

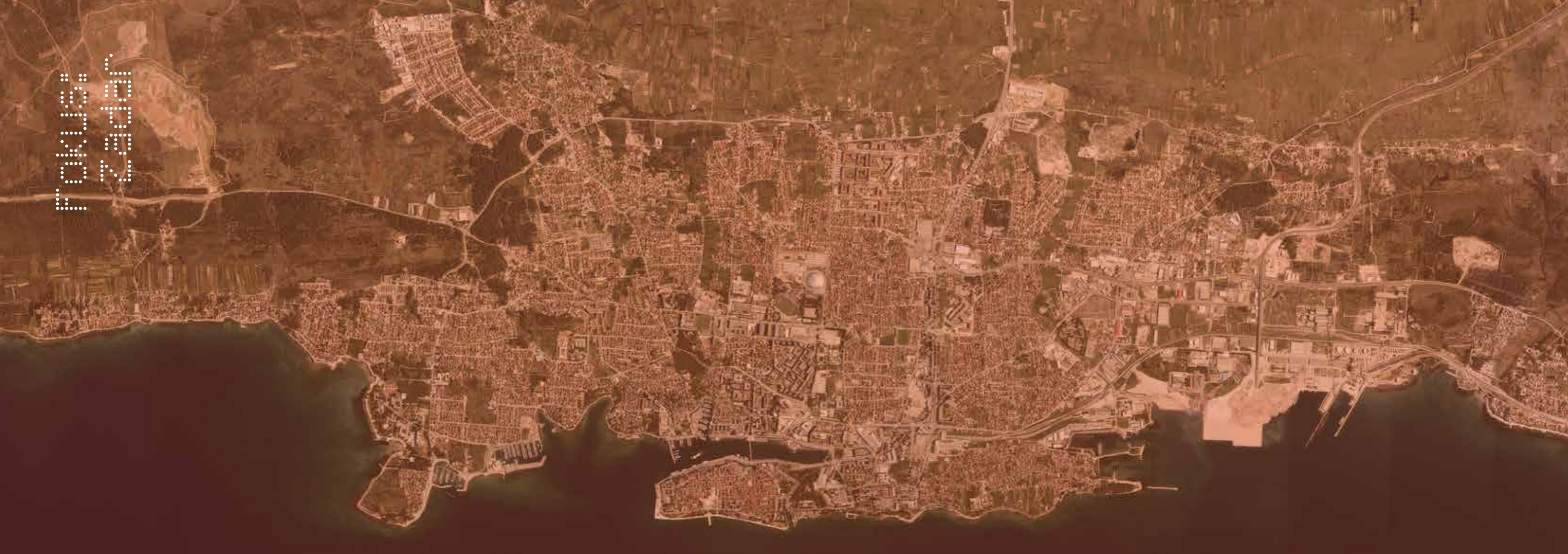


Kreativni Zadar 2020

Okvir za kreativni razvoj grada Zadra do 2020.

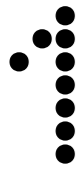
Sadržaj	
Uvod	6
Analiza problema	10
Geografski obuhvat	16
Kulturni profil grada Zadra	18
SWOT analiza	21
Osnovni koncept programa	25
Usklađenost programa s trenutnim strategijama i dokumentima	26
Europska dimenzija programa	33
Kulturni i umjetnički sadržaj programa	35
Reinterpretacija kulturne baštine i tradicije	44
Kapacitet grada Zadra za izvršenje programa	49
Izgradnja publike	57
Upravljanje	59

Zadar, 2017.



DATA





Uvod

Kulturni program Grada Zadra okupio je lokalne kreativne snage s ciljem određivanja smjera kreativnog razvoja Zadra u skorijoj budućnosti. Rezultat rada je dokument koji na jednom mjestu objedinjuje analizu problema kreativnog sektora grada te daje odgovor i smjer djelovanja za novi ciklus kreativnog razvoja Zadra u sljedećih nekoliko godina. Strateška komponenta dokumenta je ambiciozna i nosi poruku promjene, međutim ona ne izlazi iz realnih okvira koji su zadani ograničenim resursima i financijskim mogućnostima Grada.

Važno je naglasiti kako je dokument nastao kao rezultat procesa prijave na natječaj za Europsku prijestolnicu kulture, odnosno rezultat je procesa savjetovanja s ključnim predstavnicima zadarskog sektora kulture i nezavisne scene. Ovaj se dokument, stoga, ne može smatrati djelom jednog ili nekoliko autora, već kao sublimirani prikaz razmišljanja, stavova i prijedloga mjera raznih aktera zadarske kulture.

Cilj koji je stavljen pred program „Kreativni Zadar 2020“ je da se kroz proces ostvarivanja općih ciljeva programa stvore nove kulturne vrijednosti, potakne kreativnost, tolerancija i razumijevanje koji će omogućiti Zadru skladan život u različitostima. Vrijeme je da se kultura statike i spomenika unaprijedi kulturom dinamike, kreativnosti i pokreta, drugom riječju – akcije.

Da bi izazvali reakciju, važno je dobro i precizno prepoznati ključne izazove koji ograničavaju i onemogućuju promjene. Nekoliko je takvih izazova stavljeno u uži fokus ovoga programa. Prvo je kako iskoristiti grad kao faktor integracije i urbane revitalizacije? Kroz ovo pitanje, program se dotiče pojmova kao što su identitet, povijesni kontinuitet i diskontinuitet te postavlja temeljno pitanje usmjereno prema nama samima – *tko smo to mi?*

Odgovor na to pitanje teško je dati bez razumijevanja povijesnog kontinuiteta Zadra, ali isto tako gotovo je nemoguće odgovoriti na ova pitanja bez razmišljanja o Zadru kao integrativnom faktoru šireg zadarskog područja, zaleđa i otoka. Zato su u programu posebno naglašeni ovi momenti te utjecaj zaleđa i otoka kao važnog faktora kulturne raznolikosti Zadra. Također, važan dio ove komponente je urbana revitalizacija grada, što podrazumijeva nove aktivnosti

urbanizacije gradskih četvrti, posebice onih koje sežu prema gradskoj periferiji, kao i novo promišljanje Poluotoka koji polako gubi rezidencijalno stanovištvo i sve teže konkurira kao društveno okupljalište, žarište i ishodište društvenih događanja uslijed pritiska drugih sadržaja izvan centra. Program daje na važnosti svim dijelovima grada te želi stvoriti osjećaj uključenosti stanovnika svih gradskih četvrti u obnovi građanskog duha Zadra.

Pri tome posebno se mislilo na osobe u nepovoljnom položaju – program snažno promiče uključivanje i dostupnost kulture svim onim društvenim skupinama koje su na marginama društva, koji su isključeni i obezvrijeđeni; bilo da se radi o manjinama, pripadnicima drugih religija, osobama s invaliditetom, siromašnima i drugima. Naposljetku, program promiče kulturu kao temeljno ljudsko pravo.

Drugi ključni izazov je pitanje mladih. Prije svega kulturnog potencijala mladih te perspektive mladih u Zadru. Svjesni činjenice da su mladi danas jedna od najugroženijih društvenih skupina, upravo im se kroz program želi dati nova nada i platforma za izražavanje i kritičko promišljanje. Program naglašava važnost obrazovanja publike za kulturu te želi skrenuti pozornost na važnost kreativnosti u zapošljavanju i samozapošljavanju mladih, kao i programa kulturne razmjene mladih.

Treći ključni izazov je gospodarska kriza i gospodarska stagnacija koja mijenja „raspoloženje“ društva i stvara osjećaj beznađa i depresije za mnoge pojedince u društvu. Kroz kulturu, a posebice nove kreativne pristupe poduzetništvu, program predlaže konkretne mjere za unaprijeđenje poduzetničkog okruženja koje će potaknuti rast gospodarstva i zaposlenosti u cijeloj zadarskoj regiji. Kreativna industrija predstavlja značajan udio ekonomija zemalja zapadne Europe jer upravo je kreativnost put do inovacije i ekonomije temeljene na znanju. Ako se uspije stvoriti slobodnije i interdisciplinarno poduzetničko okruženje, potaknut će se razvoj kreativnosti i novih talenata u društvu. Zato se program oslanja na lokalne kapacitete, na lokalne poduzetnike i mlade ljude koji mogu kreativnošću odgovoriti na krizu.

Nezaobilazan razvojni izazov za Zadar je progresivni razvoj turizma, odnosno kako odgovoriti na sve veće pritiske masovnog turizma i konzumerizma. Na

ovaj izazov program odgovara vezivanjem kulture i turizma te snažnijom orijentacijom Zadra prema održivom kulturnom turizmu. U fokus programa je stavljen odnos turist-domaćin, onaj isti koji je trenutno narušen prevelikom masovnošću i sezonskom turističkom ponudom. Program daje jasne preporuke kako promijeniti odnos u kojem se turist gleda kao „iznajmljivač“ našeg sunca, mora i obale ka turistu koji želi „zagrebati ispod površine“ i upoznati Zadar onakvim kakav on uistinu jest. Postojeći turistički kapaciteti Zadra moraju se iskoristiti kao medij za umrežavanje, povezivanje i upoznavanje novih ljudi i različitih kultura iz cijeloga svijeta.

Program promiče temeljne Europske vrijednosti – različitost, otvorenost i multikulturalnost i gradi novi urbani duh grada. U središtu su ljudi i način na koji ih motivirati da se počnu zanimati za kulturu, da žive kulturu. Strategija je suočiti stanovnike s ovim pitanjima kroz kreativnost, zabavu i umjetnost. Nadalje, treba im omogućiti da se izraze i da budu dio nove kulturne obnove grada i stvaranja, odnosno jačanja građanskog identiteta Zadra. To će se činiti kroz kulturno umjetnički program koji je podijeljen na 5 strateških komponenti:

1. Urbana obnova
2. Kreativno poduzetništvo
3. Uključivost i poštivanje
4. Zadar za mlade
5. Dijeljenje

Program poručuje sljedeće: Vrijeme je da se „resetiramo“, da promislamo o trenutnoj situaciji i da kreiramo novo i kreativnije društvo koje će biti neraskidiv dio europskih kulturnih vrijednosti.

Pristup izradi dokumenta

Program „Kreativni Zadar 2020“ strateški je dokument kulturne politike razvoja Grada. Iako je primarni fokus dokumenta razvoj kulture i kreativnog sektora grada, ovaj dokument je višesektorski, što znači da područje utjecaja prelazi sektor kulture i da sagledava razvoj društva u cjelini. U odnosu na prostorni razvitak, dokument je fokusiran na šire zadarsko područje što uključuje Zadar, zaleđe i otoke.

Programsko razdoblje

Pet strateških komponenti kulturno umjetničkog sadržaja programa temelje se na mjerama, projektima i intervencijama projiciranih na razdoblje od 2016. do 2020. godine.

Sadržaj i metodologija

Kompletan sadržaj i metodologija temelje se na europskoj praksi participativnog planiranja.

Prvi dio dokumenta daje pregled ključnih problema i analize stanja koja je rezultat radionica, analize dostupnih stručnih istraživanja, intervjua s ključnim predstavnicima kreativnog sektora te kritičke diskusije predstavnika kulturnog sektora, znanstvene zajednice i predstavnika Grada. Nakon definiranih ključnih problema i izazova, definiran je geografski obuhvat programa te kulturni profil grada. Kulturni profil sažetak je stanja kulturne scene u Zadru temeljene na dostupnim javnim podacima o sektoru kulture. Prvi dio dokumenta završava SWOT analizom koja prikazuje snage, slabosti, prilike i prijetnje sektora i time daje cjelokupni pregled stanja i osnovu za daljnji strateški plan.

Drugi dio dokumenta je strategija, odnosno program koji je svojevrsna inverzija identificiranih ključnih problema i daje pregled osnovnog koncepta programa, usklađenosti programa s dokumentima više razine te europske dimenzije programa. Središnji dio dokumenta je kulturni i umjetnički sadržaj koji detaljno razrađuje strategiju i programsku osnovu putem jasno opisanih ciljeva i prijedlogom mjera.

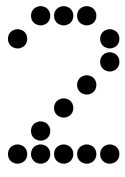
Treći, ujedno i završni, dio dokumenta prezentira kapacitete grada za izvršenje programa te projicira doseg programa i daje prijedlog upravljanja programom.



Nijedan čovjek nije Otok,
Sasvim sam za sebe,
Svaki je čovjek dio Kontinenta,
Dio Zemlje.
Ako More odnese Grudu zemlje,
Europe je manje.
Kao da je odnijelo nekakav Rt.
Posjed tvoga prijatelja
Ili tvoj vlastiti:
Smrt svakog čovjeka smanjuje mene,
Jer sam obuhvaćen u Čovječanstvu,
i zato nikad ne pitaj kome zvono Zvoni;
Tebi zvoni.

John Donne (1572. – 1631.)

(preuzeto iz knjige Ernesta Hemingwaya *Kome zvono zvoni*)



Analiza problema

Ovaj se program oslanja na jačanje društvene povezanosti, razvoj koncepta razmjene ljudi i raznolikosti, dok u isto vrijeme prihvaća multikulturalizam i međukulturalni dijalog.

Namjera ovog programa je privući pozornost kako lokalnog stanovništva i građana naše države, tako i građana cijele Europe s ciljem suradnje i uspostavljanja dijaloga oko ozbiljnijih pitanja koja se provlače kroz sljedeće teme:

2.1. Grad kao čimbenik integracije i urbane revitalizacije

Kontinuitet i diskontinuitet – Tko smo mi?

Priča o vječito isprekidanom ili diskontinuiranom identitetu grada može se jedino ispričati od strane njegovog autora. Koliko god se trudili biti objektivni u prepričavanju, jedan nepristran pogled na to što se u gradu sve zbivalo u posljednjih nekoliko stoljeća jednostavno ne postoji. Iz tog razloga, vizija autora bit će utkana u ovu priču. No, ne s namjerom da vodi ka novim nesuglasticama, već da bude pouka koja će nas naučiti da samo zajedništvo može – i je – temelj za stvaranje životnog kontinuiteta bez obzira na sve različitosti koje se pojavljuju.

Grad je oduvijek bio odraz njegovih stanovnika sa svim njihovim navikama, običajima, vrijednostima, osjećajima, djelovanjem i nizom kulturnih obrazaca koji mu određuju *differentiu specificu* i daju posebno mjesto među ljudskim zajednicama. Svaka zajednica ima vlastiti identitet koji se gradi generacijama na način da su se obrasci ponašanja prenosili s koljena na koljeno odražavajući onu „povijest je naučena“. Priča o isprekidanom identitetu Zadra priča je o etničkoj strukturi njegovog stanovništva. Složena zajednica Talijana, Hrvata i pripadnika drugih etničkih zajednica, od kojih su najbrojniji bili Srbi, nije živjela u skladu, osobito ne za vrijeme formiranja nacionalne svijesti u 19. stoljeću. Sukob, umjesto suradnje i zajedništva, bila je svakodnevica stanovništva Zadra, a sve navedeno bilo je pokriveno i prikriveno krunom Habsburgovaca. Status glavnog grada austrijske pokrajine u Dalmaciji, gdje su živjeli austrijski dužnosnici, vojni časnici i vojnici, dodatno je pridonijelo

složenoj slici ove mješovite zajednice. Međutim, bez obzira na različitosti, povijesno dokazanog neprijateljstva i bez obzira na činjenicu da su se istovremeno u odvojenim nišama razvili kulturni obrasci različitih etničkih skupina, grad je ipak održao svoj identitet. Baš kao i svaka druga priča, i ova naša ima svoj završetak. Austrijska brana nije mogla izdržati nadolazeću vodu – popustila je i nastala je poplava. Etnička niša u kojoj su Hrvati stvarali svoj identitet jednostavno je nestala.

Svoj povijesni put nastavio je samo s talijanskim stanovništvom izoliran od zaleđa i otoka izgrađujući identitet samo na jednoj etničkoj komponenti. S vremenom su nastali takvi uvjeti da sve što je hrvatsko nije moglo postojati.

Završetak II. svjetskog rata donio je novu promjenu stanovništva. Talijani su napustili grad. Prazan, savezničkim bombama uništen grad. Bez duše, napušten, porušen. Nestala je i talijanska komponenta koja je prevladavala u slici identiteta grada. Trebalo je krenuti iznova, graditi i stvarati, ali nije bilo onih koji su mogli prenijeti obrasce ponašanja, nije bilo onih od kojih se moglo učiti. Naporan i težak put prošle su generacije poslijeratnog Zadra da bi se ukorijenile, stvorile navike, običaje, vrijednosti i djelovale prepoznatljivo. Ipak, identitet je izgrađen i možemo reći – mi smo Zadrani.

Danas svjesni činjenice izgradnje identiteta ovoga grada u vrijeme opresije, fašizma i komunizma, kao i Habsburške monarhije koju nisu željeli ni Talijani ni Hrvati, tragamo za stvaranjem identiteta u slobodi. Tražimo li utopiju?

Isto tako, svjesni činjenice da naša nesloboda više nije proizvod političkog djelovanja ili neodgovornih hirova pojedinaca, govorimo li o mitu kada tražimo da razum i osjećaji, sloboda i vrlina, naše želje i javna postupanja budu u lijepom i čudnom suglasju? Hoćemo li uhvatiti onaj povijesni trenutak kada će naša zajednica, bez obzira na različitosti, shvatiti da predstavlja neku organsku cjelinu i kada ćemo se konačno moći okrenuti iza sebe i ustvrditi da gradimo u kontinuitetu? Hoćemo li razumno, s onoliko emocija koliko sol daje okus jelu, među sobom uspostaviti povjerenje s ciljem stvaranja takvih vrijednosti koje će nam omogućiti skladan život u različitosti?

Dezintegracija

Ono što je uvijek bio najteži izazov je pitanje integracije budući da područje zadarske regije pokriva velik teritorij koji se pored samoga grada Zadra sastoji od otoka i ruralnog zaleđa.

Ne tako davno, rat je ostavio dugoročne posljedice na etničku i društvenu (dez)integraciju, što se posebice osjeća u područjima zadarskog zaleđa i udaljenijim područjima. Sada kada su ratovi iza nas i infrastruktura obnovljena, slika Zadra je štogod drugačija – Zadar postaje grad u usponu koji je uspješno nadvladao strahote rata. Ipak, ako bi se zagrebalo ispod površine, stvari su kudikamo drugačije. Ratna razaranja ostavila su duboke ožiljke na lokalno stanovništvo, a takvi ožiljci ne mogu biti zacijeljeni tako lako poput netom obnovljene infrastrukture. S druge strane, u poslijeratnom razdoblju ovaj „novi“ spoj stanovništva koji dolazi iz dva smjera – s otoka i iz zaleđa – vječita je bitka oko „vlasništva“ gradskog duha i urbanog identiteta.

Ne samo da je rat donio nove demografske promjene, nego je baš poput svakog rata prouzročio devastaciju kako materijalne, tako i društvene komponente života grada. Nedugo nakon, počela je ekonomska i socijalna kriza koja je dodatno oslabila već dovoljno iscrpljeni grad. Rezultat takvog stanja bili su deprivacija, zatvorenost i nemogućnosti da se okrene prema budućnosti.

Zahvaljujući svojim jedinstvenim prostornim karakteristikama, izvrsnom položaju te velikom prostoru za širenje grada, Zadar ima izvrsne razvojne predispozicije. Utjecaj zaleđa daje ruralno obilježje gradskoj periferiji koja, zajedno s otocima zadarskog arhipelaga, „transformira“ gradska u seoska područja u potezu od svega nekoliko kilometara. Upravo zbog toga, šire područje Zadra ima ogroman potencijal za razvoj poljoprivrede, ruralnog turizma i ostalih gospodarskih djelatnosti koje su svojstvene upravo takvim predjelima. To obilježje omogućuje jednostavno povezivanje

i komunikaciju između seoskog i gradskog stanovništva, dok u isto vrijeme omogućuje koristi od kombiniranog gradskog i seoskog načina života.

Službenim ulaskom u zajednicu Europske unije, Zadar ulazi u novu fazu razvoja u kojoj se obnova zadarske građanske svijesti povezuje s razvojem europskog građanskog identiteta i sveopćih europskih vrijednosti. Ovaj događaj zaista predstavlja velik izazov ako imamo na umu kako je Zadar grad koji je kroz bližu i dalju povijest trpio posljedice čestih moralnih i društvenih kriza i razaranja koje su tvorile čvrsti temelj za porast ekstremizma, netolerancije i zatvorenosti ljudi. Izazov je time veći ako se uzme u obzir geografski položaj grada – on se nalazi na granici Europske unije i Mediterana uzduž granice s Bosnom i Hercegovinom, koja je pak još uvijek opterećena političkim, nacionalnim, kulturnim i vjerskim podjelama.

Urbana revitalizacija

Kao i svaki drugi grad, i Zadar se prepoznaje po svojoj infrastrukturi (ulicama, trgovima, obalama, parkovima, građevinama i sličnome) te po svojoj društvenoj komponenti. Razina načina života njegovih građana i njihov identitet izravno ovise o svakodnevnim radnjama koje to omogućuju.

Zadrani najviše povezuju svoj identitet sa starom gradskom jezgrom smještenom na poluotoku. Premda ono nije jedino zadarsko obilježje, poluotok ipak zaslužuje posebnu pozornost. Ono je polazišna točka i središte svih zbivanja u gradu. Poluotok stoga ima veliku sentimentalnu vrijednost za sve stanovnike grada. Razlog je to radi kojeg isti služi kao pozornica na kojoj stanovnici i njihovi posjetitelji mogu „osjetiti“ Zadar i zato je sve što se događa na poluotoku pod budnim okom javnosti. Činjenica je kako je populacija na poluotoku smanjena za trećinu u proteklih petnaest godina. Nekoć napućeno stambeno okruženje, danas postaje povijesna pozornica bez svojih stanovnika. Poluotok se u današnje vrijeme suočava s drugim sadržajima s periferije grada i nudi sve što može proći pod obilježja današnjeg potrošačkog društva: šaren, često jeftin sadržaj, brendirani izlozi trgovina i drugi sadržaji koji prvenstveno potiču ljude na potrošnju vlastitog novca.

Svjetsko naspram domaćeg

Zadar se uhvatio u koštac s još jednim izazovom s kojim se suočava i većina europskih gradova, a to je nezaustavljiv proces globalizacije u kojemu je ljudima omogućeno da se zbliže, odnosno da komuniciraju neovisno o mjestu i vremenu. S druge strane, globalizacija predstavlja prijetnju svemu što je domaće, tradicionalno i autohtono jer teži brisanju razlika i stvaranju novih vrsta svjetske, odnosno globalne kulture. Procesom globalizacije dolazi do destabilizacije identiteta koji se prikazuje u obliku krize identiteta, kako na osobnoj tako i na kolektivnoj razini. S obzirom na činjenicu da je identitet osnovna ljudska dimenzija i polazište zajednice ljudi, krizom

identiteta dolazi se do raznih vrsta latentnih i manifestnih sukoba. U mnogim je zemljama arhitektura primjerice preuzela oblik međunarodnih časopisa i monotoni ponavljanja. Baš kao što svi televizijski programu izgledaju potpuno isto, ulice također izgledaju identično zbog trgovina istih brendova. Od spomenutog do krajnjih granica posebice pate gradići i predgrađa. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju povećao se i strah da će ovaj trend globalizacije imati još negativniji utjecaj na urbani prostor Zadra. Opasnost od gubitka vlastitog identiteta i autohtonosti svakako postoji, a u Zadru je izražena tim više jer je Zadar kao grad nadaleko poznata i nerijetko prenapučena turistička destinacija što u konačnici vodi do nepremostivog jaza između onoga kako se želimo predstaviti i onoga što i tko mi ustvari jesmo.

2.2. Mladi

Priznati svjetski ekonomist i nobelovac, Paul Krugman jednom je izjavio: „Strahota je potratiti ljudski um uzalud, a potratiti umove čitave jedne generacije još je gore. Moramo to zaustaviti.“

Premda su problemi mladih danas prepoznati u većini europskih pa i svjetskih razvojnih politika, a mladi ljudi sa svojim problemima najčešće spominjana društvena skupina, u Hrvatskoj su oni izraženiji nego igdje drugdje. To se uglavnom odražava u nemogućnosti mlade populacije da pronađe posao, a samim time, naravno, u nemogućnosti da postanu snažna poluga društvenog razvoja. Stopa nezaposlenosti mladih je i dalje visoka i prekoračuje 30% od ukupnog broja nezaposlenih. Ono što predstavlja možda i najveći problem jest činjenica da unutar te strukture nezaposlenih porast broja nezaposlenih mladih visokoobrazovanih ljudi je najviše prisutan.

Ovakve brojke štete ne samo mladima već i budućnosti cijeloga naroda. Nezaposlenost među nedavno diplomiranim je porasla, kao što je porastao i broj zaposlenja na pola radnog vremena, što je vjerojatno rezultat nemogućnosti diplomiranih mladih ljudi da pronađu posao s punim radnim vremenom. Istraživanja nam pokazuju kako oni zbog toga plaćaju skupu cijenu – tkogod od diplomiranih loše zapliva u poslovnim vodama, teško iz njih ispliva. Moglo bi se reći da mladi grabe ka ekonomiji koja izgleda da ih ne želi, a to je tek zastrašujuća pomisao.

Tri stvari muče mlade ljude u Zadru u današnje vrijeme: niži životni standard, nedostatak životne perspektive i nezaposlenost. Oni danas odrastaju u društvu koje nudi više rizika i neizvjesnosti nego prilika za bolju budućnost. Istraživanja pokazuju da su glavni problemi iz perspektive mladih upravo problemi koji se odnose na obrazovanje, zabrinutost za budućnost i nedostatak društvenog sadržaja. Izbor aktivnosti za mlade Zadrane, a koji nisu usko vezani uz formalno obrazovanje, je sužen i sveden uglav-

nom na sport i izlaske. To je uglavnom zato što je današnji način života mladih vrlo monoton i sveden na provođenje vremena u kafićima i lokalnim gradskim četvrtima. Ovakvo stanje posebice teško pada mladima na otocima i udaljenijim područjima koji su društveno izolirani. Možda je i najveći minus današnjeg društva nedovoljna rasprava o tim pitanjima. Drugim riječima, jednostavno ne postoji dovoljno inicijativa, programa niti sadržaja koji bi minimalizirali navedene probleme.

Istraživanja o Mladima i kulturi u 2014. godini

Nedovoljno diferenciran i nedovoljno individualiziran životni stil mladih Zadrana pod utjecajem je tradicionalnih očekivanja i nedostatka prilika za usvajanjem inovativnih i refleksivnih kulturnih identiteta. Povrh toga, vrijednosne orijentacije mladih pokazuju nedostatak sveopćeg povjerenja, povjerenja u društvene institucije i povjerenja u nevladine organizacije što rezultira slabim sudjelovanjem mladih u kulturnom i javnom životu. U posljednjih dvadeset i više godina kulturna politika u Zadru nije dala rješenje za ovakvo stanje u gradu. Primjerice, takva se politika ogleda u nedostatku komunikacije prema mladima i nezavisnom kulturnom sektoru, nedovoljnim financiranjima mladih i nedostatku adekvatnih radnih mjesta.

Neki od navedenih pitanja odražavaju se u rezultatima socioloških istraživanja. Prije svega, srednjoškolski ne sudjeluju u lokalnom kulturnom životu u dovoljnoj mjeri. Tako im, na primjer, odlazak u kazalište, muzeje i galerije, čitalačke navike i zanimanje za stranu glazbu nije od važnosti ili interesa¹. Naime, ne samo da ne sudjeluju u međunarodnoj kulturnoj sceni, što se između ostaloga ogleda u njihovom glazbenom ukusu, oni također pokazuju nedostatak zanimanja za visokom kulturom bez obzira na to iz kojeg kraja države potječu. Nadalje, oni koji su nezadovoljni s izborom kulturnog sadržaja u gradu su isti oni koji razmišljaju o napuštanju Zadra zauvijek. Ono što je važno naglasiti je da ti ljudi u pravilu pokazuju više tolerancije, otvorenosti i zanimanja za sudjelovanjem kako u domaćim tako i u stranim kulturnim zbivanjima. Nužno je izgraditi kapacitete za jedan modernizirani, raznoliki i individualizirani društveno-kulturni kontekst koji bi zadovoljio potrebe onih koji teže ka ostvarenju kulturnog kapitala i aktivnim sudjelovanjem u javnom i kulturnom životu.

1. Sveučilište u Zadru – Odjel za sociologiju: „Kulturna uključenost, kulturne potrebe i kulturna potrošnja – obrasci ponašanja među mladim lokalnim stanovništvom“, 2014.

2.3. Slaba ekonomija stvara depresivno okruženje²

Iako je većina europskih zemalja službeno izašla iz recesije još prije nekoliko godina, situacija u ovom dijelu Europe teško pronalazi svoj put ka izlazu iz recesije. Ekonomski problemi dugotrajni su i strukturni. Zadar nije iznimka u pogledu ovakvog ekonomskog stanja cijele države. Razlika je u tome što Zadar, za razliku od kontinentalnog dijela Hrvatske, ekonomsku egzistenciju pronalazi u turizmu i djelatnostima vezanim uz turizam.

Zadar je preživio mnoge demografske promjene kroz povijest. Najnovija promjena odnosi se na de-industrijalizaciju, odnosno tranziciju gospodarstva s planskog, socijalističkog sustava na tržišno-kapitalistički sustav koji nastupa krajem 20. stoljeća. Iako se Zadar danas smatra važnim turističkim središtem Srednjeg Jadrana, sve do 1990-ih on se smatrao izuzetno razvijenim industrijskim centrom i jednim od gradova s najvišom stopom rasta industrijske proizvodnje u bivšoj Jugoslaviji. Moglo bi se reći kako Zadar ima dugu povijest u pogledu industrijalizacije. Sam industrijski uzlet pojavio se 1960-ih godina prošlog stoljeća kada su se pojavile i vodeće tvornice koje su opstale do dana današnjeg. Tih godina zadarsko gospodarstvo postaje jedno od najmoćnijih gospodarstava u državi.

Takav gospodarski razvitak imao je izravan utjecaj na društveni život u Zadru. Značajan broj građana radio je u industrijskom sektoru i pripadajućim tvrtkama, dok je turizam bio isključivo dodatni izvor prihoda lokalnom stanovništvu. To je pogodovalo općenito većim приходima pojedinaca, stabilnoj ekonomskoj bazi, ali je i snažno utjecalo na životni stil Zadrana i tada oformljene srednje klase. Za gospodarski rast bio je zaslužan sloj visoko kvalificiranih industrijskih radnika koji su znali kako proizvesti široku paletu proizvoda i poluproizvoda s visokom dodanom vrijednošću. Međutim, većina ove industrije nije preživjela tranziciju i prijelaz na tržišni model gospodarstva, što je predstavljalo i svojevrstan šok za sve one specijalizirane radnike koji su se morali prekvalificirati za druga zanimanja. Drugim riječima, zasigurno najveći gubitak tog razdoblja bili su ljudi koji, nakon Domovinskog rata, nisu nastavili koristiti svoje znanje u proizvodnom sektoru, već su bili prisiljeni prekvalificirati se, povući ili umiroviti. Kao rezultat navedenoga, generacije specijaliziranih radnika su nestale, a s njima i znanja potrebna za razvoj industrije.

U manje od dvadeset godina, gospodarska struktura Zadra značajno je promijenjena i to ne samo u pogledu ekonomije, već u pravom smislu riječi promjene što uključuje i način razmišljanja. U svega dva desetljeća, Zadarsko podneblje mijenja strukturu svojih radnih

snaga od zaposlenika koji rade u tekstilnoj, kemijskoj, metalnoj industriji, industriji hrane i sličnima ka onima koji rade u uslužnim djelatnostima i turizmu ili pak onima koji rade u malim poduzećima osnovanim nakon rata. Turizam za mnoge predstavlja siguran izvor prihoda, prvenstveno od iznajmljivanja, što postaje dostatno za osnovne životne troškove. S druge strane, ekspanzivni razvitak turizma jedan je od razloga zašto se ekonomski potencijal usmjerio prvenstveno na turizam bez prave prilike da se razviju ostali industrijski potencijali.

Danas, kao svjedoci nekih minulih vremena, brojni napušteni industrijski objekti „krase“ grad, baš kao i stambene zgrade i hoteli koji su zamijenili ta nekoć moćna industrijska postrojenja. Promjene koje su se izdogađale na ovom području jasno prikazuju prijelaz iz industrijskog u uslužni model gospodarskog razvitka na jedan slojevit način s nebrojeno mnogo primjera još uvijek neobnovljenih i napuštenih industrijskih objekata koji se i dalje nalaze na atraktivnim lokacijama u gradu, a koje odišu dahom prošlosti. Pravog plana za nastavak korištenja navedenih objekata nema, a premda su oni uglavnom u privatnom vlasništvu, prenamjena istih u sadržaj koji bi bio od koristi društvu treba biti uzeta u obzir.

Poslijeratna ekonomija, dugotrajna recesija i naznake oporavka

Zadar započinje svoj ubrzani razvoj i polako sustiže razvijenije hrvatske gradove u godinama nakon rata. Štoviše, u posljednjem se desetljeću nameće kao vodeći grad u regiji s obzirom na stopu rasta zaposlenosti, broj stanovnika, BDP i druge društveno-gospodarske pokazatelje. U godinama gospodarskog razvitka, izgrađena je osebujna javna infrastruktura, posebice u prometu, brojne poslovne i stambene zgrade kao i nekolicina trgovačkih centara, hotela i ostala turistička infrastruktura, što polako mijenja i oblikuje gospodarsku i društvenu sliku grada.

Gradu Zadru nije trebalo dugo da se oporavi od ratnih razaranja i stvori sliku prosperitetnog grada u kojemu je lagodno živjeti. Razdoblje njegovog gospodarskog razvitka okarakterizirano je stopama rasta višim od prosjeka, premda se ne smije smetnuti s uma kako kompletno gospodarstvo Hrvatske u tom periodu nije lišeno strukturnih ekonomskih problema poput visoke stope nezaposlenosti, pada proizvodnje, prevelike orijentiranosti na uvoz te nedovoljnog udjela kreativnosti i znanja u poduzetništvu. Nažalost, taj brzi gospodarski oporavak ubrzo je ponovo stopiran uslijed posljedica svjetske krize koja se dogodila 2008. godine, a čije posljedice osjetimo i danas.

Na žalost teško je ne zamijetiti kako se krize na ovim područjima neprestano ponavljaju ne ostavljajući dovoljno snage gradu za novi gospodarski uzlet. No, to nije ništa novo u njegovoj povijesti. Poznato je da se Zadar kroz povijest nekoliko puta nakon silnih mate-

rijalnih i društvenih razaranja poput „feniksa“ izdiže iz pepela. Svaki rat koji je prohujao Zadrom u potpunosti je promijenio društvenu strukturu Zadra koja je nekoć činila urbano tkivo grada.

Neosporno je da je svjetska kriza iz 2008. godine značajno utjecala na cjelokupno europsko gospodarstvo, međutim, slabo i nekonkurentno hrvatsko gospodarstvo koje se tek počelo oporavljati nakon rata u potpunosti je obustavljeno i još uvijek se bori da stane na noge. Rezultat ovakvog stanja nerijetko je iseljavanje stanovništva u potrazi za boljim uvjetima i egzistencijom. Jedan od razloga koji doprinosi iseljavanju je između ostaloga i otvaranje granica prema Europskoj uniji nakon ulaska u zajednicu 2013. godine.

Malo i srednje poduzetništvo, koje čini više od 90% ukupnog gospodarstva, najviše je pogođeno gospodarskom krizom. Današnjem poduzetništvu nedostaje kreativnosti, motivacije i znanja, kao i promjena u pristupu poslovanja od starijeg tipa poduzetništva koje je uglavnom temeljeno na ulaganjima u nekretnine, na prihodima od iznajmljivanja i na ostalim uslugama kao kreativnosti i poduzetništvu temeljenom na znanju.

Stalni prekidi razvojnih godina hrvatskog gospodarstva i nemogućnost da se postigne neprekinuti rast i razvoj od 20 do 30 godina, što je minimalni ciklus za izgradnju čvrste gospodarske baze, duboko su ukorijenjeni u samim ljudima koji su prečesto demotivirani, pesimistični i koji nemaju povjerenje u sustav i ulogu vlade u stvaranju pravednijeg i boljeg društvenog okruženja. Ono što nedostaje su proaktivnost, inicijative, osviještenost stanovništva za društvena pitanja i demokraciju, ali i promjena općenitog stava „da se ništa ne može i neće promijeniti“. Zadar je spreman prigrliti nove ideje, nadu, kreativnost, toleranciju, otvorenost, zajedništvo i novu energiju, a sve kako bi se mogle savladati nedaće s kojima se danas susrećemo.

Turistički „balon“

Zadar danas posjeduje sve odlike sezonske destinacije što povećava rizik od „venecijanskog sindroma“ i gubitka vlastitih mnijenja. Broj posjetitelja raste iz godine u godinu (povećanje broja gostiju u prosjeku iznosi 6% godišnje), sezona traje najviše nekoliko mjeseci, ponuda se temelji uglavnom na suncu i moru, a samo 3% posjetitelja zanima kulturna ponuda grada. Zadar je stoga postao tranzitno odredište, što znači da turisti obično samo prolaze kroz grad na svom putu ka nekom drugom odredištu.

Sezona je obilježena velikim brojem ljudi i događanja koji nisu dovoljno profilirani. Lokalno stanovništvo posebice je osjetljivo kada je riječ o padu kvalitete turističke ponude i kvaliteti gostiju koji dolaze posjetiti Zadar, što se očituje u niskoj prosječnoj potrošnji po gostu. Rijetke su trgovine ili izlozi koji nude autohtone lokalne proizvode, a nalik tomu su i događanja, koja se svode na raznolikost i „šarenilo“ ponude uz koje renomirano ime svjetske glazbene scene u srcu sezone. Pojedine visokokvalitetne inicijative uglavnom

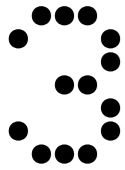
nisu dovoljno iskorištene – nisu međusobno povezane i ne uspijevaju se nametnuti široj lepezi organiziranih događanja. Opći je dojam kako često kulturna ponuda grada isključivo zadovoljava potrebe turizma, a to nije nešto što većina stanovništva želi sebi i svojim posjetiteljima. Potrebno je razviti ponudu koja će se orijentirati na žitelje grada Zadra te omogućiti kulturu koja obogaćuje, razvija i jača duh grada i građanskog identiteta. Iznimno je teško postići navedene želje kako zbog pritiska na dobit, tako i zbog činjenice da jedini pravi izvor financiranja kulturnih aktivnosti pronalazimo upravo u turizmu.

Zanimljiv termin koji dijelom opisuje turističku ponudu uvriježio se u stanovništvu pod izrazom „pizza cut turizam“ koji djelomično opisuje strukturu ponude i potražnje. U središtu grada sve više se nalazi ugostiteljskih objekata koji nude *pizza cut* i ostalu brzu hranu. Njihov je cilj privući što više posjetitelja kako bi konzumirali hranu za vrijeme razgledavanja grada. S druge strane, ono predstavlja najjednostavniji i najjeftiniji oblik konzumacije hrane za turiste.

Masovni turizam ostavlja posljedice i na okoliš. Infrastruktura teško može podnijeti takvu vrstu pritiska u sezoni kada je broj posjetitelja grada Zadra deseterostruko veći od njegove populacije. Drugi problem koji se javlja jest degradacija obalnog područja kao rezultat pretjerane apartmanizacije i izgradnje objekata što bliže obali. Isticanje problema zvuči iznimno, budući da je turizam gospodarska grana koja u Zadru neprestano bilježi rast i pozitivne rezultate. Zato je važno naglasiti da postojeća turistička struktura čini izvrsnu bazu za napredak i priliku za usmjeravanje i profiliranje turizma ka održivom turizmu utemeljenom na autohtonom doživljaju Zadra. Potrebno je okrenuti Zadar prema onoj vrsti turizma koja koristi lokalne izvore, ljude, običaje, dok u isto vrijeme štiti i obogaćuje one stvari koje Zadar čine posebnim.

Međutim, zbog nedostatka reakcija na spomenutu činjenicu u prošlosti, sve su strukture usmjerene ka nastojanju da se turizam reformira. Zajednički cilj bio bi da se uspije u tome da turizam postane promotor zadarskog identiteta u svijetu, da se lokalno stanovništvo navikne na svoju ulogu domaćina, kao i to da turisti osjete kakav je Zadar „ispod površine“. Kako bi se to ostvarilo, nužno je da se Zadar okrene svojim potrebama. To znači da kultura prvenstveno mora biti prilagođena potrebama svojih građana, a ne isključivo potrošačkoj logici. Dok se ta promjena ne dogodi, turisti će se nastaviti ponašati kao potrošači koji su došli „iznajmiti“ našu obalu, sunce i more na nekoliko dana bez prave želje da upoznaju grad onakvim kakav on ustvari jest. Naravno da to vodi ka trajnoj frustraciji i nezadovoljstvu lokalnog stanovništva koji vide turiste kao „nepotrebno zlo“ jer oni u jednu ruku troše i svojataju naš okoliš, sunce i more, dok u drugu ruku predstavljaju dobit koji je još uvijek jedini siguran izvor zarade.





Geografski obuhvat

Gradovi: Nin, Pag, Obrovac, Benkovac i Biograd na moru
Otoci: Ist, Iž, Molat, Olib, Premuda, Rava, Silba, Ugljan, Pašman i
Dugi otok

Program „Kreativni Zadar 2020“ pokriva kako grad Zadar tako i njegovo šire područje, odnosno okolice. Zemljopisno, ono se odnosi na zadarsko zaleđe i njegove otoke. Navedeno se područje odlikuje raznolikim kulturnim znamenitostima, navikama ljudi, njihovim jezikom i životnim stilovima. Svrha programa je da okupi sve navedene različitosti pod jednom zajedničkom vizijom razvoja kulture na ovim područjima koja će graditi mostove i povezivati ljude.

Zbog svog specifičnog zemljopisnog položaja, demografije, tradicije i životnog stila lokalnog stanovništva, sasvim je prirodno za Grad Zadar da uključi okolice u ovaj program.

Ljudi znaju reći kako je Zadar onoliko snažan koliko su snažni njegovi otoci i zaleđe, a to je prepoznato u Strategiji razvoja grada Zadra, gdje je posebno istaknuta važnost zadarske okolice unutar četvrtog strateškog cilja pod nazivom „Održivi razvoj ruralnog područja i otoka“.

Osim toga, brojke pokazuju kako više od 70% svih zaposlenih u Zadarskoj županiji rade na području grada Zadra. U skladu s tim, vidljivo je da je funkcionalni urbani dio Zadra mnogo veći od gradskih administrativnih granica. Zato je važno uključiti i zadarsku okolice sa svih točaka gledišta – demografskih, društveno-ekonomskih, infrastrukturnih i kulturnih – u program „Kreativni Zadar 2020“.

Zadarsko zaleđe, zajedno s otocima zadarskog arhipelaga, u svega nekoliko kilometara transformiraju urbano u ruralno područje, dok u isto vrijeme takva specifičnost omogućuje jednostavnu povezanost i komunikaciju između „urbanog“ i „ruralnog“ stanovništva i dozvoljava kombinirani način života za stanovnike grada Zadra i Zadarske županije.

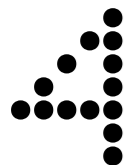
Zbog svih svojih različitosti, ova područja dijele i mnogobrojne izazove oko okupljanja javnosti i njihovog pohađanja događanja, razvoja resursa i naposljetku svoje prepoznatljivosti. Većina kulturnih događanja zbivaju se oko samog središta grada, posebice u starom dijelu, dok nemali broj ostalih gradskih predgrađa skoro pa nemaju organiziranih događanja, osim ponekog lokalnog sajma ili zabave.

Grad Zadar je integrativni čimbenik cjelokupnog kraja, bilo da predstavlja transport, radna mjesta, trgovinu, bilo da je kulturni centar za otočne zajednice i one u zaleđu. To je sasvim normalno budući da sve te teritorijalne razlike određuju Zadar u samoj svojoj biti.

„Grad je pun različitosti s kojima se toliko često suočava da se nije imalo vremena stati i opaziti ljepotu i izazove kojima je svakodnevno svjedok.“

Postoje razlike u razini kulturne uključenosti stanovništva ove županije. Čimbenici kao što su dob, spol, društveni status i stupanj obrazovanja igraju svoju ulogu unutar grada, a ništa manje niti u okolnim područjima. Pitanja prihoda i transporta pitanja su koja se trebaju uzeti u obzir kako bi se kulturne aktivnosti učinile što pristupačnijima, posebice kroz teme uključenosti i integracije.





Kulturni profil grada Zadra

Zadarska kulturna scena pretežito je u rukama javnih institucija. Suvremeni umjetnički oblici nedovoljno su prisutni u kulturnom programu i, pored ljetnih događanja, sveukupni kulturni sadržaj je uglavnom jednoličan. Kao posljedica navedenoga javlja se nerazvijenost publike, dok postojeći modeli ne mijenjaju već utvrđene strukture.

Kada govorimo o institucionalnoj razini, Grad Zadar osnivač je raznih ustanova koje se bave kulturnim tematikama. Gradska knjižnica Zadar, Znanstvena knjižnica Zadar, Hrvatsko narodno kazalište Zadar, Koncertni ured Zadar samo su neki od tih ustanova. Potpora koju Grad Zadar daje među-institucionalnoj suradnji s ustanovama koje nisu osnovane od strane Grada je u porastu. Pored toga, Grad potpomaže mnogim kulturnim organizacijama, udrugama i manifestacijama iz područja međunarodne kulturne razmjene, kao i udrugama i umjetnicima iz drugih kulturnih sektora. Financijski izdaci koje Grad osigurava pomažu da se razvije i otočna kulturna scena.

Zadar također karakterizira ona nacionalna i međunarodna publika koja prati umjetničke forme uglavnom vezane uz glazbu, ples i dramu. Među tim događanjima ističu se međunarodno prepoznate Glazbene večeri u Sv. Donatu i festival suvremenog kazališta „Zadar snova“.

Poseban doprinos i značaj iz područja glazbe, plesa i drame u Zadru daju Zadarski plesni ansambl, Zadarski komorni orkestar, Gradska glazba Zadar, Hrvatsko pjevačko glazbeno društvo Zoranić te brojne udruge koje aktivno djeluju na području Zadra i okolice. Kulturni život grada obogaćen je sveučilišnim aktivnostima, knjižnicama (gradskom i znanstvenom), ali i brojnim kulturnim udrugama koje često organiziraju zanimljiva predavanja, radionice i izložbe. Gradska knjižnica Zadar ne samo da je središnja posudbena knjižnica, već je i središte okupljanja lokalnog stanovništva s obzirom na velik broj događanja koje ona pomaže organizirati ili sama organizira.

Bogata i raznovrsna povijest Zadra i Dalmacije sačuvana je u fondu jedne od najvećih hrvatskih knjižnica – Znanstvene knjižnice Zadar. Knjižnica svojim članovima čuva i čini dostupnim bogatu kulturnu baštinu koja seže do srednjovjekovnih rukopisa, od inkunabula i originalnih grafika, preko djela zadarskih i hrvatskih humanista, sve do drugih rijetkih i vrijednih građa. Međutim, pravilo Knjižnice je da se originali ne daju na čestu uporabu radi njihovog što kvalitetnijeg očuvanja. S tim je ciljem započeo projekt DIKAZ – digitalna knjižnica koja će omogućiti Knjižnici da ispuni svoju obvezu da zaštiti materijale, dok u isto vrijeme omogućuje lakši pristup korištenju istih. Zbog bogatstva i veličine fonda Znanstvene knjižnice, a nakon izgradnje nove zgrade knjižnice u sklopu Sveučilišnog kampusa, Znanstvena knjižnica Zadar trebala bi prerasti u znanstveno-obrazovno-informativni centar akademske zajednice.

Stogodišnja zadarska tradicija očuvanja dokumenta zadržala se do današnjeg dana. Državni arhiv u Zadru dom je oko šest stotina arhivskih fondova i zbirki s ukupno sedam tisuća linearnih metara arhiva i arhivskog knjižničnog fonda koji se sastoji od više od pedeset tisuća knjiga, rukopisa, časopisa i novina. Arhiv daje na korištenje bogate arhivske građe državnim tijelima, tijelima jedinica lokalne samouprave, kao i privatnim osobama. Među korisnike spomenute građe ubrajaju se znanstvenici i istraživači iz drugih zemalja, što pokazuje vrijednost arhiva.

Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske u 2016. godini u Zadarskoj županiji postojalo je pet radio stanica koje su emitirale ukupno 38 333 sati programa, od čega 38 175 sati vlastite proizvodnje, 128 sati koprodukcije s drugim radio postajama te 30 sati proizvodnje drugih radio postaja. Prema istom Zavodu, Zadarska županije ima 57 116 radio pretplatnika te 52 410 televizijskih pretplatnika.

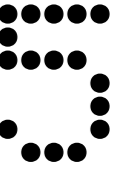
U Zadarskoj županiji su 2016. godine poslovala dva kina s kapacitetom od 1 834 sjedala. Broj posjetitelja se u odnosu na 2014. i 2015. godinu smanjio na 166 885 posjetitelja. Danas u Zadru postoji jedno kino koje prikazuje domaće i svjetske produkcije.

Kulturni sadržaj koji je inovativan i kreativan može potaknuti društveni doprinos i najčešće je rezultat rada nezavisnih umjetnika i organizacija. Većina njih se prijavljuje na javne natječaje za novčana sredstva koja su im omogućena za razne projekte i događanja manjih razmjera kojima prisustvuje redovna publika.

Problem koji se javlja jest taj da se kulturna događanja organiziraju u odnosu na sezone, uglavnom po ljeti, što je rezultat toga da se turistička ponuda povezuje isključivo s ljetnim periodom. Osim toga, prepoznaje se niska razina uključenosti građana u kulturni život, kao i nedostatak zanimanja djece i mladih za sudjelovanjem i pokretanjem inicijativa u kulturnom sektoru.

Ne postoje snažno razvijene veze ili partnerski odnosi koji bi povezivali kulturni i gospodarski sektor kako bi značajnije pomogli u razvoju oba sektora i u uspostavljanju dugoročnih partnerstva da se osigura stalnost i ostvarenje zajedničke razvojne vizije.

Kulturna infrastruktura dostatna je u većim dijelovima grada i županije za trenutne potrebe i korištenja, ali još uvijek postoje područja u kojima je očito da nedostaje adekvatne infrastrukture poput dvorana za izvedbenu umjetnost i mlade, umjetničkih galerija i drugoga. Često se koriste i otvoreni javni prostori za razna kulturna događanja koja privlače širu javnost.



SWOT analiza

Snage

- Razvijena mreža obrazovnih institucija (Sveučilište, osnovne i srednje škole)
- Brojna studentska populacija
- Povijesna baština
- Uspon kazališne scene
- Lutkarska tradicija
- Tradicija zadarske fotografije
- Djelovanje Zadarskog komornog orkestra
- Gradske kavane
- Proizvodnja likera
- Prostorne originalnosti i specifičnosti
- Perivoji
- Gradske zidine
- Tradicija Glazbenih večeri u sv. Donatu
- Tradicija građanskog identiteta
- Zadar kao povijesno središte
- Košarka kao pokretač
- Bogatstvo dijalekata (npr. arbanaški govor)
- Različiti kulturni utjecaji
- Pozitivan imidž prosperitetnog grada
- Ugodnost grada za život
- Razvijena solidarnost građana
- Snažna identifikacija građana s gradom
- Utjecajni Zadrani izvan Zadra
- Organizirane nacionalne manjine
- GKZD kao primjer društvenog čvorišta
- Postojanje pretpostavki za razvoj institucionalne i nezavisne kulturne scene
- Uspješne neovisne kulturne manifestacije (Zadar snova, KaLibar bestival...)

Slabosti

- Netolerancija
- Zatvorenost
- Imidž zatvorenosti
- Nedostatak integracije stanovništva
- Nedostatak građanskih inicijativa
- Nerazvijen privatni kulturni sektor
- Nedovoljno razvijeni kapaciteti civilnog sektora
- Jednolična institucionalna i razjedinjena nezavisna kulturna scena
- Dominantne manifestacije komercijalnog sadržaja
- Nepostojanje strateške orijentacije turizma i kulture
- Fokus na Poluotoku – ostale gradske četvrti?
- Traženje građanskog identiteta
- Demotiviranost mladih ljudi
- Zapušteni bivši industrijski prostori i prostori vojarni

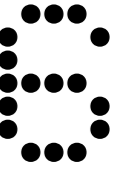
Prilike

- Obnova bogate kulturne tradicije
- Bogatstvo dijalekata – bogatstvo razumijevanja
- Razvoj Sveučilišta u europskom kontekstu
- Geografska pozicija, klima i životni stil privlače doseljenike iz cijele EU
- Infrastruktura – vojna i industrijska postrojenja u centru grada
- Korištenje obnovljenih i zapuštenih javnih prostora (obnovljen prostor Kneževe palače i potencijal Providurove palače)
- Grad kao igralište
- Ravnomjeran društveni razvoj svih dijelova grada
- Grad kao integrativni faktor (zaleđe-otoci, Europa-Balkan, kršćanstvo-islam, Mediteran-Središnja Europa i dr.)
- Strateški razvoj kulturne ponude grada u funkciji razvoja turizma
- Prepoznavanje grada kao najbolje europske destinacije 2016. kao ishodište za obnovu građanskog identiteta, otvaranja grada i razvoja ozračja multikulturalnosti
- Prihvatanje europskih vrijednosti
- „Odgajanje“ publike za različite umjetničke forme
- Razvoj Centra kreativnih industrija (Filmski ured)
- Jačanje veza između gospodarskog i kulturnog sektora
- Promicanje volontiranja u civilnom i javnom sektoru
- Ujedinjenje političkih i međustranačkih aktera u izradi ovog programa

Prijetnje

- Masovni turizam (Venecijanski sindrom)
- Jačanje netolerancije i zatvorenosti





Osnovni koncept programa

Okosnicu programa čine ljudi. Program služi kao most pomoću kojeg se želi napraviti pomak od starog, analognog modela kulturnog promišljanja kojeg karakterizira „kultura spomenika, kamena i statičnosti“ ka „kulturi ljudi, iskustava i dinamike“. Program je osmišljen na način da dozvoljava i omogućuje ljudima da vide kulturu na jedan pametan način. Stupovi programa dovoljno su originalni i učinkoviti da u isto vrijeme osiguraju potpunu afirmaciju kulturne scene grada Zadra, ali i obuhvate europske vrijednosti. Izazov koji se nameće jest taj da se program uskladi s mogućnostima, a opet da je dovoljno snažan da može napraviti promjene. U osnovi, programom se želi promijeniti način na koji se razmišlja o nama i kulturi, način na koji se opažaju različitosti i način na koji se odnosi prema nama samima i prema drugima.

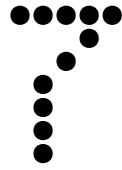
Program omogućava da se istaknu prednosti, da se koristi kulturni potencijal za rast i za nove poslove, da se usmjeri na one koji su društveno marginalizirani i da se otvori prema europskim kulturnim tokovima kako bismo se istinski integrirali u europsku zajednicu.

Grad želi promisliti, potaknuti i nadograditi kulturnu scenu u odnosu na europsku i svjetsku scenu i izložiti svoj novi-stari imidž otvorenog grada sa svim svojim osjetilima. Postoji pet glavnih stupova kako bi se to ostvarilo:

Stupovi:

- Urbana obnova
- Kreativno poduzetništvo
- Uključivost i poštivanje
- Zadar za mlade
- Dijeljenje

Ovih pet stupova, kao pet središnjih točaka programa, razvijeno je imajući u vidu aktivnosti, projekte i događanja koji bi trebali biti korišteni u cilju postizanja pet navedenih komponenata da bi se između ostaloga postigla sinergija i željeni učinak.



Usklađenost programa s trenutnim strategijama i dokumentima

Grad Zadar još nije razvio svoju službenu strategiju kulturnog razvoja. Jedan od razloga zašto ona još uvijek ne postoji jest taj što se 2014. godine usvojila Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. koja pretihodi Strategiji kulturnog razvoja grada. Unutar Cilja 3, Prioriteta 3.1. i Mjere 3.1.3. jasno se predviđa da Strategija kulturnog razvoja grada mora biti izrađena u razdoblju od 2013. do 2020. Premda Grad Zadar još uvijek nije razvio službenu Strategiju kulturnog razvoja, to ne znači da kulturni razvoj ne postoji. Ono je dio nekoliko strateških dokumenata i planova:

- Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020.t
- Strategija razvoja nezavisnog kulturnog sektora 2013.-2020.
- Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023.
- Godišnji kulturni program Grada Zadra

U skladu s navedenim dokumentima, Strategija kulturnog razvoja grada Zadra do 2020. godine može se sažeti u nekoliko glavnih razvojnih područja:

1. Poboljšanje kvalitete infrastrukture u kulturi, kulturnim programima i poboljšanje suradnje između kulturnih institucija (Izvor: Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020., Mjera 3.1.3.)

Kroz ovu stratešku odredbu, Grad želi poboljšati sustav upravljanja kulturom i povećati dostupnost kulture i kvalitete kulturnog života u gradu. Osim toga, važan segment čini i upravljanje i promicanje kulturnih infrastrukture poput galerija, dvorana, povijesnih zgrada i sličnoga. S tim u vezi, grad je ostvario značajan napredak u posljednje tri godine kada je započeo i uspješno okončan projekt rekonstrukcije i opremanja kulturnog centra Kneževa palača, obnavljanje palače Cedulin i pretvaranja iste u turistički informativni centar, kao i obnova zidova tvrđave i multimedijalnog prostora za promidžbu kulture grada unutar gradskih zidina, Mali arsenal. Osim navedenoga, radi se i na drugim područjima predviđenim ovom mjerom kao što su:

- Jačanje ljudskih kapaciteta u kulturi: obrazovanje i motiviranje građana, posebice mladih da sudjeluju u kulturnom životu grada;

- Poboljšanje suradnje s obrazovnim institucijama s ciljem mogućnosti kontinuiranog rada; aktivnije uključivanje djece i mladih u kulturni život grada;
- Digitaliziranje knjižnične i arhivske građe i primjena infomacijsko-komunikacijskih tehnologija za poboljšanje usluga i kulturne promidžbe grada Zadra;
- Omogućavanje dostupnosti kulturnim događanjima osobama s invaliditetom.

Relevantni izlazni pokazatelji:
Usvojena dugoročna strategija razvoja kulturnog sektora; niz novih kulturnih programa; Povećana posjećenost kulturnih događanja tijekom cijele godine

2. Očuvanje i jačanje prepoznatljivosti kulturnog i povijesnog nasljeđa (Izvor: Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020., Mjera 3.1.4.)

Kroz ovu stratešku mjeru želi se očuvati kulturna baština i ista protumačiti na jedan moderan način kako bi se kulturni život grada učinio dostupnijim građanima. Cilj ove mjere je zaštititi, očuvati i koristiti zadarsku kulturno-povijesnu baštinu na održiv način, ulagati u jačanje prepoznatljivosti materijalne i nematerijalne kulturne baštine grada Zadra te poboljšati sustav promidžbe na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Kako bi se cilj ove mjere ostvario do 2020. godine, predviđene su sljedeće aktivnosti:

- Održavanje i obnova kulturno-povijesne baštine grada Zadra;
- Poboljšano eksponiranje bogate kulturne baštine grada koristeći se najnovijim tehnologijama;
- Omogućavanje razgledavanja kulturno-povijesne baštine osobama s invaliditetom;
- Razvijanje novih i inovativnih programa koji promiču kulturu.

Relevantni izlazni pokazatelji:
Niz obnovljenih (pokretnih i statičnih) spomenika kulturno-povijesne baštine; broj posjetitelja kulturno-povijesne baštine

3. Razvoj kreativne industrije

(Izvor: Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020., Mjera 2.1.3. i Mjera 2.2.5.)

Za vrijeme stvaranja Strategije, kreativna industrija prepoznata je kao važan pravac u poticanju razvoja zadarskog gospodarstva i poduzetništva. Razvojem kreativne industrije želi se napraviti pomak od ekonomije kupovanja i usluga vezanih uz gospodarstvo, koje u ovom trenutku prevladavaju, ka znanju, novim tehnologijama i proizvodima s visokom dodanom vrijednošću. Strategija si je uzela za cilj stvoriti drugačiji pogled na ulogu i definiciju kulturno-kreativnih industrija unutar gospodarskog razvitka samoga grada. Određeni potezi u vezi navedenoga već su se poduzeli. Zadarska županija je, primjerice, osnovala filmski ured, a započelo je i pripremanje projektne dokumentacije za osnivanje i otvaranje Centra kreativnih industrija u Zadru. Grad Zadar je sa svojim partnerskim institucijama, pak, proveo projekt Coworking – Innovation through collaboration, čiji je glavni cilj bio uspostaviti prostor za kreativne poduzetnike, a nakon toga planira provesti i nekoliko projekata s ciljem razvijanja znanja i vještina unutar navedenih industrija. Nadalje, cilj je i povećati konkurentnost lokalnog gospodarstva pomoću kreativnih industrija, privući kreativne ljude raznih profila da u Zadar dođu raditi, živjeti i ulagati, kao i taj da se žele stvoriti nova radna mjesta, posebno za mlade ljude.

Relevantni izlazni pokazatelji:
Povećan broj zaposlenih u kreativnim industrijama;
Povećan broj poslovnih subjekata u okviru kreativnih industrija

4. Razvoj kulturnog turizma (Izvor: Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020., Mjera 2.3.4.; Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023., Mjera 1.2.4., Mjera 2.1.1.)

Strateški cilj Grada Zadra glede razvoja turizma je povećati kvalitetu turističke ponude i smanjiti oslanjanje na sezonski turizam. Zadar ne želi biti isključivo odredište sunca, mora i plaža, već želi usmjeriti svoj turistički potencijal ka turističkoj ponudi dodane vrijednosti. Ono će se postići kroz razvoj održivog kulturnog turizma, točnije kroz bolje prožimanje kulture i turizma, prezentiranje grada kao odredišta kulturnog turizma, promicanje prepoznatljivih kulturnih događanja u gradu i jačanja kulturnih i turističkih kapaciteta.

Relevantni izlazni pokazatelji:
Rast broja posjetitelja koji se zanimaju za kulturni turizam; povećanje prosječne potrošnje po posjetitelju; niz novih kulturno-turističkih proizvoda

5. Razvoj nezavisne kulturne scene (Izvor: Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020.)

Strategija nezavisne kulturne scene nastala je kao inicijativa ljudi sa sveučilišta i iz nezavisnog kulturnog sektora kao odraz izazova unutar nezavisne kulturne scene grada, gradske politike prema tome i sa skupom ciljeva da se ojača nezavisna kulturna scena. Kao glavne primjedbe navode se nedostatak radnog i izvedbenog prostora, povreda profesionalnih standarda u kulturno-umjetničkim aktivnostima, nedovoljno učinkoviti načini financiranja, poteškoće u pronalasku posjetitelja i slično.

Rješenje za navedene probleme Grad vidi u suradnji s nezavisnim sektorom kroz realizaciju nekoliko ciljeva:

- Razvoj proizvodnih uvjeta;
- Jačanje organizacijskih kapaciteta;
- Povećanje kvalitete programa i priznanja.

Da bi se promijenilo stanje nezavisne kulture u gradu, kroz Strategiju će se pokušati osigurati ulaganja u odgovarajuće sudionike scene koristeći model financijskog programiranja kulture kako bi se potaknula izvrsnost, inovacija i obrazovanje istih. Osim toga, nužno je i ulaganje u objekte i opremu radi snažnijeg umrežavanja sudionika scene, što povećava njihove prilike i pruža lakši pristup stranim zakladama, fondovima i alternativnim izvorima financiranja u globalu.

Relevantni izlazni pokazatelji:
Niz novih prostora osiguranih za potrebe nezavisne kulturne scene; proračunska sredstva namijenjena nezavisnog kulturnoj sceni; niz novih edukacija / radionica koji bi se održali s ciljem jačanja kapaciteta nezavisne kulturne scene

Ako se u obzir uzmu navedeni strateški dokumenti, može se reći da je zadarska strategija kulturnog razvoja usmjerena na rješavanje problema upravljanja i dostupnosti kulture, njene promidžbe i nedostatak aktivne nezavisne kulturne scene u gradu. U širem smislu, kultura se doživljava kao sastavni dio gospodarske strategije grada kroz razvoj kreativnih industrija i kulturnog turizma.

Uz sve gore navedeno, sa strateškog je gledišta važno naglasiti koliko je uloženo u kulturu na godišnjoj razini. Grad Zadar financira djelovanje javnih kulturnih ustanova kroz svoj kulturni program, zajedno s brojnim drugim događanjima koji imaju za cilj održavati standard kulturnog života u Zadru. Izdvajanja za kulturu kreću se od 5% do 10% proračuna na godišnjoj razini, što je između 20 i 40 milijuna kuna godišnje..

Grad planira ojačati kapacitete kulturnih i kreativnih sektora

Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. temelji se na strateškom programu za razvoj kulturnih i kreativnih sektora, što ukazuje na razumijevanje o nužnosti razvoja kulturnih strategija kao i predanost i posvećenost Grada prema razvoju kreativnih kapaciteta. Gospodarski program Grada se, pak, temelji na razvoju sljedeće četiri komponente:

- Promicanje održivog razvoja navedene industrije temeljene na razvoju kreativnih industrija (Mjera 2.1.3.) Mjera nalaže provođenje analize lokalnog sektora kreativnih industrija, identificiranje potencijala i mjere potpore kreativnim industrijama. Također, mjera predviđa omogućavanje korištenja poslovnog prostora za aktivnosti kreativne industrije (poslovni inkubatori, kreativni centri i slično).
 - Poboljšanje poslovne klime temeljene na izgradnji održivog i poticajnog poduzetničkog okruženja (Mjera 2.2.5.) Mjera predviđa osnivanje coworking centra (ostvareno: COIN Coworking Zadar) za poduzetnike, freelancere i nezavisne umjetnike. Također, mjera predviđa povezivanje škola, zatim sveučilišta za razvoj obrazovnih programa za poduzetnike i poticanje umrežavanja poduzetnika na regionalnoj i međunarodnoj razini.
 - Razvoj turizma temelji se na prevladavanju potražnje za masovnim turizmom i na razvoju održivog turizma (Mjera 2.3.4.)
 - Razvoj gospodarstva temeljenog na znanju i tehnologijama uključuje poticanje korištenja novih tehnologija u poslovanju i poduzetničkoj inovativnosti (Mjera 2.4.2.) koji su temeljeni na kreativnosti i kreativnoj industriji.
- Pored navedenih mjera koje jasno pokazuju predanost Grada ka jačanju kulturnog i kreativnog sektora i njihovu povezanost s gospodarstvom i društvenim aktivnostima, dolje su navedene inicijative i projekti Grada koji su provedeni i koji bi trebali dodatno ojačati kreativni potencijal Zadra:

Projekti Grada Zadra provedeni u partnerstvu s ciljem jačanja kapaciteta kulturnih kreativnih sektora

Naziv projekta i kratki opis	Program	Vrijednost projekta (EUR)
1. „Obnova i turistička valorizacija kulturno povijesnog kompleksa Kneževе palače“ Rekonstrukcija i opremanje kulturnog kompleksa u samom centru grada; Strateški razvoj kulturnog turizma; Stvaranje dva nova kulturno-turistička proizvoda.	OP Regionalna konkurentnost 2007.-2013.; Poslovna infrastruktura	5.000.000
2. „Coworking – Innovation through collaboration“ • Rekonstrukcija i opremanje novog centra za poduzetnike i kreativce; • Edukacije za aktere kreativnih industrija; • Promidžba kreativnih industrija	OP Regionalna konkurentnost 2007.-2013.; Poslovna infrastruktura	750.000
3. „Preuređenje i prenamjena palače Cedulin u turističko-informativni centar“ • Rekonstrukcija i opremanje novog centra za informiranje zadarskih posjetitelja o turističkoj ponudi grada	Programi Ministarstva turizma RH i Ministarstva kulture RH	1.000.000
4. „HERA (Upravljanje održivim turizmom zasnovanim na zajedničkom kulturnom nasljeđu Jadrana)“ Uspostavljanje novih jadranskih kulturno-turističkih ruta; brendiranje ruta	IPA Jadranska prekogranična suradnja	10.000.000

Od najveće je važnosti ojačati kapacitete upravljanja kulturnim institucijama. Ključnu ulogu u jačanju kapaciteta imat će lokalni obrazovni sustav i izvaninstitucionalne organizacije. Sveučilište u Zadru izradilo je različite studijske programe koji pokrivaju teme kao što su upravljanje i organizacija, sociologija kulture i drugi. Namjera Sveučilišta je da razvije obrazovni program za odrasle koji bi odgovarao specifičnim potrebama sektora i uključivao komponentu cjeloživotnog učenja. Previđeno je da program uključuje razvijanje institucijskih i organizacijskih strateških planova kao ključnih elemenata organizacijskog razvoja.

Razvit će se takav pristup koji bi poticao razvoj novih kreativnih poduzetnika. Jedan od primjera su kreativne misije u trgovanju i sajmovi koji mogu pružiti

iznimno velike mogućnosti kreativnim poduzetnicima da upoznaju nove klijente, suradnike i investitore te saznaju više o najnovijim inovacijama i promjenama u svojim sektorima. Sukladno navedenom, pružat će se dodatne usluge i organizirat će se događanja poput savjetovanja, podrške, stručnih skupova, publikacija i širenja promotivnih materijala.

Uz sposobnost upravljanja i veze s poslovnim sektorom, namjera je sustavno razvijati ljudske resurse te ih senzibilizirati za trenutne probleme vezane uz kulturu ovoga grada. To se posebice odnosi na mlade i potrebu da se utječe na školski kurikulum uz vrijednosne stavove u odnosu na učeničke identitete kao i identitete drugih kultura.

Planirani kapitalni projekti Grada Zadra i partnera s ciljem jačanja kapaciteta kulturnih i kreativnih sektora

Naziv projekta i kratki opis	Program	Vrijednost projekta (EUR)
1. „Centar za mlade“ Uspostavljanje platforme za integraciju mladih kroz aktivno sudjelovanje u građanskim pitanjima te pitanjima kulture i kreativnosti	ERDF	5.000.000,00
2. „Citadela – perivoj kulture“ Revitalizacija parka oko utvrde Citadela kao kulturne oaze grada Zadra namijenjena kulturnim događanjima i raznim drugim sadržajima.	Fond Ministarstva turizma RH (Strategija razvoja hrvatskog turizma)	cca 1.600.000,00
3. „Muzej 2 palače“ Organizacija i poboljšanje sustava promidžbe i očuvanja kulturne baštine zadarske regije na način da se osnuje regionalni kulturni centar i organiziraju relevantne kulturne manifestacije	ERDF	15.000.000,00
4. „Rekonstrukcija gradskih zidina“ Rekonstrukcija povijesnih gradskih zidina i prenamjena istih u šetalište	ERDF	3.000.000,00
5. „Poslovni inkubator“ Izgradnja i osnivanje poslovnog inkubatora i centra za kreativne industrije	ERDF	2.500.000,00

Održivost – planovi za održavanje kulturnih aktivnosti

Program ima za cilj napraviti duboke i smislene promjene na kulturnoj i društvenoj sceni grada kao i širiti svoje dobre vibracije prema europskoj kulturi. Ta uloga nije privremena, već stalna, strateška i promišljena. Ona omogućuje da se programski izlazni pokazatelji umnožavaju gledajući dugoročno. Program tada postaje strateško opredjeljenje. Na njega se gleda kao na pozitivnu promjenu i put koji je odabran kako bi se obnovila naša kulturna scena i, na jedan mali način, promijenila europska.

Ciljevi programa omogućavaju dugoročnu održivost kulturnih aktivnosti jer omogućuju da se:

- „probude“ ključne strukture i „stvari“ publika;
- izgrade snažne veze: na svim razinama unutar i između sektora;
- uči, educira i osnaži;
- uključe svi oni koji do sada nisu bili uključeni;
- grad otvori prema novim idejama.

Usklađenost programa sa strateškim dokumentima

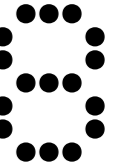
Program „Kreativni Zadar 2020“	Strateški dokumenti Grada Zadra
1. URBANA OBNOVA	Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. Mjera 1.1.3. Revitalizacija urbanog središta grada – Poluotoka Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023. Mjera 2.1.1. Poticanje razvoja i unaprjeđenje specifičnih oblika turizma (kulturni turizam) Mjera 2.1.3. Poticanje zabavno-kulturnih događanja od rujna do svibnja Strategija razvoja nezavisnog kulturnog sektora 2013. Mjera 1.1. Poboljšanje postojećih i stvaranje novih prostorno-tehničkih uvjeta rada udruga, umjetničkih organizacija i nezavisnih umjetnika
2. KREATIVNO PODUZETNIŠTVO	Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. Mjera 2.1.3. Poticanje razvoja kreativnih industrija Mjera 2.2.5. Edukacija poduzetnika te poticanje umrežavanja i inovativnih načina poslovanja poduzetnika
3. UKLJUČIVOST I POŠTIVANJE	Strategija razvoja nezavisnog kulturnog sektora 2013. Mjera 2.3. Izrada i održavanje lokalne platforme koja okuplja udruge i umjetničke organizacije Mjera 2.5. Poticanje međusektorske suradnje i umrežavanja, posebno sa sudionicima civilnog sektora i obrazovnim institucijama
4. ZADAR ZA MLADE	Strategija razvoja nezavisnog kulturnog sektora 2013. Cilj 1. Razvoj proizvodnih uvjeta Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. Mjera 3.1.3. Unaprjeđenje kvalitete infrastrukture u kulturi, kulturnih programa i poboljšanje koordinacije između kulturnih institucija
5. DIJELJENJE	Strategija razvoja grada Zadra 2013.-2020. Prioritet 5.4. Jačanje međugradske, međuzupanijske, prekogranične i međunarodne suradnje Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023. Mjera 1.2.4. Provođenje promocije o važnosti turizma i potrebi interkulturnog komuniciranja Strategija razvoja nezavisnog kulturnog sektora 2013. Mjera 3.1. Poticanje uključenosti u nacionalnim i međunarodnim kulturnim mrežama i programima razmjene

Dugoročni utjecaj programa

Utjecaj programa za vrijeme njegove provedbe, ali i nakon iste, mjeri se u promjenama koje za sobom ostavlja. Drugim riječima, utjecaj je vidljiv u onoj mjeri u kojoj smo ostvarili postavljene zadatke i dugoročne ciljeve.

Dugoročni pokazatelji utjecaja programa na kreativni razvoj grada Zadra su sljedeći:

Utjecaj	Kulturni	Društveni	Gospodarski
	Povećanje broja korisnika kulturnih sadržaja	Povećanje broja stanovnika u gradu Zadru u sljedećih 10 godina za 5%	Smanjenje stope nezaposlenosti
	Povećanje kulturnog kapitala (mjeri se brojem udruga, registriranih umjetnika i drugih zainteresiranih strana u kulturi)	Povećanje broja stanovnika na otocima i u zaleđu za 5% u odnosu na 2016. godinu	Povećanje udjela kreativnih industrija u gospodarstvu
	Povećanje broja ljudi do kojih kulturni sadržaj dopire	Zaustaviti iseljavanje mladih u odnosu na 2016. godinu	Povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja izvan sezone
	Povećanje razine zanimanja za kulturu, posebice kod mladih	Smanjiti udio društveno ugroženih ljudi u sveukupnom broju stanovnika	Povećanje prihoda od kulturnog turizma
	Viša razina sudjelovanja javnosti u procesima donošenja odluka i definiranja političkih akata	Doprinos u povećanju pozitivne migracije	Povećanje integriranja EU fondova kroz kulturne projekte
	Povećanje kulturnih kapaciteta (vještina, struktura, resursa)	Smanjenje broja nezaposlenih visoko obrazovanih mladih ljudi	



Europska dimenzija programa

Šire zadarsko područje jedno je od najbogatijih regija u Europi po pitanju kulturne raznolikosti. Nevjerojatna raznolikost jezika, običaja, arhitekture i tradicije može biti pripisana svom geografskom položaju. Tijekom povijesti mnogi su utjecaji obilježili ovo područje, a danas se sa sigurnošću može reći kako je ono čvorište kršćanstva i islama, zapada i istoka, Mediterana i Balkana.

Pozitivno poimanje kulturne raznolikosti temelj je ovog programa. Stavljajući naglasak na ulogu javne umjetnosti i kulturnih institucija u promicanju kulturne raznolikosti i međukulturnog dijaloga. Program potiče snažno uvjerenje kako je kulturna raznolikost prednost i dodana vrijednost.

Europski programi, poput Europa za građane, Erasmus+ i Kreativna Europa, doprinijet će preduvjetima jačanja osjećaja lokalnog stanovništva i njihove pripadnosti europskom identitetu, načelima demokracije, socijalne pravde i poštivanja ljudskih prava. Osim toga, oni će pomoći da se proširi međunarodna mreža partnera kako bi se privukao široki europski i međunarodni javni interes.

Europski identitet trebao bi biti uključen u programe obrazovanja u cilju promicanja multikulturne Europe i razvijanja osjećaja pripadnosti tako što će se poticati različiti europski identiteti među mladima. Kao posljedica navedenoga, stvorit će se i promicati prilike za studiranjem, poučavanjem i usavršavanjem u ostalim europskim zemljama, kao i međunarodna mobilnost i umrežavanje. Programi omogućuju međunarodnim volonterima da podrže lokalne organizacije kako bi napravili pozitivne promjene u svojim zajednicama, učili o različitim kulturama i promovirali europsko građanstvo. Sudjelovanje u ovom programu stvorit će priliku za suradnju, inovaciju i razmjenu dobrih iskustava. Naposljetku, program će se usredotočiti na razmjenu, razvoj i prijenos inovativnih praksi između zemalja.

Plan je uspostaviti kampanju podizanja svijesti i različite obrazovne module koji bi obuhvaćali sadržaje vezane za vlastiti identitet i ostale kulturne identitete s ciljem izgradnje pozitivnih stavova i vrijednosti u odnosu na europske sličnosti i različitosti.

Kulturni i umjetnički sadržaj programa

Umjetnički vrhunac ovog programa sastojat će se od različitih inicijativa koje će obuhvatiti umjetnike raznih umjetničkih izraza i vizija u sklopu pet glavnih stupova: Urbana obnova, Kreativno poduzetništvo, Uključivost i poštivanje, Zadar za mlade i Dijeljenje. Program se temelji na uvjerenju da pripadnici svih kultura imaju pravo rasti i napredovati u svojim zajednicama. Ono također predviđa da se zajednica može iznova roditi tako što prihvaća različitost svojih kultura i umjetničkih atributa kao bitnih dijelova postizanja ispunjenog života. Cilj programa je potaknuti ljude da cijene i koriste umjetničke izraze kako bi obogatili svoje živote i poboljšali društveno i gospodarsko zdravlje svoje šire zajednice.

Pet stupova programa



Središnja točka programa i njene strategije jesu pet stupova koji su detaljnije objašnjeni u dijelovima programa koji slijede:

1. Urbana obnova

Pristup kulturi jedna je od glavnih tema u cijeloj Europi. Dostupni podaci o kulturnoj uključenosti pokazuju da značajan dio europske populacije još uvijek ne sudjeluje u redovnim kulturnim događanjima poput odlaska u kino ili čitanja knjiga. Postotci sudjelovanja još su niži za aktivnosti poput odlaska u muzeje. Građani s nižim prihodima i stupnjem

obrazovanja manje sudjeluju u kulturnim događanjima od onih s višim. To je problem kojeg je nužno rješavati jer svatko ima pravo biti uključen u proces definiranja gradske kulturne politike kako bi se osjetila pripadnost i opredjeljenje za kulturu. Stoga, prvi od izazova s kojim se treba suočiti je dostupnost i sudjelovanje svih građana u kulturnim događanjima.

Prvi izazov s kojim se program susreće naziva se urbana obnova i bavi se problemima dostupnosti i sudjelovanja. Svim građanima treba biti omogućeno da raspravljaju o kulturi koristeći digitalna sredstva. Digitalne tehnologije promijenile su način na koji ljudi pristupaju, proizvode i koriste kulturni sadržaj te se stoga nastoje promijeniti modeli kulturnog upravljanja i povećati potražnja za kulturnim sadržajem koristeći digitalnu tehnologiju. Problemi dostupnosti kulture i sudjelovanja u istoj rješavat će se kroz razvoj sveobuhvatne platforme, koja će se oblikovati za društveno aktivno kulturno stvaralaštvo i kulturni aktivizam. Budući da je nezavisna kulturna scena u Zadru prilično slaba i suzdržana, namjera je da se umreži lokalna kulturna scena s nacionalnim i europskim kulturnim organizacijama koji su aktivni sudionici suvremene europske kulturne i umjetničke scene. Ova će platforma omogućiti razmjenu kulturnih i umjetničkih programa između različitih organizacija čime se otvaraju vrata razvoju novih projekata i općenito jača lokalna kulturna scena. Pored toga, cilj je pozvati sve uspješne i zainteresirane pojedince i grupe iz polja umjetnosti i ostalih dijelova društva da se uključe u pretvaranju svojstvene kreativne energije u smisleno djelovanje unutar projekata pod nazivom „Umjetnost za društvo“. To će otvoriti pitanja i potaknuti društvene inovacije u različitim umjetničkim i komunikacijskim oblicima, a sve kako bi se izgradili kapaciteti, odnosno startna pozicija za buduće inicijative koje će stvoriti razlike u svakodnevnom životu građana grada Zadra.

Drugi izazov naziva se urbana revitalizacija i odnosi se na izgradnju identiteta. Problem povijesnog diskontinuiteta i turbulentne prošlosti dovodi do trajnih i latentnih sukoba koji ne dopuštaju da se okrene budućnosti. Primjenjivanjem umjetnosti privući će se građane da promišljaju o zajedničkim društvenim izazovima te da se suoče sami sa sobom. Potrebno je iskoristiti lokalna obilježja kako bi se istaknule zadarske kulturne pogodnosti, što će pomoći da se u isto vrijeme zaštiti identitet i Zadar učini atraktivnijom lokacijom za život, posjetitelje i ulaganja.

Treći izazov je urbana raspršenost. Zadarska županija dezintegrirana je i pokriva veliko zemljopisno područje koje uključuje otoke i zaleđe, a sve s relativno niskom gustoćom naseljenosti. S druge strane, na relativno malom prostoru postoje velike zemljopisne, povijesne i društvene razlike.

To je jedan od razloga zašto je toliko teško pokrenuti važne društvene promjene. No, velika raznolikost i raspršenost nisu nužno i isključivo ograničenje ili slabost, već naprotiv, one predstavljaju i velike prilike. Razlike treba rješavati kroz politiku integracije, kohezije i konvergencije. Zato je potrebno uhvatiti se u koštac s izazovom urbane raspršenosti kroz zbir igara, umjetnosti i zabave. Na grad i njegovu okolicu treba gledati kao na „urbano igralište“ i veliki prostor u kojemu se može istraživati, osjećati, uživati u različitosti gradskih četvrti i okolnih gradova i otoka.

Koncept ovog programa objedinjuje različite teme udružene oko ideje „urbanog igrališta“ te vizualno, realno i dostupno svima: plesačima, pjevačima, glumcima, glazbenicima, pjesnicima, slikarima, umjetničkim ravnateljima, grafičkim i industrijskim dizajnerima, arhitektima, medijskim umjetnicima, tradicionalnim zanatlijama i drugim umjetnicima, kao i cjelokupnoj zajednici grada Zadra, odnosno europskoj zajednici. Velika je to prilika da se redefinira korištenje i opažanje malih urbanih lokacija kroz razigrane i kreativne intervencije na području grada Zadra.

Program poziva i pomaže da stanovništvo promisli o svom osobnom i društvenom životu i pomaže da se promjeni kulturna i gradska okolina kako ona raste. Većina, ako ne svi, umjetnički oblici rješavaju neke probleme tako što uključe stanovništvo za vrijeme izvođenja djela ili u njenom neposrednom nastajanju, odnosno po završetku istoga. Uključenost javnosti dovodi do boljih projekata, ocjena rada, donošenja odluka i veće podrške.

Četvrti izazov predstavlja turizam i svi problemi koji se uz njega vezuju. Problem turističke monokulture s kojim se Zadar suočava već je prethodno naglašen. Kroz ovu sastavnicu nastoji se prihvatiti načela održivog kulturnog turizma što se prvenstveno odnosi na produljenje turističke sezone i kulturne manifestacije koje bi se odvijale tijekom cijele godine. Svi potrebni preduvjeti postoje: Zadar je nadaleko poznato turističko odredište sa čvrstim turističkim kapacitetima; ono ima izvanrednu kulturnu i prirodnu baštinu i pregršt neispričanih priča, ali ne postoji vizija ni strategija na koje se može osloniti. Zadar je upao u zamku. Turizam kao gospodarska grana je neophodan jer je vitalni dio prihoda zadarskog stanovništva, no uz pritisak masovnog turizma, niske kvalitete turističkih proizvoda i sezonalnosti, grad teško ostvaruje zacrtane ciljeve.

Posjetitelji su sve više u potrazi za pravim iskustvima, upoznavanjem lokalnog stanovništva i njihovih kultura. To je razlog zbog kojeg se želi prilagoditi zadarski turizam spomenutim trendovima i razviti kvalitetnu ponudu lokalne kulture i tradicije dok se u isto vrijeme uzimaju u obzir vidovi održivog razvoja: očuvanje baštine, krajolika i lokalne kulture. Na posjetitelje se ne bi trebalo gledati kao na one koji „iznajmljuju“ našu obalu, otoke i prirodne zalihe.

Postoji izreka koja kaže: „Stranci su prijatelji koje još nismo imali prilike upoznati“. Program promiče međukulturne vrijednosti i upoznavanje posjetitelja, ne kao goste, već kao prijatelje. Kako bi se dobila jasnija slika onoga kako posjetitelji vide Zadar i što misle da bi se trebalo promijeniti, potrebno ih je upoznati i razumjeti.



2. Kreativno poduzetništvo

Prema dostupnim podacima, Europa je jedan od vodećih „izvoznika“ proizvoda kreativne industrije. Više od 80% svih kreativnih industrija čine subjekti mikro, malog i srednjeg poduzetništva, od kojih 60% čine mikro poduzeća s jednom do tri zaposlene osobe. Ovi podaci pokazuju rastuću važnost kreativne industrije u današnje vrijeme, ali i omogućuju gradovima kao što je Zadar da utvrde svoje mjesto kroz ove male, ali fleksibilne industrije. Kreativna industrija temelji se na znanju i proizvodima visoke dodane vrijednosti, a to znači da se ne moraju nužno graditi velike tvornice i objekti kako bi grad bio konkurentan. Naprotiv, potrebno je prigrbliti ekonomiju znanja, a potencijal i strategiju kako to učiniti grad ima. Strategija leži na resursima koji su se tek počeli razvijati. Iz tog razloga, otvaranje tržišta je prilika da Zadar bude prepoznat kao grad partner u razvoju kreativne industrije, dok se u isto vrijeme razvijaju vlastiti kapaciteti po tom pitanju (Sveučilište u Zadru, srednje škole, SMP).

Proces je već jednim dijelom i započeo uz podršku EU fondova kroz projekt poput Coworking – Innovation through collaboration. Rezultat projekta je opremljeni novi javni prostor i uspostavljena zajednica kreativaca i poduzetnika zadarske regije (i šire). COIN Coworking Zadar će služiti kao poligon za nove ideje, inovativnost i kreativnost integriran među poduzetničke aktivnosti. Nadalje, Zadarska županija osnova-

la je Filmski ured Zadar specijaliziran za potporu audio-vizualne industrije. Ured pruža pomoć i logistiku s ciljem privlačenja drugih audio-vizualnih industrija u zadarsku regiju. U planu su i brojni drugi projekti poput Centra za kreativnu industriju te Centra za mlade, a koji pokazuju snažni politički i institucionalni angažman u sklopu razvoja i promidžbe kreativnih industrija u Zadru.

Kako kreativna industrija može biti društveno korisna za Zadar?

Podupiranje usvajanja kulturnih obrazaca i kreativnosti može imati i širi društveni i gospodarski utjecaj. Zapravo, u posljednjih se nekoliko godina bilježi rast razvijanja svijesti o važnosti kulturnih i kreativnih industrija kao ključnih načina napretka. Kreativni proces pod snažnim je utjecajem kulturne sredine unutar koje raste i razvija se. Otvorenije, interdisciplinarnije i poticajnije kulturno okruženje vodi do sve veće kreativnosti kod ljudi i razvijanja talenata. S druge strane, pak, kreativnost jest važan čimbenik u kulturi, no da bismo bili sigurni da ona slijedi društveno oblikovane ciljeve urešene vrijednostima, kreativnost se mora tumačiti u odnosu na kulturu cjelokupne zajednice.

Imajući to na umu, program je oblikovan tako da uključuje lepezu aktivnosti koji će omogućiti Zadru da



se otvori prema vani, privuče ključne igrače s europske kreativne scene koji će umrežiti lokalno sveučilište, (strukovne) škole i ostatak obrazovnog sektora s mikro, malim i srednjim poduzećima i kulturnim sektorom (nevladine udruge, strukovna udruženja i slično).

Poduzetnicima, koji su ujedno i kreativci i kulturnjaci, često nedostaje poslovnih vještina kao što su marketing, upravljanje projektima i digitalne vještine. Postoji potreba za snažnim stručnim obrazovanjem na svim razinama obrazovnog sustava, stoga je potrebno pružiti dodatne obuke, savjetovanja, financijske i razvojne usluge kulturnim i kreativnim subjektima i poduzetnicima. Takve aktivnosti će pomoći da nađemo nove načine za izgradnju kapaciteta u kulturnom sektoru.

Također, stavit će se naglasak na financijski ekosustav kulturnog i kreativnog sektora. To znači ispi-

3. Uključivost i poštivanje

Ovaj program pridaje posebnu pozornost dostupnosti kulture skupinama u nepovoljnom položaju i skupinama koje proživljavaju siromaštvo i društvenu isključenost. Uključivost i poštivanje kao sastavnica programa bavi se pitanjima dostupnosti kulture navedenim skupinama, raznolikošću, tolerancijom, kulturom kao ljudskim pravom i socijalnom kohezijom. Nastoji se pronaći odgovor na pitanje: „Na koji se način može uključiti skupine u nepovoljnom položaju u društvo kroz kulturu“, no to nije, niti će biti, lak zadatak.

Zadar je mali grad, sa zadanim društvenim strukturama. Domovinski rat i njegove posljedice u jednoj su mjeri otežali razvoj tolerancije i razumijevanja u lokalnoj zajednici, a nedavna gospodarska kriza, koje ni Zadar nije ostao pošteđen, učinila je situaciju još izazovnijom. Povijest nas uči da su krize plodno tlo za rast ekstremizma i ksenofobije. U kontekstu trenutnog povećanja migracije, kao rezultat pristupa Hrvatske Europskoj uniji, povećanja mobilnosti ljudi diljem EU i činjenice da su različite skupine ljudi primorane živjeti jedni pored i s drugima (uključujući nacionalne, vjerske i etničke manjine), novonastale tenzije dovode socijalnu koheziju u opasnost.

Problem kulturne raznolikosti i netolerancije prema različitosti ne zaobilazi niti Zadar. U borbi protiv tog problema kao oružje trebalo bi koristiti kulturu i javne rasprave koje mogu pokrenuti promjene prema

tivanje financijskih instrumenata poput kredita, dionica i alternativnog načina financiranja, primjerice javno-privatnih sredstava, poslovnih anđela¹, poduzetničkog kapitala, grupnog financiranja, sponzorstva, donacija i filantropije. To se planira učiniti kroz međunarodne konferencije, rasprave, primjere dobre prakse, suradnju, što u konačnici treba rezultirati u pružanju novih smjernica za unaprjeđenje financijskog i zakonodavnog sustava za dobrobit zadarske kreativne industrije.

Kulturni poduzetnici nisu zadovoljni samo generiranjem novog sadržaja, nego žele sudjelovati u marketingu i eksploataciji sadržaja kojeg stvaraju. Kulturno poduzetništvo je, stoga, *win-win* scenarij jer ne samo da se razvija novu publiku, već se stvaraju i nove prilike za stvaranjem dobiti u koju se kasnije može iznova uložiti.

razumijevanju, svijesti i toleranciji. Unutar ove sastavnice želi se podići razina shvaćanja da je svako društvo „mješavina“ i da je svaka kultura raznim kulturama prožeti hibrid. Kulturna se raznolikost treba doživljavati kao izvor bogatstva i regeneriranja određenog društva, a ne kao prijetnja i izvor problema. Nacionalne manjine ili etničke zajednice ne treba shvaćati kao prijetnje zajedništvu. Ako društvo zaista prepozna ljepotu kulturne raznolikosti, ono bi moglo brojiti dvostruku korist od nje. Prije svega, ovakvo priznanje kulturne raznolikosti može pomoći u smanjenju (pre)često prisutnih izvora sukoba i podjela i promicati geslo „živjeti skupa“, a potom i biti od koristi pojedincu budući da omogućuje ostvarivanje kako individualnih, tako i društvenih prava.

Na koji način se boriti protiv diskriminacije, ksenofobije, ekstremizma i društvene isključenosti?

Jedan od glavnih programskih ciljeva je stvoriti „oblak razumijevanja i tolerancije“ za sve one koji su marginalizirani i/ili isključeni. Unutar tog oblaka svrstat će se raznolikost, demokratsko građanstvo i sudjelovanje građanstva. Isto tako, cilj je uključiti javne kulturne institucije kako bi se produbilo razumijevanje različitih kultura i osigurao prostor za sudjelovanje i kreativne susrete te se tako pomogne u izgradnji povezanijeg i otvorenijeg Zadra.

Nadalje, nastoji se da zadarska kultura bude dostupnija skupinama u nepovoljnom položaju jer su

1. Poslovni anđeli su individualni investitori, uspješni poduzetnici ili iskusni rukovoditelji tvrtki koji svojim poslovnim iskustvom savjetuju mlade tvrtke i poduzetnike i pomažu njihovom budućem rastu.

isti demotivirani i neskloni kulturnim događanjima. Program se usredotočuje na omogućavanje novim korisnicima da uživaju kulturnu ponudu na način da se otvaraju vrata netradicionalnoj publici kako bi isti mogli uživati u ponudi ili baštini do koje im je prethodno bilo teško doći radi niza prepreka. Kultura je pozitivan element koji može olakšati društvenu uključenost na način da razbije izolaciju, dopusti samo-izražavanje, podržava dijeljenje emocija i slično. Program drži do toga da sudjelovanje u kulturi može imati veliki utjecaj na psihičko zdravlje. Ne

4. Zadar za mlade

Statistički podaci o situaciji mladih u Zadru traže da se ovim pitanjem sustavno počne baviti. Mladi trebaju pomoć – ovdje i sada, a ne nakon 5 ili 10 godina. Programom se nastoji povezati mlade i kulturu te da pronadu motivaciju i svoj „izlaz“ u kulturi. Kultura je ta koja može pomoći mladima da se poistovjete sa zajednicom i dobiju osjećaj pripadnosti. Osim toga, mladi su otvoreniji prema kulturi, posebice djeca, i preko njih je moguće doći do različitih nacionalnosti, društvenih klasa, spola, sposobnosti učenja, religije i dr. Različiti kulturni programi trebali bi uključivati mlade i pomoći im da se suoče i odgovore na rastuću stopu nejednakosti, nezaposlenosti, nesenzibilnosti i nedostatka sadržaja.

Škole, od predškolskog do srednjoškolskog uzrasta, su plodno tlo za izgradnju mosta između mladih i umjetnosti. One ne samo da imaju pristup mladima i brojnim drugim skupinama (višetničke skupine, društvene skupine, skupine različitih stilova učenja, viševjerske skupine, skupine s poteškoćama u razvoju), već imaju i kapacitet i sredstva da ih nauče umjetnosti.

Problem s mladima je taj što većina njih niti ne dolazi u dodir s (odgovarajućim) kulturnim sadržajem. Oni uglavnom zaziru od kulturnih manifestacija i često ne žele sudjelovati u njima. Iz tog se razloga treba potruditi približiti im kulturu pomoću društvenih mreža i zabave. Mlade treba potaknuti da preuzmu svoju ulogu u društvu, da budu aktivni i da volontiraju. Njih treba naučiti kako da kritički promišljaju i koriste svoj beskrajni kreativni potencijal s ciljem poboljšanja kulturne ponude grada kroz aktivnosti poput reforme obrazovnog kurikulumu i uključivanja kreativnosti unutar obrazovnog programa, zatim pomaganja mladima da postanu kritički i aktivni sudionici u društvu, pomaganja mladima da se zaposle unutar kreativnih industrija i pomoću samozapošljavanja, motiviranja mladih za kulturom kroz razne, *user friendly*, načine korištenja kreativnosti u preoblikovanju urbanih prostora i tome slično.

Napori oko kreiranja mlade publike se obično naziru kroz obrazovne aktivnosti.

treba dopustiti da predrasude i stereotipi utječu na društvene i kulturne identitete i nečiju potrebu za pripadnošću zajednici. Kulturna isključenost može biti poništena jedino svjesnim i proaktivnim naporima da se promjeni mentalitet kako većinske tako i manjinske populacije. Jedini način na koji se može promijeniti mentalitet ljudi je da im se omogući da prodube svoje znanje o drugima i poboljšaju međusobno razumijevanje kroz niz susreta s pozitivnim konotacijama.

Njegovanje potražnje za umjetnošću prije svega znači omogućavanje ljudima razvoj vještina i znanja kako bi cijeno umjetnost i razvijali želju da se vrate po više.

Programom se predviđa organizacija radionica i motivacijskih edukacija s ciljem stvaranja zanimanja i razumijevanja za jačanjem mladih i njihovih sposobnosti za aktivno sudjelovanje u društvu, učeci ih da prepoznaju umjetničke alate i oblike koje mogu koristiti kasnije u životu. Dodatni izazov je pronalazak metoda kako uključiti kulturni sektor u obrazovanje i osposobljavanje od najranijeg doba do kasnijeg cjeloživotnog obrazovanja i pronaći nove načine kako da se promiču kultura i umjetnost u formalnom i neformalnom obrazovanju.

Sve je veći značaj buduće održivosti kulture da obrazuje publiku jer i umjetnost i kulturne institucije zahtijevaju publiku. Namjera umjetnika je izložiti svoj rad široj javnosti. U isto vrijeme, javnost se razlikuje po dobi i u mnogim slučajevima, ona je starija. Koncerti klasične glazbe mahom pohađaju stariji članovi zajednice, a niti muzeji nisu pretjerano zanimljivi mladoj populaciji. Stoga, privlačenje nove publike bitno je da se dugoročno osigura budućnost institucija.



5. Dijeljenje

Cilj ove sastavnice jest potaknuti europske umjetnike i njihovu publiku da sudjeluju u procesu „otvaranja granica“, da se otvori međukulturalni dijalog između europskih umjetnika i istraživača, da se razmijene iskustva i uči jedno od drugih na lokalnoj i međunarodnoj razini.

Program nastoji da Zadar bude više integriran u europskim kulturnim tokovima. Međutim, bez otvaranja i dijeljenja iskustava s drugima ne može se napraviti protok svježih ideja i vrijednosti, razumijevanja drugih kultura i tradicija, kao ni međusobnog učenja.

Ova sastavnica izravno i neizravno doprinosi mogućnostima za pošljavanje umjetnika i kulturnih djelatnika, čime se potiče zapošljavanje u kulturnom sektoru i promiče rast šireg gospodarstva. Sastavnica „dijeljenje“ obuhvaća dijeljenje vrijednosti i kreativnosti, proširivanje publike i distribucijskih kanala za kulturna dobra i usluge koji su daleko od točke proizvodnje izvan naših granica.

Cilj je skrenuti pozornost europske publike na političke teme i sukobe koji su stalna i bolna točka na europskoj periferiji s ciljem da se stvori svijest o njihovoj važnosti za pravilan život unutar proširene Europe. Umjetnost i diskurs mogu doprinijeti boljoj komunikaciji između zemalja balkanske regije kao i između starih i novih država članica Europske unije. S druge strane, nastoji se pomoći kulturnim i kreativnim sektorima na zadarskom i europskom području da surađuju, ali i ojačaju svoju konkurentnost.

Ako se podrži razmjena stručnjaka u kulturi, omogućit će im se da se obrazuju, nauče i razmijene iskustva koja će pomoći u izgradnji kapaciteta za nove generacije stručnjaka koji će upravljati kulturnim institucijama, projektima, timovima i uslugama.

Stupci	1. URBANA OBNOVA	2. KREATIVNO PODUZETNIŠTVO
Cilj 1	Olakšati lokalnom stanovništvu sudjelovanje u stvaranju novih kulturnih politika s ciljem omogućavanja što lakšeg pristupa kulturi	Podupirati ulaganje kulturnih i kreativnih industrija njihovom jačanju, razvoju i stvaranju radnih mjesta
Intervencije	Dopri do kulture Projekti koji omogućavaju stanovništvu da sudjeluju i stvaraju kulturnu politiku grada kako bi kulturu približili njima samima Projekti koji približavaju kulturni sadržaj stanovništvu koristeći informacijske tehnologije (IT) i digitalizaciju Jačanje zadarskog Centra nezavisne kulture kao platforme za društvenu uključenost i kreativnost i kulturni aktivizam	Učimo kroz suradnju Kulturni laboratorij – promocija poduzetništva u kulturi (radionice pripreme i prezentiranja projekta (<i>pitching</i>), umrežavanje poduzetnika u kreativnoj industriji i radionice na temu izgradnje publike)
Cilj 2	Preobličiti kulturnu svijest kao vitalni dio urbanog identiteta	Promovirati suradnju kulture s ostalim sektorima, prvenstveno privatnim
Intervencije	Urbano igralište Korištenje gradskih četvrti i periferija kao „igrališta“ za lokalno stanovništvo da uživaju kulturu (što uključuje revitalizaciju okolnih područja – drevni grad Nin, Pag, Obrovac, Benkovac i Biograd) Korištenje manjih arhitektonskih intervencija na urbanim mikro-lokacijama kako bi se iznova definiralo njihovo korištenje	Sufinanciranje Usredotočenje na suradnju između privatnih tvrtki i kulturnog sektora. Poticanje sudjelovanja financijskih i ekonomskih stručnjaka od iznimne je važnosti. Isti će identificirati inovativne sheme i politiku ulaganja u kulturne i kreativne sektore.
Cilj 3	Promovirati kulturnu raznolikost i očuvati kulturno nasljeđe	Obrazovati i osvijestiti javnost o važnosti kreativnosti u današnjem gospodarstvu
Intervencije	Upoznaj Zadar Posebni set aktivnosti fokusiran na građenju veza između turista i građana Ljepota malih stvari „Pomalo“ – ponovno brendiranje slike grada kao mjesta pogodnog za življenje	Suradnja Programi međusektorske suradnje Prijenos znanja kroz primjere dobrih praksi iz ostalih zemalja Europske unije Poticanje poslovnih klastera, umrežavanja i platformi temeljenih na kreativnim industrijama uključujući povezivanje istih s industrijama koje nisu usko vezane uz kulturu

3. UKLJUČIVOST I POŠTIVANJE
Ova komponenta posebice se odnosi na skupine u nepovoljnom položaju, siromašne i društveno isključene. Cilj je stvoriti novo okruženje za sve isključene, dezintegrirane i nepravedno marginalizirane.

Omogućiti bolji pristup kulturi osobama s poteškoćama, siromašnima i društveno isključenima

Kultura za sve
Promidžba volonterstva i filantropije
Male intervencije u javnim prostorima čine kulturna događanja / institucije pristupačnijima osobama s invaliditetom.

Promicati raznolikost, demokratsko građanstvo i sudjelovanje

Kulturna raznolikost
Razvijanje suradnje s drugim gradovima i međunarodnih partnerstva kako bi se promovirala raznolikost i uključenost
Stvaranje mjesta za međukulturni dijalog
Program učenja međukulturnih vještina
Programi povećanja svijesti i smanjenja predrasuda, stereotipa i diskriminacije

Njegovati utjecaj kulture na društvenu uključenost

Zadar – uključiv grad
Stvaranje novih, inkluzivnih javnih prostora za osobe s invaliditetom kroz multisenzorne parkove

4. ZADAR ZA MLADE
Zadar za njih. Mlade.
Često spominjani kao dio društva kojima je potrebno obratiti posebnu pozornost. Ova komponenta obuhvaća upravo njih i omogućuje im da se njihovi glasovi čuju.

Razviti mladu publiku i poduprijeti aktivno građanstvo kroz umjetnost i kulturu

Kreativne škole
Stvaranje interdisciplinarnih kulturnih edukacijskih programa (suradnja škola i institucija u kulturi)
Stvaranje Strategije razvoja programa za mlade

Promicati kreativno poduzetništvo i samozapošljivost

Kreni!
Osnivanje nove akademije kreativnog poduzetništva kroz COIN Coworking Zadar
Novi deinstitutionalni obrazovni programi za studente koji obuhvaćaju kreativne industrije
Edukacijsko-motivacijske radionice koje se bave kreativnošću, inovacijom i poduzetništvom
Kreativni kampovi za mlade
Učenje uz primjere uspješnih i iskusnih poduzetnika u kreativnim sektorima

Podupirati razmjenu mladih

Razmjene mladih
Promoviranje programa razmjene: EU programi, programi razmjene Sveučilišta u Zadru

5. DIJELJENJE
Stanovništvo ovog podneblja ponekad je samo sebi dovoljno, no postoje trenutci kada požele prigrliti raznolikosti koje Europska unija nudi. S tim u svezi, potrebno je otvoriti se drugima i podijeliti što imamo i što jesmo.

Brisati prepreke otvaranjem ka europskim kulturnim tokovima i mobilnosti profesionalaca u kulturi

Povezivanje aktera u kulturi
Promicanje međukulturnog dijaloga i interakcije između civilnih društava
Promicanje međukulturnog dijaloga kroz organiziranje festivala, radionica, panela i rasprava s međunarodnim kulturnim akterima (autorima, stručnjacima, novinarima)

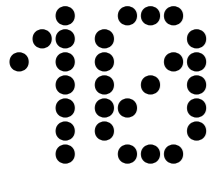
Promicati kulturne raznolikosti unutar Europske unije

Kultura expo
Podupiranje umjetnika kako bi promovirali njihov rad u inozemstvu
Promoviranje međunarodne kulturne razmjene (festivali, razmjena umjetnika i sl.)

Doprinijeti razumijevanju povijesti i raznolikosti stanovništva Europske unije

Na rubu Europe
Promoviranje dijaloga na temu razvoja kulturnog sektora istočne Europe
Promoviranje daljnje suradnje između institucija u kulturi zemalja članica Europske unije uključujući institucije u kulturi i trećih zemalja





Reinterpretacija kulturne baštine i tradicije

Program je osmišljen na način da njegovih pet stupova objedinjuje praksu i istraživanje i udružuje različite suradnike i sektore koji će proizvoditi nove sinergije između tradicije i novina.

Zadar ima bogatu kulturnu baštinu koja je zastupljena kroz javne institucije kao što su muzeji, kazališta, knjižnice, arhivi i ostali. Njihov kulturni potencijal trebao bi se iskoristiti za reinterpretaciju povijesnih i tradicionalnih oblika u suvremene umjetničke izričaje. Ono se može učiniti spajanjem umjetnosti, znanosti, industrije i javnog sektora u projekte i stvaranjem novih sjecišta između tih sektora.

Pored toga, posebna pozornost posvetit će se obrazovnom sustavu kako bi se kreativnost integrirala unutar novih kurikulumu i nove neformalne obrazovne programe koji će privući, obrazovati i motivirati i mlade i umjetnike o tome kako koristiti umjetničke alate i oblike u povezivanju kulturne baštine i tradicije s novim, inovativnim i eksperimentalnim kulturnim izričajima.

Postupci koji će se poduzeti oblikovani su tako da omoguće tradicionalnim umjetnicima različitih usmjerenja, pa i onima svjetskih razmjera, da surađuju na međukulturnim projektima. Povećavanjem uvažavanja i sponzoriranjem istraživanja u razvoju novih alata i procesa, program ima za cilj pomaganje novim umjetnicima i novoj publici. Program također primjenjuje digitalne tehnologije na tradicionalnim oblicima, ali i gradi svoj sadržaj na očuvanju i širenju novih i inovativnih radova.

Pomoću projekata i javnih poziva motivirat će se predstavnici navedenih sektora da sudjeluju i daju svoj doprinos. Ono što se želi postići jest „hibrid“ staroga i novoga korištenjem novih tehnologija kako bi se odmaklo od već očekivanih tradicionalnih oblika.

Koristeći širok spektar umjetničkih grana i pristupa, umjetnici će imati priliku prilagoditi se odgovarajućim estetskim strategijama i temama iz povijesti grada Zadra i Europe, odnosno prilagoditi se tradiciji kako bi se razriješili suvremeni problemi i umjetnički prioriteti. To će biti učinjeno kroz razne inovativne umjetničke oblike inspirirane tradicijom i eksperimentiranjem s jezikom, glazbom, tipografijom, novim medijem, likovnom umjetnošću, arhitekturom, plesom, novim tehnološkim virtualnim turama i sličnim.

Kulturne osobitosti i glavni čimbenici koji čine kulturni identitet grada i njegove šire okolice prepoznatljivim mogu se svrstati u sljedeće skupine:

1. Urbani izgled grada kao kulisa novim i inovativnim izričajima

Poseban urbani izgled povijesnog centra grada određen je iznimno dobro očuvanim rimskim rasporedom ulica (decumanus / cardo), ostacima obrambenog sustava i brojnim drugim kulturno-povijesnim građevinama od kojih neke datiraju još iz antičkih vremena. Program omogućava da se stara gradska jezgra koristi kao pozornica na kojoj će se moći povezati „staro“ i „novo“. Izuzetne povijesne građevine, trgovci i područja poslužiti će kao izvor i ishodište kulturnog programa. Kultura će na ulicama poluotoka biti integrirana u svakodnevni život i mediteranski metež. Ulice, pročelja povijesnih građevina, kao i gradske zidine, poslužiti će kao „projekcijsko platno“ za mnogobrojne događaje i reinterpretacije tradicionalnih kulturnih oblika na nove načine. Parkovi, riva i tržnica bit će pozornica za izvedbu predstava, ulične umjetnosti, kazališnih predstava na otvorenom i drugo.

2. Djela kipara, arhitekata, slikara i zlatara

Istaknuti treba najprepoznatljivije zadarske spomenike: crkvu Sv. Donata sagrađenu na ostacima rimskog foruma, katedralu Sv. Stošije, crkvu i benediktinski samostan Sv. Marije, crkvu Sv. Šime, crkvu i franjevački samostan Sv. Franje i ostale. Dobar primjer njihove reinterpretacije bila je svjetlosna izložba „Around the World“ ili „Put oko svijeta“ postavljena u crkvi Sv. Donata u organizaciji dvaju hrvatska umjetnika u suradnji sa zadarskim arheološkim muzejom.

Poznata djela kipara i slikara skupa s drugim vrijednim umjetničkim djelima, poput Zlata i srebra grada Zadra, poslužiti će kao osnova za reinterpretaciju povijesnih vrijednosti, što će udahnuti novi život umjetničkim oblicima. Ti vrijedni radovi koristit će se kao paradigma za reinterpretaciju.

3. Novije umjetničke djelatnosti i kulturne atrakcije (fotografija)

Zadar ima dugu povijest fotografije te je prepoznat kao grad s bogatom fotografskom tradicijom na razini države. Fotografija je danas prisutna u svim modernim medijima i kao takva predstavlja nepresušan izvor kreativnosti i umjetničkog izražavanja. Fotografija treba poslužiti da ispriča nove priče o gradu kroz razne oblike, a uglavnom nove medije, digitalnu umjetnost, dizajn i slično.

4. Manifestacije

Danas postoje brojni aktivni zborovi, plesni ansambli i udruge koje se bave izvedbama u Zadru koje temelje svoje djelovanje na reinterpretaciji tradicionalnog glazbenog i scenskog izričaja. Bogata povijest otoka i zadarskog zaleđa nepresušan su izvor za nove nastupe i umjetničke oblike. Taj će se potencijal

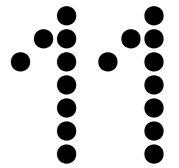
ubrzno preoblikovati u novi dizajn. Neki od primjera su sljedeći:

- ... jer glazba oplemenjuje! / ...jer glazba pokreće! Svojim ciklusima, manifestacijama, projektima i radionicama Koncertni ured Zadar zadovoljava potrebe širokog spektra publike – od učenika općih i glazbenih usmjerenja i studenata, preko glazbenih znalaca do brojnih gostiju grada Zadra. U koncertnoj sezoni 2016./2017. pokrenuli su dva programa pod nazivima „...jer glazba oplemenjuje!“ te „...jer glazba pokreće!“ s ciljem da infiltriraju lokalno stanovništvo u koncertni život grada. Tako Zadran i njihovi gosti imaju prilike prisustvovati „klubu u Kneževoj“, „plesu u Kneževoj“ i „mladima u Kneževoj“ kao potprogramima koji dodatno oplemenjuju već bogato pripremljeni sadržaj. Projekt „Glazba je u gradu!“ interdisciplinarno je događanje koje povezuje glazbu i arhitekturu. Glavna tema projekta povezivat će ove dvije umjetnosti korištenjem staroga, već znanog, kao i novih istraživanja nove scene i glazbene prilagodbe programa. Neiskorišteni dijelovi urbanog i živopisnog gradske jezgre – Kampo Kaštelo, Varoš i ostali dijelovi čija akustika tek treba biti istražena i doživljena, parkovi i vile – svi su oni mjesta koja će povezivati arhitekta i glazbenike koji će kroz zajednički rad i istraživanja učiniti Zadar pravim europskim gradom.
- Stari naspram novom pristupu Elektronička glazba, pokret, drama, likovne umjetnosti i slično impulsi su koji stvaraju nove umjetnosti na starim, tradicionalnim temeljima. *Stari obrasci s novim pristupom* projekt je koji na međunarodnoj razini objedinjuje stručnjake ranih oblika glazbe, muzikologe, povjesničare umjetnosti, redatelje, glumce, koreografe, plesače i druge umjetnike.
- Instalacije kao dijelovi urbanog prostora Arhitektonsko-umjetničke instalacije – Morske orgulje i Pozdrav suncu – proizvodi su moderne arhitekture u Zadru. Dvije navedene instalacije već su postale zadarski zaštitni znak i mogu poslužiti kao platforma za razne projekcije, plesne izvedbe i ostale vizualne umjetničke oblike. Takva arhitektura dodatno će oblikovati prostor i doprinijeti suvremenom urbanom aspektu grada.

5. Kulturne ustanove

Materijalna kulturna dobra i kapaciteti na raspolaganju su muzejima, kazalištima, knjižnicama, arhivima i drugima. Umjetnost nekih minulih vremena od izuzetne je vrijednosti i važnosti i čuva se u ustanovama gdje joj se dive milijuni ljudi. Ideja je „osloboditi“ umjetnička djela iz okova zatvorenog prostora kao što su muzeji, knjižnice, arhivi i slični i dati im „slobodu“.





Kapacitet grada Zadra za izvršenje programa

Pod kulturnu infrastrukturu koja se trenutno koristi za kulturne aktivnosti u Zadru i okolici uglavnom spadaju kulturni prostori kojima upravlja javni sektor. Javnim sektorom smatraju se one institucije koje su novčano potpomognute putem javnog financiranja. Izazov s kojim se Grad Zadar susreće jest taj da se na neki način potakne tradicionalne ustanove da izađu iz zone sigurnosti i udobnosti i otvore mjesto susretima u kojima se svi osjećaju dobrodošlo, sigurno i ugodno.

Vežano uz građevinsku infrastrukturu, u Zadru trenutno djeluje četiri muzeja s preko 200 000 posjetitelja godišnje. Osim toga, tu je i Stalna izložba crkvene umjetnosti (SICU) koja ima poseban status u gradu i otprilike 16 000 posjetitelja godišnje. Svi se oni nalaze u centru grada i postaju vrlo atraktivni za lokalno stanovništvo jednom godišnje, točnije kada spomenuti muzeji otvaraju svoja vrata na „Noći muzeja“.

- Postoje dva kazališna objekta u Zadru s vlastitom glumačkom postavom koji ukupno broje 46 zaposlenika. Hrvatsko narodno kazalište Zadar može ugostiti 712 posjetitelja za vrijeme jedne predstave, a u 2014. godini 35 407 posjetitelja pogledalo je 111 predstava. U usporedbi s podacima iz 2015. godine, sa sigurnošću možemo zaključiti da, usprkos gospodarskoj krizi, zanimanje građana za kazališnim predstavama ostalo je na istoj razini kao i godinu prije toga.
- Kazalište lutaka Zadar je objekt s brojnim sadržajima za ukupno 286 posjetitelja. Prema podacima iz 2016. godine, kazalište je održalo 188 predstava i ugostilo 19 494 posjetitelja. Tijekom ljetne sezone, ne samo da su bili domaćini raznim festivalima i događanjima koje su organizirale neprofitne udruge u kulturnom sektoru, već su u lipnju 2017. godine bili domaćini 26. Susreta lutkara i lutkarskih kazališta iz Hrvatske. Ta ljetna događanja često su organizirana na različitim otvorenim prostorima i pokazuju kako postoje brojne "pasivne" lokacije u gradu. Program namjerava "oživjeti" navedene lokacije i učiniti svako korištenje prostora društveno korisnim.

Mali zahvati u različitim gradskim četvrtima mogu promijeniti svrhu napuštenih objekata i učiniti ih atraktivnijima. Ulični umjetnici i arhitekti će biti pozvani da sudjeluju u tim zahvatima. Svi oni, ali i brojni drugi, podržat će inicijativu jer se, kako na izravan, tako i na neizravan način, ona odnosi na njih.

Grad ima razne prostore i objekte koji se razlikuju po svojoj namjeni. Međutim, osim kazališta i galerija, u Zadru se za različita događanja koriste i rekreacijski centri. Sportski centar Višnjik, primjerice, najveći je od svih i može ugostiti više od 8000 osoba. Centar je ugostio nekolicinu velikih događanja poput carskog ruskog baleta, opernih i koncertnih izvedbi i sličnoga. Ipak, većina kulturnih projekata velikih razmjera koristi povijesne gradske znamenitosti kao osnovu za umjetničko izražavanje. Na neke bivše industrijske objekte može se gledati kao na kreativna čvorišta koja se mogu koristiti u sklopu ovog programa.

Jedan od kulturnih infrastrukturnih projekata koji je od posebne važnosti za kulturni razvoj Grada Zadra jest projektna renovacija kulturno-povijesnog kompleksa Kneževa palače, koja je svoja vrata otvorila u veljači 2017. godine. Projekt je financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj i uključivao je renoviranje i opremanje kulturnog kompleksa u samom centru grada, razvoj strategije kulturnog turizma i stvaranje novih kulturno-turističkih ponuda. Drugi veliki i važan projekt je obnova parka utvrde Citadela, koji će biti obnovljen i prenamijenjen u pozornicu na otvorenom, odnosno u ljetno kino sa svim potrebnim sadržajima za provođenje kulturnih programa na otvorenom, što uključuje predstave, koncerte ili manifestacije koje će poboljšati kulturnu i turističku infrastrukturu u gradu Zadru.

Kao kapitalni projekt navodi se projekt uspostave novog Centra za mlade koji će podržati i olakšati rad nezavisne kulturne scene i mladih kreativaca u gradu. Ovaj projekt obuhvaća uspostavu platforme za integraciju mladih u društvo putem aktivnog građanstva, kulture i kreativnosti. Sadržaj budućeg centra zahtijevao bi, između ostalog, provedbu programa nezavisne kulture i kulture mladih, koordinaciju i provedbu udomljenja lokalnih i stranih umjetnika, volontera i stručnjaka u području nezavisne kulture i mladih.

Strateški projekt razvoja Centra za kreativne industrije u Zadru je podržan nacionalnim sredstvima i odnosi se na uspostavljanje interaktivnog prostora za promicanje kreativnih industrija, obuku na temu kreativnih industrija i podršku inovacijama i kreativnosti. Projekt će stvoriti uvjete za razvoj filmskog sektora i sektora kreativnih industrija koji su prepoznati kao sektori koji imaju značajan potencijal za razvoj. Osim navedenih uvjeta, stvorit će se i uvjeti da se iznjedri visoko kvalitetna ponuda i uslužne djelatnosti unutar kulturnih i kreativnih industrija.

Još jedan važan kulturni projekt bila je i obnova kulturno-povijesnog kompleksa, odnosno palače, Cedulin i njena prenamjena u turistički informativni centar (TIC) gdje se nije radilo samo o obnovi, već i o opremanju novonastalog centra za informiranje posjetitelja o turističkoj ponudi grada Zadra i šire okolice.

Strateški projekt financiran iz IPA programa Jadranske prekogranične suradnja nazvan HERA (Upravljanje održivim turizmom zasnovanim na zajedničkom kulturnom nasljeđu Jadrana) također je jedan od važnijih kulturnih projekata koji uključuje obnovu povijesnog kompleksa gradskih zidina kao i osnivanje novih kulturno-turističkih puteva na Jadranu, stvarajući tako brend kulturnih ruta i promičući zadarsku kulturu.

Navedeni projekti bitni su čimbenici u strategiji kulturnog razvoja grada Zadra. Pripremajući i provodeći ove strateške kulturne projekte, Grad potvrđuje svoj strateški cilj koji se odnosi na infrastrukturnu potporu kulturnog razvoja Zadra. Ovi projekti, baš kao i postojeće bogato kulturno nasljeđe i budući infrastrukturni zahvati, zasigurno će ostvariti pravo da se Zadar proslavi kao kulturno središte jadranske obale. Osim gradskog, nacionalnog ili europskog novca, namjera je pobuditi i inicijative za javno-privatnim partnerstvom koje će pomoći u razvitku novih kulturnih infrastruktura i sadržaja. Kako javna sredstva blijeđe, tvrtke bi trebale ispuniti financijske rupe potrebne za stalni rad kulturne djelatnosti. Partnerstvo podrazumijeva drugačiji odnos između privatnih sredstava i kulture. Ono može poprimiti različite oblike sudjelovanja privatnog sektora u kulturi. To potencijalno uključivanje privatnog sektora u kulturu može se očitovati u sponzorstvu i dobrotvornim organizacijama ili putem javno-privatnih partnerskih projekata.

Imajući u vidu da je u posljednjih nekoliko godina društvena odgovornost više bila društveni problem, koristit ćemo različite modele za početak novog partnerstva s poslovnim sektorom. Simbolični značaj administrativnih poticaja je vjerojatno važnije od njihovog gospodarskog učinka na tvrtke i pojedince. Takva vrsta privatnog partnerstva zaslužuje posebnu pažnju, pa je stoga Grad Zadar stvorio takve odnose koji će biti ojačani kroz vrijeme sa zajedničkim ciljem razvoja novih kulturnih infrastruktura i sadržaja u gradu Zadru i općenito kulturnog prosperiteta grada.

Naziv projekta i kratki opis	Program	Vrijednost projekta (EUR)
1. „Obnova i turistička valorizacija kulturno povijesnog kompleksa Kneževa palače“ <ul style="list-style-type: none"> Rekonstrukcija i opremanje kulturnog kompleksa u samom centru grada; Strateški razvoj kulturnog turizma; Stvaranje dva nova kulturno-turistička proizvoda 	OP Regionalna konkurentnost 2007.-2013.; Poslovna infrastruktura	5.000.000,00
2. „Coworking – Innovation through collaboration“ <ul style="list-style-type: none"> Rekonstrukcija i opremanje novog centra za poduzetnike i kreativce; Edukacije za aktere kreativnih industrija; Promidžba kreativnih industrija 	OP Regionalna konkurentnost 2007.-2013.; Poslovna infrastruktura	750.000,00
3. „Preuređenje i prenamjena palače Cedulin u turističko-informativni centar“ <ul style="list-style-type: none"> Rekonstrukcija i opremanje novog centra za informiranje zadarskih posjetitelja o turističkoj ponudi grada 	Programi Ministarstva turizma RH i Ministarstva kulture RH.	1.000.000,00
4. „HERA (Upravljanje održivim turizmom zasnovanim na zajedničkom kulturnom nasljeđu Jadrana)“ <ul style="list-style-type: none"> Uspostavljanje novih jadranskih kulturno-turističkih ruta; brendiranje ruta 	IPA Jadranska prekogranična suradnja	8.842.602,24
Planirani projekti		
5. „Citadela – perivoj kulture“ Revitalizacija parka oko utvrde Citadela kao kulturne oaze grada Zadra namijenjena kulturnim događanjima i raznim drugim sadržajima turizma)	Fond Ministarstva turizma RH (Strategija razvoja hrvatskog turizma)	cca 1.600.000,00
6. „Centar za mlade“ <ul style="list-style-type: none"> Uspostavljanje platforme za integraciju mladih kroz aktivno sudjelovanje u građanskim pitanjima te pitanjima kulture i kreativnosti. Sadržaj budućeg centra uključivao bi, između ostalog, provođenje programa nezavisne kulture i kulture za mlade te koordinaciju i provođenje programa za dovođenje međunarodnih umjetnika, volontera i stručnjaka u području nezavisne kulture i mladih. 	ERDF	cca 5.000.000,00
7. Projekt „Inkluzija i igra“ („Inclusive play“) <ul style="list-style-type: none"> Razvoj novog modela socijalne usluge za pomoć djeci s poteškoćama u razvoju kroz jačanje kapaciteta zajednice za pružanje novih terapijskih metoda i praksi i poticanje kreativnosti i igre. 	Interreg IPA CBC Hrvatska – Bosna i Hercegovina – Crna Gora	877.599,05
8. „Rekonstrukcija gradske tržnice“ <ul style="list-style-type: none"> Projekt se odnosi na očuvanje tradicionalnih obrta i autentičnost grada Zadra i zadarske regije tako što će se obnoviti gradska tržnica kao i tradicionalna mjesta javnih okupljanja i turističke atrakcije. 		500.000,00
9. „Rekonstrukcija gradskih zidina“ <ul style="list-style-type: none"> Zbog izrazito atraktivnog položaja i bogata zelenilom, gradske zidine su iznimno zanimljivo turističko mjesto, šetnica, prostor za rekreaciju i organiziranje brojnih kulturnih i uličnih događanja. 	ERDF	cca 4.000.000,00 kn
10. „Rekonstrukcija Providurove palače i osnivanje Centra baštine“ <ul style="list-style-type: none"> Organizacija i poboljšanje sustava promidžbe i očuvanja kulturne baštine zadarske regije na način da se osnuje regionalni kulturni centar i organiziraju relevantne kulturne manifestacije 	ERDF	15.000.000,00
11. „Centar za kreativne industrije i Poslovni inkubator“ <ul style="list-style-type: none"> Projekt se usredotočuje na poboljšanje poslovnog okruženja za lokalne male i srednje poduzetnike tako što pruža prostor i platformu za kreativno izražavanje i razvoj. 	ERDF	2.500.000,00

Povezanost Zadra s ostatkom svijeta

Prijevoz

Zračna luka Zadar nalazi se u Zemunik Donjem i u neposrednoj je blizini autoceste A1 Zagreb-Split, izlaz Zadar 2. Ono je udaljeno svega 8 kilometara od centra Zadra i važna je poveznica sjeverne Dalmacije s Likom i ostatkom Hrvatske, odnosno svijeta. Croatia Airlines, nacionalna zrakoplovna kompanija, povezuje Hrvatsku izravnim letovima s brojnim europskim destinacijama. U suradnji sa svojim partnerima, Croatia Airlines omogućuje svojim putnicima da putuju do odredišta diljem svijeta. Tako od travnja do studenog, Zadar ima izravne letove prema: Londonu, Manchesteru, Bristolu, Glasgowu, Dublinu, Barceloni, Parizu, Marseilleu, Bruxellesu, Luxemburgu, Bernu, Beču, Milanu, Rimu, Berlinu, Frankfurtu, Munichenu, Stuttgartu, Karlsruheu, Kolnu/Bonnu, Duesseldorfu, Hamburgu, Copenhagenu, Gothenborgu, Stockholmu, Varšavi te Zagrebu i Puli.

Do Zadra se lako može doći na tri načina: kopnom, morem i zrakom. Sa svojom dobro izgrađenom infrastrukturom, izravno je povezan s ostalim većim hrvatskim gradovima kao što su Zagreb, Rijeka, Split i Osijek. Izvrsna povezanost osigurava siguran i jednostavan dolazak. Primjerice, iz Zagreba ili Rijeke se do Zadra, koristeći autocestu A1 Zagreb-Split, može doći za manje od 3 sata. Redovne međunarodne au-

tobusne linije spajaju Hrvatsku s Austrijom, Italijom, Mađarskom, Francuskom, Njemačkom, Bosnom i Hercegovinom i drugima. Hrvatska također ima izrađenu kvalitetnu mrežu nacionalnih autobusnih linija koje dosežu i do najmanjih mjesta na obali.

Dovoljan broj parkirnih mjesta za autobuse čini Zadar dostupnim za velike skupine turista koji posjećuju izložbe, povijesno nasljeđe i ostale kulturne znamenitosti. Grad, kao institucija, u narednih će nekoliko godina predstaviti nove mjere koje bi trebale poboljšati iskustva onih posjetitelja koji u grad dolaze vlastitim prijevozom.

Pronalaženje rješenja problema gradskog prijevoza za vrijeme i nakon projekata velikih razmjera predstavlja izazov i uspjeh u isto vrijeme, budući da većina događanja ovisi o javnom prijevozu. Primjerice, problem otočne povezanosti utječe na organizaciju kulturnih događanja. Grad sustavno radi na poboljšanju prometnog sustava kako bi se osigurala fleksibilnost, održivost te siguran i pristupačan transportni sustav. Po pitanju prijevoza, a zbog veličine grada i njegove povezanosti s otocima, zaleđem te ostatkom države i Europe, odnosno svijeta, svi zainteresirani bit će uključeni u planiranje.



Smještaj

Hotelski i privatni smještajni kapaciteti odgovaraju trenutnoj potražnji tijekom turističke sezone. Pod turističke smještajne kapacitete u Zadarskoj županiji spadaju hoteli, turistička naselja, kampovi, hosteli, privatni smještaj i ostali kategorizirani objekti kao i odmarališta i ostali nekategorizirani objekti.

Prema statističkim podacima Turističke zajednice Zadarske županije iz 2017. godine, Zadarska županija ima ukupno 55 hotela od kojih većina ima 4 zvjezdice. U međuvremenu hoteli s 2 zvjezdice su u padu, a hoteli s 4 zvjezdice u primjetnom su porastu. Međutim, Zadarskoj županiji potrebno je hotela s 5 zvjezdica koji bi privukli nove posjetitelje i produljili sezonu.

Privatni smještaj broji preko 30 000 objekata s preko 90 000 kreveta. Zadarska županija ima 5 turističkih naselja, 322 kampirališta, kamp sela i kamp odmorišta te 16 hostela na raspolaganju. Općenito, najveći udio smještajnih kapaciteta čine oni s 3 zvjezdice, s izuzetkom kampova koji uglavnom imaju smještajne kapacitete s 1 zvjezdicom.





Izgradnja publike

Zadar je grad koji se treba pobrinuti o uključenosti mladih u područje kulture i njezinih programa. Uključenost podrazumijeva udruge mladih što će potaknuti aktivizam i građansku svijest među mladmom populacijom te posebne animacijske aktivnosti da se motivira mlade da se okrenu području kulture i u njoj volontiraju. Sve navedeno približit će mladima vrijednosti kulturnih razlika.

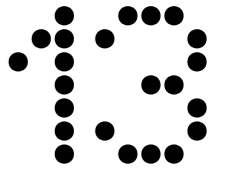
Proširivanje publike ovisi o dostupnosti kao i o komunikaciji i zanimanju za širi program događanja i festivala u rasponu od međunarodnih kulturnih aktivnosti do festivala lokalne zajednice.

Zadru su potrebni različiti europski projekti unutar obrazovnih institucija kako bi se započelo s međunarodnim projektima koji se odnose na djecu, učenike i mlade ljude. Ono treba promicati mogućnosti za učenje, poučavanje, obuku, međunarodnu razmjenu i međunarodno umrežavanje.

Kulturno obrazovanje u osnovnom i srednjoškolskom obrazovnom kurikulumu ne obuhvaća ključne kompetencije o razvoju kulturne svijesti i izražavanja u onoj mjeri u kojoj bi trebalo. Kulturne ustanove trebaju razviti intenzivniju komunikaciju s dječjim vrtićima i školama da povećaju zanimanje za kulturu već od ranije dobi, kao što je to trend u ostatku Europe. Kroz mnoštvo vannastavnih aktivnosti i pilot projekata, kao što je kreativna škola, mladi bi se trebali upoznati s pojmovima kao što su urbana umjetnosti, stvaranje stripova, izrada filma ili videa i mnogim drugim. Takva vrsta iskustva omogućila bi im da postanu ključni dio našeg kulturnog razvitka. Vannastavne aktivnosti koje pružaju intenzivno učenje i razmjenu iskustava značajno bi smanjili jaz između djece iz depriviranih sredina i njihovih vršnjaka s boljim društvenim položajem.

Ono što je Zadru potrebno je čvrst okvir za međunarodnu razmjenu umjetnika koji će donijeti korist svim zainteresiranim stranama: umjetnicima i kulturnim stručnjacima, lokalnim samoupravama i drugim ustanovama, publici i društvu općenito.

Za mnoge umjetnike i kulturne stručnjake diljem Europe, razmjena je sastavni dio njihovog radnog vijeka. Međunarodni programi razmjene povećavaju mogućnost za kreativne susrete, profesionalni razvoj, pristup novim tržištima, suradnju i inovacije. Kruženje umjetničkih djela doprinosi razmjeni vrijednosti i kreativnosti, proširenju publike i distribuciji kulturnih dobara i usluga daleko od mjesta njihovog nastanka, odnosno van nacionalnih granica. Grad Zadar mora podržati razmjenu kako bi proširio kulturnu suradnju i umjetnički doprinos na nacionalne i lokalne umjetnike i kulturne ustanove. Osim toga, međunarodno kruženje umjetnika i njihovih radova proširuje publiku. I odlazna i dolazna razmjena potrebne su kako bi se osigurale navedene pogodnosti.



Upravljanje

Godišnji gradski proračun za kulturu unazad 5 godina

Tijekom posljednjih nekoliko godina, postotak namijenjen kulturnim aktivnostima varirao je uslijed gospodarske krize. Iz proračuna su se financirali razni kulturni programi i aktivnosti koje su predložile kulturne ustanove poput muzeja, knjižnica, kazališta te umjetnici, poduzetnici i mnogi drugi. Kao što je prikazano, prosječni postotak uložen u kulturne aktivnosti do 2015. godine iznosio je oko 5,56% od ukupnog godišnjeg gradskog proračuna. U 2016. godini dolazi do znatnog povećanja izdvajanja novčanih sredstava za kulturne aktivnosti, bez obzira na činjenicu da je hrvatska vlada znatno smanjivala proračun.

Godina	Godišnji gradski proračun za kulturu (EUR)	Godišnji gradski proračun za kulturu (u postotcima od ukupnog godišnjeg proračuna)
-5 2012	2.676.474	5,94%
-4 2013	2.512.646	5,51%
-3 2014	2.712.573	5,33%
-2 2015	2.707.026	5,46%
-1 2016	6.155.648	11,8%

Navedeni iznos ne pokriva investicijske projekte vezane uz kapitalnu kulturnu infrastrukturu s obzirom da su ti projekti bili ili se još uvijek provode od strane drugih upravnih odjela Grada Zadra. Primjerice, projekt obnove Kneževe palače bio je odrađen unutar djelokruga Upravnog odjela za EU fondove Grada Zadra, no Palača će se koristiti za kulturne svrhe. Grad je do sada uspješno koristio sredstva iz fondova Europske unije s ciljem poboljšanja kulturne infrastrukture i namjerava isto činiti i u narednim godinama.

Strategija prikupljanja sredstava

Grad Zadar tražit će novčanu potporu za pokrivanje operativnih troškova kroz primjenu i provedbu brojnih projektnih ideja koje će se primjenjivati kroz programe poput Erasmus+, Kreativna Europa, Europa za građane, Horizon 2020 i drugi. Različite kulturne aktivnosti koje se planiraju bit će uobličene po modelu projektnih prijedloga i primjenjivane na odgovarajuće, gore navedene programe.

Grad Zadar tražit će novčanu potporu za pokrivanje kapitalnih ulaganja kroz primjenu i provedbu brojnih projektnih ideja koje će se primjenjivati kroz fondove kao što su Europski socijalni fond (ESF), Europski fond za regionalni razvoj (ERDF), Kohezijski fond (CF), ali i nacionalne fondove. Grad Zadar ima bazu projekata koji se dotiču strukturnih, kohezijskih i nacionalnih fondova i bazu projekata koji su već u provedbi, a koji su nositelji za ostvarivanje strateškog cilja jačanja kulturnog razvoja i napretka Zadra. Također, javno-privatna partnerstva (JPP) predstavljaju obećavajuću budućnost financiranja kulture u Europi.

Privatni sektor već je spreman za financiranje kulturnih projekata i događanja, kao i pronalaženje novih sponzora (domaćih i međunarodnih), donacija, društvenih inicijativa („crowdfunding“) i svih drugih koji bi novčano ili na koji drugi način doprinijeli ostvarenju zajedničkog cilja.

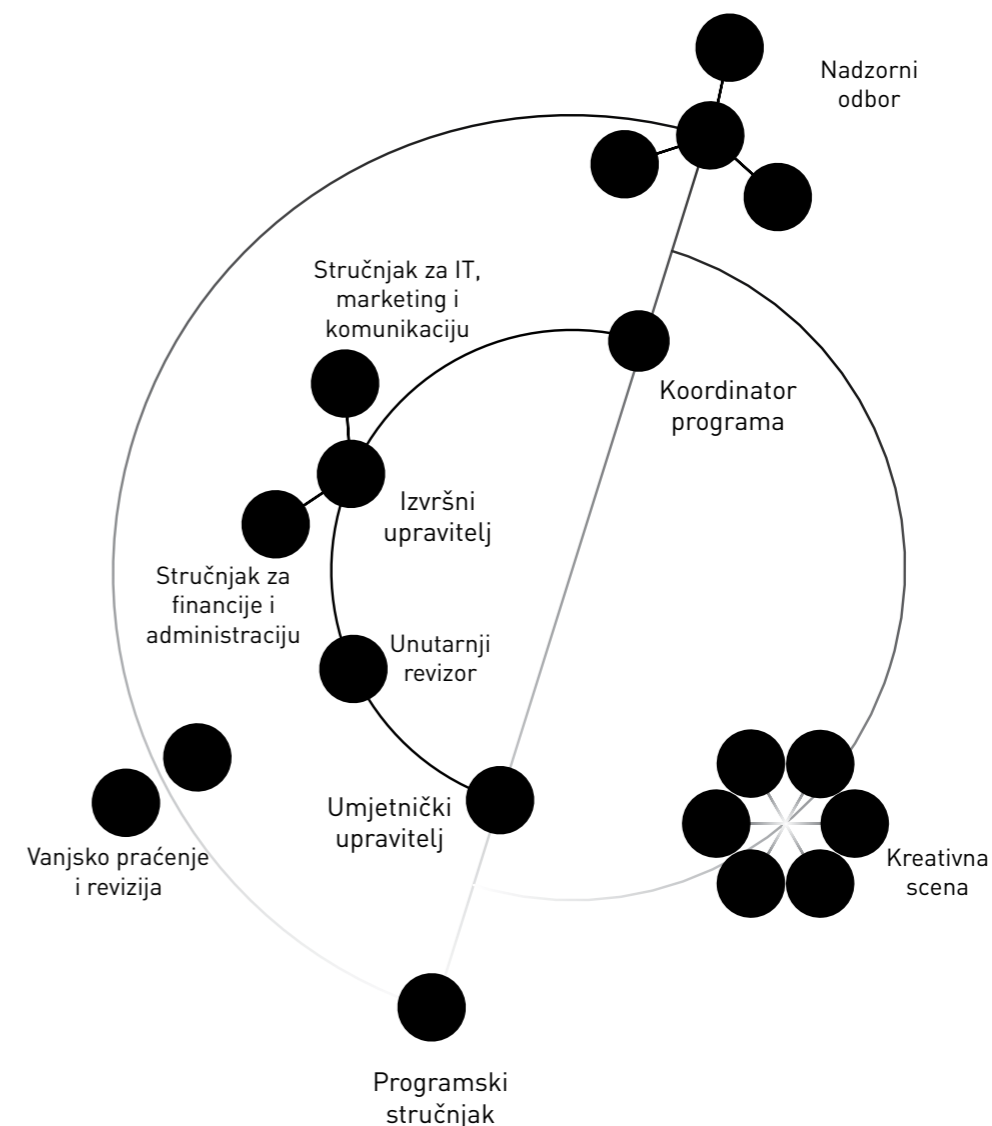
Svjedočimo blagom porastu privatnih sponzorstva i donacija unutar kulturnog sektora, posebice u određenim dijelovima poput koncerata, festivala i sličnoga. Nema sumnje da se velika većina ponuda koje dolaze iz privatnog sektora odnose ili temelje na domaćim i stranim posjetima, što ukazuje na to da sudjelovanje i poticanje razvoja kulture tijekom cijele godine rezultira povećanjem poslovanja.

Kroz razvijanje partnerstva s privatnim sektorom, može se osigurati financijska sposobnost i podići svijest o važnosti uključivanja naših građana i poduzetnika u kulturni život grada. Pored novčane potpore, važno je i ostvariti nenovčanu potporu, kao što je volontiranje. Stvaranjem mreže različitih interesnih skupina, uključujući kulturni i društveno-ekonomski sektor, medije i lokalnu zajednicu, pojavili bi se novi oblici financiranja i nove inicijative. Pristup „znati kako“ može se primijeniti edukacijom dionika o različitim načinima kako osigurati novčana sredstva za vlastite inicijative. Ove edukacije dovode do stvaranja brojnih kulturnih projekata koji će osigurati dugoročnu održivost i razvoj kulturnog sektora na širem području.

a. Organizacijska struktura

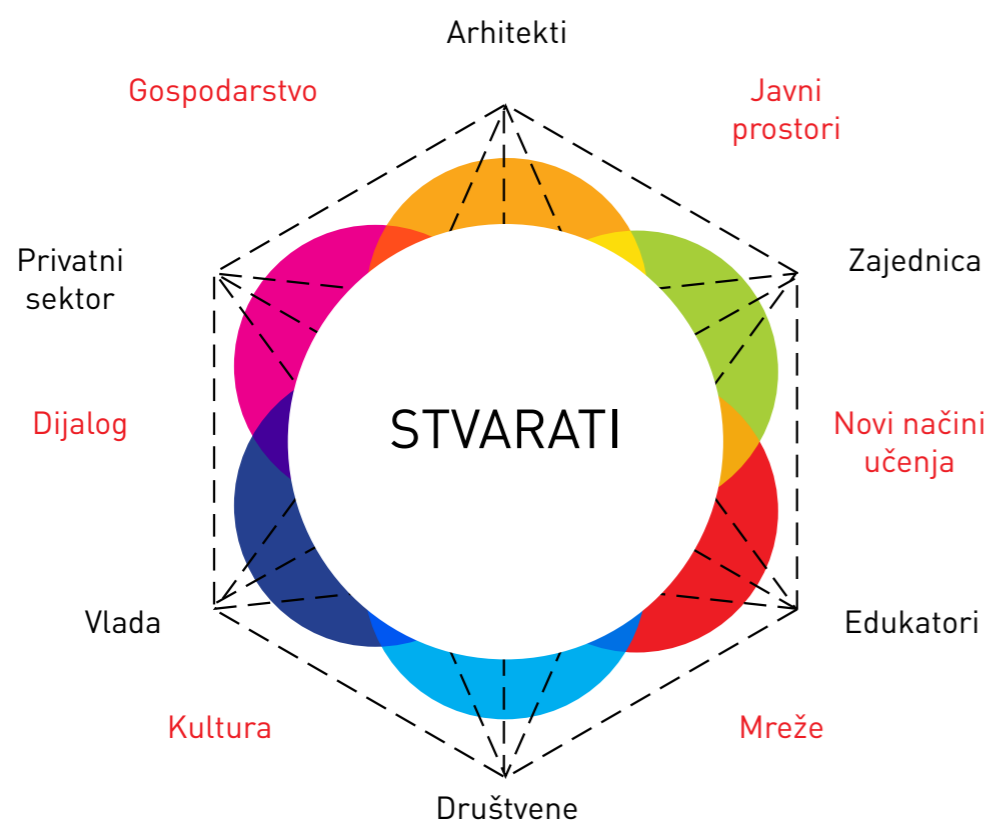
Kako bi se ostvarilo što više zacrtanih ciljeva programa potrebno je osigurati jasan sustav upravljanja provedbom istoga. U prikazu ispod nalazi se prijedlog za upravljanje programom proizašao iz prijave na natječaj za Europsku prijestolnicu kulture koji je sada modificiran sukladno potrebama za provedbu navedenog programskog okvira.

Ključan dio je komunikacija, pogotovo jer ta struktura potiče timski rad gdje svi uključeni u proces rade ka postizanju zajedničkih ciljeva i rezultata.



Suradnja između lokalnih čimbenika odgovornih za provedbu programa

Aktivnosti organizirane oko kulturnih ustanova često zahtijevaju suradnju s lokalnom upravom. Ovakvo povezivanje od posebne je važnosti kada se financijski čimbenici uzimaju u obzir, prilikom čega se misli na raspoloživa sredstva i važnost kulturnog sudjelovanja građana općenito. Suradnja između lokalnih dionika obično se očituje u redovitim sastancima i evaluaciji napretka određenih projekata i događanja. Također, radne grupe sastoje se od ljudi koji dolaze iz različitih upravnih odjela, općina i regija koji se sastaju kako bi raspravili o određenim temama (kulturnom programu, komunikacijskoj strategiji itd.) ili postojećem problemu. Upravljački tim i lokalna uprava zajednički će biti odgovorni za upravljanje kulturnim programom.



Osim uprave, županija i općina, i drugi dionici također mogu ulagati u ovakav pristup kulturi. Stoga, održiva komunikacija i proaktivni pristup razvoju kulturnog programa dovest će do novih ideja i novih sudionika s vlastitim ciljevima i financijama.

b. Planiranje nepredviđenih okolnosti

Zadatak identificiranja rizika, koji se može pojaviti za vrijeme planiranja ili provedbe projekata ili događanja, prvi je korak ka osvještavanju mogućnosti takvih projekata i prepoznavanju dijelova koji se mogu poboljšati unutar operacija i programa. Ti mogući rizici koji se mogu pojaviti prikazani su u sljedećoj tablici:

Mogući rizik	Rješenja	Vjerojatnost pojavljivanja (V/S/M)	Utjecaj na projekt (V/S/M)
1. Suradnja između projektnog tima, partnera i drugih dionika nije zadovoljavajuća	Aktivno sudjelovanje svih partnera u pripremi projekta; Određivanje jasnih ciljeva i uloga partnera u projektu; Širenje informacija zainteresiranim stranama o svrsi i koristima suradnje na aktivnostima u projektu	M	M
2. Promijenjeni stavovi glavnih dionika glede projekta	Usmjerenost na rezultate, zajedničke interese i motivaciju	M	M
3. Nedovoljno osposobljeno osoblje koje utječe na provedbu projekta	Analiza tržišta i potencijalnih kandidata; Osigurati dovoljno vremena za odabir kandidata; Suradnja s iskusnim međunarodnim kulturnim stručnjacima	M	M
4. Nedovoljno zanimanje zajednice da sudjeluje u radnim skupinama i radionicama	Obavijestiti zajednicu na vrijeme o aktivnostima i inicijativama; Sve partnerske institucije obratit će se lokalnim zajednicama i potaknuti ih na sudjelovanje	M	S
5. Nedovoljan broj volontera za dobrovoljne inicijative	Kontaktirati Volonterski centar i na vrijeme najaviti potrebu za volonterima	S	S
6. Slabo zanimanje poduzetnika, nezaposlenih i drugih za uključivanje u projektne aktivnosti	Oglašavanje putem medija, stručnih udruga, susreta i sl.; Prepoznavanje i kontaktiranje potencijalnih sudionika, Prezentiranje prednosti sudjelovanja u projektu	M	M
7. Loša kvaliteta vanjskih suradnika koji utječu na provedbu projektnih aktivnosti	Analiza tržišta i određivanje kvalitete usluga, Dodatna provjera dostupnosti europskih stručnjaka prije sklapanja ugovora o pružanju usluga	M	M
8. Neuspješna promidžba – informacije nisu došle do ciljanih skupina i šire javnosti	Pripremiti promotivne materijalne koji će sadržavati dinamiku i raznovrsnost planiranih aktivnosti, koristiti različite promotivne kanale, angažirati relevantne dionike kao ambasadore projekta, osigurati prisutnost medija za ključna događanja u projektu	M	S
9. Nedostatak novčanih sredstava	Istražiti dodatne izvore financiranja na način da se stvori financijski plan na početku projekta	M	V

Imajući na umu moguće rizike za vrijeme provedbe koordinacijski tim će biti u stanju prepoznati pojavu tih rizika i brzo reagirati kako bi umanjili njihov utjecaj na projekte.

Glavne prednosti programa

Dugoročni pristup

Cilj ovog programa je stvaranje dugoročnih utjecaja kako bi, ne samo obrazovali mlade ljude da stvaraju i razvijaju nove ideje i inicijative, već i poticali poduzetničke aktivnosti tako da ti ljudi predstavljaju stabilnu i stručnu podlogu za budući razvitak grada.

Izgradnja kapaciteta i održivost

Postojanje brojnih kulturnih i umjetničkih organizacija, duga tradicija izvaninstitucionalne kulture kao i prisutni entuzijazam i motivacija predstavnika kreativne scene pridonose i naglašavaju potrebu za daljnjim kulturnim razvojem. Nacionalne manjine također pokazuju zanimanje za dodatnim kulturnim događanjima na kojima bi predstavljali svoje nasljeđe i inicijative. Nadalje, u Zadarskoj županiji postoji velik broj udruga za osoba s invaliditetom koji žele više programa u kojima mogu sudjelovati s posebnim naglaskom na djecu s teškoćama u razvoju. Mlađe generacije školovanih profesionalnih umjetnika i njihova spremnost za međusobnim povezivanjem i suradnjom osigurat će održivost ovog procesa promjene i razvojnih procesa u budućnosti.

Infrastruktura

Bogata kulturna baština, gradske zidine, kazališta, muzeji, brojni parkovi i slično samo jačaju različite kulturne utjecaje na grad i regiju. Razvijene mreže između obrazovnih institucija – osnovnih i srednjih škola te Sveučilišta – nastavljaju poboljšavati i kulturno obogaćivati naše obrazovne programe. Gradska knjižnica je uspješan primjer mjesta društvenih okupljanja u kojemu se pokrenuo niz uspješnih samostalnih kulturnih manifestacija poput Zadar snova, KaLibar bestival, KwartArt i dr.

Podrška

Kulturni projekti objeručke su prihvaćeni od strane šire javnosti te uživaju podršku svih relevantnih institucija, agencija i udruga u gradu. Ta potpora koju kulturni projekti i događanja imaju, odraz je želja ljudi za pozitivnim promjenama i poboljšanjima u budućnosti.

Motivacija

Svatko tko je uključen u organizaciju kulturnih događanja i manifestacija u gradu, kao i u ostalim kulturnim projektima motiviran je za stvaranje pozitivnih promjena i utjecaja na živote stanovnika grada i šire okolice. Isto tako, svatko tko je na bilo koji način uključen u spomenute procese nauči štošta novoga, proširi vidike i raduje se podijeliti svoje znanje s velikim brojem ljudi.

Glavni nedostaci programa

Kao i svaki drugi, i ovaj program ima svoje slabosti i svoje nedostatke koje se moraju ustanoviti i o kojima se mora baviti kako bi se uspješno ostvarili zadani ciljevi. Prva i najveća slabost su ograničeni gospodarski kapaciteti, odnosno još nedovoljno prebrođena gospodarska kriza koja na mnoštvo načina ograničava resurse i usporava cjeloviti razvoj i investicije.

Zbog oslanjanja na proračunske izvore financiranja i nemogućnosti financijske samoodrživosti, kulturni sektor nedovoljno je razvijen. To je dijelom i rezultat nedovoljnog znanja i korištenja zakonskih okvira prilikom zapošljavanja u nezavisnom kulturnom sektoru. Naposljetku, još uvijek nije prisutna dovoljno razvijena komunikacija između različitih interesnih skupina, na čemu se treba posebno raditi u narednom razdoblju.

Zemljopisni položaj Zadra uvelike stvara mogućnosti za jačanjem veza između gospodarskog i kulturnog sektora s drugim državama članicama Europske unije, što može imati veliki utjecaj na obnovu građanskog identiteta, otvaranju grada prema van i razvoju klime pogodne za multikulturalizam.

Ulaganja u infrastrukturu, obnova zapuštenih javnih prostora i stvaranje planova razvoja okolnih općina do 2020. godine bit će sufinancirani iz fondova Europske unije. To daje dionicima priliku da prenamijene potrebnu infrastrukturu za kulturne svrhe sa zajedničkim ciljem održavanja ravnoteže društvenog razvoja, obrazovanja javnosti s različitim umjetničkim oblicima, promidžbe volonterskog rada u javnom sektoru, oživljavanja bogate kulturne tradicije i očuvanja bogatstva dijalekata koji obilježavaju grad, otoke i širu regiju. Strateški razvoj kulturnog programa smanjit će percepciju sezonalnosti kulturnih događanja vezano za razvoj turizma u ovom podneblju.

Organiziranjem sastanaka i konferencija s različitim temama i s različitim radnim grupama, dionici će steći nova znanja, vještine i saznanja o različitim komunikacijskim alatima, što će im pomoći da ostvare zajedničke ciljeve. Drugačiji pristupi izvorima financiranja, obrazovnim procesima i urbanoj obnovi uz sudjelovanje zajednice dovest će do smanjivanja mogućih rizika. Proces pretvorbe slabosti u snage osigurat će budući kulturni razvoj i prosperitet grada.

Marketing i komunikacije

Program nalaže da je sada najbolje vrijeme za ponovno promišljanje i stvaranje boljeg i pravednijeg društva koje se osjeća slobodnim imati različite stavove, misli o sebi i drugima, društva koje ima snagu i koje ciljano reagira na probleme koji ih obuzdavaju, zatvaraju i čine nesretnim.

Pet glavnih stupova ovog programa zajedno čine polazište građanima da reagiraju, sudjeluju i budu svjesni da su oni ti koji su važni i odgovorni za implementaciju istih. Zamah cijelog pokreta odnosit će se na stupove umjetničkog karaktera, njihovu dinamiku i poziv na akciju i buđenje.

Hoće li program uspjeti ovisi o volji i želji građana, institucija, udruga i drugih da doprinesu ostvarenju ciljeva programa, a kako bi se ciljevi postigli, važno je promicati program na način da je svatko upoznat s njegovim sadržajem. Razlozi zašto je važno promicati ovaj programa su sljedeći:

Ciljevi komunikacijske i marketinške strategije:	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Brendirati Zadar kao međunarodnu kulturnu destinaciju ❷ Potaknuti zajednicu na aktivno sudjelovanje u kulturnom programu ❸ Promijeniti način na koji građani vide vlastiti grad i regiju ❹ Produbiti europski identitet ❺ Osvijestiti građane o važnosti umjetnosti i kulture u svakodnevnom životu, socijalnoj uključenosti i cjeloživotnom učenju
Ciljane skupine (publika):	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Javnost (građani, volonteri, turisti, veleposlanici) ❷ Kulturni sektor (umjetnici i kulturna scena – domaći i međunarodni) ❸ Privatni sektor (sponzori, donatori, turistički sektor, <i>start-up</i> i dr.) ❹ Socijalni sektor (udruge za osobe s invaliditetom i starije osobe) ❺ Obrazovne institucije (osnovne i srednje škole, privatne škole, Sveučilište) ❻ Mediji (lokalni, nacionalni, međunarodni) ❼ Partneri (općine, gradovi, države, poduzetnici, udruge i dr.)
Komunikacija i marketinški alati:	<ul style="list-style-type: none"> ❶ internet Bez sumnje, najbolji način komunikacije i promicanja programa i njegovih ciljeva je putem Interneta. Bilo koja vrsta komunikacije danas je gotovo nezamisliva bez upotrebe najnovijih IT alata, aplikacija ili bez da su ljudi aktivni na društvenim mrežama, odnosno bez da postoji interaktivna <i>web</i> stranica. Stoga će se koristiti različiti <i>online</i> alate za komunikaciju s ciljanim skupinama i za promidžbu aktivnosti. ❷ Novine, radio i televizija Ova vrsta komunikacijskog alata koristit će se na lokalnoj razini (povremeno i na nacionalnoj) u prvom redu putem novina, radija i TV postaja (promotivna videa), kulturnih i turističkih časopisa i brošura (tiskanih i digitalnih) i sl. Koristeći sve dostupne alate može se doprijeti do šire publike, mogućih partnera i neotkrivenih umjetnika. ❸ Video Ovaj će se alat koristiti radi ostvarenja raznih ciljeva: da promiče nadolazeći kulturni program ili aktivnosti, da predstavi ostvarenja i rezultate aktivnosti i pilot projekte, da promiče Zadar kao kulturnu destinaciju, zatim kao pozivnica sudionicima na aktivno sudjelovanje i dr. Ovakav način komunikacije i promidžbe programa koristit će se neprekidno u daljnjem razdoblju. Videa će snimati i montirati aktivni sudionici (kao što su primjerice studenti, volonteri i drugi) koji sudjeluju u organizaciji kulturnih projekata i događanja. Njegovo trajanje neće biti dugo (od 30 do 90 sekundi) i u sebi trebaju sadržavati kratke, ali lako pamtljive poruke. ❹ Promotivna događanja Organizacija kulturnih događanja, konferencije, edukacije, kreativne škole, koncerti, izložbe i slično, najbolji su načini promoviranja Zadra i njegovog kulturnog turizma. Ono će biti popraćeno gerilskim marketingom kako bi utjecali na sve one koji ne mogu biti obuhvaćeni gore navedenim alatima.

–**2016** Koristit će se društvene mreže, najnoviji IT alati i *online* komunikacija kako bi se povezali građani i kreativna scena. Pronaći će se i započeti suradnja s mogućim međunarodnim partnerima. Stvorit će se komunikacijska mreža s drugim gradovima, privatnim sektorom, obrazovnim institucijama, nezavisnom kulturnom scenom, turističkim sektorom i medijima.

2017-2018 Posebnu pozornost skrenut će se na brendiranje, organiziranje radnih skupina, konferencije, okrugle stolove s ciljem podizanja svijesti o važnosti umjetnosti i kulture, društvene uključenosti i cjeloživotnog učenja u svakodnevnom životu stanovništva. Glavni naglasak bit će na suradnji s obrazovnim ustanovama na kulturnim pilot projektima (npr. kreativne škole) što će potaknuti mlade da sudjeluju u kreativnom procesu.

2019 Još će se više promicati kulturni program. Kroz različite radne skupine, volonterske inicijative i kreativna okupljanja ojačat će se tzv. marketing od usta do usta. Želja je doprijeti do šire javnosti stvaranjem pojedinačnih turističkih paketa u suradnji s turističkim sektorom i nacionalnim turističkim zajednicama diljem svijeta. Pobojšat će se vidljivost promotivnih materijala raspodjelom istih na strateškim lokacijama u državi i gradovima partnerima diljem Europe (npr. zračne luke, turistički sajmovi i ostala mjesta okupljanja ljudi).

2020 Do zadnje planirane godine, koristit će se svi raspoloživi komunikacijski i marketinški alati koji su navedeni u strategiji. Sva će događanja i inicijative biti medijski popraćeni, a plan promidžbe putem društvenih medija bit će proveden.

Sve u svemu, učinkovito strateško komuniciranje trebalo bi rezultirati jasnim razumijevanjem vrijednosti i prednosti ovog programa od strane ciljnih skupina i važnosti poticanja razvoja kulturnog turizma.

Predstavljanje programa vanjskom svijetu

Prvi cilj je dobiti emocionalnu povratnu informaciju koja bi dovela do izravnog uključivanja građana u komunikaciju s vanjskim svijetom. Želja jet stvoriti priču za građane i na taj način učiniti njih same ključnim akterima inicijativa, događanja i procesa, što će ojačati osjećaj pripadnosti i ponosa. Ovaj program imat će utjecaja na stanovnike grada Zadra i onih iz širih krajeva, odnosno ljude svih starosnih dobi, vještina i sposobnosti ili pak invaliditeta. Svi oni bit će aktivni sudionici i bit će pozvani da se priključe lokalnim, nacionalnim i međunarodnim projektima na koji god način žele: kao glumci, glazbenici, plesači, mislioci, volonteri, kreatori ideja, entuzijazma i ambicija.

Kvalitetni odnosi s dionicima dovest će do novog i uskog kruga publike koja inače ne bi bila uključena u programsku priču. Suradnja s Hrvatskom turističkom zajednicom i hrvatskim veleposlanstvima u inozemstvu omogućit će, ne samo kruženje informacija o aktivnostima programa, već i kontakt s renomiranim iseljenicima koji imaju veze s gradom Zadrom i Republikom Hrvatskom. Na isti se način u suradnji s hrvatskim centrima koji djeluju u inozemstvu i Ministarstvom vanjskim poslova Republike Hrvatske želi stvoriti mreža suradnika promotora ovog programa.

Komunikacijski plan odašiljat će poruku ostatku Europe dajući primarni značaj onim zajednicama koje su povezane (ili bi se mogle povezati) s umjetničkim i kulturnim inicijativama koje su uključene u program.

Kolektivno sudjelovanje u komunikacijskom procesu bit će važan trenutak u izgradnji zajednice usmjeren na kulturu zajedničkog stvaranja. Kako bi program bio krajnje uspješan, razvit će se i ojačati kontakti s regionalnim i nacionalnim partnerima. Ojačat će se i već uspostavljene mreže i kontakti, ali i stvoriti novi koji će obuhvaćati stvaratelje svih vrsta iz grada, županije, države, Europe i šire. Ovaj kreativni program istražiti će kako su grad Zadar i njegovi stanovnici povezani i kako dijele vrijednosti, ideje, izražavanja i emocije kroz kulturne aktivnosti.

Impressum

Okvir za kreativni razvoj grada Zadra – Kreativni Zadar 2020
Zadar, prosinac 2017.



Dokument je nastao kao rezultat procesa prijave na natječaj za Europsku prijestolnicu kulture u suradnji s udrugama i institucijama u kulturi.

Oblikovanje: Mladen Masar

Korištene fotografije:
str. 2. Grad Zadar (zračni snimak)
Turistička zajednica Grada Zadra:
str. 21. i 44. Mladen Radolović Mrlja
str. 46., 51., 54. i 66. Stipe Surać
str. 53. Iva Perinčić
ostalo: Mladen Masar

