

Wydział Kultury i Turystyki  
tel. 033 4794 340/332,346,240  
fax. 033 4794303  
E-mail:[kultura@um.cieszyn.pl](mailto:kultura@um.cieszyn.pl)  
[promocja@um.cieszyn.pl](mailto:promocja@um.cieszyn.pl)

Urząd Miejski w Cieszynie  
Rynek 1  
43-400 Cieszyn  
NIP 5480018504



[www.um.cieszyn.pl](http://www.um.cieszyn.pl)  
[www.cieszyn.pl](http://www.cieszyn.pl)

Cieszyn, dnia 20. 01. 2015 r.

Znak sprawy: KT.0003.1.2015  
Numer pisma: KT.KW.000015.2015

**Sz. P.  
Krzysztof Kasztura  
Przewodniczący  
Rady Miejskiej Cieszyna**

Dotyczy: zapytania radnego Remigiusza Jankowskiego – Przewodniczącego Komisji Oświaty, Kultury i Sportu w sprawie polityki finansowania kultury - BRM.0003.21.2015

Odpowiadając na zapytanie Pana Radnego Remigiusza Jankowskiego, przedkładam materiał, na który składają się informacje opisowe zawarte w niniejszym piśmie oraz załączniki opracowane przez miejskie instytucje kultury oraz Wydział Kultury i Turystyki.

Ad. 1

Informacja Wydziału Kultury i Turystyki w postaci tabelarycznego zestawienia przyznanych dotacji w konkursie na realizację zadań w zakresie kultury i sztuki za rok 2013 oraz 2014.

Ad. 2

Informacja Wydziału Kultury i Turystyki w postaci tabelarycznego zestawienia przyznanych dotacji w trybie uproszczonym (tzw. „małe granty”) za rok 2013 oraz 2014.

Ad. 3

Informacje opisowe, tabele z danymi finansowymi, statystycznymi etc. przygotowane przez:

Bibliotekę Miejską, COK Dom Narodowy, Książnicę Cieszyńską, Teatr im. A. Mickiewicza, Zamek Cieszyn, ZPiT Ziemi Cieszyńskiej im. J. Marcinkowej

Ad 4

Zestawienia imprez kulturalnych i ich budżetów zawarte są w materiałach instytucji kultury (pkt 3). Dodatkowo przedkładam informację o imprezach organizowanych i finansowanych z budżetu Miasta Cieszyn poprzez Wydział Kultury i Turystyki.

Ad 5

Informacja o wydatkach na promocję realizowaną przez Miasto Cieszyn poprzez Wydział Kultury i Turystyki (stanowisko Specjalisty d/s Promocji).

Ad. 6

Informacja zawarta jest w materiałach przygotowanych przez instytucje kultury (pkt.3). Zagadnienie dotyczy pozyskiwania środków poprzez aplikacje do krajowych i unijnych programów pomocowych, własną działalność gospodarczą (w tym sprzedaż biletów, wynajem obiektów, sprzedaż usług, etc.), pozyskiwanie środków od sponsorów.

Ad. 7

W chwili obecnej Urząd Miejski nie posiada oficjalnego dokumentu, który wymienia literalnie kluczowe przedsięwzięcia kulturalne i artystyczne szczególnie ważne dla promocji miasta. Jest to problem poważny i dyskusyjny, ponieważ ocena wartości przedsięwzięć kulturalnych jest bardzo subiektywna i zależy od wielu czynników, w tym od strony oceniającej. Pogodzenie w tym względzie często skrajnie różnych opinii i interesów jest trudne, co dowodzi obecnym stanem nierozwiązania tego problemu. Z punktu widzenia interesów Miasta domniemywać można, że priorytetem powinny być imprezy, które powodują zwiększenie przyjeźdalności gości do Cieszyna bądź swoim poziomem i atrakcyjną zawartością emanują szeroko na kraj, a nawet zagranicę. Z drugiej zaś strony trzeba zadbać o ruch amatorski, rozwijać edukację kulturalną, wspierać rodzimych twórców i artystów, pielęgnować spuściznę kulturową. Potencjał Cieszyna w dziedzinie kultury i sztuki jest nieprzeciętny, zważywszy wielkość miasta i liczebność jego mieszkańców. Różnorodność działań i propozycji, a z drugiej strony oczekiwań odbiorców powoduje, że Miasto Cieszyn stara się szeroko wspierać wiele inicjatyw realizowanych zarówno w instytucjach kultury jak i przez NGO tudzież inne podmioty.

Wydział Promocji i Informacji zakończył w 2011 roku realizację projektu Program Promocji Markowych Produktów Turystycznych Cieszyna (prezentacja dla Rady Miejskiej Cieszyna odbyła się na sesji w styczniu 2011). W ramach projektu przeprowadzono audyty oraz badania m.in. na Śląsku, Małopolsce, Warszawie. Z dyrektorów cieszyńskich instytucji kultury oraz przedstawicieli stowarzyszeń i in. organizacji zawiadujących atrakcjami turystycznymi utworzono grupę roboczą. W wyniku projektu zaproponowano i opisano 5 produktów turystycznych Cieszyna (z adrenaliną, dla rodzin, dla koneserów, od pokoleń, bez granic). Każdy z nich stanowi zbiór cech specyficznych dla danego produktu i grupy docelowej. W ten sposób przygotowany materiał miał stać się podstawą do dalszych prac nad kreowaniem produktów. Prace nad stworzeniem pełnowartościowych produktów turystycznych wymagały podjęcia ważnych i odpowiedzialnych decyzji, które nie zostały w poprzedniej kadencji podjęte. Wdrożenie projektu ograniczyło się jedynie do wykorzystania w promocji już istniejących elementów produktów turystycznych i zastosowania nowej identyfikacji wizualnej, głównie nowego logotypu i hasła „Cieszyn robi wrażenie!”, a także w działaniach promocyjnych i publikacjach.



Ad. 8

Miasto Cieszyn pragnąc zachować ducha ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariatu wspiera działalność NGO poprzez realizację rocznych „Programów współpracy gminy Cieszyn z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami działającymi w zakresie pożytku publicznego”, organizując konkursy na realizację zadań publicznych oraz przyznając dotację w ramach tzw. „małych grantów”. Wykaz organizacji wspieranych w tej formie zamieszczony jest w punktach 1 i 2.

Ad. 9

Strategia Miasta Cieszyna na lata 2010-2020 wyszczególnia 5 kierunków priorytetowych, z których żaden nie dotyczy wyłącznie kultury. Skromne zapisy nie dają pełnego obrazu stanu kultury i perspektyw jej rozwoju. Problem kultury przedstawiony jest zdawkowo w różnych miejscach dokumentu w sposób następujący:

Rozdział VIII – Wizja str. 15

„- Cieszyn kontynuuje tradycje kulturalnej stolicy Śląska Cieszyńskiego, pielęgnując dorobek społeczności lokalnej subregionu oraz zapewniając wysoki standard życia mieszkańców.”

Rozdział IX – Analiza SWOT – Promocja, współpraca lokalna, regionalna, transgraniczna (załącznik nr 1 w postaci skanu)

Rozdział X – Plan Operacyjny Strategii Rozwoju – Kapitał społeczny – Cel strategiczny II „Zapewnienie warunków dla rozwoju kapitału ludzkiego oraz podnoszenia jakości życia” pkt II.2. Rozwój działalności kulturalnej (załącznik nr 2 w postaci skanu)

W opinii Wydziału Kultury i Turystyki zapisy na str. 50 zawierają poważne błędy merytoryczne i są niezgodne z rzeczywistością. Wymagają zmiany i uzupełnienia.

Z uwagi na zbyt krótki czas na opisanie wraz z analizą tak obszernego tematu, przedkładam do wiadomości materiały o charakterze źródłowym, bez zbiorczego opracowania.

Materiały zawierające dane finansowe są przeznaczone wyłącznie do wiadomości Radnych.

Z poważaniem

**Burmistrz Miasta**  
*Ryszard Macura*  
**Ryszard Macura**

Rozdzielnik:

1 x Adresat  
1 x Przewodniczący Rady Miejskiej Cieszyna  
1 x OR  
1 x KT a/a.