



**Návrh systému podpory umělecké tvorby v ČR
na základě porovnání mezinárodních zkušeností**

Projektová a rozvojová agentura, a.s.

Prosinec 2008

Obsah:

1 ÚVOD, ZADÁNÍ A CÍL ELABORÁTU	3
1.1. CÍL ELABORÁTU	4
1.2. VÝZNAM ELABORÁTU	4
1.3. STRUČNÝ POPIS ELABORÁTU	4
1.4. IDENTIFIKACE ZPRACOVATELE	5
2 TERMINOLOGIE, DEFINICE, VÝCHODISKA	6
2.1. UMĚLECKÁ TVORBA – TRH S UMĚNÍM	7
2.1.1. SUBJEKTY NA TRHU S UMĚNÍM	9
2.1.2. NÁROKY NA PRODUKT	9
2.1.3. BLIŽŠÍ ROZLIŠENÍ TRHU S UMĚNÍM	9
2.1.4. DISTRIBUCE	10
2.2. KULTURNÍ ORGANIZACE	11
2.3. DOBROVOLNICTVÍ	12
2.4. KURÁTORSTVÍ	12
2.5. INFORMOVANOST	14
3 ANALYTICKÁ ČÁST	15
3.1. ČESKÁ REPUBLIKA	16
3.1.1. PŘEHLED ZDROJŮ A RELEVANTNÍCH INSTITUCÍ	16
3.1.2. KURÁTORSTVÍ	16
3.1.3. DOBROVOLNICTVÍ A INFORMOVANOST	23
3.2. SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ VELKÉ BRITÁNIE A SEVERNÍHO ÍRSKA	27
3.2.1. PŘEHLED ZDROJŮ A RELEVANTNÍCH INSTITUCÍ	27
3.2.2. KURÁTORSTVÍ	27
3.2.3. DOBROVOLNICTVÍ A INFORMOVANOST	29
3.3. ITÁLIE	33
3.3.1. PŘEHLED ZDROJŮ A RELEVANTNÍCH INSTITUCÍ	33
3.3.2. KURÁTORSTVÍ	33
3.3.3. DOBROVOLNICTVÍ A INFORMOVANOST	35
3.4. SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ	38
3.4.1. PŘEHLED ZDROJŮ A RELEVANTNÍCH INSTITUCÍ	38
3.4.2. KURÁTORSTVÍ	38
3.4.3. DOBROVOLNICTVÍ A INFORMOVANOST	40
4 NÁVRHOVÁ ČÁST	43
4.1. SYNTÉZA – SROVNÁNÍ ČESKÉ REPUBLIKY, SPOJENÉHO KRÁLOVSTVÍ, ITÁLIE A USA	44
4.1.1. KURÁTORSTVÍ	44
4.1.2. DOBROVOLNICTVÍ A INFORMOVANOST	45
4.2. MOŽNOSTI A DOPORUČENÍ	47

1

Úvod, zadání a cíl elaborátu

1.1. Cíl elaborátu

Elaborát je vytvářen s cílem vytvořit podkladový materiál pro návrh nových koncepcí a metodik koordinace, resp. vytvoření profesionálních struktur podpory cirkulace uměleckých děl, etablování začínajících umělců, a zvýšení vzájemné spolupráce kulturních organizací.

Elaborát předpokládá jistou znalost oblasti kultury a jejich specifik. Proto nepopisuje samotný resort kultury, ale zaměřuje se pouze na popis těch jeho částí, které jsou pro význam elaborátu klíčové.

Ambicí zpracovatele není vytvořit mnohasetstránkové filosofické dílo, ale vyzvednout nejdůležitější momenty tak, aby byla zachována přehlednost, a tím i následná praktická použitelnost elaborátu.

1.2. Význam elaborátu

Jedná se o dílčí krok vedoucí k realizaci cíle Státní Kulturní politiky na léta 2009-2014, konkrétně bodu „1.1. Program transferu mezinárodních zkušeností s rozvojem kulturního průmyslu a umělecké tvorby“.

Ambicí této studie není přímé posuzování jednotlivých institucí, svazků a spolků, zda své poslání plní správně či nikoliv. Účelem je analyzování současného stavu, z globálního pohledu, bez normativních závěrů, tedy spíše ve smyslu rešerše.

V návrhové části pak elaborát využívá zejména metody syntézy a navrhuje možnosti a doporučení, včetně dalšího možného postupu vedoucí k jejich implementaci.

1.3. Stručný popis elaborátu

Elaborát přibližuje, současný stav ve vybraných národních systémech, které pak v návrhové části podrobuje vzájemné komparaci. Pro tyto účely byly MKČR vybrány následující země:

- Velká Británie – Vybrána jako člen EU s anglosaským systémem VS.
- Itálie – Člen EU s výrazným kulturním potenciálem, zejména z hlediska kulturního dědictví a zároveň odlišnými zvyklostmi od Velké Británie.
- USA – Vybrána jako neevropská země s přirozeným sklonem k výraznému využívání kreativního průmyslu, kolébka marketingu a managementu.

V analytické části elaborát shrnuje hlavních překážky pro účinnou podporu kulturního sektoru ČR „zdola“. Dále přibližuje způsoby nemateriální stimulace podpory kulturního sektoru – informovanost, dobrovolnictví, kurátorství a způsoby motivace k výraznější vzájemné spolupráci jednotlivých kulturních organizací ve vybraných zemích.

1.4. Identifikace zpracovatele

Název: Projektová a rozvojová agentura, a.s.
Sídlo: Senovážné náměstí 23
IČO: 27065359
Tel./Fax/e-mail: +420 222 247 394, info@rozvoj.cz
Vedoucí týmu: Ing. Tomáš Pápol
Vedoucí analytického týmu: Mgr. Zdenka Sokolíčková



2

Terminologie, definice, východiska

Analýza pracuje s několika klíčovými termíny, jejichž náplň není v mezinárodním kontextu zcela jednoznačně definována. Nastiňme proto v úvodu obsah pojmů, s nimiž budeme na následujících stranách pracovat. Nejprve však přiblížme samotné pojmy "umělecká tvorba" a „trh s uměním“, abychom pochopili východiska trhu, jehož části budeme posuzovat, význam cirkulace uměleckých děl pro tento trh (zejména ve smyslu marketingovém), ale i potenciál, jehož je potřebné využít.

2.1. Umělecká tvorba – trh s uměním¹

Art marketing neboli trh s uměním je specifickým sektorem, který zachází s uměleckým a kulturním dědictvím jako s ekonomicky hodnotitelným zbožím. Jedná se tedy o aplikaci klasického marketingu v kultuře a umění. Je určován nabídkou a poptávkou a platí pro něj obdobná pravidla jako pro běžný trh. Přesněji řečeno, je kombinací mnoha různých trhů, které se ne vždy chovají stejně. „Každý úsek trhu s uměním má své odborníky, akademickou infrastrukturu a literaturu, zanícené sběratele, specializované dealery a dražitele a nezávisle se pohybující cenové trajektorie.“² Zvláštnost trhu s uměním spočívá také v nejednoznačné terminologii, co se týče jeho klíčových prvků, a vysoké úrovni odborných znalostí potřebných pro jeho fungování.

Do trhu s uměním spadají následující odvětví:

- kulturní organizace či firmy,
- umělecké agentury,
- výtvarné umění (fine arts),
- reprodukční umění,
- mediální umění,
- film,
- multimediální umění,
- literatura,
- hudba jako dílo,
- obchod s autorskými právy,
- nakladatelská a vydavatelská činnost,
- architektura,
- kulturní instituce,
- památky,
- sponzoring a mecenášství,
- využití umělců a uměleckých děl pro reklamní a marketingové účely.

¹ Relevantní zdroj: JOHNOVÁ, Radka. Marketing kulturního dědictví a umění. Grada, Praha 2008.

² www.antiq.cz/antique/2004-02/trh.pdf

V užším slova smyslu je termín art marketing užíván ve spojitosti s oblastí výtvarného umění a kulturního dědictví.

O trhu s uměním lze hovořit v souvislosti s obchodem, ale také v neziskové sféře, kde hlavním cílem není komerční fungování, nýbrž nevýdělečné uspokojování potřeb určitého okruhu lidí.

Obecně se v posledních letech hovoří o dynamickém vývoji trhu s uměním, a to v mezinárodním kontextu, v Evropě i České republice, nicméně ozývají se i kritické hlasy. „Není pochyb, že trh s uměním je na vzestupu. Přesto – je umění skutečně tak stabilní investicí, jak nám všichni neustále slibují, nebo je to jeden z největších strojů na ničení peněz posledních desetiletí? [...] Není trh s uměním nakonec jen jednostranná hra několika málo obchodníků s uměním? Protože když se na trh s uměním podíváme jen o něco pečlivěji, ukáže se, že je tu více ztrát než zisků.³“ Hlavním nešvarem českého trhu s uměním je nebezpečí falzifikace a podvodných posudků.

Co se týče aktuální situace na trhu s uměním v souvislosti s vývojem na světových trzích obecně, ukazuje se, že nepříznivé trendy na akciových trzích se na trhu s uměním nepodepsaly, ba naopak. Tato závislost se prokazovala i v minulosti, kdy menší šance na zisk na akciovém trhu vedly investory ke vstupu na trh s uměleckými předměty. Investice do umění dnes patří do portfolia každého významného investora a trh má poměrně stálou dynamiku. Velmi energický vývoj zaznamenává především současné umění a rovněž numismatika (trh s mincemi a jinými platidly).

Správná investice však vyžaduje odborné znalosti či kvalitní poradce. Užitečnou radu může zákazník najít u renomované galerie, aukční síně či uznávaného profesionálního poradce.⁴ Užitečnou radu může zákazník najít u renomované galerie, aukční síně či uznávaného profesionálního poradce. K orientaci na trhu rovněž slouží veřejně dostupné zdroje informací (aukční katalogy a výsledkové listiny, výstavní aktivity či periodika) a dále internetové servery, které trh monitorují a vytvářejí indexy uměleckých děl. Společnostmi sledujícími chování trhu s uměním jsou Art Price (www.artprice.com) a Art Net (www.artnet.com). Z níže uvedeného grafu je patrné, že nárůst cen je více než uspokojivý - činí 152 % mezi zářím 2001 a červencem 2007.⁵

³ SEIPEL, Spunk. Skutečně existuje trh s uměním? In: Umělec, č. 3, 2007.
(<http://www.divus.cz/umelec/cz/pages/umelec.php?id=1373&roc=2007&cis=3#clanek>)

⁴ <http://www.investujeme.cz/videozpravy/investorsky-magazin-trh-s-umenim/>

⁵

[http://bankovnictvi.ihned.cz/index.php?p=900000_d&&article\[id\]=22774980&article\[area_id\]=10004510](http://bankovnictvi.ihned.cz/index.php?p=900000_d&&article[id]=22774980&article[area_id]=10004510)



2.1.1. Subjekty na trhu s uměním

Subjekty na trhu s uměním lze definovat následovně:

- samotní výrobci umění (umělci),
- zprostředkovatelé (galeristé, vlastní obchodníci s výtvarným uměním, konzultanti v obchodu s uměním, aukční síně)
- zákazníci (přímí zájemci o umění).

Zákazníky bývají soukromí sběratelé, podnikoví zájemci, ostatní veřejnost, muzea a galerie neziskového charakteru, případně stát (za účelem zachování kulturního dědictví).

2.1.2. Nároky na produkt

Rozlišujeme 2 typy práv, která jsou pro trh s uměním určující, a sice dispoziční právo (prodej, zapůjčení) a právo prohlížení (návštěva galerie). Smyslem manipulace s dílem na trhu prostřednictvím koupě, výměny či prodeje je investice, zvýšení prestiže nebo ryze estetické uspokojení (dekorace). Jeho prohlížení plní funkci výchovnou, vzdělávací, estetickou a zábavnou.

Vzhledem k tomu, že i trh s uměním stojí na vztahu nabídky a poptávky, musí jeho objekt splňovat stejné podmínky jako jiné tržní produkty. Těmito podmínkami jsou:

- potřeba díla – vyplývá z přání kupujícího uspokojit manipulací s dílem své potřeby;
- způsobilost díla – dobrý technický stav, jistota nefalšovanosti práce atd.;
- dostupnost díla – prodejnost.

2.1.3. Blíže rozlišení trhu s uměním

V zásadě lze rozlišit dvě sféry trhu s uměním – trh primární a sekundární. Na **primární trh** vstupuje a své produkty nabízí sám umělec. Dochází zde k přímému předání díla, nejčastěji skrze prodej na zakázku, prodej přímo z ateliéru, prodej v rámci

osobních společenských a komunikačních sítí či darování. Spadají sem rovněž soukromé agentury, internetoví prodejci a prodejní galerie. O vstupu na trh s uměním rozhoduje sám autor a sám ovlivňuje své uvedení a fungování na trhu. Na primárním trhu dochází k transakcím, kdy se umělec vzdává další odpovědnosti za dílo výměnou za jinou hodnotu, obvykle finanční. Vyšší produkce na primárním trhu může krátkodobě zvýšit zisky umělce, ale na sekundárním trhu následně dlouhodobě snižuje cenu jeho děl.

Oproti tomu **sekundární trh** se vyvíjí mimo umělcův vliv, cena zboží není určována umělcem, ale stavem nabídky a poptávky. Nabídka na sekundárním trhu je však přirozeně závislá na vstupech na primární trh. Tento trh je prověřený časem a nese s sebou menší rizika. Aktéry sekundárního trhu jsou především prodejní galerie, aukční síně a domy, soukromí zprostředkovatelé, firmy nakupující díla jako firemní majetek, muzea a galerie, stát, starožitníci, sběratelé a znalci umění.

2.1.4. Distribuce

Distribucí rozumíme proces, jehož cílem je doručit zákazníkovi žádoucí produkt v místě a čase, který klientovi vyhovuje. Hlavními faktory, které ovlivňují distribuci služeb a zboží kulturních institucí, jsou:

- místo organizace (budova, pobočky);
- hlavní předmět činnosti organizace (umělecké či kulturní odvětví);
- dopravní dostupnost a šíře působnosti (místní, regionální, celostátní, mezinárodní);
- putovní výstavy a zápůjčky;
- výstavy mimo prostory organizace;
- publikační činnost;
- elektronické zpřístupnění zboží a služeb.

Sídlo kulturní instituce musí být atraktivní, fyzicky snadno dostupné, vybavené pro všechny potřeby svých návštěvníků a mělo by vytvářet specifickou atmosféru, s níž si zákazník může návštěvu instituce spojit. Důležitým strategickým faktorem je také časová dostupnost, jinými slovy otevírací doba. Její rozvržení záleží na zvolení hlavních cílových skupin (otevírací časy se budou lišit, zaměříme-li se na rodiny s dětmi či mladé lidi s velkým pracovním vytížením). Externími faktory, které ovlivňují přitažlivost sídla organizace, je jeho architektura, genius loci a bezprostřední okolí budovy. Při projektování budovy je nezbytné najít vhodný kompromis mezi vstřícností k návštěvníkovi a úsilím o ochranu vystavených exponátů.

Působnost instituce figurující na trhu s uměním ovlivňuje také její dopravní dostupnost. V ideálním případě by přístupnost instituce měla být zajištěna jak z hlediska městské hromadné dopravy, tak z hlediska parkovacích ploch. Je vhodné podpořit

distribuci nabídky skrze prostředníky - různé inomingové cestovní kanceláře, pořadatele společenských akcí nebo ubytovací zařízení v okolí. Samozřejmostí je spolupráce s místními organizacemi (informační centra, zájmové organizace, školy atd.).

V zájmu zvýšení publicity a vybudování recipročních vztahů s partnerskými institucemi lze pořádat putovní výstavy a zprostředkovávat zápůjčky. Zviditelní se tak nejen umělec - autor vystavovaných prací, ale i instituce samotná. Efektivním způsobem, jak dostat umělecký produkt blíže k zákazníkovi, je vystavovat v reprezentativních prostorách významných institucí či komerčních firem.

Další cestou, která produkt přibližuje zákazníkovi, je pořádání tematických programů a konferencí, veřejná vystoupení, články v odborném tisku a populárně naučné texty. Lze zhotovovat audiovizuální materiály pro nekomerční i reklamní účely, vydávat publikace, knihy a přirozeně také katalogy k výstavám, informační brožury a výroční zprávy.

V současné době je absolutně nezbytné poskytnout vyčerpávající informace o instituci na internetu. Kvalitní, přitažlivé a funkční webové stránky jsou základním předpokladem účinné informovanosti potenciálních návštěvníků a zákazníků. Standardem se stává virtuální prohlídka, e-shop, audio průvodce a veřejné diskuse registrovaných návštěvníků.

2.2. Kulturní organizace

Vnitřní prostředí kulturní organizace zahrnuje její vedení, zaměstnance, poradní a kontrolní odborné komise. Každé oddělení je odpovědné za program naplňující strategické cíle, získávání prostředků na jejich realizaci a kontakty se sponzory a dárci. Jednotlivé složky v rámci vnitřního prostředí komunikují s odborníky, zprostředkovateli, obchodníky, umělci a designéry, kteří se všichni na výstavách podílejí. Český trh má prozatím mizivé zkušenosti s poslední frakcí vnitřního prostředí, a to s dobrovolnictvím na trhu s uměním.

Tržní prostředí je vytvářeno návštěvníky (stávajícími i potenciálními), místními obyvateli, turisty, světem médií a případnými akcionáři či spoluvlastníky. Každá tato skupina má specifické zájmy a organizace má za úkol stanovit si priority v jejich uspokojování. Například turisté očekávají významné exponáty ze stálých sbírek, občané bydlící v daném regionu vyžadují časté obměny krátkodobých výstav, sponzoři a dárci potřebují prostor pro pořádání reprezentativních akcí.

Přímá i nepřímá konkurence soupeří s organizací o pozornost a přízeň klienta, ale také o získávání sponzorů, dárců a grantů. Takzvaným generickým konkurentem (konkurentem rodu) je v oblasti kulturního dědictví a umění každý, kdo nabízí obdobné zboží nebo služby vedoucí k uspokojení příslušných přání a potřeb zákazníků.

Konkurentem formy je alternativní služba, která může naplnit daná přání (např. prohlížení sbírek v tištěném katalogu místo návštěvy expozice). V komerční sféře je častá ostrá konkurence mezi jednotlivými firmami, v neziskovém sektoru dochází k jisté míře kooperace. Obecně platí, že subjekt se na trhu musí prosadit výjimečností oproti svým konkurentům, a to v nabídce, ve schopnosti flexibilně reagovat na poptávku, v komunikaci s klienty nebo doprovodných a nadstandardních službách.

Makroprostředí trhu s uměním, neboli vnější prostředí, tvoří podmínky mimo kontrolu dané organizace. Je třeba mít o makroprostředí dostatečné informace a počítat s jeho vývojem. Řadíme sem ekonomiku, fáze hospodářského cyklu, změny kulturních hodnot a postojů, demografický a technologický vývoj a politické a sociální faktory.

2.3. Dobrovolnictví

Dobrovolnictví je svobodně zvolená činnost, konaná ve prospěch druhých bez nároku na odměnu. Dobrovolník dává část svého času, energie a schopností ve prospěch činnosti, která je časově i obsahově vymezena. Za tuto činnost nedostává finanční odměnu, ale zvyšuje svůj občanský kapitál a svoji sociální gramotnost, a získává zkušenosti.

Bezplatné a dobrovolné věnování práce, času, schopností a dovedností ve prospěch rozvoje společnosti je důležitou součástí občanství a demokracie. Motivací k dobrovolnictví bývá touha po získání zkušenosti, pocit morálního závazku, snaha začlenit se do kolektivu nebo splacení dluhu společnosti.

Spojené národy rozlišují čtyři druhy činností, které spadají do kategorie dobrovolnictví: vzájemná výpomoc nebo svépomoc, filantropie či bezplatné poskytování služeb, občanská angažovanost a účast na kampaních. Neformální dobrovolnictví zahrnuje pomoc ze strany jednotlivce, formální ze strany organizovaných skupin.

2.4. Kurátorství

Kurátorství je institucí, která funguje nejčastěji ve sféře výtvarného umění. V současné době se nicméně náplň práce kurátora dynamicky proměňuje a v určitém ohledu přesahuje do kompetencí fundraisera v kultuře obecně. Kurátorská práce je však obohacena o další rozměr, a sice myšlenkové zastřešení činnosti organizace v širším smyslu slova. Kromě produkce, prezentace a socializace umělecké činnosti se kurátor věnuje také samotnému provozu kulturních institucí, je činný jako publicista, kritik a glosátor kulturní scény, a hraje významnou roli na trhu s uměním. Role kurátora je klíčová pro podporu cirkulace uměleckých děl.

Progresivní kurátorská praxe se blíží konceptuálnímu umění, snaží se oddělit kreativní složku kurátorovy práce od složky ekonomizující, a kurátor se stává partnerem v dialogu s umělcem a hraje stěžejní roli ve zpřístupnění uměleckého díla jeho publiku, neboť výstavou autorovu práci interpretuje. Slouží tedy umělci i veřejnosti. Je zřejmé, že v současné době je těžké odlišit kreativní a produkční aktivity kurátora, který se pro instituci stává pilířem provozu, nejen uměleckého výrazu. Je otázkou, nakolik dobou vynucené zapojení kurátora do ekonomických a provozních oblastí prospívá jeho prvotnímu úkolu, být umělci diskutérem při uskutečňování jeho představ a koncepcí. Navíc rozdíl mezi kurátorem zastupujícím nezávislá, alternativní a experimentální umělecká centra či veřejné prostory, a kurátorem zaměstnaným ve státní či městské sbírkotvorné kulturní instituci (muzeum či galerie), je diametrální. Jestliže první se věnuje téměř výhradně realizaci myšlenkových uměleckých koncepcí, druhý rovněž vede sbírky, nakupuje či zapůjčuje umělecká díla. Znovu tedy opakujeme, že nelze význam, roli a náplň této profese zcela jednoznačně definovat.

Pro doplnění uvedme přístupy některých odborníků:

„Náplň kurátorské práce se v posledních desetiletích rychle mění a bez kurátorů a kurátorek by se současná praxe muzeí, galerií i nezávislých výstavních sálů neobešla. [...] Zjednodušeně řečeno, úlohou kurátora je objevovat a ukazovat vztahy mezi uměleckými diskursy, předměty, osobnostmi a institucemi a klesit cesty od umění k divákovi.“⁶

Lze odlišit dva základní způsoby práce kurátora; tradiční a experimentální (participativní). Vývoj kurátorské praxe samozřejmě reaguje na dějinné a společenské změny. „Zatímco v minulosti role kurátora spočívala především v opatrovnictví a klasifikaci uměleckých děl a artefaktů, a kurátor byl spíše konzervátorem a znalcem, dnešní role kurátora je daleko komplexnější. [...] V posledních desetiletích se smývají hranice mezi kurátorem, organizátorem, administrátorem, historikem umění (badatelem), kritikem a umělcem.“⁷

„Jeho práce se jeví jako servis pro umělce, veřejnost, sběratele a sponzory, tedy daleko více závislá na vnějších faktorech než na vlastní filosofii.“⁸ Kurátor má hlavní slovo při výběru autorů pro projekt či výstavu a je pro umělce určující, co se týče uplatnění na trhu.

⁶ PACHMANNOVÁ, Martina. Kdo je to kurátor/ka? In: A2, roč. III, č. 39, 2007, str. 16. (<http://www.tydenika2.cz/archiv/2007/39/kdo-je-to-kurator/ka>)

⁷ tamtéž

⁸ LIŠKA, Pavel. Kurátor současného umění. Tamtéž, str. 12.

2.5. Informovanost

Informovanost je sociologický termín, který vystihuje míru, do jaké mají lidé reálné a také potenciální povědomí o studované problematice. V rámci této analýzy je informovaností míněna výše znalostí a možností dostat se k informacím o kulturním sektoru, přesněji řečeno o možnosti kulturní sektor podpořit ať už finančně, tak poskytnutím bezplatné pracovní síly.

3

Analytická část

3.1. Česká republika

3.1.1. Přehled zdrojů a relevantních institucí

Název instituce	Předmět činnosti	Webové stránky
Dobrovolník	servisní a informační portál dobrovolnictví v ČR	www.dobrovolnik.cz
Econnect	o. s. poskytující informační a mediální servis pro NNO v ČR	http://nno.ecn.cz
HESTIA	národní dobrovolnické centrum, vzdělávací a metodické centrum	www.hest.cz
INEX-SDA	sdružení podporující dobrovolnictví v národním i mezinárodním měřítku	www.inexsda.cz
Ministerstvo kultury	ústřední orgán státní správy pro kulturu v ČR	www.mkcr.cz
Nadace VIA	nadace podporující aktivní účast veřejnosti na rozvoji demokratické společnosti v ČR	www.nadacevia.cz
Neziskovky.cz	o.p.s. podporující rozvoj NNO a informující veřejnost o jejich přínosu pro společnost	www.neziskovky.cz
NIPOS	národní informační a poradenské středisko pro kulturu	www.nipos-mk.cz
NROS	nadace posilující rozvoj neziskového sektoru, dárcovství a dobrovolnictví	www.nros.cz
ProCulture	výzkumné, informační a vzdělávací centrum pro kulturu	www.proculture.cz

3.1.2. Kurátorství

Kurátorství se v České republice jen pomalu zavádí a oproti světové scéně je nedostatečně a nesystematicky profesionalizováno. Neexistuje žádná souborná a dlouhodobá statistika, která by vykazovala jakékoliv měřitelné ukazatele v souvislosti s kurátorskou profesí v ČR. Příčinou nedostatku přehledných zdrojů umožňujících detailní vhled do světa českého kurátorství je fakt, že kurátorská profese stojí v současné době (nejen v ČR) na hranici mezi svébytnou uměleckou tvorbou a produkcí a je v podstatě nemonitorovatelná.

Co se týče odborné literatury a periodik, je obor kurátorství v České republice pokryt nedostatečně. Již dva roky čeká na vydání v nakladatelství FRA sborník Médium kurátor, který přibližuje roli kurátora v současném českém umění. Jedná se o soubor textů třiceti kurátorů, kteří objasňují specifika své profese, doplněný výběrem zahraničních vzdělávacích programů a publikací věnovaných kurátorské profesi. Kniha je určena

začínajícím kurátorům, galeristům, umělcům a širší veřejnosti se zájmem porozumět současnému umění a různým formám jeho prezentace.

V mezinárodním kontextu (nejčastěji v anglické nebo německé verzi) vychází několik umělecky zaměřených časopisů a revue, z nichž můžeme jmenovat například Parkette Revue, Flash Art, Frieze, Praesens, Spike, Detail nebo Zapp. Česky vychází například Umělec, Labyrint, Ateliér, k tématu se vyjadřuje i kulturní týdeník A2 (celé číslo 39 z roku 2007 se věnuje právě kurátorství), ve slovenštině existuje kupříkladu Vlna. **Neexistuje žádný český časopis** věnující se ryze problematice kurátorství; prvním mezinárodním periodikem v tomto oboru je Manifesta Journal, vydávaný z Holandska.

Chápání úlohy kurátora v ČR

Jak vyplývá z individuálních výpovědí českých kurátorů a z dostupné literatury, definovat podstatu profese kurátora je více než obtížné. Hlavním úskalím je fakt, že tento termín v sobě v současné době zahrnuje několik velice různorodých funkcí, a není jednoznačné, která převažuje či by převažovat měla. Náplň práce profesionálů, kteří jsou označováni za kurátory, se může vzájemně lišit natolik, že na první pohled sotva hledáme jiné pojítko vyjma pohybu na scéně kultury a umění.

Označení kurátor může nést například odborník ve funkcích:

- odborný zaměstnanec muzeálních a galerijních institucí, spravující sbírkové fondy;
- pracovník produkčně zajišťující výstavu, kterou koncepčně nepřipravoval;
- konzultant umělce při přípravě výstavy, zajišťující tiskové zprávy;
- autor koncepce výstavy.

Sféry, do kterých kurátor klíčovým či okrajovým způsobem zasahuje, jsou následující:

- **produkce, prezentace a socializace výtvarného umění** - ideová koncepce, realizace a organizace výstav, propagace galerijních projektů v médiích;
- **provoz kulturních institucí** - na základě promyšlené koncepce udává tvář a charakter instituce, kterou zastupuje; správa fondu, fundraising;
- **kritika, publicistika, komunikace** - psaní katalogů, článků, popisků k dílům, informačních textů a letáků, tiskových zpráv; diskusní fóra, semináře či kulaté stoly;
- **trh s uměním** - pěstování kontaktů s umělci a relevantními pracovníky galerií a kulturních institucí nejen v ČR, ale i v zahraničí; doporučení, případně zprostředkování nákupu uměleckých děl galeriím, muzeím či soukromým sběratelům.

Rozdíl mezi kurátorem zastupujícím nezávislá, alternativní a experimentální umělecká centra či veřejné prostory, a kurátorem zaměstnaným ve státní či městské sbírkotvorné kulturní instituci (muzeum či galerie), je diametrální. Jestliže první se věnuje téměř výhradně realizaci myšlenkových uměleckých koncepcí, druhý rovněž vede sbírky, nakupuje či zapůjčuje umělecká díla. Znovu tedy opakujeme, že nelze význam, roli a náplň této profese zcela jednoznačně definovat.

Názory odborníků se nicméně v otázce postavení kurátora v rámci českého uměleckého provozu různí. Srovnajme následující výpovědi.

„Kurátor si u nás začíná budovat své postavení, vystupuje z anonymity, stává se často spoluautorem výstavy. Pokud je vlivný, zásadně spoluovlivňuje přijetí či nepřijetí určité umělecké postavy do správného okruhu, klanu, „stáje“. [...] Výsledkem tohoto trochu divného režimu, v němž vládne vlivný kurátor, je, že zalíbit se mu se stává často umělcovou strategií.⁹“

„Je třeba experimentovat a svou funkci chápat spíš jako project management než tradiční kurátorování. Největší problém u nás je ovšem v tom, že zatím chybějí schopní profesionálové v oblasti fundraisingu, což je asi dané tím, že firmy nemají důvod něco podporovat a všichni jsou pak závislí na grantech, které všechno standardizují.¹⁰“

„V českém uměleckém provozu je postavení kurátora se stále se zvětšující intenzitou znevažováno. Zaměstnancům řady českých institucí velmi často není dovoleno realizovat výstavy, jejichž přípravě se dlouhodobě věnovali, dokonale poznali zkoumaný materiál, invenčně dané téma uchopili, navázali adekvátní kontakty s majiteli děl a třeba se i stali světově proslulými odborníky na danou uměleckou problematiku. Naopak jsou nahodile pověřováni přípravou projektů, které jsou sice přínosné pro rozpočet instituce, uměleckohistorické bádání však nikam neposunou, protože seriózní přípravě není dán prostor.¹¹“

„Kurátorské prostředí v České republice je specifické. Kurátoři jsou zde často zároveň obchodníky s uměním. V zahraničí hrají podstatně důležitější roli, spolupracují s velkými státními i soukromými institucemi, k čemuž zde dochází jen výjimečně. Dále mám pocit, že okruh kurátorů je zde velice malý, a tak i výstavní nabídka je limitovaná.¹²“

⁹ Anketa Kurátor in-situ. In: A2, roč. III, č. 39, 2007, str. 14, odpovídá Lada Hubatová-Vacková.

¹⁰ Tamtéž, odpovídá Denisa Kera.

¹¹ Tamtéž, odpovídá Pavel Sedlák.

¹² Propagujeme českou živou kulturu (rozhovor s Monikou Burian). Tamtéž, str. 15.

„Základní příčinou smutné situace umění v současné české společnosti je především nedostatek fungujících vzájemně prospěšných vztahů mezi jednotlivými účastníky kulturních aktivit.¹³“

„Rozlet domácích kurátorů omezuje nedostatek kvalitně finančně a produkčně zajištěných příležitostí.¹⁴“

„V současné době žádná instituce v České republice nenabízí pro začínajícího kurátora možnost kurátorské praxe v důstojných podmínkách. I pro kurátory střední generace a v některých případech i pro ty etablované u nás nefungují standardní možnosti, jak vstupovat do programu institucí. Kurátor by se měl paralelně s budováním kariéry dovzdělávat v oboru. Také studentům historie a teorie umění, kteří jsou v mnohém ponechání svému osudu, by mělo být umožněno seznámit se s praxí organizování výstav. Nezbyvá než působit na volné noze, což je platný model „free-lance curator“, který mimo jiné zaručuje větší míru nezávislosti, bohužel bez snadného přístupu k zázemí, které si organizace projektů vyžaduje. Tím samozřejmě vzniká prostor pro nejrůznější improvizace, jejichž výsledek je často skvělý, ale možný konsekventní efekt limitovaný. Spoléhání se na tento lokální status quo nese riziko zakonzervování amatérských způsobů, mylně považovaných za životodárnou improvizaci, do praxe „mocných“ institucí, které pak mohou dusit místní kulturu.¹⁵“

„Jak vypadá naše lokální scéna? Je malá. Dá se v ní celkem jednoduše orientovat. Trpí nedostatkem kvalitních výstavních prostorů a neexistencí trhu se současným uměním. [...] Co se týče galerií, je zde několik větších sbírkových a galerijních institucí, které plní svou funkci, ale současnému mladému umění dávají prostor jen okrajově. Relativně dobře funguje scéna malých, někdy trochu alternativních, galerií, umožňujících realizaci menších projektů a prezentaci mladých začínajících umělců. [...] Zcela tu ale chybí jakási mezivrstva, galerie s klasickým galerijním prostorem, s galerijním zázemím a hlavně kvalitním kurátorským programem.¹⁶“

„Kurátor, který pracuje v Čechách, je oproti New Yorku nebo i Berlínu omezen zdejší nepočetnou uměleckou komunitou a nedostatečnou institucionální infrastrukturou. Tato omezení ale vždy nemusí nutně znamenat nevýhodu. [...] Největší problém českého kurátorství vidím v nedostatečné kritičnosti a v opakování klišé.¹⁷“

¹³ HLAVÁČEK, Ludvík. Umělecký kurátor v ČR. Tamtéž, str. 13.

¹⁴ Interní výzkum PRA a.s., odpovídá Jiří Ptáček.

¹⁵ KULHÁNEK, David. In: Připravované vydání sborníku Médium kurátor, ed. David Korecký.

¹⁶ MORGANOVÁ, Pavlína. Tamtéž.

¹⁷ POSPISZYL, Tomáš. In: Připravované vydání sborníku Médium kurátor, ed. David Korecký.

„Nevelký počet kvalitních galerií a značné nedostatky v činnosti některých existujících. Myslím, že na vině je celkově špatná kulturní politika státu. Problematicky vidím i fungování médií. Vlastně zde neexistuje kvalitní umělecká kritika ani kvalitní neodborná periodika píšící o současné umělecké scéně. Také vzdělávací systém k výtvarnému umění příliš neláká.¹⁸“

„V Čechách dosud není role nezávislého kurátora příliš zavedena. [...] Ačkoliv stížnosti na finanční situaci provázejí české umění dlouhodobě, je nutno říct, že s přihlédnutím k velikosti a vyzrálosti českého uměleckého trhu se situace pomalu, ale dlouhodobě zlepšuje. Nicméně pokud chce člověk pracovat opravdu nezávisle, je nutné buď expandovat do zahraničí, nebo postupně propojovat umělecké a komerční aktivity, což ovšem značně snižuje kurátorskou nezávislost.¹⁹“

Pracovním závěrem sondy do hodnocení situace českého kurátorství je, že největší třecí plochou a překážkou ve snaze o zlepšení úrovně českého kurátorství je právě již několikrát zmiňovaná vícerozměrnost pracovní náplně kurátora. Na jedné straně kurátorům schází profesionalita, co se týče managementu a marketingu, na straně druhé jim aktivity směřující k finančnímu a provoznímu zajištění projektů znemožňují rozvíjet tvůrčí přístup k oboru. Druhým palčivým problémem je izolovanost jednotlivých projektů a nedostatečně fungující síť spolupracujících subjektů a institucí.

Možnosti studia kurátorství

Důležitým faktorem v posuzování situace v oboru je přehled o institucích, které podporují odborné vzdělání. Bohužel zatím platí, že v ČR je studijní obor Kurátorská studia dosud v začátcích. Jedinými pracovišti, kde lze kurátorství studovat, jsou Vysoká škola umělecko-průmyslová v Praze a Fakulta užitého umění a designu na Univerzitě Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem.

Na **VŠUP** je obor koncipován jako navazující magisterské studium a nese název Dějiny a teorie designu a nových médií. Jde o dvouleté studium a otevírá se pro absolventy bakalářských či magisterských programů z VŠ uměleckého, humanitního, případně technického zaměření (např. architektury). Těžiště studijního programu je v osvojení si znalostí z dějin, filosofie a estetiky designu a intermédií a v jejich aplikaci především v oblastech muzeologie, kurátorství a umělecké kritiky. Studium je zakončeno státní zkouškou z dějin umění a estetiky a obhajobou písemné diplomové práce. Absolventi získávají akademický titul Mgr. Škola má akreditaci i pro doktorský program²⁰.

¹⁸ ŠKODA, Michal. Tamtéž.

¹⁹ VANČÁT, Pavel. Tamtéž.

²⁰ <http://www.vsup.cz/section.php?op=detail&seid=45>

Rovněž v **Ústí nad Labem** se jedná o prezenční dvouleté navazující magisterské studium, akreditované pod kódem N 8206 v rámci studijního programu Výtvarná studia.²¹ Obor byl zahájen v loňském akademickém roce, v roce 2008/2009 bude ve 2. ročníku studia 11 studentů. Do 1. ročníku se hlásilo 27 uchazečů a přijato bylo 16 studentů. První absolventi by měli studium ukončit v červnu 2009; nelze tedy zatím posoudit jejich úspěšnost na trhu práce a připravenost na praxi. Univerzita obor charakterizuje následovně:

„Tento studijní obor reaguje na potřebu zajistit erudované pracovníky pro sféru produkce, prezentace a socializace výtvarného umění. Specifičnost tohoto oboru spočívá ve spojení teoretické a praktické složky studia, které směřuje ke zvládnutí problematiky provozu kulturních institucí, prezentace a socializace výtvarného umění, publicistiky, kritiky a trhu s uměním. Studijní obor kombinuje teoretické znalosti z dějin a teorie umění a společenskovedních oborů s praktickými dovednostmi organizace provozu v institucích, které uchovávají, odborně zpracovávají a zveřejňují díla vizuálního umění. Zvláštní zřetel je v náplni studia kladen na problematiku současného výtvarného umění a vizuální kultury v České republice a celém středoevropském kulturním prostoru. Pozornost je věnována rovněž poznatkům o teorii umění a metodologii dějin umění a o problematice galerijního provozu. Speciální důraz je kladen na produkci a marketing současného umění. Absolvent bude vybaven jak teoretickými poznatky, tak zároveň i praktickými dovednostmi, jež získá během studia spoluprací s konkrétními institucemi i se zahraničními odborníky, reprezentanty významných galerijních institucí. Praktické zkušenosti, získané a reflektované již v průběhu studia, připraví absolventa na reálné pracovní podmínky a umožní jeho zařazení v různých oblastech produkce a institucionalizace výtvarného umění. Absolvent studijního oboru Kurátorská studia se může uplatnit jako kurátor či lektor v galeriích a muzeích, ve sféře státní, veřejné i soukromé a komerční. Bude působit v oblasti produkce výstav pro domácí i zahraniční kulturní instituce; dále nalezne uplatnění v redakcích odborných periodik nebo v nakladatelských domech orientovaných na výtvarné umění a kulturní historii, v publicistice a umělecké kritice, popřípadě ve sféře vizuální komunikace a její administrativy.²²“

Profesní kurátorské spolky, svazy a asociace

V České republice neexistuje žádná samostatná asociace kurátorů, svaz, spolek či komora. Z významných institucí, které v omezené míře vykazují činnost orgánů zasahujících do oblasti kurátorství, můžeme jmenovat Asociaci muzeí a galerií ČR, Radu

²¹ <http://fuud.ujep.cz/fuud/dokumenty/akreditace.htm>

²² [https://staq.ujep.cz/prohlizeni/pg\\$prohlizeni.syl%20oboru?oboridno=718](https://staq.ujep.cz/prohlizeni/pg$prohlizeni.syl%20oboru?oboridno=718)

galerií ČR a Sdružení výtvarných kritiků a teoretiků (národní sekce AICA - Mezinárodní asociace výtvarných kritiků).

Podmínky, očekávání a problémy

Kvalifikační a znalostní požadavky na pozici kurátora jsou závislé na potřebách dané instituce. V inzerátech na výběrová řízení se objevují následující kritéria: ukončené vysokoškolské vzdělání (neplatí však vždy či není nutně vyžadováno umělecké či kunsthistorické vzdělání), praxe při vedení zaměstnanců, zájem o umění (orientace v oboru dějiny umění, v současném umění), organizační talent, znalost příslušných právních norem, samostatnost, komunikativnost, koncepční myšlení, vysoká flexibilita a spolehlivost, schopnost dobré komunikace, umění jednání s lidmi, pečlivost.

Pokud jde o postavení kurátora na pracovním trhu, můžeme rozlišit 3 hlavní způsoby organizace pracovní činnosti využívané na trhu práce v ČR:

- stálý zaměstnanec – smlouva na dobu neurčitou;
- externista – smlouva o dílo;
- freelance curator – kurátor na volné noze.

Varianty jsou často z ekonomických důvodů paralelně kombinovány.

Rovněž financování kurátora je otázkou, na kterou neexistuje všeobecně platná odpověď. Je-li kurátor stálým zaměstnancem etablované, z veřejných prostředků podporované instituce, může za svoji činnost dostávat fixní plat ze mzdových fondů. Pracuje-li však na volné noze nebo spolupracuje-li s různými institucemi, může za jednorázové akce dostávat odměnu skrze smlouvu o díle či fakturu. V prostředí alternativních výstavních prostor je kurátor často honorován nedostatečně či dokonce vůbec. Nelze jednoznačně odhadnout průměrnou výši kurátorského platu. Odvíjí se nicméně od tabulkových platů v oblasti kultury a může se pohybovat ve značném rozmezí, cca od 8. do 15. platové třídy. Rozhodující je solventnost a výdělečnost instituce; pokud jde o veřejný subjekt, záleží na konkrétním kraji. Jestliže za průměrnou považujeme 10. platovou třídu, je kurátorovi v pozici zaměstnance vyplácena odměna zhruba ve výši 12 tis. Kč. Kurátor však svojí prací klíčovým způsobem ovlivňuje příjmy instituce, neboť kvalita jeho profesionálního výkonu se přímo odráží v úspěšnosti výstavy, případně progresivitě sbírek.

Jestliže platí tvrzení, že kurátorská profese je klíčová pro efektivní podporu cirkulace uměleckých děl a pro začleňování umění a kultury do každodenního života široké veřejnosti, pak je nutno poznamenat, že v České republice není její společenské funkci dopřán dostatek prostoru pro rozvoj. Je nedostatečně zajištěna z hlediska vzdělávacích institucí, informačních zdrojů, organizačního zázemí i platového ohodnocení.

3.1.3. Dobrovolnictví a informovanost

V České republice má dobrovolnictví jistou tradici, i když spíše omezenou na úzce vyhraněné oblasti. V kultuře je dobrovolnictví nepříliš rozvinuté, a to především proto, že během éry komunistického režimu byla tato myšlenka zdeformována totalitní ideologií „povinného dobrovolnictví“. Otevřená demokratická společnost však dobrovolnou činnost potřebuje v zájmu svého všestranného a vyrovnaného rozvoje.

Nadace pro rozvoj občanské společnosti (NROS) realizovala poslední rozsáhlý výzkumný projekt na téma dobrovolnictví a filantropie v ČR ve spolupráci s AGNES o. s. a sociologickou společností STEM. Výzkum probíhal v letech 2000 – 2001, zpracovatelem byl P. Frič a projekt byl podpořen z grantu nadace Charles Stewart Mott Foundation. Následující informace pocházejí z veřejně přístupného dokumentu²³, shrnujícího výsledky zmíněné studie.

Výzkum ukázal, že vzhledem k celkové transformaci společnosti je oblast dárcovství a dobrovolnictví v České republice stále v *počátcích svého rozvoje*. Dárci a dobrovolníci jsou spíše anonymní a spolupracují se sektorem *bez zpětné vazby*. Nezisková sféra se těší všeobecně poměrně malé důvěře. Implementované strategie se spíše opírají o zkušenosti ze zahraničí než o objektivní znalost situace v České republice. Řešením situace by mohlo být zvyšování informovanosti o sektoru nejen mezi jeho zástupci, ale i mezi představiteli komerčních organizací, státní správy a široké veřejnosti.

Základní otázkou z hlediska kompetence posuzovat organizační rámec dárcovství a dobrovolnictví je jeho znalost. Z výsledků výzkumu vyplývá, že tomto směru má česká veřejnost značné rezervy. Ukázalo se, že 30 % z celkových téměř 700 respondentů *nezná*, a to ani z doslechu, *žádnou neziskovou organizaci*. Tento údaj samozřejmě vypovídá spíše o tom, že značná část obyvatelstva ani neví, co to vlastně neziskové organizace jsou, resp. neví, že se s jejichž členy a aktivitami se setkávají téměř každodenně. Dále drtivá většina z prvních 25 respondentů jmenovaných nejznámějších neziskových organizací byla založena po roce 1989, což znamená, že i ti kteří se vyznačují jistou znalostí neziskového sektoru v ČR, do něj většinou nezahrnují staré, tradiční neziskové organizace, které po r. 1989 revitalizovaly svoje aktivity. Zdá se tedy, že ohledně neziskového sektoru v myšlení obyvatelstva přetrvává jakési myšlenkové schisma, které mu brání vidět ho jako jeden celek.

Ze seznamu nejznámějších jmen neziskových organizací dále plyne, že v myslích občanů nejvíce utkvěly ty organizace, které pořádají veřejné sbírky, což zřejmě souvisí jak s jejich propagací v masmédiích, tak s osobní zkušeností s praktikováním

²³ http://www.tf.jcu.cz/cz_lmenu/katedry/pedag/getfile.php?filenamex=DobrovolnictvadrcovstvR_pdf

dobročinnosti (přispíváním do sbírek). *Sbírková činnost neziskových organizací* se tak stala *nejvýznamnějším informačním kanálem*, přes který česká veřejnost vnímá existenci neziskového sektoru.

Dobročinnost neziskových organizací se projevuje prostřednictvím služeb, které poskytují obyvatelstvu. Většina obyvatelstva (60 %) je toho názoru, že služby neziskových organizací v ČR jsou na kvalitní úrovni. Pozitivní mínění obyvatelstva ČR o užitečnosti neziskových organizací je však natolik pevné, že drtivá většina z nich (86 % – tedy i značná část těch, kteří jejich služby nepovažují za kvalitní) je přesvědčena, že stát by měl na jejich služby přispívat, pokud jsou ve veřejném zájmu. S myšlenkou, že by část svých daní mohli nasměřovat přímo na podporu jimi vybrané neziskové organizace, se ztotožnilo 58 % respondentů. Vzhledem k tomu, že *daňové asignace*²⁴ jsou u nás zatím nevyzkoušenou novinkou, lze tento podíl pokládat za velmi příznivý vůči této myšlence.

Co se týče politické role neziskových organizací, úsilí neziskových organizací reprezentovat zájmy obyvatelstva je většinou přijímáno kladně – 62 % respondentů je toho názoru, že dokážou zastávat skutečné zájmy občanů a 51 % si dokonce myslí, že některé neziskové organizace zastávají i jejich zájmy. V zásadě lze rozlišovat tři druhy image (jak je vnímá veřejnost) neziskových organizací v ČR:

- charitativní,
- participativní,
- negativní.

Jak už bylo řečeno v úvodu, éra socialismu se vyznačovala zideologizovaným typem dobrovolné práce. Základním rysem toho, čemu se za socialismu říkalo dobrovolná práce, byla neautentičnost. Výsledky výzkumu přinesly zjištění, že jen 22 % respondentů o sobě uvádí, že před rokem 1989 dobrovolně pracovali pro nějakou organizaci. Rok 1989 znamená v rozsahu dobrovolnických aktivit výrazný propad – po roce 1989 se totiž dobrovolnictví věnovalo nebo věnuje pouze 16 % obyvatel.

Povzbudivěji vyznívají odpovědi dobrovolníků týkající se intenzity jejich práce. Více než dvě třetiny (68 %) z nich vykonává dobrovolnou práci pravidelně alespoň jednou za měsíc. Počet dobrovolně odpracovaných hodin v roce 1999 ve srovnání s rokem 1998 se zvýšil u jedné třetiny dobrovolníků, polovina konstatovala, že pracuje ve stejném rozsahu jako před tím a jen 10 % uvádí, že počet jimi odpracovaných hodin se za poslední rok snížil. Průměrně jeden dobrovolník v roce 1999 odpracoval 341 hodin pro nějakou neziskovou organizaci. Nejvíce hodin odpracovali dobrovolníci pro organizace působící

²⁴ např. italský systém „Cinque per mille“, kdy více než 70% plátců daně z příjmu využilo možnost přímého dárcovství.

o oblasti sociálních služeb, dále v oblasti sportu a rekreace. Nejvyšší průměr dobrovolně odpracovaných hodin dosáhli dobrovolníci v oblasti ekologie. Za oblast kultury bohužel statistiky nejsou k dispozici.

Nejštědřejší kategorií dárců jsou dobrovolníci. Podporují svou organizaci jak dobrovolnou prací, tak i materiálně. Je možné rozlišovat tři základní druhy motivace:

- konvenční,
- reciproční
- nerozvinutou.

Postoje obyvatel ČR k dobrovolnictví se podobají jejich postojům k dárcovství. I zde jsou ještě stále zřetelně vidět stopy, které po sobě zanechal státní paternalismus a ideologizace dobročinnosti socialistického režimu (např. akce „Z – zadarmo“). Většina obyvatel se domnívá, že dobrovolnictví jen jakousi chatrnou náhražkou za selhávající státní intervencionismus anebo za neschopnou veřejnou správu. Postoje obyvatel ČR k dobrovolnictví a jeho možnostem jsou tedy značně skeptické. *Polovina vidí budoucnost dobrovolnictví spíše negativně a nechápe jeho roli v moderní společnosti. S pozitivnějším postojem obyvatel ČR k dobrovolnictví se můžeme setkat tam, kde souvisí s politickou sférou života společnosti. Většina občanů se domnívá, že dobrovolnictví umožňuje lidem aktivně působit v demokratické společnosti (70 %) a že nabízí něco jiného než mohou zajistit placení profesionálové (63 %). Dalším pozitivním zjištěním je, že z morálního hlediska představuje dobrovolnictví v očích většiny obyvatel ČR jistý druh společensky ceněné ctnosti. 68 % respondentů se ztotožnilo s názorem, že v určitém bodě života každý pocítí morální povinnost zapojit se do dobrovolnictví.*

Podle zprávy o stavu neziskového sektoru v České republice bylo v roce 2002 registrováno téměř 55 tis. nestátních neziskových organizací. Pozornost věnovaná neziskovému sektoru ze strany médií stále není dostatečná. S cílem změnit tuto situaci probíhají od roku 1998 každoročně kampaně „30 dní pro neziskový sektor“, organizované pražským informačním centrem spolu s regionálními NNO. Jak bylo uvedeno výše, dopady těchto iniciativ jsou prozatím nejednoznačné. Nutno však říci, že samy NNO často podceňují význam vlastní propagace.

Vzhledem k *nedostatku kvalitních informací* jsou názory občanů na neziskový sektor rozpolcené. Na jedné straně si více než polovina dotázaných (51 %) myslí, že NNO zastávají skutečné zájmy občanů, na druhé straně zhruba stejné množství lidí (57 %) souhlasí s názorem, že organizace pořádající sbírky často podvádějí. U nemalé části obyvatelstva stále převládá názor, že neziskové organizace jsou nedůvěryhodné, a proto je lepší poskytovat pomoc přímo. Přesto výše zmíněný výzkum ukázal, že 75 % obyvatel věří neziskovým organizacím více než politickým stranám.

Neplacené práci v dobrovolné organizaci se věnuje občas 26 %, pravidelně 5 % obyvatel. Pojem dobrovolné organizace však v tomto výzkumu zahrnuje kromě „klasických“ neziskovek i sportovní, kulturní a zájmové spolky. Podle 41 % občanů by měly mít dobrovolné organizace větší vliv než dnes na směřování naší společnosti, podle 48 % by tomu tak být nemělo. Transparentnost v neziskovém sektoru postupně roste.

Bohužel vše nesevřčuje tomu, že systematický výzkum dobrovolnictví v kulturním sektoru nebyl v České republice dosud proveden, proto nelze o problematice říci nic přesnějšího. *Kvalitní a detailní studie dobrovolnictví v kultuře by umožnila vyslovit relevantní závěry ohledně opatření, která by měla být v této souvislosti přijata do budoucnosti, proto je její vyhotovení v co nejbližší době více než žádoucí.*

3.2. Spojené království Velké Británie a Severního Irsku

3.2.1. Přehled zdrojů a relevantních institucí

Název instituce	Předmět činnosti	Webové stránky
British Association of Friends of Museums	dobrovolnická asociace na podporu britských muzeí	www.bafm.org.uk
Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe	server poskytující informace o národních kulturních strategiích v Evropě	www.culturalpolicies.net
Culture.Info	informační portál kulturního sektoru	http://uk.culture.info
Curatorial Network	kurátorský portál, vzdělávací a výzkumný program	www.curatorial.net
Department for Culture, Media and Sport (DCMS)	ústřední orgán státní správy pro kulturu ve Spojeném království	www.culture.gov.uk
Institute for Volunteering Research	institut pro výzkum dobrovolnictví	www.ivr.org.uk
National Council for Voluntary Organizations	národní rada pro dobrovolnické organizace	www.ncvo-vol.org.uk
National Trust	národní ochránářské a památkářské sdružení se širokou dobrovolnickou základnou	www.nationaltrust.org.uk/volunteering/
Office for National Statistics	národní statistický ústav	www.statistics.gov.uk
Prospects	oficiální web poskytující profesní informace absolventům VŠ	www.prospects.ac.uk
Third Sector	periodikum a portál spravující informace z neziskového sektoru	www.thirdsector.co.uk
Voluntary Arts Network	dobrovolnická síť v umělecké sféře	www.voluntaryarts.org
Volunteering England	národní agentura pečující o rozvoj dobrovolnictví	www.volunteering.org.uk

3.2.2. Kurátorství

Náplní práce kurátora je v britském kontextu zacházení s kulturními statky ve smyslu uchovávání, péče, vystavování, rozvoje a interpretace sbírek artefaktů či uměleckých děl za účelem informování, výchovy a zábavy recipienta. Důraz se postupně přesunuje z čistě akademických dovedností kurátora k širšímu spektru profesních aspektů, zahrnujícímu vztahy s veřejností, marketing, fundraising a vzdělávací aktivity.

Muzea, galerie a další kulturní instituce usilují stále častěji o vzájemné sdílení zkušeností. V těchto procesech je role kurátora klíčová a do značné míry na něm závisí úspěch instituce u návštěvníků.

Mezi typické kompetence kurátora patří:

- katalogizování sbírek a uchovávání záznamů o nich,
- výzkumná činnost,
- sestavování katalogů
- plánování, organizování, interpretace a prezentace výstav,
- péče o sbírky,
- vyjednávání úvěrů a fundraising,
- služby vědeckým pracovníkům a veřejnosti,
- plánování rozpočtu,
- dohled nad zaměstnanci a dobrovolníky,
- veřejné prezentace a individuální konzultace,
- spolupráce se spřízněnými institucemi.

Vzhledem k velkým dopadům zavedení Heritage Lottery Fund, britskému systému financování kulturních institucí, se čím dál více pracovní síly musí věnovat finančním aspektům řízení a provozu kulturní instituce. Kurátorovi tak zbývá stále méně času na udržování sbírek a vědecko-výzkumnou činnost. Jeho odborné vzdělání je klíčové pouze při řízení výstav a jednání s veřejností. *Úzká specializace je dnešnímu kurátorovi, nejen v britském prostředí, spíše na obtíž, a vyžadována je vysoká flexibilita a špičkové manažerské schopnosti.*

Podle údajů z roku 2007 je nástupní plat kurátora kulturní instituce ve Spojeném království asi 15.500 – 18.500 liber ročně (500 tis. Kč - 600 tis. Kč). Po 10 – 15 letech profesní zkušenosti se kurátor ve mzdových tabulkách posouvá do kategorie 25.000 – 35.000 liber ročně (800 tis. Kč – 1,1 mil. Kč), u špičkových pracovišť až 66.500 liber (cca 2,2 mil. Kč). *Často funguje kurátor na volné noze, na poloviční úvazek či na bázi krátkodobých pracovních smluv a dohod.*

Pokud jde o požadované vzdělání, obecně je profese otevřená všem vysokoškolsky vzdělaným adeptům, nicméně preferována bývá formace v oborech jako jsou návrhářství, design, archeologie, historie, archivnictví a muzeologie, dějiny umění, výtvarné umění, filmová věda, kulturní management apod. Často je vyžadován i doktorský titul a předchozí zkušenost v oboru.

Ve Spojeném království je *relativně velké množství institucí nabízejících odborné vzdělání pro budoucí kurátory.* Jedná se většinou o studijní obory jako management kulturního dědictví, management umění, kulturní management, prezentace kulturního

dědictví i přímo kurátorská studia (např. University of Northampton). Magisterský studijní program nabízí například Royal College of Arts v Londýně (2 roky, poplatky 4 tis. £ ročně) a Goldsmiths College v Londýně (2 roky, poplatky cca 9 tis. £ ročně). Významnými institucemi spravujícími databázi uznávaných vzdělávacích ústavů v oboru galerijnictví a muzejnictví jsou Museums Association a Cultural Heritage National Training Organisation.

Největšími zaměstnavateli jsou oficiální národní kulturní instituce, muzea a ústavy, nicméně v zemi existuje více než 1.500 nezávislých kulturních těles, která do určité míry potřebují služby uměleckého kurátora. Velká část z nich funguje jako nezisková organizace a jejich spektrum přechází od drobných subjektů řízených několika dobrovolníky až ke gigantům britského kulturního sektoru (British Library, British Museum, National Gallery, Tate Gallery aj.). Dále přirozeně v rámci soukromého sektoru fungují instituce spravující privátní sbírky a instituce zabývající se obchodem s kulturními statky.

Díky tomu, že kurátorská profese už je ve Spojeném království delší dobu zavedena, je také lépe specifikována, etablována na pracovním trhu a organizačně zajištěna. Stejně jako v České republice zaznamenává kurátorství ve Spojeném království zvyšující se tlak na fundraisingovou a manažerskou složku profese, což má negativní vliv na kreativní a uměleckou část práce kurátora.

3.2.3. Dobrovolnictví a informovanost

Dobrovolnictví má ve Spojeném království dlouholetou tradici, sahající až do 19. století. Pojem je obecně chápán tak, jak byl nastolen v úvodu analýzy, přičemž však neexistuje žádná společná i oficiální národní definice této instituce. S termínem je nicméně operováno ve státní legislativě a vládních a výzkumných zprávách ze sektoru.

Následující statistické informace jsou platné za rok 2007. Ve Spojeném království se alespoň jednou za rok dobrovolnictví věnuje více než 70 % obyvatel a téměř polovina obyvatel provozuje nějakou dobrovolnickou aktivitu alespoň jednou za měsíc. Více než 20 % dospělých se dobrovolnictví věnuje alespoň jednou týdně. Podle statistik se ročně v zemi dobrovolnictví věnuje 23 mil. lidí, což odpovídá síle 180 tis. placených pracovníků na plný úvazek. *Ekonomická hodnota formálního dobrovolnictví* byla v Británii odhadnuta na 40 mil. liber ročně. Na každou libru věnovanou na neziskový dobrovolnický sektor z veřejných zdrojů připadá 30 liber jakožto suma za vykonanou dobrovolnickou práci. Více než 75 % dobrovolnických a komunitních organizací je plně řízeno neplacenou pracovní silou. 20 mil. učitelů, producentů a organizátorů umožňuje více než polovině celkové populace věnovat se ve volném čase kreativním aktivitám spadajícím do uměleckého sektoru.

Obecně se dobrovolnictví věnují spíše lidé z rodin s vyššími příjmy. V roce 2001 57 % dospělých Britů či Velšanů s ročním příjmem 75 tis. liber a více se alespoň jednou za rok zapojilo do formálního dobrovolnictví. Z osob z domácností s příjmem pod 10 tis. liber se přitom zapojilo pouze 29 %. Dále je častou charakteristikou dobrovolníka vysoké vzdělání, vysoký socio-ekonomický status a zaměstnanost. 79 % lidí s vysokoškolským vzděláním se zapojilo do neformálních dobrovolnických aktivit, 57 % do formálních. Procento lidí s nízkým vzděláním činí v těchto kategoriích 52 %, respektive 23 %. O něco častěji se dobrovolnictví věnují ženy.

Dobrovolnictví v kultuře je v zemi poměrně dobře organizačně zajištěno; kromě několika všeobecných informačních zdrojů, poskytujících servis pro dobrovolníky a organizace, jež mají o pomoc zájem, existuje speciální centrum věnující se dobrovolnictví v oblasti kultury a umění.

Voluntary Arts Network spolupracuje se zákonodárci, sponzory a politiky na zvýhodnění podmínek každého, kdo se chce dobrovolnický podílet na kulturním sektoru. Poskytuje informace z oboru a profesionální formaci. Síť zaštiťuje více než 300 národních a regionálních institucí. VAN vydává informativní čtvrtletník, který se zaměřuje na představení příležitostí, seminářů a jiných novinek týkajících se jeho členů. Poskytuje zdarma ke stažení výtažky z briefingů na relevantní témata, provozuje web, nabízí vzdělání v oblasti managementu kultury a odborné konzultace vládním a jiným oficiálním institucím. VAN má pět poboček a působí na území celého Spojeného království.

Kulturní sektor se s dobrovolnictvím kryje do značné míry, neboť je úzce spojen se životem v lokální komunitě, která na dobrovolnictví částečně závisí. Britský termín *Voluntary Cultural Sector* se tedy překrývá jak s kulturou, tak s dobrovolnictvím, tak s komunitním sektorem. Dobrovolníci v kultuře zastávají často klíčové pozice (předsedající, ředitel, producent, fundraiser) a chápou svoji roli jako významnou pro zachování kvality života ve své zóně působení. V tomto směru je dobrovolnictví v kultuře specifické, protože často má dobrovolník *osobní vztah ke konkrétnímu uměleckém žánru, směru či řemeslu, a proto se angažuje. Téměř neexistují lidé, kteří by se chtěli zapojit do kulturního sektoru, aniž by měli velice jasně vymezené preference zájmu.*

Výzkum dobrovolnického sektoru v oblasti kultury a umění ukazuje, že ve Spojeném království existuje téměř 50 tis. dobrovolnických uměleckých spolků a skupin s téměř 5,9 mil. členů. Další 3,5 mil. lidí funguje coby pomocníci a další podpůrný personál, což znamená, že se zapojuje 9,4 mil. obyvatel. Při celkové populaci mírně přesahující 60 mil. se tak do sektoru zapojuje skoro šestina obyvatel. *Kulturní sektor tak zabírá necelou jednu pětinu celého dobrovolnického potenciálu země, 564 tis. lidí zde pracuje na manažerských pozicích a jeho příjem činí asi 543 mil. £ ročně. Sektor je stěžejním pilířem komunitního života a jeho dopad na kvalitu každodenní žité reality je obrovský. Do*

značné míry se spolupracuje s profesionálními institucemi z oblasti kultury a umění a lidé mají jedinečnou příležitost zapojit se skrze dobrovolnictví v kultuře do jinak těžko dosažitelných aktivit.

Máme-li hodnotit, do jaké míry mají obyvatelé Spojeného království povědomí o fungování kulturního sektoru, respektive o možnostech se do něj zapojit, musíme brát v úvahu spektrum cest, jimiž se mohou k těmto informacím dostat. Ukazatelem míry informovanosti pak může být reálná participace ve sféře kultury a umění, případně její vývoj v posledních letech²⁵.

Seznam relevantních institucí, které poskytují informace komplexně i výběrově k tématu kultury a umění, je uveden v úvodu kapitoly. Je nutno poznamenat, že *informace k problematice kulturní sféry jsou ve Spojeném království dobře přístupné a šíře zdrojů je značná*, od oficiálních vládních institucí přes lokální asociace a iniciativy až k úzce zaměřeným specifickým sdružením a webovým portálům.

Jestliže celkově dobrovolnictví a angažovanost v kultuře dosahuje ve Spojeném království pětiny veškeré participace, v některých oblastech je to dokonce více než třetina (36 % na severozápadě). *Sektor je velice dynamický a autonomní, co se týče financování – amatérské a dobrovolnické umělecké a kulturní spolky jsou z velké části schopné se finančně zajistit díky vlastním podnikatelským aktivitám a příjmům, předplatným, přídatným komerčním aktivitám a dalším fundraisingovým metodám.* Jen v letech 2006 – 2007 se konalo 710 tis. výstav a představení, která přilákala 159 mil. diváků. Průměrně je každá akce v tomto sektoru navštívena 220 osobami. Daří se získávat nové příznivce a diváky, což svědčí o fungujícím systému formálních i neformálních informačních kanálů.

Na národní i lokální úrovni je sektoru poskytován poradenský a podpůrný servis, který přispívá k jeho profesionalizaci a efektivnějšímu působení směrem k veřejnosti. Je však pravda, že *ačkoliv mají samosprávné celky často vypracovanou strategii na podporu kultury a umění, jejich reálný přínos rozvoji dobrovolnictví a participace v této sféře je nejednoznačný.*

Všeobecně existuje napříč britskou společností představa, že amatérské a dobrovolnické spolky zabývající se uměním a kulturou mají spíše nízkou kvalitu. To je v rozporu se skutečností, že většina těchto organizovaných skupin usiluje o vysoký standard a pracuje na zvyšování kvality své práce.

²⁵ Relativně vyčerpávající studie DCMS (mj. jeden ze zdrojů analýzy) na téma dobrovolnictví v kultuře, nesoucí název *Our Creative Talent: the voluntary and amateur arts in England*, je dostupná na adrese: <http://www.voluntaryarts.org/uploaded/map7402.pdf>.

Sektoru je přiznávána důležitá role v úsilí o udržování kulturních tradic a rozvoj nových uměleckých směrů a aktivit. Mnoho britských uskupení se těší zájmu nejen na národní, ale i na mezinárodní úrovni. Nezanedbatelné procento osob působících v amatérském sektoru se časem přesune do profesionálních institucí.

Ze studie DCMS vyplývá, že během posledních tří let se přihlásilo 1,9 mil. osob do neakreditovaných vzdělávacích programů, zaměřených na kulturu a umění. Napříč Spojeným královstvím existuje 36 800 kurzů a tříd, organizovaných 4 560 institucemi. Zájem o neakreditované vzdělání v tomto oboru však v posledních letech klesá, což může být způsobeno tím, že pouze čtvrtina kurzů je nabízena mimo obvyklou pracovní dobu.

Nejúčinnějším a nejčastěji využívaným komunikačním kanálem v sektoru je informování ústně při osobním kontaktu. Následují veřejné akce a společenské události v rámci komunity. Ukazuje se, že aktivní kulturní i umělecká skupina do značné míry závisí na jakémsi jádru osob, které investují do chodu instituce nejvíce a okolo nichž se utváří ostatní základna. Sektor je charakteristický tím, že některé organizace a instituce se mohou rozvíjet jen do určitých mezí, jejichž překročení by znamenalo negativní vliv na chod organizace.

Dobrovolnictví, a tedy i dobrovolnictví v kultuře je tradičním pilířem britské společnosti a stát cíleně usiluje o jeho rozvoj a podporu. Sektor má kvalitní technické, právní a informační zázemí.

Vnímání úlohy kultury ve Velké Británii je velmi zřetelné i na politicko-strategické rovině, kdy lze Velkou Británii označit za vůdčí zemi propagující a prosazující v EU kulturní sektor (včetně jeho nezbytné části – kulturní průmysl), coby sektor s významným prorožvojevým potenciálem.

3.3.1. Přehled zdrojů a relevantních institucí

Název instituce	Předmět činnosti	Webové stránky
ARTKEY	periodikum a web věnující se současnému italskému umění	www.teknemedia.net
Associazione bb.cc. ONLUS	internetový portál monitorující dění v kulturním sektoru	www.beniculturalionline.it
Centro Nazionale per il Volontariato	národní centrum dobrovolnictví	www.centrovolontariato.net
Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe	server poskytující informace o národních kulturních strategiích v Evropě	www.culturalpolicies.net
Flash ArtOnline.it	italský portál periodika věnujícího se evropskému umění	www.flashartonline.it
Fondazione Europa Occupazione e Volontariato: Impresa e Solidarietà	nadace na podporu soukromého sektoru, společenských iniciativ a dobrovolnictví nejen ve vztahu ke kultuře	www.feo-fivol.it
Istituto Nazionale di Statistica	národní statistický ústav	www.istat.it
Ministero per i Beni e le Attività Culturali	vládní orgán pro kulturní resort	www.beniculturali.it
No Profit Italia	portál spravující informace z neziskového sektoru	www.noprofit.org
VolontariatOggi.info	webový portál a časopis s dobrovolnickou tematikou	www.volontariatoggi.info

3.3.2. Kurátorství

Role uměleckého kurátora v Itálii je stejná jako v ostatních evropských zemích, avšak zajištění kvalitní formace a uplatnění na pracovním trhu je v Itálii doposud nedostatečné. Do profese se nedostatečně investuje, především v souvislosti s oblastí soudobého umění. Tradiční funkce kurátora historických sbírek je pevně etablována, ale lpění na dějinném kulturním a uměleckém odkazu země negativně ovlivňuje její schopnost držet krok s vývojem současného umění. Součástí kulturní politiky země je především uchovávat a prezentovat umění antické, renesanční, barokní; kurátorství a tedy i cirkulace umění počátku 21. století není reflektováno jako priorita.

Proto neexistují žádné souborné informační a statistické zdroje, specializované portály či asociace. *Profese uměleckého kurátora* je nedostatečně definovaná a kurátor je prozatím jakýmsi *hybridním profesionálem*, jehož náplň práce koliduje *mezi intelektuálním a kreativním zaměřením a organizačními a ekonomickými povinnostmi*. Prvním pokusem o shrnutí problematiky byla římská konference „Proč potřebuje umění kurátory, i když není nemocné?“ (pozn. k překladu – z latiny vycházející *curatore* je odvozen od slova *cura*, tedy léčba či péče), organizovaná v lednu 2008 na Evropském institutu designu.

Profil uměleckého kurátora v Itálii je přibližně následující: pečuje o sbírky, připravuje výstavy, komunikuje jak s umělcem, tak s veřejností, stará se o ekonomické a organizační aspekty instituce. Vzdělání bývá požadováno v oboru architektury, umění či kunsthistorie.

V Itálii se nicméně v posledních letech otevírá stále více studijních programů, které mají neuspokojivou situaci v zemi změnit a profesně připravovat personál starající se o efektivnější procesy cirkulace uměleckých děl. Existují několikaleté postgraduální programy, ale i dvouletá navazující magisterská kurátorská studia. Takovými institucemi je například Nuova Accademia di Belle Arti v Miláně (kurátorská studia otevřena roku 2006, 2 roky, placené studium), IUAV v Benátkách (2 roky, placené studium), Accademia di Belle Arti di Brera (program otevřen již roku 1996, 1 rok, zdarma), La Sapienza v Římě, Istituto Europeo di Design v Římě (8 měsíců, placené studium), Museo Laboratorio di Arte Contemporanea v Římě (1 rok, placené studium), School of Management v Tridentu (1 rok, placené studium) a další instituce v Turíně a Miláně. Dále existují tři instituce (Milán, Turín, Boloňa) na podporu uvedení mladých kurátorů na trh práce a několik profesních ocenění a soutěží.

Informace o kurátorství jsou z italských informačních zdrojů těžko dostupné, proto tento obrázek kurátorství jakožto instituce na podporu cirkulace uměleckých děl v italském kontextu zůstává neúplný.

Příčinu lze vnímat v tom, že až do roku 2000 nemělo dnešní Ministerstvo pro kulturní dědictví a aktivity (Ministero per i beni e le attività culturali) plné pravomoce a rozvoj kultury byl rozdroben do několika ministerstev. Navíc proces racionalizace v oblasti kultury nastal až na začátku 70. let 20. století a vyvrcholil založením Ministerstva kulturního dědictví v roce 1975. Až postupem času (zejména na konci 90. let) se postupně rozšiřovaly kompetence ministerstva o „živou kulturu“ (1998) a otázky autorství (2000).

3.3.3. Dobrovolnictví a informovanost

V letech 2004 – 2005 provedl Národní statistický ústav (ISTAT) výzkum na téma dobrovolnických organizací v Itálii. Oproti roku 2001 došlo k nárůstu registrovaných dobrovolnických organizací o 14,9 % a ve srovnání s rokem 1995 dokonce o masivní přírůstek o 152 %. Ve zkoumaném období jich v Itálii působilo 21 021. Dochází k silnému zakořenění organizovaného dobrovolnictví v severní části Itálie, nicméně počet těchto subjektů stoupá i v jižních regionech. V teritorii působící organizace jsou spíše menší, a to jak co do šíře členské základny, tak co do ekonomických možností. Nejvíce se dobrovolnictví věnují muži, lidé mezi 30 a 54 lety, osoby s vysokoškolským vzděláním a zaměstnaní. Nejoblíbenějšími sektory podporovanými dobrovolnickou prací jsou zdravotnictví a sociální asistence, nicméně roste podpora i v méně tradičních oblastech.

Podrobné informace o dobrovolnictví v kultuře bohužel nejsou dostupné za poslední roky. Na původním webu Italské nadace na podporu dobrovolnictví (Fondazione Italiana per il Volontariato) je uveřejněn článek, shrnující údaje týkající se studované problematiky na konci 90. let. Shrňme zde poznatky z této studie a následně je srovnáme s výsledky výzkumu prováděného téměř o 10 let později.

V roce 1998 bylo v Itálii 10 516 dobrovolnických organizací, z čehož 7 % deklarovalo jako předmět zájmu kulturu a umění. Přestože neexistují komplexní a přesné údaje monitorující tuto problematiku, z článku vyplývá, že dobrovolnictví se v kontextu kulturního sektoru během posledních dekad dynamicky rozvíjí (jen v letech 1991 – 1996 vzniklo v Itálii 30 % celkového počtu těchto organizací). Pokud jde o rozložení na území Italské republiky, v porovnání s dobrovolnickými organizacemi obecně jsou ty kulturně orientované častější na jihu a v ostrovních regionech. Dalším poznatkem na poli dobrovolnických organizací v silně katolické Itálii je fakt, že kulturní sektor je z hlediska dobrovolnictví výrazně ateistický. Jestliže 38,8 % organizací bylo náboženského původu a 61,2 % nenáboženského, pak z celkového počtu kulturně orientovaných jich jen 15,5 % náleželo do nábožensky motivovaných a celých 84,5 % do ateistických. Zdá se, že celkově tyto organizace relativně málo spolupracují s regionálními zastřešujícími institucemi. Financovány jsou převážně z vlastních zdrojů (příspěvky, vlastní výděly apod.). Lidské zdroje jsou zde tvořeny převážně muži do 45 let s vyšším vzděláním. *Co se týče samotné tematické orientace italského dobrovolnictví v kultuře, věnují se organizace péči, uchování, ochraně a zhodnocení uměleckého a kulturního dědictví včetně archeologických a muzejních kulturních statků, což koneckonců vyplývá z enormního množství kulturních odkazů v Itálii. Sektor se obecně snaží zapojit co nejvíce mládeže, a to především do oblastí jako výzkum a dokumentace, vzdělání a výchova v kultuře, socio-kulturní animace aj. Šíře působení dobrovolnických organizací v kultuře je spíše na lokální bázi, nicméně existují i struktury působící na regionální či*

dokonce celostátní úrovni. Nejčastěji využívanými komunikačními médii sektoru jsou audiovizuální média, osobní setkání, publikační činnost a tisk, účast na lokálních televizních a rozhlasových vysíláních.

Nyní můžeme tyto informace porovnat s relevantními informacemi z výše zmíněné studie ISTAT²⁶. Pokud by trend v nárůstu kulturně orientovaných dobrovolnických organizací z konce 90. let přetrval beze změny, muselo by takových organizací v Itálii v roce 2008 být více než 1 400. Ve skutečnosti se sektor zdynamizoval ještě dvakrát tolik a v kultuře (nutno poznamenat, že sektor je pojmenováván jako kultura a rekreace) už v roce 2003 existovalo 3 078 organizací.

Ze zprávy vyplývá, že drtivá většina těchto subjektů nemá vůbec žádné placené zaměstnance (2 941 organizací). Jestliže v roce 2003 se dobrovolnictví celkově v Itálii věnovalo v rámci existujících organizací 825 955 osob, z toho 111 170 pracovalo v kulturním sektoru. Jedná se o 13,5 % celkové dobrovolnické pracovní síly; ačkoliv počet dobrovolníků narůstá i v kultuře, nemění se nijak dynamicky tento procentuální podíl (13,9 % v roce 1995). Zhruba 52 % dobrovolníků se v sektoru aktivitám věnuje systematicky, asi 48 % spíše náhodně.

Roku 2003 měl kulturní dobrovolnický sektor k dispozici 99 025 mil. euro, což činí 6,1 % celkových zdrojů dobrovolnických organizací obecně. Z finančního hlediska tedy v kulturní sféře dochází k absolutnímu i relativnímu poklesu prostředků (více než 106 mil. euro, tedy téměř 9 % v roce 2001). Z hlediska rozložení zdrojů příjmu byla situace v kultuře roku 2003 následující: 22,8 % jednosměrné příspěvky a dotace z veřejných zdrojů, 14,4 % smlouvy a dohody s veřejnými subjekty, 9,8 % příspěvky členů, 14,9 % vlastní komerční aktivity, 10,2 % dárcovství, 5,8 % přebytky z předchozích let, 22,1 % jiné soukromé zdroje. Ze 3 078 kulturně zaměřených dobrovolnických subjektů bylo roku 2003 29,9 % financováno výhradně ze soukromých zdrojů, 43,7 % převážně ze soukromých zdrojů, 22,9 % převážně z veřejných zdrojů a 3,5 % výhradně z veřejných zdrojů.

Výše jsme uváděli, že v roce 1998 bylo 7 % ze všech dobrovolnických organizací zaměřeno na oblast kultury a rekreace. Zpráva ISTAT uvádí pro rok 1998 údaj 13,7 %; rozdíl může být způsobem zahrnutím i organizací věnujících se výhradně kultuře v souvislosti s rekreací. Pro rok 2003 je zde uveden podíl 14,6 %.

Ačkoliv statistiky naznačují, že rozvoj dobrovolnictví v kultuře trpí v posledních letech částečnou stagnací a nedostatečnými finančními prostředky na své aktivity, lze říci, že je dobrovolnictví v kulturním sektoru v Itálii poměrně dobře zavedeno. Je pravda,

²⁶ Kompletní text studie je přístupný na adrese:
http://www.istat.it/dati/catalogo/20061127_02/inf_06_27_organizzazioni_volontariato_italia%202003.pdf

že hlavní pozornost je věnována spíše uchování kulturního dědictví ze slavných italských dějinných epoch, a dále kultuře ve spojení s turistikou a rekreací. Oblast má jisté podpůrné organizační a informační zázemí.

3.4. Spojené státy americké

3.4.1. Přehled zdrojů a relevantních institucí

Název instituce	Předmět činnosti	Webové stránky
Americans for the Arts	nezisková organizace s celostátní působností na podporu umění	www.artsusa.org
Arts & Business Council	nezisková organizace na podporu spolupráce uměleckého a obchodního sektoru (správa BVA)	www.artsandbusiness-ny.org
Association of Art Museum Curators	sdružení kurátorů (standardy, výzkum, vzdělávání, informace)	www.artcurators.org
Bureau of Labor Statistics	vládní orgán pro sběr dat z oblasti ekonomiky práce	www.bls.gov
Independent Sector	fórum více než 600 organizací neziskového sektoru	www.independentsector.org
National Assembly of State Arts Agencies	národní organizace sdružující umělecké subjekty napříč USA	www.nasaa-arts.org
National Center for Charitable Statistics	národní statistický ústav monitorující neziskový sektor	http://nccs.urban.org
National Endowment for the Arts	státní orgán na podporu umění	www.nea.gov
Points of Light Institute	institut na podporu občanské angažovanosti	www.pointsoflight.org
Regional Arts Organizations	sdružení 6 hlavních regionálních neziskových subjektů působících v kultuře a umění	www.usregionalarts.org
Volunteers for Prosperity	vládní agentura na podporu dobrovolnictví	www.volunteersforprosperity.gov

3.4.2. Kurátorství

Umělecké kurátorství (jakožto jeden z druhů kurátorství) je ve Spojených státech *poměrně etablovaným povoláním a existuje široká podpůrná základna pro rozvoj této profese* a vcelku jednoznačně vymezené kompetence a standardy. V zásadě se kurátoři uplatňují v muzeích, kulturních památkách, vzdělávacích institucích a ve státní či lokální správě. *Vykonávání profese je podmíněno univerzitním vzděláním* a poptávka po uplatnění v USA vysoce převyšuje nabídku.

Hlavní náplní práce, stejně jako v ostatních studovaných zemích, je u kurátora:

- péče o sbírky,
- příprava výstav,
- nákup, zapůjčování a prodej objektů,
- koordinování výzkumných programů a vzdělávacích programů pro veřejnost,
- spolupráce na řízení organizace,
- fundraising,
- publikování článků a studií a podobně.

Záleží na zaměstnavateli, zda kurátorovi umožní práci spíše přímo s veřejností či spíše uvnitř instituce, zda mu nabídne nadstandardní profesionální formaci v zahraničí či nikoliv.

Umělecké instituce vyžadují na uchazečích o kurátorské posty adekvátní vzdělání, často dokonce doktorský titul. Ideální je kombinace muzeologie a patřičná specializace. Vítané je vzdělání v oboru managementu a marketingu v kultuře a schopnost pracovat s informačními technologiemi. Požadovanými vlastnostmi je flexibilita, organizační dovednosti a obchodní cítění.

Asociace muzeí a galerií po celých Spojených státech organizují každoročně množství vzdělávacích programů, seminářů, konferencí a workshopů pro umělecké kurátory. *Spojené státy byly vůbec první zemí, kde se otevřel univerzitní studijní program pro umělecké kurátory*, a sice v roce 1967 ve Whitney Museum v New Yorku (8 měsíců, poplatky \$1.800). *V roce 1994 vznikla jedna z nejprestižnější kurátorských vzdělávacích institucí na světě*, a to Center for Curatorial Studies na Bard College nedaleko New Yorku (2 roky, poplatky \$20.000). V roce 2002 byl otevřen kurz pro kurátory na Kolumbijské univerzitě ve spolupráci s Whitney Museum a MoMA (2 roky, poplatky \$34.000). Dalším relevantním ústavem je College of the Arts v San Francisco (2 roky, poplatky \$15.000 za semestr).

V roce 2006 existovalo v USA celkem 27 000 pozic archivářů, kurátorů a muzejních techniků. Asi 38 % z tohoto počtu bylo v muzeích, kulturních památkách a podobných institucích, 18 % ve státních a soukromých vzdělávacích institucích, 31 % ve státní správě či regionální a místní samosprávě. Z těchto 27 000 zaměstnanců jich 5 470 pracovalo přímo v oblasti umění a kultury. To znamená, že téměř 53 % z více než 10 000 kurátorů je tedy zaměstnáno v kulturním sektoru. Do roku 2016 je očekáván nárůst počtu pracovních míst na téměř 7 500, což znamená dynamický rozvoj profese a zaměstnanosti v oboru (o 35 %). Pro kurátorství však platí, že pozic v absolutním měřítku není mnoho a proto je od kandidáta často vyžadována ochota pracovat na částečný úvazek či dokonce zpočátku dobrovolnicky.

Mediánová hodnota ročních výdělků kurátora v roce 2006 činila \$46.300. Polovina kurátorů vydělávala částku mezi \$34.410 a \$61.740. 10 % kurátorů vydělávalo méně

než \$26.320 a horních 10 % pak více než \$80.030. V roce 2007 činil průměrný roční plat kurátora v muzeu \$80.780.

Spojené státy americké jsou zemí, ve které byla profese uměleckého kurátora poprvé skutečně zavedena na trh práce a její funkce byla v této zemi poprvé ověřena. *Kurátorství je zde chápáno jako poměrně prestižní pozice a kurátor hraje významnou roli zprostředkovatele umění. Je všeobecně uznávaným názorem, že podpora rozvoje kurátorství pozitivně ovlivňuje rozšíření povědomí o umění a že na něm v podstatě stojí koncepční a systematická cirkulace uměleckých děl.*

3.4.3. Dobrovolnictví a informovanost

O rozvoji dobrovolnictví v USA psal již roku 1835 francouzský myslitel Alexis de Tocqueville. Tento společenský fenomén *je ve Spojených státech oblíbený do dneška, je ve společnosti pevně zakořeněn a je jí také poměrně autonomně a funkčně řízen.* Charakteristickou je pro americké dobrovolnictví schopnost živelně a spontánně se formovat v rámci lokální komunity, která sama přirozenými sociálními mechanismy reaguje na problémy a potřeby společenství.

Ve Spojených státech existuje více než 850 tis. dobročinných organizací a více než 104 tis. soukromých nadací. Navíc je registrováno více než 463 tis. dalších neziskových organizací jiného typu. V roce 2005 přibližně se 28,8 % Američanů starších 16 let věnovalo dobrovolnické činnosti; tento trend má v posledních letech mírně negativní dynamiku.

Funguje zde jedinečný program s názvem *Business Volunteers for the Arts (BVA)*, který se zaměřuje na nábor a výcvik profesionálních pracovníků a manažerů pro neziskové organizace z oblasti kultury a umění. Program byl zahájen roku 1975 a za dobu svého působení se do něj zapojily tisíce dobrovolníků, kteří, převedeno na finanční hodnotu, poskytli kulturnímu neziskovému sektoru pomoc a konzultace v ceně 100 mil. dolarů. BVA je nejmasovějším dobrovolnickým programem v kultuře a spravuje síť spolupracovníků po celé zemi.

Program je přístupný napříč celými Spojenými státy, přičemž místní pobočky provádějí vlastní nábor a zaškolování účastníků z komerčního sektoru. Klienti z umělecké sféry získávají profesionální manažerskou pomoc za účelem zlepšení svých obchodních aktivit. Cílem programu je dále zapojení profesionálů, kteří chtějí přispět k všeobecnému rozvoji společnosti, do uměleckého sektoru.

Informace týkající se programu BVA podává jak organizace Americans for the Arts, tak především místní a regionální pobočky Arts & Business Council. Obě neziskové organizace se částečně propojily roku 2005. Systém funguje následovně. Klient z uměleckého sektoru si podá přihlášku do programu a podstoupí pohovor na Arts &

Business Council. Klient z obchodního sektoru rovněž odevzdá přihlášku, kromě pohovoru však absolvuje také školení. Pohovory jsou pro nečleny organizace zpoplatněny. Jakmile je vybrán projekt, na němž participují klienti z obou sektorů, jeho realizace probíhá po dobu 3 až 9 měsíců. Nejčastěji se projekty věnují aktivitám z oblastí jako marketingové plánování, podnikatelské plány v zájmu zvýšení příjmu, PR a komunikace, strategické plánování, školení zaměstnanců či dobrovolníků atd. Některé projekty jsou specializovanější (konkrétní akce, právní úkony aj.).

Program je financován z několika zdrojů: z veřejných fondů státní agentury New York State Council on the Arts, z New York Community Trust, z prostředků odboru kultury města New York a především ze státního orgánu National Endowment for the Arts. V roce 1975 byl program odstartován za podpory Rockefellerovy nadace.

Z hlediska demografických faktorů se dobrovolnictví v USA věnují spíše ženy, lidé mezi 35 a 54 lety, běloši, lidé žijící v manželském svazku, lidé s dětmi mladšími 18 let, lidé s vyšším vzděláním a zaměstnaní na částečný úvazek. V průměru věnovali dobrovolníci ročně 52 hodin aktivitám ve prospěch neziskového sektoru, přičemž se mediánová hodnota pohybovala mezi 36 a 65 hodinami. Většina dobrovolníků se zapojuje do činnosti jedné či dvou organizací. Nejoblíbenějšími jsou organizace nábožensky orientované, zaměřené na vzdělání a služby mládeži či na sociální oblast a služby místní komunitě. *Dobrovolníci se obvykle věnují fundraisingu, tutorství či výuce.* Pokud jde o způsob, jímž byl dobrovolník přiveden na myšlenku věnovat svůj čas a energii neziskovému sektoru, asi 44,6 % osob bylo přímo osloveno danou organizací a 40,1 % se práci začalo věnovat z vlastní iniciativy.

Podle zprávy o dobrovolnictví v USA roku 2007²⁷ se v letech 2006 – 2007 dobrovolnictví věnovalo zhruba 60,8 mil. lidí, což činí asi 26,2 % populace (pokles o 2,4 % za poslední dva roky). Kultura nepatří z hlediska dobrovolnictví mezi nejvíce podporované sektory; v roce 2007 vedle 35,6 % pracovní síly pro náboženské organizace a 26,2 % pro mládežnické a vzdělávací organizace je *jen 3,5 % z celkové pracovní síly dobrovolníků vyhrazeno na kulturu a to ještě společně se sportem, který pravděpodobně zabírá větší část z tohoto podílu.*

Na stránkách Americans for the Arts je uvedena informace, že v roce 2003 dobrovolnický pracovalo v USA 68,3 mil. lidí, což by znamenalo pokles o téměř 8 mil. lidí za 4 roky. Z těchto 68,3 mil. osob jich údajně 2,73 mil. věnovalo svoji energii a čas sportu, koníčkům, kultuře a umění (tedy skoro 4 %), a to s průměrným výkonem 52 hodin ročně. Odvoláme-li se na cenu hodinové dobrovolnické práce, jak ji zveřejnila

²⁷ <http://www.bls.gov/news.release/pdf/volun.pdf>

instituce Independent Sector, vychází nám, že celkový příspěvek převedený na finanční hodnotu pro kulturní sektor dosáhl v roce 2003 výše \$893.88 na osobu.

Podle výzkumné studie na téma nezávislý sektor²⁸ se v roce 1998 dobrovolnictví výhradně v kultuře a umění věnovalo 5,2 % celkového počtu 109,4 mil. dobrovolníků (55,5 % celkové populace USA). Vzhledem k tomu, že se lidé mohou věnovat dobrovolnictví ve více oblastech, jako hromadný údaj lze pro rok 1998 uvést podíl 8,6 % pracovní síly pro kulturu a umění.

Časová řada 1998 – 2003 – 2007 je tedy charakterizována poklesem podílu dobrovolnické síly v kultuře a umění, konkrétně 5,2 % – 4 % – 3,5 %. Souvisí to nutně s poklesem celkového množství aktivních dobrovolníků. *Zdá se tedy, že dobrovolnictví v kultuře a umění v posledních letech spíše upadá a že energie veřejnosti se upíná spíše k nábožensky a výchovně orientovaných organizacím.*

Navzdory tomu, že kulturní sektor trpí od konce 90. let z hlediska dobrovolnické podpory úpadkem, je třeba říci, že organizační a informační zázemí této oblasti je na vysoké úrovni a že v zemi fungují osvědčené řídicí mechanismy.

²⁸ <http://www.independentsector.org/PDFs/inbrief.pdf>

4

Návrhová část

4.1. Syntéza – srovnání České republiky, Spojeného království, Itálie a USA

Porovnejme nyní, jak se liší studované země z hlediska:

- podpory kurátorství jakožto instituce na podporu cirkulace uměleckých děl;
- dobrovolnictví a informovanosti v neziskovém sektoru, respektive v oblasti kultury a umění.

Srovnání nám umožní vyslovit závěry ohledně efektivity stimulace kulturního sektoru v jednotlivých zemích a dále navrhnout případná předběžná opatření, vhodná k implementaci v českém prostředí.

4.1.1. Kurátorství

	Česká republika	Spojené království	Itálie	Spojené státy americké
Odborné vzdělávání, pracovní uplatnění	v začátcích	uspokojivé	rozdíje se	s dlouholetou tradicí
Počet prac. míst	údaj nedostupný	údaj nedostupný	údaj nedostupný	5 470 (2006)
Průměrná mzda cca	12 tis. Kč měsíčně	17 tis. £ ročně	údaj nedostupný	46 300 \$ ročně (medián)
Zastřešující a řídicí organizace, asociace	neexistují	Curatorial Network	v rámci organizací na podporu souč. umění	Association of Art Museum Curators

Mezi hlavní problémy kurátorství v České republice patří:

- neexistence sdružujících a podpůrných organizací, absence informačních zdrojů, publikací, periodik;
- opožděný rozvoj odborného vzdělávání oproti evropským standardům (o USA nemluvě);
- neexistence statistických údajů o rozvoji sektoru;
- velké rozdíly mezi náplní práce uměleckého kurátora v tradiční a alternativní instituci;
- nedostatečné platové ohodnocení;
- nejednoznačné chápání role kurátora pro kulturní sektor, respektive pro rozvoj společnosti.

Obecně lze aktuální světové trendy v oblasti kurátorství pojmenovat následovně:

- stále větší důraz na manažerské a fundarisingové schopnosti kurátora na úkor tvořivosti a komunikace s umělcem;
- velké nároky na kvalifikace a schopnosti v kontrastu s malou nabídkou pracovních míst;
- relativně nízké nástupní platy;
- tradiční zaměření na uchovávání uměleckého a kulturního odkazu historických epoch, problematičnost zavedení standardů profese v souvislosti se současným uměním.

Co se týká tvorby decentralizovaných strategických a koncepčních dokumentů (zejm. územních samosprávních celků) a jejich přínosu pro všeobecný rozvoj kultury v zemi, např. z praxe Velké Británie vyplývá, že přínos strategií samosprávných celků je nejednoznačný a kulturní sektor jim nevděčí za svou současnou podobu. Prorozvojové kroky v oblasti kultury jsou vnímány spíše na úrovni podpory profesionality kulturních organizací. To však s sebou přináší i negativa, jako je např. tříštění funkce kurátora z oblasti kulturně-profesní do oblastí manažerských a fundraisingových.

V tomto ohledu pravým opakem je italský systém, jehož hlavním problémem je nedostatečná decentralizace, jejíž potřeba vyplývá z rozdílných potřeb od sebe kulturně velice rozdílných regionů a provincií. Největší propast zeje obecně řečeno mezi ekonomicky rozvinutým severem a z hlediska základních občanských institucí zaostalým jihem, kde jsou soukromé i veřejné dotace kulturního sektoru více než nedostatečné. Profese uměleckého kurátora je pak nedostatečně definovaná a kurátor je prozatím jakýmsi hybridním profesionálem, jehož náplň práce koliduje mezi intelektuálním a kreativním zaměřením a organizačními a ekonomickými povinnostmi.

Česká republika netrpí výraznými rozdíly kulturních odkazů napříč svým územím tak jako Itálie a proto i zde lze předpokládat relativně nižší přínos decentralizovaných strategií. Naopak lze předpokládat efektivnější přínos podpory společných produktů a postupů v přizpůsobování metod řízení kulturních organizací novým trendům.

4.1.2. Dobrovolnictví a informovanost

	Česká republika	Spojené království	Itálie	Spojené státy americké
Zavedení ve společnosti	v částech nez. sektoru tradiční, jinde v rozvoji	tradiční, fungující	fungující	tradiční, fungující
Dobrovolníků celkem	cca 15 – 20 % populace	cca 70 % populace	údaj nedostupný	cca 26 % populace

Dobrovolníků v kultuře	údaj nedostupný	cca 15 % populace	údaj nedostupný	cca 3,5 % populace
Zastřešující organizace dobrovolnictví	Dobrovolník, HESTIA, INEX-SDA	Institute for Volunteering Research, National Council for Voluntary Organizations, Volunteering England	Centro Nazionale per il Volontariato, Fondazione Europa Occupazione e Volontariato: Impresa e Solidarietà, VolontariatOggi.info	např. National Volunteers Office (presbyt. církev), Volunteers for Prosperity
Zastřešující organizace dobrovolnictví v kultuře	neexistuje	Voluntary Arts Network, British Association of Friends of Museums	nezjištěno	Americans for the Arts
Informovanost	neuspokojivá	značná	uspokojivá	uspokojivá

Mezi hlavní problémy dobrovolnictví v kultuře v České republice patří:

- neexistující spolehlivý statistický zdroj pokrývající problematiku v časových řadách;
- neexistující zastřešující organizace, poskytující informace, vzdělání a poradenství v oboru;
- nízké povědomí obyvatel o neziskovém sektoru obecně, a zejména o neziskovém sektoru zaměřeném na kulturu a umění.

Obecně lze aktuální světové trendy v oblasti dobrovolnictví pojmenovat následovně:

- dobrovolnictví je stabilní součástí společnosti v zemích, kde má dlouholetou tradici, naopak jen obtížně se etabluje tam, kde tato tradice chybí či byla v minulosti zideologizována;
- dobrovolnictví se věnují spíše lidé s vyšším vzděláním, lidé s vyššími příjmy a lidé v produktivním věku;
- kultura a umění nepatří mezi oblíbené cílové sektory dobrovolnictví;
- kultura a umění je ve statistikách často zkoumána společně s jinými oblastmi (sport, rekreace), což zneprěsňuje statistický odhad;
- zdůrazňován je čím dál tím více přínos kulturního sektoru pro ekonomiku země;
- vzhledem k všeobecnému podfinancování kulturního sektoru je pro něj dobrovolnická práce nepostradatelným zdrojem.

4.2. Možnosti a doporučení

Zvláštní pozornost byla věnována instituci *kurátorství*, kterážto profese hraje v současné době stále důležitější roli v procesech cirkulace uměleckých děl a zvyšování povědomí o kultuře a umění. Z analýzy vyplývá, že kurátor v českém kontextu trpí nedostatečným spektrem vzdělávacích příležitostí, stálým tlakem na rozvoj fundraisingových schopností na úkor své komplexní funkce zprostředkovatele a interpreta umění, nízkým platovým ohodnocením a neexistencí podpůrné odborné infrastruktury. Řešením by mohla být větší podpora rozvíjejících se vzdělávacích institucí a zřízení *sdrůžující organizace* nejlépe vydávající i vlastní periodikum, případně působící jako nízkonákladové nakladatelství, eventuálně grantová nadace.

Důležitým krokem je podpora vzdělávání, resp. *celoživotního vzdělávání* profesionálů v oblasti kultury. Z praxe analyzovaných zemí jasně vyplývá, že hybridizace profese kurátora zejména do oblasti fundraisingových aktivit, přináší více problémů než užitku. Proto lze doporučit realizaci jakési obdoby personálních auditů, zaměřených na jednotlivé příspěvkové organizace MKČR, na základě nichž lze definovat náplň jednotlivých klíčových profesí (manažer, fundraiser, kurátor) přesně adjustovanou na potřeby, podmínky a zvyklosti ČR.

Klíčovým faktorem pro rozvoj resortu kultury je *cirkulace uměleckých děl*. Její podporu lze v ČR prozatím označit za nedostatečnou a nekonceptní. Nejen v rámci podpory cirkulace uměleckých děl, ale též v rámci podpory celoživotního vzdělávání by bylo vhodné vytvořit, resp. *podporovat* vytvoření instituce představující jakousi *společnou platformu výměny zkušeností* v disciplínách kurátorství, fundraisingu a managementu kulturních organizací. Instituce by měla poskytovat možnost začínajícím umělcům a uměleckým řemeslníkům získat potřebné startovní zkušenosti tak, aby mohli zakládat své ateliéry či uměleckořemeslné dílny. Zároveň by jim měla poskytnout služby v etablování se na trh s uměním. Jelikož jsou odvětví kultury ve svých požadavcích, a to zejména na financování, velmi různorodá, optimální by bylo vytvoření více takových institucí zaměřených specificky na příbuzná odvětví (např. malba a grafika; umělecké zpracování skla a kovů a sochařství; apod.). V současné době se nabízí využití dotačního programu IOP, aktivity c, oblasti intervence 5.1.

Dobrovolnictví je v České republice zavedeno a organizačně kvalitně zajištěno, *schází však instituce na podporu dobrovolnictví v kultuře*. V její kompetenci by kromě poskytování informací, vzdělávání a poradenství mělo také být zajišťování kvalitního statistického výzkumu v oboru. Tento výzkum by neměl zahrnovat kulturu do společných kategorií se sportem, rekreací či turistickým ruchem. Zároveň by vzhledem k nízkému

povědomí obyvatel o neziskovém sektoru celkově a tedy i o možnostech v kultuře bylo vhodné investovat do jeho zvýšení prostřednictvím účinné informační kampaně.

S dobrovolnictvím je úzce spojena *informovanost a identifikace občana* s danou kulturní službou či statkem. Výběr služby ze strany dobrovolníka není v žádném případě nahodilý. Zejména praxe Velké Británie ukazuje, že dobrovolníci se rekrutují zejména z vyšších příjmových skupin. S tím souvisí i charakter služeb, který je pro aktivní podporu dobrovolnictví potřebný. Zejména se jedná o vytvoření *společného portálu přibližujícího kulturní služby* na jednom, snadno dostupném místě. Občané vyšších příjmových skupin zpravidla nemají čas strávit na internetu spoustu hodin vyhledáváním vhodné služby, se kterou by se mohli identifikovat. Optimálním krokem by bylo vytvoření portálu prezentujícího kulturní organizace a jejich poptávku po dobrovolnictví a to v rozdělení podle jednotlivých oblastí kultury a samozřejmě v územním rozlišení. Portál by měl být ve zprávě výše navrhované instituce na podporu dobrovolnictví.

Informovanost je stále nutné rozvíjet v ČR i druhým směrem, tedy směrem k MKČR. Tento druh informovanosti závisí zejména na sběru a aktivním využívání statistických dat, což je nezbytné pro podrobné vyhodnocení provedených kroků, ale též pro návrh nových koncepcí. Přestože je tato problematika uvedena v textu jako poslední, měla by být zaváděna prioritně.

Pro podporu by bylo vhodné zintenzívnit aktivní využití statistických dat v kultuře a propojit je s informačními systémy. Zvážit vytvoření základní databázové vrstvy na kterou se budou jednotlivé IS napojovat (systém „databáze – plug-in“). V neposlední řadě pak definovat požadavky na tvorbu nových IS či aktualizaci stávajících, definovat nové požadavky na statistická data ze strany IS, pověřit NIPOS jejich sběrem a samozřejmě průběžným doplňováním IS odpovídajícími statistickými daty.

Do budoucna by bylo vhodné realizovat následující úzce zaměřené kroky:

- Navrhnout kompetence instituce pověřené podrobnou statistikou ekonomických aspektů a dobrovolnictví v kulturním sektoru, resp. rozšířit stávající působnost NIPOS;
- navrhnout portfolio informačních systémů, včetně schéma základní databázové vrstvy, následně definovat nové požadavky na statistická data vyžadovaná informačními systémy a pověřit NIPOS jejich sběrem a průběžným doplňováním do takto vytvořené společné databáze;
- provést *detaillní studii dobrovolnictví v kultuře v ČR*, která umožní vyslovit relevantní a detailní závěry ohledně opatření, jež by měla být v této souvislosti přijata do budoucna;
- vytvořit podrobnou analýzu britské instituce zvané *Gift Aid*;
- provést podrobnou analýzu *Business Volunteers for the Arts (USA)*;

- definovat požadavky na výstupy *personálních auditů* a jejich zpracovatele a provést personální audity PO MKČR;
- definovat pracovní náplně a požadavky na kurátora, fundraisera a manažera kulturní organizace (výsledky personálních auditů použít pro vyladění definice náplně klíčových profesí - uzpůsobení zvyklostem v ČR);
- zahájit užší spolupráci s institucemi terciálního vzdělávání a spolupracovat na programech celoživotního vzdělávání či zahraničních stáží budoucích kurátorů a fundraiserů v kultuře;
- spolupracovat na zajišťování přednášek ze strany mezinárodně uznávaných kapacit, odborníků z MKČR či z jeho příspěvkových organizací a vytvořit program mentoringu managery kulturních organizací pro studenty kurátorství a fundraisingu (zpočátku lze využít odborníků PO MKČR).