

PROGRAM ROZVOJE KULTURY MĚSTA BRNA A JEHO EVALUACE

Zpracovatel: DHV CR

Zadavatel: statutární město Brno

2012

Obsah

Seznam tabulek	4
Seznam grafů.....	6
Seznam hlavních použitých zdrojů	7
Slovníček pojmů.....	8
1. Souhrnná analytická zpráva.....	9
Úvod.....	9
Jednotlivé oblasti kulturní činnosti.....	13
Film	13
Divadla	14
Hudba.....	22
Tanec	26
Galerie.....	28
Muzea	33
Hvězdárna a planetárium	36
Knihovny	38
Organizace zaměřené na více druhů činností a kulturní centra	40
Národnostní menšiny a propagace cizích kultur	44
Folklor	48
Sdružení a spolky	50
Nakladatelství, literární akce, předčítání, recitály, autogramiády.....	52
Ostatní oblasti	54
Ekonomické souvislosti	57
Obecné souvislosti.....	57
Ekonomické souvislosti organizací zřizovaných městem	59
Ekonomické souvislosti nezřizované kulturní scény	61
Čerpání dotací z veřejných zdrojů	67
Výsledky dotazníkového šetření	69
Shrnutí.....	71
2. SWOT analýza	76
Silné stránky.....	76
Slabé stránky	76
Příležitosti.....	78
Ohrožení	78
3. Zhodnocení dotazníkového šetření.....	79
Úvodní informace	79
Cíl a předmět dotazníkového šetření	79
Termín realizace	79
Metodika šetření	79
Charakteristika respondentů	82
Deskripce získaných výsledků	88
Spokojenost s kulturní nabídkou	88
Informovanost o kulturním dění	89
Zdroj informací o kulturních aktivitách	90
Popularita jednotlivých kulturních činností	91
Návštěvnost jednotlivých zařízení.....	97
Ochota platit za jednotlivé typy kulturních akcí	99
Překážky v návštěvnosti jednotlivých akcí	101

Názory respondentů na kvalitu jednotlivých typů zařízení	102
Která konkrétní kulturní zařízení nebo akce v Brně navštěvujete nejraději?	104
Motivace k vyšší návštěvnosti zařízení	107
Co vám chybí v kulturní nabídce?	110
Přitažlivost města pro turisty/návštěvníky z pohledu respondentů	113
Kulturní lákadla města Brna pro jeho návštěvníky (dle názoru respondentů)	114
Mezinárodní význam akcí pořádaných v Brně	115
Návštěvnost kulturních akcí mimo Brno	117
4. Benchmarking příkladů dobré praxe	126
Strategie kultury v Rotterdamu, Utrecht a Eindhovenu	127
Úvod	127
Rotterdam: rok architektury	127
Utrecht, město míru	130
Eindhoven: Město světla	134
Přenos dobré praxe pro Brno	136
Hledání společných denominací v DNA města	136
Šíření entusiasmu a kreativity	136
Užití existujících festivalů a existujících kulturních programů!	137
Práce v rámci integrovaného přístupu, ve kterém jsou rovnocenně zohledněny koncepty "hardware" (architektura), "software" (produkce) a "orgware" (organizující kapacita)	137
5. Návrhová část	139
Vize	139
Opatření, aktivity a projekty	144
6. Přílohy	159
Akční plán programu	159
Anketa pro subjekty působící na brněnské divadelní scéně (červen 2011)	161
Anketa pro subjekty působící na brněnské kulturní scéně (červenec 2011)	163

Seznam tabulek

Tab. 1. Základní výkonnostní ukazatele divadel zřizovaných městem Brnem - stav k 31.12.2009	15
Tab. 2. Základní výkonnostní ukazatele divadel zřizovaných městem Brnem - stav k 31.12.2010	15
Tab. 3. Náklady divadel zřizovaných městem Brnem za roky 2009 a 2010.....	15
Tab. 4. Transfery divadel zřizovaných městem Brnem - roky 2009 a 2010 v porovnání s údaji za Českou republiku (v tis. Kč).....	17
Tab. 5. Shrnutí údajů o návštěvnosti divadel zřizovaných městem Brnem – data za rok 2010	18
Tab. 6. Podíl veřejných zdrojů na hodnotě vstupenky	19
Tab. 7. Základní výkonnostní údaje Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010	22
Tab. 8. Náklady Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010	22
Tab. 9. Návštěvnost Filharmonie Brno v letech 2009-2010	23
Tab. 10. Informace o výkonech Domu umění města Brna.....	28
Tab. 11. Náklady Domu umění města Brna za roky 2009 a 2010	29
Tab. 12. Náklady muzeí, galerií a památníků zřizovaných Ministerstvem kultury ČR, jinými resorty, kraji a obcemi za roky 2009 a 2010	29
Tab. 13. Základní výkonnostní údaje Muzea města Brna za roky 2009 a 2010	34
Tab. 14. Náklady Muzea města Brna za roky 2009 a 2010	35
Tab. 15. Základní výkonnostní údaje Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010	36
Tab. 16. Náklady Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010 (ukazatele za hlavní a vedlejší činnost)	37
Tab. 17. Náklady Hvězdárny a planetária hlavního města Prahy za rok 2010 (pouze ukazatele za hlavní činnost).....	37
Tab. 18. Základní výkonnostní ukazatele Knihovny Jiřího Mahena v Brně za roky 2009 a 2010	38
Tab. 19. Náklady Knihovny Jiřího Mahena v Brně za roky 2009 a 2010	39
Tab. 20. Základní výkonnostní ukazatele Turistického informačního centra města Brna za roky 2009 a 2010	41
Tab. 21. Náklady Turistického informačního centra města Brna v letech 2009 a 2010	41
Tab. 22. Informace o výkonech organizací zřizovaných městem za rok 2010.....	59
Tab. 23. Vývoj návštěvnosti jednotlivých institucí zřizovaných městem Brnem na poli kultury.....	59
Tab. 24. Vývoj nákladů zřizovatele na chod příspěvkových organizací v oblasti kultury (bez odečtu odvodů z IF)	60
Tab. 25. Informace o výkonech brněnských subjektů působících na divadelní scéně (jiné než zřizované městem a státem - výsledky anketního šetření).....	61
Tab. 26. Informace o výkonech brněnských subjektů působících v jiných oblastech než divadelní scéně (jedná se o subjekty jiné než zřizované městem a státem - výsledky anketního šetření).....	62
Tab. 27. Srovnání výdajů na kulturu a výdajů na dotace v oblasti kultury (období roku 2010).....	65
Tab. 28. Městské části Brna- rozdělení do obvodů pro potřeby dotazníkového šetření	80
Tab. 29. Dotazníkové šetření: struktura výběrového souboru dle bydliště	82
Tab. 30. Dotazníkové šetření: Struktura výběrového souboru dle navštěvované školy.....	82
Tab. 31. Dotazníkové šetření: Struktura výběrového souboru dle věku	84
Tab. 32. Dotazníkové šetření: Zastoupení odpovědí žen a mužů v dotazníkovém šetření	86

Tab. 33. Dotazníkové šetření: Zhodnocení odpovědí na otázku „Jste dostatečně informován/a o tom, co se děje v Brně v oblasti kultury?“	90
Tab. 34. Dotazníkové šetření: popularita jednotlivých kulturních zařízení a akcí	91
Tab. 35. Dotazníkové šetření: počet návštěv jednotlivých zařízení za rok	97
Tab. 36. Ochota platit za návštěvy jednotlivých zařízení za rok	99
Tab. 37. Dotazníkové šetření: překážky v návštěvě kulturních zařízení	101
Tab. 38. Dotazníkové šetření: názory na funkčnost jednotlivých kulturních zařízení 1	102
Tab. 39. Dotazníkové šetření: názory na funkčnost jednotlivých kulturních zařízení 2	103
Tab. 40. Dotazníkové šetření: oblíbenost návštěvy jednotlivých kulturních akcí a institucí	104
Tab. 41. Dotazníkové šetření: oblíbenost návštěvy jednotlivých kulturních akcí a institucí dle jednotlivých kategorií	106
Tab. 42. Dotazníkové šetření: motivace k vyšší návštěvnosti kulturních zařízení	107
Tab. 43. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „co vám chybí v kulturní nabídce?“	110
Tab. 44. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „co vám chybí v kulturní nabídce?“ dle jednotlivých kategorií	111
Tab. 45. Dotazníkové šetření: kulturní lákadla města Brna	114
Tab. 46. Dotazníkové šetření: kulturní lákadla města Brna dle jednotlivých kategorií	115
Tab. 47. Dotazníkové šetření: mezinárodní význam akcí konaných ve městě	116
Tab. 48. Dotazníkové šetření: mezinárodní význam akcí konaných ve městě dle jednotlivých kategorií	117
Tab. 49. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“	117
Tab. 50. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení jednotlivých měst v souhrnu odpovědí	118
Tab. 51. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení jednotlivých kategorií kulturních aktivit	120
Tab. 52. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení konkrétních akcí, institucí a pamětihodností	121
Tab. 53. Tabulkový přehled charakteristik srovnávaných akcí	138
Tab. 1. Akční plán programu – časové určení realizace jednotlivých aktivit	159

Seznam grafů

Graf 1. Náklady divadel zřizovaných městem Brnem za roky 2009 a 2010.....	16
Graf 2. Příjmy divadel zřizovaných městem Brnem - rok 2009 v porovnání s údaji za Českou republiku (v tis. Kč)....	17
Graf 3. Financování nezřizovaných divadel dle anketního šetření	18
Graf 4. Náklady Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010	22
Graf 5. Průběžná struktura výnosů organizací působících na nezřizované scéně v oblasti hudby (není omezeno časovým obdobím).....	23
Graf 6. Průběžná struktura výnosů organizací nezřizované scény působících v oblasti tance (není omezeno časovým obdobím).....	27
Graf 7. Náklady Domu umění města Brna za roky 2009 a 2010	29
Graf 8. Průběžná struktura výnosů organizací nezřizované scény z oblasti galerií a výtvarného umění (není omezeno časovým obdobím).....	32
Graf 9. Náklady Muzea města Brna za roky 2009 a 2010	35
Graf 10. Náklady Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010.....	37
Graf 11. Náklady Knihovny Jiřího Mahena v Brně v letech 2009 a 2010.....	39
Graf 12. Náklady Turistického informačního centra města Brna v letech 2009 a 2010	42
Graf 13. Průběžná struktura výnosů organizací jiných než zřizovaných městem Brnem z oblasti kulturních center (není omezeno časovým obdobím).....	43
Graf 14. Průběžná struktura výnosů organizací působících na poli národnostních menšin a propagace cizích kultur (není omezeno časovým obdobím).....	47
Graf 15. Průběžná struktura výnosů organizací z oblasti folkloru (není omezeno časovým obdobím)	50
Graf 16. Průběžná struktura výnosů organizací z oblasti sdružení a spolků (není omezeno časovým obdobím).....	52
Graf 17. Informace o zastoupení výdajů na kulturu vůči celkovému rozpočtu měst ve městech Praha, Brno, Ostrava, Plzeň, Liberec a České Budějovice	57
Graf 18. Přepočet poskytnuté dotace do oblasti kultury na 1 obyvatele a HDP (srovnání měst Praha, Brno, Ostrava, Plzeň, Liberec a České Budějovice)	58
Graf 19. Porovnání vkladu do organizací zřizovaných na poli kultury vůči počtu obyvatel (srovnání Brna, Ostravy a Plzně).....	61
Graf 20. Průběžná struktura výnosů brněnských institucí nezřizované scény (vyjma divadel; není omezeno časovým obdobím).....	63
Graf 21. Financování nezřizovaných divadel dle anketního šetření	64
Graf 22. Čerpání národních dotací v porovnání s dalšími ukazateli – srovnání s Plzní a Ostravou	67
Graf 23. Podíly věkových strat výběrového souboru- přehledově	86
Graf 24. Počet a podíl získaných odpovědí dle nejvýše ukončeného vzdělání respondentů	87

Seznam hlavních použitých zdrojů

Výroční zprávy organizací zřizovaných statutárním městem Brnem a Ministerstvem kultury ČR za poslední tři roky (2008-2010)
Zřizovací listiny těchto institucí
Webové stránky jednotlivých popisovaných organizací
Periodikum Kam v Brně
Informace po poskytnutých dotacích a rozpočtech měst Brno, Praha, Plzeň a Ostrava (webové stránky jednotlivých měst)
Brno v číslech 2008, 2009, 2010
Praha v číslech 2008, 2009, 2010
Základní statistické údaje o kultuře v České republice 2009, I. díl, s. 9 – dostupné na <http://www.nipos-mk.cz>.
E. Žáková: Kulturní a kreativní průmysly v kulturní politice Evropské unie. S. I. 2010.
E. Römerová: Fenomén kreativních průmyslů – nová příležitost růstu globální ekonomiky. S. I. S. a. Eva Römerová
L. Pávišová: Multiplikační efekty v kultuře, Masarykova univerzita v Brně, Ekonomicko-správní fakulta, Brno 2011, absolventská práce.
T. Raabová: Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice. Praha 2010.
Informace o programu EU Culture (příjemci v jednotlivých letech): www.proculture.cz
Seznam příjemců z podpory fondů EU
Analýza vlivů dotací poskytovaných ze státního rozpočtu nestátním neziskovým organizacím v oblasti kultury. Data Mind: 2010.
Strategie pro Brno a Oborové koncepce
Státní kulturní politika 2009 – 2014 (včetně navazujících dokumentů)
Strategie účinnější podpory umění na léta 2007- 2013
Koncepce rozvoje knihoven na období 2011 – 2014
Koncepce účinnější péče o movité kulturní dědictví v ČR na léta 2010 - 2014
Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu
Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016
Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 -2013
Koncepce podpory kultury v Jihomoravském kraji 2009 – 2013
Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2010-2015
Cíle rozvoje brněnské kultury
Strategie společnosti Plzeň 2015
PROGRAM ROZVOJE KULTURY VE MĚSTĚ PLZNI na léta 2009 – 2019
Plzeň – evropské hlavní město kultury 2015. Názory obyvatel na kulturu. Výsledky dotazníkového šetření. CpKp Západní Čechy. 2010.
Podklad pro projektový záměr přípravy Strategického plánu rozvoje kultury v Českých Budějovicích
Seznam vybraných příjemců pomoci – IS CEDR III (cedr.mfcr.cz)
Výpisy z obchodního rejstříku
Administrativní registr ekonomických subjektů
Sociologické šetření uživatelů kultury (červen 2011)
Polostrukturované rozhovory se zástupci organizací zřizovaných statutárním městem Brnem a Ministerstvem kultury ČR a s vybranými zástupci nezřizované scény (červen-září 2011)
Vlastní anketní šetření (červen 2011 – divadelní instituce, červenec-srpen 2011 ostatní kulturní instituce)

Slovníček pojmů

kooperativní forma financování = vícezdrojová forma financování

nezřizovaná kulturní scéna = nepříspěvková, nezávislá kulturní scéna

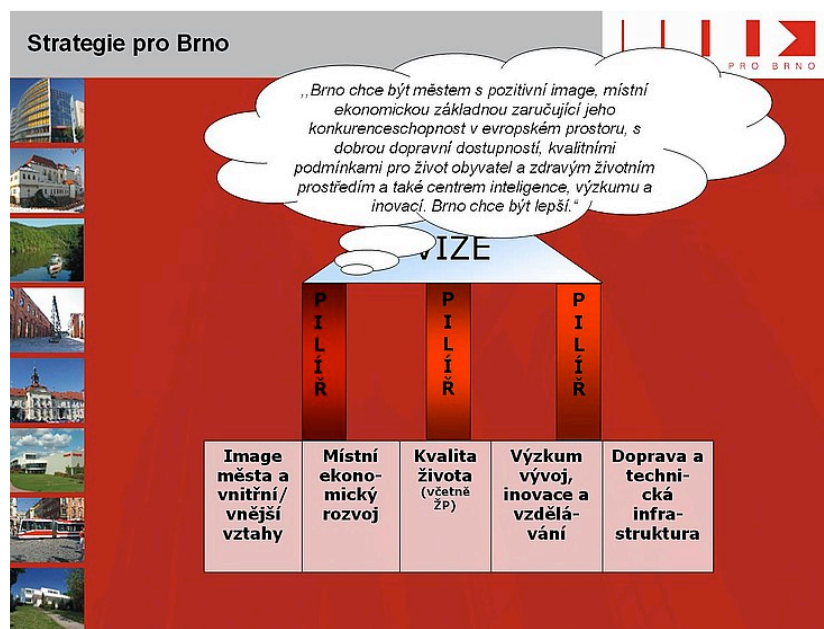
odvod z IF –odvod z investičního fondu dle ust. § 28 zákona č. 250/2000 Sb.

příspěvkové organizace města = organizace zřizované městem Brnem

1. Souhrnná analytická zpráva

Úvod

Program rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace je součástí projektu Rozvojové dokumenty Strategie pro Brno, podpořeného z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost.¹ Rozvojové dokumenty jsou zaměřeny do oblastí, které v rámci Strategie pro Brno (kompletním strategickém plánu města schváleném zastupitelstvem 26.6.2007) dosud koncepčně zpracovány nebyly. Samotná strategie pro Brno je členěna do tří pilířů, kterým odpovídají příslušné priority, kterých je celkem pět.



Oblast kultury se v rámci Strategie pro Brno vztahuje k následujícímu ze tří pilířů, na kterých je dokument postaven: kvalita života, které odpovídá stejnojmenná priorita.

Předkládaný materiál, tedy Program rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace, se zaměřuje na strategický cíl 3.1 (Dosáhnout vyšší atraktivity života ve městě) spadající pod zmíněnou prioritu kvalita života. Sledované problematice odpovídá následující část strategického cíle 3.1: 3.1.3 Podpora rozvoje kulturního vyžití a zachování kulturního dědictví a související podporované aktivity:

- zajištění a kultivace kulturní infrastruktury (JKC)
- a podpora různorodé nabídky živého umění v ulicích města.

Sledované oblasti kultury odpovídají především následující indikátory, které byly pro sledování pokroku strategie zvoleny:

¹ Pod registračním číslem CZ.1.04/4.1.01/53.00084.

- spokojenost obyvatel a návštěvníků města za sledované období,
- počet vybraných kulturních akcí.

Zasazení Programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace do kontextu Strategie pro Brno odpovídá i věcné zaměření programu. Účelem předkládaného dokumentu je definovat strategii vedoucí k zlepšení podmínek a následnému rozvoji fungování brněnské kulturní scény,

- tj. vytvořit vnější podmínky pro rozvoj brněnské kultury,
 - tedy vytvořit podmínky pro její další rozvoj a zlepšování ekonomického, institucionálního a provozního zázemí pro realizaci kulturních aktivit.

Program rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace tak bude naplňovat následující část strategické vize Strategie pro Brno:

„...Město chce mít úroveň. Ví, že kultura je to, co přitahuje lidi a oslovuje mimobrněnské a zahraniční návštěvníky. V tomto smyslu se Brno zasadí o zachování a další rozvoj kulturně - historického dědictví a poskytne zázemí a podporu špičkovým kulturním institucím...“.

Tento kontext programu ve Strategii pro Brno vedl k definici následujících cílů Programu rozvoje města Brna a jeho evaluace:

- ve spolupráci s klíčovými partnery vytvořit návrh celkové vize rozvoje kultury ve městě Brně,
- pojmenovat podmínky vedoucí k dalšímu rozvoji kultury v Brně,
- zlepšovat služby pro obyvatele a návštěvníky města,
- navrhnout dlouhodobá řešení, která budou udržitelná i s ohledem na financování z veřejných prostředků a založena na principu podpory diverzity kulturní nabídky v Brně.

Program rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace současně vykazuje úzkou vazbu s Programem rozvoje cestovního ruchu města Brna 2010-2015 dokončeného v dubnu 2010. Jedním z hlavních témat programu je Brno kulturní, které je věnováno synergickým efektům propojení mezi kulturou a cestovním ruchem. Cestovní ruch je pro dosažení maximálních přímých i nepřímých ekonomických efektů v kultuře velice podstatným prvkem a jako takovému mu musí být v předkládané koncepci věnována patřičná pozornost.

Předkládaná zpráva rekapituluje hlavní závěry analytických šetření prováděných v období červen–září 2011. Detailní údaje získané v rámci zmíněných průzkumů jsou uvedeny v podrobné analytické zprávě. V rámci těchto průzkumných prací byla realizována následující šetření:

- a) reprezentativní sociologický průzkum na vzorku 1 013 respondentů (podrobněji viz kap. 3),

- b) anketa mezi 300 vytipovanými subjekty se na brněnské nezřizované scéně jiné než divadelní pořádá ročně u necelé třetiny subjektů, které odpověděly na anketu (29,5 %),
- c) polostrukturované rozhovory mezi 39 zástupci veřejné i nezřizované scény.

Zjištění uvedená v tomto textu využívají kromě jiných zdrojů poznatků vzešlých z anketního šetření, jež významnou měrou přispělo k pojmenování aktuálních problémů v jednotlivých sledovaných oblastech (struktura anket viz kap. 6).

Tato zpráva obsahuje především posouzení podmínek nezbytných pro rozvoj kultury v Brně. Nejedná se tedy o analýzu vlastní umělecké náplně a tvorby. Součástí prací byla též analýza ekonomických ukazatelů institucí působících na brněnské kulturní scéně. Zřetel byl brán v první řadě na organizace zřizované městem, tedy sféru, kterou nositel programu, statutární město Brno, je schopen do budoucna nejvíce ovlivnit. Byly využity dva hlavní zdroje dat, a to pro veřejné instituce celostátní statistiky o kulturních organizacích zřizovaných Ministerstvem kultury, Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR, kraji, obcemi a městy, a pro ostatní organizace výsledky anketních šetření realizovaných mezi divadly v červnu 2011 a mezi ostatními institucemi v průběhu července a srpna téhož roku. Co se týká prvního zdroje dat, tak ke vzájemnému srovnání informací vztahujících se k městu Brnu a k celé ČR je třeba ovšem přistupovat s vědomím řady rozličných vlivů, jež výsledné číselné údaje formují. Celostátní statistika je tak ovlivněna do určité míry vlivem hlavního města Prahy, zatímco na statistická data vztahující se k městu Brnu bezpochyby působí řada specifických socioekonomických regionálních faktorů. Výsledky posouzení ekonomických ukazatelů jsou prezentovány níže v textu v rámci popisu jednotlivých tematických oblastí. V případě sledování brněnské nezřizované scény bylo možné uskutečnit rozbor financování institucí provedený na základě výsledků anketního šetření pouze u některých z oblastí. Proto se tato struktura financování objevuje v přiloženém textu pouze u některých ze sledovaných segmentů brněnské kultury. Z toho důvodu se do budoucna jeví jako potřebné hlubší zmapování této oblasti, včetně zmapování socioekonomického potenciálu kultury ve statutárním městě Brně.

V rámci výstupů z dotazníkového šetření mezi obyvateli města Brna vyplynuly profily návštěvníků s velkou mírou zájmu o daný typ akce. Zmíněné profily mohou do budoucna sloužit k cílenějšímu zaměření marketingu v daném segmentu brněnské kultury.

V textu jsou uváděna statistická data týkající se provozu veřejných institucí na straně jedné a nezřizované scény na straně druhé. Chceme podotknout, že účelem textu není jejich vzájemné porovnávání a vyvozování souvisejících závěrů, protože takový metodický přístup není ani s ohledem na jejich odlišné provozní, ekonomické a personální podmínky možný.

Rádi bychom na úvod samotného textu zdůraznili, že podstatným specifikem brněnské kulturní scény je skutečnost, že většina veřejných kulturních institucí je financována ve velkém rozsahu městem. V hlavním městě České republiky je naproti tomu většina těchto institucí zřizována státem a městské instituce tvoří menšinu. Přesuny pravomocí zřizovatele mezi jednotlivými orgány místní samosprávy souvisí hlavně se změnami politických poměrů po roce 1989. Na mysli máme především delegování pravomocí

z krajských národních výborů na nově vznikající okresní úřady, v případě Brna na Okresní úřad Brno–město. Dle zákona o obcích č. 128/2000 Sb. byla pravomoc zřizovatele přenesena u některých kulturních institucí na město Brno. To se týká Filharmonie Brno a Divadla Radost.² V dalších případech byly převedeny majetky některých institucí na město Brno v důsledku samostatného rozhodnutí Ministerstva kultury (to se týká Muzea města Brna – v roce 1994). Některé z institucí byly v období po roce 1989 převedeny ze státu (Ministerstva kultury či krajských národních výborů) na okresní úřad, a následně na město – což je případ Městského divadla Brna a Národního divadla Brna. Nově vznikající síť kulturních institucí byla ze státu převedena na města včetně infrastruktury, na obecní rozpočty bylo se změnou daňové soustavy a přenecháním výnosu některých daní převedeno financování těchto institucí v plném rozsahu.³

Páteří systém kulturních institucí ve městě je tak v současnosti tvořen:

- a) organizacemi městem zřizovanými: Národní divadlo Brno, Městské divadlo Brno, Centrum experimentálního divadla, Divadlo Radost, Filharmonie Brno, Turistické informační centrum města Brna, Muzeum města Brna, Knihovna Jiřího Mahena v Brně, Dům umění města Brna, Hvězdárna a planetárium Brno,

Převažující zdroj financování těchto institucí má oporu ve zdrojích svého zřizovatele.

- b) organizacemi zřizovanými Ministerstvem kultury ČR: (Moravská galerie v Brně, Moravské zemské muzeum, Technické muzeum, Muzeum romské kultury, Moravská zemská knihovna).

Převažující zdroj financování těchto institucí má oporu ve zdrojích státního rozpočtu.

² Oficiální název: Divadlo Radost, příspěvková organizace, dále jen Divadlo Radost.

³ O. Černý a kol.: Transformace divadelního systému v České republice, Praha 2004, s. 6. Celá problematika se váže na oblast rozpočtového určení daní. Veškeré relevantní informace jsou dostupné v dřívější i stávající legislativě, tedy zejména zákonu č. 367/1990 Sb., č. 576/1990 a 243/2000 Sb.

Jednotlivé oblasti kulturní činnosti

Film

Brněnská filmová scéna nevybočuje nijak ze situace jiných měst České republiky. Na konci 2. tisíciletí byly v Brně otevřeny multiplexy s celkovou kapacitou přes 3 500 diváků. Tyto podniky jsou orientovány na komerční projekci. V některých z nich (Palace Cinemas Velký Špalíček) probíhají ale také filmové festivaly (Cinema Mundi) a jsou zde pořádány projekce alternativní filmové tvorby. To, co vybočuje z této standardní projekce, jsou menší podniky, zaměřené alespoň částí své činnosti na alternativní tvorbu. Patří sem kino Lucerna, Velký sál Kinokavárny v Černých Polích a prostory Turistického informačního centra města Brna, např. Sál Břetislava Bakaly. Ten slouží kromě jiných činností k pořádání festivalových přehlídek, jako jsou Dny evropského filmu, Brněnská šestnáctka, Dny filmových kultur. Mezi další filmové scény Turistického informačního centra patří městská kina Art a Scala a Letní kino na Dobráku. V některých z nich se pořádají významné festivaly (v kině Art je to Jeden svět a Febiofest) a uvedené kinosály svými projekcemi tak dotvářejí alternativní segment brněnské filmové scény. Brno může v této oblasti stavět také na jedinečných fenoménech, jakými je např. objekt Fléda, který je pojmem v klubové scéně v celorepublikovém měřítku. Poté, co byl přebudován na filmový a hudební klub, se zde pořádají přehlídky filmů, dokumentů a hudebních projekcí. Je třeba zmínit i prostory, kde se konají nepravidelné nebo jednorázové projekce, jakými je Kunštátská Trojka (dříve to byl i Starý pivovar, který ale přerušil ke konci roku 2010 svou činnost).

Brněnskému filmovému prostředí také dodávají barvitost festivaly a filmové přehlídky. Uskutečňuje se zde např. mezinárodní filmový festival Cinema Mundi – přehlídka filmů usilujících o nominaci na filmové ocenění Oskar, stejně jako prezentace mnohdy podceňovaných a opomíjených národních kinematografií z tzv. třetího světa. Brněnské filmové prostředí ale dotváří i mezinárodní výběrová soutěž krátkometrážních nekomerčních hraných filmů Brněnská šestnáctka. Zapomenout nelze ani na Filmový festival studentských krátkometrážních filmů FI MU a Mezipatra Queer filmový festival, stejně jako na významné akce, konající se ovšem i na jiných místech České republiky: Jeden svět, Febiofest a Projekt 100 – kolekci mimořádně kvalitních a oceňovaných filmů.

Komeracionalizace sféry filmu se v posledních letech dotýká právě těch institucí, které zajišťují projekci alternativních snímků. Finanční nároky na moderní kinematografické technologie spolu s cenami stavebních prací znemožňují rekonstrukci starších kin, která musí být v řadě případů uzavřena. Z těchto důvodů ukončilo např. Turistické informační centrum města Brna pro neúměrnou finanční zátěž organizace tímto provozem k 31.12.2011 provoz kina Scala. Prostor Scaly tak byl vrácen zřizovateli.

Pozitivním faktorem je nedávný vznik oborů studia, zaměřeného na film a audiovizí, na JAMU a FSS MU a vznik místních občanských sdružení zaměřených na filmovou tvorbu.

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí poukázal v rámci dotazníkového šetření na vysoké zastoupení kin i filmových projekcí. Z dotazníkového šetření vyplynul následující profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem:

- mladší a střední generace (do 49 let věku),
- vyšší zastoupení žen,
- zastoupení všech skupin obyvatelstva dle vzdělání,
- vyšší zastoupení studentů,
- vyšší zastoupení osob v domácnosti.

Podrobnější statistická data k dané oblasti (návštěvnost, příjmy a výdaje aj.), kterými by bylo možné doplnit výše uvedené kvalitativní údaje, bohužel nejsou k dispozici ve stejné míře od všech sledovaných subjektů, a proto nebyla tato oblast zpracována a vyhodnocena.

Divadla

Rozsah financování divadelní sféry městem je oproti jiným městům České republiky vysoký a přispívá k dlouhodobé kvalitní a stabilní produkci stálíc brněnské divadelní scény. Tu na poli veřejných institucí tvoří Národní divadlo Brno, Městské divadlo Brno, Centrum experimentálního divadla a Divadlo Radost, zaměřené primárně na dětské publikum.⁴ Brněnská divadla charakterizuje dlouholetá tradice většiny těchto institucí (u Národního divadla sahající až do 19. století), stejně jako historické souvislosti 2. poloviny 20. století spojené s opozicí intelektuální elity města vůči komunistickému režimu. Tyto okolnosti stály za zrodem jedinečného fenoménu Divadla Husa na provázku. Význam divadelního segmentu brněnské kultury dokládají také základní statistické údaje: ročně tato divadla v souhrnu uskuteční měsíčně necelých 200 představení na svých domovských scénách, jiných místech v ČR a v zahraničí a jejich měsíční návštěvnost dosahuje téměř 70 500 diváků.

Vybavení městských divadelních institucí infrastrukturou je na velmi dobré úrovni – rozsáhlé investice v uplynulých letech směřovaly do většiny z nich. Jedinou výjimkou je stav Mahenova divadla, které na svou rekonstrukci teprve čeká, a Janáčkova divadla, jež prochází dlouhodobou revitalizací.

⁴ V textu jsou dále uváděny zkrácené názvy institucí. Oficiální názvy institucí jsou: Národní divadlo Brno, příspěvková organizace; Městské divadlo Brno, příspěvková organizace; Centrum experimentálního divadla, příspěvková organizace; Divadlo Radost, příspěvková organizace

Tab. 1. Základní výkonnostní ukazatele divadel zřizovaných městem Brnem - stav k 31.12.2009

	Národní divadlo Brno	Městské divadlo Brno	Centrum experimentálního divadla	Divadlo Radost
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	20,6	34,5	20,2	23,3
počet premiér	24	10	16 (+ 1 Projektu CED)	4
přepočtený stav úvazků	628,14	389,00	88,25	46

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

Tab. 2. Základní výkonnostní ukazatele divadel zřizovaných městem Brnem - stav k 31.12.2010

	Národní divadlo Brno	Městské divadlo Brno	Centrum experimentálního divadla	Divadlo Radost
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	21,9	36,8	22,84	22,8
počet premiér	21	11 + 2 obnovené premiéry	18 + 3 obnovené premiéry + 1 projekt CED	4
přepočtený stav úvazků	629,81	370,9	88,18	45

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

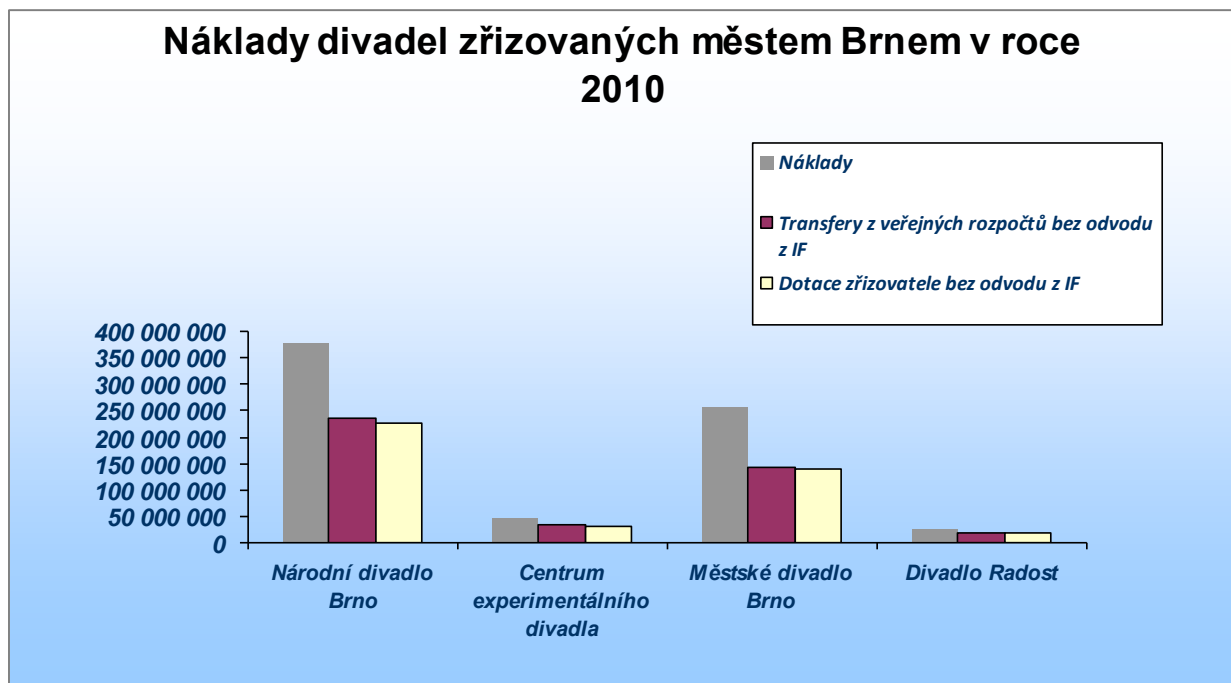
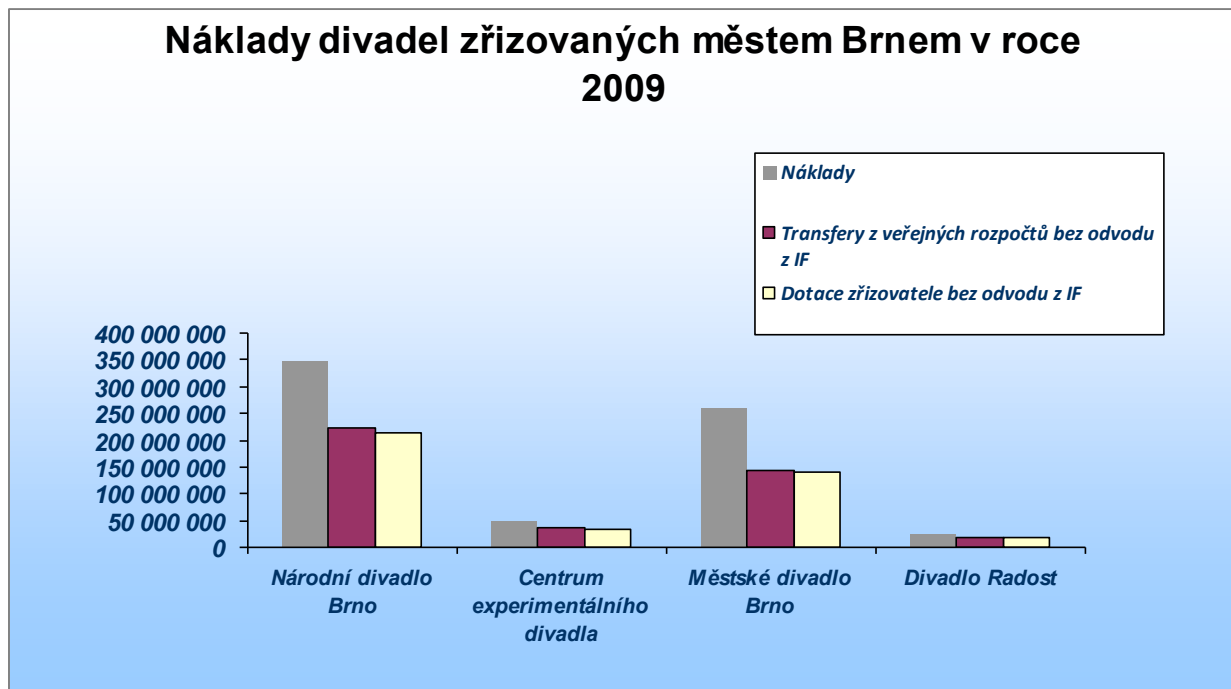
Tab. 3. Náklady divadel zřizovaných městem Brnem za roky 2009 a 2010

2009	Náklady	Transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
Národní divadlo Brno	349 336 278	221 511 000	213 021 000	288 403	1 211	739
Centrum experimentálního divadla	47 835 367	35 406 500	32 675 000	76 304	627	428
Městské divadlo Brno	260 631 000	143 382 000	140 207 000	324 503	803	432
Divadlo Radost	25 792 907	18 780 000	18 080 000	74 531	346	243

2010	Náklady	Transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
Národní divadlo Brno	377 133 237	234 499 000	224 894 000	308 163	1 224	730
Centrum experimentálního divadla	46 715 551	34 997 241	32 553 000	88 231	529	369
Městské divadlo Brno	257 483 000	143 068 000	140 578 000	311 662	826	451
Divadlo Radost	24 444 722	17 756 000	17 256 000	64 903	377	266

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

Graf 1. Náklady divadel zřizovaných městem Brnem za roky 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

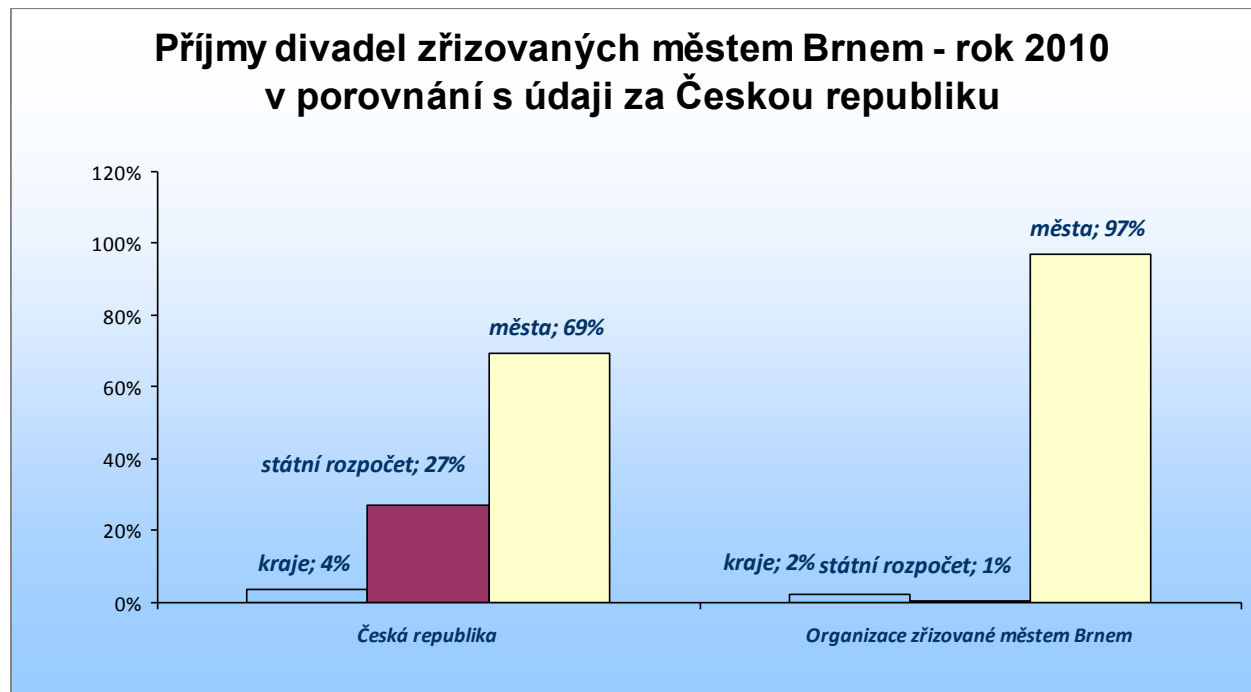
Tab. 4. Transfery divadel zřizovaných městem Brnem - roky 2009 a 2010 v porovnání s údaji za Českou republiku (v tis. Kč)

2009	Česká republika celkem (investiční a neinvestiční transfery celkem)	Procentní zastoupení na celkových příjmech	Organizace zřizované městem Brnem (pouze neinvestiční transfery)	Procentní zastoupení na celkových příjmech
celkem příjmy	2 809 246	-	520 926,91	-
státní rozpočet	758 469,00	27,00%	13 176	2,53
Kraje	108 863,00	3,88%	1 920	0,37
Města	1 941 914,00	69,13%	505 831	97,10

2010	Česká republika celkem (investiční a neinvestiční transfery celkem)	Procentní zastoupení na celkových příjmech	Organizace zřizované městem Brnem (pouze neinvestiční transfery)	Procentní zastoupení na celkových příjmech
celkem příjmy	2 658 748	-	519 358	-
státní rozpočet	715 987	26,93%	11 729	2,26%
Kraje	100 244	3,77%	3 310	0,64%
Města	1 842 517	69,30%	504 319	97,10%

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí; www.nipos-mk.cz

Graf 2. Příjmy divadel zřizovaných městem Brnem - rok 2009 v porovnání s údaji za Českou republiku (v tis. Kč)

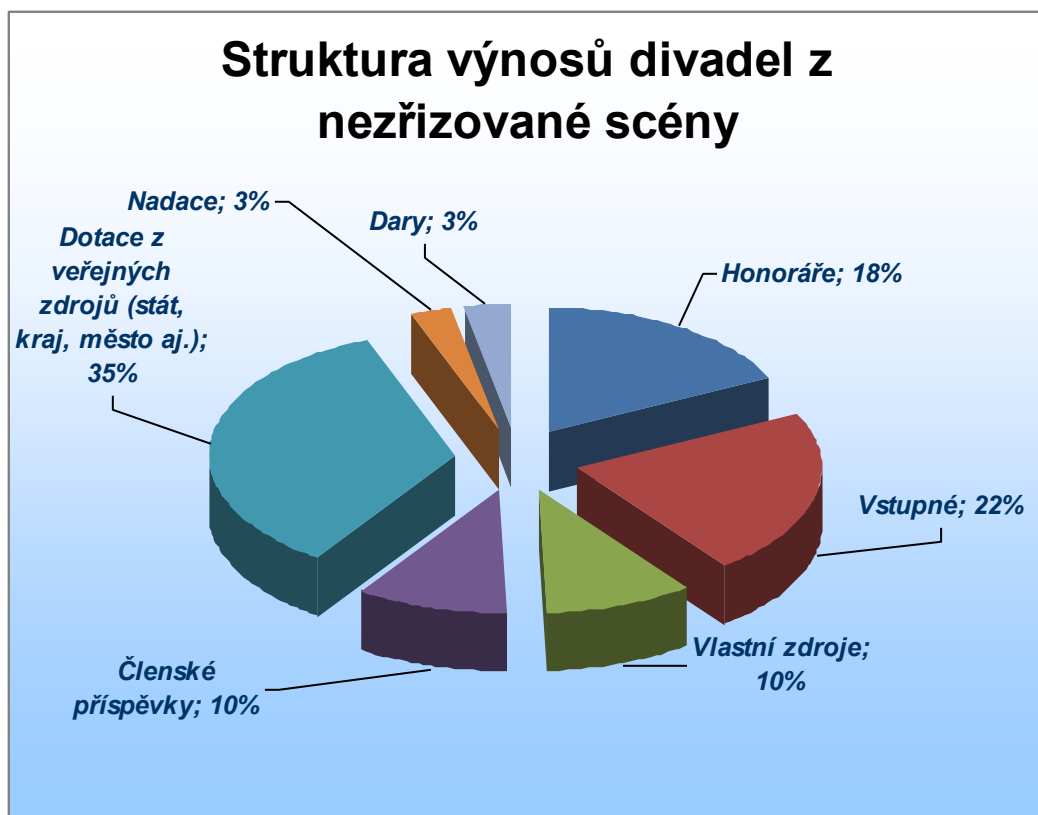


Tab. 5. Shrnutí údajů o návštěvnosti divadel zřizovaných městem Brnem – data za rok 2010

Stav k 31.12.2009		Stav k 31.12.2010	
Počet představení	Návštěvnost	Počet představení	Návštěvnost
2 371	763 741	2 374	772 959

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

Graf 3. Financování nezřizovaných divadel dle anketního šetření



Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. - vlastní anketní šetření - 2011

Přesné informace o ročních počtech premiér a návštěvnosti nejsou k dispozici. Pracovat lze pouze s odhady. Dle prezentovaného anketního šetření dosahuje soběstačnosti divadel přibližně 40 % (honoráře a vstupné). Odhad počtu premiér na celé brněnské nezřizované divadelní scéně je uváděn v počtu 40.⁵

Divadla zřizovaná statutárním městem Brno odehrají ročně téměř 2 400 představení s celkovou návštěvností téměř 850 tisíc diváků). Posouzení ekonomických informací o divadelních organizacích zřizovaných městem Brnem doložilo v kontextu celostátních statistik některé náznaky pozitivních trendů. Návštěvnost divadel je vyšší než celostátní průměr, a tam, kde tomu tak není, dochází k jejímu významnému nárůstu (srovnání let 2009 a 2010 v případě Národního divadla).

V jiných případech, to se týká soběstačnosti některých brněnských divadel, je třeba brát v potaz další skutečnosti, jakými je např. nižší příspěvek státu a kraje na jejich provoz. Dodejme také, že cena

⁵ Nepříspěvková divadelní kultura v Brně a její financování (druhý kulatý stůl) pořádá Kabinet divadelních studií při Seminárii estetiky FF MU Brno.

vstupenky je odlišná u jednotlivých typů divadel, přičemž nejvyšší hodnoty vstupenek se tradičně váží k operním a operetním představením.

Tab. 6. Podíl veřejných zdrojů na hodnotě vstupenky

Hodnota vstupenky: podíl veřejných zdrojů na hodnotě vstupenky v dané organizaci/rok	2009	2010
Národní divadlo Brno	63,41%	62,17%
Městské divadlo Brno	55,01%	55,56%
Centrum experimentálního divadla	74,02%	74,83%
Divadlo Radost	72,81%	72,68%
Průměrný podíl veřejných zdrojů na hodnotě vstupenky u divadel zřizovaných Ministerstvem kultury, Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR, kraji, obcemi a městy	70,99%	69,80%

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí; www.nipos-mk.cz (vypočteno jako poměr transferu veřejných rozpočtů bez odvodu z IF vyděleného celkovou návštěvností vůči hodnotě vstupenky – tj. celkovým nákladům vyděleným počtem návštěvníků)

Ekonomické údaje nezřizované divadelní scény poukazují na zastoupení dotačních zdrojů v rozsahu 35 %. Nízký je podíl nadačních zdrojů či sponzorských darů. Soběstačnost těchto institucí dosahuje téměř 60 %.⁶

Ostatní divadelní organizace na území města Brna působí nejčastěji jako občanská sdružení případně jako obecně prospěšné společnosti. V menšině se jedná o obchodní společnosti, zapsané v obchodním rejstříku (např. Divadlo Bolka Polívky, fenomén sám o sobě, založený do velké míry na postavě známého herce a klauna) či o příspěvkové organizace městských částí (Divadlo Polárka zřizované městskou částí Brno-střed). Naše analýza nezřizované brněnské divadelní scény obsáhla ovšem kromě Divadla Bolka Polívky dalších 72 subjektů. Zmíněné číslo tak v žádném případě není konečné. Celý soubor zahrnuje poměrně širokou paletu spolků od tradičních stálých profesionálních souborů (ovšem zpravidla s úzkou profilací a bez vlastní scény) přes poloprofesionální a amatérské soubory ochotnického typu až k velmi neformálním a volným uměleckým skupinám, majícím podobu „party přátel“, které baví dramatická činnost nebo souborům dramatických kroužků, jejichž obsazení je v čase velmi proměnlivé.

Zásadním hybatelem takto bohaté nezřizované a „neoficiální“ divadelní scény je přítomnost uměleckých vysokých škol ve městě Brně. Jedná se zvláště o Janáčkovu akademii múzických umění, jejíž Divadelní fakultu opouští desítky absolventů ročně. Mimoto absolvují studium divadelní vědy také desítky studentů na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity.

Katalyzátorem rozvoje nezřizované a amatérské divadelní scény je rovněž existence několika subjektů, které se tomuto prostředí cíleně věnují a poskytují zázemí pro jejich produkce (jedná se např. o centrum

⁶ V rámci zmíněné ankety bylo oblesáno 34 subjektů s návratností 18 dotazníků (návratnost tedy překračuje 50 %). Jednalo se o tyto subjekty: Sdružení Dům – divadlo; Domino Project; Gruppe07; KUFR; Napřič, kulturní občanské sdružení; Zbrojovkapůl.cz; Brněnské Dětské Divadlo; Absolutní divadlo; Divadelní spolek Frída; DIVO'4; Divadlo Feste; Studio Ráček; Liga za práva vozíčkářů – Bezbariérové divadlo Barka; Divadlo Neslyším - divadlo; DiMaS – divadlo mečem a slovem; Malé divadlo kjógenu, občanské sdružení; MIMI FORTUNAE; Divadlo Koule; Občanské sdružení Lišeň - Divadlo Lišeň; Studio ALDENTE Brno; Divadlo Facka; Divadlo Odjinud; DIVADLO CONTINUO; Divadlo ANIČKA A LETADÝLKO; Divadelní spolek SLAWJENA; Divadelní studio Dialog; Divadelní soubor J. K. Tyla ve Slatině; Herecká škola studio Racek; REPT, o. s.; Pohybové studio Cyranovy boty, občanské sdružení; Divadelní studio "V"; Opera diversa, o. s.; o. s. Služebníci lorda Alfréda; Šavgoč, o. s.

Stadion a Kavárnu Kunštátská Trojka, existuje ale také řada dalších podobně zaměřených klubů a scén, vč. sklepních scén divadel Husa na provázku a Reduta).

Významné je taktéž zapojení některých (poloprofesionálních a profesionálních) brněnských souborů do celorepublikových sítí tzv. nového divadla a účast na takto zaměřených přehlídkách (Malá a Velká inventura, Mezinárodní festival identity, atd.) – zejména prostřednictvím o.s. Rept.

Divadelní soubory přitom nejsou na rozdíl od institucí zřizovaných městem či státem koncentrovány pouze v centru a některé z nich působí i v okrajových městských částech (např. Divadlo Líšeň, Nahé divadlo – Žabovřesky, Ústaf–voiceband.cz – Komín, Divadelní soubor J. K. Tyla – Slatina, atd.). To umožňuje i obyvatelům okrajových městských částí využívat výhod návštěv kulturních aktivit v blízkosti jejich bydliště.

Dvě třetiny z 65 subjektů (7 zkoumaných institucí jsou organizace pro podporu nezřizované – amatérské scény v Brně) je možné označit za amatérské a třetinu za poloprofesionální nebo profesionální. Spektrum činností je poměrně široké; u souborů zaměřených na dospělého diváka je možné nalézt činohru, taneční a pohybová divadla, vystoupení kabaretního, kejklířského a pouličního divadla, stejně jako divadlo loutkového, které je samozřejmě významně zastoupeno u souborů s představeními pro dětského diváka.

Výrazným fenoménem brněnské nezřizované a amatérské divadelní scény jsou studentská divadla – ať už středoškolská nebo vysokoškolská. Je pravděpodobné, že ve městě Brně existuje podstatně více než pouze šest středoškolských amatérských souborů, tyto jsou ovšem specifické svou nestálostí – zpravidla se vytvoří okolo jedné třídy nebo ročníku, s jehož maturitou zanikají. Výjimku tvoří umělecké střední školy, které mají své vlastní („cvičné“) soubory nebo soubory organizované volnočasovými organizacemi, které sice vykazují vysokou fluktuaci herců, ovšem nezanikají s jejich odchody. Vedle nezřizovaných profesionálních souborů (např. Divadlo Feste, Buranteatr a Divadlo Líšeň) operuje v Brně celá řada amatérských divadelních souborů. Ta zpravidla mají charakter divadel „ochotnických“ a hrají pouze převzaté hry.

Brněnskou divadelní scénu dotvářejí dále vedle vlastních divadelních spolků divadelní festivaly. Jejich spektrum je poměrně široké a každý z nich se odlišuje svým charakteristickým záběrem, ať již se jedná o mezinárodní divadelní festival Divadelní svět Brno, mezinárodní festival divadelních škol Setkání / Encounter, Trialog – přehlídka velkých činoher festival Redfest, Mezinárodní festival Janáček Brno, Divadlo v pohybu, Brněnské Shakespearovské dny a Provázek s brnkáním. Tyto akce jsou zajišťovány nebo spoluorganizovány organizacemi zřízenými městem Brnem. Divadla nezřizované scény zřizované jinými než veřejnými subjekty jsou naproti tomu zastoupena na přehlídce Hvězdné nebe nade mnou

a známém festivalu Mezi Ploty.

Odhady potenciálu brněnské nezřizované divadelní scény uvádějí, že ročně vznikne na brněnské nezřizované scéně ročně okolo 40 nových inscenací a měsíčně se odehraje 80–110 představení pro cca

5 500–8 600 diváků.⁷ V Brně tak existuje řada renomovaných nezřizovaných souborů (např. Divadlo Feste si již získalo minimálně celorepublikovou proslulost) a ve městě lze nalézt řadu autorských divadel, které mimo bezprostřední představení produkují také (dlouhodobé) kulturní hodnoty v podobě nových divadelních her. Za účelem získání aktuálních údajů jsme realizovali v červnu roku 2011 mezi subjekty působícími na divadelní scéně anketní šetření, ze kterého vedle číselných údajů vyplynuly rovněž kvalitativní údaje, které upozornily na problémy, se kterými se tato scéna potýká.

Základním problémem je absence prostorů, ve kterých by se tyto soubory mohly realizovat. Stávající infrastruktura organizací zřizovaných městem je vzhledem k jejímu intenzivnímu vytižení obtížně využitelná. Situaci kapacitně nevyřeší zřejmě ani připravovaná stavba Divadla na Orlí – nové divadelní scény Janáčkovy akademie múzických umění v Brně.⁸

Dalším z problémů je absence partnerů podporujících činnost divadelních spolků a obecně nízká míra sponzorství. Ústředním problémem je hlavně nedostatek finančních prostředků. To klade vysoké nároky na rozsah dobrovolnické práce, což samozřejmě představuje potenciální riziko ohrožující životaschopnost jednotlivých souborů. Rozvoj činnosti souborů podvazuje také struktura dostupných dotačních zdrojů z veřejného sektoru, v rámci kterých je možné hradit náklady na provoz, nikoliv však na personální prostředky. To limituje existenci především profesionálních divadel, které potřebují v dostatečné míře platit honoráře.

Do budoucna se jeví jako potřebné podporovat intenzivnější spolupráci mezi veřejnou sférou a nezřizovanou divadelní scénou (např. formou širší participace nezřizovaných divadel na akcích pořádaných městem aj.) – viz prioritní osa B. spolupráce.

Podobně jako u jiných kulturních oblastí je velkým problémem též nedostačující propagace nezřizovaných divadel. Zde spatřujeme do budoucna potenciál ve využití stávajících aktivit Turistického informačního centra a obdobných institucí, které by mohly městu pomoci výjimečný tvůrčí potenciál nezřizované divadelní scény využít.

Dotazníkové šetření potvrdilo zastoupení divadel na předních místech žebříčku oblíbenosti jednotlivých institucí. Z průzkumu dále vyplynul následující profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem:

- generace diváků nad 60 let věku,
- rodiny s dětmi,
- vyšší zastoupení žen,
- osoby se středoškolským a vysokoškolským vzděláním,
- osoby v domácnosti, podnikatelé, OSVČ a zaměstnaní.

⁷ Nepříspěvková divadelní kultura v Brně a její financování (druhý kulatý stůl) pořádá Kabinet divadelních studií při Seminárii estetiky FF MU Brno.

⁸ I po realizaci tohoto projektu bude sama JAMU potřebovat ještě další sál o kapacitě 80–100 lidí s ohledem na pronájmy prostor této instituce ukončené v současné době v jiných objektech ve městě.

Hudba

Skutečností, že město Brno je druhé největší město České republiky, odpovídá i pestrost a šíře nabídky na poli hudby. Z organizací zřizovaných městem Brnem zaujímá v této oblasti ústřední místo Filharmonie Brno,⁹ která se právem řadí k největším středoevropským orchestrům pořádajícím každoročně řadu domácích i zahraničních koncertních vystoupení. Hudební představení jsou také součástí produkce městských divadel: Národního divadla Brno (opera, opereta, balet) a Městského divadla Brno (muzikál, zpěvohra a divadelní orchestr).

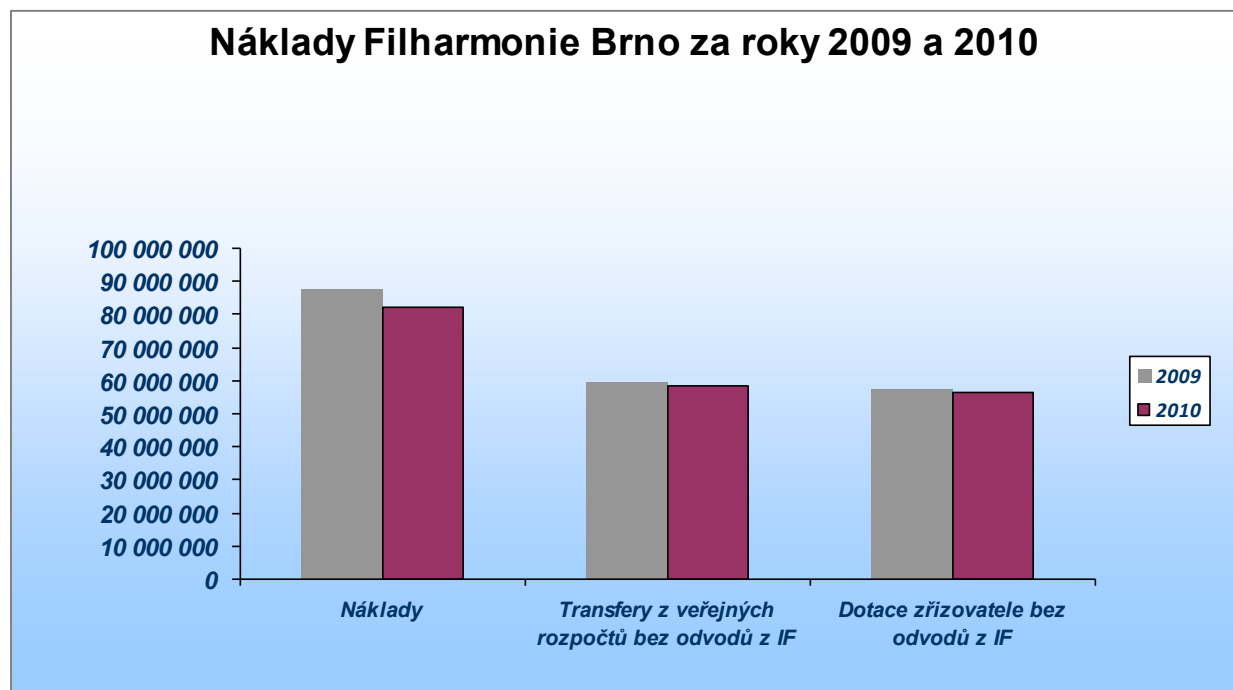
Tab. 7. Základní výkonnostní údaje Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010

	stav k 31. 12. 2009	stav k 31. 12. 2010
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	30,7	25,1
přepočtený stav úvazků	133,92	133,18

Tab. 8. Náklady Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010

Rok	Náklady	Transfery z veřejných rozpočtů bez odvodů z IF	Dotace zřizovatele bez odvodů z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
2009	87 548 937	59 635 000	57 527 000	118 659	738	485
2010	82 317 487	58 442 000	56 402 000	75 884	1 085	743

Graf 4. Náklady Filharmonie Brno za roky 2009 a 2010



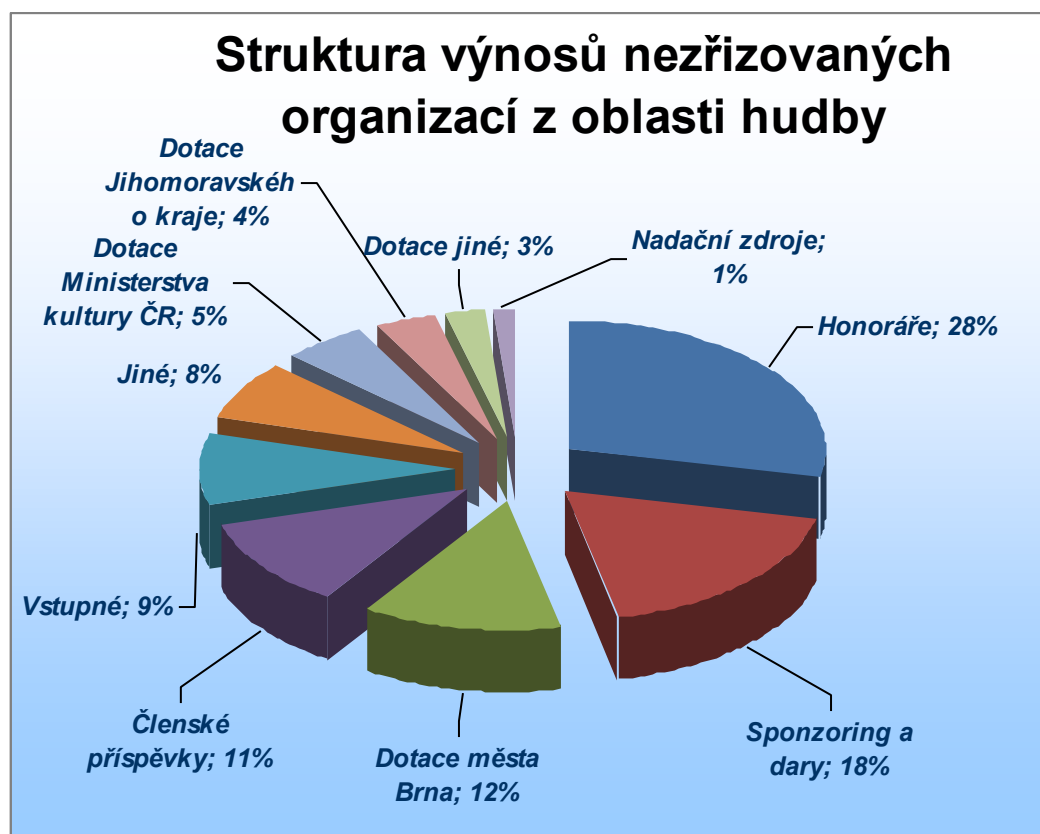
⁹ Oficiální název Filharmonie Brno, příspěvková organizace, dále jen Filharmonie Brno

Tab. 9. Návštěvnost Filharmonie Brno v letech 2009-2010

	stav k 31. 12. 2010			
	počet koncertů	návštěvnost	počet koncertů	návštěvnost
Celkem	136	118 659	124	75 884

Průměrné procento návštěvnosti hudebních souborů u představení ve vlastní režii činilo v roce 2009 dle statistických údajů o kultuře v České republice 72,9 % (pro rok 2010 není tento údaj k dispozici). Ekonomické ukazatele městské organizace na poli hudby lze hodnotit pozitivně. Tato instituce vykazuje ve srovnání let 1998 a 2010 výrazný nárůst návštěvnosti. V případě nezřízovaných institucí působících na poli hudby přesahuje dle provedených šetření podíl veřejných dotací lehce 20 %. Většina příjmů plyne v první řadě z honorářů (28 %), od sponzorů (18 %) a ze vstupného (9 %).¹⁰

Graf 5. Průběžná struktura výnosů organizací působících na nezřízované scéně v oblasti hudby (není omezeno časovým obdobím)



¹⁰ Za účelem zjištění dalších informací byla uspořádána anketa mezi 42 subjekty z řad organizací jiných než zřízovaných městem Brnem s návratností 18 vyplněných anket (tj. návratnost činí 43 %). Jednalo se o tyto organizace: Český filharmonický sbor Brno; Moravan Brno; Ars Brunensis Chorus; Beseda Brněnská; Musica da Camera Brno; Kantiléna; CANTUS EDUCANS; Vox iuvenalis; Pěvecký sbor Antea; Brněnský akademický sbor; Gaudeamus; Klub přátel sborového zpěvu na Masarykově univerzitě v Brně; Mátlův akademický sbor; Brno Gospel Choir; Lumír; Pěvecký sbor Blahoslava Hajnce; Vachův sbor moravských učitelek; Czech Virtuosi; Ensemble Opera Diversa; Gustav Brom Big Band; Jazz Side Band; Komorní dechová harmonie Brno; Moravanka Jana Slabáka; Musica bellissima; Musica Poetica; Mužské vokální kvarteto QVOX; Sdružení příznivců a přátel Symfonického orchestru ZUŠ města Brna - symfonický orchestr (mladí brněnští symfonikové); Wopera Sérija; Nadace Leoše Janáčka; Editio Janáček; Sdružení Q; Asociace interpretační soutěže žesťových nástrojů Brno; Česká hudební společnost; Česká kytarová společnost; Mezinárodní centrum slovanské hudby; Mezinárodní společnost A. Dvořáka; Musica da Camera Brno; Opus Musicum; Parnas; Sdružení Richarda Wagnera v Brně; Klub přátel opery a baletu; Klub moravských skladatelů.

Z příspěvkových organizací města působí dále jako organizátor či spoluorganizátor mnoha koncertů či hudebních festivalů Turistické informační centrum města Brna, konkrétně pak jeho programové oddělení. Hudební scénu na poli příspěvkových organizací v Brně dokresluje školy a školská zařízení, od vzdělávání primárního až po terciární. Přítomnost všech stupňů hudebního vzdělávacího systému výrazně napomáhá vytváření místních uměleckých uskupení a samostatných umělců (profesionálních i amatérských). Pro rozvoj kulturní scény na poli hudby je tak klíčové zajištění budoucího rozvoje hudebního školství samotného.

V rámci brněnských uměleckých škol funguje několik menších symfonických orchestrů a komorních souborů, přičemž na Konzervatoři Brno jsou to Symfonický orchestr Konzervatoře Brno a Dechový symfonický orchestr Konzervatoře Brno, na hudební fakultě JAMU pak Janáčkův akademický orchestr a Komorní opera, která od roku 1957 uvedla již 150 titulů, včetně řady premiér.¹¹ Svou netradiční dramaturgií přitom vytváří Komorní opera alternativu k produkcím brněnských hudebně–dramatických scén. Další soubory a orchestry působí na Masarykově univerzitě.

Na brněnské hudební scéně se vedle subjektů z řad zřizovaných a školských zařízení pohybuje řada institucí, které je možné rámcově rozčlenit do kategorií typu uměleckých těles, uměleckých agentur, nezřizované a klubové scény a nadací. U uměleckých těles je přitom v řadě případů obtížné jasně určit hranici profesionality. Mnoho hudebních souborů je umělecky vedeno profesionály, avšak jednotliví členové varíjí od amatérů přes studenty uměleckých škol až po další profesionály v oboru. Z profesionálních velkých dechových a jazzových orchestrů v Brně funguje především slavný Gustav Brom Big Band, který se již stal brněnskou ikonou a za dobu své více než sedmdesátileté existence spolupracoval s řadou světových osobností z jazzové i populární scény.

V Brně je situováno také relativně mnoho pěveckých sborů a vokálních souborů, což souvisí s významným zastoupením populace studentů ve městě.¹² Tato skutečnost opětovně poukazuje na velký potenciál přítomnosti zmíněné sociální skupiny. Nejvýznamnějším ze sledovaných subjektů je hlavně Český filharmonický sbor Brno, který patří k nejvyhledávanějším profesionálním sborům v Evropě.

Druhá kategorie – umělecké agentury – v sobě zahrnuje činnost více jak 40 uskupení různého zaměření na jednotlivé hudební žánry. Některé z těchto organizací působí v oblasti vážné hudby (více jak 10 z nich), přičemž zbytek je zaměřen na různé aktivity z ostatních hudebních oblastí (jazz, folk, dechová hudba, pop, rock, alternativní hudba aj.).

Vzhledem k již zmíněné velké přítomnosti studentů ve městě tvoří nezanedbatelnou část brněnské hudební scény nezřizovaná a klubová scéna. V posledních letech v Brně funguje více než 30 klubů či kulturních center, jejichž hlavní či vedlejší programovou náplní je hudební produkce. Kulturní centra či střediska jsou v některých případech umístěna mimo centrum Brna a nabízejí tak kulturní vyžití především pro obyvatele jednotlivých čtvrtí.

¹¹ Dle databáze hudebního adresáře Muzikontakt: <http://www.muzikus.cz/muzikontakt/>.

¹² Běžný repertoár pro pěvecké sbory zahrnuje ve velké míře duchovní hudbu, doplňkově pak vokálně instrumentální či hudebně dramatická díla.

Nadace jsou kromě vzdělávání mládeže v oblasti hudby (Lýskův nadační fond) spojeny do velké míry s brněnským rodinným stříbrem – fenoménem Leoše Janáčka (Nadace Leoše Janáčka a Editio Janáček).

Velmi podstatnou část hudebního dění v Brně tvoří festivaly a jiné každoroční akce. Jejich spektrum je poměrně široké, od zavedených akcí v oblasti vážné hudby (např. Mezinárodní hudební festival Špilberk, Moravský podzim aj.), po události z oblasti lidové, etno a world music (Babylonfest, Etno jaro 2011), populární hudby, hudby jazzové (Mezinárodní jazzový festival Bohemia JazzFest, JazzFestBrno) a ostatních tematických oblastí (Tmavomodrý festival, Mezinárodní kytarový festival a kurzy Brno aj.).

Navzdory velmi různorodému spektru hudebních aktivit se i hudební scéna v Brně potýká s četnými problémy. Zejména pro organizace jiné než zřizované městem je problémem nedostatek prostor ke zkoušení a k vlastní hudební produkci. Překážkou k rozvoji hudební činnosti je bezpochyby výše pronájmů prostor, které by bylo možné využívat.

Kromě limitované výše prostředků, které mohou být uvolněny na činnost nezřizovaných organizací formou veřejných dotací, činí problémy rovněž nízká úroveň zájmů eventuálních sponzorů o hudební aktivity. Nedostatek veřejných financí přitom podvazuje nejenom vlastní existenci jednotlivých souborů, ale i rozvoj a udržování již existujících a osvědčených hudebních akcí.

V současné době klesá dle sociologického šetření provedeného zpracovatelem předkládané zprávy zájem publika v produktivním věku, na rozdíl od studentů vysokých škol a lidí v postproduktivním věku, jejichž návštěvnost hudebních akcí se dlouhodobě drží na stabilní úrovni.

S tím možná souvisí i zevnitř sektoru pocíťovaná vysoká nákladovost a obtížná propagace kulturních aktivit. Přitom volba těch správných informačních kanálů může být klíčem k oslovení publika, jež je na hudebních vystoupeních marginálně zastoupeno. Propagace je nedostatečná zejména u zahraničních diváků (opět vzhledem k nedostatečným financím).

Pokud jsme zmínili kategorii studentů, tak v ní je možné i nadále, s ohledem na velký počet fakult a VŠ ve městě Brně, spatřovat velký potenciál rozvoje hudební scény, který lze podpořit rozvojem aktivit šitých na míru této věkové kategorii, a to jak na straně studentů jako umělců – účinkujících (podpora kreativních projektů, vytvoření odpovídající infrastruktury – prostoru pro studentské umělecké projekty, podpora produkce v ulicích aj.), tak na straně studentů jako diváků (podpora jimi navštěvované nezřizované scény).

Brněnské publikum má ovšem dlouhodobě konzervativní očekávání, která budou vždy usměrňovat a limitovat nabídku na poli vážné hudby. Druhou, progresivnější možností, jak na tuto skutečnost reagovat, je s divákem pracovat a snažit se tak prolomit tyto konzervativní tendence.

Dotazníkové šetření poskytlo profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem:

- koncerty vážné hudby:
 - generace diváků zvláště nad 60 let věku (senioři),
 - bezdětní,

- vyšší zastoupení žen,
- středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
- koncerty jiných žánrů moderní hudby (tj. jiné žánry, než vážná hudba),
 - mladší věkové ročníky,
 - vyšší zastoupení mužů,
 - středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
 - studující (zejména VŠ),
 - osoby, jejichž rodným jazykem není čeština.

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí poukázal v rámci dotazníkového šetření jinak na vysoké zastoupení klubové scény.

Tanec

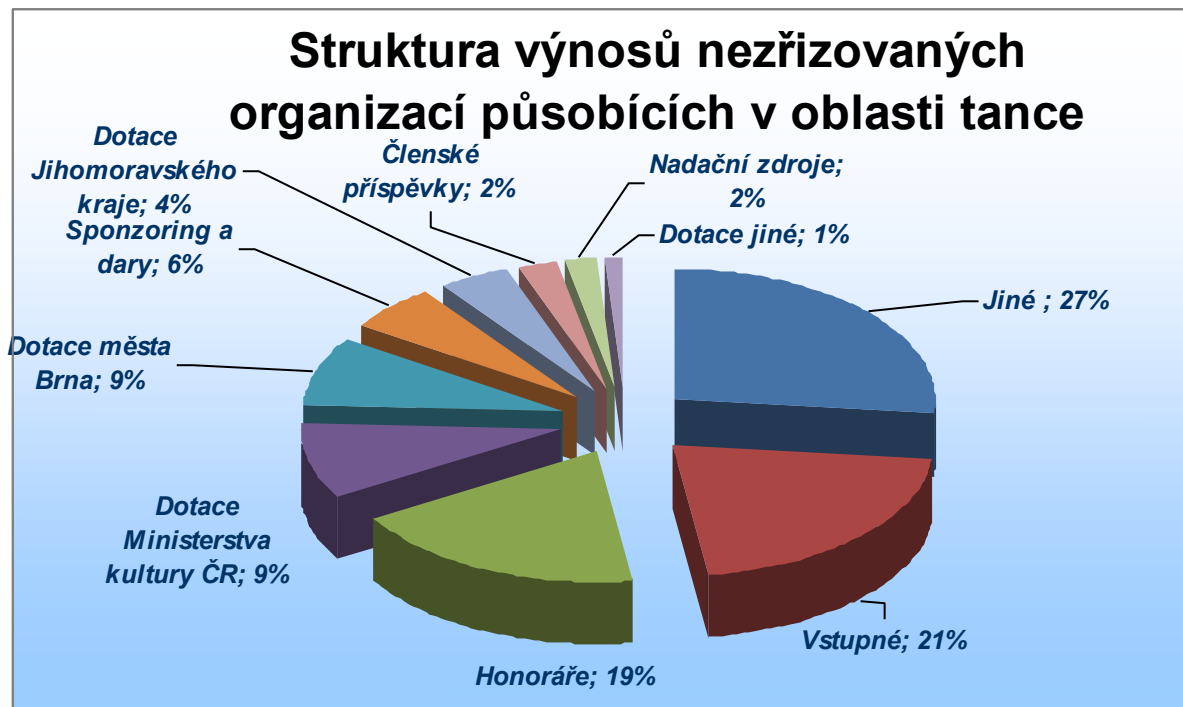
Brněnské aktivity na poli tance je možné rozdělit do několika skupin. Tanec má své nezastupitelné místo v rámci městských divadel (zejména Národní divadlo Brno, Městské divadlo Brno), jež jsou popsána v příslušném oddíle na začátku této zprávy. Na prvním místě je třeba uvést instituce orientované na výuku tanců, z nichž některé jako Taneční konzervatoř Brno sahají svou historií do 80. let 20. století. Vedle této organizace působí v Brně taneční školy stojící mimo rámec veřejného vzdělávání. Tyto komerční subjekty jsou zaměřeny na taneční a pohybové kurzy pro děti a dospělé, a to jak v oblasti společenského tance, či jeho jiných forem (step, street dance, jazz dance) a některé z nich dále pořádají letní kurzy, workshopy, taneční vystoupení na objednávku, předtančení.

Samostatnou skupinou jsou taneční soubory, orientované např. na country, etnické tance a oblast současného tance obecně. Velmi významnou roli sehrávají taneční divadla (Opera Diversa a Taneční divadlo Maximvs); k problematice divadel viz též příslušný oddíl).

Další skupinou na poli tance jsou zájmové spolky organizující pravidelné setkání, klubové večery a účastníci se tanečních akcí po celé České republice i v zahraničí. Tyto organizace se např. zaměřují na tance z oblasti country, western show dance, clogging, line dance, irské a společenské tance. Jsou složeny z dětských souborů a souborů dospělých.

Subjekty působící na poli tance organizují i různé každoroční festivaly, např. mezinárodní festival současného tance a pohybového divadla (Tanec Brno), mezinárodní festival současného tance Natřikrát a mezinárodní stepařský festival Brno.

Graf 6. Průběžná struktura výnosů organizací nezřizované scény působících v oblasti tance (není omezeno časovým obdobím)



Struktura financování nezřizované scény v oblasti tance je založena do velké míry na veřejných dotacích, které přesahují svým rozsahem 20 %. Spektrum použitých zdrojů je však mnohem širší. 27 % je tvořeno jinými zdroji, mezi které spadají např. příjmy z kurzů, pronájmu tanečních sálů a vystoupení. Významné zastoupení mají také honoráře (19 %). Marginální je naproti tomu podíl sponzorských darů a nadačních zdrojů.¹³

Organizace zaměřené svou činností na oblast tance se potýkají také s řadou problémů identifikovaných i u jiných sledovaných oblastí. Jako největší překážka činnosti byl uváděn nedostatek vhodných prostor. Stávající divadelní sály jsou buď pro uskupení typu občanských sdružení velmi drahé, případně nedostačují svými kapacitními či technickými parametry. Soubory tak nemají k dispozici v řadě případů zkušebny, což má za následek nezbytnost zkoušek přímo na jevišti

Řada subjektů se potýká rovněž s problémem omezeného nebo nulového přístupu na oficiální brněnské scény. Uvnitř této komunity je také pociťována absence prostoru, jakými jsou pražská Archa a Divadlo Ponec.

Problematická je také míra subvencování tohoto sektoru veřejnými financemi, a to navzdory četným domácím i mezinárodním oceněním (mistrovství Evropy, mistrovství světa) mnoha místních souborů.

¹³ V rámci anketního šetření mezi zástupci kulturní scény bylo obesláno 12 institucí, z nichž 10 dodalo požadované informace. Obeslány byly následující subjekty: „TANEC BRNO“; Community Dancers Brno; Klub taneční školy Victoria Brno; La QUADRILLA, taneční soubor, o. s.; MAGIC FREE GROUP; Natřikrát, občanské sdružení; Taneční škola Dynamic, s. r. o.; Virginia Brno; Taneční studio NO FEET; Opera Diversa, o.s.; Taneční divadlo Maximvs; Taneční konzervatoř Brno.

Svou roli zde může sehrávat i nejasná klasifikace tance – na tuto činnost není možné v řadě případů získat prostředky z jiných tematických oblastí – sportu nebo vzdělávání. Samotnou kapitolou je nízká umělecká kvalita některých ze subjektů působících na tomto poli, kde se pohybují i uskupení bez adekvátního personálního zázemí – tzn. osob s požadovaným vzděláním.

V dotazníkovém šetření se respondenti vyjadřovali nikoliv přímo k oblasti tance, ale k té sféře taneční kultury, které se sami zúčastňují a kterou spoluvytvářejí, tedy k tanečním zábavám a plesům. Profil těchto osob je dle dotazníkového šetření následující:

- střední generace,
- středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
- vyšší zastoupení žen,
- osoby v domácnosti.

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí také poukázal v rámci dotazníkového šetření na rezervy v návštěvnosti akcí pořádaných v této oblasti.

Galerie

Již jsme zmínili, že Brno je možné právem považovat za přirozené kulturní a geografické centrum Moravy. Tuto skutečnost odráží i umístění několika organizací zřizovaných státem, kromě jiných i Moravské galerie v Brně. Ta pokrývá svou činností oblast domácího i zahraničního výtvarného umění se zaměřením na historický region Moravy. Veřejné instituce na tomto poli zastupuje i Dům umění města Brna, zacílený hlavně na výstavy soudobého umění a zřizovaný městem Brnem.¹⁴

Jeho výkonnostní ukazatele ve srovnání s průměrnými hodnotami za Českou republiku vyznívají velmi příznivě (více jak 31 % soběstačnosti oproti 15 % za celostátní průměr, dotace na jednu vstupenku nedosahující 300 Kč, oproti 436 Kč za celou ČR).

Tab. 10. Informace o výkonech Domu umění města Brna

	stav k 31. 12. 2009	stav k 31. 12. 2010
% soběstačnosti (sníženo o celkové záúčtované roční odpisy)	6,9	16,6
počet výstav	17 (z toho 2 v exteriéru)	16 (+ 2 mimo Brno)
- počet návštěvníků	21 657	32 403
počet doprovodných akcí	101	62
- počet návštěvníků	12 581	11 787
Počet návštěvníků celkem	34 238	44 190

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

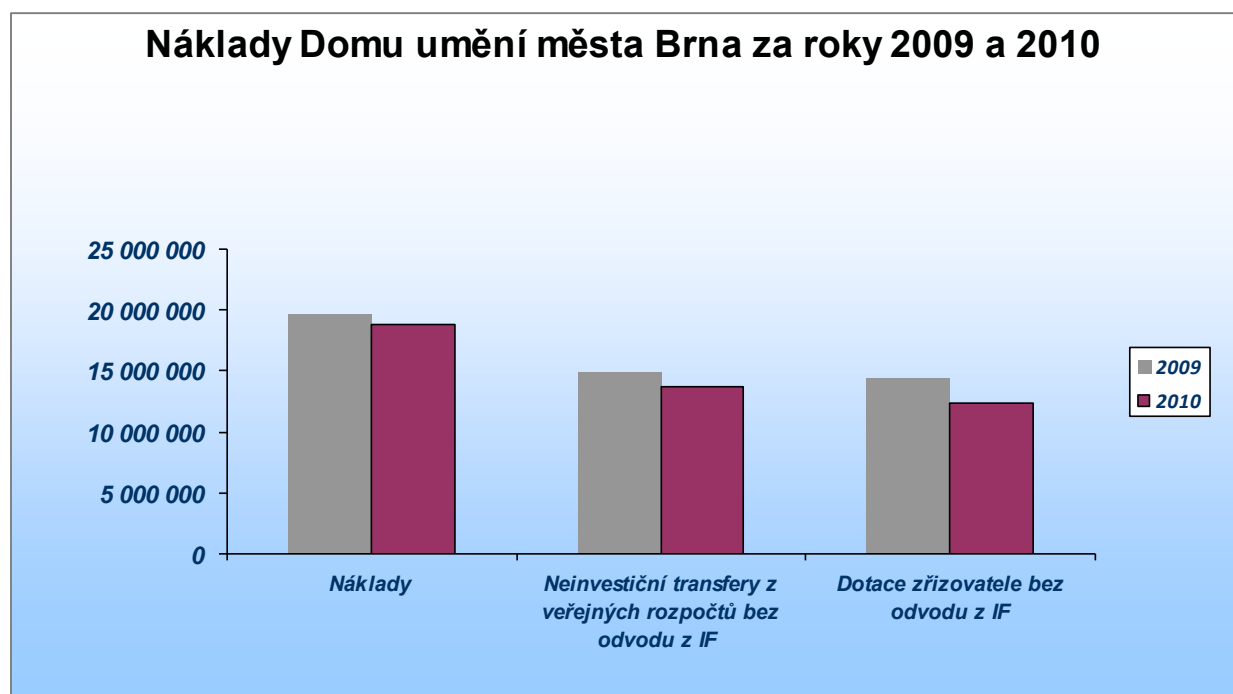
¹⁴ Oficiální název Dům umění města Brna, příspěvková organizace, dále jen Dům umění města Brna

Tab. 11. Náklady Domu umění města Brna za roky 2009 a 2010

Rok	Náklady	Neinvestiční transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
2009	19 629 000	14 857 000	14 415 000	34 238	573	421
2010	18 837 000	13 731 000	12 325 000	44 190	426	279

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Graf 7. Náklady Domu umění města Brna za roky 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Tab. 12. Náklady muzeí, galerií a památníků zřizovaných Ministerstvem kultury ČR, jinými resorty, kraji a obcemi za roky 2009 a 2010

Rok	Celkové neinvestiční výdaje muzeí, galerií a památníků zřizovaných Ministerstvem kultury ČR, jinými resorty, kraji a obcemi	Celkový počet návštěvníků	Náklady na jednu vstupenku	Průměrné procento soběstačnosti	Dotace na jednu vstupenku
2009	3 860 064 800	7 458 170	518	15,70%	437
2010	4 019 608 200	7 212 686	557	17,60%	459

Zdroj: www.nipos-mk.cz

Součástí brněnské kulturní scény na poli galerií a výtvarného umění je také Fakulta výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně. Ta je jedinečná především unikátním spojením výtvarných umění s fakultami technického zaměření.

Vedle těchto institucí s dlouholetou tradicí působí v Brně také řada organizací zřizovaných dalšími subjekty. Ty jsou zpravidla zaměřeny na současnou výtvarnou tvorbu a tematicky spadají do oborů kresby, malby, fotografií, sochařství, designu, užitého umění aj. Z časového hlediska jsou zacíleny většinou na soudobou tvorbu nebo na období max. 2. poloviny 20. století. Vyznamnou roli sehrává Muzeum města Brna, mezi jehož úkoly patří dokumentace uměleckého vývoje města Brna, a výstavní prostory Turistického informačního centra Brno: Galerie mladých, Galerie u Dobrého pastýře, Galerie Kabinet, Prostor R2. Galerie mladých a Galerie U Dobrého pastýře přitom patří k legendárním výstavním prostorům českého undergroundu 60.-80. let 20. stol. a jejich provoz nebyl přerušen žádnými politickými změnami. Výstavní činnost probíhá také v Křížové chodbě Nové radnice, která disponuje vlastním ročním výstavním plánem.

Od obecného profilu brněnských galerií se odlišuje Letohrádek Mitrovských a Baron Trenck Gallery, kde jsou pořádány výstavy s historickou, uměleckou, etnografickou nebo floristickou tematikou (namátkou Adventní výstava, Proměnlivá tvář Brna, Betlémy a floristické dekorace aj.). V Galerii Sklepení, patřící pod Národní památkový ústav,¹⁵ jsou prezentovány výstavy z oblasti památkové péče, hradů a zámků a jejich mobiliářů. Ojedinělým subjektem na tomto poli je Wanieck gallery, která je zaměřena na současné české umění, disponuje mimo jiné vlastními sbírkami moderního československého umění a je umístěna v atraktivních prostorách rekonstruovaného městského brownfieldu. Oproti jiným zahraničním městům v Brně schází prostory malých galerií ve veřejném prostoru, myšleno prostor například jen dvou výstavních místností. Tyto galerie byly otevírány a rušeny v průběhu 90. let 20. stol., a to zejména pro nedostatek finančních zdrojů na zajištění dlouhodobého chodu galerie a nízké naplňování podnikatelských záměrů svých majitelů.

Vedle samotné výstavní činnosti je podstatným prvkem dotvářejícím sledovanou kulturní scénu také záběr doprovodných aktivit. Ty v sobě skrývají potenciál budoucího rozvoje a pomáhají lépe přiblížit výtvarné umění veřejnosti. Součástí aktivit je tak např. pořádání různých akcí, jako jsou doprovodné programy pro děti a dospělé, workshopy, dílny a projekce, výtvarná sympozia.

Osvědčenými prostředky pro podporu jednotlivých zařízení je bezesporu spojení s kavárnou či čajovnou, propojení s uměleckými, např. hudebními vystoupeními a festivaly. Doplnkovou formou rozvoje výstavních činností může být umístění výstavních prostor do vstupních center současných administrativních komplexů a kulturních organizací. Galerie jsou v uvedených prostorách přístupné všem příchozím, tedy i těm návštěvníkům, kteří by do nich jinak nezavítali. Tento model úspěšně funguje např. v Knihovně Jiřího Mahena (atrium ústřední knihovny, vybrané pobočky, Městském divadle Brno aj.). Odlišnou cestou může být propojení výstavní činnosti s využitím informačních a komunikačních technologií (např. internetové galerie). Obdobou muzejní noci popsané v oddílu věnované muzeím je Projekt otevřených ateliérů, který koncepčně a tematicky navazuje na podobné akce konané v mnoha světových městech.

¹⁵ Galerie je tento rok pro nedostatek financí uzavřena.

Trendem, který se nově objevuje také v českých a moravských městech, je umístění výtvarných děl exteriéru města či do pleneru (brněnský „orloj“, záměr sculpture park Kraví hora). Z vesměs příznivých ohlasů mezi veřejností vyplývá, že se jedná o velice účinnou formu propagace a prezentace výtvarného umění.¹⁶ Díla umístěná ve veřejném prostoru ho pomáhají spoluvytvářet a představují zároveň i významné atraktivitu cestovního ruchu skýtající související pozitivní efekty např. ve formě zviditelnění města, jeho propagace v zahraničí aj. Uvedené počiny byly dosud plně hrazeny z prostředků města, které tak přispívá k dosažení synergických efektů mezi cestovním ruchem a oblastí kultury.

Výstavní a galerijní činnost v Brně spoluvytvářejí také související festivaly a společenské akce. Těmi jsou např. Sochy v ulicích – Brno Art Open: představení výtvarných umění v ulicích města Brna a mezinárodní Bienále grafického designu Brno, nebo tematický workshop Domu umění města Brna Urban Divan, stejně jako Týden výtvarné kultury – sestávající z diskusí, přednášek a dalšího doprovodného programu k danému tématu.

Účinnou prezentací kulturního bohatství města, jeho historie, osobností, architektury a dalších specifik, které vytvářejí identitu města, jsou také exteriérové pamětní a informační desky. Tento potenciál lze účinněji zapojit do kulturně turistických návštěvnických tras, stejně tak jako pro informovanost obyvatel města (školy, rodiny).

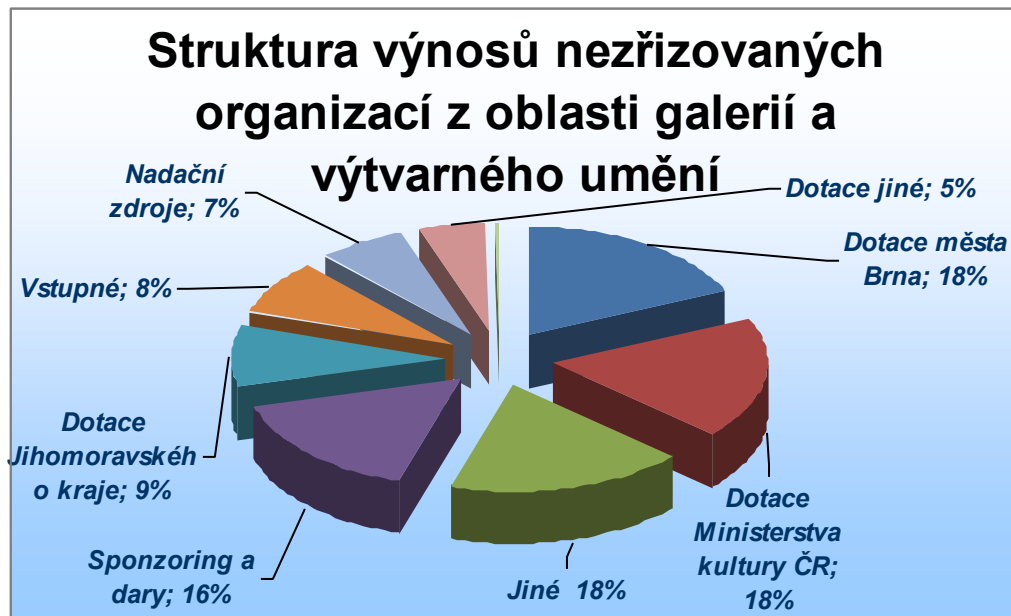
Specifickou „galerií“ je také Urban centrum provozované samotným městem Brnem, zaměřené na prezentaci rozvojových projektů města. Řada těchto výstavních aktivit je návazně prezentována v atriu ústřední budovy Knihovny Jiřího Mahena, která tak mj. slouží jako prezentační prostor rozvojových projektů města.

Nezřízované instituce na poli galerií vykazují dle výsledků získaných v anketním šetření vyšší zastoupení veřejných dotačních zdrojů (v úhrnu 45 %) a sponzoringu (16 %). Příjmy ze vstupného jsou naopak marginální (8 %). U této oblasti je tak zřejmá vysoká závislost na veřejných subvencích.¹⁷

¹⁶ K. Mrnušíková: Umění mimo galerie v Brně, Masarykova univerzita v Brně, Filozofická fakulta, Brno 2011, absolventská práce. Pozornost byla věnována též soukromým subjektům z oblasti galerií a výtvarného umění.

¹⁷ V rámci ankety bylo obesláno 55 institucí z oblasti výtvarného umění, přičemž bylo získáno zpět 10 dotazníků. Obeslány byly tyto subjekty: Alena Kindlová; Arskontakt; Asociace muzeí a galerií ČR; Baron Trenck Gallery; Brno Gallery CZ; Creativo; Dílo - Galerie - Brno s.r.o.; Galerie Ambrosiina; Galerie Antonína Procházky s.r.o.; Galerie architektury; Galerie Ars Josefa Chloupka; GALERIE ASPEKT, s.r.o.; Galerie Aula; Galerie Aviatik; Galerie Brno; GALERIE CAFFE s.r.o.; Galerie D; Galerie Dílo; Galerie Eskort; Galerie Hřebíček; Galerie Chagall; Galerie i; Galerie Jeřábinka; Galerie Libret; Galerie M.K.; Galerie Magda; Galerie Provázek; Galerie Ratolest; Galerie Sklepení; Galerie T23; Galerie Umakart; Galerie V; Galerie v síti o.p.s.; GET ART o.s.; Letohrádek Mistrovských; Malá galerie VÚVEL; Malá královopolská galerie; Marie Zimmermannová - AB Galerie; Minigalerie a čajovna Zuzan Pavlasové AZU; MÍSTO galerie; Nadační fond Galerie Hády při ZŠ Horníkova 1; Občanské sdružení MAGMA; Obchůdek Vosková batika; Skleněná louka; Studio IN; Umakart; Vinná galerie; Wanieck Gallery Brno; 4AM – Fórum pro architekturu a média, o.s.; Alphabet Books, o.s.; Multi-Art; Nadace Universita; Sculpture Park Kraví hora; Sdružení Bienále Brno; TT Klub výtvarných umělců.

Graf 8. Průběžná struktura výnosů organizací nezřizované scény z oblasti galerií a výtvarného umění (není omezeno časovým obdobím)



Sféra galerií se kromě řady slibně se rozvíjejících trendů potýká také s řadou problémů. Pro nezřizované subjekty je překážkou v první řadě nízký objem veřejných financí. Ty za současného stavu v řadě případů nepostačují k pokrytí provozních a personálních nákladů jednotlivých institucí. Problémem je také nedostatek vhodných prostor pro výstavní činnost, ať se již jedná o infrastrukturu poskytovanou za přijatelnou výši nájmu, nebo prostory s adekvátním přístupem pro veřejnost či s odpovídajícím technickým vybavením. Budoucí rozvoj oblasti je možné spatřovat také v podpoře marketingu a propagaci, a to jak na úrovni Jihomoravského kraje, tak i města Brna, včetně spolupráce se subjekty působícími v cestovním ruchu.

Z dotazníkového šetření vyplynul následující profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem:

- galerie, výtvarné umění:
 - mladá a střední generace (20–49 let),
 - vyšší zastoupení žen,
 - středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
 - osoby v produktivním věku,
 - ochota platit vyšší než stávající vstupné na tyto akce u studentů vysokých škol,
- street art: umění v ulicích např. sochy ve veřejném prostoru:
 - mladá generace a střední generace (15–39 let),
 - středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
 - studující a osoby v produktivním věku,
 - bezdětní,

- převaha zájmu osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk.

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí zdůraznil ovšem současně velkou rezervu v návštěvnosti galerií, což vnímáme jako podstatný problém, protože tyto instituce obecně tvoří podstatnou složku místního kulturního prostředí. Nicméně tento trend je patrný v celosvětovém měřítku. Do budoucna bude také nezbytné dále rozvíjet spolupráci hlavních subjektů v dané oblasti působících ve městě, a to jak zřizovaných městem a Ministerstvem kultury, tak subjektů privátních.

Muzea

Brno profituje ze své role nepsaného přirozeného kulturního a geografického centra Moravy. Logickým důsledkem této skutečnosti je přítomnost několika institucí zřizovaných státem. Jedná se o Moravské zemské muzeum, jež je spojeno kromě jiného s existencí pavilonu Anthropos, dokumentujícího celosvětově proslulé archeologické objevy z období starší doby kamenné na Moravě nebo s unikátním památníkem Leoše Janáčka. Moravské zemské muzeum přitom i v současné době realizuje některé významné mezinárodní vědecké projekty (např. téměř 20leté přírodovědné zkoumání Jižní Ameriky a Galapág. Do kategorie organizací zřizovaných Ministerstvem kultury ČR náleží i Technické muzeum v Brně, zaměřené na shromažďování dokladů o vývoji techniky na území Moravy a Slezska. Muzeum obsahuje jak expozice zaměřené na vybrané aspekty dějin techniky (dějiny dopravy, médií aj.), tak i na tradiční řemesla (nožířství, Ulička řemesel, železářství), včetně několika expozic v technických objektech rozmístěných v širším okolí města. Brněnské muzejní instituce nabízí i speciální animační programy pro dětského diváka.

V Brně se nachází také další muzejní instituce, které mají potenciál přilákat zahraniční návštěvníky města. Je to Mendelovo muzeum spadající pod Masarykovu univerzitu. Muzeum zajišťuje stálou expozici věnovanou osobnosti Gregora Johanna Mendela. Mendelovo dílo v oblasti genetiky je v zahraničí jak v laických tak odborných kruzích všeobecně známé a muzeum se tak přirozeně stává klíčovým cílem řady návštěvníků, včetně organizovaných zájezdů. V příkrém rozporu s touto skutečností je nedostatečné povědomí řady návštěvníků a obyvatel města o existenci této instituce. Nicméně posilování identity města Brna, coby kulturní destinace, s sebou mimo jiné nese také velký akcent na místní specifika a známé osobnosti, kam nepochybně G.J.Mendel, společně s L. Janáčkem patří – viz prioritní osa B, propagace, marketing.

Osobnostem spojeným s kulturním životem města jsou věnovány také menší expozice – Mahenův památník provozovaný Knihovnou Jiřího Mahena v Brně, Památník Leoše Janáčka (Moravské zemské muzeum), Jurkovičův dům s expozicí věnovanou dílu Jurkoviče .

Co je z domácího, ale i světového hlediska výjimečným fenoménem, je přítomnost Muzea romské kultury (obdobně zaměřených institucí je na světě pouze několik). Instituce se zaměřuje na dokumentaci kultury, dějin a současnost romského etnika. Svým umístěním v centru vyloučené lokality a svým přesahem do volnočasových aktivit a aktivit provozovaných na poli sociální práce konfrontuje v souladu s moderními trendy činnosti muzejní povahy se zkoumáním živé kultury. Unikátní charakter organizace má tedy

možnost oslovit specifické skupiny návštěvníků ze zahraničí a má tak velký význam pro cestovní ruch. Činnost muzea je důležitá také vzhledem k jeho populárně osvětové funkci (zvláště v kontextu současných problémů soužití menšin s většinovou populací a s odkazem na historické souvislosti Holocaustu a vyhlazování etnických menšin na našem území za druhé světové války).

Primární zaměření na území města Brna a okolí je charakteristické pro Muzeum města Brna, které je městem zřizováno a jehož účelem je péče o doklady historického, stavebního a uměleckého vývoje. Muzeum je umístěno v atraktivním areálu středověkého hradu a pozdější barokní pevnosti Špilberk. Tato národní kulturní památka prochází několika fázemi postupné rekonstrukce, v rámci které je systematicky zkvalitňována a modernizována infrastruktura využívaná mimo jiné pro výstavní účely muzea. I přes poměrně štědrý přísun finančních prostředků je i tato instituce v některé ze svých činností limitována vnějšími okolnostmi. Naplňování funkce sledování soudobého uměleckého vývoje města je tak např. za současných cen moderního umění dosti problematické. Součástí muzea je též stálá expozice hraček v Měninské bráně. Unikátní součástí muzea je vila Tugendhat, jejíž rekonstrukce je dokončena v roce 2012. Jedná se o jedinou brněnskou památku zapsanou na seznamu UNESCO, která v sobě nese vysoký kulturní, badatelský a turistický potenciál s mezinárodním přesahem.

Ekonomické ukazatele Muzea města Brna odpovídají údajům získaným na celorepublikové úrovni. Pozitivním zjištěním je ve srovnání let 1998–2010 nárůst návštěvnosti.

Tab. 13. Základní výkonnostní údaje Muzea města Brna za roky 2009 a 2010

Stav k 31.12.2009	Muzeum města Brna
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	12,6 %
počet představení, koncertů, vernisáží a výstav (některé akce ve spolupráci s TIC, či FB)	51
přepočtený stav úvazků	106
Stav k 31.12.2010	Muzeum města Brna
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	8,4 %
počet představení, koncertů, vernisáží a výstav	45
přepočtený stav úvazků	105

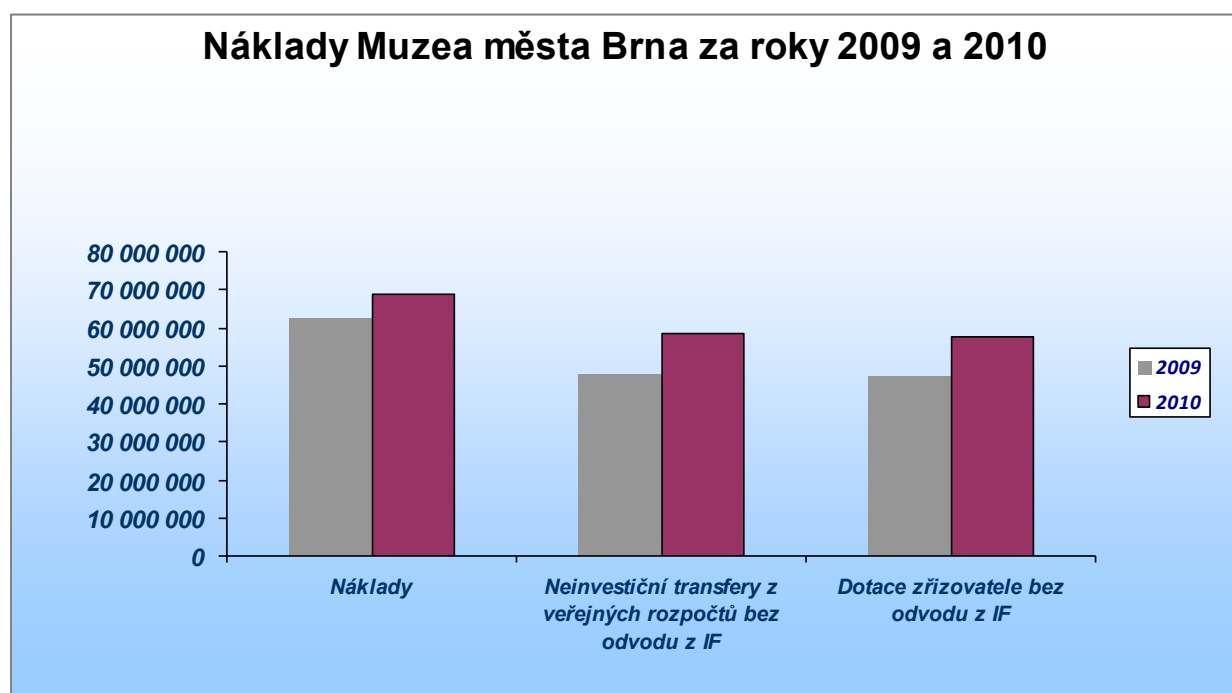
Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Tab. 14. Náklady Muzea města Brna za roky 2009 a 2010

Rok	Náklady	Neinvestiční transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
2009	62 383 000	47 756 000	47 226 000	133 010	469	355
2010	68 635 000	58 529 000	57 423 000	131 408	522	437

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Graf 9. Náklady Muzea města Brna za roky 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Z muzejních expozic zaměřených na dětského diváka je třeba zmínit ještě nově otevřené muzeum loutek při Divadle Radost, které rozšiřuje skupinu obdobných zaměřených rozmístěných po celé České republice (Plzeň, Chrudim, Český Krumlov aj.).

Spektrum muzejních institucí je doplněno o několik nezřizovaných institucí, které přispívají k rozmanitosti brněnské kulturní scény. Je to předně Diecézní muzeum Petrov s exponáty s církevní tematikou z historických období a Muzeum českého a slovenského exilu 20. století – soukromá instituce mapující politické souvislosti československých dějin 20. století. Z akcí typu festivalů nebo společenských událostí

je třeba poukázat na Brněnskou muzejní noc, koncept převzatý z jiných měst, který byl v Brně uplatněn s velmi uspokojivými výsledky.¹⁸

Většina muzejní činnosti je v Brně zastřešována veřejnými institucemi a situaci v daném oboru tak je možné s určitými výhradami označit za relativně dobře fungující. Jeho lokalizace na jedné straně v atraktivní lokalitě hradu Špilberk v sobě skrývá velký potenciál, co se týká získávání návštěvníků z řad turistů, na druhé straně ale zhoršuje dostupnost muzea a činí vzhledem k vysoké technické a finanční náročnosti probíhající revitalizace hradu jistá omezení, co se týče rozšíření muzejních expozic.

Dle dotazníkového šetření je profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem, následující:

- víceméně všechny věkové ročníky (20-69 let),
- vyšší zastoupení žen,
- středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
- vyšší zastoupení osob v produktivním věku (podnikatelé, OSVČ + zaměstnanci).

Hvězdárna a planetárium

Organizací působící na tomto poli je Hvězdárna a planetárium Brno.¹⁹ Spektrum činností této instituce přesahuje do oblasti vědy a vzdělávání dospělého publika i diváků z řad školní mládeže. Hvězdárna spolupracuje i s dalšími institucemi (např. v rámci vzdělávacích pořadů konaných v Knihovně Jiřího Mahena v Brně), na poli audiovizuálního umění (projekce při představeních Filharmonie Brno) či v kombinovaných projektech s akcentem na cestovní ruch s Turistickým a informačním centrem města Brna.

Tab. 15. Základní **výkonnostní** údaje Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010

	stav 2009	k 31. 12.	stav 2010	k 31. 12.
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)		34,1		17,3
počet akcí		1 392		681
počet návštěvníků		97 037		46 790 ²⁰
počet premiér		6		6
počet přepočtených úvazků		19,52		16,41
počet aktivit tvůrčího charakteru (speciální prezentace, výstavy, mimořádné akce aj.)		49		25

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

¹⁸ Muzejní noc zahrnuje též akce konané nejen v muzeích, ale také v galeriích, knihovnách a památkových objektech (Např. Červený kostel; Schrattenbachův palác – Knihovna Jiřího Mahena).

¹⁹ Oficiální název Hvězdárna a planetárium Brno, příspěvková organizace, dále jen Hvězdárna a planetárium Brno

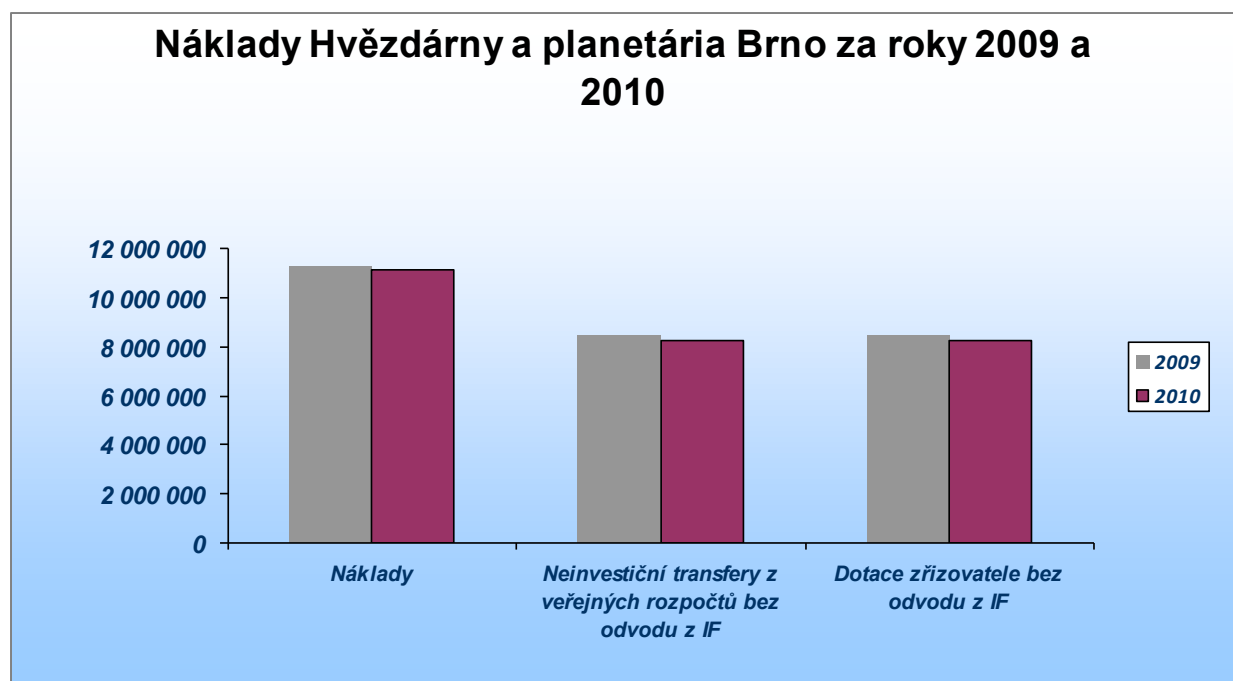
²⁰ Nižší počet návštěvníků v roce 2010 byl způsoben rekonstrukcí objektu Hvězdárny a planetária.

Tab. 16. Náklady Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010 (ukazatele za hlavní a vedlejší činnost)

Rok	Náklady	Neinvestiční transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka
2009	11 292 700	8 464 000	8 424 000	97 037	116
2010	11 100 000	8 599 000	8 279 000	46 790	237

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Graf 10. Náklady Hvězdárny a planetária Brno za roky 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Tab. 17. Náklady Hvězdárny a planetária hlavního města Prahy za rok 2010 (pouze ukazatele za hlavní činnost)

Rok	Náklady	Transfery veřejných rozpočtů	Soběstačnost	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka
2009	29 060 000	22 652 000	22,05%	133 000	218
2010	29 344 000	21 687 000	26,09%	136 000	216

Zdroj: výroční zprávy instituce

Intenzivní kooperaci s dalšími subjekty umožní do budoucna rozvinout také generální rekonstrukce budovy hvězdárny, v jejímž rámci byl hlavní sál vybaven špičkovou audiovizuální technikou. Tu budou moci pro své představení využívat také partnerské instituce hvězdárny. Efekt rekonstrukce hlavní budovy tak přesahuje samotnou oblast přírodních věd a představuje významné rozšíření možnosti využití vysoce kvalitní infrastruktury pro partnerské organizace hvězdárny. Hvězdárna planetárium v Brně odpovídá svými výkony provozu obdobných zařízení v České republice, nebo je dokonce i předčí (např. ve srovnání

s pražskou hvězdárnou). Hvězdárna se zúčastňuje rovněž souvisejících společenských akcí (Noc vědy). V této oblasti lze v současné době díky změnám a možnostem vzešlým z kompletní rekonstrukce prostor jen obtížně identifikovat relevantní problémové okruhy.

Knihovny

Na poli knihovnictví působí v Brně kromě řady specializovaných knihoven hlavně následující instituce: Moravská zemská knihovna v Brně, Knihovna Jiřího Mahena v Brně a knihovny Masarykovy univerzity.²¹ První jmenovaná instituce je knihovnou s univerzálním fondem doplněným fondy specializovanými. Je určena k uchovávání konzervačního a historického fondu a plní současně funkci krajské knihovny v Jihomoravském kraji. Knihovna Jiřího Mahena v Brně je naproti tomu institucí s regionální působností. Je zaměřena na budování univerzálního knihovního a informačního fondu ve všech relevantních formách (tištěné dokumenty, AV dokumenty, e-zdroje) se zřetelem ke kulturním, vzdělávacím a informačním potřebám nejširší veřejnosti včetně hendikepovaných a národnostních menšin. Specializuje se na zpracování fondu regionálního, brunensí, mahenián, krásnou literaturu, společenské vědy, umění, regionální a občanské informace. Nabízí kultivovaný a především neutrální prostor pro volnočasové i vzdělávací aktivity, podporuje kulturní rozmanitost a kreativitu. Přispívá k rozvoji duchovních, emocionálních, sociálních, jazykových dovedností a čtenářské gramotnosti dětí. Podporuje celoživotní učení dospělých, rozvíjí komunitní aktivity a sociální integraci na místní úrovni, zvyšující pocit sounáležitosti s obcí. Prostřednictvím internetu a web umožňuje přístup ke službám knihovny 24 hod denně. Zdarma zprostředkovává veřejnosti přístup k internetu a zákonnému on-line obsahu. Úzce spolupracuje se školami, dalšími vzdělávacími a kulturními institucemi, spolky národnostních menšin aj. Podílí se na celostátních (např. Týden knihoven, Noc s Andersenem, Muzejní noc, Den pro dětskou knihu) a celoměstských akcích (Brno zdravé město, Týden vědy, Vánoce na brněnské radnici aj.). V knihovně působí specializovaná pracoviště – Mahenův památník, informační středisko Europe Direct, které je součástí mezinárodní sítě, Centrum dětského čtenářství, knihovna pro nevidomé a slabozraké čtenáře. Oproti tomu knihovny Masarykovy univerzity jsou zaměřeny primárně na potřeby studentů jednotlivých fakult univerzity.

Velmi podstatnou součástí činností knihoven je vedle jejich hlavní role poskytování informací také funkce sociální a vzdělávací, spočívající v pořádání řady společenských a vzdělávacích akcí, včetně spolupráce s partnerskými městy města Brna.

Ekonomické výkonnostní ukazatele pro oblast městských knihoven vyznívají příznivě: Knihovna Jiřího Mahena v Brně předčí v řadě těchto ukazatelů srovnatelné instituce.

Tab. 18. Základní výkonnostní ukazatele Knihovny Jiřího Mahena v Brně za roky 2009 a 2010

	stav k 31. 12. 2009	stav k 31. 12. 2010
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	7,4	7,3
počet čtenářů	40 393	41 939

²¹ Oficiální název Knihovna Jiřího Mahena v Brně, příspěvková organizace, dále jen Knihovna Jiřího Mahena.

počet návštěvníků	839 678	838 285
počet výpůjček	2 149 467	2 158 776
počet akcí pro veřejnost	2 223	2 393
počet výstavek, nástěnek	235	247
přepočtený stav úvazků	138,41	138,27

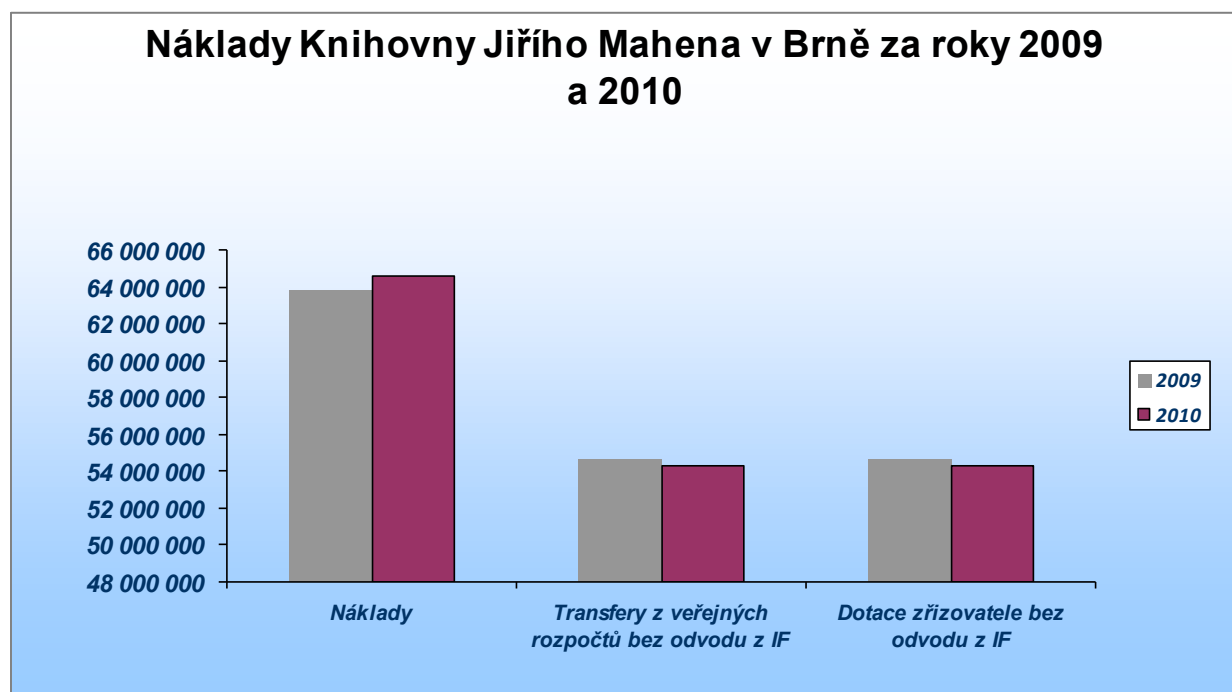
Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Tab. 19. Náklady Knihovny Jiřího Mahena v Brně za roky 2009 a 2010

Rok	Náklady	Transfery veřejných rozpočtů z odvodu z IF bez	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
2009	63 795 000	56 260 000	54 606 000	839 678	76	65
2010	64 550 000	56 671 000	54 254 000	838 285	77	65

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Graf 11. Náklady Knihovny Jiřího Mahena v Brně v letech 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Zmínili jsme klíčové knihovní instituce, jejichž fond asi nejvíce naplňuje univerzální potřeby veřejnosti; kromě nich se v Brně nachází řada dalších specializovaných knihoven, ať se již jedná o zařízení dalších vysokých škol, knihovny vědeckých institucí, či soukromé subjekty. Jejich knižní fond je ale mnohdy úzce profilován a zaměřena na omezenou čtenářskou skupinu. V rámci dotazníkového šetření byl identifikován níže uvedený profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti (knihovny, informační centra) největší zájem:

- vyšší zastoupení žen,
- středoškolsky a vysokoškolsky vzdělání,

- studující, osoby v domácnosti, senioři.

Problémy identifikované v této oblasti jsou opět spojeny s omezenými finančními prostředky. Jejich nedostatek podvazuje níže uvedené rozvojové aktivity:

- jedná se především o potřebu vnímání knihoven jako integrální součásti občanské vybavenosti a zahrnutí plánů na jejich výstavbu v rámci budování této infrastruktury pro obyvatele města. To se týká jak developerských projektů, tak i projektů připravovaných a realizovaných městem. Takové iniciativy budou vyžadovat podporu a iniciativu ze strany města.
- Nedostatek financí znemožňuje provádět v adekvátní míře nákup knihovního fondu a elektronických informačních zdrojů, což vede ve svém důsledku k odlivu potenciálních zákazníků – čtenářů knihovny.
- Kromě potřeby výstavby nových poboček je problémem i kapacita stávajících poboček sítě městských knihoven. Do budoucna je nutné optimalizovat síť poboček na území města Brna.
- Do budoucna bude nezbytné uvažovat o rozšíření časové dostupnosti knihoven (výhledově na 7 dní v týdnu a delší denní provozní dobu) u těch institucí, kde takováto otevírací doba není dosud zavedena.
- Rezervy jsou stále v oblasti digitalizace knihovních fondů a zpřístupňování informací elektronickou cestou (dostupnost 24 hod denně).
- Stejně rezervy jsou ve vybavení výpočetní technikou a informačními a komunikačními technologiemi, včetně základního prvku rozvoje informačních sítí – sítí WIFI. Je přitom jisté, že sféra ICT a elektronických informačních zdrojů bude logicky v budoucnu sehrávat v oboru knihovnictví stále významnější roli.

Organizace zaměřené na více druhů činností a kulturní centra

Kromě institucí specializovaných na vybrané aktivity je v Brně lokalizováno několik kulturních center, které se soustřeďují na širší spektrum kulturních činností. Z organizací zřizovaných městem sem náleží v první řadě Turistické informační centrum města Brna, příspěvková organizace, která zajišťuje propojení kultury a cestovního ruchu. Jeho aktivity jsou blíže rozvedeny v ostatních kapitolách předkládaného dokumentu. Turistické informační centrum města Brna vykazuje vysokou míru soběstačnosti, což je dáno kromě jiných faktorů úzkou vazbou zařízení na oblast cestovního ruchu.

Tab. 20. Základní výkonnostní ukazatele Turistického informačního centra města Brna za roky 2009 a 2010

	stav k 31. 12. 2009	stav k 31. 12. 2010
% soběstačnosti (sníženo o celkové zaúčtované roční odpisy)	40,1	34,05
průměrná mzda	17 976	18 221
počet zaměstnanců	85,30	91,03

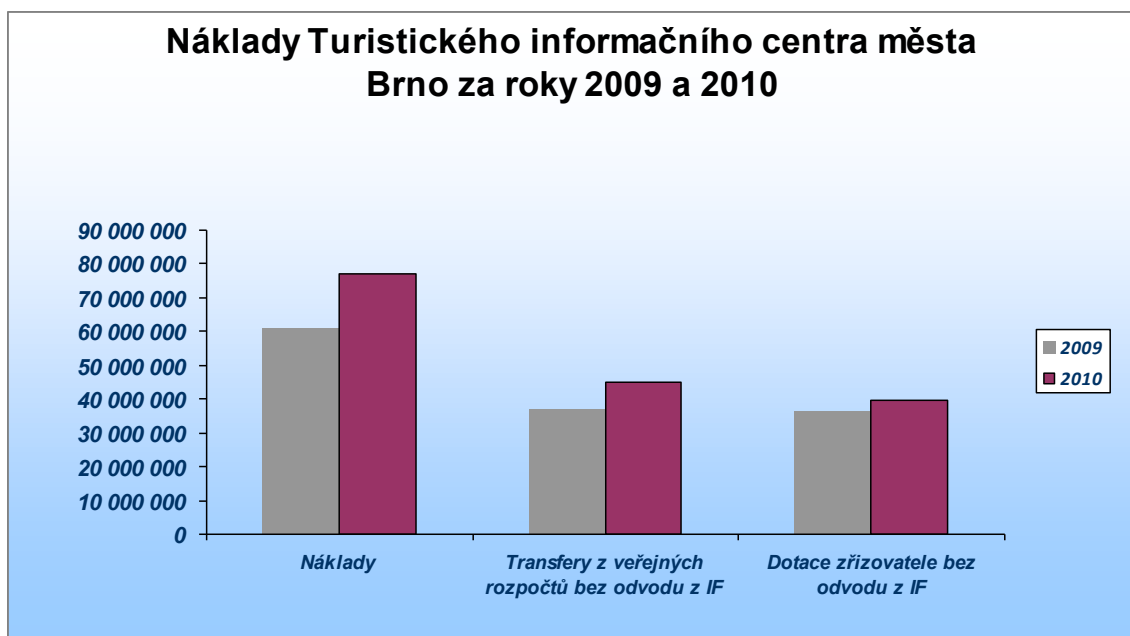
Počet představení	2009	2010	2009	2010
	akce, pořady, filmových představení, atd.		návštěvníci	
Bílý dům-Sál B.Bakaly	84	114	10 880	19 927
Programové odd.	celkem 165 z toho: 19 velkých periodických pořadů 146 zábavných a hudebních pořadů + pořadů pro děti	celkem 198 z toho: 16 velkých periodických pořadů 182 zábavných a hudebních pořadů + pořadů pro děti	116 300	113 920
Galerie u Dobrého pastýře, Kabinet, mladých	26	30	10 385	9 900
MK Scala, Art, Letní kino na Dobráku	1 589	1 587	63 585	57 341
Festival vědy+žirafa			10 000	6 000
TIC turist.trasa-St. radnice			25 330	24 926
TIC prohlídky Brna, zahájení sezony,ukončení. Den průvodců			7 111	7 892
TIC Brněnské vánoce			25 247	35 000
TIC provozovny IC			176 401	172 137
TIC – provoz Mincmistrovského sklepa			0	2 789
Divadelní svět Brno			0	43 000
CELKEM	1 864	1 929	445 239	492 832

Tab. 21. Náklady Turistického informačního centra města Brna v letech 2009 a 2010

Rok	Náklady	Transfery z veřejných rozpočtů bez odvodu z IF	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	Návštěvnost	Náklady na 1 návštěvníka	Dotace zřizovatele bez odvodu z IF na 1 návštěvníka
2009	61 127 000	36 907 000	36 590 000	445 239	173	104
2010	77 066 294	44 884 000	39 471 000	492 832	156	80

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

Graf 12. Náklady Turistického informačního centra města Brna v letech 2009 a 2010



Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy instituce

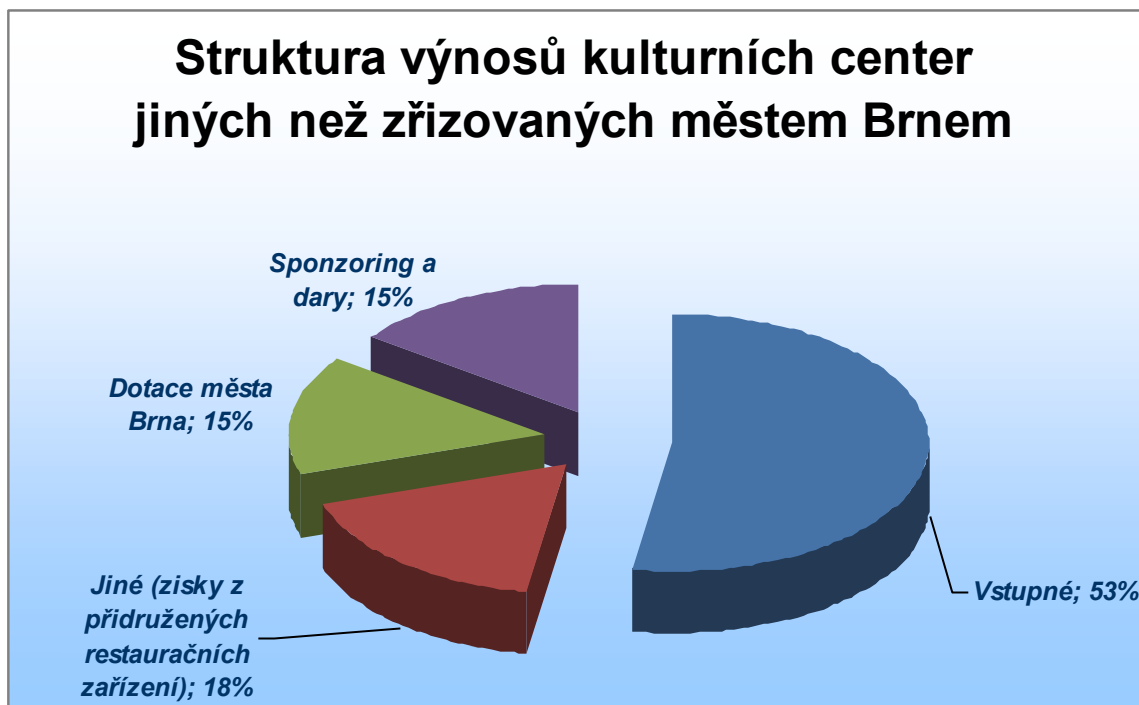
V Brně působí několik dalších organizací, které plní funkci kulturních center zajišťovaných leckdy místními městskými částmi a nabízejí tak kulturní vyžití především pro obyvatele jednotlivých čtvrtí. V Žabovřeskách je to Kulturní dům Rubín, v Židenicích Dělnický dům, v Králově Poli Semilasso, v Husovicích KS Musilka a dále Společenské centrum Bystrc, Dělnák Líšeň, Kulturní a vzdělávací středisko „U Tří kohoutů“, Klub Leitnerova a Stadion Kounicova.

Některá střediska jsou vlastněná nebo provozovaná soukromými subjekty. Činnost jednotlivých center není omezena na předem daný okruh kulturních aktivit a je naopak zacílena na společenské setkávání místních obyvatel a návštěvníků, a to při poměrně širokém spektru kulturních pořadů nebo vzdělávacích akcí. Z typického profilu kulturních center vybočují hlavně dvě z nich, Skleněná louka a centrum Stadec. První funguje jako multifunkční prostor s kavárnou, galerií, knižkupectvím a obchůdky, architektonickými kancelářemi, se zaměřením na netradiční a experimentální formy uměleckých performancí. Multikulturní centrum Stadec naproti tomu poskytuje prostor nezřizovaným (nejen) divadelním profesionálním subjektům bez stálé scény, s koncentrací na scénické umělecké formy – tedy divadelní, pohybové, taneční a živě provozované hudební tvorbě.

Ve struktuře výnosů těchto zařízení převažuje vstupné (53 %), významně (do 20 %) jsou zastoupeny ještě příjmy z přidružených činností (restaurace aj.) a sponzorské dary (18 %). Dotace z veřejných zdrojů dosahují 15 %.²²

²² V rámci anketního šetření mezi zástupci této části kulturní scény bylo obesláno 9 institucí z řad kulturních center, z nichž 5 dodalo požadované informace. Obeslány byly tyto instituce: Kulturní dům Rubín; Kulturní dům Stadion; Klub

Graf 13. Průběžná struktura výnosů organizací jiných než zřizovaných městem Brnem z oblasti kulturních center (není omezeno časovým obdobím)



I v této oblasti se zvláště u subjektů z řad nezřizovaných organizací projevuje nedostatek finančních prostředků (veřejných dotací), což vede k obtížné možnosti využívat vyhovující technické vybavení (zvukařská technika, celková morální zastaralost technického vybavení). Kulturní centra nemohou za dané situace hostujícím souborům nabídnout takové podmínky, které by pro něj byli vyhovující či dostačující, pokud do rozpočtu nebude zahrnut subdodavatel technického vybavení. To samozřejmě omezuje uměleckou kvalitu produkce, která musí reflektovat rentabilitu jednotlivých představení. Taková situace zákonitě vede k nárůstu kvantity produkce na úkor kvality umělecké tvorby a ve svém důsledku k částečné ztrátě specifického a unikátního charakteru brněnské kultury. Palčivým problémem je absence finančních prostředků v případě marketingu (z konkrétních zkušeností subjektů na tomto poli působícím je možné uvést např. neúměrně vysoké poplatky za výlep plakátů).

Dovolujeme si tvrdit, že Brno na základě posouzení kvalitativních a kvantitativních dat postrádá odpovídající prostor typu kulturního centra určeného pro nezřizovanou tvorbu, přičemž poptávka po něm je dle zkušeností subjektů působících ve sledovaném odvětví velmi vysoká, a to jak ze strany tvůrců, tak diváků. Vzhledem k omezeným finančním zdrojům nejsou provozovatelé kulturních center schopni uspokojit všechny subjekty, jejichž tvorba by si pozornost zasloužila. Významné brněnské prostory, které při svém vzniku tuto činnost deklarovaly,

se s ohledem na problematické finanční zajištění jejich existence prakticky zcela uzavřely (např. Starý Pivovar; Kabinet múz).

V kontextu Brna je nezbytné v této kapitole zmínit také roli organizace Veletrhy Brno, a. s. spravující areál brněnského výstaviště. Činnost subjektu přesahuje v řadě případů běžnou obchodní činnost a vykazuje zejména s ohledem na cestovní ruch ve městě souvislost s rozvojem brněnské kultury. V současné době se např. objevily plány na umístění divadelního a kulturního sálu v areálu výstaviště.

Informace o organizacích zaměřených na více druhů kulturních činností a kulturních centrech (včetně aktivit, které provozují – např. zpřístupnění historických památek) poskytlo dotazníkové šetření. Z něj vyplynul následující profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem:

- (kluby, klubová scéna – např. “Skleněnka”, Fléda):
 - mladší věkové ročníky,
 - vyšší zastoupení mužů,
 - studující (zejména VŠ),
- kulturně–historické památky (např. hrad a pevnost Špilberk, Tugendhat, Brněnské podzemí):
 - střední generace a starší ročníky,
 - lidé v produktivním a postproduktivním věku,
 - rodiny s dětmi.

Národnostní menšiny a propagace cizích kultur

Tato oblast kulturní tvorby je poměrně významná svými přesahy do ekonomické a sociální oblasti. Kulturní aktivity související s národnostními menšinami a propagací cizích kultur mohou prostřednictvím navázání mezinárodních kontaktů iniciovat nebo podpořit hospodářskou spolupráci jak v podnikání a průmyslu, tak i v cestovním ruchu (pomocí podpory vzájemné návštěvnosti obou regionů).

Organizace působící v Brně v této oblasti lze rámcově rozdělit do třech segmentů:

- sdružení a spolky národnostních menšin,
- spolky zaměřující se na propagaci cizích kultur,
- a sdružení se zaměřením na činnost v oblasti folkloru cizích etnik.

Hranice mezi jednotlivými takto definovanými skupinami není ovšem v případě některých subjektů jednoznačná. Mezi organizace, které je možné zařadit do první skupiny, patří společnosti národnostních menšin evropských národů, zejména zemí sousedících s ČR. Tyto spolky se zaměřují na posilování národní identity svých členů a popularizaci jazyka své kultury. Některé z těchto organizací mají již dlouholetou tradici související s poválečnou historií Evropy;

to se týká např. Řecké obce Brno, která je jedním z neaktivnějších spolků národnostních menšin v Brně.

Samostatnou pozici mají organizace zaměřené na romskou menšinu. Tyto instituce se zaměřují sice z velké míry na terénní sociální práci, nicméně vydávají i vlastní tiskoviny a pořádají soutěže a festivaly s multikulturní tematikou. V této oblasti vidíme do budoucna možnost využití již zmíněného potenciálu Muzea romské kultury, které spolu s přítomností početné romské menšiny v Brně vytváří předpoklady pro slibný rozvoj kulturních aktivit souvisejících s romským etnikem.

Zatím méně četně jsou zastoupeny organizace příslušníků asijských a afrických národností, a to paradoxně s ohledem na jejich vzrůstající zastoupení na populaci českých a moravských měst. Přitom s ohledem na současné migrační trendy lze jen doporučit zacílení na propagaci a podporu vzdálených kultur a národnostních menšin (z asijských a afrických států), které se budou v budoucnu jistě intenzivněji integrovat do většinové společnosti.

Z druhé skupiny spolků zaměřených na propagaci cizích kultur je možné vyzdvihnout organizace zaměřujících se na evropské kultury. V této skupině spatřujeme následující specifika nebo prvky, na kterých lze do budoucna v Brně stavět:

- nejvyšší koncentrace sdružení zaměřených na řeckou kulturu,
- spolupráce se slovanskými národnostními menšinami jiných zemí (Moravsko–kašubská společnost, Moravsko lužická společnost),
- významná tradice propagace severských kultur (realizovaná formou výstav výtvarného umění, odborných a populárních přednášek, koncertů a dalších kulturních a vzdělávacích aktivit),
- výrazné zastoupení subjektů zaměřujících se na japonské kultury (Brněnští otaku a japonský akademický klub, Malé divadlo kjogenu).

Třetí skupina – instituce zaměřené na propagaci folkloru cizích kultur, je obsahově blízká prvně definované skupině. V Brně je zastoupena tato oblast např. Lyceem Řekyň, zaměřených na propagaci folkloru jedné z početné významné brněnské národnostní menšiny.

Subjekty působící na tomto poli vykazují v řadě případů aktivní folklorní činnost, která je jinak popsána v oddíle Folklor. V Brně funguje několik hudebních a tanečních souborů, které mapují kulturní tradice z oblastí svého původu či se jinak podílejí na prezentaci svého kulturního dědictví. Jedná se například o Soubor maďarských lidových písní a tanců Kõris, který se zaměřuje na seznamování české veřejnosti s maďarskými tanci z různých regionů země i menšin žijících na jihu Slovenska a v Rumunsku. Patří sem také soubor bulharských lidových tanců Pirin, jehož repertoár tvoří převážně autentické lidové tance, které jsou populární po celém území Bulharska, stejně jako hudební a taneční soubor Lycea Řekyň v České republice, které reprezentuje tradice

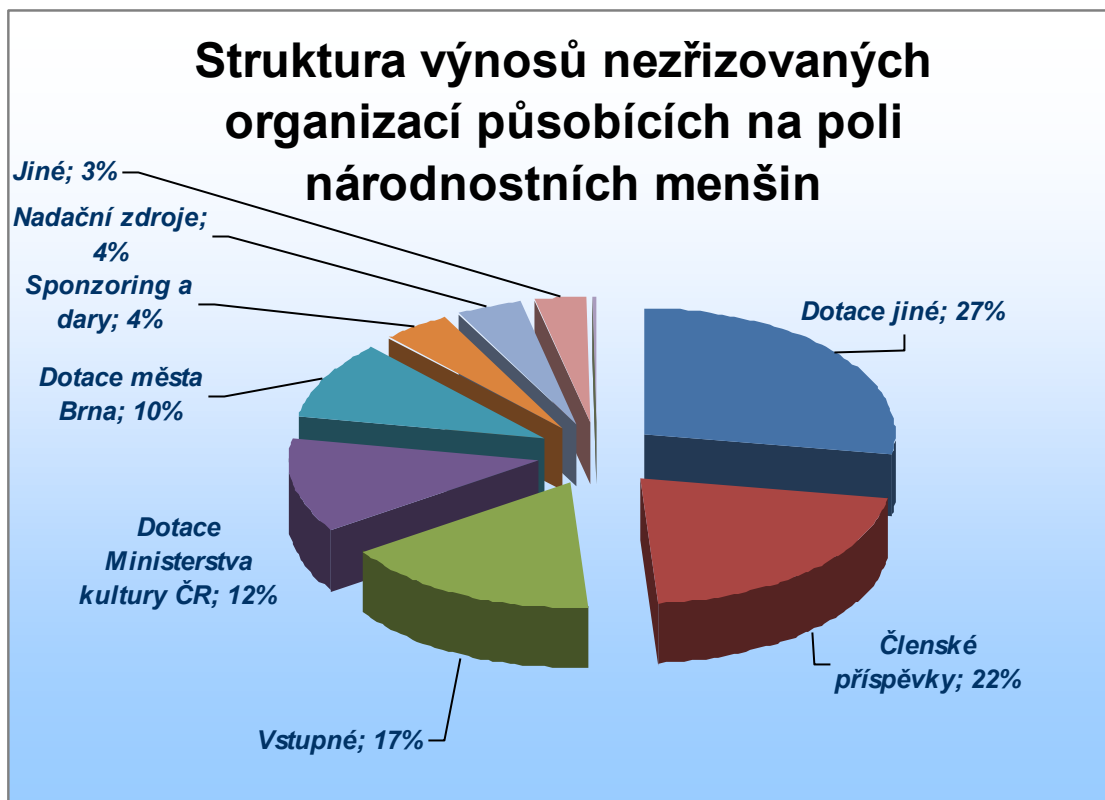
Řeků žijících v jednotlivých národopisných regionech Řecka aj. Aktivní je v této oblasti také Společenství Romů na Moravě, které kromě jiných činností podporuje romskou kulturu pořádáním nejrůznějších akcí – např. hudební festival Django Fest či multikulturní soutěž pro mladé hudebníky a tanečníky Street Sound.

Zastoupeny jsou ve městě také instituce zaměřené na německy mluvící země - Rakouský institut, který např. v posledních letech organizoval festival Drehbühne- mezinárodní festival německého jazyka. Mezi pravidelně pořádané akce patří Česko-německý den na MU, Česko-německé sympozium a další aktivity jsou spojeny s kulturní historií spojenou s přítomností německého etnika ve městě.

V případě této oblasti přesahuje dle provedeného anketního šetření podíl veřejných dotací jen mírně přes 20 %. Minimální je i podíl nadačních zdrojů a sponzorských darů (obě kategorie 4 %). Velká část příjmů zde pochází ze vstupného, členských příspěvků a jiných zdrojů (celkem 66 %).²³

²³ V rámci anketního šetření realizovaného za účelem získání doplňujících informací bylo osloveno 27 subjektů, z nichž 10 zaslalo zpět požadované údaje (návratnost tedy činí více jak 30 %). Odeslány byly tyto subjekty: Brněnské sdružení občanů německé národnosti ČR; Brněnští otaku; Bulharské kulturněosvětové sdružení v Brně; Centrum pro vědecká studia; Česko-nepálská společnost; IQ Roma Servis; Japonský akademický klub; Köris – Společenství pro maďarskou kulturu, občanské sdružení; Lyceum Řeků v České republice; Moravsko-kašubská společnost; Moravsko-lužická společnost; Německé kulturní sdružení – Region Brno; Německý jazykový a kulturní spolek Brno; Obec Slováků v Brně; POLONUS – Klub Polští v Brně; Přátelé Podkarpatské Rusi; Ruské kulturní osvětové sdružení na Moravě; Řecká obec Brno; Sdružení pro Bulharsko; Severská společnost Praha, pobočka Brno; Skandinávský dům, o. s.; Solidafrica; Společenství Romů na Moravě; Společnost přátel jižních Slovanů; Svaz Maďarů – Brno, pobočka; Ukrajinské matky; Židovská obec.

Graf 14. Průběžná struktura výnosů organizací působících na poli národnostních menšin a propagace cizích kultur (není omezeno časovým obdobím)



Problémy, se kterými se zástupci této oblasti potýkají, odpovídají v řadě případů připomínkám uvedeným v předcházejících kapitolách. Sdružení působící na tomto poli jsou konfrontována s nedostatkem financí, který se projevuje v mnoha podobách, a to jak vysokými náklady na pronájem prostor pro jejich činnost, tak v souvislosti s potřebou financí na pořádání kulturních akcí. Obojí rovněž omezuje přístup k technicky vyhovujícím prostorům, které by bylo možné využít pro pořádání kulturních akcí. Finanční situace zároveň limituje rozvoj jejich kancelářského zázemí a administrativní pracovní síly.

Omezení činnosti těchto subjektů však vyplývají také ze současného nastavení dotačních systémů. Dotace je možné v omezené míře použít na úhradu honorářů za vystoupení hudebních a jiných souborů účinkujících na kulturních akcích pořádaných jednotlivými spolky nebo sdruženími. V neposlední řadě patří mezi problémy, které jsou zřetelně pociťovány mnoha subjekty, nedostatečná míra propagace.

Dle dotazníkového šetření je profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti největší zájem, takovýto:

- především mladá generace (20–29 let),
- lidé v produktivním věku (30–59 let),
- mírná převaha zájmu žen,

- bezdětní,
- studující,
- převaha osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk,
- ochota platit vyšší vstupné na tyto akce u osob s nižší mírou vzdělání (vyučen s maturitou).

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí zdůraznil ovšem současně velkou rezervu v návštěvnosti akcí z oblasti národnostní a etnické kultury. Považujeme to za poměrně zásadní problém, protože tyto kulturní akce plní mimo jiné osvětovou roli, zvláště s ohledem na potřebu rozvoje města jako multikulturního prostředí a v souvislosti s jeho proměňující se etnickou strukturou. V současné době nicméně již probíhají projekty, na základě kterých město pracuje na posílení tohoto aspektu místní kultury.²⁴

Folklor

Brno jedinečným způsobem kombinuje velkoměsto s prostředím, kde jsou dlouhodobě a intenzivně provozovány aktivity na poli folkloru. Jedná se o výjimečný fenomén, na kterém kromě jiných unikátních charakteristik brněnské kultury může město stavět svou budoucí kulturní politiku. Celé odvětví je přitom typické významným vkladem dobrovolnické práce. Řada souborů pravidelně vystupuje jak na festivalech a přehlídkách v ČR, tak i v zahraničí, a to v rámci celé Evropy.

Významným tělesem, působícím v této oblasti je Brněnský rozhlasový orchestr lidových nástrojů (BROLN). Ten v dnešní podobě plní úlohu „kulturního vyslance“ Českého rozhlasu v regionech a při slavnostních příležitostech, koncertuje spolu s regionálními muzikami a sólisty, pořizuje veřejné nahrávky a částečně se věnuje i studiové práci. Repertoárové rozpětí orchestru je široké – od vážné hudby po vkusné úpravy lidových písní. BROLN má za sebou dlouholeté působení sahající až do roku 1952. Brno může těžit i z přítomnosti Vojenského uměleckého souboru Ondráš (zřizovaného Ministerstvem obrany ČR), který je v současnosti v ČR jediné profesionální těleso svého druhu, jež současně patří ke špičce ve svém oboru. Dramaturgicky se zaměřuje na národopisné oblasti Moravy a Čech. V repertoáru se však nezdá objevují i programová čísla, jejichž inspirací se staly lidové tance a melodie regionů Slovenska, Maďarska, Rumunska apod. Téměř stočlenný VUS ONDRÁŠ každoročně uskuteční 150–200 vystoupení po celé České republice a s úspěchem reprezentuje i v zahraničí, kde získává řadu ocenění. Tato organizace je také spolupořadatelem F – scény: každoročního cyklu letních folklorních večerů. Velké zastoupení mají v Brně také přímo dětské folklorní soubory, například Brněnský Valášek, Iskerka, Javorníček, Jánošíček, Púčik aj. Jednotlivá uskupení svou činností zpracovávají folklóry různorodých oblastí Moravy či Slovenska. Celkem se v těchto subjektech sdružují stovky dětí

²⁴ Jmenovitě se jedná festival Babylonfest - festival etna, world music a kapel se zastoupením cizinců.

z Brna a okolí a u mnoha z nich tato záliba přetrvává i do pozdějšího věku – z nich se pak stávají stejně početní členové v některém z „dospělých“ souborů – Javorník, Líšňáci, Májek, Pořana, Púčik, Slováký krúžek v Brně, Tanečnica aj.

Většina ze subjektů působících v této oblasti je členem Sdružení přátel folkloru v Brně, organizace založené v roce 1989 za účelem vytvoření nové tradice uspořádat v městě Brně folklorní festival.²⁵ Ten je v moravské metropoli pořádán od roku 1990, a to jednou ročně vždy na přelomu srpna a září. Každoročně se na koncertech Mezinárodního folklorního festivalu Brno vystřídá okolo tisícovky účinkujících z České republiky a na dvě stě účinkujících z různých koutů světa. Z akcí typů festivalu a kulturních událostí zmiňme tradiční přehlídku folklorních souborů Brna a Brněnska – Brněnsko tančí a zpívá a společenské akce konané v jednotlivých městských částech (fašanky, hody, masopusty).²⁶ Události podobného zaměření pomáhají nejen posilovat sounáležitost obyvatel města s místem, kde žijí a připomínají původní formy místního společenského života a folklorní tradice, ale přispívají též k zajištění kulturních akcí i mimo vlastní centrum města, ve kterém se jinak odehrává většina kulturních aktivit.

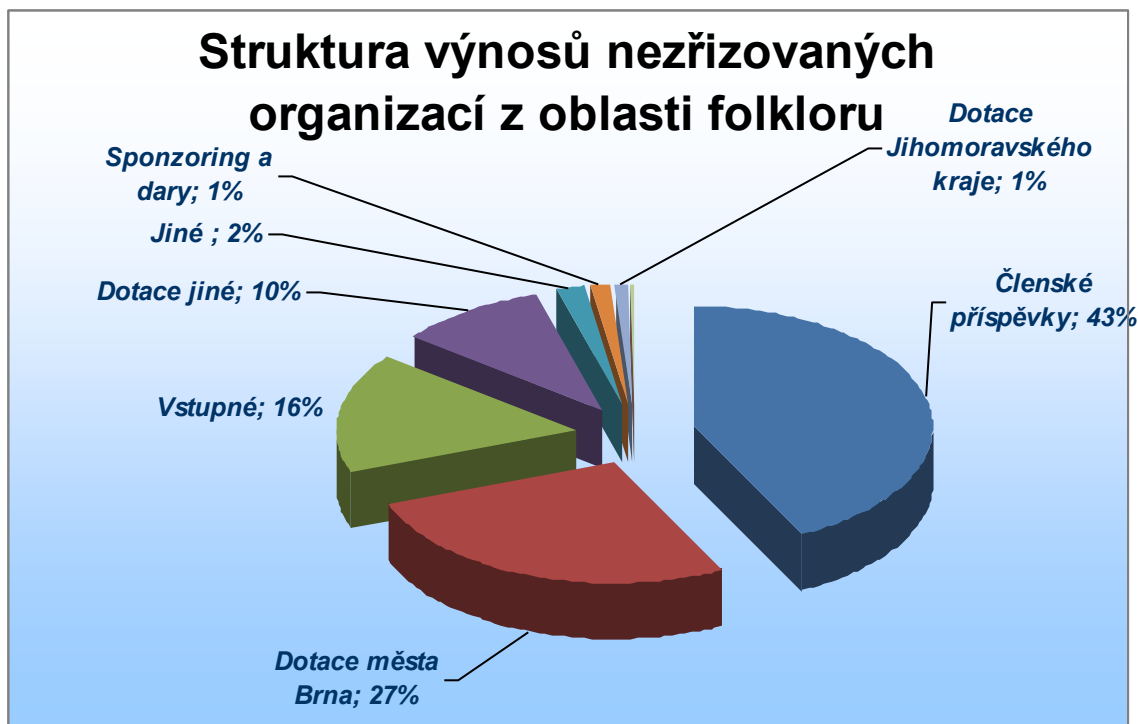
Financování folklorních souborů je v oblasti veřejných dotací zastoupeno cca 20 %. Jiné dotační zdroje přesahují 30 %. Významně jsou zastoupeny také příjmy ze vstupného (18 %), zatímco příjmy ze sponzorských darů a nadací nedosahují v obou případech ani 5 %.²⁷

²⁵ Většina následujících údajů převzata z <http://www.folklornet.cz/>.

²⁶ Mezi významné akce pořádané na území města patří např. Bohunický fašank, Starolískovecké hody a Starolískovecké vinobraní, Vavřínecké hody v Komíně, Svatomartinské hody v Brně, Mladé hody v Knínicích, Slováké hody v Jundrově, Bohunický masopust. Také další společenské události se nějakým způsobem dotýkají oblastí folkloru. Náleží sem zejména Festival v centru dění (zde zvláště jeho součást Slavnosti regionů), Slavnosti jídla zblízka (řemeslné dílny, připomínání moravské kultury jídla a stolování).

²⁷ Pro potřeby anketního šetření bylo identifikováno 19 subjektů z této oblasti, přičemž bylo získáno 8 dotazníků (tedy 42 %). Obeslány byly tyto instituce: Dětský soubor lidových písní a tanců Májiček – folklor. Soubor; Folklorní sdružení Černovická krojovaná skupina; Folklorní sdružení JÁNOŠÍK Brno; Folklorní sdružení PÚČIK; Hellenika; Javorníček Brno; Javorník Brno – folklorní soubor; Komínská chasa; Národopisný soubor Líšňáci; Občanské sdružení Brněnsko tančí a zpívá; Orel, jednota Brno – Starý Lískovec; Pirin – folklorní soubor; Sdružení přátel Dětského folklorního souboru Jánošíček Brno; Sdružení přátel folkloru v Brně; Sdružení rodičů a přátel Dětského folklorního souboru ISKERKA BRNO; Sdružení rodičů a přátel dětského národopisného souboru Brněnský Valášek; Slováký krúžek v Brně – folklorní soubor; Slováký soubor Šafrán Brno; Soubor lidových písní a tanců Májek; Vysokoškolský soubor lidových písní a tanců POŘANA – folklor. soub.

Graf 15. Průběžná struktura výnosů organizací z oblasti folkloru (není omezeno časovým obdobím)



Také tato sféra se potýká s problémy, které se průřezově objevují i v ostatních oblastech brněnské kultury. Jednotlivé soubory jsou omezeny absencí zkušeností a vyhovujících prostor pro svou činnost, např. pro uskladnění potřebného vybavení (např. krojů, rekvizit).

Nedostačující je také podpora z veřejných zdrojů. Soubory se obecně potýkají s nedostatkem finančních prostředků, což se odráží mimo jiné na nevyhovující úrovni propagace jejich činnosti, nedostatečné organizaci pořádaných akcí, včetně nevyhovujícího technického zázemí (nekvalitní podia, špatné zvukové zabezpečení). Rozvoji a lepší propagaci celého sektoru může pomoci např. ještě intenzivnější využití folklorních souborů při pořádání různých kulturních akcí města, a to i formou samostatných doprovodných programů. Samostatnou kapitolou je vysoká finanční a technická náročnost rekvizit užívaných při vystoupeních.

Sdružení a spolky

Brno má v kulturním směru bohatou tradici spolkového života sahající do nedávné i hlubší minulosti, ale také je charakteristické množstvím sdružení a spolků v různých sociálních odvětvích, které obohacují kulturu města. Jedná se možná o oblast, kde se obraty jednotlivých organizací nepohybují v desítkách milionů korun, tak jako v jiných odvětvích, ale kde současně spatřujeme veliký význam prostředků vložených do činnosti těchto organizací. A to z následujících důvodů:

1. Řada sdružení vykonává osvětovou činnost ohledně tradičních uměleckých odvětví (hudba, divadla, výtvarné umění, aj.), mimo jiné mezi mládeží – Společnost přátel města Brna, Společnost přátel Moravské galerie, Spolek přátel Domu umění města Brna, Spolek přátel hudby při Filharmonii Brno, Ženský vzdělávací spolek Vesna, v oblasti folkloru pak: Folklorní nadace VSPT Jánošík Brno, Sdružení přátel folkloru a Sdružení rodičů a přátel Dětského folklorního souboru Iskerka Brno.

2. Některé organizace podporují ediční a vydavatelskou a vědeckou činnost ve společenskovědních oborech souvisejících s oblastí kultury (Moravskoslezská akademie pro vzdělání, vědu a umění, Muzejní a vlastivědná společnost v Brně).

3. Jiné společnosti pořádají významné, intenzivně navštěvované akce pro veřejnost a přispívají tak k oživení společenského života a setkávání spojeného s realizací kulturních aktivit (Společnost 1645, Společnost Renata, sekce vojenské historie, Šermířský spolek URSI a Československá obec legionářská).

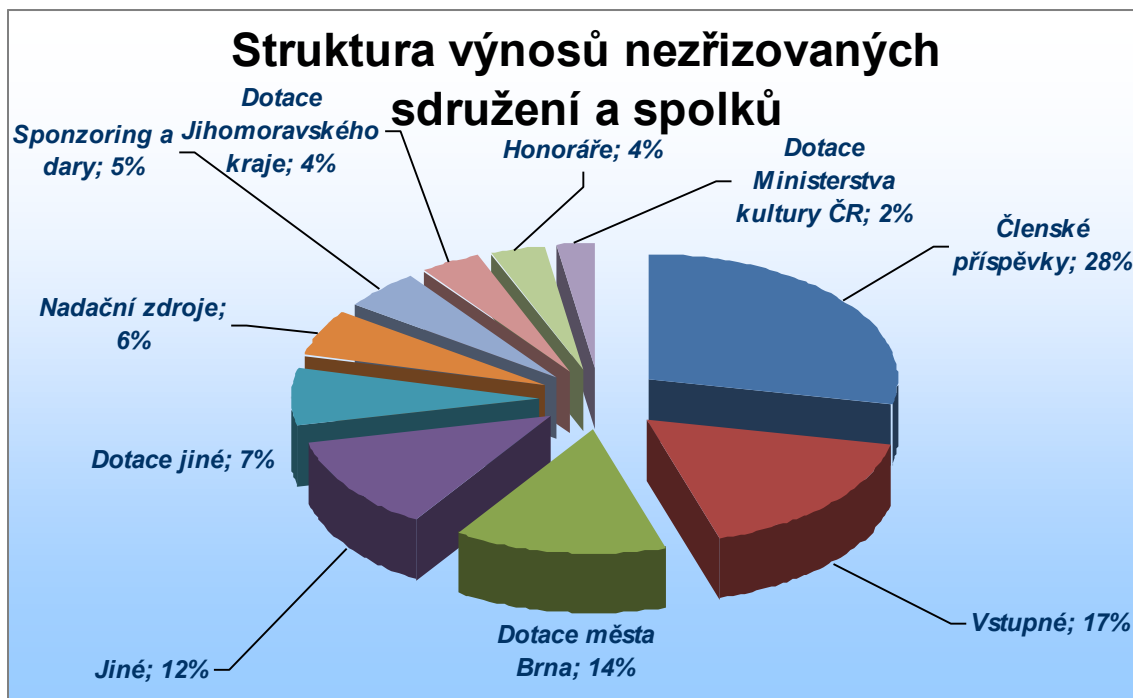
Z 36 analyzovaných brněnských spolků, sdružení, klubů organizací a společností jsou nejčastějším odvětvím, resp. středem zájmu obory umělecké, ať už výtvarné, hudební nebo literární a filmové. Jelikož je Brno také studentským městem, spousta organizací se věnuje zájmům studentů a obecně vzdělávání. Výjimkou nejsou ani spolky zaměřené na užší skupinu lidí, jejichž společné zájmy jsou takovouto aktivitou pouze podporovány. Některé z těchto organizací jsou zaměřeny na prosazování kultury, zájmů a ochrany práv marginalizovaných nebo handicapovaných skupin obyvatelstva (např. neslyšících apod.).

Spolky a sdružení v Brně dále rozvíjí činnosti související s regionální i národní historií, religiozními, vzdělávacími, studentskými, sportovními, společenskými či politickými aktivitami nebo činnostmi spojenými s ochranou životního prostředí. Velmi početně jsou zastoupeny organizace působících v odvětvích vědy, kultury a umění.

Co se týká struktury financování, tak nejvýznamnějším příjmem jsou členské příspěvky (28 %); podíl dotací z veřejných zdrojů dosahuje cca 20 %. Zastoupení darů a nadačních zdrojů přesahuje v obou případech mírně 5 %.²⁸

²⁸ Pro potřeby anketního šetření bylo identifikováno 38 subjektů z této oblasti, přičemž bylo získáno 13 dotazníků od 12 subjektů – v jednom případě vyplnila jedna instituce dva dotazníky, každý pro jiný typ pořádaných aktivit (tedy 32 %). Obeslány byly tyto instituce: Městský střelecký sbor; Centrum pro studium demokracie a kultury; Česká tábornická unie; Česká unie neslyšících (oblastní organizace Brno); Klub plastikových modelářů Brno; Klub přátel umění v ČR; Masarykova demokratická akademie; Matice moravská; Mezinárodní studentský klub MU Brno o. s.; Mladí křesťanští demokraté; Mladí zelení, o.s.; Moravská genealogická a heraldická společnost; Moravskoslezská akademie pro vzdělání, vědu a umění; Moravsko-slezská křesťanská akademie; Muzejní a vlastivědná společnost v Brně; Odkaz legionářů a odboje v naší vlasti; Sdružení příznivců a přátel Symfonického orchestru ZUŠ města Brna - symfonický orchestr; Sdružení Richarda Wagnera v Brně, o. s.; SPOLEČNOST 1645, občanské sdružení; Společnost mladých přátel Josefa Šafaříka, o. s.; Společnost pro kulturu a dialog K2001; Společnost přátel Moravské galerie; Společnost přátel Muzea města Brna; Společnost Renata, sekce vojenské historie; Spolek Kultura & Management; Spolek pro zachování kulturních tradic; Spolek přátel Domu umění města Brna; Spolek přátel hudby při Filharmonii Brno – sekce pro komorní hudbu; Spolek přátel vydávání časopisu HOST; Studentská organizace StudentZone; Šermířský spolek URSI, o. s.; Unie neslyšících Brno; Verbum et Musica; Veterán Auto Moto Club v AČR; Vlastivědný klub Petra Bezruče Brno; Vysokoškolské katolické hnutí Brno; Ženský vzdělávací spolek VESNA, o.s.; Ženy50, o.s.

Graf 16. Průběžná struktura výnosů organizací z oblasti sdružení a spolků (není omezeno časovým obdobím)



Brněnská sdružení a spolky se ovšem navzdory svým početným a intenzivním aktivitám potýkají s řadou problémů a potíží. Alfou omegou je opět vnímaná nedostatečná podpora z veřejných prostředků a nedostatek finančních prostředků obecně. Ten se projevuje v mnoha podobách, absencí vhodných prostor pro vlastní činnost počínaje, nedostatečnou propagací a personálním a administrativním zázemím konče. Trendem posledních let je též snižující se zájem o dobrovolnickou práci a uvnitř samotných organizací je subjektivně pociťován klesající zájem veřejného sektoru o činnost brněnských spolků a sdružení.

Nakladatelství, literární akce, předčítání, recitály, autogramiády

Velikosti města odpovídá počet a šíře záběru místních nakladatelství. V Brně jsou umístěna na jedné straně tematicky zaměřená nakladatelství a na straně druhé organizace s širokým portfoliem vydávané literatury a pestrout skladbou cílové skupiny (čtenářů) – tedy „širokoprofilové“ instituce. Tematická nakladatelství ve městě Brně se ve velké většině zaměřují v první řadě na vydávání naučné literatury. To souvisí především s významným zastoupením vysokého školství v Brně, kdy řada z těchto institucí je buďto bezprostředně napojena na zde sídlící vysoké školy, nebo má na akademickou půdu silnou návaznost.

Profil většiny brněnských nakladatelství je možné nalézt ve většině českých a moravských měst a některá z nich jsou zaměřena na vydávání technické či odborné literatury s minimální nebo nízkou vazbou na oblast kultury. Níže jsou uvedena dvě nakladatelství, u kterých je naopak

vazba na kulturní aktivity sledované v této koncepci převažující. Jedná se hlavně o Atlantis, které je vydavatelem děl řady předních českých autorů, kupříkladu Milana Kundery, Ludvíka Vaculíka nebo Zdeňka Rotreкла, zároveň ovšem vydává překlady zahraničních autorů (zejm. Günter Grass a další), memoárovou tvorbu i poezii.

Patří sem také Host se svými zavedenými a respektovanými edičními řadami, autory, jejichž jména patří v české literatuře k těm nejprestižnějším, a se stejnojmenným časopisem, který se pravidelně věnuje reflexi a kultivaci české literární scény. Svým způsobem tak toto nakladatelství představuje výjimečnou literární velmoc. Host vydává tradičně kvalitní českou prózu a poezii, literární teorii i literaturu naučnou — publikace věnované historii, sociologii, filmové vědě i dalším oborům. V posledních letech se výrazně rozšířila řada překladové beletrie, ale nově zde našla přístřeší například i prestižní edice Česká knižnice s výběry z děl českých klasiků.

Příklady nakladatelství Atlantis a Host představují právě tu část literární produkce, která má vedle neoddiskutovatelných kvalit přesahy a vazby na další oblasti kulturního působení a na ní by se proto měla soustředit podpora poskytovaná z veřejných prostředků.

V rámci sledování specifického prostoru brněnského nakladatelství a vydavatelství, sehrává výraznou roli patrioticky-regionálně působící vydavatelství a nakladatelství Šimon Ryšavý. Systematicky se věnuje vydávání titulů o městě Brně, o významných krajských i metropolitních osobnostech či obce legionářské. Ve své „Kavárně pod hodinami“ realizuje autorská čtení, výstavy apod.

Poměrně pestrá je paleta organizací zaměřených na literární akce, předčítání, recitály a autogramiády. Jejich zaměření je v řadě případů natolik specifické, že jsme byli nuceni v této kapitole na rozdíl od předcházejících oddílů přistoupit k podrobnější deskripci některých z nich. V Brně lze např. nalézt neziskovou organizaci (Čítárna u čerta) zaměřenou na podporu čtenářství dětí a mládeže formou pořadů živého čtení, vyprávění, výstavní činnosti a čtení ve světových jazycích. Jiný z obdobných projektů (LiStOVÁNÍ) zahrnuje představení nových literárních titulů formou divadelních a hudebních představení a scénického čtení s osobitou interpretací díla. Některá občanská sdružení (Občanské sdružení Weles, o.s.) deklarují úsilí o rozvoj literárního života a vytváření prostoru pro poezii. Činnost sdružení sestává z pořádání literárních večerů, zvláště čtení poezie, autorských setkání a výstav. Sdružení usiluje o propagaci literárního dění v denním tisku a ostatních médiích a zabývá se editorskou a vydavatelskou činností, v jejímž rámci vydává vlastní literární časopis, který je primárně zaměřen na nejnovější českou poezii a prózu. Významnou pozici zaujímá Měsíc autorského čtení, největší literární festival v České republice, jenž se odehrává také na dalších místech u nás a v Polsku.

Dle dotazníkového šetření je profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v této oblasti (literární akce, předčítání, recitály, autogramiády, autorské čtení) největší zájem, následující:

- starší generace nad 60 let,

- vyšší zastoupení žen,
- středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní,
- senioři a osoby v domácnosti,
- osoby, jejichž rodnou řečí je český jazyk.

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí také poukázal v rámci dotazníkového šetření na rezervy v návštěvnosti akcí pořádaných v této oblasti.

Ostatní oblasti

Brněnskou kulturní scénu doplňují ještě oblasti nebo skupiny subjektů, které hrají v rámci brněnských kulturních aktivit spíše doplňkovou roli anebo, které je obtížné zařadit do některé z výše prezentovaných tematických oblastí. Jedná se o oblast práce s mládeží, dále o oblast nadací, občanská sdružení, agentur na trhu s uměním a aktivit přesahující do více kulturních oblastí.

Speciální kulturní aktivity pro práci s mládeží jsou součástí činnosti divadelních, muzejních, galerijních a dalších institucí popisovaných v jiných kapitolách, na které v této souvislosti odkazujeme. Klíčovou roli zde sehrává Středisko volného času Lužánky, školské zařízení Jihomoravského kraje, které má v Brně rozmístěno 10 poboček. Spektrum činnosti centra, jehož služeb ročně využije téměř 11 000 osob, je poměrně široké, od přehlídek amatérských divadelních souborů, přes výukové programy pro školy v oblasti médií, podporu folklorních souborů a souborů jiných hudebních žánrů až po trendové akce dle aktuální společenské poptávky.

Významnou roli vedle institucí veřejných zřizovatelů (mezi které patří i městská část Brno–střed se svým Centrem volného času Botanka; Kulturní vzdělávací a informační centrum městské části Brno-Vinohrady a Kulturní a vzdělávací středisko U Tří kohoutů městské části Brno-střed) hrají také organizace spojené s církevními institucemi. Patří sem jak nadace, tak i občanská sdružení a organizace patřící do sítě obdobně zaměřených zařízení. Příkladem může být Salesiánské středisko mládeže v Brně Žabovřeskách. Činnost těchto institucí má opět podobně jako v případě organizací zaměřených na práci s menšinami přesah do sociální oblasti (prevence sociopatologických jevů mládeže aj.) a generuje tak pro společnost významné vedlejší ekonomické efekty.

Nedílnou součástí kulturní scény města Brna jsou nadace, občanská sdružení a obdobně zaměřené instituce usilující o další rozvoj brněnské kultury. Spektrum jejich činnosti je široké, od institucí zaměřených na podporu činnosti v oblasti hudby, přes organizace zacílené na podporu výtvarného umění po subjekty zaměřené obecně na podporu nekomerční umělecké tvorby z vícero oblastí (např. OTAART). Brněnskou kulturní scénu na tomto poli dotváří také

Sdružení Bienále Brno, které sdružuje designéry, umělce a teoretiky za účelem propagace grafického designu.

Agentury na trhu umění nejsou sice kulturními institucemi, ale velmi významnou měrou se podílejí na zajišťování organizační stránky kulturního dění ve městě, včetně kompletní organizace významných kulturních akcí. Některé z nich se orientují převážně na oblast hudby, případně zprostředkování hudebních vystoupení. Jiné z uměleckých agentur působících na území města Brna se koncentrují svou činností na oblast divadla, klasické, rockové i lidové hudby, tance, výstav a prezentace českých umělců v zahraničí.

Zastoupena je ovšem i podpora současného českého výtvarného umění, organizace výstavních projektů a prezentace domácího umění na mezinárodním poli. Pomocí agentur na trhu s uměním nebo reklamních společností jsou v Brně zajištěny též některé z venkovních akcí festivalového typu, jakými jsou např. Ignis Brunensis nebo Ruská kultura v České republice.

S ohledem na skutečnost, že řada agentur působí na mezinárodním poli (jejich klienty jsou významná umělecká tělesa z Evropy i z dalších kontinentů) považujeme za žádoucí, aby město Brno dále s těmito subjekty rozvíjelo spolupráci (za účelem podpory kulturního dění ve městě a navázání mezinárodních kontaktů), tedy klasický příklad organizované a podporované akce typu "public city adventure". Její forma je samozřejmě limitována platnou legislativou vztahující se k problematice tzv. veřejné podpory.

Kromě festivalů a společenských akcí uvedených v jiných částech této zprávy jsou organizovány obdobné akce, které lze jen obtížně přiřadit k některému ze sledovaných odvětví. Turistické informační centrum města Brna, které pořádá většinu velkých městských akcí konaných v exteriéru města, organizuje také např. akci Dny Brna – připomínku úspěšné obrany proti obléhajícímu švédskému vojsku za třicetileté války roku 1645. Součástí akce je ztvárnění historických reminiscencí (jarmaky, živé obrazy z bitvy, průvody aj.). Připomínky období třicetileté války mají v Brně v rámci historicky zaměřených akcí silnou tradici. Kulturní dění v Brně ovšem čeká na své obohacení i prostřednictvím akcí zaměřených na jiná historická období.²⁹

Multioborový charakter má také festival Brněnské kulturní HOSTování zaměřený na rozličné formy umělecké kreativity: literární čtení a prezentace, panelové diskuse, filmové projekce, expozice výtvarného umění, divadelní představení a koncerty. Organizátorem je nakladatelství HOST.

Profil osob, které mají o návštěvu kulturních aktivit v jiných oblastech než těch, které byly prezentovány v předchozím textu a ke kterým měli respondenti možnost se v rámci

²⁹ Ke stěžejním akcím konaným v exteriérech patří dále například Divadelní svět Brno, Brněnské Vánoce či Festival vědy.

dotazníkového šetření vyjádřit (jedná se tedy o festivaly a veletrhy, největší zájem, je dle dotazníkového šetření následující:

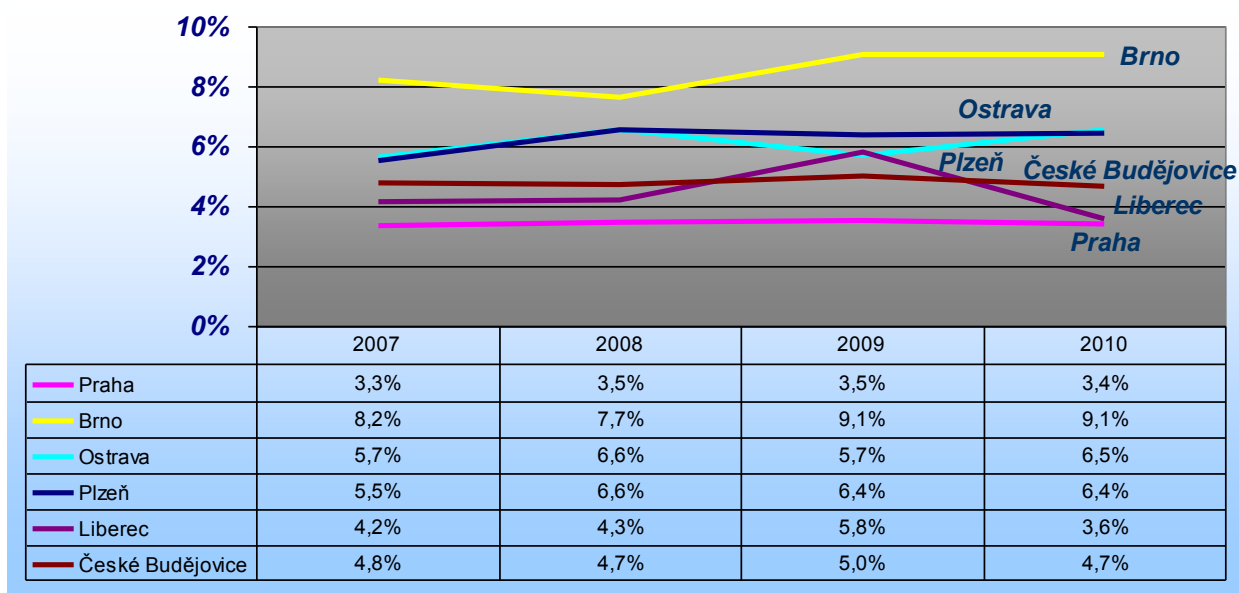
- Open air akce–slavnosti pod “širým nebem”, festivaly
 - mladá generace (15–29 let),
 - mírná převaha oblíbenosti u mužů,
 - studující,
 - mírná převaha osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk,
 - ochota platit vyšší vstupné na tyto akce u studentů vysokých škol a u osob vyučených s maturitou,
- veletrhy:
 - osoby v produktivním věku,
 - vyšší převaha zájmu mužů,
 - středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní.

Ekonomické souvislosti

Obecné souvislosti

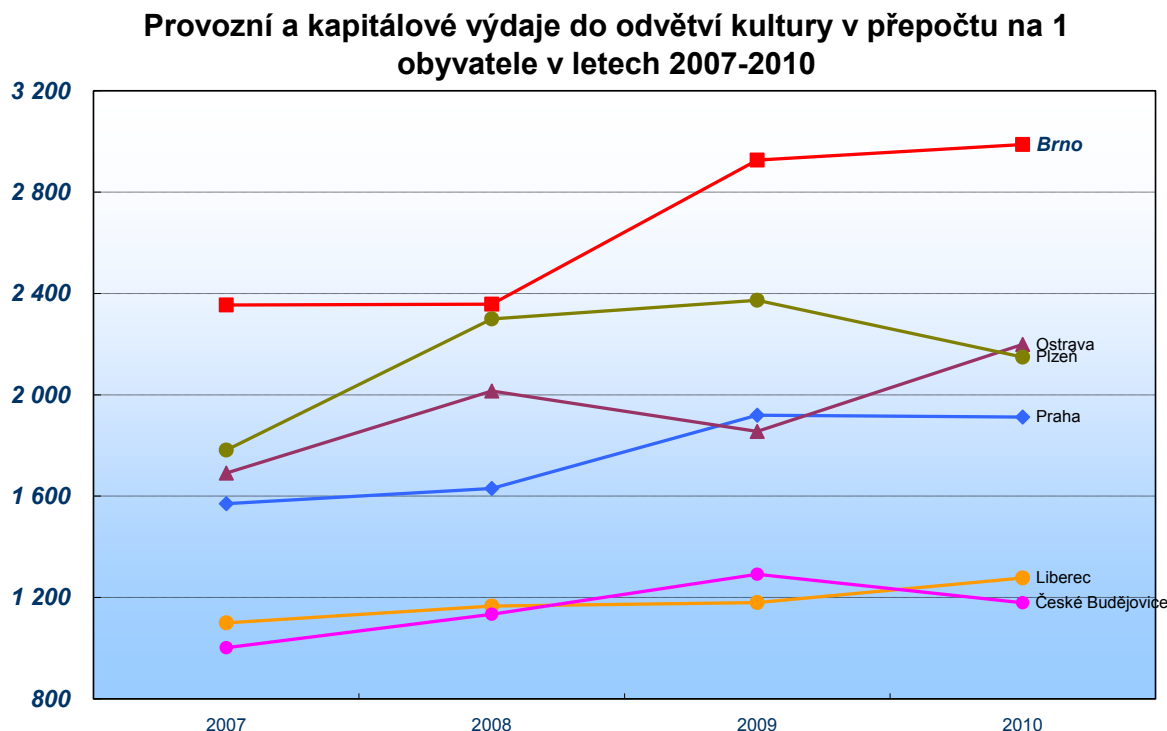
Problematicku ekonomických souvislostí kultury v Brně je potřebné vnímat ve dvou rovinách. První z nich je oblast stabilní podpory příspěvkových organizací města, pomocí které město zajišťuje dostupnost kulturní služby pro obyvatele města a regionu, a to tím, že město zajišťuje ekonomicky únosnou výši nákladů na návštěvu kulturních představení (cena vstupenky). V této situaci vyznívá příznivě, že město vydává ve srovnání s dalšími městy nejvíce prostředků na oblast kultury v rámci svého rozpočtu, a to jak v nominálních hodnotách, tak při přepočtu na 1 obyvatele.

Graf 17. Informace o zastoupení výdajů na kulturu vůči celkovému rozpočtu měst ve městech Praha, Brno, Ostrava, Plzeň, Liberec a České Budějovice



Zdroj: Magistrát města Brna, 2011

Graf 18. Přepočet poskytnuté dotace do oblasti kultury na 1 obyvatele a HDP (srovnání měst Praha, Brno, Ostrava, Plzeň, Liberce a České Budějovice)



Zdroj: Magistrát města Brna, 2011

Druhou sférou je oblast dotací, jejichž distribuce pomáhá vytvořit přirozené konkurenční prostředí, v němž mohou koexistovat nejrůznější aktivity v nejširším spektru druhů a žánrů umění, a v nejširším spektru produkčních modelů (aktivity volnočasové, neziskové, ziskové). Tato diverzifikace je po vzoru dalších měst, kde je podobný princip aplikován (Praha), v souladu s principy demokratické společnosti jedním z hlavních principů kulturního a uměleckého prostředí. Problematika dotací je podrobněji sledována na str. 71 tohoto dokumentu.

Umělecky kvalitní projekty se bez podpory z veřejných zdrojů neobejdou. Problémem veřejné scény je vliv současné hospodářské situace, která ohrožuje hlavní příjmy zřizovatelů kulturních institucí a může tak přímo ohrožovat prostředky do těchto organizací vkládané (kolikrát bez možnosti zřizovatele tyto vnější skutečnosti ovlivnit). Tato situace je nepříjemná též pro subjekty nezřizované scény. Ty jsou v řadě případů schopny dosáhnout u svých projektů výjimečné umělecké kvality. Motivační stimul v podobě výrazného spolufinancování aktivit ze strany příjemců dotací je zde určitou zárukou kvality. Je ale otázkou, zda je rozsah veřejných prostředků vkládaných do nezřizované scény dostatečný z hlediska dlouhodobé udržitelnosti. Za současné situace jsou subjekty z nezřizované scény nuceni vkládat velký objem dobrovolnické práce

a vlastních financí do svých projektů.³⁰ To je dlouhodobě neudržitelné a pokud se situace nezmění, může vést k omezení tohoto segmentu brněnské kultury. Situaci dále komplikuje skutečnost, že zejména v době současného ekonomického útlumu se navíc stávají ještě omezenějšími sponzorské dary ze soukromého sektoru a výnosy nadačních fondů.

Ekonomické souvislosti organizací zřizovaných městem

Brno, jak je uvedeno i v této zprávě, současně poskytuje poměrově ze všech srovnávaných měst největší část svého rozpočtu na celou oblast kultury (viz Tab. 27 na str. 65). Oproti jiným městům také financuje velice rozsáhlou síť páteřních institucí, na jejichž finančním krytí se stát a Jihomoravský kraj podílí minimálním rozsahem. Sféra ekonomických výkonů příspěvkových organizací města je z pohledu toho, co může nositel strategie Statutární město Brno v brněnské kultuře dále rozvíjet, klíčová a je jí na tomto místě věnována patřičná pozornost. Celkové shrnutí základních globálních údajů o výkonech organizací zřizovaných městem je následující:

Tab. 22. Informace o výkonech organizací zřizovaných městem za rok 2010

Informace o výkonech organizací zřizovaných městem	Absolutní hodnoty
Návštěvníci (bez údajů z Knihovny Jiřího Mahena)	1 564 063
Počet akcí	5 094
Počet zaměstnanců/členů	1 652
Vývoj počtu návštěvníků za poslední 3 roky	rostl
Procentní změna počtu návštěvníků	+1,5
Dotace zřizovatele bez odvodu z IF	643 435 000

Zdroj: Magistrát města Brna

Podrobnější údaje jsou uvedené v následujících tabulkách. Dostupná čísla (vývoj počtu úvazků, návštěvnost) prokazují poměrně stabilní situaci kulturního sektoru zřizovaného městem Brnem. Návštěvnost městských institucí v celkovém úhrnu v období let 2006 a 2010 rostla.³¹

Tab. 23. Vývoj návštěvnosti jednotlivých institucí zřizovaných městem Brnem na poli kultury

	2006	2007	2008	2009	2010
NDB	249 140	286 048	292 361	288 403	308 163
MDB	311 471	327 455	311 471	324 503	311 662
CED	64 049	70 897	76 554	76 304	88 231
DR	79 142	77 606	73 582	74 531	64 903
FB	65 949	104 505	87 944	118 659	75 884
MMB	131 602	150 381	140 937	133 010	131 408

³⁰ Vazba mezi zřizovanou a nezřizovanou scénou a negativní dopad na případné ohrožení rozsahu financování veřejné scény na scénu nezřizovanou však vyplývá také ze skutečnosti, že nezřizovaná scéna je dílem realizována profesionálními umělci, kteří jsou placeni z financí organizací, které tvoří páteřní systém kultury ve městě Brně.

³¹ Velice silnou návštěvnost mají standardně festivalové akce, případně akce pod širým nebem, které lákají návštěvníky již tím, že v řadě případů je vstup zcela volný.

	2006	2007	2008	2009	2010
DUB	77 332	102 800	29 737	34 238	44 190
TIC	253 804	378 800	379 543	352 238	492 832
HaP	76 082	81 480	91 181	97 037	43 810
Celková návštěvnost	1 308 571	1 579 972	1 483 310	1 498 923	1 561 083
Index změny vůči výchozímu roku	1,19	1,44	1,35	1,37	1,37
KJM	2 384 322	2 327 589	2 182 691	2 149 467	2 158 776

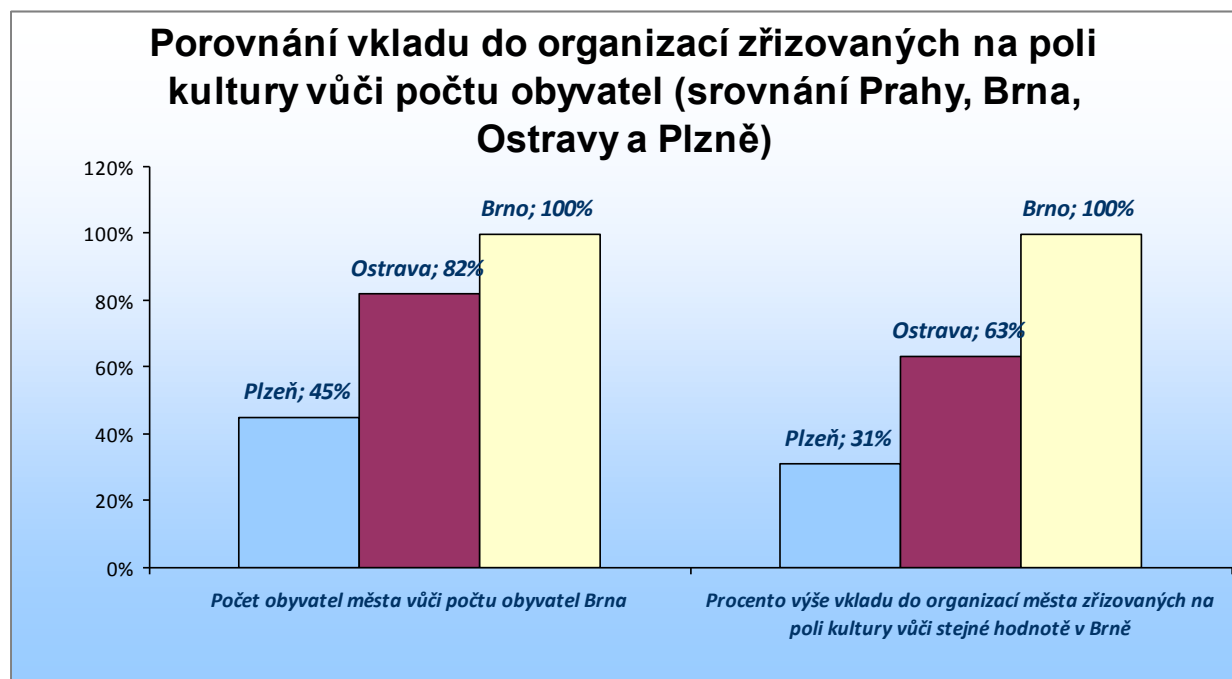
Tab. 24. Vývoj nákladů zřizovatele na chod příspěvkových organizací v oblasti kultury (bez odečtu odvodů z IF)

Institute/Rok	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010
Národní divadlo Brno	206 245 000	243 731 000	272 923 000	279 028 000	288 195 000
Centrum experimentálního divadla	33 202 000	32 635 000	33 147 000	35 147 000	33 940 000
Městské divadlo Brno	153 362 000	156 931 000	164 443 000	171 576 000	163 178 000
Divadlo Radost	17 945 000	18 188 000	18 837 000	20 080 000	19 006 000
Filharmonie Brno	53 004 000	54 322 000	57 051 000	58 977 000	57 500 000
Muzeum města Brna	38 115 000	43 811 000	46 626 000	48 600 000	58 797 000
Dům umění města Brna	12 490 000	12 970 000	15 025 000	15 625 000	13 957 000
Turistické informační centrum města Brna	22 191 000	24 245 000	30 561 000	37 106 000	39 744 000
Hvězdárna a planetárium Brno	7 617 000	7 798 000	8 114 000	8 424 000	8 279 000
Knihovna Jiřího Mahena v Brně	48 489 000	50 494 000	51 697 000	56 216 000	56 142 000
CELKEM	592 660 000	645 125 000	698 424 000	730 779 000	738 738 000

Zdroj: Magistrát města Brna, výroční zprávy jednotlivých institucí

Brno přitom vykazuje také zdaleka nejvyšší vklad do svých organizací zřizovaných na poli kultury v porovnání s dalšími alespoň částečně srovnatelnými městy ČR (Praha, Plzeň, Ostrava). Pokud má tedy Ostrava 82 % obyvatel Brna, tak její vklad do kultury odpovídá pouze 63 % výše vkladu do kultury v Brně. Podobnou optikou je třeba vnímat i srovnání s dalšími městy.

Graf 19. Porovnání vkladu do organizací zřizovaných na poli kultury vůči počtu obyvatel (srovnání Brna, Ostravy a Plzně)



Zdroj: veřejně přístupné informace na webových stránkách jednotlivých měst

Ekonomické souvislosti nezřizované kulturní scény

Potenciál nezřizované kulturní scény dokládá několik čísel: na brněnské nezřizované divadelní scéně vznikne ročně okolo 40 nových inscenací a měsíčně se odehraje 80–110 představení pro cca 5500–8600 diváků.³² Za celý rok tak vznikne mezi 960 a 1 320 představeními s celkovou návštěvností 66 000 – 103 200 diváků.

Tab. 25. Informace o výkonech brněnských subjektů působících na divadelní scéně (jiné než zřizované městem a státem - výsledky anketního šetření)

Hodnoty získané z ankety mezi institucemi působícími na divadelní scéně v Brně	Průměrné hodnoty	Mediany	Celkem
Představení v Brně	67%	80%	-
Představení mimo Brno	33%	20%	-
Návštěvníci	7 500	3 500	63 820
Počet členů	64	25	545

³² Nepříspěvková divadelní kultura v Brně a její financování (druhý kulatý stůl) pořádá Kabinet divadelních studií při Seminárii estetiky FF MU Brno.

Počet členů – herců	42	12	355
Procentní změna počtu návštěvníků	37%	35%	-
Z kolika % pokryje vstupné provoz Vaší organizace?	34%	30%	0%

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. - vlastní anketní šetření - 2011

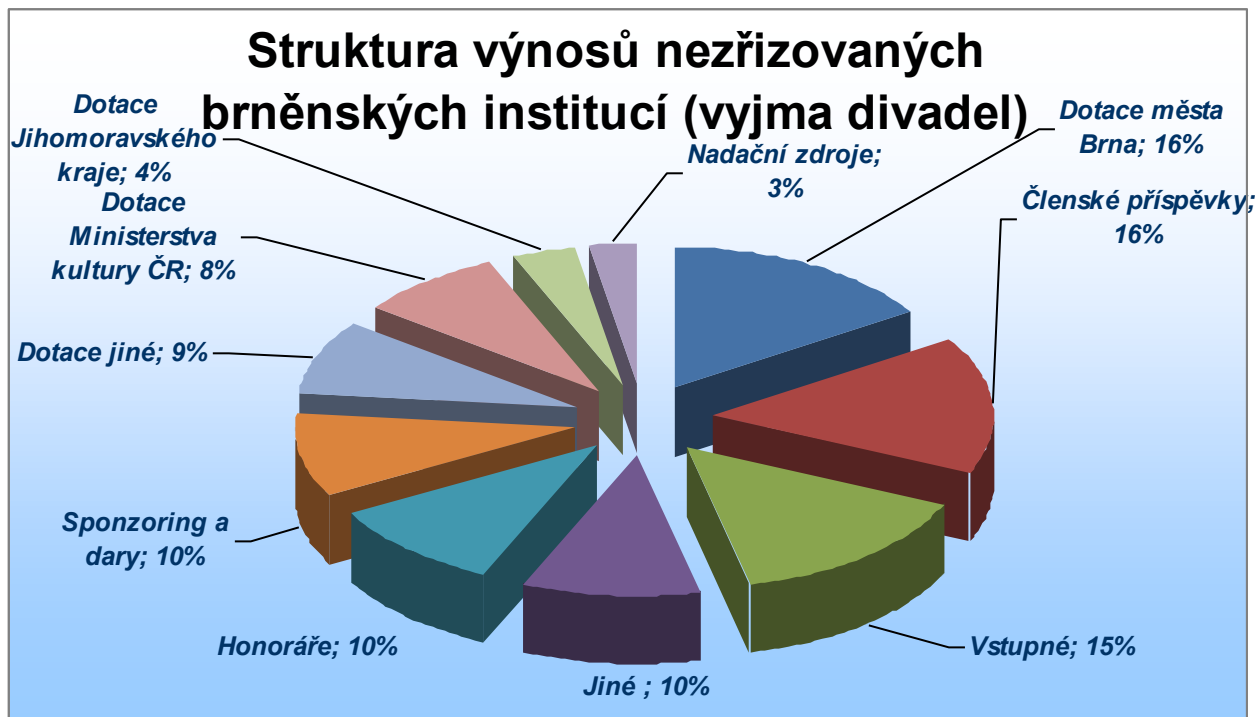
Tab. 26. Informace o výkonech brněnských subjektů působících v jiných oblastech než divadelní scéně (jedná se o subjekty jiné než zřizované městem a státem - výsledky anketního šetření)

Průměrné hodnoty získané z ankety mezi institucemi působícími v Brně (vyjma divadelní scény)	Absolutní hodnoty zaokrouhlené na sta	Průměrné hodnoty	Median
Počet akcí v Brně	-	71%	80%
Počet akcí mimo Brno	-	29%	18%
Návštěvníci	640 000	8 900	2250
Počet akcí	3 000	45	10
Počet zaměstnanců/členů	5 000	61	23
Počet zaměstnanců/členů věnujících se vlastní kulturní činnosti	2 000	21	9
Počet zaměstnanců/členů věnujících se zajištění chodu organizace	0	5	3
Počet zaměstnanců/členů - dobrovolníků	3 000	39	12
Vývoj počtu návštěvníků za poslední 3 roky	-	rostl	-
Procentní změna počtu návštěvníků	-	19%	-
Náklady	119 598 000	1 840 000	260 000

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. - vlastní anketní šetření - 2011

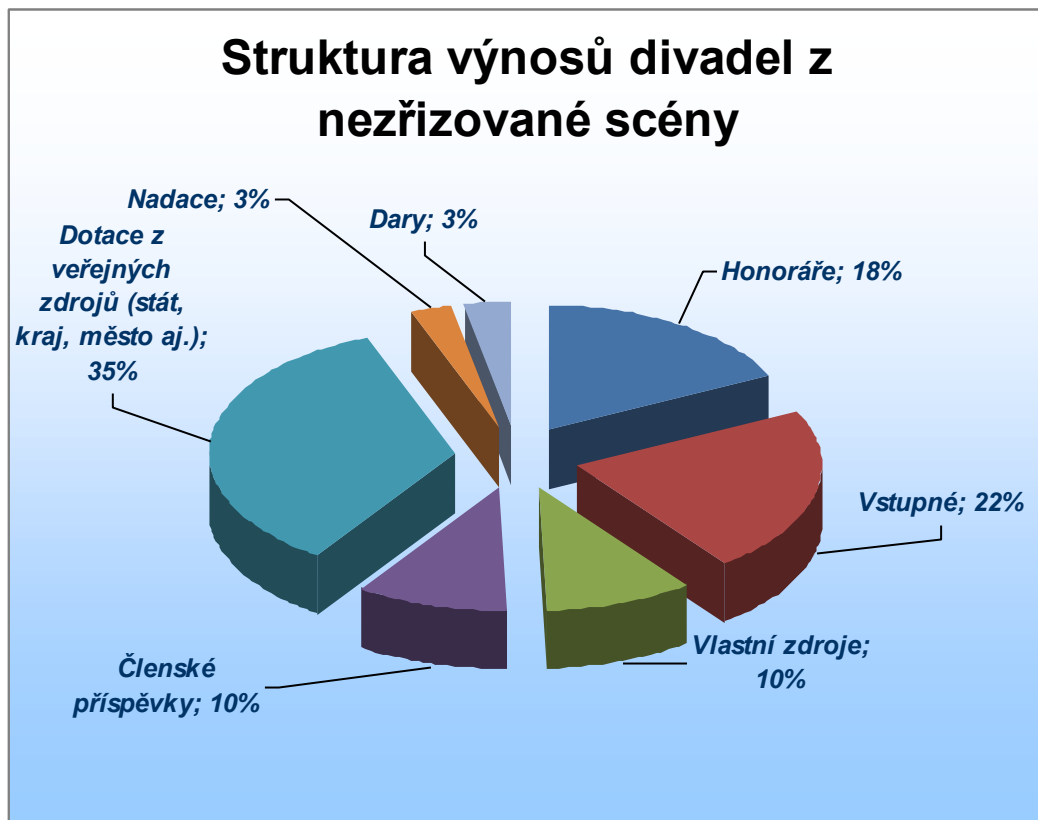
Podle ankety mezi cca 290 vytipovaných subjektů se na brněnské nezřizované scéně jiné než divadelní pořádá ročně u necelé třetiny subjektů, které odpověděly na anketu (29,5 %), okolo 3 000 akcí s návštěvností cca 640 000 osob. Počet členů (případně zaměstnanců) těchto subjektů se pohybuje kolem čísla 5 000. U téměř 60 % respondentů počet návštěvníků pořádaných akcí v posledních letech rostl.

Graf 20. Průběžná struktura výnosů brněnských institucí nezřizované scény (vyjma divadel; není omezeno časovým obdobím)



Údaje o financování divadel nezřizované scény, kde údaje byly získávány odlišnou metodou a nejsou proto porovnatelné se strukturou výnosů ostatních brněnských institucí nezřizované scény, jsou uvedeny pro doplnění níže.

Graf 21. Financování nezřizovaných divadel dle anketního šetření



Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. - vlastní anketní šetření - 2011

Možnosti dalšího rozvoje místní kultury spatřujeme v rozvoji financování těchto institucí z veřejných dotací. Nelze opomenout ani nedávný vývoj v Praze, která měla již možnost ověřovat některé změny v dotačním systému. Jedním z těchto principů je kromě zavádění víceletých grantů, spojených i s transformací příspěvkových organizací, a podrobného vypracování hodnotících kritérií relativně vyšší zastoupení dotací směřovaných do kulturní oblasti. Je třeba však mít na paměti, že pozice Prahy je však do určité míry „ulehčena“ tím, že na území hlavního města je umístěna řada kulturních institucí, které jsou financovány přímo ze státního rozpočtu. Zátěž Prahy ohledně zajištění pátečního systému kulturních institucí je tak oproti Brnu a dalším velkým městům v České republice nižší. Praha je zároveň také krajem a má proto specifickou pozici.

Tab. 27. Srovnání výdajů na kulturu a výdajů na dotace v oblasti kultury (období roku 2010)

Město	Rozpočet města v roce 2010 (v milionech Kč)-skutečnost	Výdaje na kulturu v roce 2010 (v milionech Kč)	Výdaje na kulturu/schválené výdaje (v %)	Počet obyvatel k 31.12.2010	Výdaje na kulturu na 1 ob. (v tis. Kč)	Schválené granty a dotace (v tis. Kč)	Poměr grantů a dotací vůči celkovým výdajům (v %)
Brno	12 214,7	1 109,7	9,1%	371 371	2,99	12 856	1,16%
Plzeň	5 630,30	362,66	6,4%	168 808	2,15	4 523	1,25%
Ostrava	10 199,58	667,51	6,5%	303 609	2,20	6 650	1,00%

Pokud srovnáme vklad veřejných prostředků do brněnské nezřizované scény, tak u většiny oblastí se pohybuje kolem 20 %. Vyšší zastoupení těchto zdrojů vykazují divadla a galerie.

Vedle veřejných zdrojů je další možností zajištění příjmu pro nezřizovanou scénu propojení ziskových zařízení (např. restauračních provozů nebo kaváren) s kulturními aktivitami typu galerií, kinosálu aj. To umožňuje v omezené míře subvencovat ze zmíněných provozů alespoň základní kulturní aktivity. Konkrétní příklady naznačují, že se jedná o perspektivní cestu, jak alespoň částečně rozvíjet aktivity nezřizované kulturní scény (např. kinokavárna v Černých polích). Partnerství veřejného sektoru zde může spočívat např. v poskytnutí pronájmů za zvýhodněnou cenu (opět v souladu s pravidly veřejné podpory) či jinou formou podpory.

Subjekty nezřizované scény poukazovaly v realizovaných průzkumech na problémy, spojené s vysokými náklady na propagaci svých aktivit a pronájmu prostor pro působení své činnosti. Město Brno si je této skutečnosti vědomo a v rámci kapacitních možností infrastruktury svých příspěvkových organizací nabízí zvýhodněné ceny pronájmu technického zázemí a prostor pro vystupování souborů. Propagaci nezřizovaných uskupení město podporuje např. zvýhodněnými cenami za výlep plakátů prostřednictvím služeb Turistického informačního centra města Brna. Další zvýhodnění propagace probíhá u akcí, které získaly záštitu primátora města. Bohužel povědomí mezi nezřizovanou scénou o těchto možnostech je takřka nulové, což dokládá potřebu nezbytné informační kampaně.

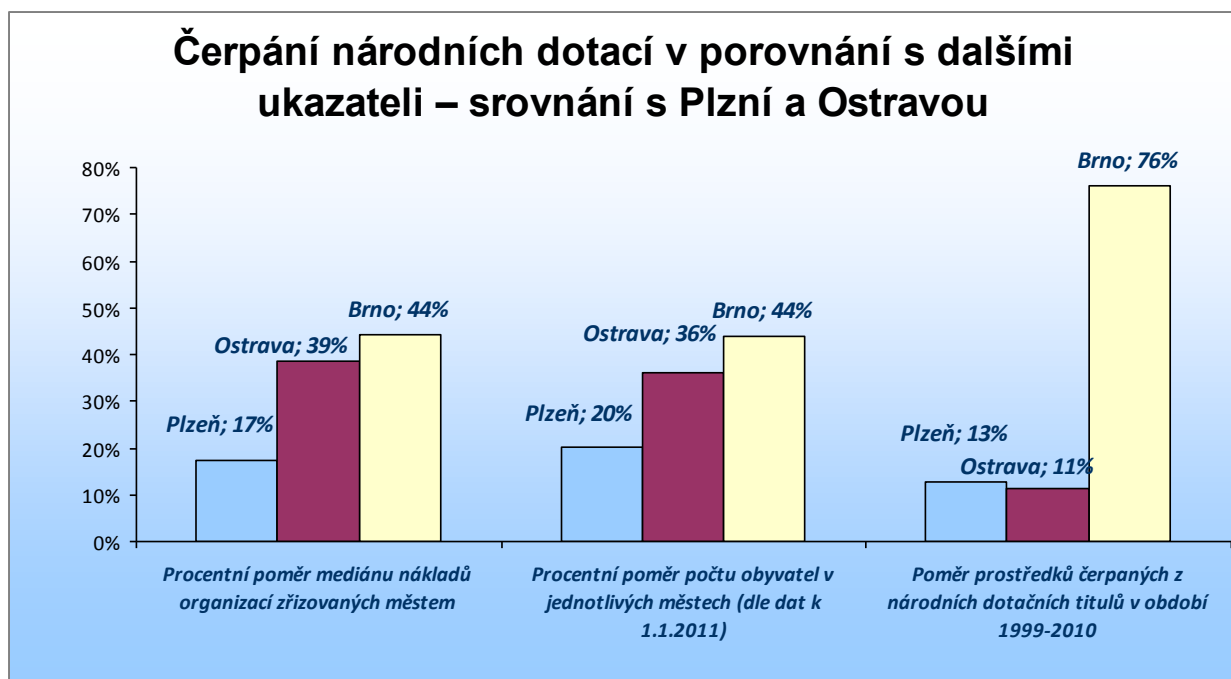
Je třeba na tomto místě doplnit, že prostředky do kultury nevkládá prostřednictvím dotací pouze Statutární město Brno, ale v nezanedbatelné míře i jeho jednotlivé městské části, kterých je 29. Přesná kvantifikace prostředků putujících z těchto zdrojů do kultury je s ohledem na roztržitost dostupných informací obtížná. Podobný systém současně ale funguje i v některých z dalších sledovaných měst.

Čerpání dotací z veřejných zdrojů

Tato kapitola byla vzhledem k velice složité problematice hodnocena pouze ze tří níže uvedených pohledů.

Organizace zřizované městem Brnem si vedou velmi dobře při čerpání národních dotačních titulů. Poukazuje na to prosté srovnání procentních poměrů částek čerpaných v Brně a v dalších srovnávaných městech, a to jak při porovnání počtu obyvatel v jednotlivých městech, tak mediánu celkových nákladů organizací zřizovaných městy.

Graf 22. Čerpání národních dotací v porovnání s dalšími ukazateli – srovnání s Plzní a Ostravou



Zdroj: ČSÚ, výroční zprávy jednotlivých organizací, Administrativní registr ekonomických subjektů, vlastní výpočty

V těch oblastech, kde ukazatele při zohlednění mediánu celkových nákladů organizací za několik posledních let vycházejí pro město Brno hůře, lze tyto výkyvy vysvětlit buď jednorázovými investicemi, případně výjimečnou činností některých z organizací.

Organizace zřízené ve městě Brně městem či Ministerstvem kultury spolupořádaly několik projektů podpořených z programu Culture na období 2007-2013.

Organizace působící na území města Brna si ve srovnání se srovnatelnými městy, které mohou v období 2007-2013 čerpat podporu prostřednictvím cíle Konvergence (tedy Plzeň a Ostrava), vede v čerpání prostředků velmi dobře, s 335 miliony alokované částky na projekty rozvoje infrastruktury a neinvestičních aktivit města Brna a organizací zřizovaných městem na poli kultury podpořené ze strukturálních fondů EU

v období 2007-2013. U obou dalších srovnávaných měst (Ostravy a Plzně) jsou tyto částky podstatně nižší (Plzeň: 17 mil. Kč; Ostrava: 70 mil. Kč).

Výsledky dotazníkového šetření

Za účelem zjištění postojů veřejnosti bylo v období měsíců června a července 2011 realizováno dotazníkové šetření. Cílovou populací šetření byli obyvatelé města Brna starší 15 let. Zvláštní zřetel byl brán na sledování skupiny studentů veřejných i soukromých vysokých škol a vyšších odborných škol se sídlem v Brně, jakožto významných návštěvníků kulturních aktivit a programů. Jejich počet v průběhu školního roku dosahuje téměř 20% celkové populace města. Při výběru respondentů byla zohledněna skladba obyvatelstva města a to dle věkové struktury, pohlaví a dle hustoty osídlení jednotlivých městských částí. Kromě výše uvedených charakteristik (věk, pohlaví a bydliště) byly sledovány i další údaje respondentů (počet nezaopatřených dětí; nejvyšší dosažené vzdělání; současné zaměstnání, mateřský jazyk) které nejsou součástí výpočtu reprezentativního vzorku, ale vedly k přesnější interpretaci dat. Sběr dat byl realizován pomocí standardizovaného dotazníku. Počet získaných dotazníků: 1013 kusů. Další podrobnosti o průběhu a metodice dotazníkového šetření jsou uvedeny v podrobné analytické zprávě k projektu.

Z výsledků dotazníkového šetření jednoznačně vyplývá potřeba oslovení starších věkových skupin obyvatelstva, protože ti se necítí být dostatečně informováni o kulturní nabídce. Z konkrétních záležitostí budou muset být dále posouzeny kroky ke zlepšení propagace nebo komunikace s veřejností v oblasti hudební scény, která se jeví, dle výsledků šetření, pro respondenty nejednoznačně uchopená (objevuje se na předních místech nejčastějších odpovědí jak na otázku „S čím jste nejvíce spokojen?“ tak i na otázku „S čím jste nejvíce nespokojen?“).

Nejvíce spokojeni s kulturou jsou studující, mladší generace a osoby s vysokoškolským vzděláním. Tyto skupiny současně kladou vyšší nároky na odstranění případné nedostatečné informovanosti.³³ Většina respondentů přitom jako nejčastěji používaný zdroj informací uváděla webové stránky. Nelze zapomínat, že nízkou míru informovanosti uváděly starší ročníky, ty využívají přitom hlavně tiskoviny a bulletin.

Odpovědi týkající se překážek častějších návštěv kulturních akcí upozornily na to, že se způsobem získávání informací jsou nejvíce nespokojeni studenti vysokých škol a vysokoškolsky vzdělaní lidé. Zmíněné skupiny přitom projevují současně u převážné většiny kulturních akcí, v porovnání jednotlivých skupin obyvatelstva dle vzdělání, nejvyšší zájem o kulturní dění.³⁴

Žebříček oblíbenosti jednotlivých institucí zdůraznil ovšem současně velkou rezervu v návštěvnosti těch typů institucí, které se umístily na jeho konci; jsou to tyto kategorie:

- galerie,
- tanec,
- literární akce,

³³ Paradoxně ty skupiny, které se stavem kultury jsou obecně nespokojeni, odpovídaly tak, že jim nevádí případná nedostatečná informovanost.

³⁴ S výjimkou veletrhů, klubů a klubových scén, kterých se potřeba posílení informačních kanálů netýká.

- národnostní a etnická kultura.

Za významné považujeme časté odpovědi poukazující na špatnou dostupnost kulturních akcí a na nedostatečnou informovanost o pořádaných kulturních akcích a aktivitách. Posílení dostupnosti nebo reorganizace míst pořádání jednotlivých akcí je třeba realizovat u aktivit určených starším věkovým ročníkům (nad 60 let věku) a pro nejmladší dotazovanou věkovou kategorii (15–19 let).

Na základě obecných závěrů dotazníkového šetření lze konstatovat, že omezenou nabídku kulturních aktivit kriticky hodnotí respondenti z řad vysokoškolských studujících, do určité míry i z řad podnikatelů a zaměstnanců. Získané odpovědi poukazují na potřebu lepší informovanosti a propagaci a lepší dostupnosti kulturních akcí. Kromě toho by motivovala respondenty k častější návštěvě bohatší a kvalitnější nabídka kulturní produkce.

Dle názorů respondentů je možné identifikovat rezervy v nabídce hudebních vystoupení, především žánrů jiné než vážné hudby. Prostor na rozšíření nabídky je, na základě získaných výsledků dotazníkového šetření, v oblastech festivalů a venkovních akcí, tedy kulturních aktivit s velkým významem a velkou návštěvností, dále v oblasti galerií a výstavnictví, divadla, akcí pro děti, kin a akcí národnostních a etnických kultur.

Z šetření vyplývá potřeba zvýšení informovanosti a propagace činnosti institucí, které z celkového hodnocení respondentů vyšly nejhůře. Respondenti jsou zmíněné instituce schopni hodnotit jen obtížně, tzn. jejich činnost pro ně není dostatečně známá a propagována. Jejich zástupci by měli posílit povědomí o náplni své činnosti a provozovaných aktivitách. Týká se to následujících kategorií:

- kulturní zařízení etnických a národnostních minorit (např. Muzeum romské kultury)³⁵,
- zařízení pro děti a mládež,
- kulturní a vzdělávací střediska (např. hvězdárna, klub Bystrouška),
- informační centra,³⁶
- veletrhy,
- open air akce–slavnosti pod “širým nebem”, festivaly.

Zpětná vazba od respondentů naznačuje, že pro město Brno je smysluplné rozvíjet potenciál nemovitého kulturního dědictví a jeho propagace, rozvíjení a zachování urbanistických hodnot v území a dále sféry divadel, festivalů a akcí pod širým nebem. Názory respondentů z hlediska atraktivity města Brna pro mezinárodní cestovní ruch směřují k významu památek a architektonického dědictví a dále k roli veletrhů a festivalů a venkovních akcí.

³⁵ Oficiální název Muzeum romské kultury, státní příspěvková organizace, dále jen Muzeum romské kultury

³⁶ U informačních center je tato situace dána tím, že jejich služeb využívají primárně návštěvníci města, na které výzkum nebyl zacílen. Obyvatelé města, jejichž postoje ke kultuře byly předmětem výzkumu, využívají jejich služeb spíše méně..

Shrnutí

Z provedených analýz vyplývá především velmi dobrá úroveň financování zřizovaných organizací ze strany města. To umožňuje jak udržovat služby obyvatelům města na poli kultury na vysoké úrovni a odráží se též ve velmi dobré kvalitě infrastruktury (s určitými výjimkami: např. depozitáře pro sbírkové předměty, skladovací prostory pro divadelní mobiliář aj.).

Pro rozvoj kulturních aktivit nezřizovaných subjektů však téměř ve všech sledovaných oblastech dlouhodobě schází vhodné prostory s adekvátním technickým vybavením a poskytované za nájem odpovídající možnostem nezřizovaných institucí působících v oblasti kultury. Je nasnadě, že takovéto prostory mohou být zajištěny a provozovány veřejnými institucemi (státní instituce, Jihomoravský kraj, město Brno). Dílčí řešení může spočívat v intenzivnějším využívání infrastruktury svěřené organizacím zřizovaným městem i pro kulturní aktivity dalších subjektů – v rámci možností, které upravují aktuální pravidla města pro nakládání s městským majetkem. Druhou možností je vznik nízkonákladových prostor provozovaných nestátními neziskovými organizacemi. Že takové prostory mohou být nezřizovaným sektorem efektivně provozovány, dokazují zkušenosti ze západoevropských měst (nositelů titulu Evropské hlavní město kultury), Slovenska i jiných míst České republiky (La Fabrika a Meet Factory Praha, Tabačka Košice). I v tomto případě jsou zřejmé výhody partnerství veřejného sektoru (reflektování vzniku podobných prostor při plánování rozvoje města, finanční partnerství aj.). Dosavadní pokusy o zavedení obdobného centra v Brně se totiž potýkají z dosud jen obtížně řešitelnými finančními problémy souvisejícími se zajištěním provozu. Ten je zatím bez stabilnějšího přísunu veřejných financí jen těžko dlouhodobě udržitelný (příkladem je projekt Multikulturního centra Stadec, Kreativní centrum Brno).

Dlouhodobým rizikem, které ohrožuje chod řady nezřizovaných institucí, jsou nízké dotace z veřejných zdrojů. Nedostatek finančních prostředků u nezřizovaných institucí klade zvýšené nároky na dobrovolnickou práci, která je vždycky nestabilním faktorem a její vysoké zastoupení tak dlouhodobě ohrožuje chod řady subjektů. Nedostatek financí neumožňuje budovat v řadě případů ani dostatečné administrativní zázemí, a to jak v podobě kanceláří, tak ve formě administrativních pracovních sil. Asi nejvíce se nedostatek financí ale podepisuje na naprosto nedostačující míře propagace, která je ovšem současně pro rozvoj kulturní scény alfa a omegou. Zde spatřujeme velký význam iniciativ ze strany veřejných institucí, a to ať již formou vzájemné spolupráce se subjekty z nezřizované scény (vzájemná propagace pomocí zavedených informačních kanálů), nebo formou poskytování speciálních dotací určených výhradně na propagaci činnosti žadatelů z řad nezřizované kulturní sféry.

V rozvinutých ekonomikách západní Evropy je rozsah prostředků poskytovaných v rámci dotačních řízení vyšší než v České republice. Toto přerozdělování veřejných financí stimuluje růst velkého kulturního potenciálu nezřizované kulturní sféry, tj. té, která není zřizována státem a územními samosprávnými celky.

Zcela zásadní je však nutnost směřování města Brna k nastavení kooperativní formy financování kultury – viz priorita A.2 Financování.

Stabilizaci umělecké scény pomáhá též zavedení víceletých grantů aplikovaných již nyní v hlavním městě Praze. Ty zajišťují úspěšným žadatelům a subjektům možnost investovat do dlouhodobějších projektů. Pokud má být podpořen bezesporu žádoucí rozvoj diverzifikovaného prostředí v kultuře, bude třeba udržet stabilitu dotačního systému uvnitř rozpočtu města a současně precizovat principy dotační politiky města Brna s vazbou na cíle kulturní politiky metropole. Současně by mělo být zajištěno, aby hodnotící kritéria byla taková, aby vstupní podmínky pro obě sféry (veřejnou i nezřizovanou) byly takové, aby ani jedna strana nebyla těmito kritérii v soutěži zvyhodňována.

Provedené analýzy dotačních systémů měst v České republice umožnily dát na zvážení podniknutí následujících kroků, kterým by měla být věnována v rámci dotačního systému v Brně adekvátní pozornost:

- hodnotící kritéria poskytování finančních prostředků,
- zveřejňování výsledného hodnocení projektu,
- absence školení a informačních seminářů pro žadatele.

Příklady z praxe navíc ukazují, že současný rozsah nezpůsobilých výdajů, na které není možné dotaci použít, limituje podpořené projekty tím, že neumožňuje proplatit mzdové prostředky a dovoluje tedy jen neplacenou dobrovolnickou práci (významný faktor nestability), limituje dále úhradu nezbytných vedlejších výdajů spojených s hostováním domácích i zahraničních partnerů (věcné dary, pohoštění a stravné) a omezuje možnosti pořízení dlouhodobého hmotného majetku a znemožňuje úhradu cestovních nákladů spojených se zahraničními cestami, přitom zahraniční spolupráce je pro rozvoj celého sektoru klíčová.

Ekonomické souvislosti brněnské kultury jsou integrálně spojeny s otázkou návštěvnosti. Kromě dobře zvolené a cílené propagace vyplývá z provedených analýz potřeba zachování a rozvoje spolupráce se školskými zařízeními. Pořady pro školy jednotlivými institucím zajišťují nezanedbatelné procento návštěvnosti a přispívají k výchově budoucích návštěvníků kulturních akcí, aktivit a událostí. Roli města spatřujeme v podpoře těchto aktivit u svých příspěvkových organizací, zajišťování vzájemného partnerství a v podpoře při získávání grantů a dotací. S ohledem na možnosti kvalitativního výzkumu je jen obtížné možné docenit skutečný markantní význam spolupráce s vysokými školami, které sehrávají v oblasti získávání nových impulsů v kulturní tvorbě nezastupitelnou úlohu.

Jako velmi důležitou spatřujeme pozici města v rámci pravomocí při plánování územního rozvoje města, tj. zajištění územních rezerv pro výstavbu infrastruktury pro kulturní vybavenost, a to jak u privátních developerských projektů, tak při rozvoji infrastruktury budované a spravované následně městem. Město se může rovněž inspirovat i domácími a zahraničními příklady, kdy se vyloučené lokality či brownfields staly přirozeným centrem uměleckého kulturního života, který ve svém důsledku významnou měrou přispěl k pozornosti veřejnosti, zvýšení atraktivity území a jeho přeměnu na mnohdy luxusní městské čtvrti s uměleckým zázemím (viz vývoj území dolních Holešovic v Praze). Obdobnou „buňku pozitivní nákazy“ lze nalézt i v současném Brnu v lokalitách Cejl, Francouzská a sousedních ulic, kde se již nyní nacházejí

takové kulturní instituce, jako je Divadlo Radost, přidružené muzeum loutek, Muzeum romské kultury, Divadlo Neslyším.³⁷ Připravuje se zde též vznik Kreativního centra Brno.

To, co ale může na první pohled vypadat jako slibný rozvoj periferních městských částí, má i svou stinnou tvář. Koncentrace uměleckých aktivit v těchto městských částech je dána primárně dostupností prostor poskytovaných za přijatelné nájem. Špatná pověst vyloučených lokalit ovšem odrazuje řadu potenciálních návštěvníků, podvazuje činnost kulturních aktivit a potvrzuje potřebu uvolnění alespoň určité části městských nemovitostí v jiných územích města pro kulturní činnost. To se netýká pouze prostor k dlouhodobému pronájmu; je to i současná výše pronájmu veřejných prostranství, která je pro drtivou většinu nezřizovaných subjektů finančně zcela nedostupná. Výše těchto poplatků je do velké míry dána legislativními nároky nelze jí označit za nepřiměřenou, pro většinu subjektů z nezřizované scény je přesto finančně nedosažitelná. Oblast kultury je dlouhodobě nahlížena jako odvětví, u kterého poskytnutí finančních prostředků nezakládá veřejnou podporu.³⁸ Je všeobecně známo, že investice do kultury se s ohledem na řadu souvisejících pozitivních efektů (zvýšená návštěvnost, související útraty návštěvníků kulturních akcí, propagace města, oživení historického centra aj.) místním samosprávám vyplatí. Výsledky specializovaných výzkumů naznačují, že návštěvník brněnských divadel vydá na výdaje související s návštěvou divadelního představení 1,4 x tolik co za vlastní vstupné.³⁹ Proto může být jedním z řešení subvence města při pořádání obdobných akcí.

S rozvojem infrastruktury pro kulturní aktivity mimo historické centrum souvisí i skutečnost, že většina klíčových kulturních institucí, tedy drtivá většina jejich kapacity je umístěna v samotném historickém centru města. Dopravní řešení tohoto území je ovšem dlouhodobě postaveno na omezování automobilové dopravy, což samozřejmě činí dostupnost zmíněných kulturních institucí problematickou jak pro návštěvníky využívající individuální automobilovou dopravu, tak pro autobusové zájezdy. Pomocí v této věci může být širší informovanost uživatelů kultury o nočních rozjezdech MHD, možného parkování v dosahu instituce či odstavných parkovišť.

Pokud hovoříme o infrastrukturním rozvoji města, tak nezanedbatelnou roli přisuzujeme také kreativním průmyslům. Na ně reaguje záměr vybudování brněnského centra pro podporu kreativních průmyslů (Kreativní centrum Brno). V rámci tohoto projektu se počítá s umístěním inkubátoru pro začínající podnikatele v kreativních průmyslech. Součástí vize jsou i nájemní ateliéry, např. pro absolventy uměleckých vysokých a středních škol. Měl by zde být umístěn též divadelní sál, galerie, prostory pro vzdělávací aktivity, kavárna, obchůdky a ubytovací kapacity typu hostel. V tomto směru však nelze opomenout, že řada aktivit spadajících do kategorie kreativních průmyslů se v Brně již realizuje.

³⁷ Podobná koncentrace subjektů z nepříspevkové scény je dnes v areálu brněnské Zbrojovky a Vlněny.

³⁸ Může se přitom jednat samozřejmě i o poskytnutí financí prostřednictvím nepřímých forem, jakými jsou nájem prostor či veřejných prostranství poskytované za cenu nižší, než je tržní.

³⁹ Dokládají to specializované studie – I. Kouřilová: Multiplikační efekty v kultuře. Masarykova univerzita v Brně, Ekonomicko-správní fakulta, Brno 2007, absolventská práce. Financování kultury je samozřejmě na jedné straně omezeno stávajícími limitovanými možnostmi městských rozpočtů; na druhé straně se zvýšení investic do tohoto sektoru pozitivně projevuje zvýšením příjmů podnikatelských subjektů ve službách (vznik vedlejších výdajů souvisejících s návštěvou kulturních zařízení) a tím i k podpoře hospodářského rozvoje města. Tj. podporou kultury se nedosahuje pouze zvýšení služeb pro obyvatele a návštěvníky města, ale také podpory ekonomického rozvoje.

Z realizovaného dotazníkového šetření vyplynula potřeba podpory informovanosti obyvatel města o probíhajících kulturních akcích. Největší zájem o většinu realizovaných kulturních akcí mají ze všech cílových skupin studenti. Z šetření vyplývá podpora informovanosti prostřednictvím nejčastěji využívaného kanálu – webových stránek.

Propagace a informovanost naráží na řadu problémů. Na jedné straně se ve městě koná mnoho kulturních akcí, což je pro návštěvníky i obyvatele města jednoznačně pozitivní, na druhou stranu bývá obtížné nalézt na jednom místě souhrnnou informaci o všem, co se ve městě děje. To bývá problém u aktivit nezřizované scény, kde se zájemce jen obtížně dostane k požadované informaci. Ačkoliv spolupráce mezi městem a nezřizovanou scénou ve smyslu výměny informací o plánovaných akcích (v dostatečném předstihu) dlouhodobě dobře funguje, komplikuje zmíněný proces problematická struktura financování subjektů na nezřizované scéně. Ty se u řady svých projektů neobejdou bez veřejných dotací, jejichž objem poskytovaný v jednotlivých letech jednotlivým subjektům lze s ohledem na velký zájem a nezbytné časové nároky na schvalovací proces jen obtížně predikovat. Tato finanční nestabilita uvažovaných zdrojů vede k tomu, že řada dlouhodobě plánovaných akcí musí být buď zrušena, nebo podstatně omezena.

Přístup k informacím o probíhajícím kulturním dění je stále ještě obtížný pro zahraniční návštěvníky a zájemce, což potvrzují i zkušenosti vysokoškolských studentů z jiných zemí.

Komunikace směrem k veřejnosti by se měla na základě posouzení oblíbenosti jednotlivých žánrů zaměřit též na akce typu galerií, tance, literárních akcí a národnostní a etnické kultury, která bude v souvislosti s nárůstem národnostní diverzity města nabývat na stále větším významu.

Kriticky (nižší míra spokojenosti) je nahlíženo na hudební scénu, což se týká jak dostatku informací o probíhajících akcích, tak ohledně oblasti nabídky hudebních akcí jiných než oblasti vážné hudby.

Samotnou kapitolou je celková koordinace aktivit probíhajících na kulturní scéně. Není výjimkou, že dvě z organizací zřizovaných městskými částmi organizují v nevelkém časovém odstupu stejnou kulturní událost (vystoupení hudební skupiny), které je v druhém případě doprovázenou nízkou nebo minimální návštěvností. Obdobný problém podvazuje rozvoj činnosti kulturních aktivit nezřizované scény, u které některé z obdobně orientovaných subjektů (např. zástupci některé z národnostních menšin, nebo folkloru určitého národa) mezi sebou soupeří o exkluzivní zastupování dané tematické oblasti a zbytečně tak vylučují vzájemnou spolupráci a žádoucí rozvoj aktivit v příslušné oblasti.

Ač to přímo z provedených výzkumů nevyplývá, z rozhovorů se zástupci uměleckých vysokých škol v Brně vedených v rámci paralelně řešeného projektu „Strategie rozvoje univerzitního školství v Brně“ vyplynulo, že velkou příležitostí v Brně je spojení „kultury a cestovního ruchu“, tedy kulturního turismu. Pro ten má Brno, umělecky vždy tíhnoucí k experimentu a alternativě, jedinečné předpoklady.

Nezbytnost kooperace v obou oblastech si uvědomuje i vedení statutárního města Brna. Proto došlo s účinností od 1.8.2011 k přejmenování a novému restrukturalizování Brněnského kulturního centra, příspěvkové organizace, na Turistické informační centrum města Brna, příspěvková organizace; s tím,

že od 1. 1. 2012 bude organizace spadat přímo pod Kancelář primátora. Uvedeným krokem došlo k vytvoření destinační městské agentury pro cestovní ruch, která ve své činnosti bude mimo jiné akcentovat kulturu v metropolitním městě, a to zejména formou vytváření produktových balíčků.

2. SWOT analýza

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
Významný a stabilní podíl výdajů na kulturu v městském rozpočtu Vybudovaný a fungující systém páteřních organizací Přiměřený rozsah investic do infrastruktury kulturních zařízení ve městě Příznivé ekonomické ukazatele organizací zřízených městem Stabilizovaná návštěvnost organizací zřizovaných městem Pořádání kulturních akcí mezinárodního významu Úspěšnost v získávání evropských grantů Služby městské knihovny na celém území města Dynamická a tvůrčí komunita nezřizované scény Kulturní a vzdělávací aktivity realizované institucemi i občanskými iniciativami (folklór, sborový zpěv a jiné) Existence kulturních institucí i mimo centrum Rozmístění kulturních center v městských částech Koncentrace vysokých škol Vysoké a střední školy s uměleckými obory Existence studií ČT a ČRo	Neexistence kooperativního financování kultury v České republice a z toho vyplývající nutnost města Brna plně financovat zřízené kulturní instituce Nedostatečná medializace a marketing kulturního života města Roztříštěnost informací o kulturním dění a absence jednotného informačního systému Proměnlivé ekonomické prostředí pro působení nezřizované kulturní scény Nedostačující kapacita a vybavenost poboček městské knihovny Nedostačující kapacita parkovacích míst v okolí kulturních institucí Absence sálu pro symfonické koncerty

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
Zavádění nových kulturních komunikačních projektů a aktivit (Muzejní noc, projekt otevřených ateliérů a jiné) Rozsáhlá podpora akcí pod širým nebem Přítomnost oborů spadajících do kreativních průmyslů a manažersko-kulturních oborů Fenomén vily Tugendhat – památky UNESCO	

<i>Příležitosti</i>	<i>Ohrožení</i>
Pořádání diskusních fór o kultuře Příznivé podmínky související s kvalitou života Optimální velikost města, jeho architektonické a urbanistické kvality, jeho historie Rozvíjející se potenciál uživatelů kulturních aktivit Využití rozvojových ploch a brownfields pro umístění kulturní infrastruktury Vysoké zastoupení studentů Významná tradice folkloru Vysoká koncentrace kulturních institucí MK ČR Potenciál v rozšíření kulturní infrastruktury v rámci rozvojových projektů města Potenciál kreativních průmyslů (připravovaný projekt kreativního centra) Potenciál projektů slučujících komerční provozy (restaurace, kavárny) a nezřizované kulturní aktivity Rozvoj nezřizované scény Rozvoj specializovaných knihoven v rámci rozvoje vysokých škol včetně pokračování digitalizace Rozšíření časové dostupnosti institucí Zvyšující se poptávka po kulturních službách u některých institucí v souvislosti s ekonomickou krizí Možnost kooperativního využívání rezervačních systémů	Nedostatečná podpora kulturních organizací ze strany státu a kraje Neexistence systému kooperativního financování Pokles příjmů města Demotivující legislativní rámec pro podporu kulturních aktivit ze strany soukromých subjektů Snižování návštěvnosti v důsledku snižování životní úrovně Nedostatek financí na obnovu kulturní infrastruktury Nedostatečná propagace brněnské kultury doma i v zahraničí Nízký zájem o akce zaměřené na menšiny

3. Zhodnocení dotazníkového šetření

Úvodní informace

Cíl a předmět dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno jako součást sběru podkladů pro vytvoření analýzy současného stavu kultury v Brně. Cílem šetření bylo provedení reprezentativního sociologického průzkumu reflektujícího poskytované kulturní služby v Brně a potřeby obyvatelstva.

Předmětem šetření byly názory brněnské veřejnosti na:

- spokojenost s kulturní nabídkou v Brně;
- silné a slabé stránky spektra nabídky kulturních produktů;
- preferované zdroje informací o kulturních akcích;
- zájem o kulturní aktivity;
- dostupnost kulturních akcí (bariéry větší návštěvnosti);
- cenová citlivost návštěvníků jednotlivých kulturních akcí;
- kulturní přitažlivost pro návštěvníky města;
- mezinárodní rozměr brněnské kultury.

Termín realizace

Sběr dat probíhal v červnu a na počátku července 2011.

Metodika šetření

Cílovou populací šetření byli obyvatelé města Brna starší 15 let. Zvláštní zřetel byl brán na sledování skupiny studující veřejných i soukromých vysokých škol a vyšších odborných škol se sídlem v Brně.

Při výběru respondentů byla zohledněna skladba obyvatelstva města a to dle věkové struktury, pohlaví a dle hustoty osídlení jednotlivých městských obvodů. Současných 29 městských částí bylo rozděleno dle počtu obyvatelstva do 6 obvodů (kopírující administrativní členění města před rokem 1990, nejlidnatější část Brno-střed tvořila samostatný obvod, viz mapa MČ Brna a schéma rozdělení do obvodů).

Kromě výše uvedených charakteristik (věk, pohlaví a bydliště) byly sledovány i další údaje respondentů (počet nezaopatřených dětí; nejvyšší dosažené vzdělání; současné zaměstnání, mateřský jazyk) které nejsou součástí výpočtu reprezentativního vzorku, ale vedly k přesnější interpretaci dat.

Metoda tzv. kvótního výběru byla zvolena jako nejprůměrnější vzhledem k požadavkům zadavatele a požadavkům na získání vstupních informací pro vytvoření programu rozvoje kultury města. Zdrojem dat pro konstrukci výběrového souboru byly údaje Českého statistického úřadu.

Sběr dat byl realizován pomocí standardizovaného dotazníku. **Počet získaných dotazníků: 1013 kusů.**⁴⁰

Mapa městských částí Brna



Zdroj: wikipedia.org

Tab. 28. Městské části Brna- rozdělení do obvodů pro potřeby dotazníkového šetření

Městské části Brna	
BRNO I Bosonohy Nový Lískovec Starý Lískovec Bohunice Kohoutovice	BRNO IV Brno - jih Židenice Líšeň Černovice Slatina Tuřany Chrlice
BRNO II Kníničky	

⁴⁰ U dílčích otázek se mohl počet respondentů lišit. Absolutní i relativní četnosti u jednotlivých otázkách byly vypočítávány primárně z relevantních odpovědí, na hladině spolehlivosti 95%. Chybějící nebo nejednoznačné odpovědi nebyly do výpočtů zahrnuty. Výjimku tvoří např. údaje o základních demografických charakteristikách respondentů.

Městské části Brna	
Bystřec Žebětín Komín Žabovřesky Jundrov	BRNO V Útěchov Ořešín Jehnice Ivanovice Medlánky Řečkovice/Mokrá hora Královo pole
BRNO III Brno- sever Maloměřice/Obřany Vinohrady	BRNO střed Brno- střed

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní šetření

Charakteristika respondentů

Rozložení výběrového a základního souboru dle městských obvodů

Struktura souboru odráží rozdíly v lidnatosti městských obvodů - viz tabulka. Počet získaných odpovědí koresponduje s velikostí stanoveného obvodu dle počtu místně příslušného obyvatelstva. Počty obyvatel jednotlivých městských částí byly stanoveny na základě údajů ČSÚ k 30. dubnu 2011.

Tab. 29. Dotazníkové šetření: struktura výběrového souboru dle bydliště

Obvody	Počet obyvatel	Podíl na populaci (%)	Počet respondentů	Podíl respondentů v %
Brno I	46791	13,48	123	13,6
Brno II	51802	14,92	136	15,1
Brno III	56899	16,39	146	16,2
Brno IV	71497	20,6	184	20,4
Brno V	44612	12,85	116	12,8
Brno střed	75366	21,72	198	21,9
Celkem obyvatelé	346 967	100	903	100,0
Mimobrněňští VŠ	-	-	110	-
CELKEM			1 013	100%

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Rozdělení výběrového souboru respondentů dle navštěvované školy

Odděleně byl šetřen také vzorek studujících veřejné a soukromé vysoké školy se sídlem v Brně. Výběrový soubor respektoval jejich procentuelní podíl na celkovém počtu vysokoškolsky studujících dle údajů ČSÚ z roku 2009.⁴¹

Tab. 30. Dotazníkové šetření: Struktura výběrového souboru dle navštěvované školy

	Počet respondentů	Podíl ve vzorku v %
Masarykova univerzita	48	43,6
Vysoké učení technické	28	25,5
Univerzita obrany	4	3,6
Veterinární a farmaceutická univerzita	4	3,6
JAMU	3	2,7

⁴¹ Školy s podílem studujících méně než 0,5 % na celkovém počtu vysokoškoláků nebyly osloveny. Podíly byly zaokrouhlovány na celá čísla.

	Počet respondentů	Podíl ve vzorku v %
Mendelova univerzita	13	11,8
Akademie Sting	2	1,8
BIBS	4	3,6
Newton College	2	1,8
VŠ Obchodní a hotelová	2	1,8
CELKEM	110	100%

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Věkové složení základního a výběrového souboru

Věkové složení výběrového souboru koresponduje s věkovým složením obyvatelstva města Brna- viz tabulka. Nepatrné odchylky v řádu jednotek procent jsou přirozeným důsledkem zvolené techniky sběru dat a neovlivňují výpovědní hodnotu zjištěných dat.

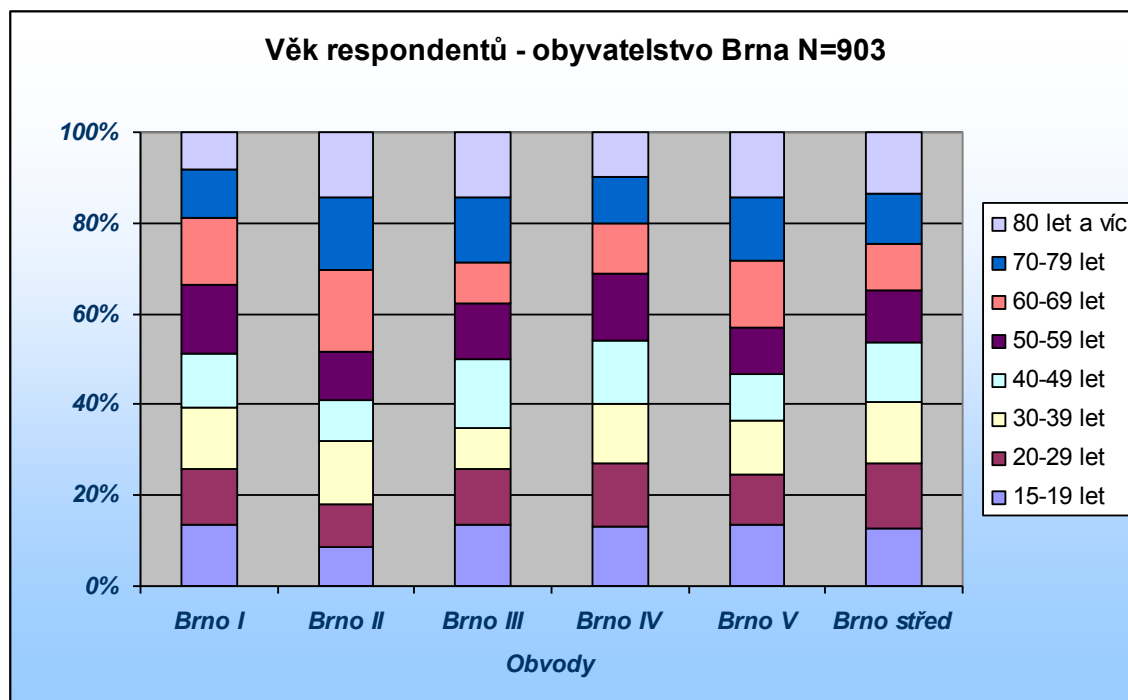
Tab. 31. Dotazníkové šetření: Struktura výběrového souboru dle věku

	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80 a víc	Celkem
Obvod č. 1									
Počet obyvatel	2587	7134	9517	6825	8188	7756	3037	1747	46791
Podíl obyvatel (%)	6%	15%	20%	15%	17%	17%	6%	4%	100%
Počet respondentů	7	20	25	18	21	20	8	4	123
Podíl v %	5,7%	16,3%	20,3%	14,6%	17,1%	16,3%	6,5%	3,3%	100%
Obvod č. 2									
Počet obyvatel	2473	6861	10381	7150	7537	9265	4913	3222	51802
Podíl obyvatel (%)	4,8%	13,2%	20,0%	13,8%	14,5%	17,9%	9,5%	6,2%	100%
Počet respondentů	7	18	27	19	20	24	13	8	136
Podíl v %	5,1%	13,2%	19,9%	14,0%	14,7%	17,6%	9,6%	5,9%	100%
Obvod č. 3									
Počet obyvatel	3154	8913	10245	8950	8310	7815	5915	3597	56899
Podíl obyvatel (%)	6%	16%	18%	16%	15%	14%	10%	6%	100%
Počet respondentů	8	26	25	23	22	18	15	9	146
Podíl v %	5,5%	17,8%	17,1%	15,8%	15,1%	12,3%	10,3%	6,2%	100%
Obvod č. 4									
Počet obyvatel	3852	11648	14992	10979	12368	9347	5101	3210	71497
% obyvatel	5%	16%	21%	15%	17%	13%	7%	4%	100%
Počet respondentů	10	31	39	28	32	24	12	8	184
Podíl v %	5,4%	16,8%	21,2%	15,2%	17,4%	13,0%	6,5%	4,3%	100%
Obvod č. 5									

	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80 a víc	Celkem
Počet obyvatel	2229	6295	9272	6478	5934	7687	4035	2682	44612
Podíl obyvatel (%)	5%	14%	21%	15%	13%	17%	9%	6%	100%
Počet respondentů	6	16	24	17	15	20	11	7	116
Podíl v %	5,2%	13,8%	20,7%	14,7%	12,9%	17,2%	9,5%	6,0%	100%
Obvod č. 6									
Počet obyvatel	4333	13880	16897	11284	10545	8920	5399	4108	75366
Podíl obyvatel (%)	6%	18%	22%	15%	14%	12%	7%	5%	100%
Počet respondentů	11	38	44	30	28	23	14	10	198
Podíl v %	5,6%	19,2%	22,2%	15,2%	14,1%	11,6%	7,1%	5,1%	100,0%

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Graf 23. Podíly věkových strat výběrového souboru- přehledově

**Rozložení výběrového souboru dle genderu a dle vzdělání respondentů**

Tyto charakteristiky již nebyly součástí kvót pro výběr respondentů. Přesto se také v těchto parametrech složení souboru respondentů významným způsobem od složení základního souboru neodlišuje, což ověřuje kvalitu získaných dat. Zdrojem údajů pro porovnání výsledků jsou data publikovaná ČSÚ.

Ve zkoumaném vzorku mírně převažují odpovědi od mužů.

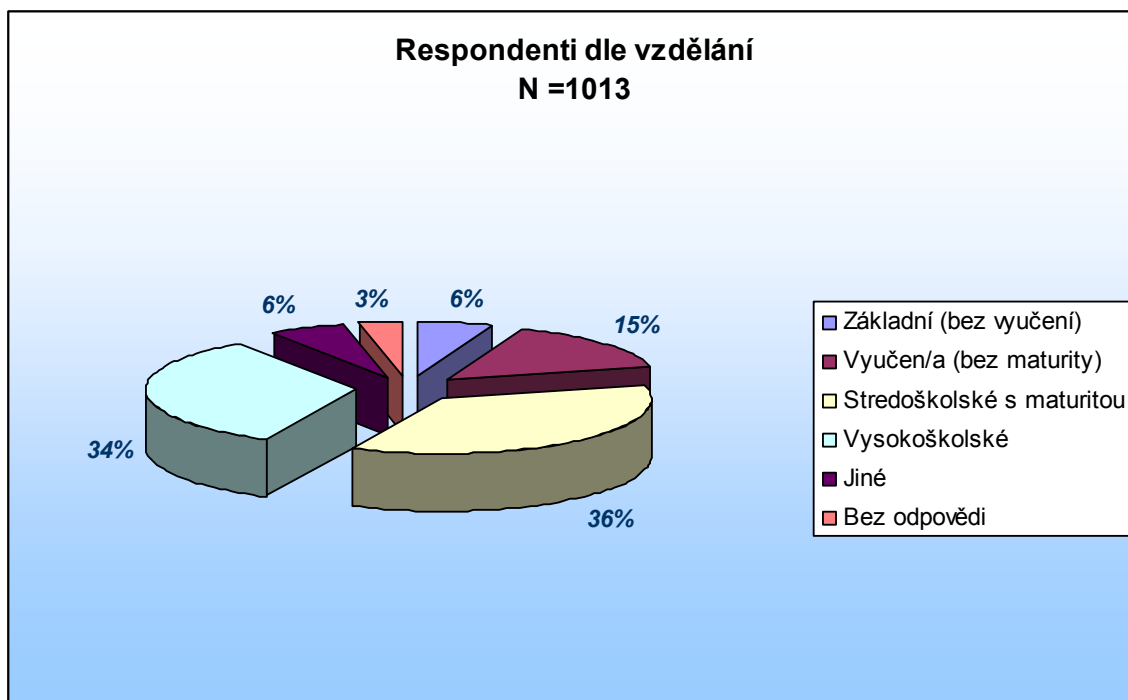
Tab. 32. Dotazníkové šetření: Zastoupení odpovědí žen a mužů v dotazníkovém šetření

	Počet	Podíl (%)
Žena	485	48
Muž	528	52
Celkem	1 013	100

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Ve výběrovém souboru je zastoupeno více vysokoškolsky a středoškolsky vzdělaných lidí než je celostátní průměr. Tento rozdíl je dán skutečností, že 11 % respondentů bylo specificky rekrutováno z řad mimobrněnských vysokoškoláků ať už v bakalářském, tak i v magisterském, inženýrském či doktorském stupni studia. Dalším faktorem ovlivňujícím vzdělanostní strukturu respondentů je specifická charakteristika Brna jako univerzitního města a centra, které přirozeně kumuluje obyvatelstvo s vyšším vzděláním (vliv štěpící linie centrum-periferie a město- venkov).

Graf 24. Počet a podíl získaných odpovědí dle nejvýše ukončeného vzdělání respondentů



Deskripce získaných výsledků

Spokojenost s kulturní nabídkou

Většina respondentů je s kulturní nabídkou ve městě celkově spokojena (79,8 %). Spokojenost s nabídkou kulturních aktivit vykazuje nepřímou úměru k věku respondentů (80 let a více: 43,48 %; 15-19 let: 85,02 %), zatímco z hlediska pohlaví jsou získané odpovědi téměř totožné. Přímou úměru vykazuje spokojenost s kulturní nabídkou ve vztahu k dosaženému vzdělání (základní vzdělání bez vyučení: 78,33 %; vysokoškolské: 85,47 %) a počtu dětí (bez dětí: 77,41 %; dvě a více dětí: 82,99 %). Předchozím ukazatelům odpovídá i míra spokojenosti s kulturní nabídkou dle socioekonomického statutu. Míra spokojenosti je nejvyšší u studentů (87,04 %), dále následují zaměstnaní (86,26 %), osoby v domácnosti (79,25 %) a podnikatelé (77,65); nejnižší míra spokojenosti je u seniorů (64,19 %) a nezaměstnaných (62,50 %). Míra spokojenosti je vyšší u osob, jejichž rodným jazykem není čeština (85,71 % oproti 79,52 %). S výše uvedenými ukazateli o klesající míře spokojenosti se vzrůstajícím věkem opět koresponduje vyšší spokojenost u skupiny vysokoškoláků s bydliště mimo Brno (82,73 % oproti 79,40 %).

Z přehledu spokojenosti s kulturní nabídkou jednoznačně vyplývá převaha pozitivního náhledu na divadelní scénu (27,1 %), následovanou filmovou scénou (13 %) a hudební scénou (10,9 %). Relativně dobře je hodnocena bohatá nabídka kultury (6 %), stejně jako klubová scéna (5,9 %), architektura a památky (3,6 %), ostatní položky jsou zastoupeny max. do 3 %.

Hudební scéna je zároveň oblast, s níž respondenti nejčastěji vyjadřovali nespokojenost (8,6 %). Následuje nespokojenost s cenami (7,7 %) a připomínky k vzdálenosti a dostupnosti kulturních akcí (7%), rezervy jsou dle respondentů v informovanosti a propagaci (6 %) a z dalších věcí byl kriticky uváděn ještě „orloj“ (5,6 %). Veškeré další odpovědi uvedené v příloženém seznamu byly zastoupeny v hodnotě pod 5 %.⁴²

⁴² Z uvedeného seznamu byly vyřazeny odpovědi bez vazby ke kulturním činnostem a aktivitám.

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| - <u>Nepořádek, špína</u> | - <u>Klubová scéna</u> | - <u>Nedostatek</u> |
| - <u>Nic pro děti</u> | - <u>Taneční scéna</u> | <u>kulturních akcí pro</u> |
| - <u>Hluk</u> | - <u>Galerie</u> | <u>starší generace</u> |
| - <u>Divadelní scéna</u> | - <u>Památky</u> | - <u>Herny, veřejné</u> |
| - <u>Malá nabídka</u> | - <u>Městské divadlo</u> | <u>domy, nonstopy</u> |
| - <u>Filmová scéna</u> | - <u>Špatná organizace,</u> | - <u>Kulturně-vzdělávací</u> |
| - <u>Náměstí Svobody</u> | <u>nedostatek lístků</u> | <u>akce</u> |
| - <u>Špatné investice,</u> | - <u>Klesající úroveň,</u> | - <u>Chybí info, programy</u> |
| <u>financování</u> | <u>kvalita</u> | <u>v cizích jazycích</u> |
| - <u>Rekonstrukce,</u> | - <u>Komerční zaměření</u> | - <u>Lidský přístup</u> |
| <u>opravy</u> | - <u>Mahenovo divadlo -</u> | - <u>Parkování</u> |
| - <u>Festivaly</u> | <u>modernizace</u> | - <u>Sochy, street art</u> |
| - <u>Malá podpora města</u> | - <u>Úbytek malých kin,</u> | - <u>Muzea</u> |
| <u>(kino, divadlo)</u> | <u>multikina</u> | |
| - <u>Doprava</u> | - <u>Úpadek výstaviště,</u> | |
| - <u>Modernizace na</u> | <u>veletrhů</u> | |
| <u>úkor klasiky</u> | - <u>Centrum města</u> | |
| - <u>Příliš klubů,</u> | - <u>Přelidněné akce</u> | |
| <u>diskoték, hospod</u> | - <u>Výstavy</u> | |

Informovanost o kulturním dění

Co se týče informovanosti o kultuře, tak vyšší míru informovanosti prokazují mladší věkové skupiny (15-19 až 30-39 – 70,4 – 72,2 %). Míra spokojenosti klesá s věkem, kde nejnižší je u věkové skupiny 80 a více let (45,7 %). Míra informovanosti klesá též s dosaženým vzděláním (vysokoškolské: 74,1 %; základní bez vyučení 65 %; vyučen bez maturity 48,3 %).

Nejvyšší míra informovanosti je doložena, opět jako u kritéria spokojenosti, u zaměstnaných (72,4 %, OSVČ: 70,4; a osob v domácnosti: 67,9 %). Dalo by se očekávat, že nízká míra spokojenosti a malá míra informovanosti u starší generace se bude odrážet ve velkém zastoupení odpovědí, které potvrzují, že respondenti jsou s nízkým stavem informovanosti nespokojeni. Je tomu tak pouze u věkové skupiny 60-69 % (10,8 %). Nízká míra informovanosti ale vadí i věkové skupině 20-29 % (10,9), zatímco nejstarší generaci tato skutečnost nevadí v signifikantní míře (70-79 let: 4,1 %; 80 a víc: 6,5 %). Z hlediska vzdělání je nejvyšší potřeba být informován doložena u vysokoškolsky vzdělaných osob (9,0 %), z hlediska počtu dětí u bezdětných (8,9 %), z hlediska socioekonomického statutu pak u studujících (9,7 %), osob v domácnosti (9,4 %) a nezaměstnaných (9,4 %).

Jste dostatečně informován/a o tom, co se děje v Brně v oblasti kultury?

Tab. 33. Dotazníkové šetření: Zhodnocení odpovědí na otázku „Jste dostatečně informován/a o tom, co se děje v Brně v oblasti kultury?“

	Počet	Podíl v %
Ano	681	67,2
Ne, ale nevadí mi to	248	24,5
Ne a vadí mi to	83	8,2
Celkem	1012	99,9
Bez odpovědi	1	0,1

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Zdroj informací o kulturních aktivitách

Dle výsledků šetření jsou jednotlivé informační kanály využívány v převažující míře následovně:

- Internet, webové stránky akce nebo organizace – pravidelně (46,4 %),
- tiskoviny, bulletin (napr. Kult) – občas (43,9 %)
- osobní doporučení, sociální sítě - občas (72,7 %)
- audiovizuální média - TV, rozhlas – občas (41,9 %).

Co se týká informačního kanálu **Internet, webové stránky akce nebo organizace** nepřekvapuje největší zastoupení pravidelného užívání tohoto média mezi mladší generací, se sestupnou tendencí ve vazbě na rostoucí věk (20-29 let: 70,7 %; 15-19 let: 63,0 %; 80 a více: 4,3 %), stejně jako rostoucí využívání tohoto kanálu spolu s rostoucím vzděláním (vyučen: 19,2 %; vysokoškolské: 60,3 %). Dle předpokladů je nejvyšší zastoupení užívání tohoto informačního kanálu u studujících (70,7 %), zatímco nejnižší zastoupení je u seniorů (11,5 %; druhá nejnižší míra je registrována u nezaměstnaných 37,5 %).

V případě **tiskovin a bulletinů** nelze sledovat jednoznačnou závislost mezi věkem a četností užívání tohoto informačního kanálu, rámcově je však nejčastěji využíván především generacemi 40-69 let (nejvíce 60-69: 43,8 %). Jednoznačnější vztah je identifikován ještě u dosaženého vzdělání, kde nejvyšší je u vysokoškoláků (41,9 %) a nejnižší u základního vzdělání (21,7 %).

U **letáků a billboardů** nelze vypořádat jednoznačnou vazbu mezi dosaženým věkem a mírou využívání těchto kanálů; jeho využívání je ovšem nízké u nejstarších věkových skupin (80 let a více: 10,9 %; 70-79 let: 23,6 %). Přímá úměra využívání tohoto kanálu byla doložena u míry vzdělání (základní vzdělání: 25 %; vysokoškolské vzdělání: 35,6 %). Nejčastěji tento informační kanál využívají, co se týče socioekonomického statutu, osoby v domácnosti (37,7 %) a dále zaměstnaní (34,4 %), nejméně nezaměstnaní (15,6 %).

U osobních **doporučení a sociálních sítí** existuje až na určité výjimky nepřímá úměra mezi dosaženým věkem a pravidelností využívání tohoto informačního kanálu (častěji u věkové skupiny 15-19 let: 61,1 %; a nejméně pak u věkové skupiny 70-79 let: 12,5 %). U tohoto informačního kanálu se jako u jediného projevuje jeho vazba mezi počtem dětí a využíváním tohoto kanálu (nejvíce u skupiny bez dětí: 42,2 %; nejméně u skupiny s dvěmi dětmi 28,5 %). S výše uvedenou vazbou mezi věkem a jeho využíváním souvisí i vysoké zastoupení mezi studenty (58,6 %). Nejméně je tento kanál využíván seniory (13,7 %) a dále pak nezaměstnanými (29,0 %).

U **audiovizuálních médií** neexistuje sice jednoznačná vazba mezi věkem a využíváním tohoto media, ale velmi vysoké je zastoupení u nejstarších věkových skupin (80 a více let: 52,2 %; 70–79 let: 50,0 %), nejmenší pak u věkové skupiny 20-29 let (10,2 %). U tohoto informačního kanálu je dále doložena nepřímá úměra mezi dosaženým vzděláním a mírou pravidelnosti využívání (vyučen bez maturity: 30,7 %; vysokoškolské vzdělání: 13,2 %). Jednoznačnou vazbu naopak nelze identifikovat v případě porovnání socioekonomického statutu a míry pravidelnosti využívání (nejvíce ho využívají senioři a osoby v důchodu: 43,7 %, nejméně pak studující 11,2 %). Tato zjištění tak odpovídají již uvedeným ukazatelům týkajícím se vztahu mezi dosaženým věkem a využíváním tohoto média.

Popularita jednotlivých kulturních činností

Seřazení popularity jednotlivých kulturních zařízení a akcí je uvedeno níže v sestupném pořadí.

Tab. 34. Dotazníkové šetření: popularita jednotlivých kulturních zařízení a akcí

AKCE	a) OBLÍBENOST (%)
	Součet odpovědí: Zajímají mě nejvíc, chci je navštěvovat Docela zajímavé, chci je občas navštěvovat
Kina	62,09
Kulturně-historické památky (např. Špilberk, Tugendhat, Brněnské podzemí)	61,20
Divadelní představení	59,43
Koncerty jiných žánrů moderní hudby (tj. jiné žánry, než vážná hudba)	56,56
Open air akce-slavnosti pod "širým nebem", festivaly	52,42
Muzea	40,87
Galerie, výstavní síně	37,31
Taneční zábavy, plesy	35,44
Knihovny, informační centra	32,87
Street art: umění v ulicích např. Sochy ve veřejném	32,48

AKCE	a) OBLÍBENOST (%)
	Součet odpovědí:
	Zajímají mě nejvíc, chci je navštěvovat
	Docela zajímavé, chci je občas navštěvovat
prostoru	
Kluby, klubová scéna např. "Skleněnka", Fléda	30,80
Veletrhy	27,74
Koncerty vážné hudby	19,84
Literární akce, předčítání, recitály, autogramiády, autorské čtení	14,81
Národnostní a etnická kultura (např. řecká, romská, orientální,...)	14,81
Jiné. Jaké?	1,28

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Nyní k jednotlivým typům kulturních akcí podrobněji (níže jsou zhodnoceny součty odpovědí „Zajímají mě nejvíc, chci je navštěvovat“ a „Docela zajímavé, chci je občas navštěvovat“):

V případě **divadelních představení** se v míře oblíbenosti potvrzuje inklinace zejména starších ročníků (dominuje věková kategorie 60-69 let: 67,69 %; následovaná kategoriemi 70-79 let, 30–39 let). Na druhém konci pomyslného žebříčku se umísťuje naopak mladá generace (15-19 let: 35, 11 %). Větší zájem je doložen u žen (67,63 %) než u mužů (51,89 %). V případě této kategorie se dále potvrzuje jednoznačná přímá úměra mezi zájmem o tyto kulturní akce a dosaženým vzděláním (základní bez vyučení: 35 %; vysokoškolské: 70, 93 %). Přímá úměra je potvrzena, i co se týče výše zájmu a počtu dětí (bez dětí 56,04 %; s dvěma dětmi 65,63 %). Z hlediska socioekonomického statutu ovšem je nejvyšší zájem o divadelní představení u osob v domácnosti (73,58 %; následovaná podnikateli a OSVČ (68,24 %) a teprve po té seniory (64,65 %), nižší je zájem u studujících (51,85 %) a nejnižší u nezaměstnaných (33,33 %). Výše uvedeným údajům odpovídá i nižší popularita divadelních představení u osob studujících v Brně vysokou školu, a tedy s bydlištěm v jiných obcích (52,73 % vůči 60,24 % u brněnských respondentů).

V případě **koncertů vážné hudby** patrně nepřekvapuje zájem o tento žánr u starších ročníků (70-79 let: 36,99 %; 80 a více: 34,78; 60-69 let: 28,46 %;) a nízká míra zájmu u mladé generace (15-19 let: 5,56 %; 30-39 let: 10,16 %; 20-29 let: 17,81 %). Opět jako u divadelních představení je zájem o koncerty vážné hudby přímo úměrný dosaženému vzdělání (základní vzdělání: 5,00 %; vysokoškolské: 26,74 %). Zájem klesá s počtem dětí (bezdětní: 21,19 %; dvě a více dětí: 16,67 %). Větší zájem je doložen u žen (22,27 %) než u mužů (17,61 %). Zájem o tento žánr se u starší generace projevuje též nejvyšším zastoupením socioekonomického statutu důchodců (33,02 %), nejnižší je naopak u osob v domácnosti (11,32 %).

U koncertů **jiných žánrů hudby** je, jak se dá předpokládat, doložena víceméně pravidelná nepřímá úměra mezi zájmem o tento žánr a dosaženým věkem. Nejvyšší hodnoty byly zaznamenány u kategorie 20-29 let, tedy ve věkové skupině s velkým zastoupením vysokoškolských studentů (81,78 %). Nejnižší je pak u kategorie 70-79 let (10,96 %). Tento žánr je oblíbený více u mužů (61,36 %); u žen dosahuje hodnoty 51,34 %. Vyšší zájem je doložen u osob s vysokoškolským a středoškolským vzděláním (67,44 % a 59,29 %; u ostatních skupin pak mezi 35-52 %). Není asi překvapující, že nejvyšší je zájem o daný žánr u studujících (82,41 %), zatímco nejnižší je u seniorů (18,6 %). Zajímavé je bezesporu výrazně vyšší zájem o tento žánr u osob s jazykem jiným než českým (74,29 %; oproti 56,01 % u ostatních respondentů).

U **tanečních zábav a plesů** sice na jedné straně převažuje nejvyšší zájem u střední generace (50-59 let: 46,38 %; 30-39 let: 42,78 %; 40-49 let: 40,58 %). Velmi vysoký je pak zájem též u věkové kategorie 15-19 let (44,44 %). Úměra oblíbenosti roste se vzděláním (vysokoškolské: 37,21 %; středoškolské: 34,70 %; nejnižší je u vzdělání „vyučen bez maturity“: 31,13 %). Z hlediska socioekonomického statutu je zájem o tento žánr nejvyšší u osob v domácnosti (62,26 %), nejnižší, v souladu s výše uvedenými údaji, u seniorů (14,42 %). Vyšší je zájem o tento žánr u osob, jejichž rodným jazykem není čeština (42,86 %; u osob s českým jazykem jakožto rodnou řečí to je: 35,63 %).

Popularita **klubů a klubové scény** je, podle předpokladu, nejvyšší u věkové skupiny 20-29 let (68,42 %), obecně zájem o tento žánr klesá ve vazbě na dosažený věk (60-69 let, 70-79, 80 a více let – shodně 0 %). Mírně převažuje zájem o tento žánr u mužů (32,95 %; u žen pak 28,45 %). Naopak nebylo možné prokázat jednoznačnou vazbu na vzdělání (nejvyšší zájem u osob se základním vzděláním: 43,33 %; nejnižší pak u vyučených: 7,95 %). Výraznější oblibu mají kluby u bezdětných (42,41 %), z hlediska socioekonomického statutu pak u studujících (67,59 %), následovaných skupinou nezaměstnaných (37,50 %), přičemž na druhém konci škály se umísťují, pokud pomineme seniory (0,47 %), osoby v domácnosti (22,64 %).

U **literárních akcí, předčítání, recitálů, autogramiád, autorských čtení** je doložen nejvyšší zájem u generací ve věkové skupině 60 let a více (nejvíce u skupiny 70-79 let: 28,77 %) a u žen (18,56 %; u mužů pak 11,36 %). Nepřekvapí patrně ani přímá úměra mezi dosaženým vzděláním a mírou zájmu o daný žánr (základní bez maturity: 9,27 %; vysokoškolské: 20,06 %). Kromě očekávaného vysokého zastoupení seniorů (22,33 %) je druhou skupinou s nejvyšší zaznamenanou hodnotou segment osob v domácnosti (16,98 %), nejmenší míra zájmu je doložena u podnikatelů a osob OSVČ – tedy převážně osob v produktivním věku s minimálním fondem volného času (9,41 %). Nepřekvapí asi mírně vyšší zastoupení zájmu u osob, jejichž rodnou řečí je český jazyk (14,73 % oproti 11,43 % u respondentů, jejichž rodnou řečí není český jazyk).

U **kin** převažuje zájem o tyto kulturní aktivity u mladších generací (83,33 % u 15-19 let; nejméně pak u generace 70-79 let: 9,59 % - zájem klesá zejména od skupiny 50-59 let – zde 60,87 %).

Zájem o kina převažuje u žen (65,77 % oproti 58,71 % u mužů). Zájem v členění dle vzdělání je víceméně rovnoměrný, výrazně nižší oproti ostatním kategoriím, kde se pohybuje kolem 65 %, je pouze u skupiny vyučen bez maturity (zde 47,02 %). Z hlediska socioekonomického statutu jsou doloženy nejvyšší hodnoty u osob v domácnosti (86,79 %) a u studujících (78,24 %), nejnižší pak u seniorů (22,79 %). Vyšší je míra zájmu u osob s bydlištěm mimo Brno (vysokoškolští studenti (77,27 % oproti 60,24 %).

U galerií a výstavních síní lze snad spatřovat převažující vazbu na mladší generace a střední věk (20-49 let - zde zájem dosahuje 39-44 %; zejména u generací nad 70 let věku se dosažené hodnoty snižují: 27,40 %; 34,78 % pak u generace 80 let a více), nejnižší zájem je ovšem prokázán u nejmladší generace (16,67 %). Vyšší zájem je doložen u žen (40,41 %) než u mužů (34,47 %). Zájem roste v souvislosti s výší dosaženého vzdělání (základní vzdělání bez vyučení: 15 %; vysokoškolské: 48,55 %). Adekvátně výše uvedeným zjištěním o preferenci těchto zařízení věkovými skupinami 20-49 let odpovídají i výše sledované hodnoty u jednotlivých socioekonomických skupin, kde zájem je nejvyšší u podnikatelů a osob OSVČ (48,24 %), následovaných skupinou zaměstnaných (38,68 %), následují v nevelkém odstupu tyto skupiny: studující (36,11 %); senioři (35,81 %), osoby v domácnosti (32,08 %). Pouze výrazně nižší je úroveň tohoto zastoupení u nezaměstnaných (15,63 %).

V případě **muzeí** nelze sledovat úměru mezi výší zájmu a věkem návštěvníků, nejnižší je u věkové generace 15-19 let (12,96 %), relativně nejvyšší je pak ve věkové hranici 20-69 let (mezi 41-47 %), nízká je naopak u nejstarších ročníků (70 let a více: 31-33 %). Větší zájem o muzea je vyšší u žen než u mužů (43,71 % a 38,26 %). Zřetelná je ovšem přímá úměra oblíbenosti muzeí ve vazbě na dosažené vzdělání (základní vzdělání bez vyučení: 18,33 %; vysokoškolské 45,93 %). Podle socioekonomického statutu nejvyšší zájem je doložen u podnikatelů a OSVČ a zaměstnaných (necelých 45 %); podobná je u osob v domácnosti (43,40 %) a u seniorů (40,93 %), nižší je naopak u studujících (33,80 %) a hlavně u nezaměstnaných (25 %). Mírně větší zájem o muzea byl doložen u osob s jinou rodnou řečí než českým jazykem (48,57 % vůči 40,65 % u osob, jejichž rodnou řečí je český jazyk).

U knihoven a informačních center není možné vysledovat žádnou vazbu zjištěných hodnot na dosažený věk, prokázán byl významně vyšší zájem o tyto instituce u žen než mužů (38,97 % a 27,27 %) a rovněž i přímá úměra k dosaženému vzdělání (základní vzdělání bez vyučení: 23,33 %; vysokoškolské vzdělání: 41,86 %). Nepřímá úměra (byť se nejednalo o velké rozdíly) byla zjištěna mezi mírou zájmu o tyto kulturní aktivity a počtem dětí (bezdětní: 33,45 %; dvě a více dětí: 31,94 %). Nepřekvapí naopak nejvyšší míra zájmu u studujících (39,35 %), osob v domácnosti a seniorů (35,85 % a 35,81 %), nižší je naopak u podnikatelů a OSVČ, nezaměstnaných a zaměstnaných (31,76 %; 31,25 % a 28,50 %). Neméně překvapivý je vyšší zájem u osob, jejichž rodným jazykem je čeština (33,12 % oproti 25,71 % u osob, jejichž rodným jazykem čeština není).

U **národnostní a etnické kultury** je nejvyšší zájem u věkové generace 20-29 let (21,46 %) s relativně vysokým zájmem ještě ve věkové kategorii 30-59 let (vždy okolo 15 %). Nízká je míra zájmu u starších věkových kategorií (60 let a více: 5-10 %) a též u věkové kategorie 15-19 let (cca 10 %). Doložena je přímá úměra mezi mírou zájmu a dosaženým vzděláním (nejnižší u skupiny základní bez vyučení a vyučen bez maturity: 11,67 % a 8,61 %; vysokoškolské pak 18,60 %). Je doložena mírně vyšší hladina zájmu u žen než u mužů (16,08 % versus 13,64 %). Nepřímá úměra byla naopak doložena u počtu dětí (míra zájmu u bezdětných: 16,99 %; u osob s dvěma a více dětmi: 11,81 %), což souvisí s nejvyšší mírou zájmu o tento žánr u mladé generace a současně i studujících (21,76 %, což je nejvíce z jednotlivých skupin respondentů členěných dle socioekonomického statutu). Relativně vysoká je míra zájmu i u podnikatelů a OSVČ (18,82 %), osob v domácnosti (16,98 %) a zaměstnaných (13,74 %). V souladu s výše uvedenými zjištěními je nižší míra zájmu u seniorů (8,37 %). Nejnižší je pak u skupiny nezaměstnaných (6,25 %). Vůbec nepřekvapuje markantní rozdíl v míře zájmu u osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk a u zbývajících skupiny respondentů (42,86 % vůči 13,90 %).

U **open air akcí-slavností pod "širým nebem" a festivalů** je doložena nepřímá úměra mezi mírou zájmu a dosaženým věkem, ovšem s tím, že absolutně nejvyšší je tato hodnota u skupiny obyvatelstva s významným zastoupením vysokoškolských studentů (20-29 let: 70,85 %), následovaná hned věkovou skupinou 15-19 let (68,52 %); nejnižší je zastoupení míry zájmu o tento typ akcí u věkové skupiny 80 let a více (4,35 %). Větší zájem o tyto akce byl identifikován u mužů než u žen (55,68 % a 48,87 %). Přímá úměra je doložena též u dosaženého vzdělání (vyučen bez maturity: 35,10 %; základní bez vyučení: 50 %; oproti tomu středoškolské vzdělání s maturitou: 55,74 %; vysokoškolské: 55,52 %). Z hlediska socioekonomického statutu je největší míra zájmu doložena u osob v domácnosti (71,70 %) a u studujících (69,44 %), dále u zaměstnaných (59,29 %), podnikatelů a OSVČ (57,65 %) a nejnižší u seniorů (57,14 %). Převažují vyšší hodnoty též u osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk (57,14 % vůči 51,93 %). Vyšší zájem je opět v souladu s výše uvedeným doložen u osob, jež v Brně studují vysokou školu a mají trvalé bydliště v jiných obcích (63,64 % vůči 51,05 %).

U akcí typu **street art** (akce v ulicích) je doložena víceméně nepřímá úměra mezi mírou zájmu a dosaženým věkem, přičemž zdaleka nejvyšší je u skupiny s předpokládaným významným zastoupením vysokoškolských studentů (53,85 %), následuje věková skupina 30-39 let (40,64 %), 15-19 let (37,04 %). U dalších věkových skupin hodnoty se vzrůstajícím věkem klesají, přičemž nejnižší jsou ve věkových kategoriích 70-79 let (5,48 %) a 80 let a více (6,52 %), což zřejmě souvisí s vyšší mírou konzervatismu. Zájem o tento typ umění je mezi ženami a muži shodný (32,58 % a 32,37 %). Zřetelná je přímá úměra mezi vyšší zjištěných hodnot a dosaženým vzděláním (vyučen bez maturity: 11,92%; základní vzdělání bez vyučení: 30,00 %; středoškolské vzdělání s maturitou: 31,42 %; vysokoškolské vzdělání 45,93 %). Nepřímá úměra je doložena mezi mírou zájmu a počtem dětí (bezdětní: 37,30 %; dvě a více dětí: 21,18 %). V souladu s výše

uvedenými ukazateli je nejvyšší hodnota doložena, co se týče socioekonomického statutu, u studujících (51,39 %), dále u osob v domácnosti (39,62 %), následovaná mírou zájmu u podnikatelů a OSVČ (37,65 %) a zaměstnaných (34,35 %), nejnižší hodnota byla identifikována u nezaměstnaných (21,88 %) a seniorů (7,91 %). Zajímavá je výrazně vyšší míra zájmu o tento typ umění u osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk (51,43 % vůči 31,66 %). Shodně s výše uvedeným nepřekvapuje vyšší zájem o tento druh umění u osob, jež v Brně studují vysokou školu a mají trvalé bydliště v jiných obcích (49,09 % vůči 30,45 %).

U **kulturně historických památek** je doložen vyšší zájem o tuto oblast kultury u střední generace a starších ročníků (nejvíce v kategorii 60-69 let: 74,62 %), nižší zájem je naopak doložen u věkové skupiny 20-29 let (53,85 %), zdaleka nejnižší je pak u věkové skupiny 15-19 let (37,04 %). Vyšší je zájem u žen (67,01 % vůči 55,87 % u mužů). Zájem roste i s mírou dosaženého vzdělání (středoškolské s maturitou: 67,21 %; vysokoškolské 62,50 %; základní vzdělání - bez vyučení – jen 31,67 %). Přímá úměra byla doložena mezi mírou zájmu a počtem dětí (dvě a více dětí: 70,83 %; bezdětní: 55,52 %). Údaje týkající se socioekonomického statutu odpovídají výše uvedeným pozorováním: nejvyšší je zájem o tuto část kulturní sféry u lidí v produktivním věku a seniorů (osoby v domácnosti: 77,36 %; senioři: 66,98 %; podnikatelé a OSVČ: 65,88 %; zaměstnaní). Nižší je naopak tato hodnota u studujících (50,46 %; nejnižší je pak adekvátně u nezaměstnaných - 43,75 %). Nižší míře zájmu u studujících odpovídá i rozdíl v hodnocení zájmu u osob s trvalým bydlištěm v Brně (63,01 %) a osob, jež v Brně studují vysokou školu a mají trvalé bydliště v jiných obcích (46,36 %).

Veletrhy mají, jak je možné předpokládat, větší význam pro střední generaci (zastoupení v řádu 34- 36 % u generace 30-59 let), vysoká je hladina zájmu o veletrhy ještě u věkové skupiny 15-29 let (27-29 %), výrazně nižší je naopak u věkové skupiny 60 a více let (8-18 %). Vyšší je zájem u mužů než u žen (33,33 % vůči 21,65 %). Menší rozdíly byly identifikovány v členění respondentů dle dosaženého vzdělání (nicméně je zde doložena přímá úměra, přičemž nejnižší zájem u osob se základním vzděláním bez vyučení: 21,67 %; nejvyšší naopak u středoškolsky vzdělaných osob - 29,51 %). Z hlediska socioekonomického statutu byla doložena nejvyšší míra zájmu u nezaměstnaných (46,88 %), a dále u podnikatelů a OSVČ (34,12 %). Obdobná míra zájmu byla doložena též u zaměstnanců (33,59 %) a osob v domácnosti (33,96 %). Nižší je míra zájmu u studujících (25 %) a seniorů (13,95 %). Mírně vyšší hodnoty byly zjištěny u osob, jejichž rodnou řečí není český jazyk (31,43 % vůči 27,69 %). S nižší mírou zájmu studujících souvisí i doložená nižší míra zájmu u osob, jež v Brně studují vysokou školu a mají bydliště v jiných obcích (17,27 % vůči 29,01 %).

Návštěvnost jednotlivých zařízení

Průměrný počet návštěv jednotlivých zařízení za rok a hodnoty mediánu jsou uvedeny v sestupném pořadí v příložené tabulce.⁴³

Tab. 35. Dotazníkové šetření: počet návštěv jednotlivých zařízení za rok

AKCE	a) POČET NÁVŠTĚV V ROCE 2010 Průměr	b) POČET NÁVŠTĚV V ROCE 2010 Medián
Knihovny, informační centra	16	12
Kluby, klubová scéna např. "Skleněnka", Fléda	14	10
Kina	6	5
Divadelní představení	6	4
Koncerty jiných žánrů moderní hudby (tj. jiné žánry, než vážná hudba)	6	4
Koncerty vážné hudby	5	3
Galerie, výstavní síně	4	3
Open air akce-slavnosti pod "širým nebem", festivaly	4	3
Kulturně-historické památky (např. Špilberk, Tugendhat, Brněnské podzemí)	6	3
Literární akce, předčítání, recitály, autogramiády, autorské čtení	3	2,5
Taneční zábavy, plesy	4	2
Muzea	3	2
Národnostní a etnická kultura (např. řecká, romská, orientální,...)	4	2
Street art: umění v ulicích např. Sochy ve veřejném prostoru	4	2
Veletrhy	3	2

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Pořadí návštěvnosti dominují knihovny, u kterých je výše daného ukazatele do určité míry dána praktickou potřebou získávání informací. Ukazatele týkající se zájmu o daný typ kulturních akcí a frekvencí jejich návštěv však nevykazuje vždy jednoznačné souvislosti (viz též tabulkové výstupy v kap. 0), což samozřejmě souvisí s odlišným charakterem jednotlivých akcí generujících odlišné nároky na návštěvnost. Markantní jsou ovšem rozdíly např. u koncertů vážné hudby a klubové scény (méně populární, ale více navštěvované – to samé platí o knihovnách, zde je to ale dáno již zmíněnou praktickou potřebou získávání informací), dále u kulturních památek a muzeí (vysoká míra popularity, nízká návštěvnost).

⁴³ Medián= je hodnota, jež dělí řadu podle velikosti seřazených výsledků na dvě stejně početné poloviny. Platí, že nejméně 50 % hodnot je menších nebo rovných a nejméně 50 % hodnot je větších nebo rovných mediánu.

V dalších odstavcích je uvedena návštěvnost jednotlivých typů kulturních akcí dle hodnot mediánu. Návštěvnost je sledována dle jednotlivých sociodemografických charakteristik.

U **divadel** je markantní, že vyšší frekvence návštěvnosti je doložena u mladších věkových skupin (20-29 let: medián - 5 x; stejný počet též u skupiny 40-49) zatímco u skupiny, které deklarovaly největší zájem, je tato návštěvnost převážně na nejnižší míře (70-79 let, 80 a víc: 2 x). Nejmenší frekvenci návštěv vykazují senioři (3 x), zatímco nejvyšší je tento ukazatel u podnikatelů, OSVČ, zaměstnaných, nezaměstnaných a studujících (4 x).

Odlišná je i situace v případě **koncertů vážné hudby**, které nejčastěji navštěvují lidé ve věku 15-19 let, u kterých je tento žánr dle výzkumu současně nejméně populární. Častou návštěvnost lze ovšem patrně připsat návštěvnosti v rámci povinné školní docházky. Největší frekvence návštěvnosti je z hlediska socioekonomického statutu u nezaměstnaných (5 x) a dále u studujících (4 x), naopak u seniorů je spíše nižší (3 x).

V případě **koncertů jiných žánrů hudby** než vážné hudby, odpovídají získané výsledky údajům o zájmu jednotlivých sociodemografických skupin respondentů. Z této korelace se vymyká pouze čtenější frekvence návštěvnosti u podnikatelů a OSVČ (4,5 x – nejvyšší ze všech skupin socioekonomického statutu, medián návštěvnosti u studujících je 4 x).

Rovněž u **tanečních zábav a plesů** odpovídají zhodnocené výsledky návštěvnosti údajům o zájmu o tento druh kulturních akcí. Jedinou výjimkou je vysoké zastoupení návštěvnosti u osob se základním vzděláním (15 x). S výsledky zájmu jednotlivých skupin respondentů korespondují i výsledky návštěvnosti **klubů a klubové scény**.

Naopak s výsledky zájmu o **literární akce, předčítání, recitály, autogramiády, autorské čtení** nekorespondují plně výsledky dat o návštěvnosti těchto akcí. Tyto akce jsou nejčastěji navštěvovány věkovou skupinou 30-39 let (5 x), naopak skupina 60-69 let uvedla návštěvnost 2 x za rok, skupina 70- 79 let 3 x za rok. Nejvyšší frekvenci návštěv uvedli podnikatelé (7,5 x), u kterých je ovšem o tento typ kulturní akce nejmenší zájem.

V případě **kin** údaje uvedené o zájmu jednotlivých skupin obyvatel korespondují s daty o frekvenci jejich návštěvnosti. U **galerií a výstavních sálů** lze konstatovat to samé, s výjimkou skupiny nezaměstnaných, kteří oproti nízkému zájmu deklarovali nejvyšší návštěvnost ze všech skupin určených na základě socioekonomického statutu (6 x).

Veliká míra deklarovaného zájmu a návštěvnosti platí i u oblastí **muzeí**, snad s jedinou výjimkou, a tou je vysoká návštěvnost u skupiny nezaměstnaných (3 x ročně, stejně jako u skupin podnikatelů a OSVČ a zaměstnaných).

U **knihoven** byla na rozdíl od dat o zájmu o jednotlivé druhy kulturních akcí a institucí potvrzena předpokládaná velká návštěvnost skupiny 20-29 let (20 x, u ostatních věkových skupin 10-12 x). Vyšší návštěvnost se oproti nižší míře deklarovaného zájmu projevila rovněž u následujících skupin respondentů: podnikatelé a OSVČ (12 x) a zaměstnaní (též 12 x).

U **národnostní a etnické kultury** byla u věkové skupiny 70-79 let deklarována vysoká návštěvnost těchto akcí (12 x) oproti jiným věkovým skupinám (max 3 x). Starší ročníky přitom uváděly nižší míru zájmu o tyto aktivity. Ostatní údaje o návštěvnosti korespondují s mírou zájmu u jednotlivých sociodemografických skupin obyvatelstva.

U **open-air akcí, slavností pod širým nebem a festivalů** překvapí vysoká účast věkové skupiny nad 80 let (4 x), přičemž tato skupina uváděla nejnižší míru zájmu o tyto akce, tento jev lze jednoduše vysvětlit tím, že vstup na většinu podobných akcí bývá zdarma.

V případě akcí **street art** se od nižší míry deklarovaného zájmu odlišuje spíše vyšší návštěvností těchto akcí u věkových skupin 60-69 let a 70-79 let (3 x; u věkové skupiny 15-19 let je to 5 x, u ostatních skupin 2 x). Rozdílná je oproti uvedenému zájmu u jednotlivých skupin respondentů také vysoká návštěvnost osob se základním vzděláním (6 x; u ostatních skupin členěných dle vzdělání 2 x či 3x). To samé platí o vysokém zastoupení skupiny nezaměstnaných – ta je úplně nejvyšší (5 x; k ostatním skupinám se vztahují hodnoty 2-3 x). Tento jev lze opět vysvětlit nízkými náklady na vstup.

U **kulturně-historických památek** byla naopak detekována nižší míra návštěvnosti u starších ročníků (věkové skupiny 60-69 let a 80 let a více – 2 x; zatímco u ostatních skupin byla tato návštěvnost uvedena v hodnotě 3 x do roka).

U **veletrhů** se od dat o zájmu jednotlivých skupin odlišuje vysoká návštěvnost osob se základním vzděláním (3 x; u ostatních skupin tento údaj dosahuje hodnoty 2). Oproti nižší deklarované míře zájmu je vyšší návštěvnost doložena též u seniorů (2 x; hodnoty u ostatních skupin s pohybovaly mezi 1,5-2).

Ochota platit za jednotlivé typy kulturních akcí

Ochota vydat finanční prostředky na vstup na jednu akci je uvedena v sestupném pořadí v příložené tabulce.

Tab. 36. Ochota platit za návštěvy jednotlivých zařízení za rok

Typ kulturní akce/kulturních institucí	Výdaj na 1 vstup - medián
Taneční zábavy, plesy	300
Divadelní představení	250
Koncerty jiných žánru hudby	
Koncerty vážné hudby	
Open air akce-slavnosti pod "širým nebem", festivaly	
Veletrhy	200
Kina	150
Národnostní a etnická kultura	

Typ kulturní akce/kulturních institucí	Výdaj na 1 vstup - medián
Galerie, výstavní síně	110
Kluby, klubová scéna	100
Kulturně-historické památky	
Literární akce, předčítání, recitály, autogramiády, autorské čtení	
Muzea	

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Investice do jednotlivých typů akcí odpovídá víceméně největší „kupní síle“ respondentů v produktivním věku (30-59 let) a nižší kupní síle studujících (věková kategorie 20-29 let) s nejnižší ochotou vydání u skupin 15-19 let a osob nad 60 let věku. Výjimku tvoří národnostní a etnická kultura, kde naopak největší ochota vydat vyšší finanční částky za jeden vstup je zaznamenána u věkové skupiny 15-19 let (250 Kč u ostatních skupin je to mezi 100 – 200 Kč), a u open-air akcí, kde jsou ochotni vydat nejvíce finančních prostředků respondenti mezi 20-29 lety (300 Kč, u ostatních skupin mezi 150 - 275 Kč). Skupina 15-19 let je ochotna nejvíce platit také spolu s osobami v produktivním věku (30-59 let) u veletrhů (a to 200 Kč).

Míra výdajů je u mužů a žen obdobná, u žen je vyšší pouze u koncertů jiných žánrů hudby než vážné hudby (300 Kč vůči 250 Kč u mužů), u galerií a výstavních síní (150 Kč vůči 100 Kč u mužů), zatímco muži jsou naopak více ochotni platit u akcí typu veletrhy (200 Kč vůči 150 Kč) a u open-air akcí a podobných událostí (300 Kč oproti 225 Kč u žen).

Při porovnání míry výdajů za jednotlivé akce se potvrzuje přímá úměra mezi výši dosaženého vzdělání, vyšší životní úrovní a ochoty platit za jednotlivé typy akcí. Výjimku lze vysledovat v kategorii kluby a klubová scéna, kdy osoby se vzděláním „vyučen bez maturity“ (150 Kč) deklarovaly vyšší míru ochoty vydat větší finanční obnosy za jeden vstup, než vysokoškolsky vzdělaní lidé (100 Kč). Vyšší míru ochoty platit uvedly osoby v kategorii vyučen bez maturity i u kin (200 Kč, u ostatních skupin 150 Kč), muzeí (150 Kč, u jiných skupin 100 Kč), národnostní a etnické kultury (200 Kč, u jiných skupin 100-165 Kč), open air akcí (300 Kč; zatímco u jiných skupin to je 150-225 Kč) a u kulturně-historických památek (150 Kč; u jiných skupin 100-137,50 Kč). Vysokoškolsky vzdělaní respondenti jsou méně ochotní platit u galerií a výstavních síní (100 Kč; nejvyšší hodnota je zde doložena u středoškolsky vzdělaných: 150 Kč). Vyšší míra ochoty platit byla zjištěna u osob se základním vzděláním a osob v kategorii vyučen bez maturity v případě veletrhů (200 Kč; u jiných skupin 150 – 175 Kč).

Monotónní je porovnání struktury ochoty vynaložit finanční prostředky v členění na jednotlivé socioekonomické skupiny, která je vždy nejvyšší u skupiny podnikatelů a OSVČ, dále u zaměstnanců a osob v domácnosti. Na druhém konci pomyslného žebříčku se nachází studující, nezaměstnaní a senioři.

Z hlediska rodné řeči respondentů je vyšší ochota platit doložena u respondentů, jejichž rodnou řečí není český jazyk, v případě literárních akcí, předčítání, recitálů, autogramiád a u koncertů vážné hudby. V ostatních případech je míra ochoty platit u obou skupin stejná, nebo je vyšší u skupiny respondentů, jejichž rodnou řečí je český jazyk.

Pokud respondenty dělíme na skupinu obyvatel s trvalým bydlištěm v Brně a na skupinu studentů vysokých škol s bydlištěm mimo Brno, tak ve většině případů jsou deklarované výdaje na jednotlivé akce stejné, nebo jsou u druhé skupiny nižší. Výjimkou jsou pouze galerie a výstavní síně a open-air akce, kde jsou více ochotni platit právě studenti vysokých škol s bydlištěm mimo Brno.

Překážky v návštěvnosti jednotlivých akcí

Překážky, které respondenti nejčastěji uváděli, že jim brání v častější návštěvě kulturních akcí, nemůže strategie předkládaného Programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace zásadně ovlivnit, protože se jedná převážně o odpovědi v kategoriích „překážky osobního charakteru“ a „nedostatek peněz“ (ke konkrétním hodnotám viz příložená tabulka). Počet odpovědí: 1 013.

Tab. 37. Dotazníkové šetření: překážky v návštěvě kulturních zařízení

Překážka v návštěvě kulturních akcí	Procentuální zastoupení
Překážky osobního charakteru	68,61
Nedostatek peněz	27,34
Nic	15,30
Nezajímá mě to	8,29
Špatná/nedostatečná nabídka kulturních akcí v Brně	6,81
Špatná dostupnost	4,94
Nedostatek informací o kulturních akcích a aktivitách	4,94
Jiný důvod	1,58

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Za významné považujeme poměrně početné zastoupení odpovědí špatná dostupnost kulturních akcí a především nedostatek informací o kulturních akcích a aktivitách.

Špatnou dostupnost deklarovaly především osoby nad 60 let věku (8,5 % - 19,2 % odpovědí z této věkové skupiny), ale též respondenti ve věku 15-19 let (5,6 %). Významněji bylo registrováno zastoupení této odpovědi u osob s nejnižší mírou vzdělání (11,7 %; u jiných skupin obyvatelstva dle vzdělání se jednalo o hodnotu mezi 2,3 – 6 %).

Nedostatečná informovanost je vnímána jako naléhavý problém zejména u vysokoškolských studentů s bydlištěm mimo město Brno (6,4 % vůči 4,8 % u brněnských respondentů), u studujících obecně (6 %; v jiných kategoriích socioekonomického statutu jsou doloženy hodnoty mezi 3,1 - 5,1 %) a u věkové kategorie 20-29 let (6,9 %; u jiných věkových kategoriích je tato

odpověď zastoupena v rozmezí 1,9 - 5,9 %). Nespokojeni jsou s mírou informovanosti též vysokoškolsky vzdělaní lidé (6,7 %; v jiných kategoriích 1,7 - 5,3 %). Výrazně více nespokojeni jsou s nabídkou kulturních aktivit ti respondenti, jejichž rodnou řečí není český jazyk (11,4 % vůči 4,7 %).

Špatná a nedostatečná nabídka je vnímána jako problém u skupiny 20-29 let (13,4 % odpovědí, u ostatních kategorií 1,5 - 8,0 %), dále u vysokoškolsky vzdělaných osob, u bezdětných (8,4 % oproti 3,8 - 6,5 % u osob s jedním či více dětmi), u studujících (10,2 %), dále u podnikatelů a OSVČ (9,4 %, u zaměstnanců (8,4 %), ale především u vysokoškolských studentů s bydlištěm mimo město Brno (15,5 % oproti 5,8 % u brněnských respondentů).

Názory respondentů na kvalitu jednotlivých typů zařízení

Rozdíly v subjektivním hodnocení respondentů jak fungují jednotlivá kulturní zařízení jsou poměrně malé – viz přiložená tabulka. Počet odpovědí: 1 013 u každé z níže uvedených kategorií.

Otázka: **Jak podle vašeho názoru v Brně fungují následující kulturní instituce?**

Tab. 38. Dotazníkové šetření: názory na funkčnost jednotlivých kulturních zařízení 1

INSTITUCE	Procentní zastoupení odpovědí "velmi dobře" a "spíše dobře"	Procentní zastoupení odpovědí "spíše špatně" a "velmi špatně"
Knihovny, čítárny	97,19%	2,81%
Muzea	96,73%	3,27%
Divadla	95,20%	4,80%
Koncerty jiných žánrů moderní hudby (tj. jiné žánry, než vážná hudba)	95,03%	4,97%
Kina	94,25%	5,75%
Galerie, výstavní sítě	94,25%	5,75%
Kluby, klubová scéna pro mladé	93,58%	6,42%
Taneční zábavy, plesy, diskotéky, tančírny	93,24%	6,76%
Literární akce, předčítání, recitály, autogramiády	93,13%	6,87%
Kulturně-historické památky (např. Špilberk, Tugendhat)	92,94%	7,06%
Koncerty vážné hudby	92,15%	7,85%
Open air akce-slavnosti pod "širým	91,44%	8,56%

INSTITUCE	Procentní zastoupení odpovědí "velmi dobře" a "spíše dobře"	Procentní zastoupení odpovědí "spíše špatně" a "velmi špatně"
nebem", festivaly		
Zařízení pro děti a mládež	90,15%	9,85%
Kulturní a vzdělávací střediska (např. hvězdárna, klub Bystrouška)	89,52%	10,48%
Informační centra	86,29%	13,71%
Veletrhy	86,00%	14,00%
Kulturní zařízení etnických a národnostních minorit (např. Muzeum romské kultury)	84,02%	15,98%

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Není bez zajímavosti, že instituce, které se zařadily na konci pomyslného žebříčku, vykazovaly zároveň v celku získaných odpovědí vysokou nebo zvýšenou míru neschopnosti respondentů posoudit činnost daných kulturních zařízení: Počet odpovědí: 1 013 u každé z níže uvedených kategorií.

Tab. 39. Dotazníkové šetření: názory na funkčnost jednotlivých kulturních zařízení 2

INSTITUCE	Procentní zastoupení odpovědi: "Ani dobře ani špatně, nedokážu posoudit"
Kulturní zařízení etnických a národnostních minorit (např. Muzeum romské kultury)	83,32
Zařízení pro děti a mládež	79,96
Kulturní a vzdělávací střediska (např. hvězdárna, klub Bystrouška)	79,27
Informační centra	75,52
Literární akce, předčítání, recitály, autogramiády	74,14
Koncerty vážné hudby	66,04
Veletrhy	65,45
Knihovny, čítárny	64,86
Open air akce-slavnosti pod "širým nebem", festivaly	60,81
Kluby, klubová scéna pro mladé	56,96
Taneční zábavy, plesy, diskotéky, tančírny	51,83
Muzea	51,73
Kulturně-historické památky (např. Špilberk, Tugendhat)	51,04
Galerie, výstavní sítě	50,25

Koncerty jiných žánrů moderní hudby (tj. jiné žánry, než vážná hudba)	42,35
Divadla	33,66
Kina	29,62

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Která konkrétní kulturní zařízení nebo akce v Brně navštěvujete nejraději?

Četnost odpovědí na tuto otázku dle jednotlivých položek je uvedena v příložené tabulce..

Tab. 40. Dotazníkové šetření: oblíbenost návštěvy jednotlivých kulturních akcí a institucí

Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení	Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení
Neví, bez odpovědi	146	14,4	obecně		
Divadlo: Janáčkov	49	4,8	KC: Dům pánů z Kunštátu - Dům umění	12	1,2
Divadlo: Městské divadlo Brno	48	4,7	Noc muzeí	12	1,2
Klub: Fléda	43	4,2	Hospody, restaurace, bary	12	1,2
Kino: Špalíček	38	3,8	Klub: Metro Music Bar	11	1,1
Památky: Špilberk	27	2,7	Festival: Ignis Brunensis	11	1,1
Divadlo: Husa na provázku	23	2,3	KC: Stadion	11	1,1
Kino: Art	23	2,3	Divadlo: Bolka Polívky	9	0,9
Kino: obecně	22	2,2	Klub: Melodka	9	0,9
Muzeum: Technické muzeum v Brně	21	2,1	Trhy: vánoční	9	0,9
Knihovny: Moravská zemská knihovna	21	2,1	Festival: na přehradě	9	0,9
Divadlo: Mahenovo	20	2,0	ZOO	9	0,9
Café: Hudební kavárna Stará pekárna	20	2,0	Sport	9	0,9
Divadlo: obecně	17	1,7	Klub: Two faces	8	0,8
Divadlo: Národní divadlo Brno	17	1,7	Klub: Faval/Favál	8	0,8
Kino: Palace Cinemas Olympia	17	1,7	Knihovny: obecně	8	0,8
Knihovny: Knihovna J.Mahena	15	1,5	Hudba: Besední dům - Filharmonie Brno	7	0,7
BVV: Obecně	13	1,3	Hudba: Koncerty vážné hudby	7	0,7
KC: KC Semilaso	13	1,3	Klub: Skleněnka	7	0,7
Galerie: Moravská galerie v Brně	12	1,2	Festival: obecně	7	0,7
Festival: ohňostroje	12	1,2	Festival: Majáles	7	0,7
			Kino: Scala	6	0,6
			Kino: Lucerna	6	0,6

Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení
KC: Centrum volného času Lužánky	6	0,6
Hudba: obecně	5	0,5
Klub: obecně	5	0,5
Klub: Livingstone Club	5	0,5
Klub: Caribic Club Brno	5	0,5
Knihovny: fakultní MU	5	0,5
BVV: Domácí zvířata	5	0,5
Trhy: obecně	5	0,5
Festival: akce na náměstí Svobody	5	0,5
Jiné	5	0,5
Divadlo: Feste	4	0,4
Divadlo: HaDivadlo	4	0,4
Café: Jazzová kavárna Podobrazy	4	0,4
Muzeum: Umělecko-průmyslové muzeum	4	0,4
BVV: Stavební	4	0,4
Festival: Jeden svět	4	0,4
Festival: Shakespearocké slavnosti	4	0,4
Památky: obecně	4	0,4
Památky: Petrov	4	0,4
KC: Dělnický dům Židenice	4	0,4
Divadlo: Marta	3	0,3
Tanec: obecně	3	0,3
Tanec: disko	3	0,3
Tanec: plesy	3	0,3
Klub: Desert	3	0,3
Klub: Šelepka	3	0,3
Café: Spolek	3	0,3
Muzeum: Moravské zemské muzeum	3	0,3
Trhy: na náměstí Svobody	3	0,3
Festival: Babylonfest	3	0,3

Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení
Festival: Jazzfest	3	0,3
Památky: Brněnské podzemí	3	0,3
Den dětí	3	0,3
Noc kostelů	3	0,3
Divadlo: Reduta	2	0,2
Hudba: Koncerty jiných stylů	2	0,2
Klub: 7. nebe	2	0,2
Klub: Alterna, A2 klub	2	0,2
Klub: Bastila	2	0,2
Café: Mezzanine	2	0,2
Café: Podnebí	2	0,2
Café: Kavárna Trojka	2	0,2
Literární: Autogramiády	2	0,2
Literární: obecně	2	0,2
Galerie: obecně	2	0,2
Galerie: Wanieck Gallery	2	0,2
Výstavy: Mezinárodní výstava nožů	2	0,2
BVV: Autosalon	2	0,2
BVV: Vojenské techniky	2	0,2
BVV: Sportlife	2	0,2
Trhy: Zelný trh	2	0,2
Etnika: Muzeum Romské kultury	2	0,2
KC: Hvězdárna	2	0,2
KC: Skleněná louka - Centrum současného umění	2	0,2
Divadlo: Polárka	1	0,1
Hudba: Opera	1	0,1
Klub: 14tka	1	0,1
Klub: Mersey Musiv Club	1	0,1
Café: obecně	1	0,1
Café: Salon Daguerre	1	0,1
Výstavy: obecně	1	0,1
Muzeum: obecně	1	0,1

Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení
Muzeum: MZM - Pavilon Anthropolos	1	0,1
Muzeum: Mendelovo muzeum	1	0,1
Muzeum: Dětské muzeum	1	0,1
BVV: PC technika	1	0,1
BVV: Strojírenský	1	0,1
BVV: Dopravy	1	0,1
Trhy: velikonoční	1	0,1
Trhy: Factory Fashion Market	1	0,1
Festival: Mezinárodní folklorní festival	1	0,1
Festival: Grand Restaurant Festival	1	0,1
Festival: Bonjour Brno	1	0,1
Festival: Čarodějáles	1	0,1
Festival: Divadelní	1	0,1

Zařízení/akce	Četnost odpovědí	Procentuální zastoupení
svět		
Festival: Brněnský lunapark - Divadlo ke kávě	1	0,1
Festival: Janáčkovovo Brno	1	0,1
Festival: hody a ochutnávky	1	0,1
Etnika: jiné	1	0,1
Památky: Hrad Veveří	1	0,1
KC: obecně	1	0,1
KC: Musilka - Lidový dům	1	0,1
KC: Brněnské kulturní centrum	1	0,1

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Přehled oblíbenosti jednotlivých institucí vystavuje poměrně dobrou vizitku organizacím zřizovaných městem Brnem (Národní divadlo Brno, Městské divadlo Brno, Centrum experimentálního divadla). Stejně i některým institucím zřizovaným Ministerstvem kultury ČR (Technické muzeum v Brně, Moravská galerie v Brně, Moravská zemská knihovna v Brně). Z ostatních institucí se na předních místech umísťuje klub Fléda.

Při rozčlenění těchto údajů do jednotlivých kategorií kulturních akcí či institucí jsou výsledky následující (počet odpovědí 1 013):

Tab. 41. Dotazníkové šetření: oblíbenost návštěvy jednotlivých kulturních akcí a institucí dle jednotlivých kategorií

Zařízení/akce	Procentní zastoupení
divadla	19,45
neví, bez odpovědi	14,41
kina	11,06
kluby	10,86
festivally	7,21
knihovny	5,33
kulturní centra	5,23

hudba	4,54
muzea	4,34
památky	3,85
Jiné	3,46
veletrhy	3,06
kavárny, restaurační zařízení	2,27
galerie	1,88
trhy	1,18
tanec	0,89
literární akce	0,39
národnostní a etnická kultura	0,30
společenské akce	0,30

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Na pomyslné špici figurují divadla, kina a klubová scéna. Naopak minimální návštěvnost byla uvedena u akcí typu národnostní a etnická kultura, literární akce a tance a galerie.

Motivace k vyšší návštěvnosti zařízení

Jednotlivé konkrétní odpovědi jsou seřazeny v příložené tabulce, ve které jsou modrou barvou vyznačeny právě ty položky, které jsou z pohledu Programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace podstatné.

Otázka: **Co Vám brání v častějších návštěvách kulturních zařízení nebo akcí?**

Tab. 42. Dotazníkové šetření: motivace k vyšší návštěvnosti kulturních zařízení

Odpověď	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Neví, nic	449	44,3
Více času	118	11,6
Nižší cena, levnější vstup	106	10,5
Zajímavější, netradiční nabídka	50	4,9
Větší výběr, širší nabídka	33	3,3
Lepší zdravotní stav	27	2,7
Lepší informovanost	26	2,6
Větší propagace	20	2,0
Hudba - větší a lepší nabídka	20	2,0
Lepší, kvalitní nabídka	19	1,9
Blízkost, dostupnost, doprava	19	1,9
Akce zdarma	15	1,5

Odpověď	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Slevy	15	1,5
Dostupnost pro matky - hlídání, dětský koutek	15	1,5
Divadlo - větší a lepší nabídka	8	0,8
Kamarádi, Přátelé	7	0,7
Být mladší	6	0,6
Literární akce - větší a lepší nabídka	6	0,6
98	6	0,6
Partner/ka, manžel/ka	5	0,5
Doplňkové akce, doprovodný program	4	0,4
Dostupnost časová, doba konání	4	0,4
Kina - větší a lepší nabídka	4	0,4
Gastronomie - větší a lepší nabídka	4	0,4
Lepší pivo, pivo zdarma	4	0,4
Doprovod obecně	4	0,4
Lepší dostupnost lístků	3	0,3
Dostupnost pro ZTP - bezbariérový přístup	2	0,2
Akce pro starší	2	0,2
Méně mladých na akcích	2	0,2
Muzeum - větší a lepší nabídka	2	0,2
Výstavy - větší a lepší nabídka	2	0,2
Známá jména, zahraniční umělci	1	0,1
Aktuální informace	1	0,1
Doporučení známých	1	0,1
Akce pro děti	1	0,1
Tanec - větší a lepší nabídka	1	0,1

Odpověď	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Častější návštěvy vnoučat	1	0,1
Celkem	1 013	100,0

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Zhodnocení této oblasti poukazuje na záležitosti, které byly zmíněny již v kapitole 0. V první řadě se jedná o potřebu větší nabídky kulturních akcí (obecně uvedeno v 5,2 %; v součtu s potřebou větší nabídky u jednotlivých typů kulturních akcí: divadla, hudba aj. činí tento údaj nezanedbatelných 8,9 %). Velké zastoupení mají i odpovědi týkající se větší informovanosti a tedy i související propagace (4,6 %). Z dalších záležitostí uváděli respondenti častěji ještě: lepší dostupnost lístků (0,3 %) a více akcí pro starší generace (celkem 0,4 %).

Co vám chybí v kulturní nabídce?

Spektrum odpovědí v této kategorii je poměrně široké.

Tab. 43. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „co vám chybí v kulturní nabídce?“

Kategorie	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Neví, neuvedl	736	72,7
Velké koncerty	13	1,3
Festivally obecně	12	1,2
Akce pro děti	11	1,1
Letní kino	8	0,8
Hudební festival	8	0,8
Sport	8	0,8
Klasická hudba	7	0,7
Rockové koncerty	7	0,7
Koncerty obecně	7	0,7
Koncerty zahr. hvězd	7	0,7
Venkovní divadlo	7	0,7
Nic nechybí	7	0,7
Jiné	7	0,7
Jiné žánry	6	0,6
Venkovní koncerty	6	0,6
Gastronomické akce	6	0,6
Lepší, zajímavější nabídka	6	0,6
Hip-hop koncerty	5	0,5
Opera	5	0,5
Filmový festival	5	0,5
Moderní umění	5	0,5
Galerie, výstavy obecně	5	0,5
Karnevaly	5	0,5
Klubová scéna	5	0,5
Odborné	5	0,5

Kategorie	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
přednášky		
Tanec	5	0,5
Jazzové koncerty	4	0,4
Etnické akce obecně	4	0,4
Jiné druhy kultury	4	0,4
Bluesové koncerty	3	0,3
Folkové koncerty	3	0,3
Alternativní hudba	3	0,3
Koncerty našich hvězd	3	0,3
Více koncertů	3	0,3
Alternativní divadlo	3	0,3
Akce pro starší	3	0,3
Kvalitní galerie, výstavy	3	0,3
Literární akce	3	0,3
Street art	3	0,3
Lepší koncerty	2	0,2
Zajímavější koncerty	2	0,2
Dětská představení	2	0,2
Experimentální divadlo	2	0,2
Divadlo obecně	2	0,2
Jiné druhy kin	2	0,2
Divadelní festival	2	0,2
Folklorní festival	2	0,2

Kategorie	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Jiná etnika	2	0,2
Výstavy zbraní	2	0,2
Zajímavé výstavy	2	0,2
Více výstav	2	0,2
Aquapark	2	0,2
Trhy	2	0,2
Průvody	2	0,2
Letecké dny	2	0,2
Lokální akce	2	0,2
Jiné show, happeningy	2	0,2
Cizojazyčné akce, prostor pro cizince	2	0,2
Soutěže	2	0,2
Country koncerty	1	0,1
Muzikály	1	0,1
Politické divadlo	1	0,1
Představení našich dramatiků	1	0,1

Kategorie	Početní zastoupení	Procentuální zastoupení
Představení zahr. dramatiků	1	0,1
Velká divadla	1	0,1
Více představení, divadel	1	0,1
Kino obecně	1	0,1
Akce pro mladé	1	0,1
Akce pro střední věk	1	0,1
Jiné festivaly	1	0,1
Jiné druhy výstav	1	0,1
Velké výstavy	1	0,1
Akce na přehradě	1	0,1
Akce u památek	1	0,1
Umělecké školy	1	0,1
Všechno chybí	1	0,1
Celkem	1 013	100,0

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Získané odpovědi lze převést do jednotlivých kategorií kulturních akcí/institucí takto (počet odpovědí 1 013):

Tab. 44. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „co vám chybí v kulturní nabídce?“ dle jednotlivých kategorií

Kategorie	Procentuální zastoupení
neví, neuvedl	72,66
hudba	8,09
festivally a venkovní akce	4,44
jiné	3,46
galerie a výstavnictví	2,07
divadlo	1,88
akce pro děti	1,28
kina	1,09
národnostní a etnická kultura	0,79
nic nechybí	0,69

Kategorie	Procentuální zastoupení
kvalitní nabídka	0,59
přednášky	0,49
tanec	0,49
kluby	0,49
literární akce	0,30
street art	0,30
akce pro starší generaci	0,30
trhy	0,20
absence všeho	0,10
školy	0,10
akce pro střední věk	0,10
akce pro mladé	0,10

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Na první pohled je patrné kritické hodnocení hudební scény, a to se zdaleka netýká jen hudby vážné; respondentům chybí akce širokého spektra mnoha dalších hudebních žánrů - rekapitulace odpovědí z hudební oblasti:

- Velké koncerty
- Klasická hudba
- Rockové koncerty
- Koncerty obecně
- Koncerty zahraničních hvězd
- Venkovní koncerty
- Hip-hop koncerty
- Opera
- Jazzové koncerty
- Bluesové koncerty
- Folkové koncerty
- Alternativní hudba
- Koncerty našich hvězd
- Více koncertů
- Lepší koncerty
- Zajímavější koncerty
- Country koncerty
- Muzikály

Velký potenciál zlepšení respondenti spatřují i u kategorie festivalů a venkovních akcí, níže je uveden výčet konkrétních připomínek:

- Festivaly obecně
- Hudební festival
- Karnevaly
- Divadelní festival
- Folklorní festival
- Průvody
- Letecké dny
- Lokální akce
- Jiná show, happeningy
- Jiné festivaly
- Akce na přehradě
- Akce u památek

V případě galerií byly připomínky spíše obecného rázu, s výjimkou požadavků na více výstav moderního umění (5 x). Stejně obecné jsou také připomínky ke sféře divadel (s výjimkou požadavků na venkovní, alternativní, politické a experimentální divadlo, více představení našich či zahraničních dramatiků). Za významné považujeme zastoupení požadavků na akce pro děti a požadavků akcí národnostních kultur a kultur etnických menšin. Připomínky k těmto oblastem

ze strany respondentů byly obecného rázu, proto zde nejsou oproti dříve zmiňovaným oblastem uváděny konkrétní případy.

Přitažlivost města pro turisty/návštěvníky z pohledu respondentů

Převážná většina respondentů souhlasí s tvrzením, že město Brno je přitažlivé pro turisty/návštěvníky města (75,7 %; 9,6 % s tímto názorem nesouhlasí a zbylá část respondentů tuto záležitost nedokáže posoudit). Z hlediska jednotlivých skupin obyvatelstva Brna lze uvést menší souhlas s tímto tvrzením u skupin 20-29 let a 30-39 let (72,1 % a 71,1 %; v ostatních skupinách 77,7 % - 81,5 %). S tím souvisí i kritičtější postoj bezdětných (70,2 % oproti 81,2 % a 83,7 % respondentů s dětmi). U vysokoškolsky vzdělaných osob s uvedeným názorem souhlasí pouze 72,4 % respondentů; u ostatních skupin to je 75 - 82 % a u skupiny osob studujících vysokou školu s trvalým bydlištěm mimo město Brno 70,0 % vůči 76,4 % u brněnských respondentů.

Kulturní lákadla města Brna pro jeho návštěvníky (dle názoru respondentů)

Přehled jednotlivých odpovědí je uveden v příložené tabulce v sestupném pořadí (počet odpovědí 1 013).

Tab. 45. Dotazníkové šetření: kulturní lákadla města Brna

Položka	Procentní zastoupení	Položka	Procentní zastoupení
Památky obecně	23,8	Trhy, veletrhy	0,5
Špilberk	16,6	Výstavy	0,5
Neví, bez odpovědi	11,7	Muzejní noc	0,5
Divadelní scéna	8,6	Brněnské genius loci	0,5
Tugendhat	4,4	Brňáci, lidé	0,5
Ohňostroje	3,4	Okolí Brna	0,5
Centrum města	2,7	Stará radnice	0,5
Ignis Brunensis	2,6	Všechno	0,5
Petrov	2,0	Jurkovičova vila	0,4
Festivaly	1,9	Dům umění a jiná KC	0,3
Brněnský okruh	1,9	Hospody, restaurace	0,3
Architektura obecně	1,7	Vinárny, víno	0,3
Hudební scéna	1,7	Noční život	0,3
Bohatá nabídka kultury	1,6	Jiné	0,3
Klubová scéna	1,2	ZOO	0,2
Nákupy	1,2	Čajovny, kavárny	0,2
Orloj	0,9	Lužánky	0,2
Brněnská kultura	0,8	Taneční scéna	0,1
Brněnské podzemí	0,7	Kostelní noc	0,1
Filmová scéna	0,7	Sport, stadiony, haly	0,1
Muzea	0,7		
Shakespearovské slavnosti	0,7		
Architektura - funkcionalismus	0,6		
Kostely	0,5		
Galerie	0,5		
Přehrada	0,5		

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Při rozčlenění jednotlivých odpovědí do konkrétních kategorií jsou výsledky následující.

Tab. 46. Dotazníkové šetření: kulturní lákadla města Brna dle jednotlivých kategorií

Kategorie	Procentní zastoupení
památky	45,90
neví, bez odpovědi	11,75
divadla	8,59
festivally a venkovní akce	8,49
urbanistické hodnoty	8,39
jiné	3,75
hudba	1,68
bohatá kulturní nabídka	1,58
galerie a výstavnictví	1,28
muzea	1,18
kluby	1,18
street art	0,89
kultura obecně	0,79
kavárny a restaurační zařízení	0,79
film	0,69
vše	0,49
veletrhy	0,49
region	0,49
lidé	0,49
genius loci	0,49
společenský život	0,30
kulturní centra	0,20
tanec	0,10

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

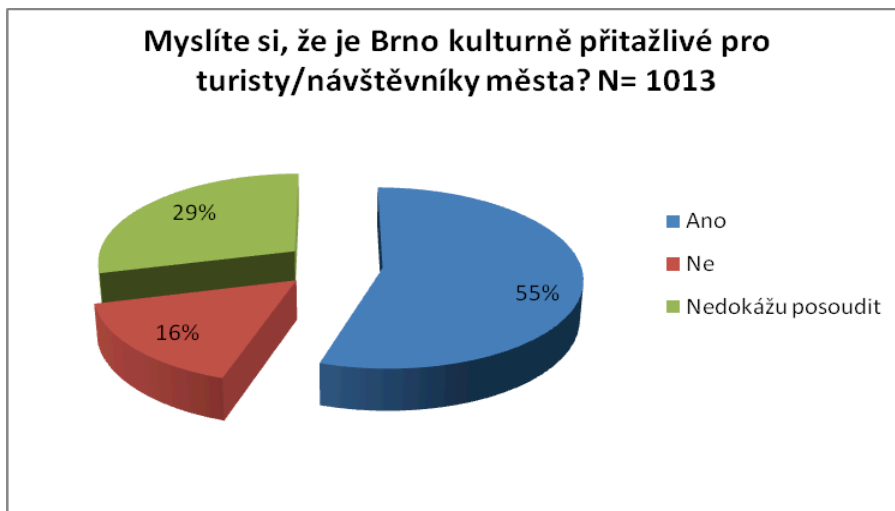
Podle respondentů jsou největším turistickým lákadlem záležitosti spojené s památkovým a architektonickým dědictvím (kategorie památky a urbanistické hodnoty – v součtu přes 54 %). Velký potenciál respondenti spatřují také ve sféře divadel, festivalů a venkovních akcí.

Mezinárodní význam akcí pořádaných v Brně

Na otázku „Myslíte si, že je v brněnské kultuře nějaké odvětví nebo konkrétní kulturní akce, která má nebo by mohla mít mezinárodní význam?“ převažuje pozitivní hodnocení ze strany

respondentů (55 %; v 16 % byly zaznamenány negativní odpovědi, s tím, že zbytek respondentů nebyl schopen danou oblast posoudit).

Otázka: Myslíte si, že je Brno kulturně přitažlivé pro turisty/návštěvníky města?



Výsledky otázek na konkrétní kulturní akce, které by mohly mít mezinárodní význam, jsou uvedeny níže:

Tab. 47. Dotazníkové šetření: mezinárodní význam akcí konaných ve městě

Kategorie	Absolutní zastoupení	Procentuální zastoupení
Trhy, veletrhy	136	13,4
Špilberk	54	5,3
Ohňostroje	54	5,3
Tugendhat	48	4,7
Divadelní scéna	40	3,9
Ignis Brunensis	33	3,3
Památky obecně	21	2,1
Výstaviště	16	1,6
Brněnský okruh	16	1,6
Architektura - funkcionalismus	14	1,4
Festivaly	12	1,2
Hudební scéna	11	1,1
Janáčkův festival	11	1,1
Neví, bez odpovědi	10	1,0
Petrov	9	0,9
Jiné	8	0,8
Orloj	7	0,7
Moravský podzim	7	0,7
Architektura obecně	5	0,5
Muzea	5	0,5
Shakespearovské slavnosti	5	0,5
Jazzfest	5	0,5
Vinárny, víno	4	0,4
Brněnské genius loci	4	0,4
Kamenná čtvrť	4	0,4

Kategorie	Absolutní zastoupení	Procentuální zastoupení
Centrum města	3	0,3
Brněnské podzemí	2	0,2
Jurkovičova vila	2	0,2
Galerie	2	0,2
Bohatá nabídka kultury	2	0,2
Kostely	1	0,1
Taneční scéna	1	0,1
Dům umění a jiná KC	1	0,1
ZOO	1	0,1
Besedy, přednášky	1	0,1
Výstavy	1	0,1
Muzejní noc	1	0,1
CELKEM	557	100 %

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Při rozčlenění těchto odpovědí do jednotlivých kategorií je významný důraz na oblast památek, veletrhů a festivalů: Počet odpovědí: 557.

Tab. 48. Dotazníkové šetření: mezinárodní význam akcí konaných ve městě dle jednotlivých kategorií

Kategorie	Absolutní zastoupení	Procentní zastoupení
Památky	163	29,26
Veletrhy	152	27,29
festivally a venkovní akce	115	20,65
Divadlo	40	7,18
Jiné	25	4,49
hudba	23	4,13
neví, bez odpovědi	10	1,80
street art	7	1,26
muzea	6	1,08
genius loci	4	0,72
kavárny a restaurační zařízení	4	0,72
galerie a výstavnictví	3	0,54
bohatá nabídka kultury	2	0,36
kulturní centra	1	0,18
Tanec	1	0,18
vzdělávací akce	1	0,18
CELKEM	557	100 %

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

Návštěvnost kulturních akcí mimo Brno

Převážná většina návštěv kulturních akcí, institucí či pamětihodností v ostatních městech souvisí se specifickou kulturní nabídkou a nemůže být tudíž nahrazena doplněním akcí v Brně. K přehledu akcí viz závěr kapitoly. Počet odpovědí: 318.

Tab. 49. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“

Kulturní akce/pamětihodnosti	Procentní zastoupení
festivally a venkovní akce	17,92

Kulturní akce/pamětihodnosti	Procentní zastoupení
hudba	13,21
hudba populární	12,58
galerie a výstavnictví	10,69
divadla	10,38
film	8,49
památky	5,35
jiné	4,72
tanec	3,14
folklor	2,52
hudba klasická	2,20
hudba folková a country	1,89
společenské akce	1,57
vzdělávací akce	0,94
veletrhy	0,94
obecné	0,63
kluby	0,63
hudba jazzová	0,63
národnostní a etnická kultura	0,31
muzea	0,31
hudba moderní	0,31
hudba etnická	0,31
historické akce	0,31

Téměř polovina odpovědí připadá na akce z oblasti hudby nebo festivalů (jež ve významné míře obsahují hudební produkci). V součtu zastoupení těchto žánrů činí 47,80 %. Zastoupení nad 5 % je doloženo i v případě galerií a výstavnictví, divadel, filmu a památek.

Tab. 50. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení jednotlivých měst v souhrnu odpovědí

Město	Počet odpovědí
Praha	43
Ostrava	7
Kroměříž	5
Uherské Hradiště; Valašské Meziříčí; Vídeň	4
Vizovice	3
Vyškov; Zlín	3
Český Krumlov; Hodonín; Hradec králové; Jihlava; Lednice; Plzeň; Slavkov	2
Adamov; Berlín; Bílovice; Borovany; Boskovice; Bratislava; Břeclav; Dvůr Králové; Horní Hrad; Hostětín; Ivančice; Jaroměřice; Jednov; Jihlava; Kácov; Kadaň; Karlovy Vary; Karlovy Vary; Krakov; Kyjov; Letovice; Litoměřice; Londýn; Malá Skála; Mikulov; Modrá; Mohelnice; Mutěnice; Náměšť na Hané;	1

Náměšť nad Oslavou; New York; Olomouc; Ostrava;
Pardubice; Pozovice; Slavkov; Strážnice; Svitavy;
Svojsice; Tábor; Tasov; Telč; Tešany; Tišnov; Trenčín;
Trutnov; Třebíč; Tvrdonice; Valtice; Vsetín; Zlín;
Znojmo; Znojmo; Želešice

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

V daném kontextu je nejčastěji navštěvovaným městem Praha. Návštěvnost jednotlivých kategorií akcí v hlavním městě Praze: Počet odpovědí: 126.

Tab. 51. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení jednotlivých kategorií kulturních aktivit

Akce	Procentní zastoupení
hudba	27,78%
divadla	19,84%
galerie a výstavnictví	16,67%
hudba populární	8,73%
památky	5,56%
hudba klasická	3,97%
tanec	3,17%
festivally a venkovní akce	2,38%
jiné	2,38%
hudba jazzová	1,59%
kluby	1,59%
obecná definice	1,59%
veletrhy	1,59%
vzdělávací akce	1,59%
hudba moderní	0,79%
muzea	0,79%

Nejvyšší je opět návštěvnost koncertů a festivalů, celkem 45,24%.

Ke konkrétnímu přehledu navštívených akcí, institucí či pamětihodností viz příložená tabulka.

Tab. 52. Dotazníkové šetření: zhodnocení odpovědí na otázku „Za jakými konkrétními kulturními akcemi cestujete mimo Brno a kam?“ - zastoupení konkrétních akcí, institucí a pamětihodností

Akce	Početní výskyt
Praha - Muzikály	19
Praha - Koncerty	16
Ostrava 2011 - Colours of Ostrava	15
Uherské Hradiště - Letní filmová škola	13
Praha - Divadla	12
Hradec králové - Rock for People	10
Trenčín 2011 - Festival Bažant Pohoda	9
Karlovy Vary 2011 - Mezinárodní filmový festival	7
Praha - Národní divadlo	7
Praha - Výstavy	7
Praha - Národní galerie	6
Mikulov 2011 - Pálavské vinobraní	5
Boskovice 2011 - Festival pro židovskou čtvrť	4
Vizovice - Master of Rock	4
Hradec Králové - Hip hop camp	4
Praha - Památky	4
Praha - Koncerty rock a pop	4
Praha - Pražské jaro	4
Vídeň - Výstavy	4
Zlín 2011 - Film Festival	3
Ostrava - Divadlo	3
Dvůr Králové - ZOO	3
Trutnov 2011 - Open Air Music Festival	3
Praha - Architektura	3
Praha - Tanec Praha	3
Vídeň - Albertina	3
Vídeň - Galerie	3
Kyjov - Hody	2
Slavkov 2011 - Hudební festival	2
Strážnice 2011 - Mezinárodní folklorní festival	2
Vyškov - Dinopark	2
Znojmo 2011 - Znojemské historické vinobraní	2
Uherské Hradiště - Divadlo	2
Ostrava - Koncerty	2
Olomouc - Památky	2
Jihlava 2011 - Mezinárodní festival dokumentárních filmů	2
Telč - Slavnosti	2
Plzeň - Divadlo	2
Kácov 2011 - Sázava fest	2
Praha - Dejvické divadlo	2
Praha - Divadlo Vinohrady	2
Praha - DOX Centrum současného umění	2
Praha 2011 - Festival United Islands	2
Praha - Roxy klub	2
Praha - Kulturní akce	2

Akce	Početní výskyt
Praha - Meet factory	2
Praha - Přednášky	2
Praha - Veletrhy	2
Adamov - Koncerty	1
Brno - Diskotéky	1
Břeclav - Filmový maraton	1
Hodonín - Seriál hip hop fest	1
Hodonín - Miss Roma	1
Ivančice - Folk	1
Jednov - Ples hasičů	1
Lednice - Zámek	1
Lednice - Lázně	1
Letovice - Koncerty	1
Mikulov - Hody	1
Mutěnice - Burčákový pochod	1
Pozovice - Diskotéky	1
Slavkov - Bitva u Slavkova	1
Slavkov - Křenovský bigbít	1
Tasov - Beseda u bigbítu	1
Tešany - Hody	1
Tišnov - Výstavy obrazů	1
Tvrdonice - Tvrdonické slavnosti	1
Valtice - Vinné sklepy	1
Vyškov - Koncert Tři sestry	1
Vyškov - Diskotéky	1
Znojmo - Diskotéky	1
Želešice - Hody	1
Bílovice - Taneční zábavy	1
Hostětín - Moštárna	1
Kroměříž - Zámek	1
Kroměříž - Festival outdoorových filmů	1
Kroměříž - Plesy	1
Kroměříž - Přednášky	1
Kroměříž - Památky	1
Modrá - Skanzen	1
Uherské Hradiště - Lázně	1
Uherské Hradiště - Rock for People	1
Valašské Meziříčí - Festival Hrachovka	1
Valašské Meziříčí - Kluby	1
Valašské Meziříčí - Koncerty Arcada Fure	1
Valašské Meziříčí - Valašský Špalíček	1
Vizovice - Trnkobraní	1
Vizovice - Country festival	1
Vsetín - Valašské záření	1
Zlín - Festivaly	1

Akce	Početní výskyt
Zlín - Masters of Rock	1
Zlín - ZOO Lešná	1
Ostrava - Atletika	1
Ostrava - Veletrh Eros	1
Ostrava - Kluby	1
Ostrava - Výstavy umění	1
Ostrava - ZOO	1
Náměšť na Hané - Festival Zahrada	1
Mohelnice - Mohelnický dostavník	1
Jaroměřice - Koncert Montserrat caballé	1
Pardubice - Letecké dny	1
Svitavy - Památky	1
Svojšice - Letorost	1
Jihlava - Podzemí	1
Jihlava - Koncert Kabátů	1
Náměšť nad Oslavou - Folkové prázdniny	1
Třebíč - Festival Zámostí	1
Malá Skála - Benátská noc 2011	1
Kadaň - Pivní slavnosti	1
Litoměřice - Litoměřický kořen	1
Horní Hrad - Folková Ohře	1
Karlovy Vary - Russian Folk Music	1
Plzeň - Majáles	1
Borovany - Koncert	1
Český Krumlov - Divadlo	1
Český Krumlov - Architektura	1
Tábor 2011 - Mighty Sounds ska-punk festival	1
Praha - Galerie	1
Praha - Divadlo Karlín	1
Praha - Divadlo komedie	1
Praha - Festivaly	1
Praha - Koncert Gubs n' Roses	1
Praha - Jazzový workshop	1
Praha - Koncert moderní hudby	1
Praha - Jazzové koncerty	1
Praha - Koncert Lady Gaga	1
Praha - Koncert Lenny Kravitz	1
Praha - Koncert Radiohead	1
Praha - Koncert Rammstein	1
Praha - Koncerty rap	1
Praha - Miss Orient	1
Praha - Národní muzeum	1
Praha - Opera	1
Praha - Koncert Rolling Stones	1
Praha - Sportovní akce	1

Akce	Početní výskyt
Praha - Taneční zábavy	1
Praha - Výstava Glamour	1
Praha - Výstava Josefa Čapka	1
Praha - Výstavy zbraní	1
Praha - ZOO	1
Berlín - Koncert Themars Volta	1
Bratislava - Duhový pridel	1
Krakov - Festival Žonglování	1
Londýn - Výstavy	1
New York - Památky	1
Vídeň - Koncerty vážné hudby	1

Zdroj: DHV CR, spol. s r. o. – vlastní dotazníkové šetření

4. Benchmarking příkladů dobré praxe

Předkládaný dokument obsahuje příklady úspěšného využití kulturních specifík vybraných měst v Nizozemí. Na těchto příkladech jsme se pokusili ilustrovat, jakým způsobem bylo rozvoje lokálního kulturního prostředí dosaženo, a to zejména s ohledem na:

- podchycení kulturní identity těchto měst spolu se zapojením kulturních institucí,
- iniciativy a typy spolupráce mezi kulturními institucemi.

Ke srovnání jsme využili příkladů měst Rotterdam, Eindhoven a Utrecht. Dosažení pokroku v rozvoji místní kultury bylo v případě každého z uvedených měst spojeno s významnými lokálními akcemi. Jednalo se o následující kulturní akce

- **Rok architektury v Rotterdamu 2007** - způsob, jakým jednotlivé kulturní instituce, organizátoři kulturních akcí a sponzoři vytvořili rok plný událostí, výstavních akcí a koncertů – vše soustředěno kolem jednoho tématu,.
- **Eindhoven: město světla**. Každoroční událost ve městě Eindhoven zaměřená na téma předvádění světelných show, do kterých je zapojeno široké spektrum variace kulturních partnerů (a to jak veřejnoprávních tak soukromých).
- **Utrecht: město míru 2013**. Mírová smlouva podepsaná v roce 1713 měla celosvětový dopad a na její připomínku je připravována pro rok 2013 připomínková akce, která bude sestávat z řady aktivit kulturních institucí, škol a společností. Akce je současně vnímána jako mezičlánek v přípravě procesu na kandidaturu Evropské města kultury v roce 2018.

Strategie kultury v Rotterdamu, Utrecht a Eindhovenu

Úvod

Řada úspěšných strategií kultury je založena na definici kulturní identity města. V čem je město jedinečné, co definuje jeho „DNA“?. Na příkladu tří měst ukážeme, jak je tato kulturní identita konkrétně definovaná.

Rotterdam: rok architektury

Rotterdam v číslech a faktech

- jeden z hlavních evropských přístavů,
- 600 000 obyvatel, okolní urbanizovaný region spolu s městem dosahuje počtu 1.1 milionu obyvatel,
- druhé největší město v Nizozemí,
- město bylo zničeno v roce 1940 během druhé světové války: a to v rozsahu 28 000 domů (včetně téměř kompletního zničení historického jádra),
- město potřebuje ekonomickou transformaci: je potřeba intenzivně vyvinout znalosti a dovednosti v oblasti kreativních průmyslů.

Vzhledem k pokračující mechanizaci a robotizaci prací v přístavu se zvyšuje míra nezaměstnanosti ve městě. Potřeba silné a diverzifikované ekonomiky je tak stále očividnější. Ačkoliv jsou v této oblasti již od 80. let 20. století podnikány patřičné kroky, stále přetrvává potřeba širší palety diverzifikovaných ekonomických činností. V současné době se město soustřeďuje na potenciál kreativních průmyslů a znalostní ekonomiky.

Rotterdam: pět jedinečných témat, které definují kulturní identitu města

Město Rotterdam definuje svou kulturní identitu jako „světové přístavní město“. Ve své kulturní politice město uvádí čtyři klíčová hesla, která popisují unikátní silné stránky území:

1. mládež,
2. vodní plochy/přístav,
3. mezinárodní aspekt,
4. architektura.

Tato klíčová slova z oblasti kultura také hrají roli v rozhodování města, jaké typy akcí, jaký druh nové výstavby ve městě a jaký systém dotační politiky bude zvolen. Dalším nástrojem, který byl použit vedle definic unikátních charakteristických silných stránek města byly takzvané tematické roky.

Rok architektury v Rotterdamu je pátým tematickým rokem ve městě po Euro 2000 (fotbalový šampionát), Evropském hlavním městě kultury, WaterLife 2003 a Rok sportu 2005. Tematický rok 2007 se konal v době třetí edice Mezinárodního architektonického Bienále Rotterdam (IABR), které umožnilo průnik mezi takovými obory jakými je architektura, územní plánování a krajinná architektura, a to v celosvětovém měřítku.

Stručný popis projektu

Rotterdam, který byl velice silně poškozeno během druhé světové války, je nyní městem moderní architektury, částečně díky poválečné obnově prostoru. Je tedy svého druhu muzeem pod širým nebem prezentujícím všechna období poválečného urbánního rozvoje na ploše zhruba jednoho čtverečního kilometru. Obyvatelé města jsou oprávněně hrdi na moderní architekturu a uskutečněné projekty výstavby mrakodrapů. Z tohoto důvodu se vedení města rozhodlo využít programu Roku architektury konaného v roce 2007 pro realizaci řady aktivit, které budou obsahově odpovídat zvolenému tématu. Rada města proto deklarovala rok 2007 jako rok architektury. Vynikající počiny v místní architektuře byly proto adekvátně vyzdvíženy jak v domácích tak i zahraničních médiích.

Rok architektury v Rotterdamu se vyznačoval celoročním bohatým programem: četnými výstavami, specializovanými událostmi odehrávajícími se v blízkosti architektonicky specifických budov a míst, s koncentrací akcí směřovaných k prezentaci města jako hlavního města architektury v zemi. Jednou z událostí byla akce „Místa a příběhy“ – trasa městem v rámci které byly sdělovány příběhy 40ti budov ve městě – 40 budov, které reprezentovaly 100 let zdejší moderní architektury.

Organizace samotné iniciativy

Korporace pro rozvoj města vytvořila nezbytný plán včetně finančních aspektů. Nadace festivalů v Rotterdamu převzala odpovědnost za realizaci Rotterdamského roku architektury. Marketing a komunikace byly zajištěny místní marketingovou organizací.

Organizace Rotterdamského roku architektury byla zasazena do kontextu 20 let znalostí a zkušeností na poli festivalů a politiky rozvoje města. Za použití základního konceptu plánování a stanovení cílů, spolupracovaly zmíněné organizace v úzké součinnosti s dalšími společnostmi a institucemi města. Na časté bázi se odehrávaly bilaterální diskuse s producenty, kulturními institucemi, subjekty v cestovním ruchu a podnikateli pro účely vyjasnění, čím mohou další organizace působící na území města ke konání vlastní akce přispět. Tato komunikace se mohla týkat širokého spektra záležitostí, od otázky ohledně přispění konkrétní filmové produkce až ke specifickým požadavkům na organizaci konkrétně definovaných událostí. V průběhu roku byl též dostatečný prostor pro lokální spontánní iniciativy. Cílem akce byl pestrý program, který se bude odehrávat v koherentním programovém rámci.

Sponzoři

Mezi sponzory Roku architektury byly stavební společnosti, developři a stavebníci. Hlavním sponzorem byla společnost Deloitte, a dále Vesteda, Vestia, ING Real Estate Finance, Přístav Rotterdam, Eneco Energy, Nationale Nederlanden (insurance), Heijmans, BAM a další.

Historie akce

Jednalo se o první akci svého druhu ve městě, která nebyla v předchozích letech organizována.

Návštěvníci

Tematický rok architektury vykazoval velice dobrou návštěvnost. Hlavní událostí roku byla iluminace frontové linie (která byla současně „demarkační linií“ rozsahu válečné destrukce ve městě), první konání víkendu mrakodrapů (16,5 tisíc návštěvníků) a trasa „Místa a příběhy“ v Rotterdamu zahrnující 40 budov (18,5 tisíc návštěvníků v šesti měsících). Muzejní expozice díla Le Corbusiera byla nejnavštěvovanější událostí celého monotematického roku (s 55 tisíci účastníky).

Architektonické atraktivy jako Euromast nebo Open Cube House vykazaly během Roku architektury v Rotterdamu výrazně více návštěvníků, než bylo obvyklé v předchozích letech.



Obrázek: osvětlení frontové linie vymezující rozsah poškození města během válečné destrukce

Rozpočet

Rozpočet akce dosáhl 3 milionů EUR.

Utrecht, město míru

Stručný popis projektu

Utrechtský mír je označení světové mírové smlouvy podepsané v Utrechtu v roce 1713. Utrechtský mír je současně označením organizace, která má na starosti přípravu 300letého výročí této důležité události. V roce 2013 proběhnou tedy oslavy 300letého výročí události. V tomto roce se uskuteční bohatý kulturní program sestávající z řady událostí a slavností. Slavnost pořádaná při příležitosti zmíněného výročí bude současně testem organizační kapacity města z pohledu přípravy kandidatury na Evropské hlavní město kultury roku 2018. V roce 2013 se rozhodne, které z měst Nizozemí se stane Evropským městem kultury roku 2018.

Dvěma hlavními cíli cíle uspořádání akce Utrechtský mír jsou:

- poskytnout impulz mezinárodnímu profilu Utrechtu jakožto důležitého mezinárodního znalostního a kulturního centra Nizozemí,
- posílit roli kultury ve městě a přilehlém regionu.

Společnost Utrechtský mír má na starosti:

- kulturní program uspořádaný k oslavě a připomínce 300letého výročí podepsání Utrechtského míru,
- zajištění žádosti města o kandidaturu na Evropské město kultury v roce 2018.

Symbolický význam roku 1713 je obsažen v níže uvedených zásadách přijatých městem:

- respekt k národnostním, náboženským a kulturním rozdílům,
- význam umění a kultury pro udržení sociální stability,
- sdílení znalostí pro dosažení sociální soudržnosti a inovace.

Divadlo, tanec, hudba, debaty, vizuální umění a nová media jsou umělecké formy, které jsou pro tyto účely využívány. Projevy umělecké a kulturní činnosti tak lze nalézt nejen v kamenných divadlech nebo koncertních sálech, ale i ve veřejném prostoru, jednotlivých městských čtvrtích a kulturních památkách v regionu.

Program je zaměřen na propojení umění a kultury s aktuálními problémy v sociální oblasti. Program započne v den historického podpisu smlouvy (11. duben) a bude uzavřen 21.9. dnem Day4Peace, mezinárodním dnem míru. Období půl roku ohraničené těmito daty bude výletem do minulosti skrze současnost a budoucnost města, a to od regionálního měřítka po měřítko evropské. Program je rozdělen do tří bloků, každý s trváním tří týdnů. Krátkodobé události budou prokládat dlouhodobější projekty. Zmíněné zásady přijaté městem budou základním myšlenkovým motivem akce.

První blok (jeden ze tří stanovených bloků): jaro

Slavnosti prvního období začnou 11. 4. 2013, v den 300letého výročí podpisu Utrechtské mírové smlouvy. Tento blok skončí 5. 5. 2013 s festivalem připomínajícím den osvobození. Tomuto období dominuje zdůraznění významu smlouvy a jejích následných efektů v uplynulých staletích. Poselstvím tohoto období je zdůraznění skutečnosti, že lidé dnes žijí v míru a že tuto skutečnost budou v tomto období slavit především hudbou.

Hudba: Te Deum Georga Friedricha Haendela a nová hudební skladba Te Populum

Město Utecht se stane místem jedné veliké slavnosti s aktéry v podobě jak místních „hrdinů“, tak mezinárodních hvězd. Od Georga Friedricha Händela po hip-hop, od klasiky po klezmer, od zpěvu písní po tanec. Zvony nejvyšší kostelní věže v zemi, věže dómu, se rozezní, s melodií následovanou zvony všech dalších kostelů ve městě.

V dómu se rozezní Haendelovo Te Deum v přednesu Nizozemskou společností Johanna Sebastian Bacha. Představení bude snímáno na velkoplošné obrazovky umístěné vně dómu. Samotné představení se odehraje vlastně vně budovy, protože zvuky skladby budou znít až k hranicím utrechtské provincie. Skladba Te Populum bude přednesena plejádou dechových orchestrů, amatérských orchestrů a chórů, se zvukem linoucím se skrze provincii a s následným návratem do městského centra a na dómské náměstí.

Hudba: zpět do Gulliverových časů

Mezinárodní přednes opery Gulliver bude zajištěn utrechtskou společností Insomnia. Libreto opery je založeno na práci Jonathana Swifta, autora Gulliverova cestování a vášnivého zastánce anglické účasti na vyjednáváních roku 1713. Lidé budu moci cestovat ve městě zpět proti proudu času. Budou provedeny reminiscence na rok 1713 v podobě ohňostrojų a pouličních slavností, s hudbou a tancem. Kde to jen bude trochu možné, bude omezen automobilový provoz v ulicích, aby byla co nejvíce přiblížena dobová atmosféra.

Hudba: nová hymna míru

Nad rámec uvedených akcí vyhledává organizace Utrechtský mír mladé hudební talenty pro vytvoření nové Hymny míru, nového mírového hitu.

Muzea se valí do ulic – spolu s rozsáhlými plakáty – vše o míru a válce

V ústředním muzeu (největší muzeum v Utrechtu) bude umístěna rozsáhlá výstava, zaměřené na okolnosti vzniku Utrechtské mírové smlouvy, a to prostřednictvím maleb, portrétů a dalších uměleckých děl. Vystavené předměty budou rovněž reprodukovány na rozměrově velkých plakátech a budou vystaveny v celém městě. Na základě inspirace románem Lva Nikolajeviče Tolstoj se muzeum bude rovněž zabývat tématem Vojna a mír.

Dopad smlouvy bude ilustrován v archívech Utrechtu. Budou šířeny informace o tom, které z dobových paláců byly pronajaty návštěvníkům, z řad diplomatů, které taneční slavnosti a události se uskutečnily a jak město žilo v dané obě kulturními aktivitami nejrůznějšího druhu.

Několik dalších muzeí v Utrechtu a jeho okolí bude hostit speciální události směřované k tématu Vojna a mír. Nejméně 8 muzeí v Utrechtu plánuje výstavu nebo program na téma Mírová smlouva Utrecht. Participace na projektu se bude týkat také dalších muzeí v provincii Utrecht, a to prostřednictvím úpravy jejich výstavních programů tak, aby tyto odpovídaly tematicky slavnostem výročí uzavření smlouvy.

Virtuální průvodce, interaktivní trasy

Bude možné se aktivně zúčastnit akcí zaměřených na historické reminiscence, a to prostřednictvím využití interaktivního softwaru v iPodu, smart mobilních telefonech a PDA. Ty umožní uživatelům shromažďovat rozsáhlé informace o historii města a regionu. Interaktivní trasy Utrechtu jsou naplánované jak pro rodiny, tak i pro ostatní turisty. Bude možné hrát také novou hru – Rovnováha moci, kde diplomacie, porozumění a znalosti budou oceňovány a brutální síla a ignoranství budou trestány.

Síla dialogu

Radnice se stane fórem pro sérii debat o zásadách přijatých městem Utrecht. K diskusím budou přizváni zástupci tří generací. Konference Memoriál Edwarda Saida se uskuteční na jaře roku 2013. Klíčovým konferenciérem bude pravděpodobně světově uznávaný pianista Daniel Barenboim, který založil West-East Divan Orchestra, složený z mladých hudebníků z Izraele a Palestiny.

Před uskutečněním samotné akce v roce 2013 budou průběžně do přípravy projektu zapojeny děti všech věkových kategorií, které se budou zúčastňovat různých uměleckých a kulturních projektů zaměřených na zkoumání otázek války, míru a dialogu. Jejich práce budou vystaveny v nejrůznějších místech města, včetně ústředního muzea. Další akce budou sestávat z hudebních vystoupení zaměřených na otázku míru.

Je rovněž naplánována konference na téma vzdělávání. V průběhu několika dnů, se budou její delegáti věnovat vzájemným vztahům mezi uměním, kulturou, výchovou k míru a občanství. Ve spojitosti s lokálními policejními sbory zvýrazní konference práci tří stovek „stavitelů mostů“ mediátorů, kteří každý svým způsobem přispěli k udržení mírové situace. Mezi nimi jsou např. zakladatelé sdružení sítě starostů míru, od Hirošimy a Nagasaki a zástupců Mezinárodních mírových škol, kanadské neziskové organizace.

Město má v úmyslu pozvat řadu umělců z konfliktních oblastí, aby bylo možné vytvořit dočasné městské studio. Umělci budou mít možnost přispět k mezinárodní výstavě svých špičkových děl. Výstava se uskuteční v roce 2014 a její návštěvníci budou moci čerpat ze zkušenosti autorů vystavených děl.

4. a 5. květen: připomínka války a osvobození

V následujících letech 2011-2013 hodlá Utrecht podpořit svou pověst města míru. Pozornost bude proto zaměřena na současné otázky míru a bezpečnosti. Jedno z nejpříhodnějších období roku pro realizaci takových akcí je 4. květen, kdy si Nizozemí připomíná konec války a 5. květen, den osvobození země. Jednotlivé události budou organizovány v kooperaci s místními organizacemi a Komisí 4. a 5. května.

5. května 2013 se v Utrechtu odehraje největší slavnost osvobození v celé zemi. Prostřednictvím veřejných debat a populární hudba bude pozornost zaměřena na spojnici mezi přítomností a minulostí. Předpokládá se, že festival přiláká návštěvníky z celé země i ze zahraničí.

Organizace oslav uzavření Mírové smlouvy v Utrecht

Do organizace akce je zapojena jak reprezentace provincie Utrecht, tak rada města. Organizační složka sestává z

- výboru
- komise zaměřené na doporučující pokyny,
- výzkumných pracovníků,
- odborníků na oblast marketingu,
- zaměstnanců v oblasti financí a umění,
- zaměstnanců v oblasti sponzorství a partnerství,
- Programových projektových vedoucích.

Jak již bylo nastíněno výše v rámci popisu programu, v rámci organizace jsou zapojena též místní muzea, školy, hudebníci, místní veřejná správa, policejní síly a další organizace.

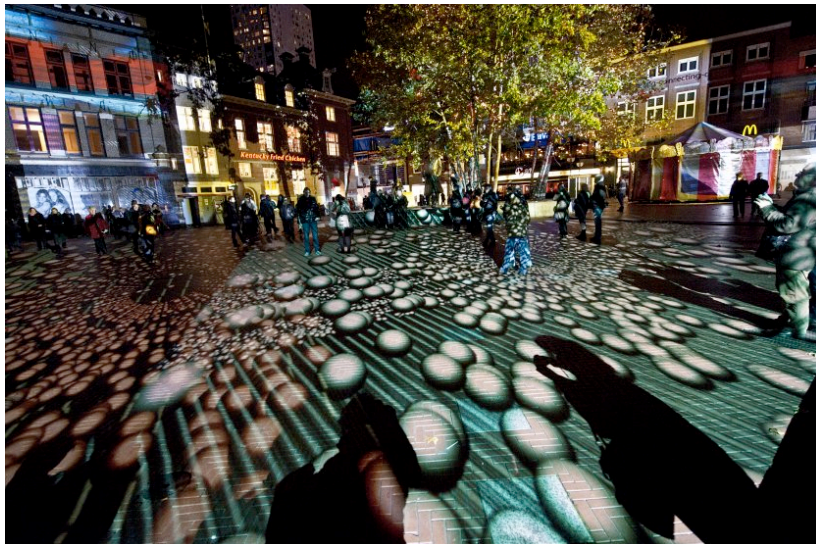
Historie

Utrechtská mírová smlouva navazuje na sérii smluv podepsaných v roce 1713 v eponymní lokalitě v Republice sedmi spojených Nizozemských území. Utrechtská mírová smlouva zakončila dlouhou sérii válek o Španělské dědictví a válku královny Anny. Samotný proces podpisu smlouvy byl výsostně diplomatickým aktem. Uzavření míru bylo následované ekonomickým rozvojem regionu a provincie Utrecht. Elita města pronajala své nejlepší prostory četnému personálu diplomatických misí. Jednalo se o půlroční slavnost, která ve městě našla své vyjádření prostřednictvím umění a kulturních expresí. Veškeré úsilí bylo zacíleno na pořádání velkých banketů.

Rozpočet

Město Utrecht přispívá na organizaci, program a informační kampaň slavnosti Utrechtské smlouvy v roce 2013 roční částkou 2 100 000 EUR.

Eindhoven: Město světla



Krátký popis projektu

Fórum světla v umění a architektuře nazvané GLOW je týdenní festival s konáním mezi 18 hodinou a půl dvanáctou. Festival je venkovní exhibicí spočívající v nasvícení věhlasných budov a míst města. Město je prvním místem průmyslové výroby elektrických žárovek (firma Philips) a je tak již konstantně spojováno s fenoménem elektrického světla. Umělci a designéři pocházející jak z města, tak z celé země a ze zahraničí vyvíjejí umělecké produkty využívající světelné efekty a designové aplikace, které jsou zajištěny pomocí moderních medií – výpočetní techniky, sensorů, animace a nejnovějších projekčních technik.

Vztah mezi historií, identitou města a festivalem

Image města je silně založena na vizi města světla. Toto označení vzniklo v průběhu slavností osvobození, které se odehrávaly v roce 1946. Obyvatelé tehdy spontánně nasvětili trasu vedoucí napříč městem. Světlo se stalo symbolem svobody v Eindhovenu. Na image města působila také přítomnost průmyslové výroby elektrických svítidel značky Philips, která sehrála důležitou roli v uchovávání celého konceptu města světla. Festival GLOW tak velice dobře zapadá do historie a značky města.

Téma roku 2010: Objevování města

Když se setmí, tak se obraz města mění. Běžné světelné znečištění města, které jinak stejnoměrně pokrývá celé území města, je vystřídáno ostrovy světla, jasně osvětlenými výlohami obchodů a fasád, nasvícenými ukazateli, světly aut míjejícími chodce. Vše je vnímáno jako signál na pozadí všudypřítomného hluku města: odlesky ulic, náměstí a silnic způsobené osvětlením ulic. Noc – říše fantazie a magie – je v Eindhovenu podíem festivalu GLOW 2010.

(Znovu)objevování Eindhovenu klade prostřednictvím užití umělého světla městský prostor do odlišné perspektivy a umožňuje zdůraznit či odhalit jinak opomíjená místa ve městě. (Znovu)objevování Eindhovenu ukazuje město v nových podobách. Město jako prostor pro rétoriku, naraci, paměť, sebereflexi a dialog. Festival se soustředil na to, co se odlišuje od průměrnosti, cosi co může překvapit, nebo co je malým zázrakem. Cosi, co přitahuje pozornost a dokáže si jí udržet tím, že je pociťováno cosi zvláštního a těžko uchopitelného. Každé umělecké dílo umožňuje za pomoci magického vlivu světla uvést do pohybu myšlenku a pocity vztahující se k danému místu.

Organizace

Spolu s městem na projektu spolupracovali sponzoři akce (včetně společnosti Philips), zakladatelé akce (tedy město Eindhoven a provincie Brabant), partneři a přátelé festivalu.

Historie

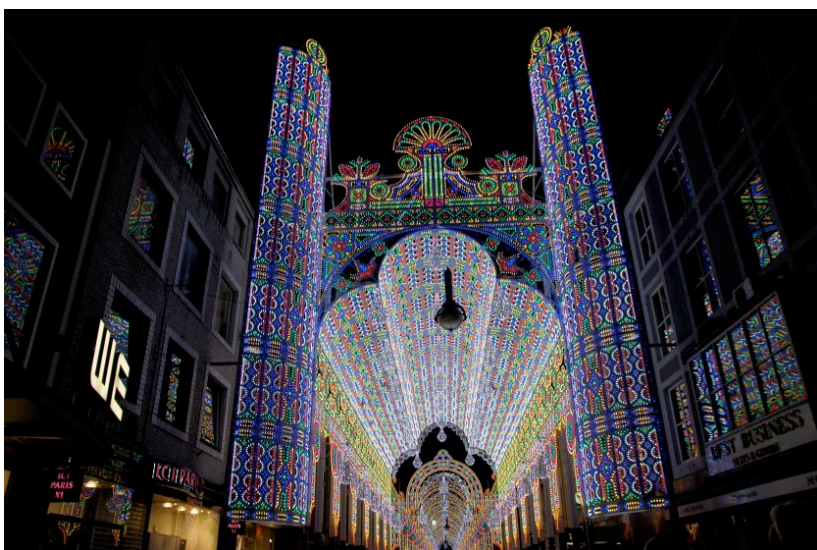
Festival se koná každoročně od roku 2006, vždy v listopadu. Každý rok je festival zasvěcen jinému tématu.

Návštěvníci

V roce 2009 se festivalu zúčastnilo 150 000 návštěvníků. V roce 2010 narostla návštěvnická úspěšnost na přibližně 250 000 účastníků.

Rozpočet

Roční rozpočet je 800 000 EUR.



Přenos dobré praxe pro Brno

Hledání společných denominací v DNA města

Spolupráce jednotlivých institucí může být vedena celkovou koncepcí města, jejímž účelem je snaha o nalezení společného jmenovatele pro kulturní instituce. Tyto ukazatele mohou být nalezeny v rámci "DNA" města, jedná se o ty charakteristiky v identitě města, které jej činí jedinečným. Mohou být nalezeny ve sdílených příbězích z historie města, historie samotné (důležitá historická fakta), silných ekonomických sektorů, které mají vlastní historii, tradici aj.

Toto platí pro příklad Utrecht (v jehož historii dominuje téma míru), Rotterdamu (v jeho ekonomice, historii a jejím konkrétním hmotném projevu - architektuře) a Eindhovenu (v jeho ekonomice a silném tématu světla v jeho historii).

Tato témata mohou být transformována do hudebních projevů, výstav, manifestací v muzeích a koncertních halách, ale také v ulicích, na náměstích a ve školách.

Šíření entuziasmu a kreativity

Spolupráce mezi institucemi je pro posílení kulturní image města klíčová. Strategie kultury, jejímž účelem je dosažení lepší spolupráce mezi partnery působícími na poli kultury, by se neměla zaměřit pouze na metodiku a finanční zdroje, ale také na šíření entuziasmu a kreativity.

Kulturní akce, které pozitivně přimějí kulturní instituce k participaci, dokáží vytvořit a povzbudit energii ve městě. Rok architektury katalyzoval mnoho energie v Rotterdamu a mnoho subjektů, institucí a skupin se této akci zúčastnilo a poskytlo extra úsilí k dosažení cíle. Akce jim rovněž pomohla vytvořit nová uskupení a najít ve městě nové partnery.

Nicméně, trvalo určitý čas, než tyto organizace a instituce pochopily, že zmíněná iniciativa města nebyla zamýšlena jako tlak na změnu jejich programu a odebrání jejich vlastní autonomie. První reakce na samotnou ideu města byly negativní. Národní institut architektury například nebyl ochoten v momentě zveřejnění záměru na uskutečnění roku architektury spolupracovat. Institut byl veden obavou o ztrátu vlivu na programování a vedení. Manažer celého projektu si s touto institucí následně vyjasnil, že se nejedná o snahu instituci tlačit nějakým nežádoucím směrem, ale že se jedná o pozvání k participaci. A že zmíněná akce může být vnímána jako příležitost k uskutečnění extra programu, vytvoření dalšího diváckého publika a k programování speciální jedinečné události se samostatným rozpočtem. Instituce byla nakonec ochotna spolupracovat.

Důležitá část rozpočtu byla vyhrazena podpoře dílčích iniciativ obyvatel města a podnikatelů. Ti mohli předložit své plány s popisem ideového pozadí jejich projektů, přehledem příjmů a výdajů, předpokládané návštěvnosti a plánu publicity. Manažer projektu a jeho poradci prováděli následnou oponenturu projektů a pokoušeli se nalézt možnosti, jakým způsobem předkládané projekty realizovat. Některé myšlenky byly

provázány s jinými projekty nebo institucemi. V konečném důsledku spatřilo světlo světa impresivní spektrum iniciativ, od tanečního umění po diskuse, od poezie po projekty typu „open house“.

Užití existujících festivalů a existujících kulturních programů!

Není obtížné poskytnout městu extra impulsy se speciálně vyčleněným rozpočtem na konkrétní akce a programy. V takovém případě je možné najmout externí agenturu, která celý program zajistí. Naproti tomu podpořit kulturní dění, život a vitalitu města způsobem, který je finančně udržitelnější, je již obtížnější. Pokud je účelem projektu posílení kulturní atmosféry města a pokud má být toto úsilí dovedeno do reálné manifestace, je klíčové, aby existujícím uskupením a organizacím byly svěřeny konkrétní odpovědnosti. V Rotterdamu například převzala odpovědnost za Rok architektury Nadace rotterdamských festivalů (etablovaná instituce existující 10 let, odpovědná za koordinaci festivalů a různých akcí). Tato instituce mohla využít a posílit existující síť festivalů a kulturních institucí. Byla rovněž schopna zajistit participaci nebo příspěvek kulturních institucí, organizátorů různých akcí, architektů, amatérských klubů a organizací k programu Roku architektury.

Práce v rámci integrovaného přístupu, ve kterém jsou rovnocenně zohledněny koncepty “hardware” (architektura), “software” (produkce) a “orgware” (organizující kapacita)

V řadě strategií kultury měst se vedou debaty na téma, co je nejlepším prostředkem pro stimulování kulturního rozvoje města. V mnoha případech se debata točí kolem investic do infrastruktury (např. výstavba muzeí, divadel, operních domů aj.) a peněz na kulturní a programovou náplň nově vzniklých budov (operní produkce, představení, prostředky na výstavní činnost, taneční produkce aj.). Jedná se o klasické dimenze kulturních politik (hardware versus software), které by měly být ve vyrovnaném poměru.

Nicméně třetí dimenze je často opomíjena. Je to organizace kapacity města. Mohou spolu kulturní instituce dobře komunikovat? Je způsob jejich organizace dostatečný a flexibilní? Jsou schopny dostat se jednoduše k soukromým společnostem (sponzorům), amatérskému kulturnímu životu a entusiastickým skupinám dobrovolníků? Jsou schopny dobré propagace a marketingu? Jsou schopny jednoduše a profesionálně zajistit technické aspekty svého chodu? Je k dispozici patřičná infrastruktura nebo rutina, která zajistí udržení know how, sítě personálních kontaktů uvnitř jednotlivých institucí a organizací? Tuto třetí dimenzi kulturní politiky nazýváme orgware. Je to organizační kapacita města na poli kultury. Tato složka kulturního života je často podceňována.

Tab. 53. Tabulkový přehled charakteristik srovnávaných akcí

Zjišťované údaje:	Akce		
	Rok architektury: Rotterdam 2007	Výročí podpisu mírové smlouvy v Utrecht	Eindhoven: festival Glos
Časové trvání akce	6 měsíců (2007) od března do září	5 měsíců (2013) (11.4-21.9.)	Vždy 1 týden v listopadu (každý den od 18:00 do 23:30)
Počet návštěvníků	Již existující kulturní atraktivita na poli architektury (památky aj.) získávají díky akci podstatně větší počet návštěvníků	Není znám, ve vývoji	Návštěvníků v roce 2010
Počet událostí	40, výstavy, soutěže, zážitkové akce, průvodcovské služby, debaty, dětské programy	Program sestává ze 3 bloků, každý s trváním 3 týdnů. Mezi jednotlivými bloky probíhají dlouhodobé projekty, které tyto jednotlivé bloky spojují. Období, ve kterých jednotlivé bloky probíhají, jsou z hlediska programů intenzivní s tím, že probíhá řada krátkodobých programů	Jedná se o show v plenéru, v rámci které významné budovy a prostory města jsou nasvětleny umělým osvětlením. V roce 2010 bylo součástí programu nasvícení 20 budov a ploch ve městě se 14 souvisejícími akcemi, organizovanými podél zvolené trasy různými institucemi a společnostmi.
Původ návštěvníků	80 % Nizozemí	Odhadem 50 % místních návštěvníků, 40 % z Nizozemí, 10 % mezinárodní publikum	Odhadem: 70 % místních návštěvníků, 20 % z Nizozemí, 10 % mezinárodní publikum
Frekvence události	Jedinečná tematická událost	Jedinečná tematická událost	Každoroční
Rozpočet	-	-	800 000 EUR
Rozdělení nákladů/obrat:			
1) Vstupné	Části festivalu mají vlastní poplatky za vstupné, část není zpoplatněna	Na části festivalu se vybírá samostatné vstupné	Není zpoplatněno
2) Catering	-	-	-
3) Příspěvek města a dalších veřejných subjektů	3 miliony EUR	2,1 milionů EUR každoročně ze zdrojů města, 2 milionů EUR každoročně ze zdrojů provincie	
4) Sponsoring	-	-	-

5. Návrhová část

Vize

Město Brno bylo vždy přirozeným centrem pro setkávání, prolínání a vzájemné obohacování různých kultur. Potenciál, který z této pozice historicky vyplývá, často využívalo a nyní cíleně a důsledně využívá svobodným, otevřeným a kreativním způsobem. Základem rozvoje kultury v Brně je proto zejména ochrana, rozvíjení, prověřování a prezentace zděděných kulturních hodnot a jejich přirozené uplatňování ve všech oblastech života.

Úkolem města v oblasti udržení a rozvoje kultury je především podpora vytváření optimálních organizačních a ekonomických podmínek existence kulturních subjektů, a to v užším i širším slova smyslu. Žádoucím cílem je kultivace vazeb mezi kulturou a dalšími oblastmi života ve městě, při vědomí, že kulturu vnímáme jako médium zprostředkování a pěstování základních hodnot svobodné, demokratické společnosti. Kultura v Brně by měla být i katalyzátorem inovací, významným nástrojem udržení a zvyšování úrovně kvality života ve městě i jeho ekonomického potenciálu. Působí též jako důležitý prvek upevňování sociální soudržnosti a prevence patologických jevů ve společnosti. Úroveň a dostupnost kultury nejen obohacuje životy občanů a povzbuzuje jejich individuální kreativitu, smysluplně naplňuje volný čas, ale také významně ovlivňuje ekonomické a sociální aspekty života města, úspěšnost a kvalitu vzdělávání a výzkumu a přispívá v mnoha ohledech ke zvyšování konkurenceschopnosti města v kontextu celé Evropy. Rozvoj kultury tak posiluje pozici města nejen jako přirozeného moravského kulturního centra, ale i v rámci celé České republiky, Evropy i světa. Zvyšuje se tím též přitažlivost Brna pro nové obyvatele a investory.

Vzhledem k silné a diverzifikované kulturní infrastruktuře, která za předpokladu správného nastavení priorit a definování nástrojů umožní docílit mimořádného synergického efektu, je hlavním smyslem kulturní politiky města Brna využít potenciál jednotlivých kulturních institucí, iniciativ a projektů. Prosazování kulturní politiky města se proto bude orientovat především na intenzivnější využití možností stávajících kulturních institucí, projektů a aktivit, které udržují kulturní a historickou identitu města a zároveň ji aktuálně utvářejí a posilují. Identitou přitom rozumíme jednoznačně rozpoznatelnou kombinaci hodnot, specifických kulturních tradic a způsobů institucionálního či individuálního jednání v poli kulturní produkce. Kultura je tedy pro Brno jedním ze základních kamenů jeho pozitivního vývoje.

Tato identita nebyla doposud adekvátně pojmenována a prakticky využívána. Pojmenovat a posílit identitu Brna v oblasti kultury respektive zvýraznit jeho specifické postavení na kulturní mapě ČR a Evropy bude jedním z hlavních úkolů kulturní politiky města a z ní vyplývající kulturní strategie.

Podmínkou pro úspěšné naplnění této kulturní strategie bude také schopnost interpretovat a aplikovat dostupné výstupy a poznatky současného stavu kultury ve spojení s dalšími rozvojovými strategiemi města Brna. Důležité se to jeví zejména v oblasti orientace na služby, inovace, výzkum a vzdělání

a v oblasti socio-demografických proměn. Důraz by proto měl být kladen na schopnost integrovat kulturu především do dlouhodobých projektů a strategických rozhodnutí naplňujících rozvojový potenciál města. Důležitá je schopnost spolupráce jednotlivých aktérů kulturního života a projekty dlouhodobého rázu přesahující svým významem lokální horizont. U těchto aktivit je jednak předpoklad buď vysoké aktivní participace občanů a návštěvníků města Brna, nebo výrazný marketingový potenciál směřující k posílení jména města.

Vizi lze shrnout do následujících bodů:

- *Kultura bude hrát i v následujících letech významnou roli v životě města Brna jako katalyzátor jeho duchovního, ekonomického a sociálního rozvoje.*
- *Město Brno bude intenzivněji využívat své příznivé geografické polohy i tradice, které specifickým způsobem absorbují evropské i globální kulturní vlivy. Tyto přednosti využije zejména v oblasti rozvoje cestovního ruchu jako atraktivní kulturní destinace.*
- *Prostor pro využití a produkci kulturních hodnot musí zůstat přístupný, otevřený a dostupný. Musí však být stanoveny priority posilování těch aspektů kulturního života města, které přinášejí nejvýraznější sociální a kreativní benefity, při posilování jednoznačně rozpoznatelné kulturní identity Brna.*

Takto chápaná vize kulturní politiky umožňuje formulovat konkrétní cíle a opatření, které přispějí k žádoucímu stavu kultury v příštích letech.

Prioritní osy:

1. infrastruktura a financování
2. marketing, propagace a spolupráce
3. cestovní ruch a kulturní destinace

Strategické cíle:

1. Dosažení vyšší míry vícezdrojové kooperativní formy financování brněnské kultury.
2. Zmapování socio-ekonomického potenciálu kultury.
3. Udržovat a rozvíjet páteřní kulturní infrastrukturu města. (tj. městské a státní organizace).
4. Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města.
5. Podporovat projekty, které jsou ojedinělou prezentací kulturního potenciálu a aktivit ve městě Brně.
6. Podporovat projekty naplňující cíle kulturní politiky města Brna, které se ucházejí o podporu z jiných než vlastních finančních zdrojů města.
7. Udržet stabilitu systému a precizovat principy dotační politiky města Brna s vazbou na cíle jeho kulturní politiky.
8. Zlepšit informovanost o kulturních akcích zřízením jednotného městského informačního zdroje.
9. Zefektivnit způsob rezervace a prodeje vstupenek na kulturní akce.
10. Zvýšit kompaktní nabídku kulturních akcí v oblasti cestovního ruchu.
11. Posílit prezentaci města jako kulturní destinace.

Termíny:

- krátkodobé (K) = do 2 let
- střednědobé (S) = od 2 do 5 let
- dlouhodobé (D) = od 5 do 10 let

V jednotlivých opatřeních jsou aktivity provázané s časovou osou krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých cílů v rovině zahájení té které činnosti.

PRIORITA A: INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ		PRIORITA B: PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE		PRIORITA C: CESTOVNÍ RUCH A KULTURNÍ DESTINACE	
Opatření A.1 Infrastruktura	Opatření A.2 Financování	Opatření B.1 Propagace, marketing	Opatření B.2 Spolupráce	Opatření C.1 Prostředí ČR	Opatření C.2 Zahraničí
A.1.1 Podpora a revitalizace stávající kulturní infrastruktury města a podpora rozvoje nové	A.2.1 Směřování k nastavení kooperativní formy financování	B.1.1 Větší podpora a rozvoj publicity připravovaných a probíhajících kulturních akcí	B.2.1 Spolupráce města a městských částí	C.1.1 a C.2.1 Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace	
A.1.2 Podpora kreativních průmyslů	A.2.2 Udržení stability systému a precizace principů dotační politiky města Brna s vazbou na cíle kulturní politiky města	B.1.2 Zřízení jednotného městského informačního zdroje o probíhajících kulturních akcích	B.2.2 Dlouhodobé plánování významných kulturních akcí	C.1.2 Širší provádění marketingu a propagace kulturních aktivit s aktivitami TIC	C.2.2 Zvýšení spolupráce v oblasti kulturní turistiky s partnerskými a spřátelenými městy
A.1.3 Zlepšení dopravní dostupnosti kulturních zařízení	A.2.3 Školení pro žadatele a příjemce městských dotací	B.1.3 Zvyšovat podporu společného marketingu kulturních akcí	B.2.3 Spolupráce města a nepříspěvkových, nezřizovaných organizací při vzájemné propagaci v domácím i zahraničním prostředí	C.1.3 Možnost kooperativního využívání rezervačních systémů	C.2.3 Přímé nasměrování pobídek v cestovním ruchu v Brně na dopravní, zejména pak letecké společnosti
A.1.4 Zkvalitňování a rozvoj veřejných prostranství pro kulturní a umělecké aktivity	A.2.4 Podpora páteřních kulturních organizací města	B.1.4 Zajištění základních cizojazyčných informací o probíhajících kulturních akcích	B.2.4 Koordinace a plánování významných kulturních akcí v Brně a okolních městech středoevropského regionu (např. Vídeň, Praha, Bratislava)	C.1.4 Systematická práce s tuzemskými in-comingovými agenturami v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky	C.2.4 Akcent na kontinuální spolupráci se zahraničními cestovními kancelářemi
	A.2.5 Příprava na programovací období 2014-2020	B.1.5 Posilování role moderních technologií v propagaci kulturních institucí	B.2.5 Podpora spolupráce se subjekty nezřizované scény	C.1.5 Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města.	C.2.5 Vyšší míra využívání zahraničních profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch.
	A.2.6 Další rozvoj přípravy a čerpání prostředků z komunitárních programů a	B.1.6 Kontinuální zlepšování způsobu nabídky služeb, jejího zpřehlednění,	B.2.6 Vytvoření informačního zázemí pro nezřizovanou scénu (jak	C.1.6 Systematická spolupráce s profesními organizacemi, spolky a	C.2.6 Zkvalitňování a rozšiřování městského navigačního systému

PRIORITA A: INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ		PRIORITA B: PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE		PRIORITA C: CESTOVNÍ RUCH A KULTURNÍ DESTINACE	
Opatření A.1 Infrastruktura	Opatření A.2 Financování	Opatření B.1 Propagace, marketing	Opatření B.2 Spolupráce	Opatření C.1 Prostředí ČR	Opatření C.2 Zahraničí
	strukturálních fondů EU	zatraktivnění a zvýšení účinnosti	postupovat při pořádání kulturních akcí)	asociacemi, včetně kooperace a péče o průvodce, kteří Brnem provází	
	A.2.7 Příprava a čerpání z jiných zdrojů mimo zdroje EU.	B. 1.7 Koordinace cizojazyčných mutací webových stránek organizací zřizovaných městem Brnem		C.1.7 Zkvalitňování služeb informačních center	
	A.2.8 Uchování systému kofinancování dotačních projektů	B.1.8 Posilování propagace města Brna v rámci ČR		C.1.8 Vyšší míra využívání tuzemských profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch.	
	A.2.9 Možnost využití specifických nástrojů podpory formou kooperace zřizované a nezřizované scény.	B.1.9 Posilování aktivit a nástrojů spojených s identifikací města, coby kulturní destinace			
	A.2.10 Podpora kulturních služeb směřujících ke specifickým skupinám				

Opatření, aktivity a projekty

PRIORITA A. INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ

Opatření A.1 Infrastruktura

Díky rozsáhlé míře finanční podpory provozu a rozvoje infrastruktury kulturních institucí v Brně je současná kapacita prostor, ve kterých působí brněnské kulturní instituce, dostačující. Trvalá je však potřeba úprav a zkvalitňování jednotlivých provozů pátevní infrastruktury či podpory některých projektů rozšiřujících stávající kulturní infrastrukturu, např. Divadlo na Orlí, revitalizace Místodržitelského paláce, optimalizace sítě pracovišť veřejné knihovny.

Podpora rozvoje infrastruktury bude proto směřovat jak do vlastních budov, tak do rozvoje a obměny jednotlivých prvků jejich technického zázemí a vybavení (např. audiovizuální technologie, řešení muzejních a galerijních expozic aj.). Ty budou muset být obnovovány ve vyváženém poměru dostupných financí a udržení kroku s nejnovějším vývojem užitých technologií.

Jako potřebné se s ohledem na koncentraci veřejných kulturních institucí v centru jeví budování kulturní infrastruktury i v jednotlivých městských částech, např. v oblasti sítě městských knihoven. Budování nové kulturní infrastruktury mimo vlastní centrum musí zohlednit nejen výstavba iniciovaná městem, ale také proces povolování realizace soukromých developerských projektů.

Zvýšení komfortu návštěvníků kulturních akcí úzce souvisí také s informovaností o možnostech stávající dopravní dostupnosti, včetně MHD či IDS JMK a také parkovacími možnostmi. Do budoucna bude nezbytné, aby město dále pokračovalo ve zlepšení dopravní dostupnosti, včetně zohlednění kapacitního parkování pro zájezdové autobusy.

Pro veškeré typy aktivit uvedených v tomto opatření bude nutné vytvořit vhodné podmínky v územně plánovací dokumentaci města a reflektovat je při budoucím územním rozvoji města. Pokud navíc bude nová kulturní infrastruktura umístěna ve vyloučených, deprivovaných nebo zanedbaných územích, umožní to dosáhnout dodatečných žádoucích synergických efektů rozvoje brněnské kultury a územním rozvojem města.

Dosavadní zkušenosti ukazují na rostoucí význam umění a kulturních aktivit ve veřejném prostoru. Těmto aktivitám bude muset odpovídat úprava některých ploch, které mohou být pro tento typ společenského využití určeny. Nemusí se přitom jednat o drahé investiční akce; sofistikovaná urbanistická řešení mohou navrhnout takové úpravy, které vyžadují minimum vložených prostředků.

Mezi připravované projekty patří: Divadlo na Orlí, rekonstrukce Mahenova divadla, postupná rekonstrukce Janáčkova divadla, Kreativní centrum Brno, dokončení rekonstrukce NKP hrad a pevnost Špilberk, II. etapy, revitalizace Místodržitelského paláce a další.

Obdobným způsobem bude potřeba podporovat segment kreativních průmyslů, jedno z významných odvětví současné evropské ekonomiky. Centra kreativních průmyslů poskytují podmínky pro další rozvoj činnosti začínajícím i etablovaným subjektům působícím na tomto poli. Navíc podpora smysluplného využívání městských brownfields může nabídnout platformu pro uplatnění spolupráce pro uplatnění spolupráce kreativních umělců, firem a investorů. Jednou z důležitých forem podpory města v oblastech kreativních průmyslů je spolupráce při propagaci těchto aktivit ve městě Brně, ČR i zahraničí.

Aktivity a projekty:

Podpora a revitalizace stávající kulturní infrastruktury města a podpora rozvoje nové. (K, S)

Podpora kreativních průmyslů. (K, S)

Zlepšení dopravní dostupnosti kulturních zařízení. (S)

Zkvalitňování a rozvoj veřejných prostranství pro kulturní a umělecké aktivity. (K, S)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby)

Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

Opatření A.2 Financování

S ohledem na vysoký podíl vynakládaných finančních prostředků z rozpočtu statutárního města Brna na zajištění kulturních služeb, bude podporován systém takzvaného kooperativního financování. Týká se to deseti organizací zřízených statutárním městem Brnem. Knihovna Jiřího Mahena, Muzeum města Brna (zejména pak památka UNESCO - vila Tugendhat), čtyři městská divadla (Národní divadlo Brno, Městské divadlo Brno, Centrum experimentálního divadla, Divadlo Radost), Filharmonie Brno, Hvězdárna a planetárium Brno, Dům umění města Brna a Turistické informační centrum města Brna. Na provoz institucí, které poskytují pravidelně a ve značném rozsahu kulturní služby i mimobrněnským obyvatelům, by měly významně přispívat také moravské kraje a u organizací s celostátní působností a významem také stát prostřednictvím Ministerstva kultury.

Z hlediska budování pověsti Brna jako kulturní destinace budou podporovány také aktivity a rozvoj institucí, které nejsou zřizovány městem, avšak výrazně spoluvytvářejí jeho identitu. Podpora těchto institucí ze strany města nemusí být výhradně finanční, ale spíše politická, komunikační a marketingová. V těchto případech budou primární oblastí podpory konkrétní aktivity a projekty, nikoli však provoz.

Brno se stejně jako ostatní města, kraje i stát potýká při financování kultury nejen s problémy investičního charakteru, ale především s udržitelností nových provozů a projektů. Provozní finanční prostředky se zajišťují nejobtížněji a představují dlouhodobou zátěž pro jednotlivé organizace, které je zajišťují, ale i městský rozpočet. Při plánování investic do rozvoje (obnovy či rozšíření) kulturní infrastruktury proto bude zohledňována a důsledněji zvažována jejich udržitelnost.

Jednou z významných možností kulturního rozvoje města je maximalizace efektivity nakládání s dostupnými finančními prostředky v rámci dotačního systému. Pro jednotlivá období budou proto stanoveny programové priority a celý systém by měl směřovat k vyhlašování víceletých dotací umožňujících stabilizaci a rozvoj jednotlivých žádoucích kulturních aktivit.

Součástí snahy zvýšit efektivitu dotačního systému bude pravidelný sběr informací pro účely evaluace a vyhodnocování efektů daných dotačními titulů. S tím souvisí též potřeba zavedení systému opakovaného víceletého monitorování potřeb uživatelů a návštěvníků kultury. Transparentnosti systému pomůže jistě i pořádání dosud absentujících školení pro žadatele a příjemce dotace.

Prostředky poskytované ze zahraničních zdrojů, v České republice to jsou především strukturální fondy EU, které představují významný iniciační stimul pro nastartování výrazných rozvojových aktivit. Zkušenosti ze současného programovacího období 2007-2013 jasně ukazují, že pro úspěch potenciálních žadatelů je rozhodující, aby tito měli dostatečně včas připraveny kvalitní projekty. Období počátku roku 2012 je ideální příležitostí využít příležitosti nového programovacího období 2014-2020. V zájmu města a jeho organizací je sledovat pečlivě přípravu tematických oblastí podpory nového programovacího období a operativně a promptně pracovat na stávajících projektech, případně na vytvoření odpovídajících nových projektů.

Analogickým přínosem se rovněž vyznačuje program Culture či Visegrádské fondy, do nichž se může zapojit celá řada kulturních institucí a projektů působících v Brně. Město proto bude v rámci svých možností podporovat úspěšné žadatele. Specifické místo v oblasti podpory rozvoje kultury zaujímají finanční mechanismy EHP/Norsko, jejichž potenciál spočívá zejména v oblasti revitalizace a ochrany kulturního a přírodního dědictví.

Příspěvkové organizace města realizovaly v posledních letech významné rozvojové projekty podpořené ze strukturálních fondů EU. Tyto projekty významným způsobem přispěly k rozvoji brněnského kulturního prostředí a byly spojeny s výrazným přísunem investičních prostředků ze strukturálních fondů. Pro zajištění nezbytného spolufinancování projektů a tedy i pro záruku realizace podobných projektů vykazujících řadu pozitivních přínosů pro rozvoj města je naprosto nezbytné, aby byly v rozpočtu města vyhrazeny prostředky pro vlastní finanční podíl města Brna jako příjemce či partnera konkrétního grantu.

Významnou možností pro dosažení intenzivnějšího rozvoje v oblasti kultury je podpora společných projektů páteřních kulturních institucí a organizací či projektů mimo příspěvkovou sféru. Rovněž bude vytvořen systém specifické podpory kulturních projektů mimo rámec páteřních organizací (např. jasně definovaný systém možností využívání kapacit městem zřízených organizací nepříspěvkovou sférou). Zapojení a možnost prezentace výjimečných aktivit nezřizované sféry do velkých projektů města či městem zřizovaných organizací.

Kromě dobře zvolené a cílené propagace vyplývá z provedených analýz potřeba zachování a rozvoje spolupráce se školskými zařízeními i dalšími specifickými skupinami (např. senioři, handicapovaní, cizinci, menšiny). Pořady pro školy přispívají k výchově budoucích návštěvníků kulturních akcí a současně pomáhají předcházet vzniku patologických jevů ve společnosti. Roli města spatřujeme v podpoře těchto aktivit u svých příspěvkových organizací, vzájemného partnerství a při získávání grantů a dotací.

Aktivita:

Směřování k nastavení kooperativní formy financování. (S)

Zmapování socio-ekonomického potenciálu kultury. (S, D)

Udržení stability systému a precizace principů dotační politiky města Brna s vazbou na cíle kulturní politiky města. (K, S)

Školení pro žadatele a příjemce městských dotací. (K)

Podpora páteřních kulturních organizací statutárního města Brna. (K)

Příprava na programovací období 2014-2020. (K, S)

Další rozvoj přípravy a čerpání prostředků z komunitárních programů a strukturálních fondů EU. (K,S)

Příprava a čerpání z dalších zdrojů než zdrojů EU. (K, S)

Uchování systému kofinancování dotačních projektů. (K)

Možnost využití specifických nástrojů podpory formou kooperace příspěvkové a nepříspěvkové scény. (K)

Podpora kulturních služeb směřujících ke specifickým skupinám. (K)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Univerzity a vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby)

Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

PRIORITA B. PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE

Opatření B.1 Propagace, marketing

Jedním z nejdůležitějších úkolů je kontinuální zlepšování a rozvíjení koordinovaného marketingu města Brna i jednotlivých kulturních organizací. Dle sociologického průzkumu mají největší zájem o informace o kulturním dění studující, mladší generace, osoby s vysokoškolským vzděláním. Nejméně informováni se naopak cítí starší ročníky obyvatel. Studenti mají ze všech cílových skupin také největší zájem o většinu realizovaných kulturních akcí.

Klíčovým se jeví zřízení a provoz jednotného městského informačního zdroje, jehož základem bude zastřešující webový portál s programovou nabídkou všech kulturních organizací, doplněnou o nezbytné informace obecného charakteru o městě jako kulturní destinaci a doplňkový servis (např. dopravní dostupnost, praktické tipy a rady). Podstatné je zajištění průběžné aktualizace zveřejňovaných informací, aktivní komunikace s uživateli a uživatelsky přátelský přístup, např. přizpůsobení na jednotlivé skupiny a typy kulturních akcí (rodiny s dětmi, školní výpravy, senioři).

Portál musí být propojen na sociální sítě a jiné komunikační prostředky (např. Facebook, Youtube, Twitter, Foursquare), nabízet „public domain“ obsah a také základní jazykové mutace. Významné bude jeho propojení s www stránkami konkrétních kulturních organizací (např. aktivní odkaz, plugins, RSS) a základním portálem města – www.brno.cz. Architektura takového informačního kanálu musí být připravena nejen pro klasické osobní počítače, ale také tablety a smartphony. Prostředí internetu je vhodné i pro zajištění zpětné vazby, prostoru pro komunikaci mezi nejrůznějšími názorovými proudy apod.

Významných efektů v propagaci a informovanosti lze dosáhnout i dalšími, relativně nízkonákladovými prostředky. Jedná se především o tzv. guerilla marketing, virální reklamu, elektronické zpravodaje apod. Pro dlouhodobé budování kvalitní značky je strategické usilovat o získávání uznávaných „značek kvality“ (např. TOP výletní cíle) a dále je rozvíjet (např. vila Tugendhat jako památka UNESCO). Zajímavým formátem mohou být i „kulturní ambasadoři“ propagující město jako kulturní destinaci.

Pro informovanost obyvatel města Brna zůstávají významnými klasické marketingové postupy – magistrátní a radniční zpravodaje, venkovní reklama v podobě city-light vitrín a billboardů, využívání potenciálu městských či soukromých firem. Svůj potenciál mají tiskové konference za účasti představitelů města Brna a zainteresovaných kulturních organizací poskytujících informace o základních aktivitách, realizovaných a chystaných projektech na poli kultury apod.

Pro budování celkové identity města Brna jako kulturní destinace jsou nezbytné moderní, informačně hodnotné a reprezentativní tištěné publikace, vhodné k cílené i plošné propagaci.

U marketingově a propagačně finančně náročných aktivit, je vždy nutné zhodnotit míru efektivity a jejich finanční náročnosti. A to jak u jednotlivých, tak u periodicky se opakujících akcí. Ve všech případech je třeba dbát na jednoduchost, jednoznačnost, srozumitelnost, atraktivitu a aktuálnost poskytovaných

informací. Pokud je to možné, měl by jejich grafický design vycházet z jednotného vizuálního stylu města Brna, aby tak zdůrazňoval identifikaci s městem Brnem.

Aktivity:

Pracovní skupina koordinující globální mediální a marketingové aktivity ve vztahu ke kulturnímu dění ve městě Brně. (K)

Zřízení jednotného městského informačního zdroje o probíhajících kulturních akcích. (K)

Vytvoření a zajištění provozu webového portálu s možností jeho propojení na sociální sítě a jednotlivé kulturní organizace. (K)

Zajištění základních cizojazyčných informací o probíhajících kulturních aktivitách. (S)

Posilování role moderních technologií v propagaci kulturních institucí (např. geocatching). (K, S)

Podpora digitalizace kulturního dědictví a jeho využívání při propagaci kultury a města. (S, D)

Tvorba virální reklamy. (S)

Kontinuální zlepšování způsobu nabídky služeb, včetně zpřehlednění a posilování její atraktivity a účinnosti. (D)

Aktivnější využívání potenciálu městských, poloměstských i soukromých organizací. (S)

Celebrity branding – zajišťování záštity i přímé účasti populárních a významných osobností na vybraných kulturních aktivitách. (D)

Pravidelné vytipovávání TOP akcí v intervalu čtvrtletí, jednoho roku, pěti roků. (D)

Re-design základních materiálů informujících o kulturním dění s důrazem na jejich efektivitu. (S)

Vznik reprezentativní, komplexní a ucelené řady materiálů propagujících kulturní aktivitu města. (S, D)

Pravidelné tiskové konference referující o strategických aktivitách realizovaných v oblasti kultury. (K)

Využití potenciálu památky UNESCO pro mezinárodní propagaci města Brna jako kulturní destinace. (K, S, D)

Kritický přístup k posuzování efektivnosti realizované reklamy. (K, S, D)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby)



Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

Opatření B.2 Spolupráce

Naprostou samozřejmostí musí být vzájemná spolupráce všech subjektů, zejména klíčových partnerů působících v kulturní sféře v Brně a vzájemná spolupráce města s městskými částmi.

Pro mezinárodní i celostátní propagaci města jsou podstatné akce typu city events (např. Muzejní noc, Mezinárodní bienále grafického designu Brno, Divadelní svět Brno). Při jejich organizaci spolupracuje řada městských organizací, nejen kulturních, takže mají i následné, významně synergické efekty. Současně jejich organizační zabezpečení vyžaduje velké časové, lidské i finanční investice. Zanedbávat se však nesmí ani tvorba osobních vazeb mezi jednotlivými kulturními pracovníky napříč všemi typy kulturních organizací i uskupení.

Příležitostí pro Brno je rozvoj další spolupráce s partnerskými a dalšími městy evropského regionu. Spolupráci na lokální a mezinárodní úrovni lze také podpořit plánováním v dlouhodobějším horizontu a koordinací s obdobnými akcemi pořádanými v městech širšího regionu (např. Praha, Vídeň, Bratislava). Dosavadní zkušenosti potvrzují dobrý efekt přímé kulturně-turistické pobídky ve formě prezentace města jako kulturní destinace – např. uspořádání tiskových konferencí, workshopů v regionech ČR a střední Evropy.

Z hlediska rozvoje je strategické také vytvoření informačního zázemí pro nezřizovanou scénu (např. informace o tom, jak postupovat při pořádání kulturních akcí v exteriéru města apod.).

Aktivita:

Spolupráce města a městských částí. (K, S, D)

Kontinuální plánování významných kulturních akcí včetně marketingové podpory v ČR a zahraničí. (D)

Podpora formálních i neformálních setkání představitelů kulturních organizací a organizací zajišťujících navazující marketingové aktivity. (K, S, D)

Koordinace a plánování významných kulturních akcí v Brně a okolních městech středoevropského regionu (např. Vídeň, Praha, Bratislava). (S, D)

Organizace tiskových konferencí a workshopů v regionech České republiky, vytipovaných městech okolních států informujících o kulturní nabídce zdůrazňující město Brno jako turistickou destinaci. (K, S, D)

Vytvoření informačního zázemí pro nezřizovanou scénu (jak postupovat při pořádání kulturních akcí) formou internetového portálu. (K)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby)

Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

PRIORITA C. KULTURA A CESTOVNÍ RUCH

Opatření C.1 Prostředí ČR

V Brně probíhá široké spektrum kulturních akcí a činností. Je proto důležité nabízet metropolitní město Brno jako výjimečnou kulturní destinaci. Dosavadní zkušenosti potvrzují efektivnost přímé kulturně-turistické pobídky ve formě kontaktní prezentace města či workshopů, ve které je třeba do budoucna systematicky pokračovat. Důležitou a nedílnou součástí stabilní péče o povědomí o exkluzivitě destinace jsou Fam a Press tripy. Významných efektů v propagaci a informovanosti na poli cestovního ruchu lze dosáhnout rovněž dalšími, vcelku nízkonákladovými prostředky – např. využíváním tzv. guerilla marketingu, virální reklamy či newsletterů apod. Pro dlouhodobé budování kvalitní destinační značky je strategické usilovat o získávání uznávaných „značek kvality“ (např. TOP výletní cíle, lokalita v systému Enjoy) a dále je rozvíjet (např. vila Tugendhat jako památka UNESCO). Klíčovou roli při vytváření této ucelené nabídky sehrává městská destinační agentura - Turistické informační centrum města Brna, které disponuje kapacitami a znalostmi pro marketing kulturních akcí a aktivit cestovního ruchu.

Zavedení kooperativního využívání rezervačních systémů nabízí efektivnější prodej a tedy i pozitivní nárůst ekonomických výsledků jednotlivých organizací. Současně dojde ke zvýšení uživatelského komfortu a také zvýšené dostupnosti jednotlivých kulturních akcí.

K další propagaci města, jakožto kulturní destinace přispěje také dlouhodobá spolupráce s in-comingovými agenturami, včetně vytváření specifických produktových balíčků.

Další potřebou je kontinuálně zvyšovat atraktivitu destinace v rámci profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch.

V souladu s návrhovou částí platného Programu rozvoje cestovního ruchu města Brna 2010-2015 je v rámci rozvoje kulturního turismu třeba využít jedinečných specifík města spojených s jeho identitou - historie, architektura (např. Brněnské architektonické stezky), osobnosti spjaté s Brnem (např. Gregor Johann Mendel, Leoš Janáček a Adolf Loos), výjimečné projekty (např. vila Tugendhat, brněnský funkcionalismus, brněnské podzemí, hvězdárna a planetárium, hodinový stroj, připravované Moravian science centrum Brno, Mendelovo centrum na Biskupském dvoře apod.).

Tento potenciál je nutné využít ve vazbě na tvorbu a prodej produktů v cestovním ruchu, včetně rozsáhlé propagace města v rámci ČR a zahraničí. V rámci konkrétních kroků se jedná např. o cíleně vytvářené materiály pro cílové skupiny jak v oblasti národnostní a jazykové, tak obsahové pobídky (např. vytvoření publikace „po stopách L. Janáčka a G. J. Mendela v Brně“, tematický audio-průvodce, suvenýry s motivem L. Janáčka a G. J. Mendela, rozvoj informačních kanálů pro snadnější dostupnost „užití“ destinace).

Rozvoj turismu podpoří v historickém centru stabilizace sítě infocenter a zkvalitňování jejich služeb. Předpokládá se také nezbytné zřízení operativních provozů v případě významných nebo rozsáhlých kulturních a společenských akcí s vysokou návštěvností.

Nedílnou součástí péče o návštěvníka je i systematická spolupráce s profesními organizacemi, spolky a asociacemi, včetně kooperace a péče o průvodce, kteří Brnem provází.

V případě oboustranného zájmu může město nabídnout a připravit prezentační balíček o městě Brně pro podporu projektů či aktivit, které prezentují město Brno v jakékoli oblasti.

Aktivity:

Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K)

Širší provázání marketingu a propagace kulturních aktivit s aktivitami TIC. (S, K)

Možnost kooperativního využívání rezervačních systémů. (K)

Systematická práce s tuzemskými in-comingovými agenturami v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K, S)

Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města. (K)

Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací o městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K)

Věnovat zvýšenou pozornost získávání a rozvoji výrazných značek kvality v oblasti cestovního ruchu. (S)

Systematická spolupráce s profesními organizacemi, spolky a asociacemi, včetně kooperace a péče o průvodce, kteří Brnem provází. (K)

Zkvalitňování služeb informačních center. (K)

Vyšší míra využívání tuzemských profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K, S)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Jihomoravský kraj

CzechTourism

Centrála cestovního ruchu Jižní Morava

Asociace průvodců ČR

A.T.I.C

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby, cestovní kanceláře)

Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

Opatření C.2 Zahraničí

Zvýšení povědomí o Brně v zahraničí, jakožto kulturně-turistické destinace ve vztahu k potenciálním zahraničním návštěvníkům města.

K další propagaci města, jakožto kulturní destinace přispěje také dlouhodobá spolupráce s in-comingovými zahraničními agenturami, mezinárodními dopravci, zahraničními společnostmi poskytujícími služby auto-turistům a leteckými společnostmi a letišti.

Dosavadní zkušenosti potvrzují efektivnost přímé kulturně-turistické pobídky ve formě prezentace města, Fam a Press Tripů jako kulturní destinace, ve které je třeba do budoucna systematicky pokračovat, např. s Českými centry MZV.

Stejným způsobem je třeba do budoucna podpořit a rozšířit spolupráci se zahraničními cestovními kancelářemi. Cílem je, aby přímo nabízely jako součást pobytů ve městě Brně balíčky návštěv vybraných kulturních akcí a aktivit.

Zvýšení návštěvnického komfortu historického centra města jistě podpoří stabilizace sítě infocenter a zkvalitňování jejich služeb. Pro lepší orientaci zahraničních návštěvníků města je zkvalitňován a rozšiřován městský navigační systém.

Zvýšit atraktivitu destinace lze rovněž prostřednictvím vyšší míry využívání zahraničních profesních internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch.

V případě oboustranného zájmu může město nabídnout a připravit prezentační balíček o městě Brně pro podporu projektů či aktivit, které prezentují město Brno v zahraničí, a to v jakékoli oblasti.

Aktivity:

Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K)

Zvýšení spolupráce v oblasti kulturní turistiky s partnerskými a dalšími městy. (K, S)

Přímé nasměrování pobídek v cestovním ruchu v Brně na dopravní, zejména pak letecké společnosti. (K)

Akcent na kontinuální spolupráci se zahraničními cestovními kancelářemi v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K)

Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města v zahraničí. (K, S)

Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací o městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K, S)

Věnovat zvýšenou pozornost získávání a rozvoji výrazných značek kvality v oblasti cestovního ruchu. (S)

Zkvalitňování služeb informačních center. (K)

Vyšší míra využívání zahraničních profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K)

Zkvalitňování a rozšiřování městského navigačního systému. (K)

Nositelé a partneři projektů:

Statutární město Brno

Jihomoravský kraj

Ministerstvo zahraničních věcí ČR

CzechTourism

Centrála cestovního ruchu Jižní Morava

Asociace průvodců ČR

A.T.I.C

Organizace zřízené městem Brnem v oblasti kultury

Organizace zřízené Ministerstvem kultury a působící ve městě Brně

Vysoké školy

Další subjekty (např. nezřizované organizace, obecně prospěšné společnosti, právnické osoby, fyzické osoby, zahraniční cestovní kanceláře)

Zdroje:

Zdroje všech nositelů a partnerů projektů.

6. Přílohy

Akční plán programu

Tab. 54. Akční plán programu – časové určení realizace jednotlivých aktivit

	PRIORITA A. INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ	PRIORITA B. PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE	PRIORITA C. KULTURA A CESTOVNÍ RUCH
Krátkodobé aktivity	- Podpora pátečních kulturních organizací statutárního města Brna. (K) - Uchování systému kofinancování dotačních projektů. (K) - Možnost využití specifických nástrojů podpory formou kooperace příspěvkové a nepříspěvkové scény. (K) - Školení pro žadatele a příjemce městských dotací. (K) - Podpora kulturních služeb směřujících ke specifickým skupinám. (K)	- Pracovní skupina koordinující globální mediální a marketingové aktivity ve vztahu ke kulturnímu dění ve městě Brně. (K) - Zřízení jednotného městského informačního zdroje o probíhajících kulturních akcích. (K) - Vytvoření a zajištění provozu webového portálu s možností jeho propojení na sociální síť a jednotlivé kulturní organizace. (K) - Pravidelné tiskové konference referující o strategických aktivitách realizovaných v oblasti kultury. (K) - Vytvoření informačního zázemí pro nezfizovanou scénu (jak postupovat při pořádání kulturních akcí) formou internetového portálu. (K)	- Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K) - Možnost kooperativního využívání rezervačních systémů. (K) - Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města. (K) - Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací o městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K) - Systematická spolupráce s profesními organizacemi, spolky a asociacemi, včetně kooperace a péče o průvodce, kteří Brnem provázejí. (K) - Zkvalitňování služeb informačních center. (K) - Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K) - Přímé nasměrování pobídek v cestovním ruchu v Brně na dopravní, zejména pak letecké společnosti. (K) - Akcent na kontinuální spolupráci se zahraničními cestovními kancelářemi v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K) - Vyšší míra využívání zahraničních profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K) - Zkvalitňování a rozšiřování městského navigačního systému. (K)
Krátkodobé a střednědobé aktivity	- Příprava na programovací období 2014-2020. (K, S) - Podpora a revitalizace stávající kulturní infrastruktury města a podpora rozvoje nové. (K, S) - Podpora kreativních průmyslů. (K, S) - Udržení stability systému a precizace principů dotační politiky města Brna s vazbou na cíle kulturní politiky města. (K, S) - Další rozvoj přípravy a čerpání prostředků z komunitárních programů a strukturálních fondů EU. (K, S) - Zkvalitňování a rozvoj veřejných prostranství pro kulturní a umělecké aktivity. (K, S) - Příprava a čerpání z dalších zdrojů než zdrojů EU. (K, S)	Posilování role moderních technologií v propagaci kulturních institucí (např. geocatching). (K, S)	- Širší provázání marketingu a propagace kulturních aktivit s aktivitami TIC. (S, K) - Systematická práce s tuzemskými in-comingovými agenturami v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K, S) - Vyšší míra využívání tuzemských profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K, S) - Zvýšení spolupráce v oblasti kulturní turistiky s partnerskými a dalšími městy. (K, S) - Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města v zahraničí. (K, S) - Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací o městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K, S)
Střednědobé aktivity	- Zlepšení dopravní dostupnosti kulturních zařízení. (S) - Směřování k nastavení kooperativní formy financování. (S)	- Zajištění základních cizojazyčných informací o probíhajících kulturních aktivitách. (S) - Tvorba virální reklamy. (S) - Aktivnější využívání potenciálu městských, poloměstských i soukromých organizací. (S) - Re-design základních materiálů informujících o kulturním dění s důrazem na jejich efektivitu. (S)	Věnovat zvýšenou pozornost získávání a rozvoji výrazných značek kvality v oblasti cestovního ruchu. (S)
Střednědobé a dlouhodobé aktivity	Zmapování socio-ekonomického potenciálu kultury. (S, D)	- Vznik reprezentativní, komplexní a ucelené řady materiálů propagujících kulturní aktivity města. (S, D) - Podpora digitalizace kulturního dědictví a jeho využívání při propagaci kultury a města. (S, D)	–

	PRIORITA A. INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ	PRIORITA B. PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE	PRIORITA C. KULTURA A CESTOVNÍ RUCH
		- Koordinace a plánování významných kulturních akcí v Brně a okolních městech středoevropského regionu (např. Vídeň, Praha, Bratislava). (S, D)	
Dlouhodobé aktivity	-	- Kontinuální zlepšování způsobu nabídky služeb, včetně zpřehlednění a posilování její atraktivity a účinnosti. (D) - Celebrity branding – zajišťování zážitky i přímé účasti populárních a významných osobností na vybraných kulturních aktivitách. (D) - Pravidelné vytipování TOP akcí v intervalu čtvrtletí, jednoho roku, pěti roků. (D) - Kontinuální plánování významných kulturních akcí včetně marketingové podpory v ČR a zahraničí. (D)	-
Aktivity, které jsou krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé	-	- Organizace tiskových konferencí a workshopů v regionech České republiky, vytipovaných městech okolních států informujících o kulturní nabídce zdůrazňující město Brno jako turistickou destinaci. (K, S, D) - Kritický přístup k posuzování efektivnosti realizované reklamy. (K, S, D) - Spolupráce města a městských částí. (K, S, D) - Podpora formálních i neformálních setkání představitelů kulturních organizací a organizací zajišťujících navazující marketingové aktivity. (K, S, D) - Organizace tiskových konferencí a workshopů v regionech České republiky, vytipovaných městech okolních států informujících o kulturní nabídce zdůrazňující město Brno jako turistickou destinaci. (K, S, D) - Kritický přístup k posuzování efektivnosti realizované reklamy. (K, S, D) - Využití potenciálu památky UNESCO pro mezinárodní propagaci města Brna jako kulturní destinace. (K, S, D)	-

Anketa pro subjekty působící na brněnské divadelní scéně (červen 2011)

1	Jaký je název Vaší organizace?			
2	Jak byste sami sebe charakterizovali? (lze vybrat z více možností)	A. amatérské divadlo	Ano	Ne
		B. profesionální divadlo	Ano	Ne
		C. činoherní divadlo	Ano	Ne
		D. taneční divadlo	Ano	Ne
		E. hudební divadlo	Ano	Ne
		F. loutkové divadlo	Ano	Ne
		G. převážně zaměřené na dětské publikum	Ano	Ne
		H. divadlo zaměřené na spolupráci se školami	Ano	Ne
		I. divadlo mladých umělců	Ano	Ne
	J. jiné, popište prosím v následující odpovědi	Ano	Ne	
3	Prosím charakterizujte svou činnost a profil (nad rámec informací zveřejněných na Vašich webových stránkách, pokud je máte zřízeny):			
4	Kolik procent představení odehrajete odhadem v Brně a kolik mimo území města Brna (zaokrouhlete prosím na 5 %)?	V Brně:	Mimo Brno:	
5	Pokud pořádáte představení také mimo území města Brna, tak kde?			
6	Kolik jste měli v roce 2010 celkem návštěvníků? (zaokrouhlete prosím na stovky)			
7	Kolik máte celkem členů (tj. herců a členů zajišťujících technicky, provozně, administrativně či jiným způsobem chod Vaší organizace)?			
8	Kolik z Vašich členů jsou herci?			
9	Jak se vyvíjel za poslední tři roky počet Vašich návštěvníků? Rostl, stagnoval nebo klesal?			

10	Pokud rostl nebo klesal, o kolik zhruba procent? (zaokrouhlete prosím na 5 %)				
11	Z kolika % pokryje vstupné provoz Vaší organizace? (zaokrouhlete prosím na 5 %.)				
12	Popište stručně prosím charakteristiku Vašeho návštěvníka (lze vyplnit až tři profily typického návštěvníka):				
	Věk				
	Vzdělání				
	Doplňující slovní charakteristika návštěvníka				
	Původ návštěvníků – kolik Vašich návštěvníků pochází z Brna?	Více jak polovina	Méně jak polovina	Polovina	Nedokážu posoudit
13	Měnil se za poslední tři roky charakter akcí, které nabízíte? Pokud ano, jakým způsobem?				
14	Z jakých finančních zdrojů pokrýváte svou činnost a jaký je procentní podíl těchto jednotlivých zdrojů (zaokrouhlete prosím na 5 %)?				
15	Máte k dispozici vyhovující prostory pro Vaši kulturní činnost a odpovídající technické zázemí (zkušebny, šatny, prodej aj.)?				
16	Zde můžete uvést jakékoliv Vaše další náměty či připomínky k programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace či ke kultuře v Brně obecně				

Anketa pro subjekty působící na brněnské kulturní scéně (červenec 2011)

17	Jaký je název Vaší organizace?				
18	Prosím charakterizujte stručně svou činnost a profil				
19	Kolik procent Vámi pořádaných akcí se uskuteční odhadem v Brně a kolik mimo území města Brna (zaokrouhlete prosím na 5 %)?	V Brně:		Mimo Brno:	
20	Pokud pořádáte kulturní akce také mimo území města Brna, tak kde?				
21	Kolik jste měli v roce 2010 celkem návštěvníků? (zaokrouhlete prosím na stovky)				
22	Kolik jednotlivých kulturních akcí ročně pořádáte?				
23	Kolik máte celkem členů/zaměstnanců?				
	a) z toho počet členů/zaměstnanců věnujících se provádění vlastní kulturní činnosti				
	b) z toho počet členů/zaměstnanců věnujících se technickému, provoznímu, administrativnímu či jinému zajištění chodu Vaší organizace				
24	Kolik Vašich členů/zaměstnanců jsou dobrovolníci (tzn. osoby vykonávající činnost bez nároků na honorář)?				
25	Jak se vyvíjel za poslední tři roky počet Vašich návštěvníků? Rostl, stagnoval nebo klesal?	Rostl	Stagnoval	Klesal	
26	Pokud rostl nebo klesal, o kolik zhruba procent? (zaokrouhlete prosím na 5 %)				
27	Popište stručně prosím charakteristiku Vašeho návštěvníka (lze vyplnit až tři profily typického návštěvníka):				
	Věk				
	Vzdělání				
	Doplňující slovní charakteristika návštěvníka				
	Původ návštěvníků – kolik Vašich návštěvníků pochází z Brna?	Více jak polovina	Méně jak polovina	Polovina	Nedokážu posoudit
28	Měnil se za poslední tři roky charakter činnosti nebo akcí, které nabízíte? Pokud ano, jakým způsobem?				

29	Z jakých finančních zdrojů pokrýváte svou činnost a jaký je procentní podíl těchto jednotlivých zdrojů (zaokrouhlete prosím na 5 %)?		
	Vstupné		
	Honoráře		
	Členské příspěvky		
	Dotace města Brna		
	Dotace Jihomoravského kraje		
	Dotace Ministerstva kultury ČR		
	Dotace jiné		
	Sponzoring a dary		
	Nadační zdroje		
	Jiné – prosím specifikujte		
30	Jaké jsou odhadem Vaše celkové náklady za rok 2010 (zaokrouhlete prosím na tis. Kč)		
31	Máte k dispozici vyhovující prostory pro Vaši kulturní činnost a odpovídající technické zázemí ?	Ano/ne (pokud ne, prosím stručně popište)	
32	Jakým způsobem zajišťujete marketing a propagaci svých činností?	Prosím stručně vypište zde: a dále vyberte z níže uvedených možností	
		Webové stránky	
		Reklama na internetu	
		Reklama v tisku (noviny, časopisy, publikace)	
		Reklama v rozhlasu a televizi	
		Reklama v kině	
		Venkovní reklama	
		Letáky	
		Plakáty	
		Spolupráce s veřejnými kulturními institucemi (státní, městské)	
		Spolupráce s jinými než veřejnými kulturními	



		<i>institucemi</i>		
		<i>Sociální síť (facebook aj.)</i>		
		<i>Spolupráce se subjekty v cestovním ruchu</i>		
33	<i>Jaká spatřujete omezení či překážky ve Vaší činnosti?</i>			
34	<i>Zde můžete uvést jakékoliv Vaše další náměty či připomínky k Programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluaci či ke kultuře v Brně obecně</i>			