**Pracovní překlad**

**EVROPSKÁ AGENDA PRO KULTURU**

**PRACOVNÍ PLÁN PRO KULTURU 2011-2014**

**Politiky a osvědčené postupy, jež veřejně financované umělecké obory a kulturní instituce uplatňují při zlepšování dostupnosti kultury a zvyšování účasti občanů na kulturních aktivitách**

**ZPRÁVA PRACOVNÍ SKUPINY ODBORNÍKŮ Z ČLENSKÝCH STÁTŮ**

**O LEPŠÍM PŘÍSTUPU KE KULTUŘE A ŠIRŠÍ ÚČASTI NA NÍ**

**(OTEVŘENÁ METODA KOORDINACE)**

**ŘÍJEN 2012**

**Obsah**

1. Úvod ….................................................................................................................. 3

2. Obecný rámec – proč je dostupnost kultury důležitá? …...................................... 5

3. Snadnější přístup – a pro koho přesně?................................................................. 7

4. Kdo celý proces iniciuje/vede? …......................................................................... 9

5. První krok: odstranění překážek …...................................................................... 10

6. Další fáze: oslovování veřejnosti/budování publika..............................................11

7. Od spotřeby k účasti: jak zapojit občany do umělecké činnosti? Jakou roli v

tom mohou hrát zástupci uměleckých a kulturních institucí?................................16

8. Hodnocení..............................................................................................................17

9. Závěry a doporučení...............................................................................................18

**1. Úvod**

**1.1. Okolnosti vzniku zprávy**

**Okolnosti vzniku expertní skupiny**

Evropská agenda pro kulturu z roku 2007 zahájila novou fázi spolupráce členských států EU v kulturní oblasti. Vytvořila prostor pro komunikaci o otázkách společného zájmu, u nichž může být obzvláště přínosné učit se jeden od druhého. Tzv. otevřená metoda koordinace je formou dobrovolné spolupráce členských států, které si v jejím rámci předávají zkušenosti s řešením určitých otázek.

Prioritní oblasti pro uplatňování otevřené metody koordinace stanoví Rada prostřednictvím víceletého Pracovního plánu. Pracovní plán Rady pro kulturu na léta 2011 až 2014 také přesně vymezuje, jaká témata by se měla během zmíněného čtyřletého období řešit v rámci každé z těchto široce pojatých priorit. V rámci priority A (kulturní rozmanitost, dialog mezi kulturami, dostupná kultura podporující sociální začleňování) se v období let 2011 až 2012 měla spolupráce pomocí otevřené metody koordinace zaměřit na to, jak občanům usnadnit přístup ke kultuře a podporovat jejich širší účast na kulturních činnostech a akcích, a to zejména u socioekonomicky znevýhodněných skupin. Výsledkem práce na dané problematice je tato zpráva.

Hned na úvod je třeba podotknout, že přístup ke kultuře zůstává ve všech evropských zemích velmi aktuálním problémem. Z dostupných údajů o účasti na kultuře vyplývá, že významná část populace (jejíž velikost a složení se ovšem v jednotlivých zemích velmi podstatně liší) se stále neúčastní běžných kulturních činností, jako je chození do kina či četba knih. U takových činností, jako je například návštěva muzea, jsou procentuální údaje o účasti ještě daleko nižší a lidé žijící v horších sociálních podmínkách (co se týče příjmu a úrovně vzdělání) se podobným aktivitám věnují podstatně méně než lidé s vyšším vzděláním a příjmem.

Rada už na svých jednáních přijala několikero závěrů, které se týkaly přístupu občanů ke kultuře, a obzvláštní význam v nich vždy přikládala tomu, aby šance účastnit se kulturního života byly v populaci rozloženy rovnoměrněji a spravedlivěji. Této problematiky se týkaly například Závěry Rady o úloze kultury v boji proti chudobě a sociálnímu vyloučení z roku 2010, ale také Závěry Rady o kulturních a tvůrčích schopnostech z roku 2011 a Závěry o mezikulturních kompetencích z roku 2008.

Odborníci, zejména z řad pracovníků ministerstev pro umění a kulturu, proto dostali za úkol zjistit, jaké obecné koncepční kroky či praktická opatření veřejných uměleckých a kulturních institucí mohou zlepšit dostupnost kultury a přispět k vyšší účasti na její spotřebě a tvorbě, a to i ze strany znevýhodněných skupin občanů a občanů, kteří čelí chudobě a sociálnímu vyloučení.

Při čtení zprávy je třeba mít na zřeteli, že její text je těsně provázaný s další fází práce pomocí otevřené metody koordinace a do jisté míry pro ni tvoří základ. Tato další fáze se zaměří na kulturní rozmanitost a dialog mezi kulturami (podzim 2012-2013) a odborníci v ní budou zjišťovat, jak na politické a praktické úrovni co nejlépe vytvářet prostor pro vzájemné působení a sbližování kultur a společenských skupin, se zvláštním zřetelem k úloze veřejných kulturních institucí. V této souvislosti se budou hlouběji zabývat také otázkami, které se týkají zapojení přistěhovalců a jednotlivých etnických skupin.

**Cíle zprávy**

Účelem zprávy je shrnout výsledky práce skupiny a poskytnout tak tvůrcům politických rozhodnutí a pracovníkům z praxe věcné podklady pro uvažování o dalších krocích.

Ačkoli podle zadání v Pracovním plánu pro kulturu měla skupina vytvořit „manuál“, zformulovat takové instrukce, které by se daly s úspěchem aplikovat ve všech evropských zemích, by bylo velmi obtížné, jak vzhledem k množství času vyhrazeného na práci, tak vzhledem k rozsahu a různorodosti problémů, které se v jednotlivých členských státech v kulturní oblasti vyskytují.

Tento dokument tedy není instruktážní příručkou, ale nabízí strukturovaný soubor úvah, který by měl sloužit jako východisko pro analýzu složitého problému dostupnosti kultury.

K hlavním otázkám, o nichž se ve skupině diskutovalo, jsou v textu poskytnuty příklady politických řešení a iniciativ kulturních institucí, které vrhají světlo na to, jak otázku dostupnosti kultury a účasti na ní v současnosti řeší zúčastněné členské státy. V souladu s pokyny v Pracovním plánu Rady se tyto příklady týkají buď politických opatření, nebo praxe uměleckých a kulturních institucí. Je třeba zdůraznit, že vybrané příklady mají poskytnout čtenářům pouze určitý vzorek zkušeností; autoři neměli ambice vypracovat úplný a reprezentativní přehled dobré praxe v jednotlivých evropských státech.

**Metoda práce**

Pracovní skupina se poprvé sešla 8. března 2011 v Bruselu a měla celkem šest schůzek (pět v Bruselu a jednu ve Vídni, s návštěvami přímo „v terénu“).

Své odborníky do skupiny jmenovalo 24 členských států (Lucembursko, Slovensko a Spojené království své zástupce nejmenovaly, nicméně britské zkušenosti se podařilo shromáždit díky konkrétním příspěvkům odborníků). Na prvním zasedání skupiny byl jejím předsedou zvolen zástupce Francie, pan François Marie. Na jednání skupiny se jako přidružené subjekty podílely a do její práce aktivně zasahovaly i platformy občanské společnosti pro přístup ke kultuře a pro interkulturní Evropu.

Na každém setkání skupiny měli její členové nebo externí odborníci vystoupení na konkrétní témata, po nichž následovala podrobná diskuse. V mezidobí mezi zasedáními skupiny podnikali její členové výzkum praxe na vnitrostátní úrovni a sestavovali tuto zprávu.

**1.2. Definice**

**Definice „přístupu“ a „účasti“**

Pojmy přístup a účast spolu těsně souvisejí. Politická opatření, která mají zajistit snadnější přístup občanů ke kultuře (tj. dostupnost kultury) a větší účast na její spotřebě a tvorbě, se snaží docílit toho, aby všichni měli stejnou možnost nechat se kulturou oslovit a obohatit. Jde o to určit, které skupiny jsou mezi spotřebiteli a tvůrci kultury málo zastoupeny, navrhnout a zrealizovat iniciativy a programy, které by tyto skupiny zapojily do kulturního života intenzivněji, a odstranit překážky bránící takovému zapojení. Pojem „přístup“ se vztahuje především k situacím, kdy se stávající kulturní nabídka zpřístupňuje novému okruhu publika tím, že se „otevřou dveře“ občanům, kteří nepatří ke tradičním spotřebitelům kultury, aby se i oni mohli seznámit s dědictvím, které jim kvůli nejrůznějším překážkám bylo těžko dostupné. Klade-li se důraz na účast (účast na rozhodování, zapojení do tvůrčích procesů a do tvorby významů), přistupuje se k publiku jako k aktivnímu účastníku dialogu, s nímž je třeba tvorbu kulturní nabídky konzultovat nebo ho do ní přinejmenším nějak zapojit.

**Definice pojmu „veřejné umělecké a kulturní instituce“:**

Pro účely tohoto dokumentu se pojmem „veřejné“ odkazuje obecně na ty instituce, které jsou dotovány z veřejných prostředků, ať už je jejich právní postavení jakékoli. Jádrem analyzované problematiky je vlastně otázka, jakým způsobem se veřejné prostředky určené na kulturu dostávají k jejímu cílovému spotřebiteli.

Expertní skupina nechtěla vykládat pojem „umělecké a kulturní instituce“ příliš restriktivně. Zaměřovala se zejména na iniciativy muzeí, knihoven a institucí nabízejících živá umělecká představení, ale také na činnost některých dalších subjektů (například nevládních organizací působících v sociální oblasti), pokud se jí tato činnost zdála pro dané téma relevantní.

**2. Obecný rámec – proč je dostupnost kultury důležitá?**

Jak už jsme zmínili v úvodu, z kulturní nabídky institucí, které jsou příjemci veřejných prostředků, má často prospěch jen omezené procento populace. V této kapitole se snažíme ukázat, proč může být důležité, aby byla s takovýmito kulturními službami v kontaktu větší část občanů.

Z obsahu kapitoly jasně vyplývá, že motivace, které stojí za snahami zlepšit dostupnost kultury, mohou být u různých subjektů velmi rozdílné (například veřejné orgány mohou mít v tomto směru jiné důvody než umělecké a kulturní instituce). Různost pohnutek ovšem ještě neznamená, že mezi nimi musí být rozpor; ve většině případů jsou jednotlivé politické či praktické kroky namířeny k týmž cílům, byť jejich výchozí perspektivy se různí. Tuto otázku zasazuje do historických souvislostí studie zadaná Evropské síti odborníků pro oblast kultury a zpracovaná Anne Bamfordovou.

**a. Přerozdělování veřejných prostředků**

Pokud jde o perspektivu veřejných orgánů, nejde jen o cíle týkající se sociálního začleňování: už z podstaty věci je třeba zajistit, aby se veřejné prostředky dostaly k co nejširší skupině obyvatelstva. Kultura je podporována jakožto veřejná služba a zajistit její dostupnost a účast na ní znamená zajistit, že tato služba má patřičný efekt.

Tento požadavek se jeví ještě naléhavěji, vnímáme-li jej z hlediska sociální spravedlnosti. Údaje o účasti na kulturních akcích ukazují, že z dotované „vysoké kultury“ mají většinou prospěch diváci a posluchači s vyšším socioekonomickým postavením – takže veřejné zdroje se přerozdělují ponejvíce těm, kdo jsou nejvíce zvýhodněni. Z tohoto hlediska se tedy zapojením větší části občanů do kulturních aktivit řeší také nerovnost v rozdělování zdrojů.

**b. Široká škála motivací pro použití kultury jako nástroje sociálního začleňování a společenské změny**

Jak na straně veřejných orgánů, tak na straně kulturních a uměleckých institucí se tedy snahy o zlepšení dostupnosti mohou opírat o různé sociální zřetele a vycházet z rozdílných a navzájem komplementárních filosofických hledisek. Vcelku je lze všechny tak či onak vztáhnout k představě kultury jako nástroje společenské přeměny.

*- kultura jako lidské právo:*

Právo účastnit se kulturního života je obsaženo ve Všeobecné deklaraci lidských práv (článek 27). Má-li se občan kulturního života účastnit, logicky musí mít přístup ke všem složkám kulturního života daného společenství.

Je zřejmé, že lidé mohou být z různých důvodů z účasti na kulturních činnostech vyloučeni nebo se přinejmenším octnout na okraji společenství „příjemců kultury“. Je-li jim odepřen přístup ke kultuře, přicházejí o možnosti, jak rozvíjet společenské a kulturní styky, které jsou důležité pro udržování uspokojivého vzájemného soužití a prostředí, kde mají všichni rovné podmínky.

Právo účastnit se kulturního života v sobě zahrnuje i znalost a využívání kulturního dědictví, jak se zdůrazňuje v Úmluvě Rady Evropy o hodnotě kulturního dědictví pro společnost (Faro, 2005). Kulturní dědictví jednotlivcům i společenstvím zprostředkovává hodnoty.

- *kultura pro tělesnou i duševní pohodu a účast na životě společnosti:*

Kultura má kladnou roli v tom, že může usnadnit sociální začleňování. Vyvádí člověka z izolace, umožňuje sebevyjádření, podněcuje sdílení emocí a vnáší „ducha“ do opatření, která mají odstranit hmotnou nouzi. Četné důkazy svědčí o tom, že účast na kulturním životě může mít zásadní vliv na psychické zdraví člověka.

Lze také pozorovat, že iniciativy, jejichž cílem je zmírňovat hmotnou deprivaci, bývají někdy neúspěšné, pokud jsou lidé, na něž se takové projekty zaměřují, vyloučeni z účasti na kultuře majoritní společnosti (což může významně oslabit motivaci ke změně) a pokud je jejich sociální a kulturní identita a touha po příslušnosti ke společenství ovlivněna předsudky a stereotypy.

Takovéto kulturní vyloučení lze eliminovat jedině, pokud se většinová i menšinová populace budou vědomě a aktivně snažit o změnu myšlení. Myšlení se ovšem změní jedině tehdy, budou-li mít lidé příležitost prohloubit své znalosti o „těch druhých“ a skrze kladnou zkušenost setkávání zlepšit vzájemné porozumění. Umění a kultura k takovým kontaktům poskytují ideální prostor.

Z empirické studie zpracované v Německu například vyplývá, že úloha umění a kultury v procesu integrace přistěhovalců se až doposud často podceňovala. Stejně jako vzdělávání i účast na kulturním životě u migrantů zjevně přispívá k pozitivnímu prožívání jejich životní zkušenosti a současné životní situace.

*- Překonávání třídního rozdělení společnosti, které se projevuje rozdílnou mírou využívání kulturní nabídky:*

Podle francouzského sociologa Pierra Bourdieua je samotnou podstatou a smyslem kulturní nabídky její schopnost diferencovat a určovat příslušnost ke společenským třídám a z výzkumů skutečně vyplývá, že čím výše je člověk ve společnosti postaven, čím vyšší má příjem a vzdělání, tím pravděpodobněji bude navštěvovat muzea a galerie. Účast na kulturním životě je indikátorem příslušnosti ke společenské třídě, ale i přímo součástí této příslušnosti. Snahy překonat sociální nerovnost tedy patrně budou muset zahrnovat i taková opatření, která zajistí přístup ke kultuře a účast na ní širšímu spektru občanů.

- *kultura jako klíčová kompetence*

„Kulturní povědomí a kulturní projev“, to jest schopnost chápat a oceňovat kulturní dědictví, ale také schopnost tvořivého (sebe)vyjádření myšlenek, prožitků a emocí prostřednictvím široké škály médií se dnes považují za nezbytné pro každého, kdo chce být plnohodnotným příslušníkem společnosti. Je to schopnost stejně důležitá jako gramotnost, numerická gramotnost či schopnost pracovat s digitálními technologiemi a s těmito ostatními schopnostmi těsně souvisí. V Doporučení Evropského parlamentu a Rady o klíčových kompetencích pro celoživotní vzdělávání je také uvedena mezi osmi nejdůležitějšími výsledky vzdělávání. Kultura a tvořivost jsou tedy nezbytnými složkami osobního rozvoje, a máme-li zajistit, aby vzdělávání dosáhlo svého cíle a vybavilo každého schopnostmi potřebnými k seberealizaci a osobnímu rozvoji, k začlenění do společnosti, aktivnímu občanství a zaměstnanosti, musíme usilovat o to, aby kultura a tvořivost byly dostupné a vlastní všem příslušníkům společnosti.

*… a jako základ tvořivosti*

Podpora vstřebávání kultury a pěstování tvůrčích schopností může být přínosem i pro širší socioekonomický rozvoj. V posledních letech roste povědomí o významu kulturních a tvůrčích odvětví jakožto hybatelů rozvoje. Tvůrčí proces bývá silně ovlivněn kulturním prostředím, v němž probíhá. Čím je takové kulturní prostředí svobodnější a otevřenější vlivům různých oborů, tím lépe se v něm daří tvořivosti a talentu. Tvořivost tedy vyrůstá z kulturního podhoubí a zpětně se zase sama na tvorbě kultury podílí, nicméně má-li sledovat hodnotné cíle sdílené širším společenstvím, musí být její výsledky interpretovány a „filtrovány“ kulturou společenství.

**c. Vytváření a obnovování divácké, posluchačské či návštěvnické základny, které umožňuje přežití kulturních institucí**

Umělecké a kulturní instituce potřebují publikum. Umělci přirozeně chtějí svá díla či výkony předvádět co nejširšímu publiku. Věkový profil publika se přitom u různých druhů kulturních akcí liší a v mnoha případech se věkový průměr obecenstva zvyšuje. Na koncertech vážné hudby tvoří stále větší procento návštěvníků starší občané a problém s nízkou návštěvností mladých lidí mají i muzea. Mají-li tedy mít kulturní instituce ve střednědobém a dlouhodobém horizontu nějakou budoucnost, musejí přitáhnout mladé lidi. V tomto případě není třeba se zaměřovat na znevýhodněné skupiny. Vzít v úvahu rozmanitost cílové populace nicméně může být důležité, mají-li být výsledná opatření skutečně účinná.

V otázce návštěvnosti je nejvíce v sázce pro kulturní instituce, nicméně divácká a posluchačská základna a její průběžné obnovování jsou důležité i pro rozhodování veřejných orgánů, které kulturní instituce financují a které mohou přidělovat dostupné prostředky mimo jiné také na základě počtu uživatelů dané kulturní služby.

**3. Snadnější přístup – a pro koho přesně?**

Politiky a iniciativy týkající se přístupu ke kultuře by měly vycházet z analýzy potřeb veřejnosti a z jasného stanovení cílů, bez něhož je nemožné hodnotit výsledky.

Opatření ke zlepšení dostupnosti kultury musejí být tedy založena na analýze publika, na něž se zaměřují, nebo přinejmenším na základní představě o jeho složení. Jak jsme popsali v předchozím oddíle, politiky a iniciativy mohou být různé. Ne ve všech případech se zaměřují na znevýhodněné skupiny – je zcela legitimní, i pokud se pokoušejí pouze zvýšit počet uživatelů z téže sociální skupiny, do jaké náleží současné publikum. Udělat si jasno v tom, kdo je cílovou skupinou, je důležité pro formulaci správných strategií a pro správný odhad investic a úsilí, jež budou zapotřebí k jejich realizaci. Rozšířit řady publika beze změny jeho socioekonomického složení může být daleko jednodušší a jsou k tomu zapotřebí jiná opatření, než když se budeme snažit přilákat publikum, které je svými zájmy a kořeny kultuře dané instituce vzdálenější. Pokud je ovšem smyslem prováděných opatření podpora sociálního začleňování, prosté zvýšení počtu návštěvníků nemusí tento cíl naplnit, pokud se společně s jejich počtem nezmění i jejich socioekonomický profil.

Analýza (či „segmentace“) publika umožňuje pochopit, proč jsou někteří lidé vyloučeni – nebo se sami dobrovolně vylučují – z kulturní spotřeby. Díky této analýze můžeme zjistit, co účasti těchto lidí brání, a odhadnout, kolik úsilí a investic bude zapotřebí na to, aby byly zjištěné překážky odstraněny a danou skupinu se podařilo zaujmout.

V analýzách se zpravidla rozlišuje několik skupin publika – jádro uživatelů, uživatelé příležitostní či potenciální a ti, kdo danou kulturní službu nevyužívají vůbec.

Jádro uživatelů je zvyklé kulturní nabídku využívat – v jejich případě není třeba překonávat žádné kulturní ani sociální překážky. Hlavní překážky, s nimiž se někdy mohou potýkat, se týkají množství volného času, jež mají k dispozici, a potenciálně nepružných návštěvních hodin kulturních institucí; kromě toho může být pro ně častější využívání nabídky obtížné z finančních nebo rodinných důvodů. Obecně ale není těžké tuto skupinu zaujmout – lze říci, že „aktivační náklady“ jsou u ní nízké.

Příležitostní uživatelé využívají kulturní nabídku sporadicky (masově úspěšné kulturní akce, návštěvy muzeí na dovolené apod.). V některých případech mohou narážet na překážky kulturní povahy (může pro ně být obtížné porozumět některým typům kulturní nabídky, například současnému umění). Také pro ně může být obtížné získat informace o tom, jaké kulturní akce jsou k dispozici. Tato skupina má tedy středně vysoké „aktivační náklady“.

Potenciální (či „odpadlí“) uživatelé jsou ti, kdo v současné době kulturní instituce nenavštěvují, ale mohli by mít o návštěvu zájem. Jejich „odstup“ může souviset s řadou faktorů (kulturní, sociální, finanční a fyzické překážky) – je tedy velmi důležité zjistit, jaké faktory jsou pro podnícení jejich zájmu nejdůležitější. Zájem této skupiny je možno podchytit prostřednictvím určitých koncepčních kroků a praktických opatření; náklady na ně (tj. úsilí a zdroje potřebné k „aktivaci“ této skupiny uživatelů) jsou ovšem vysoké.

Nejdále mají ke kulturním institucím ti, kdo jejich nabídky nevyužívají vůbec. Analyzovat potřeby a očekávání této skupiny obyvatel je vůbec nejtěžší. Průzkum provedený v Anglii například ukázal, že zhruba 20% lidí je k nabídce kulturních institucí zcela lhostejných nebo ji na základě určitých negativních představ a postojů dokonce výslovně odmítají. Je nicméně třeba poznamenat, že nevyužívá-li někdo služby kulturních institucí, neznamená to ještě, že není spotřebitelem kultury jako takové – většina příslušníků této skupiny poslouchá hudbu z rozhlasu či po internetu, sleduje televizi apod., popřípadě se věnují činnostem, které se při bližším zkoumání dají zařadit pod většinovou definici kultury. (Část příslušníků této skupiny příležitostně zavítá do některé z etablovaných sfér kultury, jako je například hiphop.) Oslovit ty, kdo kulturní instituce v současnosti nevyužívají, a vtáhnout je do okruhu uživatelů lze patrně jedině prostřednictvím střednědobých až dlouhodobých kulturních a vzdělávacích strategií, které zapojí do tohoto procesu i školy a rodiny.

Vrátíme-li se k Bourdieuovi, stále platí, že to, do jaké z výše uvedených skupin publika bude jednotlivec náležet, do značné míry závisí na kulturním kapitálu, který si vytváří v rodině a prostřednictvím vzdělávání.

Mezi vyloučenými etnickými kulturními menšinami (či těmi, kdo se vylučují sami) představují zvláštní, statisticky významnou skupinu (a také specifické problémy) společenství migrantů a romská populace.

Několik členských států provádí systematické průzkumy okruhu uživatelů, zejména pokud jde o některé specifické typy kulturní nabídky, aby tak získaly lepší přehled o jejích uživatelích a jejich potřebách a mohly těmto potřebám přizpůsobit své strategie. V některých případech se výzkumy publika snaží kombinací různých metod sociodemografické analýzy z dat získaných na místní úrovni rekonstruovat i chování a potřeby těch, kdo uživateli daného typu kultury nejsou.

**4. Kdo celý proces iniciuje/vede?**

Jak už jsme naznačili, snaha zlepšit dostupnost kulturních akcí může být motivována různě – v některých případech vychází z určité politické strategie či hlediska, jindy z reflexí, které se rodí uvnitř kulturních institucí.

Snahy o rozšíření přístupu ke kultuře a účasti na ní tedy mohou vycházet „shora“, od veřejných orgánů, nebo mohou vznikat z vlastní iniciativy kulturních institucí.

Ze zkušeností je patrné, že mají-li být snahy o zlepšení dostupnosti kultury úspěšné, musejí je umělecké a kulturní organizace přijmout za vlastní – nesmějí mít pocit, že jim orgány financující kulturu cosi vnucují. Je tedy nesmírně důležité, aby spolu podpůrné orgány a kulturní instituce cíle takovýchto iniciativ otevřeně projednávaly.

**Politické kroky a programy iniciované veřejnými orgány**

V několika členských státech existují speciální rámcové strategie, které mají zlepšit podmínky přístupu ke kultuře a míru využívání kulturní nabídky. Kromě obsahu jednotlivých programů a iniciativ záleží v každém státě zejména na tom, nakolik je snaha přivádět ke kultuře stále větší počet občanů, a to tak, aby to pro ně mělo co největší význam, chápána nejen jako jeden z deklarovaných cílů, ale jako skutečné jádro a smysl kulturní politiky na celostátní i nižší úrovni.

Už jsme zdůraznili, že pokud má být strategický přístup účinný, musí se zabývat dostupností kultury komplexně, počínaje stanovením cílů, přes analýzu zvyklostí uživatelů a příčin, proč někteří lidé kulturní nabídku nevyužívají, až po navržení a realizaci řešení, sledování této realizace a hodnocení výsledků.

**Iniciativy kulturních organizací**

V některých případech dospějí samy kulturní instituce při reflexi svého poslání a odpovědnosti k závěru, že se musí snažit rozšířit řady svých uživatelů. Níže uvádíme několik příkladů změn ve stávajícím přístupu, které nepodnítily veřejné orgány novou koncepční strategií, ale které vzešly přímo z podnětu kulturních institucí. Další příklady lze nalézt v jiných částech této zprávy. Součástí takovýchto iniciativ často bylo určité porušení tradic a zproblematizování běžných představ o tom, jak kulturní instituce fungují.

**5. První krok: odstranění překážek**

První a nejklasičtější metodou, jíž se dá zlepšit dostupnost kultury, je zjištění a odstranění překážek, které účasti brání. Jak ukazují výzkumy, může jít o překážky fyzické (zejména pro postižené občany), finanční (např. vstupné, lístky na veřejnou dopravu), zeměpisné (pro obyvatele venkovských oblastí), ale i o překážky méně jasně definované, například kulturní profil dotyčného (zájmy, životní preference, jazykové překážky), jeho postoje (atmosféra dané instituce) a představy (například vnímání kulturních institucí jako elitářských organizací, odmítání některých forem kulturního projevu nebo nízká priorita připisovaná účasti na kulturních akcích). Expertní skupina zkoumala a probírala řadu způsobů, jimiž se tyto překážky dají odstraňovat.

**5.1. Fyzické překážky: přístup pro postižené**

Některé členské státy podnikly opatření, která mají postiženým zajistit dostupnost kulturních služeb. Těmito kroky dané státy plní závazky, které pro ně vyplývají z Úmluvy OSN o právech lidí s postižením, a také provádějí Akční plán EU v oblasti zdravotního postižení na léta 2004 až 2010. Statistické údaje o účasti na kulturních akcích skutečně ukazují, že postižení prohlubuje rozdíly v míře účasti lidí z jednotlivých skupin a že občané s postižením se obecně do kulturních aktivit zapojují méně než zbytek populace.

Odstraňování fyzických překážek bránících přístupu ke kultuře zdaleka nemusí zahrnovat jen snahy o bezbariérovost budov (ačkoli u mnoha prostor, kde se konají kulturní akce, je i tato základní přístupnost stále ještě problémem, a obzvláštní potíže činí u budov historických). Někdy je třeba zásadně přehodnotit celý způsob prezentace kulturní nabídky a vzít v potaz potřeby všech lidí, které může oslovit a kteří jí mohou chtít využít. Jak ukazuje iniciativa „Design pro všechny“ (Design for All), bere-li se při koncipování a nabízení kulturních služeb zvýšený ohled na lidskou rozmanitost a na možné potřeby uživatelů s postižením, často to zvýší spokojenost všech uživatelů kulturní nabídky.

**5.2. Finanční překážky: cenové rozpětí vstupenek a volný vstup**

Jedním z nejčastěji uváděných faktorů, jimiž lidé zdůvodňují nízkou účast na kulturních akcích, je cena vstupného. Typickým řešením takovéhoto problému je tedy snížení cen vstupenek a některým skupinám lze poskytnout i volný vstup. V expertní skupině se dlouho diskutovalo o tom, nakolik a za jakých podmínek je takovýto krok přínosný. Její členové analyzovali několik opatření, která byla přijata v různých členských státech, od zavedení zcela volného vstupu až po distribuci velmi levných vstupenek – a zkoumali, v jakých případech se dosáhlo zamýšleného cíle a návštěvnost se zvýšila. Obecně se zdá, že zavedení volného vstupu znamená především nemalé náklady pro kulturní instituce, které jím přicházejí o část příjmů, a jeho dopad na návštěvnost, zejména u znevýhodněných skupin, není až tak výrazný, není-li toto opatření součástí širší strategie, která se zaměřuje na potřeby a očekávání cílové skupiny.

**5.3. Zeměpisné překážky**

Významným faktorem, který brání lidem v častější účasti na kulturních akcích, je místo jejich bydliště, leží-li daleko od velkých měst. Zkušenosti ukazují, že účast na některých kulturních aktivitách a návštěvnost určitých druhů kulturních akcí se liší v závislosti na místě bydliště, zejména pokud jde o rozdíly mezi městem a venkovem. V řadě zemí se problém vzdálenosti řeší tím, že se kulturní akce „vyvážejí“ i mimo hlavní městské kulturní instituce.

Při šíření kultury a usnadňování přístupu k ní hrají důležitou roli knihovny a komunitní centra (srovnej s takzvanými kulturními domy či domy kultury v zemích východní Evropy). Velkým přínosem pro překonávání fyzické vzdálenosti jsou samozřejmě digitální technologie, nicméně přístup k nim je omezený finančními možnostmi a také chybějící infrastrukturou (např. dostupnost vysokorychlostního připojení).

**5.4. Kulturní a sociální překážky – odlišné komunikační kódy**

Pravděpodobně nejvýznamnější překážkou, která brání některým lidem v přístupu ke kultuře a širší účasti na ní, jsou sociální a kulturní bariéry, stručně řečeno pocit, že v kulturní nabídce se nenajde „nic pro lidi, jako jsem já“. Se zábranami tohoto typu bývá také nejtěžší se vypořádat. Mohou vyplývat ze zájmů, priorit a životních preferencí, ale také ze strachu nebo averze vůči atmosféře kulturních institucí a z přesvědčení, že jde vesměs o elitářské podniky jen pro vyvolené. Samotný příjem kulturního obsahu často doprovázejí určité rituály a kodexy chování, které mohou nezkušené uživatele stresovat a které mají často čistě symbolický smysl – signalizují příslušnost ke skupině a určitý stupeň „zasvěcení“: máme na mysli takové otázky, jako co si vzít při které příležitosti na sebe, kdy na koncertě tleskat apod. Někdy může být překážkou i špatná znalost jazyka – to platí jak pro jinojazyčné uživatele, tak pro rodilé mluvčí, kteří mohou mít problémy s tím porozumět akademickému vyjadřování používanému v některých institucích.

Ačkoli problematika sociálních a kulturních bariér úzce souvisí s následujícím oddílem, který se týká budování divácké, posluchačské či návštěvnické základny, lze již v tomto oddíle poukázat na některá opatření, jimiž lze kulturní kódy a jazyk učinit srozumitelnějšími, zjednodušit vzájemnou komunikaci a vytvořit odlišnou, vstřícnější atmosféru.

**6. Další fáze: oslovování veřejnosti/budování publika**

Ze zkušenosti je patrné, že i v případech, kdy využívání kulturní nabídky nebrání žádné fyzické ani finanční překážky, je někdy velice obtížné přilákat publikum s jiným socioekonomickým či věkovým profilem, než má jádro uživatelů dané kulturní služby. Jak se zdá, otázku přístupu ke kultuře a účasti na ní je třeba řešit daleko víc na straně poptávky než na straně nabídky.

Snahy o „budování publika“ se tedy týkají vytváření poptávky: je to snaha zvýšit zájem o současnou kulturní nabídku, zejména prostřednictvím vzdělávání, ale také přizpůsobování této nabídky tak, aby lépe brala v potaz potřeby předpokládaného okruhu uživatelů.

Jak se uvádí v oddíle 2, budování divácké a posluchačské základny je v některých případech zásadní pro samotné přežití uměleckých a kulturních institucí. Zatímco v minulosti se podpůrné orgány pro kulturu i samy umělecké a kulturní instituce orientovaly především na rozvoj nabídky, dnes je zřejmé, že jedním ze zásadních úkolů kulturního managementu je podpora poptávky.

**6.1. Podněcování zájmu a výchova k lepšímu porozumění prostřednictvím vzdělávání**

Nejzjevnějším způsobem, jak umožnit lidem kontakt s kulturou a podnítit zájem o ni, jsou vzdělávací aktivity zaměřené na děti a mládež školního věku či na dospělé. Proto by výchova ke kultuře měla být pokládána za jednu z nejdůležitějších činností v kulturním sektoru. Pěstovat a rozvíjet poptávku znamená především vybavit lidi znalostmi a dovednostmi, díky nimž budou mít z umění silné zážitky, které si budou chtít zopakovat. Kulturní vzdělávání a výchova ke kultuře tedy těsně souvisejí i s budoucí perspektivou a udržitelností kulturních institucí.

Je nicméně třeba podotknout, že nejdůležitějším demografickým prediktorem účasti na kulturním životě je dosažené vzdělání a rodinné zázemí. Umělecké a kulturní vzdělávání má v osnovách základních a středních škol členských států zatím jen velmi omezený prostor. Je tedy třeba analyzovat, jakým způsobem právě vzdělávací systém jako celek ovlivňuje účast na kultuře. Tímto bodem by se měla v rámci otevřené metody koordinace hlouběji zabývat skupina zaměřená na kulturní povědomí a kulturní projev coby klíčové kompetence (2013-2014).

Výchova ke kultuře začíná už v raném věku, ještě dříve, než děti přicházejí do kontaktu s oficiálním vzdělávacím systémem. Děti jsou působení kultury otevřené a jejich prostřednictvím je možné oslovit nejrůznější etnické skupiny i společenské třídy, různé genderové i náboženské skupiny, lidi s odlišnou schopností učení či se zvláštními potřebami.

**6.1.1. Kulturní a umělecké vzdělávání dětí a mládeže**

Školy, od institucí předškolního vzdělávání až po středoškolskou úroveň, mají nejlepší předpoklady pro to, aby mladé lidi navykaly na kontakt s uměním. Jsou s mládeží pravidelně ve styku a zároveň mají přístup ke všem skupinám populace (jejich „klientela“ je etnicky, nábožensky a sociálně různorodá a zahrnuje lidi s různými způsoby učení i se zvláštními vzdělávacími potřebami). Zpravidla mají potřebné zdroje na to, aby vzdělávaly žáky a studenty v umělecké oblasti a ve většině zemí je to i součástí jejich oficiálního poslání. Důležité je také to, že práce se školáky umožňuje (alespoň nepřímo) kontakt i s jejich rodiči.

Expertní skupina se nezabývala přímo uměleckým vzděláváním ve školách, ale spíše se zaměřila na to, jak mohou kulturní instituce spolupracovat se školami, aby v dětech od raného věku probouzely zájem o kulturu. Muzea i provozovatelé scénického umění v mnoha evropských státech se v současnosti stále více věnují vzdělávacím programům.

Potenciálním problémem ovšem je spíše okrajové místo uměleckého vzdělávání ve školních osnovách, které může oslabit dopad takovýchto aktivit, protože je činí závislými na dobré vůli jednotlivých učitelů či ředitelů škol. Po nedávných rozpočtových škrtech ve většině členských států se navíc kulturní vzdělávání ocitlo pod tlakem. Dalším problémem je, že zatímco na základní škole jsou osnovy ještě poměrně flexibilní, takže poskytují dost příležitostí ke kontaktu s uměním a kulturou, na středoškolské úrovni se klade stále větší důraz na „hlavní“ předměty a testy, takže na vymýšlení a organizaci kulturních činností nezbývá příliš mnoho času. Z hlediska účasti na kulturním životě hraje zjevně roli také typ školy, již daný učeň či student navštěvuje. Z dostupných údajů vyplývá, že učni a studenti odborných škol navštěvují kulturní akce a účastní se kulturního života méně intenzivně. Bylo by tedy rozumné zahrnout umělecké a kulturní vzdělávání také do osnov učilišť a odborných škol.

**6.1.2. Vzdělávání dospělých**

Akce organizované kulturními institucemi jsou často zaměřené na vzdělávání dospělých a v mnoha případech se soustřeďují na konkrétní znevýhodněné skupiny. Oslovit dospělé bývá někdy obtížné, protože se nelze spoléhat na žádné zprostředkující instituce, které by kontakt usnadnily, jako to v případě dětí činí škola. Na druhou stranu význam práce s dospělými roste vzhledem k demografickým faktorům, jako je stárnutí populace, neboť účast na kulturním životě významně přispívá k pozitivnímu a aktivnímu prožívání života v pokročilém věku.

Velký význam mohou mít při práci s dospělými takzvaní klíčoví pracovníci (označovaní také jako prostředníci, průvodci, dobrovolníci, propagátoři, animátoři, facilitátoři či zprostředkovatelé). Jsou to buď profesionálové, nebo dobrovolníci, kteří nejsou zaměstnanci muzea (či jiné kulturní organizace) a kteří působí jako „spojka“ mezi danou organizací a širokou škálou dospělých příslušníků veřejnosti. Stručně řečeno, jsou to lidé, kteří mohou napomoci navázání vztahů mezi určitými skupinami uživatelů a muzejní či jinou kulturní organizací.

Klíčoví pracovníci působí v různých sektorech i napříč jimi a snaží se podporovat vzdělávání dospělých obecně a zejména vzdělávání kulturně vyloučených skupin. Svým vlivem a náplní své práce představují autoritu pro cílové publikum, které se kulturní organizace snaží oslovit. Mohou také přispět znalostmi, dovednostmi, zkušenostmi či zdroji, kterými kulturní organizace a její zaměstnanci zpravidla nedisponují. Chápou, jaké překážky brání mnoha dospělým lidem v přístupu ke kultuře – například vysoké náklady, kulturní rozdíly, špatná zkušenost se vzdělávacím systémem, nedokonalá gramotnost, jazykové překážky, tlak ostatních členů skupiny a nízké sebevědomí. V různé míře pak mohou ve službách kulturní instituce využít i své sítě kontaktů, což je potenciálně důležitý prostředek, jehož prostřednictvím lze zlepšit přístup ke kultuře a rozvíjet partnerství mezi veřejností a danou institucí.

**6. 2. Zapojení v místní komunitě**

Při vytváření poptávky po kultuře mohou hrát významnou roli decentralizované služby a instituce, které jsou uživatelům nejblíže. V mnoha oblastech jsou nejužívanějšími kulturními institucemi místní veřejné knihovny a komunitní kulturní střediska. Společně s místními sdruženími občanské společnosti hrají právě ony hlavní úlohu v oblasti dalšího vzdělávání dospělých a mohou působit jako prostředníci a usnadňovat překonávání sociálních a kulturních překážek, které vyplývají z neznalosti prostředí a institucí „vysokého“ umění.

Ve východní a střední Evropě (ale i jinde, například ve vlámské i frankofonní části Belgie) existují instituce, jejichž primárním úkolem je podporovat přístup občanů ke kultuře. Tyto „domy kultury“ často mají kořeny už v 19. století a jejich vznik je spjatý s hnutími za vzdělávání dospělých (tzv. lidovými vysokými školami – Volkshochschulen) ve Skandinávii a Německu/Rakousku. Tvoří důležité celostátní sítě, jejichž činnost je upravena zákonem. Před změnami režimu v těchto zemích hrály tyto instituce ústřední roli v komunistické vizi demokratizace kultury a jejich činnost byla pod přísnou politickou kontrolou. V posledních dvaceti letech byly snahy přetransformovat ty kulturní domy, které přežily (ať už jde o malé venkovské domy kultury nebo velká městská kulturní střediska) z pouhých šiřitelů a distributorů centralizované kultury ve skutečná komunitní centra a živnou půdu kultury místní.

V několika evropských regionech a v některých městech či vesnicích jsou knihovny, kulturní střediska nebo muzea hlavním nebo jediným místem, které poskytuje lidem přístup k informacím a kultuře. Pro jejich budoucnost bude zákonitě klíčové, aby si hlouběji uvědomily, jak významnou společenskou roli mohou hrát. Proto také většina takovýchto institucí v současnosti svou úlohu důkladně reflektuje. Plné uznání jejich významu by se nemělo projevovat jen změnou postoje orgánů, které kulturu financují, ale také přehodnocením náplně určitých profesí a přípravy na ně. Na místech, kde byla knihovnám, komunitním kulturním centrům a muzeím s místními sbírkami přiznána ústřední role při podpoře vzdělávání a sociálního začleňování, se dosáhlo pozoruhodných výsledků a tyto instituce se nově definovaly coby klíčoví aktéři podporující sociální kohezi a hospodářský rozvoj.

**6.3. Jak přizpůsobit nabídku potřebám publika (posun od metodiky založené na stávající nabídce k metodice vycházející z poptávky)**

Klasickým nástrojem pro vytváření poptávky po kultuře je vzdělávání, přičemž většina vzdělávacích programů je zaměřených na formování vkusu tak, aby odpovídal stávající kulturní nabídce. Takovýto postoj může často vyvolávat dojem, že „kultura“ je ve společnosti uzavřena v konkrétní instituci a kdesi mimo jsou lidé, kteří se snaží (nebo také nesnaží) se k tomuto typu „kultury“ dostat.

Budeme-li ovšem k budování divácké, posluchačské či návštěvnické základny přistupovat méně tradičně a radikálněji, musíme znovu kriticky zkoumat i relevantnost stávající nabídky pro cílovou skupinu veřejnosti a brát v úvahu potřeby a zájmy členů této skupiny.

Průzkumy analyzující chování uživatelů kulturních institucí ukazují, že hlavním důvodem, kvůli němuž určité skupiny tyto instituce nenavštěvují, není vždy jejich socioekonomické znevýhodnění. Zdá se, že zejména mladí lidé (a to takřka bez ohledu na sociální zázemí) dávají najevo nechuť nikoli ke kultuře, nýbrž k prostorám institucí, kde se kultura uchovává a kde se jí vzdává hold. Lidé stále častěji vyhledávají kulturu na jiných místech a „konzumují“ ji jinými způsoby. Na to by kulturní instituce a podpůrné orgány pro kulturu měly reagovat důkladnou reflexí své současné role a měly by hledat strategie, které jim pomohou zachovat si i do budoucna svůj význam. Podnítit zájem a zapojení veřejnosti je možné jedině, pokud budou kulturní produkty vnímány jako něco, co má (pro život jednotlivce i společenství jako celku) podstatný smysl. To znamená, že kulturní služby možná bude třeba reinterpretovat a najít jim ve společnosti nové místo, změnit jejich programovou náplň a kontext, v němž jsou nabízeny (např. místo – vyvést určité druhy kultury ven z jejich tradičního prostředí nebo naopak využít „kulturních“ prostor pro společenské aktivity).

Provést tyto změny znamená přehodnotit celkový přístup a poslání kulturních institucí a také zpochybnit a zrevidovat způsoby a procesy rozhodování v nich. Lze tvrdit, že takovýto proces může vyústit až v přehodnocení samotné představy o tom, co to vlastně „kultura“ je, takže si pod tímto pojmem lidé nebudou už představovat poskytování příslušných programů ze strany profesionálních kulturních institucí, ale spíše způsob, jak „umožnit lidem v nejrůznějších prostředích vyjadřovat a projevovat celou škálu kultur“.

Jakkoli tento přístup vychází z nejhlubší reflexe a je co se týče potenciálního dopadu nejslibnější, může být také nejnáročnější a nejkomplikovanější jej přesně definovat a uvést do praxe. Hlavní otázkou je, jak definovat onen „podstatný význam“ či „relevanci“ kultury pro uživatele, kdo bude rozhodovat o tom, co má či nemá pro někoho jiného význam, a jak nalézt a poznat to skutečně relevantní. Zjišťování významu určitého typu kultury pro uživatele může také být náročné na zdroje.

Některé kulturní instituce se navíc touto tendencí k zapojení publika do skladby programu mohou cítit ohroženy. Obávají se, že pokud se budou ptát publika, co chce vidět či slyšet, může to vést ke snížení kvality a budou muset vyjít vstříc amatérskému či lidovému vkusu. Mělo by být nicméně jasně řečeno, že ptáme-li se uživatelů na jejich preference, je to především kvůli lepšímu pochopení jejich potřeb; neznamená to, že na ně budeme delegovat umělecké vedení. Konečná odpovědnost instituce za uměleckou skladbu programu je nutná i proto, aby se dařilo udržovat jistou rovnováhu a nejen vycházet vstříc novým skupinám publika, ale také neodradit publikum tradiční.

Mají-li instituce být schopny účinně oslovovat různorodé publikum, musí se také pokusit kriticky zhodnotit své vlastní fungování – reflektovat své vnitřní uspořádání a náborovou praxi. Otázka řízení kulturních institucí je klíčová – pokud složení lidí, kteří rozhodují, neodráží různorodost společnosti, stěží lze doufat ve zlepšení kontaktů s rozmanitými segmenty publika.

**6.4 Nové příležitosti v digitální éře**

Nová média a online služby otevírají velké příležitosti ke zvýšení účasti na kulturním životě. V mnoha směrech mohou přístup ke kultuře změnit a rozšířit řady uživatelů.

Především se nesmírně rozšiřuje přístup k informacím. To znamená jednak, že kulturní instituce mohou snáze oslovit své publikum, a jednak, že se vzhledem k široké škále nově dostupných poznatků a nástrojů digitálního vzdělávání otevírá celá řada nových příležitostí ke kulturnímu vzdělávání. Nástroje jako Europeana či projekt Google Arts nám v dosud nevídané míře umožňují překonávat překážky dané zeměpisnými vzdálenostmi a nabízejí oficiálním i neoficiálním vzdělávacím institucím nesmírně cennou podporu.

Za druhé lze v mnoha směrech zjednodušit a zlepšit samotnou „spotřebu“ kultury. Opery a kina ve většině členských států uzavřely dohody, na jejichž základě se některá představení přenášejí živě do kinosálů. To umožňuje překonat jak finanční překážky, tak rezervovaný postoj některých diváků ke kulturním kodexům spjatým s operou, a přitom zajistit obecenstvu bezprostřední, živý zážitek.

Například Muzeum královny Viktorie a prince Alberta v Londýně přivítalo loni 2 miliony návštěvníků, ale jeho internetové stránky navštívilo 20 milionů lidí. Toto muzeum má svůj vlastní televizní program s názvem „V&A Channel“, který nabízí pořady na nejrůznější témata. Kromě toho má muzeum i stránky na Facebooku a účet na Twitteru, aby podněcovalo návštěvníky k reakcím i mimo prostory muzea a dostávalo od nich zpětnou vazbu.

A na závěr to možná vůbec nejdůležitější – digitální technologie a sociální média lidem umožňují, aby se sami mohli snáze stát tvůrci kultury. Usnadňují také křížení různých žánrů a vytváření nové populární kultury.

Možnosti, které se otevírají díky síťovému sdílení a propojování informací, mohou v konečném důsledku mít revoluční dopad na samotný pojem „přístupu“ ke kultuře a „účasti“ na ní, protože setřou hranice mezi producenty a konzumenty kultury. Model, v němž řetězec tvorby, distribuce a kritické reflexe ovládají profesionální umělci či kulturní pracovníci a umělecké/kulturní organizace tak možná postupně přejde v model, v němž každý může být tvůrcem, každý může být kritikem umělecké tvorby a nabídku obsahu mají v rukou uživatelé.

Tento poslední aspekt je pro kulturní instituce obzvláště obtížné vstřebat. Jak se zdůrazňuje ve studii shrnuté níže, rozšíření přístupu ke kultuře, které umožňuje internet, může také znamenat, že méně lidí bude jako prostředníky používat právě kulturní instituce.

Pro kulturní instituce je proto životně důležité, aby chápaly problémy i příležitosti, které s sebou přináší digitální revoluce, a věděly, jaký postoj k nim zaujmout. Některé kulturní instituce začínají stále častěji využívat elektronické informační bulletiny, Twitter, webové stránky, stránky LinkedIn a RSS. Populární jsou také blogy, podcasty, kanál YouTube, Flickr, facebookové stránky, online systémy live-chat, MySpace, geolokační služba Foursquare a stránky s přehledy kulturních akcí v daném městě či jiné lokalitě. Mnoho kulturních institucí ovšem zatím technologie webu 2.0 ve větší míře nevyužívá, a teprve až k tomu přikročí, budou schopny s uživateli více spolupracovat i na dálku.

S dopadem digitálních technologií souvisí i otázka, nakolik mají vliv na socioekonomické složení publika, to jest, zda díky nim určité skupiny začínají vyhledávat kulturu více než dřív. Podle nedávných studií například užívání internetu zatím nemělo vliv na profil typického návštěvníka muzea – častí uživatelé internetu mají týž socioekonomický profil jako návštěvníci muzeí.

**7. Od spotřeby k účasti: jak zapojit občany do umělecké činnosti? Jakou roli v tom mohou hrát umělecké a kulturní instituce?**

Počty lidí, kteří přímo provozují nějakou uměleckou či kulturní činnost, jsou nižší než počty návštěvníků kulturních akcí. Mezi aktivní účastí na kultuře a její pasivní spotřebou je přitom kvalitativní rozdíl. Obojí je důležité, ale jde o dva typy zásadně odlišných zážitků, které nemusejí být asi provázané, tj. přímé zapojení do uměleckého dění v místním společenství může, ale také nemusí vést člověka k častějším návštěvám institucionálně organizovaných kulturních akcí.

Je-li řeč o umění a jeho potenciálu měnit společnost, je třeba konstatovat, že právě přímá účast na tvorbě umění má často největší schopnost změnit člověku život.

Vzhledem k omezenému množství času se expertní skupina mohla tomuto tématu věnovat jen krátce a v této oblasti by tedy byla zapotřebí podrobnější analýza problémů a příležitostí.

Skupina se na svých jednáních soustředila na to, jakou úlohu mohou kulturní instituce hrát při propagaci účasti na neprofesionálních uměleckých aktivitách. Jak bylo zdůrazněno, partnerství mezi subjekty, které kulturu provozují profesionálně, a amatérskými uměleckými soubory či aktivitami může být zárukou kvality a umocní hodnotu uměleckého zážitku pro všechny zúčastněné. Zároveň členové skupiny poukázali také na to, že profesionální umělci potřebují projít určitým školením a také musí být nadáni určitým způsobem myšlení, mají-li se dokázat naladit na potřeby amatérských umělců a úspěšně s nimi pracovat, zejména v komplikovanějších vnějších podmínkách. Někdy může být nezbytné zprostředkování třetí stranou. Tímto tématem se bude částečně zabývat další expertní skupina, která se v rámci otevřené metody koordinace zaměří na tvůrčí partnerství.

Velmi podstatným aspektem činností, které jsou zaměřeny na přímé zapojení občanů do tvorby kultury, je jejich dlouhodobá udržitelnost, tj. trvání v čase, a to zejména v těch případech, kdy se tyto projekty obracejí k lidem žijícím v nepříznivých podmínkách. Projekty, které podněcují občany k účasti na kultuře, jim mohou dodat sebedůvěru a zlepšit jejich postavení a někdy mohou působit i terapeuticky. Nicméně pokud se s účastníky po skončení projektu už dál nepracuje a jsou ponecháni sami sobě, může to mít právě opačný účinek a vést ke zklamání a ztrátě důvěry.

**8. Hodnocení**

Skupina v průběhu své práce opakovaně zdůrazňovala, jak důležité je, aby konkrétní kroky doprovázel také metodicky promyšlený systém hodnocení.

Pro budoucí „skládání účtů“ je velmi důležité, aby se už při koncipování jednotlivých činností zároveň přemýšlelo o tom, jakým způsobem se budou hodnotit jejich výsledky. Proto je třeba jasně formulovat, jaké jsou cíle iniciativ zaměřených na rozšíření přístupu ke kultuře a účasti na ní (Proč se určité akce pořádají? Na jaké cílové skupiny se zaměřují?).

Hodnocení by se mělo zaměřit přinejmenším na procesuální stránku a umožnit průběžné sledování trendů, tj. toho, jak se vyvíjí situace v oblasti přístupu občanů ke kultuře a účasti na ní a jaký vývoj mají iniciativy na podporu přístupu a účasti (jaké metody používají, jak si stojí ve vztahu k ustáleným měřítkům; jaké faktory ovlivnily jejich úspěšnou či neúspěšnou realizaci).

V ideálním případě by hodnocení mělo sledovat i dopady iniciativy ex post, tj. její dlouhodobější účinky. Typickým ukazatelem účinnosti by byla změna počtu návštěvníků v čase; ještě ambicióznější by pak bylo sledovat, nakolik se dosáhlo vytyčených širších cílů, například zlepšení integrace určité sociální skupiny.

Je nicméně na místě určitá obezřetnost. Nelze zakrývat fakt, že hodnocení dopadů může být v této oblasti velmi složité, jak kvůli obtížnému posuzování skutečné míry korelace, tak kvůli obtížím, které s sebou nese práce s indikátory v oblasti kultury. Je třeba si přiznat, že některé věci se měří obtížněji než jiné, což ovšem neznamená, že jsou méně důležité. Jakkoli je tedy podstatné snažit se vyvinout evaluační metody, které by dokázaly zachytit složitou povahu kulturních hodnot lépe, než to v současnosti umíme, obtížnosti tohoto úkolu by neměla vést k tomu, že se bude význam praktických kroků v kulturní oblasti zpochybňovat.

Expertní skupina blíže zkoumala některé zajímavé zkušenosti s evaluační činností, ať už prováděnou z podnětu kulturních institucí nebo na objednávku státu.

**9. Závěry a doporučení**

Z rozhovorů uvnitř pracovní skupiny vykrystalizovalo několik důležitých sdělení. Jsou obsažena už v předchozím textu zprávy a podepřena příklady – zde pak uvádíme jejich shrnutí.

* Zatímco v některých zemích se o tom, jak zlepšit dostupnost kultury a účast občanů na ní, diskutuje už dlouho, v jiných státech je tato otázka relativně nová. Bylo by tedy velmi užitečné vytvořit na evropské i vnitrostátní úrovni platformu pro výměnu zkušeností s touto problematikou.
* Snahy zvýšit dostupnost kultury mohou být motivovány různě a všechny tyto motivace mohou být stejně legitimní. Někdy je to snaha zajistit, aby z veřejných prostředků měla prospěch co největší část veřejnosti, jindy jde o sociální začleňování a práci v sociální oblasti nebo i o prostou potřebu zachovat a zvýšit počet uživatelů určité kulturní služby (aniž se nutně změní jejich socioekonomický profil). Je proto důležité si v každém konkrétním případě ujasnit, proč se opatření ke zlepšení dostupnosti kultury přijímají, protože jejich konkrétní podoba a okruh adresátů se budou v závislosti na těchto důvodech lišit. Jasné vymezení důvodů pak může napomoci formulaci co nejúčinnějších strategií a je nezbytné pro hodnocení výsledků.
* Při strategickém řešení otázky dostupnosti je třeba věnovat náležitou pozornost všem stadiím. Jsou to: vytyčení cílů – analýza zvyklostí uživatelů a důvodů, kvůli nimž kulturní nabídky nevyužívají – navržení a provedení příslušných opatření – sledování – hodnocení.
* Kompletní analýza publika by v ideálním případě měla zahrnout i ty, kdo dané kulturní služby nevyužívají, byť to může být obtížné. Při oslovování této skupiny veřejnosti bude někdy na místní úrovni nutné využít prostředníky. Zkoumání potřeb těch, kdo kulturní nabídku nevyužívají, může dát někdy podnět i k zásadnímu přehodnocení stávající praxe – záleží na tom, jaké cíle analýza sleduje.
* Analýza modelů kulturní spotřeby má obzvláštní význam u mladých lidí. Z průzkumů a vědeckého výzkumu vyplývá, že mladí lidé se o kulturní produkci (hudbu, filmy atd.) velmi zajímají, ale v řadách návštěvníků kulturních institucí jsou zastoupeni méně, než by odpovídalo jejich podílu v populaci. Zkoumání těchto nových modelů kulturní spotřeby může být pro budoucnost kulturních institucí klíčové.
* Důležitý je partnerský přístup. Opatření budou lépe zacílená, pokud budou vycházet z konzultací s adresáty – tj. potenciálními diváky, posluchači či návštěvníky. Pro účinné řešení problému dostupnosti je například nezbytné spolupracovat s organizacemi, které zastupují hendikepované atd.
* Pokud jde o finanční překážky, všechny zkušenosti s tímto problémem vyznívají shodně: odstranění finančních překážek zavedením volného vstupu má efekt, jedině pokud ho doprovázejí i další opatření reflektující konkrétní zájmy nebo potřeby cílového publika.
* Odstraňování fyzických nebo finančních překážek, které omezují přístup některých lidí ke kultuře, je důležité, nicméně často nestačí k tomu, aby kulturní instituce dokázaly zaujmout publikum, které se věkem (mládež) či socioekonomickým profilem liší od jejich publika tradičního. Zdá se, že hlavní problémy, které se týkají přístupu ke kultuře a účasti na ní, jsou daleko spíš na straně poptávky než na straně nabídky. Je tedy zřejmé, že jedním ze zásadních úkolů kulturního managementu je podpora poptávky.
* Při takovémto vytváření poptávky hraje zásadní roli kulturní vzdělávání. Kulturní instituce by měly brát toto vzdělávání jako jednu ze svých hlavních činností, která je klíčová i pro jejich vlastní přežití. Na druhou stranu je kultura pro osobní rozvoj a tvořivost natolik důležitá, že by mělo umělecké a kulturní vzdělávání tvořit součást osnov všech typů škol, včetně středních odborných škol a učilišť.
* Vzděláváním lze dosáhnout mnohé, nicméně i tak mohou mít kulturní instituce problém s tím, jak reflektovat potřeby a zájmy nejrůznějších společenských skupin. Kulturní služby možná bude třeba reinterpretovat a najít jim ve společnosti nové místo. Provést tyto změny znamená pro kulturní instituce přehodnotit svůj celkový přístup a poslání a reflektovat i své vnitřní uspořádání a náborovou praxi. Jakkoli tento přístup vychází z nejhlubší reflexe a je co se týče potenciálního dopadu nejslibnější, může být také nejnáročnější a nejkomplikovanější jej přesně definovat a uvést do praxe. Hlavní otázkou je, jak určit „podstatný význam“ či „relevanci“ konkrétního druhu kultury pro konkrétního uživatele a kdo bude rozhodovat o tom, co má či nemá pro někoho jiného význam.
* Iniciativy zaměřené na rozšiřování přístupu ke kultuře mohou být vzhledem ke své komplexní povaze úspěšné, jedině pokud se s nimi umělecké organizace ztotožní a přijmou je za své – nesmějí být pociťovány jako nátlak shora, ze strany orgánů financujících kulturu. Je tedy velmi důležité, aby tyto orgány s příslušnými kulturními institucemi předem projednávaly, čeho chtějí takovými iniciativami dosáhnout, a aby obě strany dosáhly shody.
* Intenzivní práce na budování divácké, posluchačské či návštěvnické základny vyžaduje dlouhodobou podporu – pokud mají projekty změnit vnitřní „kulturu“ a způsob práce určité kulturní organizace, musejí mít dlouhou životnost. Má-li se do institucionální kultury daného zařízení skutečně promítnout snaha učinit jeho nabídku dostupnější pro více lidí, je třeba výrazně investovat do vzdělávání a školení zaměstnanců. Jejich zkušenosti by pak měly být náležitě ceněny a využívány, přičemž širší uplatnění a význam jim může dodat meziinstitucionální spolupráce.