rozpočtům. V neposlední řadě také to, že umělci neumí přijít s okamžitým produktem.

Skrze proces spolupráce mezi umělci a Škodovkou ovšem postupně vyplynulo, že nejdůležitější je právě přijmout odlišnost druhé strany. Z této spolupráce následně vyplynula také řada čistě praktických otázek, v neposlední řadě například otázka průmyslové špionáže. Radek Špicar se ovšem velmi jasně vyjádřil, že pokud se necháte pohltit procesem a spoluprací, pokud intenzivně pracujete na nějaké vizi, lze překonat všechny překážky.

V tomto smyslu navázal Joost Heinsius, manažer Kunstenaars and Co., projektu, který také usiluje o napojení umělců na průmysl. Joost poukázal na roli umělců v produktovém vývoji stejně jako na roli, kterou hrají v soudržnosti kolektivu. Zmínil například projekt, který se odehrává v kulturně různorodém prostředí Amsterdamu a jehož se společně účastní lidé bez uměleckého zaměření spolu s tanečníky a lidmi od divadla, což posléze vede k zásadnímu přenastavení vztahů mezi jedinci.

Mě nejvíce zaujal projekt, v jehož rámci měli umělci vymyslet hračky pro prasata. Na půvabném videozáznamu jsme měli možnost vidět, jak se umělci tohoto úkolu zhostili, jak dokázali vymyslet hračky stimulující rozvoj prasat.

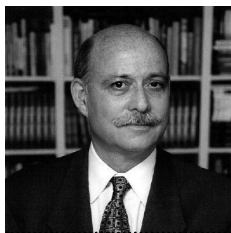
Na těchto příkladech Joost poukázal, jak se umělci dokážou zaměřit na lidi, jak jsou orientovaní na smysly, jak umí do věcí vnést humor a především energii. Umělec může vyučovat, může být spolukurátorem, ale nikdy nesmíme zapomenout, že musíme umělce především nechat být umělcem.

Náš panel zakončil Jan Šedivý ze společnosti Google. Ten hned na začátku avizoval, že pojme věci z trochu jiného hlediska. Mluvil o tom, jak Google motivuje inovaci a kreativitu u svých zaměstnanců jejich pečlivým výběrem a také skrze způsoby, kterými jim umožňuje pracovat. Hovořil také o tom, jak se v Googlu klade důraz na porozumění místní kultuře a jazyku.

Myslím, že jsme se všichni shodli na obrovských hodnotách, které přináší vstup umělců do obchodního sektoru. Také jsme se ale shodli na tom, že toto prolnutí umělecké a obchodní sféry přináší řadu problémů, které lze nejlépe překonat pomocí zprostředkovatele, jakési třetí strany, externího nezávislého člověka. Dále jsme se shodli na tom, že na obou stranách je potřeba předběžné přípravy. Umělci nemohou jen tak zničehonic vstoupit do oblasti obchodu, potřebují se na vstup předem připravit a tento fakt by měl být do budoucna zohledňován ve výuce na konzervatořích a uměleckých školách. Další důležitou problematikou je skutečnost, jak naše vzdělávací systémy selektují, kdo se stane umělcem, a kdo ne. Společným tématem několika prezentací bylo přání, aby se ve školách více podporovala kreativita.

Celkově byl náš panel velmi inspirativní, a to především proto, že se v něm nemluvílo o dvou oddělených světech. Neexistuje svět obchodu na jedné straně a svět umělců na straně druhé, není to tak, že se lidé z těchto dvou světů nikdy nepotkávají. Celkově náš panel projevil velmi pozitivní přístup k možnostem, v něž právě setkávání těchto dvou oblastí může vyústit, především potom je-li spolupráce mezi nimi dobře zorganizována. Například zmíněný nový typ škodovky pro starší občany, na jehož návrhu se právě pracuje, je toho zdárným důkazem.

Závěrečný projev



Jeremy Rifkin

zakladatel a současný prezident
Foundation on Economic Trends, Washington, D. C., USA
Závěrečný projev

Dovolte, abych zahájil svůj příspěvek několika faktickými informacemi. Učím na nejstarší obchodní škole na světě, na Warth Institute. Učím tam již velice dlouho. Učím a učil jsem velké obchodníky, budoucí lídry firem, řada vašich výkonných ředitelů a vysokých manažerů prošla mými rukama. Všem svým studentům říkám jednu věc, a to že obchod není primární institucí a nikdy nebyl. V průběhu vývoje lidské civilizace jsme špatně pochopili roli obchodu. Zásadně jsme se v její interpretaci zmýlili. Od dob osvícenství soustavně špatně chápeme roli obchodu. Ve středověku, za dob Tomáše Akvinského, byla hlavní motivací, hnacím motorem a hlavním cílem spása v příštím světě, ve světě po smrti. Společenským pojítkem byla víra, na níž stály i feudální vztahy.

V době osvícenství přišli René Descartes, John Locke, Adam Smith a další s přístupem, o kterém se domnívali, že je lepší. Lidé nejsou hříšníky, nýbrž materialisty. Hnacím motorem je užitek, lidé se zajímají především sami o sebe, nicméně nejsou hříšní. Hlavním cílem již není spása v příštím světě, ale pokrok v tomto světě. Sociálním pojítkem není víra, nýbrž rozum, na němž stojí trhy a národní státy. Naši předchůdci spolklí i s navijákem Lockovu teorii o tom, že člověk je tvor zřístý, a Benthamovu teorii, že člověk je prospěchářské zvíře. Ovšem to všechno je mylné. V dějinách lidstva neexistuje jediný příklad, že by lidé v jakékoli společnosti nejprve ustavili obchod nebo vládu a poté teprve kreativní kulturu. Obchod a vláda nejsou primární instituce, jsou to naopak nadstavby kultury. Kultura není něco, co děláme ve chvíli, kdy máme hotovou práci. Kultura je to, v rámci čeho tvoříme, píšeme naše příběhy, v rámci kultury vytváříme věčná pouta. Žijeme z příběhů, proto máme jazyk. Pomocí jazyka se vyjadřujeme, vstupujeme do interakce s druhými. Základním znakem člověka není, že se zajímá primárně o sebe nebo že je prospěchářský. Libido a sexuální pudy nejsou naší primární motivací. Kognitivní psychologie nás učí to, co ví každý rodič: každé novorozeně se rodí s cílem být součástí společenství, mít citové vztahy, patřit do určité komunity, objímat a být objímáno.

Relativně nedávno, okolo roku 1994, byly objeveny tzv. zrcadlové neurony. Tento objev je velmi zásadní, protože je důkazem, že empatie je vrozená. Zrcadlové neurony byly objeveny u savců, u některých primátů a u lidí. K objevu došlo při pozorování makaků v kleci. Jeden z makaků měl na hlavě přístroj pro MRI (magnetickou rezonanci). Když se makak snažil rozbít ořech, došlo v mozku k aktivitě určitých neuronů. Když se vědci zaměřili

na jiného makaka, který byl s ním ve společné kleci a který jeho snahu zbavit se předmětu pozoroval, zjistili, že v mozku pozorujícího makaka dochází k aktivitě týchž neuronů – jako by tento pozorující makak prožíval totéž, co makak pozorovaný. Došlo tedy k objevu schopnosti neuronů způsobit to, abychom prožívali situace ostatních, jako bychom je zažívali sami. To je základem socializace, základním znakem všech kojených savců.

Co je kultura? Kultura je to, v rámci čeho tvoříme, přizíváme, upevňujeme svá empatická pouta. Kultura je to, v rámci čeho píšeme své příběhy, kde nacházíme svůj vlastní smysl, cíl. Kultura dává smysl existenci v komunitě, interakci s ostatními. Kultura je něco, v rámci čeho vytváříme důvěru. Obchod důvěru vytvořit nedokáže, je z ní naopak živ. Obchod důvěry využívá, může ji i zničit, nicméně ji nedokáže vytvořit.

Zásadní věcí, kterou musíme pochopit, je fakt, že se dnes nacházíme v hluboké krizi kultury. Naše schopnost, nebo naopak neschopnost přenastavit způsoby myšlení určí, jak se postavíme k ekonomické, environmentální a globální krizi, ve které se nacházíme. Bohužel se ještě nenacházíme ve fázi, kdy bychom to pochopili. V Evropské unii i ve Spojených státech se stále stavíme ke kultuře jako k zábavě, rozptýlení, k nějaké zajímavé nadstavbě.

Podělím se s vámi o příběh. Když se Angela Merkelová ujala funkce německé kancléřky, požádala mě, abych přijel do Německa. Měl jsem pomoci při řešení otázky, jak zařídít, aby německá ekonomika rostla. Jakmile jsem přijel do Berlína, položil jsem kancléřce tentokrát otázku já. Zeptal jsem se, jak chce zařídít, aby nejen německá ekonomika, ale také evropská a světová ekonomika rostla v době končící energetické éry.

Jsme na samém konci velké energetické éry, v soumraku éry uhlí, ropy, plynu a urania. Soumraky éry trvají dlouho, tato fáze bude trvat několik desetiletí. Je ale jasné už teď, že problémy související s energiemi už dnes převažují nad přínosy. Co s tím uděláme? Soustředme se na naši kulturu, na náš příběh. Příběh naší společnosti je celý jen a jen o fosilních palivech. Jídlo, které jíme, je hnojeno petrochemickými hnojivy a pesticidy. Jídlo je kulturní příběh. Jak společnost pěstuje své potraviny, o ní mnoho vypovídá. Naše společnost pěstuje potravu za pomoci toxinů. Naše budovy jsou postaveny z petrochemických materiálů. Stejně tak naše farmaceutické produkty jsou vyrobeny

z petrochemických surovin. Totéž platí o většině oblečení, elektřině, dopravě, topení, světle, logistice atd. Celá naše civilizace stojí na fosilních palivech. Nyní se nacházíme v období několika hlubokých krizí. Jsme uprostřed totální bouře a jediným způsobem, jak ji přestát, je přehodnotit kulturní misi naší planety.

Krise číslo 1. Nacházíme se ve fázi, kdy se hroutí globální ekonomika. To, co se děje, nelze srovnat s Velkou hospodářskou krizí ve 30. letech. Problém je vážnější. Krizi číslo 2 představuje celosvětovou krizi energetiky. Jsme na konci energetické éry, v období soumraku celého dosavadního energetického režimu. Zatřetí – nyní konečně začínáme na vlastní kůži pociťovat reálné dopady klimatických změn, především v oblasti zemědělství a infrastruktury. Nemá smysl mluvit o kultuře, nemluvíme-li zároveň o těchto krizích, protože to jsou krize humanity. Kdokoli dnes ignoruje otázku, jak se postavit k těmto krizím a jak ve vztahu k nim přenastavit naše myšlení, je mimo.

Vraťme se k první krizi, ke globálnímu ekonomickému útlumu. To, co se dnes v ekonomice děje, není kreditní nebo bankovní krize, není to ani deregulace trhu – to vše jsou jen důsledky krize. Podstatou a prvotním problémem je něco úplně jiného, co souvisí s druhou průmyslovou revolucí. Druhá průmyslová revoluce znamenala obrovský rozvoj spalovacích motorů, automobilového průmyslu, elektrifikace, enormní rozvoj předměstí. V 80. letech jsme v Evropě a ve Spojených státech postavili obrovské množství dálnic, spoustu budov, vytvořili jsme velké množství pracovních míst. Celá druhá průmyslová revoluce stála na automobilovém průmyslu a stavebním rozvoji předměstských oblastí a dosáhla vrcholu v roce 1988. V roce 1989 začala recese v oblasti bydlení. Z té jsme se dostali v roce 1991, nicméně nepodařilo se nám to díky nové průmyslové revoluci. Na vyřešení této krize jsme utratili úspory, které se podařilo nashromáždit v průběhu celých dvaceti let druhé průmyslové revoluce. Na konci druhé průmyslové revoluce jsme vytvořili globalizovaný proces úspor z 50., 60., 70. a 80. let. V první polovině 90. let jsme ve Spojených státech začali vydávat kreditní karty. To všechno se týká kultury, vypovídá to o našem smýšlení v materiální rovině, o tom, co nás dělá šťastnými, zda a jak dokážeme vyžít. Evidentně nedokážeme. Vytvořili jsme kulturu kreditních karet. A pak jsme začali utrácet rodinné úspory. Když jsme je utratili všechny, uchýlili jsme se k bizarním nástrojům, kterými jsou hypotéky. Začali jsme se stěhovat do domů, za které jsme nezaplátili téměř nic a jejichž hypotéku jsme pak spláceli desítky let. Zadlužili jsme se a najednou nebylo z čeho dluhy splácet, vrchol rozvoje automobilového průmyslu byl dávno pryč stejně tak i vrchol rozvoje pracovních míst – nic je najednou nedokázalo nahradit, nebylo z čeho brát.

Ve Spojených státech jsme měli rodinné úspory na úrovni 9 %, dnes jsou na úrovni nula. Britové nás do této propasti rychle následovali. V Kanadě a Evropské unii jste na tom s 12 % rodinných úspor o něco lépe. Nicméně revoluce informačních a komunikačních technologií (ICT), internetová revoluce, o které se tolik mluví, nemohla a nemůže nikdy nahradit automobilovou

kulturu co do podpory rozvoje ekonomiky. Půjčka ve výši dvou trilionů dolarů, kterou chce Obama investovat do americké ekonomiky, nestačí. Celková výše dluhu domácností ve Spojených státech je dnes 12 a půl trilionů dolarů. Spotřebovali jsme vše, co bylo vytvořeno a našetřeno za druhé průmyslové revoluce. Teď jsme v úpadku, v jakém jsme nebyli ani za Velké hospodářské krize. Globalizace funguje na principu, že američtí konzumenti kupují zboží celého světa. Myslí si snad ještě dnes někdo, že budeme ve Spojených státech dál kupovat zboží celého světa? Jsme švorc!

Druhou krizí je krize energií. Dalším principem, na kterém stojí globalizace, je princip nízkých cen energií, které umožňují přesunout pracovní sílu na levné pracovní trhy, například do Číny. Tam se vyrobí jídlo a spotřební zboží, které se pak v hotové podobě přesune zpět. Tento princip už dnes nefunguje. Když cena ropy překročila 50 dolarů za barel, přišla zásadní inflace, která zvedla ceny všeho počínaje potravinami a konče benzinem. To vše je odvislé od fosilních paliv, uhlí, ropy a plynu. Když se cena za barel ropy vyšplhala na 95 dolarů, každý rozumný člověk přestal nakupovat. Motor obchodu se zastavil. Tomuto momentu osobně říkám vrchol globalizace. To je hraniční stěna průmyslové revoluce postavené na fosilních palivech. Za tu stěnu se nelze dostat, protože motor obchodu se vždy znovu a znovu zadrhne. Jak jsme se k této zdi dostali? Určitě jste slyšeli termín *zlom ropy*. Jedná se o termín používaný v oblasti geologie a označuje okamžik, kdy je spotřebována polovina zásob ropy na celém světě. V dnešní době se o okamžiku, kdy zlom ropy nastane, vedou žhavé debaty. Optimistické předpoklady tvrdí, že se tak stane v roce 2035. Pesimistické předpoklady nejlepších geologů světa, kteří ve své práci používají nejmodernější počítačové simulace a do výpočtů zahrnují jak ropné a plynové rezervy na Středním východě, tak dosud neobjevená naleziště ropy stejně jako nové pokroky v efektivitě využívání ropy, uvádějí dokonce rozpětí let 2010 až 2020. V Severním moři došlo ke zlomu ropy před třemi lety. V Mexiku, v zemi čtvrtého největšího producenta ropy, k němu dojde v roce 2010. Hned nato bude následovat Rusko. Rozlučte se s Ruskem jakožto s ropnou mocností. Nevím, kdo z vědců má pravdu – zda ti optimističtější, či ti pesimističtější. Je to ale úplně jedno, rozdíl mezi jejich závěry činí maximálně 10 až 15 let. To je na přenastavení celosvětového přístupu k energiím a infrastruktuře velmi málo, což mě děsí.

Nicméně důvod, proč jsme na 147 dolarech za barel dosáhli vrcholu globalizace, vyplývá ze studie, kterou možná neznáte. Říká se tomu *zlom ropy na hlavu*. K tomuto zlomu ropy na hlavu došlo už v roce 1979, byl to vrcholový rok ropné těžby, vrcholové období rozvoje předměstí, vrcholový moment spotřeby ropy na hlavu. Kdybyste mezi lidí v roce 1979 rozdělili všechnu ropu, která na světě byla, množství, jež by připadlo na jednoho člověka, bylo v tomto roce nejvyšší možné. Od té doby jsme sice objevili nová ložiska, nicméně počet obyvatel planety od roku 1979 vzrostl mnohem rychleji než množství objevené ropy. Kdybyste tedy dnes rozdělili všechnu ropu světa mezi 6

miliard obyvatel planety, na každého jednotlivce by připadlo mnohem méně než v roce 1979. Když se Čína a Indie zapojily do druhé průmyslové revoluce, přivedly s sebou své obyvatelstvo – jednu třetinu světové populace. Vzniknuvší poptávka vyhnala ceny ropy nahoru. Přílišná poptávka a nedostatek zásob vedly k zadrhnutí se motoru na 148 dolarech za barel, k překročení nejvyššího možného vrcholu globalizace.

Zaprvé máme tedy co do činění s globálním ekonomickým úpadkem, se soumrakem druhé průmyslové revoluce. Zadržité energie už nikdy nebude levná, dosáhli jsme vrcholu globalizace na 148 dolarech za barel.

Zatřetí dnes už pocítujeme skutečné hmatatelné následky klimatických změn. Jedinou kulturní otázkou, kterou si dnes lidská rasa musí klást, je, jak napsat nový příběh lidstva, který lidstvo zachrání. Tato záchrana se nemůže odehrát na trhu, ta se musí odehrát v rovině kulturní. Kde je náš nový příběh? Situace je mnohem vážnější, než si myslíme. V roce 2007 byla v rámci panelu EU prezentována zpráva OSN o klimatických změnách. Pracovalo na ní 2500 vědců ze 125 zemí po dobu 20 let. Tato zpráva přinesla šokující fakta. Všichni, kdo byli na tomto panelu přítomni, byli v šoku, protože zjistili, že se fatálně mýlili. Já i všichni mí kolegové jsme se strašně zmýlili. Po 30 let jsem ve svých knihách monitoroval klimatické změny a úplně jsem se mýlil! Stále podceňujeme rychlost, s jakou se klimatické změny odehrávají.

Je tomu tak proto, že stále ještě nedokážeme odhadnout všechny spojitosti a návaznosti. Naše planeta je pro nás přes všechny výzkum velmi složitým ekosystémem. V pořadí třetí zpráva OSN o klimatických změnách byla vydána v roce 2001. Tato zpráva říká, že sníh z vrcholů světových hor navždy zmizí ve 22. století. Aktuální zpráva OSN říká, že tento sníh mizí už nyní, v reálném přítomném čase. Alpy, Pyreneje, Andy – z těchto pohoří zmizí sníh během následujících 30 let. Každý šestý obyvatel planety žije v údolích pod horami a je na sněhu z těchto hor závislý co do zavlažování, hygieny i pitné vody. Jak přesídlíme jednu šestinu celosvětové populace? To je jen první z řady problémů, které roztátí sněhu na světových horách přinese. Naši vědci se mimo jiné zaměřili na Karibský oceán. Přišli s tím, že ve 22. století se v karibské oblasti zvýší aktivita hurikánů – to se objevilo ve třetí zprávě. Čtvrtá zpráva už mluví o mnohem dřívějším příchodu ještě intenzivnějších hurikánů. Toto období nastává právě teď, je to skutečně pravda: podívejte se na Katrinu, Ritu, Gustava atd. Síla hurikánů v Mexickém zálivu se zdvojnásobila, respektive my jsme ji zdvojnásobili. Tady už nejde o akademickou debatu. Miliony Američanů od Floridy po Texas se k smrti obávají příchodu dalšího hurikánu, každé ráno s hrůzou sledují předpověď počasí a s každým dalším hurikánem znovu řeší, zda je zasáhne, nebo ne, zda mají odjet ze svých domovů, nebo zůstat. Po celém pobřeží od Maine po Houston dnes už ani nedostanete pojištění na dům. A to jsme teprve v roce 2009.

Podle našich vědců teplota planety v tomto století stoupne o celé 3 °C. To je ovšem průměrný, střední scénář, spíše optimistický než pesimistický. Pro vaši představu, pokud teplota stoupne „jen“ o tyto 3 °C, dostane se naše planeta na teplotní úroveň, na které byla před třemi miliony let. To znamená kompletně jinou faunu a flóru, naprosto jiný ekosystém, zcela jiné hydrologické cykly. Změny klimatu se vždy týkají hydrologických cyklů. Pokud teplotní vzestup udržíme mezi 2 a 3 °C – o to, aby se to podařilo, usilujeme v Bruselu a nikdo na to nechce přistoupit – riskujeme, že do konce 21. století vyhyne mezi 20 až 70 % všech živočišných druhů na Zemi. Ujasněme si, co to znamená. Za 450 milionů let existence planety Země se odehrálo pět takovýchto masivních vln vyhynutí. Po každé z nich pak trvalo 10 milionů let, než se znovu vytvořila původní biodiverzita. Vůbec si neuvědomujeme vážnost situace. Kdyby tomu tak bylo, už bychom dávno vymysleli nový kulturní příběh, v jehož rámci bychom zachránili naše živočišné druhy. Nechceme si připustit, že je v sázce naše vyhynutí.

A je to ještě mnohem horší. Tento týden byla publikována studie o tání permafrostu na Sibiři. Čtvrtá zpráva OSN se o této problematice také zmiňovala, nicméně naši vědci v tomto směru neprovedli žádné studie. Na studii, která byla zveřejněna minulý týden, se začalo pracovat minulý rok. Na jejím počátku vědci tvrdili, že v permafrostu na Sibiři dochází ke změnám. Minulý týden oznámili, že permafrost taje šestkrát rychleji, než jsme se domnívali. Proč nás má nějaký permafrost vůbec zajímat? Celá Sibiř je permafrost, to znamená, že se tu bavíme o celém jednom kontinentu. A co že je v permafrostu? Jsou v něm zásoby uhlíku z celého období před dobou ledovou. Sibiř před dobou ledovou byla krásnou travnatou savanou, žila na ní zvířata, rostla zde spousta druhů rostlin. Pak ale došlo k rychlému ochlazení planety a všechny uhlík na Sibiři zamrzl v permafrostu. Ten dnes taje a uhlík z něj uchází. Jak se led mění ve vodu, uhlík se uvolňuje ve formě metanu, který je 23krát jedovatější než oxid uhličitý. Vědci z Journal Nature teď oznámili, že se tak děje šestkrát rychleji, než jsme se domnívali před rokem. To je naprosto katastrofální.

A je to ještě mnohem horší. Ted' vám chci říct něco, co by třeba i mohlo být zábavné, kdyby to nebylo tak smutné. James Hanson, šéf přes klimatologii ve vládě Spojených států amerických, nám se svým týmem v Bruselu připravil „pěkné“ překvapení. Minulý rok se vydali pod hladinu oceánu, aby prozkoumali obsah oxidu uhličitého. V Bruselu usilujeme o to, aby se obsah tohoto plynu v oceánech udržel pod hladinou 450 částic CO² na milion částic. Pokud se nám tuto hranici podaří zachovat, domnívali jsme se, tak se možná planeta v tomto století oteplí jen o 2 °C a možná můžeme tuto bouři ustát. James Hanson však přišel na to, že i když se nám podaří zachovat limit 450 CO² částic na milion částic – a upozorňuji, že na opatření, které by k tomu vedlo, nikdo nechce přistoupit –, oteplí se planeta do konce 21. století o 6 °C. To by znamenalo zánik lidské civilizace v podobě, v jaké ji dnes známe. Spíme. Nemá smysl mluvit o kultuře, nemáme-li nový příběh. Potřebujeme novou ekono-

mickou vizi, nový herní plán. Ale ještě více potřebujeme nový příběh, příběh lidské rasy, významu lidí na zemi, nový příběh naší budoucnosti, naší teleologie.

Nyní bych se rád zaměřil na ekonomiku. V rámci velkých ekonomických revolucí, těch opravdu zásadních, které se v historii lidstva odehrály, došlo vždy ke dvěma jevům. Zaprvé lidé v rámci těchto revolucí změnili organizaci energie na Zemi. Zadruhé – aby mohli změnit organizaci energie, museli změnit i způsoby komunikace. Zlomové okamžiky v historii lidstva nastanou vždy, když se zároveň odehraje energetická a komunikační změna. Stává se to jednou za čas. Takové dvojité revoluce pak změni úplně všechno, změni naši časoprostorovou orientaci, změni naše vnímání, naše vědomí – přimějí nás vyprávět nový příběh.

Dovolte mi vysvětlit to na příkladu. Určitě jste slyšeli o Sumerrech. Sumerové byli prvními lidmi, kterým se podařilo zachytit energii slunce skrze fotosyntézu v obilninách, zachytit tuto přidanou energetickou hodnotu. Logicky se tedy museli zabírat otázkou, kdo obilí dostane, tedy otázkou distribuce, čímž započali proces diferenciaci společnosti. Obilí bylo také třeba skládat, což bylo velmi složité. Sumerové museli vystavět kanály, k čemuž potřebovali zorganizovat tisíce dělníků, ale také logistiku potřebnou pro jejich zásobování, stravování a šacení. Museli se naučit – museli dát vzniknout – řemeslům potřebným k vystavení příkopů. Museli dát také vzniknout řadě specializovaných profesí potřebných k výstavbě a organizaci chodu sýpek, logistiky a distribuce. K tomu všemu byla zapotřebí revoluce v komunikaci, bylo potřeba to vše organizovat. Revoluce spočívala v něčem, čemu se říká cuneiform – písmo. Ve všech civilizacích, kde došlo k rozvoji vodní a hospodářské kultury (Střední východ, Indie, Čína, Mexiko), všude tam došlo zároveň k vynalezení a rozvoji písma, které bylo třeba k organizaci vodních a hospodářských systémů. Je třeba si uvědomit, že když se zároveň děje komunikační i energetická revoluce, znamená to zásadní zlom, v takových obdobích dochází k zásadním změnám v našem vědomí.

Jakmile jsme začali organizovat energii na Zemi, bylo třeba začít komunikovat jiným, novým způsobem. Došlo k přenastavení pochodů v lidských mozcích. Kultury lovců a sběračů jsou orální. Orální kultury samozřejmě přemýšlí jinak než kultury, které mají písmo. Naopak kultury, které mají písmo, přemýšlí jinak než kultury, které využívají tisk. První generace elektrického věku přemýšlela jinak než generace kultury tisku atd. S příchodem nových komunikačních režimů se tedy mění naše vědomí a naše myšlení. Zároveň s koncem fáze hydraulické kultury došlo k přerodu z animismu na polyteismus a později monoteismus. To je naše kulturní historie. Společnost lovců a sběračů se stala společností prvních městských osad a hřbitovů, prvního sebeuvědomění. Jeho produktem je Epos o Gilgamešovi, první příběh ze všech příběhů lidstva, který existuje v písemné formě. Ve společnosti lovců a sběračů by nikdy nemohl vzniknout, protože šlo o orální společnost a orální kulturu. Energie,

kommunikace, vědomí, rozvoj sebeuvědomění – to vše je velmi hluboce propojeno. Ve středu toho všeho pak leží otázka, jak píšeme náš lidský příběh, jaká je naše role jakožto lidstva.

První průmyslová revoluce se odehrála mezi lety 1830 a 1880. V rámci ní se také odehrála jak komunikační, tak energetická revoluce, a to jak v Evropě, tak ve Spojených státech. Tisk neměl po dlouhá staletí žádný ekonomický účel, jeho účel byl čistě kulturní. Konkrétně se jednalo o masovou produkci náboženských textů, Bible v národních jazycích. Díky tomu se Martinovi Lutherovi podařilo vytvořit schizma v křesťanství. Masová produkce Bible v národních jazycích byla pro Martina Luthera tím, čím je dnes mladým lidem Google nebo MySpace. Poté přišla 30letá válka, Vestfálský mír, vznik národních států. To vše mělo vliv na náš kulturní příběh. Zpět k tisku, který neměl žádný ekonomický smysl nebo cíl až do okamžiku, kdy James Watt vynalezl parní motor a kdy jsme se stali společností páry a jejího průmyslového využití. Kolem roku 1830 se začal používat linotyp, parní technologie umožňující levnou a rychlou tiskařskou produkci. V návaznosti na to začal rozvoj masového vzdělávání, veřejných škol. Mezi lety 1830 a 1880 se pak rozvoj levného tisku, masového vzdělávání a veřejného školství překryl s rozvojem uhelného, parního a železničního průmyslu. A tak jsme měli co do činění s tím, čemu dnes říkáme průmyslová revoluce. Kdybychom byli zůstali u kodexu, těžko by byl nastal takovýto vývoj.

Ve 20. století přišla první generace elektřiny. Období telegrafu bylo přechodné, ale rozvoj telefonu se překryl s rozvojem ropného průmyslu a s rozvojem vznětového motoru. Nastala druhá průmyslová revoluce. Ta ale dnes končí, nacházíme se v době ekonomického úpadku, rozkladu, období energetické krize, platíme účet za minulost. Ocitli jsme se na konci jedné éry.

Rád bych také mimochodem řekl, že s tím, jak se mění nástroje, které používáme, mění se i náš přístup k tomu, na čem nástroje aplikujeme. Říká se, že když má člověk v ruce kladivo, celý svět vypadá jako hřebík. Žijeme metaforami, které jsou založeny na našich gestech, na našem chování. Společnosti vodního zemědělství žily vodními metaforami. V období rané průmyslové revoluce jsme žili mechanickými metaforami, po roce 1830 v období romantismu, když byla objevena elektřina, jsme začali používat elektrické metafory. Metafory, které používáme, se mění zároveň s nástroji, které používáme. Jsme hráči a zároveň tvůrci nástrojů. Tvoříme technologie za účelem manipulování, ovlivňování chodu světa. Jsme na prahu třetí průmyslové revoluce. Co nám k ní chybí, je příběh, kultura, přenastavení vzdělávacího systému, přenastavení lidské mysli. Za posledních 15 let se odehrála velmi zásadní revoluce v komunikaci: osobní počítač a internet. To zcela nepochybně změnilo školní třídy, kulturu a prostředí. Jaký je rozdíl mezi touto revolucí v komunikačních technologiích a mezi první elektrickou revolucí: telefonem, televizí a filmem? Rozdíl je v tom, že tato první revoluce v oblasti elektřiny byla centralizovaná, probíha-

la odshora dolů. Současná ICT revoluce je rozprostřená – to je klíčové slovo pro přehodnocení našeho příběhu. *Rozprostřená* – to znamená, že každý v této místnosti může skrze video, audio nebo text komunikovat, předávat a přijímat zprávy, jejichž doručovací doba je kolem 7 sekund, a to po celém světě.

Za deset let se nám komunikaci podařilo rozprostřít a distribuovat mezi lidi. Našroubovali jsme tuto ICT revoluci na druhou průmyslovou revoluci, která spočívala v centralizované energii, centralizované infrastruktuře. To ovšem nefungovalo, protože tato komunikace není centralizovaná, ale distribuovaná, rozprostřená. Distribuovaná ICT revoluce má zcela novou antropologickou misi. V současné době se překrývá a propojuje s novým energetickým režimem. Distribuovaná energie organizovaná pomocí distribuované komunikace – v tom spočívá třetí průmyslová revoluce.

Co je to distribuovaná energie? Pojdme si to vysvětlit na srovnání s energií centralizovanou. Centralizované (dirigované) energie jsou ty, které nemáte doma na zahrádce, to jest uhlí, plyn apod. Dirigované centralizované energie se vyskytují jen v některých oblastech světa, k jejich vytěžení a zajištění je třeba obrovských finančních investic, k jejich organizaci obrovských geopolitických investic. Jde o energie využívané v hierarchizovaných systémech. Co to má společného s kulturou? Od dob vodního zemědělství jsme byli společností postavenou na centralizovaném patriotickém komunikačním a energetickém režimu. V době první a druhé průmyslové revoluce došlo k částečné distribuci energie. Postupná distribuce energie mění a změní všechno, včetně například genderových vztahů, lidské psychiky. Není náhodou, že se přechod mezi systémy centralizované a distribuované energie shoduje s dobou, kdy ženy dostávají možnost vést společnost.

Tato třetí průmyslová revoluce nám tedy nabízí pěkně distribuovaný, rozprostřený vzorec. Co jsou to tedy distribuované energie? Jsou to energie, které každý najde na svém vlastním dvorku. Sluneční svit je všude na světě, všude na světě každý den fouká vítr. Všude na světě je odpad, který je energeticky využitelný, v přímořských oblastech jsou pobřežní mořské proudy, které lze energeticky využít. Můžeme mít tolik energie, kolik potřebujeme, energie je distribuovaná, je všude.

Za předsednictví Angely Merkelové se Evropská unie zavázala k něčemu, čemu se říká *plán 20 – 20 – 20 – 20*. To znamená 20% zvýšení efektivity energie a nahrazení 20 % starých energií novými, což bude samozřejmě chvíli trvat; 20% zmírnění, zpomalení globálního oteplování do roku 2020. To znamená 27 států a 500 milionů obyvatel zavázaných k tomu, aby do roku 2020 bylo 20 % energií využívaných v Evropské unii obnovitelných. A 20 % energií EU, to znamená 33 % energie České republiky. V tomto závazku spočívá první pilíř třetí průmyslové revoluce. V distribuci obnovitelných energií. Logickou otázkou, kterou jsme si položili i v Bruselu, pak ale je, jak tyto distribuované energie získávat. Nemůžeme vystavět dostatek obřích sluneč-

ních a větrných elektráren, aby zásobovaly celou Evropu. I takové centrální elektrárny obnovitelných zdrojů jsou důležité, ale nejsou hlavní. Jsou totiž produkty myšlení 20. století, myšlení, které se zaseklo na centralizovaných energiích. Velké, centralizované solární a větrné elektrárny. Ano, jsem pro ně, ale jsou pouze přechodným prostředkem.

Pilířem číslo dvě je výstavba – budovy. S revolucí v komunikaci a v energii přichází většinou i revoluce v bydlení, v užitém prostoru. S vodním zemědělstvím, s kulturou, která organizovaně využívala vodu, přišel rozvoj prvních měst a nenápadné počátky kosmopolitního chování. Prvním kosmopolitním městem byl Řím: všechny cesty vedou do Říma. S příchodem první průmyslové revoluce vznikla první velká města s více než milionem obyvatel. Prvním takovým městem byl Londýn. Toho jsme dosáhli díky fosilním palivům. S druhou průmyslovou revolucí jsme pak začali s rozvojem předměstí. To znamenalo zcela nový přístup ke kultuře. Nyní zde mluvíme o třetí průmyslové revoluci, v rámci níž se našimi elektrárnami musí stát naše vlastní domy, naše domovy. Každá budova může být zároveň elektrárnou. Každý obytný dům, kancelář, továrna – každá budova může být zároveň elektrárnou. Dáte na střechu solární panely a dostanete energii ze slunce. Na zeď připevníte malou větrnou elektrárnu, dostanete větrnou energii. Pokud bydlíte u oceánu, zachytíte mořské proudy. Nic víc nepotřebujeme.

V Evropě se nyní otevírají první takové energetické budovy. V Zaragoze ve Španělsku je největší továrna na Opely v Evropě, vyrábí půl milionu aut ročně. Před pár lety jsem se na ni byl podívat a říkal jsem si, jak obrovskou má tahle továrna střechu. Loni na podzim General Motors tuto střechu pronajal jedné francouzské společnosti, která do ní investovala 78 milionů dolarů – nechala ji pokrýt solárními panely. Tato střecha nyní produkuje 10 megawattů elektrické energie, což je dostatek elektřiny pro 4700 domácností. To všechno z jedné střechy. A další společnosti následují. Můžete si postavit dům, který bude vyrábět víc energie, než spotřebujete. Až se toto začne dít, nastane ekonomická revoluce. Chcete nastartovat novou ekonomiku? Toto je cesta. Nová ekonomika je vždy o nových způsobech výstavby.

Nicméně v Bruselu čelíme otázce spojené s třetím pilířem: jak skladovat obnovitelnou energii? Vítr nefouká neustále, slunce nesvíti bez přestávky, obnovitelné energie jsou využitelné přerývaně. To jsem také řekl Romanu Prodimu v roce 2003, když byl předsedou Evropské komise. Řekl jsem mu: „Romano, pokud bude v roce 2020 například v České republice 33 % energie pocházet z obnovitelných zdrojů a na pár týdnů přestane svítit slunce a foukat vítr, co budeme dělat?“ Romano odvětil, že je to velmi dobrý postřeh. Tak jsme zadali výzkumný projekt v hodnotě dvou miliard EUR na výzkum a vývoj skladování vodíku. A posléze sedmimiliardový projekt na jeho uvedení do praxe. Co je vodík? Vodík je základním prvkem v našem vesmíru. Zároveň je nejlehčím prvkem. Využívá se jako zdroj energie a při tomto jeho využití jsou jedinými vedlejšími produkty voda

a teplo. Zrovna dnes se vrátila skupina amerických astronautů z vesmíru. Astronauti už 30 let cirkulují kolem planety Země v raketách, které jsou poháněny high tech vodíkovými buňkami. Tedy pokud si doma začnete vyrábět energii ať už za pomoci solárního panelu na střeše nebo malé větrné elektrárny, kterou umístíte na zeď domu, nebo třeba pomocí biomasy – co uděláte s energií, která vám bude přebývat? Vzpomínáte si na hodiny chemie na střední? Dáte anodu a katodu do vody a všechen vodík vybublá na povrch, vy ho uskladníte a až budete potřebovat elektřinu, protože přestane svítit slunce a foukat vítr, přelijete ho zpět a zase z něj bude elektřina. Je to elegantní.

Čtyři pilíře. Prvním je distribuovaná energie. Druhým domy, které jsou zároveň elektrárnami, stejně jako jsou dnes naše osobní počítače našimi komunikačními prostředky. Třetím pilířem je uskladňování energie pomocí vodíku. Pilířem číslo čtyři je pak propojení se komunikační a energetické revoluce, které vyústí v nový příběh. Použili jsme vědu k vytvoření internetu, exaktní vědu. V nadcházejících 25 letech musíme být schopní použít exaktní vědu k novému „sesíťování“ energie v České republice a v celé Evropě. V horizontu 25 let musíme všichni vyrábět svou vlastní energii, miliony obyvatel Evropy musí vyrábět svou vlastní energii, stejně jako dnes už vyrábí své vlastní informace, používají distribuované informační kanály. Tuto energii pak musíme uskladňovat vodíkem, stejně jako dnes skladujeme informace a musíme mít možnost se o ni dělit napříč Evropou právě pomocí onoho „sesíťování“, nové energetické sítě. První takové chytré sítě, které toto umožní, budou v Evropě nainstalovány již v tomto roce. Na svém domě pak budete mít pokrokový digitální měřič. Vše bude potřeba udělat znovu, protože stávající sítě je zastaralá, je přes 60 let stará, rozpadá se a už neslouží tak, jak by měla, není dokonce ani digitální. Na tu novou síť se pak připojí každý elektrický přístroj v České republice i ve všech ostatních evropských státech, takže budeme mít přehled o tom, jakou aktivitu v každém jednotlivém okamžiku vyvíjí například každá pračka. V okamžiku, kdy kdekoli v Evropě poptávka po elektřině převýší nabídku, software, na jehož principu bude síť fungovat, dá všem pěti milionům pračkám signál, že je potřeba o polovinu zkrátit máchání. Každý, kdo si koupí připojení na tento software, bude mít obrovskou výhodu. Cena elektřiny každého, kdo bude na software napojen, se bude neustále měnit, každou hodinu, každou minutu. Budete vyrábět vlastní energii, její přebytek budete moci přes síť okamžitě prodávat, jakmile bude obrazovka měřiče ukazovat nápis *sell*, budete vědět, že vaši přebytečnou energii někdo odkupuje. Tomu se říká distribuovaný kapitalismus. To je energie v rukou lidu. To je to, co přepíše náš příběh. Pamatujete? Nástroje, které používáme, ovlivňují naše metafory. Metafory jsou důležitými součástmi našich příběhů, příběhy tvoří důvěru. A důvěra nám umožňuje vytvářet trhy a obchod. Je to cyklus.

Distribuovaný kapitalismus znamená, že se účastníme všichni. Distribuovaný kapitalismus je zároveň odpovědí na otázku, na kterou jsme nemohli přijít posledních 30 let. Jak zásobit Evropu energií vyrobenou jen a pouze v solárních a větrných

elektrárnách? Nedokázali jsme na to přijít. Neustále jsme si říkali: ano, solární a větrné elektrárny, to je sympatické, ale jak z nich zásobit celou Evropu? Pořád jsme byli přesvědčeni, že stále potřebujeme a potřebovat budeme uhlí, plyn, ropu a uran. Celých 30 let nám trvalo, než jsme našli odpověď. Teď ji máme. Nejnovější revoluční technologie v oblasti IT se nazývá IT síť. Ta se dnes rozmáhá v obchodních vztazích po celém světě. Když sečtete sílu stovek osobních počítačů, nedojdete k převratně vysokému číslu. Pokud je ale propojíte („sesítujete“), jejich síla se zněkolikanásobí, daleko přesáhne sílu – energii –, kterou by byl schopen vyrobit jeden obří superpočítač. Princip IT sítě lze aplikovat na energetiku, každý z nás může vyrobit trochu energie a to, co nespoteřebuje, poslat zpět do sítě. Každý z vás, kdo tu sedí a je mu méně než 40 let, ví, o čem mluvím. Všichni studenti, mladá generace ví, o čem mluvím: YouTube, MySpace, Wikipedia, sdílení souborů, Linux... Většina generace nad 50 let nechápe.

Hudební společnosti nedokázaly včas předpovědět sdílení souborů, a tak prohrály. Televize a noviny nedokázaly včas předpovědět příchod blogové sféry, také prohrály. Říkám jen to, že chťe nechtě míříme k distribuovanému kapitalismu. Ten ale vyžaduje nový příběh. Naše nástroje tvarují naše metafory, které se pak stávají součástmi našeho příběhu vytvářejícího důvěru a sociální vazby. Na jejich základě tvoříme obchodní a vládní modely odrážející náš příběh, který sami o sobě a o našem vztahu k přírodnímu řádu vyprávíme. Příběh, o kterém mluvíme, by mohl být příběhem o udržitelném světě. Možná. Nevím, jestli k němu včas stihneme dojít. Pokud ano, velký přínos to bude – mimo jiné pro rozvojový svět. Bezmocní lidé jsou dnes bezmocní především proto, že nemají přístup k energiím. Globalizace stojí na centralizovaných energiích, tedy na energiích, které se k velkému procentu celosvětové populace nikdy nedostanou. Až 30 % světové populace nemá a nikdy nemělo elektřinu. Dalším 20 % se jí dostává jen občas. Pokud jste někdy byli v nějaké rozvojové zemi, víte, že elektřina tam funguje jen jednou začas. Pokud jsme rozvojovým zemím nebyli schopni dodat elektřinu při ceně 3 dolary za barel, při ceně 50 za barel se nám to zcela jistě také nepodaří. Pokud se nám ale v USA a v Evropě podaří přejít na systém distribuované energie, můžeme na něj přivést i jižní polokouli a v kombinaci s finanční podporou tak obyvatelům rozvojových zemí přinést přístup k energiím. Každý dům na světě by měl mít na střeše solární elektrárnu, na zdech větrnou elektrárnu atd. Až tomu tak bude, nebudeme muset být závislí na ruském plynu a na ropě ze Středního východu. Můžeme toho dosáhnout, otázkou zůstává, zda se nám to opravdu podaří.

Dle mého názoru v tom musí spočívat další krok směrem k evropské integraci. Evropská integrace začala v oblasti energetiky. Na počátku šlo o uhlí, ocel a uran. Za 50 let se pak podařilo vytvořit politickou unii, založenou na Maastrichtské smlouvě, finanční unii se společnou měnou i zeměpisnou unii s 27 státy. Nešlo to vždy zcela hladce, ale dokázali jste to navzdory veškeré nepravděpodobnosti. Dalším krokem teď musí být dosažení

integrované logisticky propojené unie fungující v postuhelném energetickém režimu. V samotné Evropě máte 500 milionů spotřebitelů, dnes jste vedoucí ekonomikou světa. HDP 27 států v Evropské unii je vyšší než HDP 50 států v USA. V USA se na Evropu díváme jako na muzeum, ale vy nejste muzeum, jste vedoucí ekonomika. Jste největší exportér na světě, na prvním místě před USA, Čínou a Indií. Euro je v současné době jedinou perspektivní měnou. Máte 500 milionů vlastních spotřebitelů, 500 milionů přidružených spotřebitelů v oblasti Středozevního moře a severní Afriky. Máte tedy miliardu lidí, a proto potřebujete vytvořit perfektní logistickou infrastrukturu, která umožní všem zemím od Irska po severní Afriku být součástí jednoho obchodu. V praxi to znamená, že to, co vyrobíte v České republice (např. energii, kterou vyrobíte z bioodpadu), se může stát předmětem dělby například s Iry. Ti se naopak o energii ze svých větrných elektráren rozdělí s Nory. Ti nadbytečnou energii vyrobenou v norských vodních elektrárnách pošlou do Francie. Lokálně vyrobená energie bude sdílena napříč regiony, dojde k energetické integraci a Evropa se tak stane vlajkovou lodí udržitelnosti. Pokud toho dosáhneme, máme možná šanci zastavit vlastní zkázu.

Vraťme se ke kultuře. Můžeme mít dobrý ekonomický plán na třetí průmyslovou revoluci a Evropská unie tento plán má. Dnes tu s námi jsou lidé z evropských institucí. Parlament Evropské unie před dvěma lety vyzval ke třetí průmyslové revoluci. Jsme na cestě ke třetí průmyslové revoluci, ale potřebujeme se tam už konečně dostat. Abychom se tam dostali, je třeba jedné zásadní věci. Ta se dá ovlivnit i z této místnosti. Musíme začít myslet jinak. Jde jen o to všechno dobře vymyslet. Tam, kam se chceme dostat, se nedostaneme, nezměníme-li způsoby myšlení. A to rychle, opravdu rychle. Nejen naše způsoby myšlení, ale i naše příběhy, vzdělání a kulturu. Musíme se pohnout od geopolitiky k politice biosféry. Od Vestfálského míru neustále myslíme jen v rámci geopolitického kontextu. Národní státy soutěží s národními státy o zdroje a suroviny. Nyní je načase začít se zabývat politikou biosféry, uvědomit si, že jsme živočišným druhem, který je součástí jedinečné planety – biosféry, za niž musí být každý z nás zodpovědný.

Jak se do této fáze dostaneme? Jak lze rychle přenastavit lidské smýšlení? V dějinách lidstva najdete období, kdy se lidské myšlení změnilo rychle a radikálně. Bylo tomu tak vždy, když nastaly revoluce v oblasti energií a komunikace. Skutečná historie se dá vyčíst z příběhů, filozofové nemají klíč k historii, mají ho kulturní antropologové. Lovci a sběrači (orální mytologická kultura, mytologické vědomí), vodní kultura (teologické vědomí), první průmyslová revoluce (ideologické vědomí), 20. století (psychologické vědomí). Dnes, na prahu třetí průmyslové revoluce – dramaturgické vědomí. A možná jsme na cestě k biosferickému vědomí, v rámci něhož začneme o sobě samých smýšlet ne jako o autonomních já, ale jako o součástech sítě vztahů, které nás formují. K tomu směřujeme.

Vyrůstal jsem v době, kdy všichni stále věřili osvícenské ideji, že jsme všichni autonomní. To bylo naším cílem – být autonomní, protože jsme věřili, že právě to nám přinese svobodu. V době, kdy jsem vyrůstal, jsme svobodu definovali jako schopnost být autonomní a mobilní. To byl *naš* kulturní příběh. Autonomní a mobilní – automobil. Proto máme tak rádi auta. Autonomní a mobilní, ostrov sám pro sebe. Byli jsme přesvědčeni, že čím je člověk autonomnější a mobilnější, tím má větší přístup k majetku a bohatství, a čím má větší přístup k bohatství, tím je svobodnější. To byl náš příběh. Dnes ale zjišťujeme, že Jefferson se spletl. Že život, svoboda a štěstí v podstatě znamenalo život, svoboda a majetek. Měli-li jste majetek, mohli jste být šťastnější. V současné době veškerá realita i studie vypovídají něco, co už ale přece dávno sami víme. Pokud jste opravdu chudí, nemůžete být šťastní, protože jen přežíváte. Nemáte možnost ani čas na empatii, protože se jen snažíte přežít. Nicméně jakmile člověk dosáhne hranice majetku, která mu umožní žít udržitelně kvalitní život, každý majetek navíc pak už má na lidské štěstí jen negativní vliv. O tomto procesu byly udělány stovky studií, všechny se shodují. Pokud je tomu skutečně tak, pak to znamená, že svoboda existuje jen do okamžiku, kdy máme pocit, že jsou uspokojeny naše základní umírněné potřeby. Jakmile pak začneme vytvářet majetek navíc, začne nás většinou náš vlastní majetek vlastnit a svoboda nám uteče mezi prsty.

Dnes zjišťujeme, že existuje jiná definice svobody. Nespočívá v exkluzi, ale v inkluzi. Pokud tvrdíme, že lze kvalitu života měřit mírou, do jaké máme v životě dobré a kvalitní vztahy s ostatními lidmi, pak je člověk svobodný do té míry, do jaké si dokáže vytvořit hluboké vztahy založené na empatii. Svoboda není o exkluzi, ale o inkluzi. Člověk, který je ostrovem sám pro sebe, není svobodný. Mně je přes šedesát, a když se ohlédnu zpět, ty skutečně hodnotné momenty v mém životě byly momenty empatie, okamžiky, kdy jsem zažil nějaké propojení s dalším člověkem. Tyto vztahy, které nás dělají svobodnými, úzce souvisí s kvalitou života. Musíme redefinovat svobodu. Musíme redefinovat realitu, postavit ji na tom, že nemáme být autonomní, ale naopak začlenění do sítě vztahů. Americký sen je o osobní příležitosti a úspěchu. To je hezký příběh, nicméně stojí na autonomnosti a exkluzi. V Evropě máte jiný sen. Devět z deseti Evropanů vám po dvou minutách váhání a škrábání se na hlavě na tuto otázku odpoví, že snem v Evropě je kvalita života. To je ovšem o společném úsilí a spolupráci komunit. Dosažení tohoto snu vyžaduje, abychom všichni byli solidární, protože zboží, které všichni chceme, je společné přírodní zboží. Neříkám, že máme zcela upustit od individuálních příběhů, říkám jen, že musíme pochopit, že ty jsou odvislé, jsou součástí kolektivního *my*.

To je ten sen, díky kterému se možná posuneme k nezaujatému vědomí globálního světa. Nevzdávat práci na individuálním *já*, ale být si vědomi toho, že individuální *já* je nedílnou součástí kolektivního *my*.

Co se kvality života týče, zeptáte-li se Američana, co je tím snem, většinou řekne *růst*, Evropan řekne *udržitelný rozvoj*. Američan řekne *vlastnická práva*, Evropan *lidská práva*. Američan řekne *pevná vláda se silným militantním profilem*, Evropan řekne *mírová iniciativa*. Američan řekne *žít pro práci*, Evropan *pracovat pro život*. Neříkám, že Evropa je bezchybná. Není, Evropa je hrozná. Ale to je Amerika také. Říkám jen to, že evropský přístup je více nasměrován na cestu, po níž se musíme vydat. To jest na cestu, na které zajistíme kvalitu života, redefinujeme svobodu jakožto inkluzi, rovné možnosti, vztahy a jejich smysl, a pochopíme, že v lepším a trvale udržitelném světě jsou sociální a lidská práva důležitější než práva vlastnická.

Poslední, co bych rád zmínil, je otázka vzdělávání. Slyšel jsem zde některé projevy, které se týkaly vzdělání. Musíme přenastavit celý přístup ke vzdělání. Říkám vám upřímně, že náš dnešní vzdělávací systém je hrozný a příšerný. Naprosto k ničemu. Stále učíme naše děti stejným způsobem jako v době mezi dvěma světovými válkami – aplikujeme na ně přístup Frederica Taylora, přístup vědecko-společenského managementu. Ten spočívá v následujícím: ať jsou hlavně produktivní, ať pracují efektivně, ať jsou zajímavé pro trh. Víím, že většina z vás, co tady sedíte, to chcete změnit. Nejde ale jen o to změnit to – musíme to změnit zásadně. Primární základní kulturní příběh je vždy o prostoru a času. Kulturní příběhy jsou vždy především o chování, času a prostoru. A jaký je primární časový příběh moderní doby? Jaká je nejzákladnější hodnota spojená s časem? Efektivita. O to všem jde. To je náš kulturní příběh. Efektivita je ovšem v našem současném podání naprosto novým termínem. Když se podíváte do Slovníku anglického jazyka Samuela Johnsona z roku 1740, význam slova efektivní je tam následující: inspirovaný Boží silou. V 19. století ovšem konstruktéři, inženýři a vědci zkoumali entropii a proudění energií v různých přístrojích, a tím ten výraz redefinovali. Efektivita od té doby znamená co největší možnou produktivitu plynoucí z co nejmenší možné časové, finanční a pracovní investice. Tuto ideu jsme vzali za svou, stala se součástí každého z nás. V čem je problém? Chováme se snad k lidem, které máme rádi, efektivně? Řekli byste někomu, koho milujete: miluju tě, a proto teď maximalizuji tvou výrobu, tvůj produkt a minimalizuji čas, práci a energii, kterou do tebe investuji? Na tomto principu ale stojí náš školní systém. To zásadní, co se děti ve škole učí, není psaní a počty. Učí se tam především, jak přistupovat k času a prostoru. To konkrétně znamená, že se učí být efektivní. Může ale člověk například mít efektivní intimní vztah? Nebo zažít čistou radost, která je efektivní? Můžeme být empatičtí způsobem, který je efektivní? Naše děti ve školách učíme efektivitě, která je prospěchářská, zacílená na prospěch a užitek. Nakonec vše, co jim tímto předáme, je to, že ze všeho musí být nějaký prospěch, že vše musí vést k nějakému dalšímu užítku. Proč jsem efektivní? Abych měl/a dobré známky? Proč mám dobré známky? Protože lépe najdu práci. Atd. Takto přemýšlí celé generace lidí. Je třeba začít pracovat na výchově lidí k tomu, že jsou důležitější věci než užitek, že prospěchářské chování není tím nejlepším možným, že lidé sami jsou cílem, nikoli

prostředkem. Tím musíme zahájit práci na našem novém příběhu. To efektivita nás dostala tam, kde jsme, co se životního prostředí týče – ke klimatickým změnám. Nyní musíme dosáhnout rovnováhy mezi efektivitou a udržitelností. Co se vnímání prostoru týče, jsme přesvědčeni o tom, že nám prostor patří, že mu vládneme. Dokonce si myslíme, že i znalosti a vědění nám patří. „Vědění je moc,“ řekl Francis Bacon. Myslíme si, že vědění ovládneme. Nyní ale přichází generace učitelů, která říká, že tak to není. Vědění není něco, čím vládneme, vědění je něco, co existuje v prázdném prostoru mezi jednotlivými myslmi, v prázdném prostoru, kterému říkáme kolektivní *my*.

Pomalou přicházíme s konceptem spolupráce – to slovo už jsem tu dnes zaslechl. Ruku v ruce s distribuovaným kapitalismem musí jít kolaborativní myšlení. Musíme ho ale především zavést do školních tříd. Naše děti, alespoň generace přelomu tisíciletí, už částečně myslí kolaborativně, distribuovaně, a to za pomoci počítačů a internetu. Musíme zavést nové vzdělávací modely, které budou stát jen a jen na kolaborativním myšlení, tedy na přístupu k vědění nikoli jako k něčemu, co nám patří, ale k něčemu, co nás vede k fantazii a ke kreativitě. Ta je založena na empatii, protože všichni hledáme vazby, cit, sounáležitost a vztahy.

Vím, že jsem se o této otázce hodně rozpovídal, ale je tomu tak proto, že ji opravdu považuji za zásadní. Ať jsem v Bruselu nebo ve Spojených státech nebo kdekoli v Evropě, všude je to do očí bijící. V kulturní oblasti nás čeká velký úkol, kterým je urychleně napsat nový příběh, díky němuž lidská rasa možná bude mít šanci vyrovnat se se současnou krizí. Musí přetvořit metafory, příběhy, vzdělávací systém. To všechno musíme vzít a od základů změnit. Musíme to navíc stihnout ještě v této generaci. Potřebujeme vzdělávací systém a kulturní příběhy, které odrážejí distribuovaný a kolaborativní charakter světa. Dokážeme-li zavést na světě princip kolaborativnosti a distribuovanosti, pochopíme-li, že jsme nedílnou součástí celého společenství, že jsme vázáni a zavázáni vztahům na této planetě, pak máme šanci. Jestli ji využijeme, to nedokážu říct.

Upřímně z celého srdce věřím, že vy, mladá generace, se těchto změn dožijete. Obávám se ale, že pokud rychle neotočíme stránku, pokud urychleně nezačneme myslet globálně, urychleně nepředepíšeme naše příběhy, nezvládneme to. Znam statistiky, znám studie, mluvím s vědci, kteří je dělají. Jsou k smrti vyděšení. Ano, doufám, že se zároveň strašně mýlí, ale nemyslím si, že tomu tak je.

Poslední, co zde chci říct, je toto. Když skončila druhá světová válka a holocaust, řekli jsme si nikdy víc. I když to tak někdy nevypadá, všichni usilujeme o vazby na druhé. Nebudu se tady pouštět do přednášky o teorii citu, chci jen říct, že velmi zásadní roli v tomto všem hraje způsob, jakým vychováváme a vzděláváme naše děti. Malé dítě hledá především cit a vazby, chce mít jistotu, že je mu nasloucháno, že je na něj reagováno, v neposlední řadě má touhu objevovat. Abychom mu to poskytli,

musíme se velmi snažit. Je těžké v rámci rodičovství to vše vybalancovat. Není to navíc potřeba jen v rámci vztahu rodič-dítě, ale i ve školách. Školy mají za úkol vytvořit vazby mezi novým malým jedincem a starší generací. Pak musí také školy dětem poskytnout možnost objevovat. Pokud se to nepodaří do deseti dvanácti let dítěte, dítě je ztraceno a začne se uchýlovat k zástupným formám chování, je narušené. Agrese, násilí, libido; to všechno jsou jen náhražky, ke kterým se uchylujeme, když se nám nedostává toho, co hledáme. Když se nám nedostává citu, sounáležitosti a intimity. Je třeba dosáhnout perfektního systému, kdy v tomto ohledu bude škola navazovat na rodiče a obě tyto instituce – rodičovská i školní – to budou mít za cíl.

Na závěr bych rád řekl, že od konce druhé světové války se nám podařilo přijmout mezi sebe mnoho skupin, které do té doby byly na okraji – například ženy, které byly na okraji od počátku vodní kultury, poté děti, postižené a gaye. Za posledních 50 let se nám podařilo zásadně zmenšit počet lidí a skupin na okraji. Teď je ale třeba udělat další krok, a tím je zařídit, aby každý člověk a každý tvor na této zemi měl právo na svůj rovný díl energie, aby mohl existovat a rozvíjet se. Musíme myslet na zatím nenarozené děti, zatím nenarozené tvory, musíme jim zajistit toto právo, právo na to, aby i oni stejně jako my měli možnost zažít život na téhle planetě. Považujeme život za něco cenného, každý den to dokazujeme tím, jak na něm lpíme.

Naší misí v kulturní oblasti je přepsat náš příběh, postavit se čelem problémům, které před námi stojí, problémům souvisejícím s hroucením se ekonomiky a s kolapsem důvěry. Postavit se čelem tomu, že jsme na konci energetické éry, i tomu, že jsme zapříčinili klimatické změny, které mohou vést k našemu vyhynutí.

Musíme se do toho ponořit, přenastavit přístupy k výchově, vychovat generaci, která bude fungovat na principu kolaborace, bude přemýšlet distributivně a konečně pochopí, že individuální *já* nestojí vždy nad kolektivním *my*. Tato nová generace nám musí pomoci uvědomit si, že jsme součástí všeho ostatního na Zemi, že jsme se vším propojeni. Pokud to pochopíme, možná máme šanci zachránit Zemi a sebe.

Curriculum Vitae

Jeremy Rifkin je prezidentem washingtonské Nadace pro ekonomické trendy, poradcem Evropské unie a pedagogem programu pro vzdělávání výkonného firemního managementu na Warthově institutu Pensylvánské Univerzity. Jeremy je také předsedou kulatého stolu podnikatelů zaměřeného na otázky třetí průmyslové revoluce (Third Industrial Revolution Global CEO Business Roundtable). Ten shromažďuje sto reprezentantů největších amerických a evropských korporací, kteří chtějí reagovat na výzvy třetí průmyslové revoluce, konkrétně problematiku ekonomického oživení, energetické bezpečnosti a klimatických změn.

Odkaz:

www.foet.org

04 Pořadatelé

Hlavní pořadatel

Ministerstvo kultury České republiky

Ministerstvo kultury České republiky je ústředním orgánem státní správy v oblasti kultury.

Ministerstvo bylo zřízeno zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky. V letech 1969 až 1989 byly veškeré oficiální kulturní aktivity centrálně řízeny a ideologicky kontrolovány v rámci systému tvořeného aparátem komunistické strany a „tvůrčími svazy“ v jednotlivých oblastech kultury. Přes občasná období liberalizace, z nichž k nejvýraznějším patřila druhá polovina 60. let, zůstalo toto schéma v zásadě zachováno až do roku 1989. Po listopadu 1989 došlo v resortu kultury v důsledku pádu komunistického režimu k mnoha podstatným změnám, především k rozsáhlému odstátnění oblasti kultury, které je výrazem zbavení se veškerých politických a ideologických vlivů. Velké množství kulturních institucí a organizací, doposud řízených ministerstvem kultury, bylo privatizováno, některé centrální instituce byly zrušeny. Řada kompetencí dříve patřících výhradně státu byla předána samosprávě.

Pole působnosti ministerstva kultury je velice široké a zahrnuje oblast umění, kulturně výchovnou činnost, kulturní památky, záležitosti církví a náboženských společností, záležitosti tisku včetně vydávání neperiodického tisku a jiných informačních prostředků, přípravu návrhů zákonů a jiných právních předpisů pro oblast rozhlasového a televizního vysílání, provádění autorského zákona pro záležitosti týkající se výroby a obchodu v oblasti kultury.

Od roku 2003 je sídlem ministerstva kultury Nostický palác, který je nemovitou kulturní památkou chráněnou zákonem. Nachází se v centru Pražské památkové rezervace, která je zapísána do Seznamu světového dědictví UNESCO.

Odkaz:

www.mkcr.cz

Obsahová příprava konference Institut umění

ProCulture

Byl založen v roce 2005 s cílem přispívat k rozvoji a zvyšování společenské prestiže umění, podporovat výměnu informací a zkušeností mezi uměleckými obory, poskytovat informační a poradenské služby, prezentovat a propagovat české umění v zahraničí a věnovat se vzdělávací činnosti.

Institut provozuje kulturní portál (Institutumeni.cz), který poskytuje aktuální informace o grantech a příležitostech z oblasti kultury, adresář kulturních subjektů, materiály ke kulturní politice a přehled možností finanční podpory projektů. Institut provozuje také hudební portál (Czechmusic.org) a literární portál (Czechlit.cz). Realizuje Program tvůrčích rezidencí a pracuje na projektech z oblasti kulturní politiky.

Institut má tři samostatné sekce – pro oblast hudby, tance a literatury – a je sídlem České hudební rady.

Institut umění je součástí Institutu umění-Divadelního ústavu. Divadelní ústav je moderní informační a vědecká instituce, jejímž hlavním posláním je poskytovat české i zahraniční veřejnosti komplexní informační služby z oblasti divadla, resp. performing arts, tedy včetně opery, baletu, scénického tance, loutkového divadla a jiných forem.

Centrum ProCulture je součástí Otevřené společnosti, o. p. s., která je nestátní neziskovou organizací, přispívající ke konsolidaci občanské společnosti v České republice rozvojem principů a prosazováním politik založených na kultuře práva a právního státu, demokratické formy správy státu a ochrany lidských práv. Otevřená společnost zavádí nové přístupy, jako programová laboratoř poskytuje prostor novým iniciativám, kombinujícím příklady dobré praxe spolu s jejich prosazováním do systému. Otevřená společnost funguje jako zdroj informací, analýz a know-how a vytváří znalostní základnu v oblastech, ve kterých přímo působí – přístup a participace občanů na správě věcí veřejných, reforma policejní služby, kulturní politika, sociální exkluze, rovné příležitosti pro ženy a muže či sociální ekonomika.

Cílem ProCulture je zvyšovat kapacitu a profesionalitu českých kulturních organizací poskytováním relevantních informací a služeb tak, aby se vytvořily předpoklady pro jejich trvalou udržitelnost. ProCulture vzniklo z přesvědčení, že v rozvoji občanské společnosti hraje důležitou roli zdravě fungující kulturní oblast. Hlavním záměrem ProCulture je posílit vnímání pozitivní role kultury a umění v České republice prostřednictvím proaktivní kulturní politiky.

Odkaz:

www.institutumeni.cz

Odkaz:

www.proculture.cz

Tiráž

Sborník odborných příspěvků Fórum pro kreativní Evropu

Přepisy a překlady textů:	Barbora Čermáková (baruna.cermakova@gmail.com)
Odborná redakce:	Lucie Rozmánková (lucie.rozmankova@seznam.cz) Eva Žáková (eva.zakova@institutumeni.cz)
Jazyková korektura:	Petr Lehečka (korektury@daliboris.cz, www.daliboris.cz)
Grafické zpracování:	Zuzana Mertlíková (www.mertli.cz)

Vydal Institut umění – Divadelní ústav v Praze, Celetná 17, jako svou 602. publikaci.

1. vydání
Náklad 700 výtisků

Tisk: Ekon (polygrafie@ekon.cz)

© Institut umění – Divadelní ústav
© Ministerstvo kultury ČR

ISBN 978-80-7008-242-3



