Anotace:
Kulturní domy a kulturní centra, lépe řečeno činnosti, které kulturní domy zabezpečují, jsou důležitou součástí života obyvatel příslušné obce a celé spádové oblasti. Někdy tuto oblast významně překračují. Evropské výzkumné projekty se snaží najít cestu, jak si mohou kulturní centra zajistit vnitřní stabilitu a udržitelnost, zaměřují se nejen na finanční zabezpečení, ale také na aktivní účast občanů na činnosti kulturních center jako podmínce stability a udržitelnosti. V ČR se podobný větší výzkum nekoná, ale některá česká kulturní centra již projevila zájem o mezinárodní spolupráci a účast ve výzkumných projektech spojených s možností využití výsledků pro svou vlastní praxi.

Klíčová slova:
kultura, kulturní dům, kulturní centrum, kreativita, umění, komunita, participace

Abstract:
Cultural houses and cultural centers, in particular the activities provided by cultural institutions, are an important part of the life of inhabitants of the municipality and the area. Sometimes this area is significantly exceeded by activities of cultural centers. European research projects seek to find a way for cultural centers to ensure internal stability and sustainability, focus not only on financial security but also on the active participation of citizens in the activities of cultural centers as an important condition of stability and sustainability. In the Czech Republic any similar research is not going on, but some Czech cultural centers are already interested in the international cooperation and participation in research projects related to the possibility of using the results for their own practical work.

Key words:
culture, cultural house, cultural center, creativity, arts, participation, community, sustainability

Studie je výstupem grantového projektu specifického vysokoškolského výzkumu Divadelní fakulty JAMU v roce 2017.

Dagmar Bednáriková

Provoz kulturních center

Úvod

Účelem projektu specifického výzkumu byla aktivní účast na konferencích v rámci evropských projektů v oblasti výzkumu kulturních center a lokální kultury, které aktuálně hledají řešení pro úspěšné provozování lokálních kulturních zařízení v urbánním i rurálním prostředí. Zjištěná fakta jsou dalším dokladem toho, že kulturní centra jsou jen velmi obtížně srovnatelná. Bez ohledu na jejich velikost, lokaci, rozpočet, úroveň technického vybavení a podobná kritéria, lze konstatovat, že hrají důležitou roli v urbánním i rurálním prostředí. Jejich konkrétní úloha a náplň činnosti se liší v závislosti na specifických potřebách prostředí. Podstatným spojujícím prvkem je podpora participace občanů na společných aktivitách, rozvoji lokálního prostředí s pozitivním dopadem na kvalitu života a loajalitu jeho obyvatel. To se snaží dokázat také výzkumné projekty realizované na úrovni Evropské Unie a také podpořené z unijních zdrojů. Tyto projekty rovněž podporují rozvoj kulturních center, snaží se najít cesty pro jejich stabilitu a udržitelnost. Jistě je na místě citovat Lone Leth Larsen: „Žádná kultura nevzniká direktivně shora. Pro existenci lokální kultury je potřebný určitý duchovní základ velmi významně ovlivněný tradicí. Na druhou stranu žádné kulturní jevy ani subjekty na lokální úrovni neexistují samy o sobě, ale jsou více nebo méně, přímo nebo nepřímo ovlivňovány společenskou, politickou i ekonomickou situací územně nadřazeného celku. … Obecným předpokladem je však míra lidské potřeby kultury a schopnost ji nejen pasivně konzumovat, nýbrž i aktivně vytvářet.” (Lone Leth Larsen, ECoC Aarhus 2017, Urban and rura territories – the role of cultural practice to imagine – příspěvek na konferenci)

Výzkumné projekty na evropské úrovni

V rámci European Network of Cultural Centers (ENCC) proběhla dvě důležitá odborná setkání,konference RECcORD: Rethinking Cultural Participation konaná v kulturním centru Gos v dánském Aarhusu a konference Artistic Processes and Cultural Participation - New Perspectives for Rural Development na univerzitě v německém Hildesheimu. Výzkum na téma participace občanů / obyvatel na aktivitách kulturních center v Evropě má být zejména hledáním alternativ ke klesajícímu zapojování se občanů do občanských iniciativ, ke kterému dochází napříč Evropou. V návaznosti na politickou a hospodářskou krizi z počátku 21.století se zdá, jakoby mnohé tradiční instituce ztratily svou pozici a legitimitu. Sami občané i některé orgány veřejné správy reagují na tuto situaci a snaží se obyvatele lokality, kteří jsou bežnými návštěvníky kulturních center, změnit v aktivní účastníky procesů. Kulturní centrum se jeví jako vhodný prostor nejen pro tvůrčí setkávání občanů, ale i pro veřejné mítingy a diskuse.
Projekt řízený organizací Trans Europe Halls pod názvem Creative Lenses pokračuje už od roku 2015 jako čtyřletý. Hlavním zdrojem financování je evropský program Kretaivní Evropa. Podle plánu proběhlo v roce 2017 několik odborných setkání. V lednu to byl míting v Košicích, kde měly možnost prezentace významné slovenské organizace, zejména kulturní centra. Podstatnou částí projektu Creative Lenses byla dvoudenní výměna zkušeností a seznámení s průběhem aktuálních aktivit, fórum[1] Re-thinking Business Models for Arts and Culture v Lundu (Švédsko) a jednodenní fórum MAKE ART WORK! v kulturním centru P60 v Amstelveenu (Holandsko)

Rethinking Cultural Centres in a European Dimension (RECcORD)

Výzvou a motivací pro projekt RECcORD je nedostatek informací o kulturních centrech v Evropě. V Evropě existují tisíce kulturních středisek, z nichž 3000 jsou členy Evropské sítě kulturních cen-

[1] Fórum je označení aktivity v rámci projektu Creative Lenses

ter-European Network od Cultural Centres (ENCC), registrují miliony návštěvníků ročně, přesto chápání jejich možností a dopadů jejich aktivit na společnost je stále omezené. Nedostatek výzkumů v oblasti společenského dopadu práce kulturních center lze částečně vysvětlit jejich rozmanitostí a změnami, které se v evropských kulturních centrech odehrávají. Kulturní centra jsou instituce, které existují v mnoha formách a bez ustálené terminologie. V různých zemích a jazycích jsou užívány různé názvy, které mohou být přeloženy jako dům kultury, středisko pro sociální a kulturní aktivity, společenské domy nebo střediska a podobně. Jen v Čechách bychom našli desítky variant, jak je organizace tohoto charakteru označována.

Kulturní střediska v minulosti sledovala řadu cílů. Odedávna mezi ně bezesporu patří podpora aktivního občanství prostřednictvím kulturních a uměleckých aktivit, v posledních desetiletích se objevuje výrazná tendence k revitalizaci opuštěných průmyslových budov a rozvoj zanedbaných městských oblastí, podpora tvořivosti, spolupráce na různých úrovních, propojování kulturních center v sítích, ale objevuje se i také podnikání a hledání inovativních přístupů. Kulturní centrum lze tedy obecně označit jako kulturní instituci, která kombinuje umění a tvůrčí činnosti, s ohledem na technické možnosti pro uskutečňování výstav, představení nebo workshopů, s důrazem na rozmanitost a angažovanost občanů, zapojení dobrovolníků a otevřenost vůči iniciativám vycházejícím zdola, tedy přílo od občanů. Centra jsou obvykle úzce vázaná ke konkrétní lokalitě a často fungují s poměrně nízkým rozpočtem. Financování je obvykle zajištěno kombinací veřejných, případně také soukromých zdrojů, a příjmů z vlastní činnosti. Centra nabízejí otevřené, flexibilní prostory, kombinují profesionální a amatérské kulturní a společenské aktivity.

Projekt RECcORD vznikl ve spolupráci Aarhus European Capital of Culture 2017, European Network of Cultural Centres (ENCC), the Danish Association of Cultural Centres (Kulturhusene i Danmark / KHiD), Aarhus University, and The Cultural Production Centre Godsbanen (GB). Hlavním zdrojem financování projektu je program Kreativní Evropa. Do projektu se zapojilo celkem 38 kulturních center. Lídry projektu jsou Birgit Eriksson, Carsten Stage and Camilla Møhring Reestorff z Aarhus University (DK). V období od června 2016 do ledna 2017 se účastníci podle rozpisu vzájemně navštěvovali a po dobu deseti dnů shromažďovali potřebná data s využitím metod rozhovoru, pozorování, mapování participace, analýzy dokumentů a stínování s následným popisem navštíveného subjektu.

Participace byla pro kulturní centra vyhodnocena jako klíčový faktor fungování. Centra spolupracující v projektu vnímají samy sebe jako důležitou platformu pro občanskou participaci. Tato participace je chápána a praktikována v širším rozsahu, než jak uvádějí běžné teorie participace[2]. Na základě analýz navrhuje tým projektu RECcORD novou definici. V jejich chápání je participace více, než pouhá návštěva kulturních programů v kulturním centru. Zahrnuje celý proces toho, jak se všichni zúčastnění, tedy profesionálové, dobrovolníci, umělci i občané, zapojují do sledovaných aktivit, jak o nich mluví, jak jim dodávají podstatný rozměr osobní zkušenosti a sociálního kontaktu. Aktivity kulturních center neexistují v izolaci od okolí, ale jsou vždy součástí širšího kontextu společnosti v dané lokalitě.

Artistic Processes and Cultural Participation-New Perspectives for Rural Development

Konference zaměřená na rozvoj kulturních center především v rurálním prostředí se konala v říjnu 2017 v Hildesheimu (DE). Jejím hlavním tématem byla participace a také spolupráce a výměna zkušeností mezi kulturními centry jako zásadní zdroj vzájemné pomoci a inspirace. Kulturní centra by měla poskytovat prostor pro kulturní aktivity, které občané chtějí provozovat, o které mají zájem. Není možné zůstávat jen u zažitých metod a způsobů práce, je nutné umožňovat nové. Setkání v reálném čase jsou zásadním nástrojem pro posílení spolupráce, inspirace, ověřování fungujících modelů práce. Hlavními přednášejícími konference byli Prof. Wolfgagng Schneider, vedoucí Katedry kulturní politiky na University of Hildesheim a Beate Kegler, která se na téže univerzitě věnuje tématům kulturního managementu a rozvoje kultury a kreativity v rurálním prostředí. Prof. Schneider uvedl konferenci obecnou přednáškou na téma Cultural Policy for Rural Development. Kulturní instituce by měly v sociální transformaci usilovat o podporu svobody a rozmanitosti uměleckého vyjádření, komunikaci nejen uvnitř lokality, ale i směrem dovnitř a ven, podporovat umělce jako tvůrce změn ve společnosti, usilovat o uměleckou spolupráci podporující rovnoprávnost a spravedlnost a snažit se spoluvytvářet kulturní politiku podporující rozvoj umění. Kulturní infrastruktura v rurálním prostředí zahrnuje kromě kapacit, které je třeba budovat a udržovat, také podporu mobility občanů i umělců a kulturní plánování. Vhodné je nezapomínat na lokální hrdiny, tedy osobnosti s lokalitou úzce spojené, ať již historicky nebo fyzicky v reálném čase. Kulturní plánování vyžaduje analýzu prostředí, propojení umělců, organizátorů kultury a politiků, sladění jejich zájmů a společný rozvoj strategického plánu. Pro rurální prostředí se jeví jako nové některé z již známých a užívaných způsobů rozvoje kulturních a uměleckých aktivit. Patří k nim umělecké rezidence, práce s publikem, participace jako základní princip, budování komunity amatérského divadla, možnosti kulturních akcí pod otevřeným nebem.

Creative Lenses

Hlavním cílem, ke kterému projekt Creative Lenses směřuje, je navrhnout obchodní modely, tedy Bussunes models, vhodné pro kulturní centra. Kulturní organizace se obvykle domnívají, že jsou stejně důležité, jako organizace. ve zdravotnictví nebo sociálních službách. Představitelé projektu Creative Lenses ale tvrdí, že toto tvrzení nemůže obstát. Zároveň podíl podpory kultury a umění z veřejných zdrojů všude v Evropě klesá. Bussines models nejsou v pojetí autorů tohoto projektu jedinou cestou k financování činnosti organizace. Zároveň je zdůrazňováno, že se nejedná jen o model financování. Jak lze tedy jednoduše Business models charakterizovat? “Business models zobrazují způsoby, jakým organizace vytváří, prezentuje a naplňuje své hodnoty”. (Paul Bogen, Creative Lenses, Amstelveen, 2017) V přímé souvislosti týž autor uvádí, že “Organizace je finančně stabilní, pokud se její práce nezastaví, když její vnější finanční zdroje poklesnou nebo zcela skončí.“ (Paul Bogen, Creative Lenses, Amstelveen, 2017)

Charakteristiky udržitelnosti kulturní organizace podle autorů projektu Creative Lenses (Paul Bogen, Creative Lenses, Amstelveen, 2017):

- ví proč, pro koho existuje a čemu věří.
- ví, kam směřuje a jak a kdy se k tomuto cíli dostane.
- má k dispozici zkušené a motivované lidi.
- je stejně úspěšná v nakládání s financemi jako v umění.
- má diverzifikované zdroje financování, není závislá na jednom zdroji.
- má dobré zkušenosti, znalosti a zdroje v oblasti financí.
- umí riskovat.
- investuje do sebe, do publika, do umělců a do budoucnosti.
- přijímá změny, další vzdělávání, partnerství a spolupráci.
- umí komunikovat a zejména naslouchat.
- je dynamická, energická, vyvíjí se, je zábavná.
- vyhledává, podporuje a obhajuje uměleckou kvalitu.

Hlavním heslem, které je v rámci Creative Lenses prosazováno, je “ Kultura není obchod, umění není produkt a publikum není zákazník”. Aktuálně probíhá sběr dalších dat elektronickou formou. Provozovatelé kulturních center v evropě mohou vyplnit dotazník Business Models in Arts and Cultural Organisations (dostupný na webu www.creativelenses.eu) a popsat svůj aktuální stav a vztah k otázkám nových modelů práce a udržitelnosti včetně informací o aktuálních zdrojích financování. Výsledky tohoto šetření budou zpracovány, metodologie sběru dat působí zjednodušujícím dojmem

[2] Také viz kapitola 4.2 Participace v kulturních centrech.

Část již realizovaného výzkumu obsahuje šetření týkající se formy a obsahu strategických plánů. Strategie je často vnímána mezi manažery a pracovníky kulturních center rozdílně. Také postavení a činnosti hlavního manažera kulturní organizace jsou vnímány rozdílně manažerem samotným a ostatními pracovníky centra. Objevuje se problém v komunikaci, který může být způsoben také rozšiřováním neosobních, elektronických komunikačních kanálů.

Autoři projektu Creative Lenses formovali svou vizi jako "Facilitaci rozvoje síly kulturních organizací ke zvýšení sociálního dopadu"[3] a misi jako "posílení uměleckých a kulturních organizací k větší pružnosti a k vytváření hodnot pomocí nových nástrojů a metod".[4] Zkoumaná oblast, tedy Evropa, byla rozdělena na část severní, jižní, východní a západní. Jednou z výzkumných otázek je zda má organizace písemně zpracovaný plán na dobu delší než jeden rok. Severské země odpovídají kladně v 80 %, jižní ve 23 %, východní v 52 % a západní v 78 %. Výsledky šetření ukazují také velké rozdíly ve znalosti a schopnosti interpretace vize a mise mezi dotazovanými klíčovými manažery a pracovníky kulturních organizací, jak již bylo řečeno.

Financování je samozřejmě podstatnou podmínkou udžitelnosti kulturního centra. Vedlejší ekonomické aktivity mohou znamenat podstatný podíl na zajištění potřebných financí. V mnohých tradičních neziskových organizacích ale převládá názor, že provozování vedlejších výdělečných činností je pro kulturní organizaci nepatřičné. V některých případech jsou takové činnosti dokonce omezeny zřizovatelem organizace. V nezávislých organizacích vzniklých cestou zdola je přístup k těmto aktivitám pozitivnější. Důvody jsou nejen ekonomické, ale souvisí také s rozvojem publika neboli audience development. Rozvoj publika znamená péči o diváka ve všech směrech, tedy i v rozšiřování služeb, které je organizace schopna návštěvníkovi poskytnout. Právě poskytování služeb doplňujících nabídku programů a aktivit může být důležitým faktorem pro získání nových návštěvníků. Extrémem v tomto směru je názor, že kultura občany nezajímá, že je potřeba primárně nabízet jiné, komerční služby, například jídlo ve specializované restauraci, a kulturní aktivity ponechat jako přidružené.[5] Jinou variantou tohoto přístupu je například divadelní představení předkládané divákovi v restauraci, kde se současně podává speciální oběd.[6]

Mnohá kulturní centra nejen v České Republice fungují už dlouhou dobu, mnohá jsou dlouhodobě řízena stejnými lidmi. Do současnosti tedy většinou pracují stále stejnými metodami. Důležitým faktorem je silná tradice, která hovoří proti jejich případnému zrušení, kvalita obvykle není kritériem. V souvislosti s poklesem financí ve veřejných rozpočtech není prostor na rozvoj aktivit ani na další vzdělávání pracovníků, kteří jsou považováni za dostatečné odborníky díky dlouholeté praxi. Tento názor může souviset také s absencí odborného přehledu na úrovní lokální kulturní politiky, kdy kultura se ve většině případů dostává na periferii. Z různých důvodů, zejména ale z nezájmu o řešení otázek lokální kultury ze strany místních politiků a také z jejich snahy o snížení nákladů někdy dochází k převedení provozu na soukromé osoby nebo obchodní společnosti, které potom zákonitě musí postupovat zcela komerčně. V postkomunistických zemích je financování kulturních center zajištěno z 80 – 90 % z veřejných zdrojů. (Paul Bogen, Creative Lenses 2017). Tato skutečnost z velké části způsobuje nízkou aktivitu v hledání vlastních zdrojů a nových způsobů práce.

[3] Creative Lenses vision: To facilitate the development of stronger art and cultural organizations for a greater social impact. (vlastní překlad autorky)

[4] Creative lenses mission: To empower arts/cultural organizations with new methods and tools to become more resilient and create value. (vlastní překlad autorky)

[5] Jeruzalém (Izrael) - nezávislý fotograf začal v roce 2015 pořádat ve vlastním domě s minigalerií večeře pro skupiny turistů

[6] Stockholm (Švédsko) - http://kulturhusetstadsteatern.se/Teater/Klara-Soppteater/
Klara Soppteatern, scéna městského divadla přímo v kavárně, sídlí v objektu Kulturhuset, pravděpodobně největšího kulturního domu v Evropě, představení Buy Hearts o životě a nevyjasněném úmrtí slavné švédské populární zpěvačky z 1.pol. 20. století se hraje v čase oběda při konzumaci speciální polévky, trvá 55 minut a návštěva zde je velmi populární

Výzkumy v České republice

V ČR není výzkumu v oblasti kulturních center věnována velká pozornost. Lokální historie kulturních zařízení tohoto typu je velmi dlouhá a složitě popsatelná. Za předchůdce dnešních kulturních center lze označit Dělnické, Katolické, Spolkové, Národní, Obecní, Osvětové, Besední domy (např. Malostranská beseda, Měšťanská beseda…) či Rychty (např. Baráčnická rychta). Později se objevily názvy Kulturní dům, Dům kultury, Společenský dům, Kulturní středisko, Společenské středisko, Kulturní centrum, Společenské centrum, Osvětové středisko, beseda nebo centrum, Osvětový dům nebo dokonce Palác kultury, Také postupně docházelo k rozšíření spektra poskytovaných služeb, zejména o informační a propagační činnosti v kultuře a cestovním ruchu spojováním do Kulturně - informačních center. Tato všechna označení bychom mohli přiřadit k tomu, co si v současné době představujeme pod pojmem Kulturní centrum. Nejčastěji je užívaný termín Kulturní dům. Objevuje sei také termín "Obchodní a kulturní centrum". Takto jsou označována nákupní střediska, která se v některých případech snaží "zkulturnit" prostředí umístěním výstavy nebo speciálními eventy, ale tyto aktivity jsou obvykle výhradně marketingového charakteru, jsou podporou prodeje v obchodním prostoru. Zajímavé je, že například dánští představitelé národní sítě kulturních center Kulturhusene odmítají název "kulturní centrum" a trvají na historickém termímu "kulturhus", tedy "kulturní dům" (Søren Søeborg Ohlsen, 2016 a 2017).

K tomuto názoru se připojuje více představitelů kulturních center, zejména ze severského regionu. Také největší severské a pravděpodobně i evropské kulturní centrum sídlící ve Stockholmu založené v roce 1966 nese stále název Kulturhuset-Stadsteatern, k názvu Kulturní dům a Městské divadlo.[7]
V České republice byl uskutečněn prozatím dvakrát jednoduchý monitoiring názorů veřejnosti prostřednictvím anonymního dotazníku, a to v roce 2012 a 2017. Kompletní výsledky z roku 2017 ukazuje příloha této práce. Dosavadní získané informace nejsou dostačující pro formulaci závěrů, zobrazují pouze některé názory. Téma si zaslouží hlubší výzkum s využitím odborných sociologických metod.

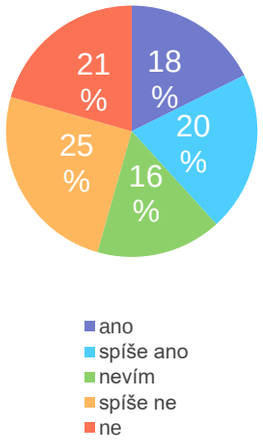
Aktuální názory na kulturní dům/centrum

Zajímavé srovnání nabízejí výsledky uvedených průzkumů z roku 2012 a 2017 s výsledky šetření provedeného v rámci českých kulturních center v roce 2015 a zároveň s šetřením na úrovni mezinárodní, tedy evropské. Výsledky mezinárodního výzkumu se týkají kulturních center sdružených v síti TEH, tedy organizací, které jsou založeny iniciativou zdola a ve většině případů fungují v industriálních objektech, které již nejsou využívány k původnímu účelu. Tyto organizace běžně získávají podporu municipality v dané lokalitě, ale jejich činnost má jiné vstupní podmínky. Z výsledků není zřejmé, v jaké situaci se nacházejí zahraniční lokální kulturní centra zřizovaná municipalitou. V oblasti tvorby programu ale tento rozdíl pravděpodobně nebude patrný, proto tabulka níže uvádí údaje i z tohoto evropského výzkumu.

Z hlediska participace v novém pojetí vnímaného jako hlavní téma pro práci kulturního centra je zajímavý především výsledek šetření zjišťovaný otázkou: Podle Vašeho názoru se lidé raději zapojují do komunitních aktivit, které pro ně někdo organizuje (1) nebo je vhodnější zapojeni do aktivit spolků, tedy do aktivit vznikajících zdola (2)? Výsledek šetření říká, že téměř 71 % respondentů volí variantu 1, necelých 28 % volí variantu 2. Pouze ojediněle se objevuje názor, že lidé se zapojovat nechtějí nebo že takové rozdělení nemá smysl.

[7] Kulturní dům založený v centru města municipalitou v roce 1966, v současné době ho navštíví 650 tisíc návštěvník za rok, nabízí 2100 programů ročně (2014), zahrnuje několik divadelních sálů, knihovnu, umělecké galerie včetně prodejních, informační centrum, restaurace a další,
http://kulturhusetstadsteatern.se/English/About-Kulturhuset-Stadsteatern/.

V souvislosti s rozvojem jednotlivých lokalit a závislosti tohoto rozvoje na kulturním vyžití byla položena otázka: Přihlížel/a byste při výběru svého místa pro život k faktu, že zde funguje kulturní zařízení nabízející živě umění typu kulturní dům nebo divadlo? V tomto případě se kladně vyjádřilo kladně necelých 18 % respondentů a spíše souhlasné stanovisko zaujalo dalších téměř 21 %. Naopak nesouhlas a spíše nesouhlas vyjádřilo dohromady téměř 46 % respondentů, tedy o 8 % více.



Přihlížel/a byste při výběru svého místa pro život k faktu, že zde funguje kulturní zařízení nabízející živě umění typu kulturní dům nebo divadlo?	
ano	17,65 %
spíše ano	20,59 %
nevím	16,18 %
spíše ne	25,00 %
ne	20,59 %

Tabulka č.1: Vliv existence kulturního zařízení na výběr místa pro život, zpracovala autorka podle vlastního šetření

Spolupráce mezi kulturními centry na lokální úrovni by byla prospěšná nebo spíše prospěšná podle více, než 63 % respondentů, na mezinárodní úrovni podle více, než 44 % respondentů. Tomuto výsledku lze rozumět tak, že občané chápou spolupráci, výměnu zkušeností a vzájemnou pomoc kladně a nevnímají působení kulturních center jako konkurenční boj. Tento druh šetření by bylo vhodné rozšířit nejen na větší počet respondentů, ale také modifikovat na samotná kulturní centra a jejich provozovatele, aby bylo možné popsat shodu nebo naopak rozpor v tendencích provozovatelů kulturních center a očekávání občanů.

Zajímavé srovnání nabízejí výsledky uvedeného průzkumu s výsledky šetření provedeného v rámci českých kulturních center v období 2012–2017 a zároveň s šetřením na úrovni mezinárodní, tedy evropské. Výsledky mezinárodního výzkumu se týkají kulturních center sdružených v síti TEH, tedy organizací, které jsou založeny iniciativou zdola a ve většině případů fungují v industriálních objektech, které již nejsou využívány k původnímu účelu. Tyto organizace ale běžně získávají podporu municipality v dané lokalitě. Na úrovni České republiky je ale takových center velmi málo, proto bylo osloveno celé spektrum českých kulturních domů a center, tedy zařízení soukromá i zřízená obcemi. Srovnání, která je možné prezentovat, se týkají představ občanů o programové náplni a doplňkových službách poskytovaných kulturními centry ze strany občanů ČR a skutečné programové náplni a službách, kterou česká kulturní centra nabízejí či poskytují a dále s tím, jaké programy a služby nabízejí nezávislá centra v zahraničí. Prázdná pole v tabulce č.2 znamenají, že tento bod nebyl v příslušném dotazníku uveden ani ho respondenti jmenovitě neuvedli v kategorii “jiné”. Srovnání záměrně nepracuje s údaji, které poskytuje na základě statistických šetření NIPOS, protože autorka nepokládá tyto údaje za relevantní. Navíc údaje zjišťované nevhodně sestaveným výzem[8], kdy předmětem statistického zjišťování má být sledování činnosti kulturních domů, městských kulturních středisek apod. na území České republiky, již nejsou bez uvedení důvodu v celkových ročních statistických přehledech zaznamenány. Rovněž databáze kulturních domů sestavená v NIPOS není využitelná, údaje v ní uvedené jsou nesprávné, nepřesné nebo neúplné, v některých případech dokonce zcela irelevantní. K tomuto závěru došla autorka při svém dotazníkovém šetření v roce 2015, kdy databázi využila pro rozeslání dotazníků. Tabulky č.2 a č.3 zobrazuje porovnání dostupných informací získaných z vlastních šetření autorky a z výsledku první fáze výzkumu projektu Creative Lenses, tedy co občané očekávají a co kulturní centra podle vlastního vyjádření poskytují. Údaje se týkají programové činnosti, aktivit kulturních center a poskytování doplňkových služeb.

Druhy programů v kulturních centrech

DRUH PROGRAMU	OBČANÉ ČR 2012 OČEKÁVÁNÍ V %	OBČANÉ ČR 2017 OČEKÁVÁNÍ V %	KULTURNÍ CENTRA V ČR NABÍDKA V %	KULTURNÍ CENTRA TEH NABÍDKA V %
koncerty	44	82	94	85
divadlo	44	78	92	83
tanec, pohyb. div.			73	24
pro děti	47	63	95	N
pro školy			85	N
výstavy	30	60	73	93
kino		46	63	78
knihovna		43	32	N
vzdělávání, kroužky	43	38	44	N
spolky, klub	55	50	71	N
komunitní aktivity	N	33	31	N
společenské akce	84	78	71	61
konference				72
nová média				54
storyteling				41

Tabulka č.2: Druhy programů v kulturních centrech, sestavila autorka podle vlastního šetření a průběžných výstupů projektu Creative Lenses.

Program a aktivity v evropských kulturních centrech se mírně liší, zejména v oblasti nových médií a storytellingu. Tyto formy v našem prostředí ještě do kulturních center nepronikly. Konference, které

[8] Roční výkaz o kulturně-vzdělávací a zájmové činnosti Kult (MK) 22-1., http://www.nipos-mk.cz/?cat=98.

jsou uváděny mezi aktivitami evropských center, by bylo nutné blíže identifikovat, aby bylo možné posoudit případnou shodu nebo podobnost s některou aktivitou v domácím prostředí. V zahraničí nebyly odděleně sledovány programy pro děti. Důvodem je zřejmě to, že se druhově jedná o opakování aktivity, která je již v dotazech zahrnuta, tedy především divadlo, koncerty, kroužky. Autorka se ale domnívá, že je vhodné tento ukazatel sledovat, i když je zdvojený. Jedná se o zjišťování, zda kulturní centrum spolupracuje s dětmi a mládeží se školními skupinami jako s důležitou skupinou publika. Konkrétní náplň spolupráce není v tomto případě podstatná. V tomto ohledu lze namítat, že by měly být uvedeny ještě další skupiny, například sociálně vyloučené skupiny obyvatel, senioři apod. Pravděpodobně ano, zároveň ale autorka považuje práci s mládeží za velmi podstatnou, hodnou samostatného výzkumu. Patrný je také rozdíl u poskytování služby knihoven, které jsou v Evropě obvykle provozovány v samostatných, většinou výstavních budovách, a není tedy tradice ani tendence spojovat je s kulturními centry.

Doplňkové služby v kulturních centrech v ČR

	% kulturních center poskytuje	% respondentů žádá
Bar	40	62
Kavárna	27	57
Restaurace	34	57*
obchod s rekl.předměty	9	13
prodejní galerie	13	
Internet	40	
informační služby	22	53
infokiosek	3	
jiné	4	
neuvedeno	15	
parkování		46
nevím		8

Tabulka č.3: Doplňkové služby v kulturních centrech, sestavila autorka podle vlastního šetření.
* restaurace a kavárna byly zahrnuty v jednom ukazateli

Zajímavostí tohoto srovnání je, že více, než 50 % respondentů z řad občanů by uvítalo, kdyby v kulturním centru mohli získávat lokální informace různého druhu. Vysoké procento respondentů žádá také bar, kavárnu nebo restauraci. Tato služby by už měla být automaticky poskytována, ale pravděpodobně vzhledem k nutným podmínkám provozování restauračních zařízení tomu tak stále ještě není.

Kulturní centrum

Vraťme se k definici kulturního centra: Kulturní centrum je prostor, ve kterém osoba nebo skupina osob poskytuje kulturní služby pro veřejnost. Prostorem je míněno konkrétní místo, budova, objekt. Poskytování kulturních služeb pro veřejnost znamená vytváření nabídky kulturního a společenského vyžití uměleckého i neuměleckého charakteru, komunitních aktivit či aktivit pro komunitu. Cílem autorčina výzkumu je zmapovat výzkum v oblasti kulturních center v Evropě, podle možnosti porovnat zahraniční výsledky s českými a upozornit na možnosti uplatnění vhodných metod v domácím výzkumu i v praxi. V neposlední řadě je cílem navrhnout možné problémy a otázky vhodné pro výzkum v ČR.
Cílovou skupinou jsou představitelé lokální a regionální politické scény, kulturní aktivisté, manažeři, studenti a veřejnost. Hlavním tématem je zjistit zaměření zahraničních výzkumných aktivit a posouzení, případně doporučení těchto aktivit pro praktické využití v domácím prostředí.

Jakým prostorem tedy kulturní centrum je?

- prostor pro kulturní akce.
- sociálně-kulturní centrum lokality, centrum pro setkávání obyvatel.
- místo pro praktické zapojení obyvatel do tvůrčích a estetických aktivit, prostor pro výstavy, workshopy, zkoušky a představení na profesionální i amatérské úrovni.
- prostor s velkou diverzitou návštěvníků, mohou jej využívat různorodé skupiny zájemců.
- místo pro občansky angažované aktivity.
- prostor pro zapojení dobrovolníků.
- otevřenost pro různé iniciativy občanů směrem zdola.
- prostor pro participaci a podíl na rozhodování.

V rámci úvah o kulturním centru je třeba zvážit aspekty, kterými je potřebné se zabývat. Podstatné je nalézt vhodný způsob, jak rozdělit kulturní centra do určitých skupin, což je při jejich rozmanitosti pravděpodobně nejsložitější úkol. Rozdělení bude vždy záviset na sledovaném cíli výzkumu. Dále je třeba pracovat se specifickými faktory udržitelnosti, stability a úspěšnosti a v neposlední řadě se zabývat skutečnou rolí kulturního centra v lokalitě a vlivem způsobu řízení na kvalitu a úspěšnost centra.

Typologie kulturních center
Podle názoru výzkumných pracovníků, kteří řídí projekt RECcORD[9] je jádrem aktivit kulturního centra participace. Je klíčová pro to, co se zde děje, i pro to, jak sama centra chápou svou vlastní identitu a roli ve společnosti. V každém případě jsou ale kulturní centra velmi diverzifikovaná.

Čtyři typy kulturního cetra podle RECcORD (Birgit Eriksson, 2017), hlavním kritériem je způsob založení a provozování centra:

1. One man/woman - jedna klíčová osoba, flexibilita, ekonomická zranitelnost
2. Centrum založené umělci nebo aktivisty - skupina aktivistů, flexibilita, nehonorovaná práce, silně umělecky zaměřené
3. Sousedské centrum - úzká vazba k lokalitě, obvykle velký záběr, zaměření na socilální projekty
4. Kreativní hub - podpora minucipality, zaměření na kreativní rozvoj prostředí

V této souvislosti lze zmínit další možnosti typologie pro kulturní centra. Například podle druhu právní subjektivity můžeme kulturní centra dělit na

1. individuální aktivitu
2. skupinovu aktivitu jako neformální skupina

[9] Viz kapitola 1.1 Rethinking Cultural Centres in a European Dimension.

3. skupinovou aktivitu jako formální skupina
4. veřejnou instituci
5. soukromou organizaci

Další možnost dělení je určena účelem založení nebo zřízení organizace:

1. nezisková společnost, která není založena za účelem vytváření zisku a případný zisk použije vždy na scvou další činnost.
2. obchodní společnost, tedy podnikatelská aktivita, která vzniká za účelem vytváření zisku, který lze rozdělit majitelům společnosti.

Dělení podle osoby nebo osob zakladatele kulturního centra lze formulovat následovně:

1. právnická osoba založená státem, nezisková nebo obchodní společnost, centra vzniklá shora, tedy z iniciativy obcí, případně krajů nebo státu, tedy ministerstev nebo ambasád
2. fyzická osoba nebo právnická osoba založená občany, nezisková nebo obchodní, centra vzniklá zdola, tedy z iniciativy aktivistů, nejčastěji kulturních organizátorů nebo umělců

Nabízí se také možnost typologie podle finančních ukazatelů, počtu zaměstnanců, počtu návštěvníků za rok, kapacity provozovaného objektu.

Také je možné rozdělit kulturní centra podle lokalit, kde kulturní centrum působí. Zde je ovšem obvykle obtížné určit, jaká je skutečná spádová oblast centra. S tímto údajem lze pracovat v kombinaci s otázkou jakou vzdálenost jsou lidé ochotni kvůli návštěvě kulturního centra překonat. V tomto ohledu se jeví jako nejjednodušší pracovat s rozdělením na urbánní a rurální prostředí.

Volba typologie by měla umožnit či přímo podmiňovat další výzkum. Jak již bylo řečeno, kulturní domy a centra se vyskytují v mnoha různých formách a z obecného pohledu je zkoumat nelze. Zobecnění snad může být dosaženo na základě výzkumů jednotlivých typů v rámci zvolené typologie.

Role kulturního centra v lokalitě

Role kulturního centra by měla být v lokalitě klíčová, pokud centrum funguje a z větší části naplňuje očekávání obyvatel. Je tedy nutné tato očekávání mapovat, vycházet z nich při plánování činnosti a snažit se udržovat vysokou estetickou úroveň činnosti. Klíčovou roli kulturního centra lze popsat tak, že definuje udržitelný obraz obce a vznik symbolů, podporuje kreativitu, identitu a loajalitu, pozitivně působí na konfliktní stavy.

Konflikty v lokálním prostředí mohou být způsobeny sociálními rozdíly, ekonomickým rozvojem, kvalitou prostředí a spravedlnosti nebo urbánním plánováním a rozvojem. V tom všem může kultura a umění působit pozitivně, zejména s využitím participativních metod práce, poskytnutí možnosti svobodného projevu a nezávislé profesionální moderace konfliktních situací.

Udržitelnost kulturního centra

Udržitelnost kulturního centra, tedy jeho pozitivní působení na okolní prostředí včetně ekologických aspektů, může být ovlivněna mnoha faktory. Jako prospěšné vlivy lze jmenovat

1. propojení kulturní organizace s umělci
2. kultura jako sociální projekt, spolupráce s různými sociálními skupinami
3. integrace, zapojování vyloučených skupin
4. podpora kreativity, nabídka možností pro rozvoj kreativity
5. komunikace s obyvateli v lokalitě, otevřenost
6. vzdělávací aktivity, možnost osobního růstu pro všechny generace
7. výzkum, experiment, mapování potřeb a zájmů obyvatel
8. inovace a kreativita, hledání alternativních modelů rozvoje
9. rozvoj technologií včetně podpory jejich využívání občany
10. kulturní funkce, nabídka kulturního vyžití
11. role prostoru, genius loci, kreativní prostředí

Nelze říci, že obyvatelé jsou si vědomi toho, co vše by mohli od působení kulturního centra očekávat. Je tedy vhodné, aby kromě mapování zájmů obyvatel kulturní centra sama přicházela s novými aktivitami a přinášela inovativní modely práce, které nejsou očekávány.

Stabilita kulturního centra

S udržitelností úzce souvisí vnitřní stabilita organizace. Vnitřní stabilitu ovlivňuje několik hlavních faktorů, které zobrazuje následující graf, kde je vyjádřena vzájemná závislost jednotlivých faktorů. Je třeba zvažovat nejen vlivy, které působí na vnitřní stabilitu organizace, ale také vlivy působící obousměrně.

Jako podstatné se jeví

1. historie, tradice a genius loci
2. vize a mise
3. kvalita života (QOL)
4. konkurence, kulturní politika
5. finance
6. program a aktivity, zapojení obyvatel, participace
7. management
8. propagace a PR

Graf č.1: působení jednotlivých faktorů na vnitřní stabilitu organizace, sestavila autorka

Management kulturního centra

V současné době se v kultuře projevují stejné generační tenence jako v jiných oblastech. Objevují se požadavky na možnost nových režimů práce, například nových způsobů využití fondu pracovní doby, možnost domácí práce neboli home-office nebo práce ve zkráceném pracovním úvazku či

práce konané v rámci dohod mimo pracovní poměr. Využívání těchto režimů brání hlavně konzervativní postupy nastavené v minulosti a také některá omezení daná zákoníkem práce, který je aktuálně novelizován a novela má řešit právě otázky pracovní doby vrcholových zaměstnanců, zaměstnanců pracujících z domu a dohod o práci konané mimo pracovní poměr.

Provoz kulturních domů a center ve skutečnosti poskytuje ve většině případů příznivé podmínky pro využívání nových možností organizace práce. Především je to fakt, že moderní technologie umožňují vykonávat z domu velkou část práce. To přináší velký tlak a zodpovědnost na všechny pracovníky a především na klíčového manažera, který by měl pro tuto pozici mít mnohem více znalostí a zkušeností, nežli mu stačilo dříve. Nové podmínky musí zvládat nejen vedoucí, ale i řadoví pracovníci. Znamená to vysokou úroveň práce s časem. Každý pracovník musí kontinuálně vyhodnocovat potřebu vlastní fyzické přítomnosti na pracovišti i potřebu zpracovávání pracovních úkolů mimo pracoviště. Na vedoucím pracovníkovi potom závisí nejen rozdělování pracovní doby, ale i způsob hodnocení jednotlivých podřízených. Vedoucí musí být schopen objektivně posoudit rozsah práce již při vytváření pracovních pozic, případně při přidělování pracovních úkolů. Rozdělení pracovní doby na čas strávený na pracovišti a na domácí práci prozatím do sféry běžných kulturních domů příliš neproniklo, i když je obecně známo, že tyto tendence se stále rozšiřují a jsou vítány zaměstnavateli i zaměstnanci. Některé pozice vyžadují pravidelnou přítomnost na pracovišti, jiné naopak vyžadují přítomnost jen v určitém čase, v kulturním centru obvykle v době konání programů a aktivit. Tyto časy mohou být z hlediska tradičního pohledu na pracovní dobu vnímány jako neatraktivní. Pracovníci se také mnohdy nedokáží vyrovnat s uvedenou odlišností jednotlivých pracovních pozic ve vztahu k možnosti domácí práce. K relativně nově využívaným možnostem patří také zkrácené pracovní úvazky. Jejich poměrně nízké využití souvisí s finančním podhodnocením práce v kulturních zařízeních obecně, kulturní centra nevyjímaje. Pokud by navíc měli pracovníci vykonávat svoji práci ve zkráceném pracovním úvazku, jsou nuceni doplnit svůj příjem z dalších zdrojů, tedy hledat paralelní možnost výdělku, kdy následně nejsou plně orientováni na svůj pracovní výkon v kulturním zařízení. Tato práce obecně vyžaduje vysoký stupeň osobní motivace.

Úspěšnost kulturního centra

Z uskutečněných výzkumů a díky výměně zkušeností na národní i mezinárodní úrovni lze navrhnout kritéria úspěšnosti kulturní organizace:

1. návštěvnost (při stanovení metodiky sledování počtu návštěvníků)
2. poměr nákladů a výnosů/vlastních výnosů (soběstačnost)
3. poměr nákladů/výnosů a výkonů (při stanovení metodiky pro určení výkonů)
4. druh poskytovaných služeb
5. kvalita a cena poskytovaných služeb
6. marketingové aktivity (zejména divácké průzkumy a audience development, sociální sítě, počet a nárůst počtu sledujících osob)
7. kvalita poskytovaných služeb (včetně doplňkových)

Ukazuje se ale, že podstatným, možná dokonce primárním faktorem, je lokalita, kde se kulturní centrum nachází. Otázkou zůstává, zda lze úspěšnost posuzovat ve všech lokalitách podle stejných kritérií. Zde lze jako o důležité podmínce úspěšnosti hovořit o participaci. Jestliže návštěvníky rozdělíme na pasivní a aktivní s vědomím, že v obou skupinách jsou obsaženi návštěvníci jednočetní i vícečetní, participaci na různé úrovni můžeme spatřovat u všech. Je ale třeba uvažovat také o skupině, která kulturní centrum nenavštěvuje, tedy o skupině návštěvníků potenciálních, a zkoumat bariéry, které členům této skupiny v návštěvě kulturního centra brání. Některé bariéry jsou řekněme obecné, společné pro různé druhy kulturních zařízení, ale některé jsou naopak velmi úzce spojeny s lokálním prostředím a mohou celkovou úspěšnost velmi ovlivnit.

Komunita a participace v kulturních centrech

Pojem participace v českém kontextu používáme často pro komunitu a komunitní aktivity. Participace se týká spíše angažovanosti ve věcech veřejných, tedy blíže k filozofickému výkladu tohoto slova. Komunitní aktivita je obvykle spojena s otázkou osobních zájmů nepolitického charakteru, tedy blíže k sociologickému výkladu. V zahraničí se setkáváme právě s označením participace, které zahrnuje široké spektrum aktivit spojující oblasti u nás vnímané pod pojmy komunitní aktivity i participace.

Komunita a komunitní aktivity

Komunita nemá jedinou definici. Komunita může být definována jako souhrn osob, které žijí v určitém vymezeném prostoru, kde vykonávají každodenní aktivity a obvykle tvoří autonomní jednotku.[10] V jiném smyslu je pojem komunita považován za sociální útvar charakterizovaný jednak zvláštním typem sociálních vazeb uvnitř, mezi členy, jednak specifickým postavením navenek, v rámci širšího sociálního prostředí.[11] Komunitu charakterizuje zejména sdílená vzájemná interakce, vycházející například ze společných potřeb nebo zájmů. Původní názor, že každá skutečná lidská komunita je vždy založena na vzájemném fyzickém styku více lidí, již neodpovídá současnému stavu, kdy za komunitu považujeme i společnosti fungující pouze na internetu, tedy splňující předpoklad společného zájmu, nikoliv však fyzickém spolubytí.
Příklady typů komunity mohou být sídelní – základem je společné obývaný prostor, morální – na základě duchovních vazeb, jako je původ, víra, hodnoty apod., terapeutická komunita, studijní komunita, oborová a podobně. V případě aplikace na práci kulturních center je třeba zvažovat o jaký typ komunity se v konkrétním případě jedná. V urbánním i rurálním prostředí se nacházejí různé typy komunit, které se v mnoha případech také prolínají, ale může mezi jednotlivými komunitami docházet i k jistému antagonismu.
Organizování aktivit nazývaných komunitními se v kulturních centrech v ČR začalo velmi rozvíjet. Jejich úspěšnost by bylo vhodné zkoumat jako samostatný předmět. Pro práci s komunitami v tomto pojetí je tedy vhodné mít k dispozici dostatečné množství informací o jednotlivých komunitách. Získat takové informace předem však může být velmi obtížné.

Participace v kulturních centrech

Pojem komunitní aktivity by mohl být nahrazen pojmem participace. Nejlépe lze participaci v tomto pojetí definovat pomocí jejích hlavních forem a znaků.

Z výzkumu v rámci projektu RECcORD vyplynulo šest klíčových forem participace v kulturních centrech. Na základě získaných dat byly tato formy definovány jako:

1. Sledování kulturních aktivit a návštěva nabízených programů (divadlo, koncerty apod.)
2. Neformální vzdělávání - účast ve vzdělávacívh aktivitách (jazykové kurzy, taneční apod.)
3. Společná tvůrčí činnost, rezidence: sdílení prostoru se spoluobčany nebo kulturními agenturami (například umělecká tvorba ve společnosti osob se stejnými zájmy, prostor sdílený formou uměleckých rezidencí apod.)
4. Spolková činnost: příprava specifických akcí a eventů (festivaly, divadelní představení apod.)
5. Aktivní občanství: angažovanost v kolektivu spoluobčanů, obvykle verbální, diskuse na společná témata, případně s osobnostmi veřejného života apod.
6. Spolurozhodování: sdílení názorů občanů při rozhodování, například ve věcech týkajících se využití prostoru, v otázkách poskytovaných služeb atd.

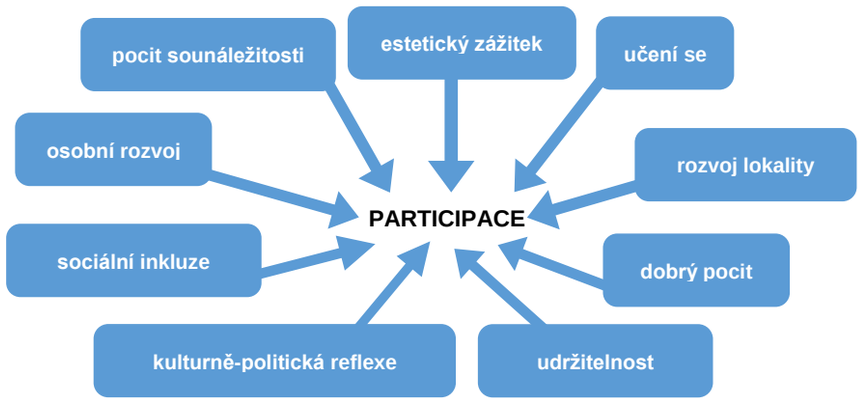
Výzkumný tým nehodnotí žádnou z uvedených forem jako lepší nebo horší, silnější nebo slabší. V praxi byly jednotlivé formy participace ve sledovaných centrech nalezeny v různých variantách. Jednotlivé formy se nevyskytují v čisté podobě, ve většině případů dochází ke kombinaci dvou nebo více forem najednou. Například neformální vzdělávání často zahrnuje také proces společné tvorby nebo spolková činnost může zahrnovat účast na kulturní akci spojené s workshopem a společenským setkáním. Důležitý je samotný prostor kulturního centra, který láká určitou skupinu lidí a s příslušnou komunitou určitým způsobem koresponduje. Také proto je důležité opustit předchozí

[10] Viz *Encyklopedický slovník*. Odeon, Encyklopedický dům, 1993.
[11] Viz *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996.

tradiční teorie participace. Tento přístup k participaci je centrálním bodem nové definice participace v kulturních centrech. Ve srovnání s jinými kulturními institucemi se kulturní centra jeví jako otevřenější různým formám angažovanosti, diskusím a podobným interaktivním procesům, a to z nich dělá důležitá místa pro občany i pro veřejnou správu v oblasti lokálního spolurozhodování.

Na základě podkladů získaných vlastním výzkumem autorky bylo definováno devět základních znaků participace občanů v kulturních centrech:

1. Estetický zážitek: senzorická stimulace člověka, pocit vzrušení, umění vyvolává pocit příslibu lepší budoucnosti
2. Pocit sounáležitosti: emocionální a kognitivní pocit vazby na okolní společnost
3. Sociální inkluze: zapojení vyloučených jednotlivců a skupin do společnosti
4. Dobrý pocit: pozitivní fyzická a mentální energie, radost z toho, že děláme něco pro druhé
5. Učení se: získávání znalostí a kompetencí, učení se spolupráci s druhými
6. Osobní rozvoj: směřování k cílům, které jsme si sami stanovili
7. Kulturně-politická reflexe: stimulace a podpora analýz procesů ve společnosti, navrhování a implementace změn
8. Rozvoj lokality: pozitivní změny lokálního prostředí
9. Podpora udržitelnosti: aktivity na podporu pozitivního přístupu ke kultuře, umění, ke svému okolí a k životnímu prostředí



Graf č.2: znázornění hlavních znaků participace v kulturních centrech, sestavila autorka

Závěr

Stojí za pozornost sledovat různé přístupy k výzkumu v oblasti kulturních center, která jednoznačně nabývají na významu. V kontextu československé a české historie ještě není znovuobjevení možností, které kulturní centra nabízejí, příliš reflektováno. Jistý vliv má konotace se zneužitím instituce kulturního domu v období let 1948-1989 a také často konzervativní přístup provozovatelů a zřizovatelů. V souvislosti s aktivním působením mezinárodních[12] i některých národních[13] sítí lze říci, že velký vliv má také fakt, že neexistuje organizace, která by česká kulturní centra spojovala a podporovala jejich spolupráci a rozvoj na národní úrovni včetně kulturně politické linie. Pokud se podaří i v našich domácích podmínkách prosadit odborný výzkum a dostatečnou propagaci jeho výsledků a doporučených postupů, mohl by v této důležité otázce nastat potřebný pozitivní posun.

[12] Trans Europe Halls, European Network of Cultural Centers.
[13] Více viz www.kulturhusene.dk.

Literatura a zdroje

BARTÁK, Jan a kol. *Encyklopedický slovník*. Praha: Odeon, Encyklopedický dům, 1993.
LINHART, Jiří a kol. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996.

HARTL, Pavel. *Komunita občanská a komunita terapeutická*. Praha: Socilogické nakladatelství, 1997.
NOVOTNÁ, Eliška. *Sociologie sociálních skupin*. Praha: Grada, 2010.

Další zdroje

BOGEN, Paul. Creative Lenses. Amstelveen, 2017, vystoupení na konferenci.
LARSEN, Lone Leth. ECoC Aarhus 2017, Urban and rural territories – the role of cultural practice to imagine, vystoupení na konferenci.

Soupis tabulek

Tabulka č.1: Vliv existence kulturního zařízení na výběr místa pro život, zpracovala autorka podle vlastního šetření, str.13
Tabulka č.2: Druhy programů v kulturních centrech, sestavila autorka podle vlastního šetření a průběžných výstupů projektu Creative Lense, str.15
Tabulka č.3: Doplňkové služby v kulturních centrech, sestavila autorka podle vlastního šetření, str.16

Soupis grafů

Graf č.1: Působení jednotlivých faktorů na vnitřní stabilitu organizace, sestavila autorka, str.20
Graf č.2: Znázornění hlavních znaků participace v kulturních centrech, sestavila autorka, str.27

Příloha Dotazníkového šetření: Kulturní dům 2017

Příloha uvádí kompletní obraz dotazníkového šetření, na které se autorka odkazuje v textu, kapitola 2.1 Aktuální názory na kulturní dům/centrum na str. 13-16.

1. Jak velká je obec, ve které žijete? (Přibližný počet obyvatel)

ODPOVĚĎ	
1000000	7,35 %
300000	5,88 %
2000	4,41 %
1000	4,41 %
50000	4,41 %
22000	2,94 %
60000	2,94 %
200	2,94 %
2500	2,94 %
20000	2,94 %
Jiné	58,82 %

2. Je ve vaší obci/městě kulturní dům?

ODPOVĚĎ	
Ano	86,76 %
Ne	11,76 %
nevím	1,47 %

3. Přihlížel/a byste při výběru svého místa pro život k faktu, že zde funguje kulturní zařízení nabízející živě umění typu kulturní dům nebo divadlo?

ODPOVĚĎ	
ano	17,65 %
spíše ano	20,59 %
nevím	16,18 %
spíše ne	25,00 %
ne	20,59 %

4. Navštěvujete nejbližší kulturní dům/kulturní centrum?

ODPOVĚĎ	
ano	17,65 %
spíše ano	41,18 %
nevím	1,47 %
spíše ne	22,06 %
ne	17,65 %

5. Jakou vzdálenost v kilometrech jste ochoten/a překonat kvůli návštěvě kulturního programu?

ODPOVĚĎ	
50	17,65 %
30	14,71 %
10	8,82 %
5	8,82 %
200	7,35 %
1	7,35 %
20	5,88 %
15	4,41 %
150	4,41 %
300	2,94 %
ostatní	17,65 %

6. Jaké akce by měl kulturní dům nabízet?

ODPOVĚĎ	
Divadlo	82,35 %
Koncerty	77,94 %
společenské akce, plesy	77,94 %
programy pro děti	63,24 %
výstavy	60,29 %
kroužky, kluby	50,00 %
kino	45,59 %
knihovna	42,65 %
kurzy	38,24 %
komunitní akce	32,35 %
jiné	1,47 %

7. Jaké doplňkové služby má kulturní dům nabízet?

ODPOVĚĎ	
občerstvení, bar	61,76 %
restaurace, kavárna	58,82 %
informace pro návštěvníky	52,94 %
parkování	45,59 %
zprostředkování dalších služeb	17,65 %
prodej reklamních předmětů	13,24 %
nevím	2,94 %

8. Podle Vašeho názoru se lidé raději zapojují do komunitních aktivit, které pro ně někdo organizuje (1) nebo je vhodnější zapojeni do aktivit spolků, tedy do aktivit vznikajících zdola (2)?

ODPOVĚĎ	
organizované centrem	70,59 %
organozované zdola	27,94 %

ODPOVĚĎ	
nevím	2,94 %

9. Prospěla by v kulturní oblasti na místní úrovni spolupráce s jinými kulturními zařízeními?

ODPOVĚĎ	
ano	30,88 %
spíše ano	32,35 %
nevím	33,82 %
spíše ne	1,00 %
ne	1,00 %

10. Prospěla by v kultuře na místní úrovni mezinárodní spolupráce?

ODPOVĚĎ	
ano	26,47 %
spíše ano	26,47 %
nevím	33,82 %
spíše ne	11,76 %
ne	1,47 %

11. Jaké dopady by mohla mít mezinárodní spolupráce pro místní komunitu?

ODPOVĚĎ	
kladné	44,12 %
nevím	33,82 %
minimální	13,24 %
žádný	4,41 %

12. Měly by být kulturní domy/centra podporovány obcemi?

ODPOVĚĎ	
ano	58,82 %
spíše ano	27,94 %
nevím	8,82 %
spíše ne	2,94 %
ne	1,47 %

13. Kulturní domy/centra by měl/a provozovat

ODPOVĚĎ	
obec sama	69,12 %
obec zprostředkovaně	54,41 %
NNO	22,06 %
fyzická osoba	13,24 %
obchodní společnost	8,82 %
nevím	2,94 %