OBSAH

ÚVOD 9
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH PRVKŮ EKONOMICKÉHO SYSTÉMU KULTURY 10
1.1 Různé přístupy k pojmu „kultura" 10
1.1.1 Antropologické pojetí 10
1.1.2 Další pojetí 10
1.1.3 Definice kultury 11
1.2 Dělení kultury 11
1.3 Kulturní procesy 12
1.4 Kulturní instituce a kulturní produkty 12
1.5 Členění kulturních činností 13
1.6 Produkce a poskytování veřejných statků. Efektivnost v odvětví kultury 14
1.6.1 Ekonomická hodnota kulturních statků a produktů 14
2 INTERVENCE STÁTU DO KULTURY 16
2.1 Důvody státních intervencí 16
2.2 Kulturní politika 17
2.3 Modely správy kultury 18
2.3.1 Dělení modelů dle Cummingse a Katze 19
2.3.2 Hillman - Chartrandův model 19
2.3.3 Relevance modelů kulturní správy 21
2.4 Kulturně politické priority sjednocující se Evropy 22
3 DOSAVADNÍ VÝVOJ ODVĚTVÍ KULTURY V ČR 24
3.1 Současný stav kulturní politiky v ČR 25
3.1.1 Hlavní cíle kulturní politiky 27
3.2 Nástroje kulturní politiky 27
3.3 Bílá kniha jako nástroj státní kulturní politiky 28
3.3.1 Oblast kultury v dalších strategických dokumentech ČR 29
4 FINANCOVÁNÍ KULTURY 32
4.1 Historický kontext 32
4.1.1 Situace v České republice 34
4.2 Jednotlivá vládní prohlášení ve vztahu ke kultuře a jejího financování .. 35
4.2.1 Rekapitulace vládních prohlášení 35
4.3 Základní zdroje financování odvětví kultury 37
4.3.1 Zdroje přímé veřejné podpory 37
4.3.2 Zdroje nepřímé veřejné podpory 37
5 VYBRANÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ ODVĚTVÍ KULTURY 39
5.1 Daňová opatření, resp. úlevy 39
5.2 Dárcovství a sponzoring 39

5.3 Fondy ... 40
5.3.1 Státní fond kultury České republiky ... 40
5.3.2 Státní fond pro podporu a rozvoj české kinematografie ... 42
5.4 Nadace a nadační fondy ... 43
5.5 Komunální obligace ... 43
5.6 Loterie ... 44
5.7 Veřejné sbírky ... 44
5.8 Veřejné rozpočty ... 44
5.9 Reforma veřejné správy a reforma veřejných rozpočtů ... 46
5.9.1 Vybrané aspekty projevů a výsledků reformy veřejné správy v oblasti financování kultury v období 2001 – 2005 ... 48
5.10 Financování divadla z městských rozpočtů – srovnání se zahraničními městy ... 52
5.11 Návrh státního rozpočtu pro rok 2007 ... 54
5.12 Podpora ze zahraničí ... 55
5.12.1 Účast ČR v programech EU ... 56
5.12.2 Finanční podpora v rámci finančních mechanismů EHP/Norska ... 59
6 PŘÍNOSY KULTURY – EVROPSKÁ STUDIE ... 61
6.1 Evropská studie ... 61
6.1.1 Společensko-hospodářské výsledky: měřitelný přínos pro cíle z Lisabonu ... 63
6.1.2 Nepřímý společensko-hospodářský vliv: nezměřitelný přínos pro Lisabon64
6.2 Přínos pro sociální cíle z Lisabonu ... 65
6.3 Doporučení autorů studie ... 65
7 MULTIPLIKAČNÍ EFEKTY V KULTUŘE ... 67
7.1 Možné multiplikační efekty financování divadla z veřejných zdrojů ... 69
7.1.1 Užitné efekty ekonomické ... 69
7.1.2 Užitné efekty sociální ... 69
7.1.3 Užitné efekty estetické ... 70
8 PAMÁTKOVÁ PÉČE ... 72
8.1 Význam zachování kulturního dědictví ... 72
8.2 Systém státní památkové péče ... 72
8.3 Legislativní úprava památkové péče v ČR ... 72
8.4 Organizace státní památkové péče ... 73
8.4.1 Ministerstvo kultury ... 73
8.4.2 Národní památkový ústav ... 73
8.4.3 Kraje a obce ... 74
8.5 Předmět památkové ochrany ... 74
8.5.1 Úroveň péče o památkový fond ... 75
8.5.2 Právní podmínky zachování památkového fondu ... 75

8.5.3 Finanční pomoc při zachování kulturní památky ... 76
9 MUZEA A GALERIE ... 79
9.1 Současné změny legislativy v oblasti muzeí a galerií ... 79
9.2 Základní koncepční materiál ... 80
9.3 Podpora oblasti rozvoje muzeí a galerií ... 81
10 LITERATURA A KNIŽNÍ KULTURA ... 82
10.1 Legislativa vydavatelské činnosti ... 82
10.2 Literatura a knižní kultura v období 1999-2003 ... 82
10.3 Podpora státu v oblasti vydavatelské a literární činnosti ... 82
10.4 Údaje Národní knihovny ČR ... 83
10.5 Průvodní jevy spojené s rozvojem této oblasti ... 83
10.6 Prezentace české literatury ... 83
11 VEŘEJNÉ KNIHOVNY ... 85
11.1 Legislativa vztahující se na činnost knihoven ... 85
11.2 Funkce a systém knihoven v ČR ... 85
11.3 Změny v systému veřejných knihoven ... 86
11.4 Podpora státu oblasti veřejných knihoven ... 87
12 PROFESIONÁLNÍ UMĚNÍ ... 89
12.1 Vliv Ministerstva kultury ČR v oblasti profesionálního umění ... 89
12.2 Klíčové problémy ... 91
13 OBLAST AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL ... 92
13.1 Audiovize ... 93
13.2 Filmová produkce ... 94
13.3 Filmová distribuce ... 94
13.4 Kina ... 95
14 OCHRANA PRÁV DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ ... 96
14.1 Nový autorský zákon ... 96
14.1.1 Kolektivní správa práv ... 96
14.1.2 Přístup ČR k internetovým smlouvám Světové organizace duševního vlastnictví ... 97
14.1.3 Potřeba novelizace autorského zákona ... 97
14.2 Připravované komunitární a mezinárodní autorskoprávní úpravy ... 98
15 MASMÉDIA ... 99
15.1 Legislativní opatření ... 99
15.2 Funkce hromadných sdělovacích prostředků ... 99
15.3 Systém provozovatelů ... 100
15.3.1 Masmédia na nekomerční bázi - veřejnoprávní masmédia ... 100
15.3.2 Masmédia na komerční bázi ... 106
15.4 Dohled nad televizním a rozhlasovým vysíláním ... 108

15.5 Současné problémy v oblasti médií ... 109
15.6 Úloha státu v oblasti masmédií, postřehy ze zahraničí ... 109
15.6.1 Kdo tedy řídí veřejnoprávní média v zahraničí ve skutečnosti? ... 110
15.7 Mezinárodní komparace systémů vysílacího průmyslu ... 111
15.7.1 Obecný stav ... 111
15.7.2 Financování ... 112
15.7.3 Regulace a kontrola ... 114
15.8 Direktiva Evropské unie "Vysílání bez hranic" ... 117
15.8.1 Filozofie EU v oblasti televizního vysílání ... 117
15.8.2 Rozsah direktivy ... 118
15.8.3 Programové kvóty ... 118
15.8.4 Reklama a sponzorování ... 119
15.8.5 Ochrana dětí a mladistvých ... 119
15.8.6 Právo na odpověď ... 120
15.9 Koncepce plurality médií v Evropské unii ... 120
16 STATISTIKA KULTURY ZA ROKY 2001 - 2005 ... 121
16.1 Audiovizuální díla ... 121
16.2 Divadlo ... 122
16.3 Galerie (muzea výtvarných umění), muzea a památníky ... 124
16.4 Hudební soubory ... 125
16.5 Hvězdárny, planetária a astronomické pozorovatelny ... 126
16.6 Knihovny ... 127
16.7 Neperiodické publikace ... 129
16.8 Památkové objekty ... 130
16.9 Periodický tisk ... 132
16.10 Výstavní činnost v oblasti profesionální výtvarného umění a architektury ... 134
17 CÍRKVE A NÁBOŽENSKÉ SPOLEČNOSTI ... 136
17.1 Právní úprava ... 136
17.1.1 Ústavně právní předpoklady konfesního práva v České republice /od roku 1993/ ... 136
17.2 Registr církví a náboženských společností ... 136
17.3 Světské /sekulární/, církevní, kanonické a konfesní právo ... 138
17.3.1 Právo církevní a kanonické ... 138
17.3.2 Konfesní právo ... 139
17.4 Možné varianty vztahů mezi státem a církví ... 139
17.4.1 Identifikace ... 140
17.4.2 Neidentifikace ... 140
17.4.3 Odluka státu od církve ... 140
17.4.4 Kooperace ... 141

17.4.5 Konkordát ... 142
17.4.6 Vztah České republiky a církví ... 142
17.5 Financování církví a náboženských společností v ČR ... 143
17.6 Příklady modelů financování církví a náboženských společností v zemích EU (a problémy s jejich uplatněním v ČR) ... 146
17.6.1 Systém sbírek a darů ... 147
17.6.2 Financování církví státem ... 148
17.6.3 Systém církevního příspěvku a církevní daně ... 149
17.6.4 Nové modely financování církví ... 152
18 MARKETING V KULTUŘE ... 154
18.1 Počátky marketingu v kultuře ... 154
18.2 Manažerský proces jménem marketing ... 156
18.3 Marketing a kulturní organizace ... 156
18.4 Marketingový úsek v kulturních institucí ... 157
18.4.1 Dotazníkový průzkum marketingu ... 158
18.5 Trh ... 160
18.5.1 Segmentace trhu a tržní nika ... 160
18.5.2 Konkurence ... 161
18.6 Přímý marketing ... 161
18.6.1 Formy přímého marketingu ... 162
18.7 Nástroje marketingu a marketingový mix ... 162
18.7.1 Produkt ... 162
18.7.2 Cena ... 167
18.7.3 Distribuce ... 169
18.7.4 Propagace a komunikace ... 170
18.7.5 Lidé – zaměstnanci a diváci ... 178
18.8 Rozvoj finančních zdrojů ... 179
18.8.1 Fundraising ... 180
18.8.2 Sponzorství ... 182
18.8.3 Merchandising ... 184
19 STRATEGICKÝ MANAGEMENT KULTURNÍCH INSTITUCÍ ... 186
19.1 Management a vůdcovství ... 188
19.2 Vztah organizace a zřizovatele ... 188
19.3 Strategické plánování ... 189
19.3.1 Námitky proti strategickému plánování ... 190
19.3.2 Výsledek plánovacího procesu ... 190
19.4 Příprava strategického plánu ... 191
19.4.1 Součásti strategického plánu ... 191
19.5 Evaluace a standardy ... 192
19.5.1 Výkonnostní indikátory ... 192

19.5.2 Standardy 193
19.6 Personální a finanční zajištění marketingových aktivit 193
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK 195
SEZNAM TABULEK 196
SEZNAM GRAFŮ 198
SEZNAM OBRÁZKŮ 199
PŘÍLOHY 200
LITERATURA 204