

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra práva**



**Bakalářská práce**

**Právní zajištění kulturní akce**

**Kateřina Grohmannová**

© 2021 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Kateřina Grohmannová

Hospodářská politika a správa  
Podnikání a administrativa

Název práce

**Právní zajištění kulturní akce**

Název anglicky

**Legal compliance of cultural event**

---

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce je na základě rozboru platné právní úpravy daného tématu provést vyhodnocení z pohledu platné právní úpravy potřebných náležitostí, které jsou spojeny s uspořádáním koncertu. Zároveň by práce mohla sloužit jako průvodce pořádáním kulturní akce. Cílem teoretické části je pomocí odborné literatury vymezení pojmů kultury a její historie. Dále se teoretická část zabývá formami propagace akcí a marketingem. V praktické části jsou všechny nástroje pořádání kulturních akcí využity a ukázány na případové studii daného koncertu.

### Metodika

Práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části bude využita odborná literatura a její individuální podrobné studium. Dále budou studovány předpisy, zákony a vyhlášky zabývající se kulturou a kulturními akcemi. V praktické části práce budou popsány záležitosti spojené s uspořádáním kulturní akce. Jako výzkumná metoda bude využita především kazuistika. Dále budou využity informace a poznatky získané pomocí konzultací s organizátorem kulturní akce. v rámci vyhodnocení práce budou využity metody komparace a syntézy.

### **Doporučený rozsah práce**

30-40 stran

### **Klíčová slova**

koncert, kulturní akce, kultura, hudební agentura, hudební sál, propagace, ochranný svaz autorský, marketing událostí

---

### **Doporučené zdroje informací**

- BAČUVČÍK, Radim. Marketing kultury: Divadlo, koncerty, publikum, veřejnost. Zlín: Verbum Publishing, 2012, 198 s. ISBN 978-808-7500-170.
- JOHNOVÁ, R. *Marketing kulturního dědictví a umění : [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2724-0.
- KOTÍKOVÁ, Hana; SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva.: Nové trendy v pořádání akcí a událostí v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 100 s. ISBN 978-80-87147-05-4.
- LATTENBERG, Vivien. Event aneb Úspěšná akce krok za krokem. Brno: Computer Press, 2010. 264 s. ISBN 978-80-251-2397-3
- PATOČKA, J. – HEŘMANOVÁ, E. *Lokální a regionální kultura v České republice : kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-80-7357-347-8.
- PERNICA, Petr. Nový pohled na kulturu: Logistika kultury. Praha: Academia, 2017. 448 s. ISBN 978-80-200-2730-6
- ŠINDLER, P. *Event marketing : jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0646-6.
- ZÁKON č. 121/2000 Sb., autorský zákon.
- ZÁKON č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- 

### **Předběžný termín obhajoby**

2020/21 LS – PEF

### **Vedoucí práce**

Mgr. Michal Reichert, DiS.

### **Garantující pracoviště**

Katedra práva

Elektronicky schváleno dne 22. 9. 2020

**JUDr. Jana Borská, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2020

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 27. 10. 2020

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Právní zajištění kulturní akce" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 12. 3. 2021

---

Kateřina Grohmannová

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu práce Mgr. Michalu Reichertovi, DiS., za pomoc a poskytnutí odborných rad při zpracování práce. Dále bych ráda poděkovala panu Aleši Uhlířovi za čas, který mi věnoval při poskytování praktických informací.

# Právní zajištění kulturní akce

## Abstrakt

Bakalářská práce se zaměřuje na pořádání kulturních akcí. Cílem práce je poukázat na všechny potřebné náležitosti, které jsou spojené s pořádáním kulturních akcí. Teoretická část práce vysvětluje základní pojmy, rozděluje kulturní akce a řeší všeobecné podmínky, které jsou pro organizaci akcí klíčové. Dále řeší zákony, předpisy, vyhlášky a nařízení, které se týkají pořádání kulturních akcí. Popsány jsou možnosti propagace akcí, kolektivní správa práv. Praktická část práce představuje konkrétní záležitosti, které musí pořadatel zajistit při organizaci koncertu a celého hudebního turné. Popisuje přípravy i realizaci koncertu, konkrétní formy propagace, uzavřené smlouvy. V závěru práce se nachází zhodnocení uspořádaného koncertu a doporučení zlepšení možnosti propagace.

**Klíčová slova:** Kulturní akce, koncert, pořadatel, hudební agentura, hudební turné, Ochranný svaz autorský, kultura, propagace, vstupenky.

# Legal compliance of cultural event

## Abstract

The bachelor thesis deals with organising cultural events. The aim of the thesis is to refer to all necessary details that are associated with holding cultural events. The theoretical part explains the definitions, divides cultural events and deals with general conditions that are crucial for events' organization. Furthermore, it deals with laws, regulations, proclamations that relate to holding cultural events. The possibilities of promotions of events and collective administration of rights are described. The practical part mentions particular issues that should be provided by the organiser of concerts or concert tours. Moreover, it describes the preparation as well as the organisation of the concert, particular ways of promotions, contract conclusions. In the final part of the thesis the evaluation of the arranged concert and suggestions for possible improvement of promotion.

**Keywords:** Cultural events, concert, organiser, music agency, concert tour, copyright, culture, promotion, tickets.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodika</b>	<b>12</b>
2.1	Cíl práce	12
2.2	Metodika	12
<b>3</b>	<b>Teoretická východiska</b>	<b>14</b>
3.1	Kultura	14
3.2	Event	15
3.2.1	Rozdělení eventů	16
3.2.2	Kulturní eventy	17
3.3	Pořadatel	18
3.3.1	Formy provozovatelské činnosti	18
3.3.2	Umělecké agentury	19
3.4	Místo, datum, název akce	20
3.4.1	Název kulturní události	20
3.4.2	Termín kulturní akce	21
3.4.3	Místo kulturní události	22
3.5	Organizační zajištění akce	23
3.5.1	Zábor veřejného prostranství	23
3.5.2	Oznámení veřejné akce	24
3.5.3	Oprávnění a povinnosti pořadatele	25
3.5.4	Protipožární předpisy	26
3.5.5	Hlukové limity hudebních akcí	28
3.5.6	Hygienické předpisy	30
3.6	Právní zajištění události	31
3.6.1	Kolektivní správa práv	31
3.6.2	OSA	33
3.6.3	OAZA	34
3.6.4	Ochrana práva autora	35
3.6.5	Smlouva s interprety	35
3.7	Zajištění příprav kulturní události	36
3.7.1	Propagace kulturní akce	37
3.7.2	Rozpočet kulturní akce	40
3.7.3	Vstupné na kulturní akci	40



3.7.4	Harmonogram akce .....	42
3.8	Technické zajištění .....	42
3.8.1	Pódium .....	43
3.8.2	Zvuková technika.....	44
3.8.3	Osvětlení .....	44
3.8.4	Zázemí účinkujících.....	45
3.8.5	Požadavky vystupujících .....	45
3.8.6	Zajištění bezpečnosti.....	46
<b>4</b>	<b>Vlastní práce .....</b>	<b>48</b>
4.1	Pořádání hudebního turné .....	48
4.2	Finanční rozvaha.....	49
4.3	Propagace.....	51
4.4	Vstupenky .....	53
4.5	Smlouva o pronájmu prostor .....	54
4.6	OSA .....	56
4.7	Realizace koncertu.....	56
4.8	Zhodnocení .....	58
<b>5</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>59</b>
<b>6</b>	<b>Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>60</b>

## Seznam obrázků

Obrázek 1 - Plakát celého turné .....	52
---------------------------------------	----

## Seznam použitých zkratk

atd. – a tak dále

apod. – a podobně

č. – číslo

ČR – Česká republika

dB – decibel

DILIA – Divadelní, literární, audiovizuální agentura

HZS – Hasičský záchranný sbor

IZS – Integrovaný záchranný systém

např. – například

OAZA – Ochranná asociace zvukařů – autorů

OOA-S – Ochranná organizace autorská – Sdružení autorů děl výtvarného umění, architektury a obrazové složky audiovizuálních děl

OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním

PR – Public Relations

tzv. – tak zvaný

ZZS – Zdravotnická záchranná služba

# 1 Úvod

Bez kulturního vyžití si člověk často nedovede představit život. Kulturní život člověka obohacuje, rozvíjí jeho osobnost i mysl. Kulturní vyžití pomáhá uspokojovat společenské potřeby a neustále člověka vzdělává.

V posledních letech roste v České republice poptávka po kultuře i kulturních událostech. O mnoho akcí je zvýšený zájem i ze strany zahraničních turistů. Kultura je úzce spojená s cestovním ruchem a společně pak tvoří stále větší podíl na příjmech státního rozpočtu.

Pořádání kulturních akcí není organizačně jednoduchá činnost. Je potřeba zajistit mnoho formálností, aby vše probíhalo dle platných právních předpisů. Tato bakalářská práce, jak již z jejího názvu vyplývá, se zabývá procesem organizování kulturních akcí. Dává si za cíl přinést odpověď na otázku: „Co všechno je potřeba zajistit, aby byla kulturní událost uspořádána v souladu s platnými právními předpisy?“

Teoretická část bakalářské práce popisuje kulturu, kulturní akce a jejich druhy. Vymezuje osobu pořadatele a požadavky na ní kladené. Obsahuje popsané náležitosti, zákony, které je třeba dodržovat, aby se pořadatel akcí nedostal do rozporu s platnými právními předpisy. Zabývá se aktuálními možnostmi, kterými jsou akce propagovány. Popisuje technické požadavky na objekty a jejich vybavení.

V praktické části jsou záležitosti spojené s pořádáním kulturních akcí popsané na konkrétním příkladu konaného koncertu. Jsou využity a popsány náležitosti z teoretické části na praktickém příkladu. V závěru praktické části je shrnuta úspěšnost pořádané akce a jsou zhodnoceny možnosti zlepšení při pořádání dalších akcí.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je na základě rozboru platné právní úpravy daného tématu provést vyhodnocení z pohledu platné právní úpravy potřebných náležitostí, které jsou spojené s uspořádáním koncertu. Práce by měla co nejvíce přiblížit pořádání kulturních akcí a mohla by sloužit i jako manuál pro jejich pořádání.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. Dílčími cíli teoretické části je za pomoci odborné literatury vymezit pojmy kultury a její historie. Práce vysvětluje pojem kulturní akce a její základní druhy. Dílčím cílem teoretické části je též vymezit, jaké jsou potřebné náležitosti a právní úpravy, aby se zájemce mohl stát pořadatelem kulturní akce. Dále jsou v bakalářské práci uvedeny možnosti propagace kulturní akce, volba vhodné reklamy. Teoretická část práce si navíc klade za dílčí cíl popsat všechny potřebné náležitosti ze strany technického zajištění kulturní akce.

Na teoretickou část naváže část praktická, která se zabývá využitím všech potřebných a zmíněných nástrojů pro pořádání kulturní akce, které jsou popsány v části teoretické. Tyto nástroje budou využity na případové studii kulturní události, konkrétně koncertu. Cílem praktické části bude rozšířit poznatky popsané v teoretické části a ukázat jejich využití v praxi.

### **2.2 Metodika**

Před zahájením psaní samotné práce bylo provedeno vyhledávání a následné prostudování literárních a internetových zdrojů. Poté následovalo provedení literární rešerše shromážděných podkladů.

Po vypracované literární rešerši přichází na řadu zpracování samotné práce. Bakalářská práce má dvě části, je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části bude použita odborná literatura a výsledky jejího podrobného individuálního studia. Pomocí odborné literatury budou definovány pojmy kultura, kulturní událost. Dále budou popsány všechny základní potřebné náležitosti k uspořádání kulturní akce. Pro teoretickou část bude využito studium předpisů, zákonů a místních vyhlášek, které se zabývají kulturou a kulturními akcemi.

Vypracování praktické části předchází vypracování osnovy podkladů, které bude potřeba získat o konkrétní kulturní akci. Praktická část bude vysvětlovat potřebné náležitosti, které jsou spojené s uspořádáním kulturní akce, konkrétně koncertu. Jako výzkumnou metodu použijeme hlavně kazuistiku. Dále budou použity konkrétní informace a data, které budou získány od organizátora kulturních akcí. Informace jsou získávány metodou opakovaných rozhovorů s panem Alešem Uhlířem, dlouholetým organizátorem kulturních akcí ve vlastní hudební agentuře ForFun Agency. Hudební agentura poskytla autorce k prostudování některé uzavřené smlouvy, pro přiblížení pořadatelova chování v praxi.

Závěrem celé bakalářské práce bude vyhodnocení úspěšnosti pořádané kulturní akce. Využity budou metody analýzy a komparace.

### 3 Teoretická východiska

Teoretická část je rozdělena na 8 hlavních kapitol. Zabývá se definicí pojmů kultura, kulturních eventů, nezapomíná ani na jejich rozdělení a druhy. Vymezuje z právního hlediska osobu pořadatele kulturních akcí. Řeší organizační povinnosti pořadatele, právní zajištění kulturní akce. Zabývá se možnostmi propagace kulturní události a nechybí ani potřebné technické zajištění.

#### 3.1 Kultura

Pojem „kultura“ je velice rozsáhlý a každý si pod ním může představit trochu něco jiného. Konkrétních definic slova kultura existuje mnoho např. *„V tradičních přístupech představuje kultura třídu věcí a jevů humanizujících a kultivujících člověka. Moderní vědecká definice kultury (antropologická) již vnímá kulturu neboli civilizaci jako složitý celek, který zahrnuje vědění, víru, umění, právo, morálku, zvyky a všechny ostatní schopnosti a obyčeje, které si člověk osvojil jako člen společnosti.“*<sup>1</sup>

Podle Mohammeda Rassema (1987) je pojem „kultura“ rozdělen do čtyř významových oblastí. První význam se týká činností, které jsou spojeny s přírodou. Zařazen je například chov zvířat, pěstování rostlin i práce s půdním fondem. Druhý význam se zabývá vzdělaností a výchovou člověka, dále také jeho postavením ve společnosti. Nezapomíná ani na ideologie člověka nebo kulturní dědictví. Tento význam slova „kultura“ se používá v ekonomice, pedagogice, vědě a výzkumu. Třetí význam je spojován s mezilidskými vztahy a popisuje jejich zlepšování. Význam je využíván ve více oblastech života a na kvalitní lidské vztahy je v některých sociálních skupinách dáván velký důraz. Čtvrtý význam se týká kultury duchovní, náboženské a ideologií. Obsahuje mýty i rituály, zároveň nezapomíná na moderní společnost, kde již není dáván důraz jen na tradiční náboženské vyznání. Moderní společnost obsahuje spousty sociálních skupin, které jsou například extremistické, etnické apod. Každá sociální skupina má jinou ideu. Vnímání takové idey je pro člověka základem k pochopení kulturní různorodosti a pestrosti. Zároveň to člověku umožní vyhnout se sociokulturním konfliktům.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> HEŘMANOVÁ, Eva a CHROMÝ, Pavel. Kulturní regiony a geografie kultury. 2009, s. 17

<sup>2</sup> PATOČKA, Jiří a HEŘMANOVÁ, Eva. Lokální a regionální kultura v České republice. 2008, s. 9-11

Kultura lidem přináší možnost začlenit se do společnosti, najít k sobě vhodnou skupinu lidí, rozvíjet své chování a držet pospolu. Dále pomáhá vychovávat a učit jedince. Kultura se přijímá v rámci rodiny, blízkých přátel či ve vzdělávacích zařízeních. Naučené zvyky se velice těžko mění, jelikož kultura společnosti patří mezi jeden z nejpevnějších vzorců lidského chování.<sup>3</sup>

## 3.2 Event

Pojem event nemá jednoznačný význam a překlad do češtiny. Mezi základní překlady pojmu event patří událost, akce, zážitek či představení. Často se slovo event vůbec nepřekládá, používá se anglické označení, jelikož patří mezi celosvětově známá slova.<sup>4</sup>

U eventů se předpokládá a jeho hlavním cílem je, aby byl doprovázen prožitkem. Pokud si z eventů odneseme zážitek, který si sami vytvoříme, existuje pak mnohem větší šance, že nám zůstanou dlouhodobé vzpomínky z prožité události. Event by měl být jedinečný, výjimečný a neopakovatelný zážitek, který zažijeme.<sup>5</sup>

Eventy jsou také úzce spojovány s cestovním ruchem, z toho hlediska: „*Eventy můžeme charakterizovat jako jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené a organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch.*“<sup>6</sup> U každého eventů je třeba zajistit jeho atraktivitu, pokud nebude působit atraktivně, návštěvnost bude nízká, a tak z hlediska cestovního ruchu bude událost nevýznamná.<sup>7</sup>

Každý event má několik základních a charakteristických znaků, kterými se vyznačuje. Patří mezi ně jeho jedinečnost a originalita. Dále je spjat s vybraným místem konání a také časem. Jde o předem připravovanou událost, její plánování je většinou dlouhodobé. Event se neobejde bez návštěvníků, bez kterých by nemělo smysl akci pořádat. Akce má dopředu stanovený harmonogram a vymezený rozpočet.<sup>8</sup>

---

<sup>3</sup> SKOŘEPA, Ladislav, Jiří JEŽEK a Renáta JEŽKOVÁ. Marketing měst a obcí. 2008, s. 29-30

<sup>4</sup> ŠINDLER, Petr. Event Marketing. 2003, s. 20-21

<sup>5</sup> ŠINDLER, Petr. Event Marketing. 2003, s. 21-22

<sup>6</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 8

<sup>7</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 8-9

<sup>8</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 9

### 3.2.1 Rozdělení eventů

Máme mnoho způsobu členění eventů. Hlavní a nejdůležitější rozdělení eventů je dle **tematického** zaměření. Z tohoto hlediska rozlišujeme například sportovní, náboženské, specifické (zde bychom zařadili výstavy, kongresy, konference) či kulturní eventy. Právě kulturní eventy jsou hlavní náplní celé práce a budou rozebírány později detailně.<sup>9</sup>

Dále máme rozdělení eventů dle **místa konání**. Správně zvolené místo událostí je hlavním klíčem k návštěvnosti. Existují venkovní akce (letní festivaly), mezi jejich velkou nevýhodu patří závislost na počasí. Druhým typem akcí jsou akce, které se konají ve vnitřních prostorách (divadla, koncerty, výstavy). Nejsou závislé na počasí, ale ve většině případů nevytvoří, tak uvolněnou atmosféru, jako akce venkovní.<sup>10</sup>

Mezi další typ členění eventů patří rozdělení podle **cílové skupiny**. Existují akce uzavřené a otevřené. Uzavřené eventy jsou pořádané přímo pro určitou skupinu, pouze pro pozvané účastníky. Typickým příkladem jsou svatby, firemní události nebo konference, pořádané pro vybraný okruh pozvaných. Mezi otevřené eventy patří sportovní utkání, koncerty, výstavy. Návštěvníci nepotřebují pozvání, akce jsou volně přístupné. Jak na otevřené, tak i uzavřené akce může být vstup zdarma nebo akce mohou být placené, na ty je nutné zakoupit vstupenky.<sup>11</sup>

Eventy rozdělujeme i podle **doby jejich trvání**. První skupinou jsou eventy krátkodobé, ty obvykle trvají pár hodin, maximálně jeden den. Do této kategorie patří divadelní představení, koncertní vystoupení, sportovní zápas. Druhou kategorií jsou eventy střednědobé, které probíhají několik dní. Typický příklad představují hudební festivaly. Třetí kategorií jsou eventy dlouhodobé, ty trvají více než týden. Zde bývají zařazeny například Olympijské hry nebo výstavy.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 10-11

<sup>10</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 12

<sup>11</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 11

<sup>12</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 13



### 3.2.2 Kulturní eventy

Práce je zaměřena na eventy z kulturní oblasti. Kulturní eventy pomáhají rozvíjet cestovní ruch v dané lokalitě. Čím více návštěvníků akci navštíví, tím se místo stává známější a více navštěvované.

Do kulturních eventů spadá mnoho druhů akcí. Mezi nejvýznamnější patří festivaly, a to buď filmové či hudební. Filmové festivaly jsou oblíbené v celém světě. Mezi nejznámější patří například festival v Benátkách či ve francouzském Cannes. V České republice je pořádán Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary, který každoročně navštíví přes sto tisíc návštěvníků. Ve Zlíně je pořádán Zlín Film Festival, který je určen pro děti a mládež.<sup>13</sup>

Stále oblíbenější event, hlavně mezi mladšími lidmi jsou **hudební festivaly**. Hudební festivaly probíhají ve většině případů v létě, pod širým nebem a jde o širokou hudební produkci v několika dnech. Festivaly mohou být i ve vnitřních prostorách, ale ty jsou méně časté než venkovní. V České republice mezi největší a nejznámější hudební festivaly patří festivaly Votvírák, Colours of Ostrava, Mighty Sounds, Rock for People a mezi známé klubové (vnitřní) festivaly patří například Žižkovská Noc.<sup>14</sup>

Další oblíbenou letní akcí jsou venkovní koncerty či divadelní představení. Oblíbená venkovní **divadelní představení** probíhají v rámci Shakespearových letních slavností v Praze, Brně, Ostravě či Bratislavě. Některá pražská divadla mají svou letní scénu, včetně Divadla Ungelt, Studia DVA či Divadla Kalich.<sup>15</sup>

Velké **venkovní koncerty** se uskutečňují například na letišti v Letňanech, kde vystupují jak české, tak i zahraniční kapely. Konaly se zde koncerty kapel Rolling Stones, Guns N' Roses či Simple Plan. Dále jsou opakovaně pořádány koncerty na výstavištích v Praze či Brně.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 18-19

<sup>14</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 19

<sup>15</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 19

<sup>16</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 19

Koncerty a divadelní představení samozřejmě nejsou akce pořádané pouze v letním období a ve venkovních prostorách. Ve větších městech se nacházejí divadla, která nabízí mnoho druhů kulturních pořadů. Divadla si vytvářejí vlastní nabídku programu, mohou poskytovat celoroční předplatitelský program představení, koncerty či muzikálová představení. Koncerty nejsou pořádané jen v divadlech, ale i v kulturních domech či v klubech. Velké koncerty jsou pořádané v arénách či na stadionech, k nejznámějším místům v České republice patří O2 Arena, Tipsport arena, v minulosti se velké akce často konaly na Strahovském stadionu.<sup>17</sup>

Do kulturních eventů se také řadí výstavy, návštěvy galerií a muzeí. Zvláštním druhem eventů jsou akce pořádané na hradech a zámcích. Může se jednat o speciální prohlídky ve večerních hodinách nebo o prohlídky standardně nedostupných prostor hradů a zámků. Dále jsou zařazovány slavnosti pořádané k výročí založení hradů a zámků, či k jiným významným událostem spojených s daným místem.<sup>18</sup>

### **3.3 Pořadatel**

Pořadatel neboli promotér kulturní události je člověk, který má na starost vše, co daná akce vyžaduje. Počínaje zajištěním samotné akce, přes výběr programu a místa, až po její propagaci. Promotér může vše zajišťovat sám, či si sestavit tým spolupracovníků. Součástí týmů organizátorů jsou často dobrovolníci, kteří neberou pořádání akcí jako svůj hlavní zdroj příjmů, ale pořádají akce například pro zábavu nebo pro charitativní účel. Dále existují specializované umělecké agentury, které pořádají kulturní akce různých druhů – koncerty, divadelní představení či výstavy.

#### **3.3.1 Formy provozovatelské činnosti**

Jestliže se chceme stát pořadatelem neboli promotérem kulturních událostí, je potřeba v souladu se zákonem splnit několik podmínek. Hlavní podmínkou je získat živnostenské oprávnění. Živnostenské podnikání je upraveno zákonem č. 455/1991 Sb.,

---

<sup>17</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 20

<sup>18</sup> KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008, s. 20

o živnostenském podnikání (dále jen „živnostenský zákon“). Pro provozování živnosti jsou stanoveny v živnostenském zákoně všeobecné podmínky. První podmínkou provozování živnosti je plná svéprávnost. V případě nezletilé osoby lze nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce. Druhou podmínkou pro provozování živnosti je bezúhonnost. Za bezúhonnou osobu se považuje osoba, která nebyla pravomocně odsouzena za úmyslně spáchaný trestný čin v oblasti podnikání. Bezúhonnost se prokazuje výpisem z evidence Rejstříku trestů.<sup>19</sup>

Podnikání v kulturní oblasti spadá do ohlašovacích živností, konkrétně do kategorie živností volných. Živnost volná je vymezena v živnostenském zákoně: „*Živnost volná je živnost opravňující k výkonu činností, pro jejichž provozování tento zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti. K získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí být splněny všeobecné podmínky.*“<sup>20</sup>

Pro pořádání kulturních akcí je vymezen samostatný obor činnosti živnosti volné: „*73. Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí.*“<sup>21</sup>

### 3.3.2 Umělecké agentury

V posledních letech nabírají na popularitě umělecké agentury. Agentury jsou schopny zorganizovat mnoho druhů kulturních událostí. Pořádají divadelní představení, koncerty, firemní večírky, nechybí ani konference či plesy. Agentury zastupují i jednotlivé umělce, či hudební skupiny a zprostředkovávají jejich vystoupení.

Práce jednotlivých agentur je velice různorodá. Existují agentury, které se zaměřují na více hlavních činností najednou. Zastupují herce, zpěváky, pořádají vlastní plesy, festivaly, hudební či divadelní představení. Jejich práci většinou vykonává tým lidí. Dále existují agentury, které se přímo zabývají pouze jednou hlavní činností. Podle náplně hlavní

---

<sup>19</sup> § 6 zákona č. 455/1991 Sb., zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

<sup>20</sup> § 25 zákona č. 455/1991 Sb., zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

<sup>21</sup> Příloha č. 4 k zákonu č. 455/1991 Sb., zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

činnosti agentur se dělí na herecké, hudební atd. Dle náplně práce agentury vybírají a zastupují vybrané umělce, či pořádají akce.

Každá agentura má na základě smlouvy se zastupovanými umělci stanovený honorář za poskytované služby. Ve většině případech se jedná o individuální domluvu, dle přínosu umělců pro celou agenturu. Může jít o provize ze zisku, cen domluvených vystoupení nebo o pravidelnou měsíční platbu stejné částky.

### **3.4 Místo, datum, název akce**

Při pořádání kulturní akce patří mezi pořadatelův hlavní cíl zajistit co nejvyšší návštěvnost. Akce by měla splňovat několik zásadních podmínek – atraktivní a výstižný název, který přitáhne, co nejširší skupiny návštěvníků. Dále je potřeba vhodná volba místa pro konání akce. Volba místa záleží na typu kulturní akce, ale obecně by místo mělo být dostupné a vhodné pro danou kulturní událost. A v neposlední řadě je také potřeba zvolit vhodný termín pro pořádání dané akce.

#### **3.4.1 Název kulturní události**

Ač se to může zdát jako jednoduchý úkol, zvolit vhodný název akce mnohdy patří k nejsložitějším úkolům pořadatele. Správně vybraný či vymyšlený název může mít velký vliv na návštěvnost celé akce. Název by měl co nejvíce vystihovat program celé akce. Ne všechny akce cílí na všechny typy návštěvníků. Žánrově vyhraněné hudební festivaly budou cílit především na posluchače daného žánru a žánr mohou mít i v názvu celé akce (Metalfest Open Air v Plzni, Festival dechových hudeb). Naopak třeba městské slavnosti, jenž mají program jak pro děti, tak i pro dospělé, mohou využívat obecné názvy, které nevyjadřují konkrétní zaměření na návštěvníky.

Pořádáno je i velké množství kulturních akcí, které jsou spojeny s výročí významné události či významnou osobností českých dějin. Tyto kulturní akce často nesou název právě podle osobnosti či události. V mnoha městech jsou na konci září v příležitosti výročí smrti svatého Václava pořádány Svatováclavské slavnosti. V jiných obcích se pořádají historické slavnosti místního významu či rekonstrukce slavných bitev.

Obecně platí, že název akce by neměl působit klamavým dojmem. Neměl by slibovat něco, co na akci nebude splněno. Pokud možno neměl by obsahovat pravopisné chyby, nesmí být vulgární ani s rasistickým či extremistickým motivem. V opačném případě by se jednalo o protiprávní chování a jednání pořadatele by mohlo být řešeno až před soudem.

### **3.4.2 Termín kulturní akce**

Dalším klíčem k dobré návštěvnosti kulturní akce je volba vhodného termínu. Jiné kritérium volby termínu budeme používat pro divadelní představení, jiné pro koncert, rozdíl bude i při pořádání akce ve velkoměstě nebo v malé obci. Základní princip výběru termínu je stejný. Vždy je potřeba si uvědomit, na jaké publikum cílíme. Pokud chceme akci oslovit rodiny s dětmi, je vhodné akci pořádat v odpoledních hodinách, nejlépe o víkendy.

Jestliže akce cílí na studenty či mladistvé, je nejlepší akci pořádat ve večerních hodinách o víkendech. Ve větších městech se mnoho kulturních akcí koná i v týdnu, je zde větší koncentrace studentů, kteří ve městě studují a na víkendy odjíždějí mimo město.

Akce zaměřené na pracující osoby je třeba pořádat s ohledem na pracovní povinnosti takových osob. Obecně platí, že pondělí není vhodný den pro pořádání kulturních akcí, jelikož lidé mají před sebou celý pracovní týden. Na konference, workshopy či meetingy jsou nejvhodnější dny v rozmezí od úterý do čtvrtka. Na firemní večírky, vánoční i jiné je vhodné zvolit dny, které se blíží ke konci týdne.<sup>22</sup>

Dále je třeba zohlednit, kdy budou v daném roce státní svátky či prázdniny. Obecně platí, že není vhodné pořádat kulturní akce, které v dané lokalitě cílí na místní obyvatele, v termínech jarních či podzimních prázdnin. Často se stává, že rodiny odjíždějí na dovolené, rekreační sídla a na akci by mohla být snížena návštěvnost. Pokud s akcí cílíme na obyvatele celé České republiky (hudební festivaly) je přínosem, když jsou konané v letních termínech.

U kulturních akcí pořádaných v menších městech je při volbě termínu důležité zkontrolovat, zda není v daném městě či blízkém okolí pořádána akce stejného typu. Pokud uspořádáme dvě podobné akce v blízkém okolí, například koncerty stejného žánru, může se

---

<sup>22</sup> LATTENBERG, Vivien. Event aneb Úspěšná akce krok za krokem. 2010, s. 31-32

stát, že se posluchači rozdělí a na obě akce dorazí málo diváků. Naopak tento problém nenastává ve větších městech, jelikož zde žije více návštěvníků, na které cílíme.

### 3.4.3 Místo kulturní události

Ani výběr místa pro pořádání kulturní události není vždy jednoduchou záležitostí. I správně vybrané místo události velkou mírou ovlivňuje její návštěvnost. Pro každý druh kulturní akce se hodí jiné místo, několik obecných zásad je stejných.

V první řadě je potřeba, aby bylo místo kulturní akce dopravně dostupné. Jedná se jednak o dobrou dopravní dostupnost vlastním automobilem a zajištění možnosti parkovat v blízkosti kulturní akce. Dále je výhodou, pokud se do lokality konané akce dá dostat autobusovou, vlakovou či jinou dopravou. Při dobré dopravní vybavenosti místa se zvyšuje možnost, že se akce nezúčastní pouze místní návštěvníci, ale i návštěvníci z širšího okolí. Dopravní dostupnost místa konání je nutná i z hlediska možnosti příjezdu dopravních prostředků složek Integrovaného záchranného systému (dále jen „IZS“).

Obecně platí, že velká města jsou z hlediska pořádání akcí vhodnější. Dopravní dostupnost je zde bezproblémová, využít se dá kromě široké možnosti vlakové či autobusové dopravy i městská a příměstská doprava. Dále ve velkém městě žije větší množství zájemců o kulturní události. Rozvoj kultury je spojen s procesem urbanizace. Lidé se stěhovali do měst za prací a město bylo díky tomu rozvíjeno i po kulturní stránce.<sup>23</sup>

Ovšem i pořádání akcí v menších městech má své výhody. Není zde tak velká konkurence kulturních akcí jako ve větších městech. Akce většinou cílí na místní obyvatele či návštěvníky z bližšího okolí. Lidé si zde nemohou tolik vybírat z kulturních akcí, protože nabídka nebývá úplně široká, a tak často navštěvují nabízené kulturní události jen z důvodu, aby se dostali do společnosti.

Vždy je nutné v případě konání akce ve venkovních prostorách mít zajištěna všechna povolení. Je vhodné zajistit povolení orgánu na úseku životního prostředí.

---

<sup>23</sup> PERNICA, Petr. Nový pohled na kulturu. 2017, s. 133-135

### 3.5 Organizační zajištění akce

Každou akci je třeba pořádat s vědomím, že je nutné držet se v souladu s platnými právními předpisy. Pokud je akce pořádaná ve veřejných venkovních prostorech, je důležité zajistit zábor veřejného prostranství, informovat místní odbor dopravy či městskou policii. Při zvukové produkci je velmi důležité hlídat zvukové limity. Dodržování hygienických předpisů v oblasti ochrany před nepříznivými účinky hluku nesmí být opomenuto.

#### 3.5.1 Zábor veřejného prostranství

Jestliže se pořádaná akce koná v prostorech veřejného prostranství, kterými jsou všechny chodníky, ulice, náměstí, parky a další místa v obci určená k veřejnému používání, je potřeba zažádat o tzv. zábor veřejného prostranství.<sup>24</sup>

Zábor bychom popsali jako využívání veřejného prostoru za poplatek. Nejčastějšími způsoby, jak je potřeba záboru využívána, jsou dočasné stavební práce, vyhrazená parkovací místa, restaurační venkovní zahrádky, kulturní a sportovní akce nebo za účelem natáčení filmových produkcí. Pokud jsou akce konané s charitativním účelem tak se poplatek za zábor nevybírání.<sup>25</sup>

Zábor veřejného prostranství si pořadatel musí vyřídit na úřadě v místě konání události. Nejprve je potřeba zjistit, zda termín, který pořadatel vybral na potřebu záboru, je dostupný, následně pak pořadatel vyplní potřebné formuláře. Na základě žádosti bude pořadateli vyměřen celkový poplatek neboli nájemné. Sazba poplatku se odvíjí od velikosti prostor pronájmu, od doby trvání pronájmu a také od účelu pronájmu. Za účelem reklamní a filmové produkce, poutí, cirkusů a jiných atrakcí může být nájemné určeno mnohonásobně vyšší než u stavebních či parkovacích účelů.<sup>26</sup>

Při zajišťování záboru je úzce spolupracováno s místním odborem dopravy. Důležité je včas nahlásit fakt, pokud místo konání akce bude zabírat i pozemní komunikace a je

---

<sup>24</sup> § 34 zákona č. 128/2000 Sb., zákon o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>

<sup>25</sup> § 4 odst. 1 zákona č. 565/1990 Sb., zákon České národní rady o místních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-565>

<sup>26</sup> § 4 odst. 4 zákona č. 565/1990 Sb., zákon České národní rady o místních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-565>

potřeba odklonit dopravu. Nikdy nesmí být zapomenuto, že příjezdové silnice na místo události musí zůstat průjezdné do takové míry, aby v případě nutnosti mohli na místo dojet dopravní prostředky složek IZS.

### 3.5.2 Oznámení veřejné akce

O pořádání veřejné akce či shromáždění je potřeba informovat obecní úřad v lokalitě pořádané akce. Pořadatel akce má povinnost informovat úřad nejpozději 5 dní před konáním události. Ve svém oznámení musí uvést základní informace o události a musí vyplnit příslušné formuláře. Oznámí, za jakým účelem dojde ke shromáždění účastníků, den a místo shromáždění, v případě místa konání na veřejném prostranství je nutné uvést předpokládané ukončení akce. Potřebné je uvést očekávaný počet účastníků a kontaktní údaje na svolavatele celé akce, který zodpovídá za klidný průběh akce. V neposlední řadě by mělo být popsáno, jaké postupy pořadatel zvolí, aby celé konání akce probíhalo v souladu se zákonem.<sup>27</sup>

Úřad následně vydá stanovisko, zda akci povoluje, či nikoliv. Rozhodnutí pošle pořadateli a v případě souhlasu má obec možnost regulovat podmínky konání akce pomocí obecně závazných vyhlášek. „*Obec může dále obecně závaznou vyhláškou omezit nebo zakázat v určitých dnech nebo hodinách nebo na určitém místě prodej, podávání a konzumaci alkoholických nápojů v případě konání kulturní, sportovní nebo jiné společenské akce přístupné veřejnosti.*“<sup>28</sup> Vyhláška o zákazu konzumace alkoholu není zdaleka jediná, kterou může obec stanovit. Starosta obce je oprávněn požádat o součinnost při konání akce Policii ČR. Dále je obec oprávněna požadovat dodržování nočního klidu či může vyhláškou stanovit podmínky k dodržování požární ochrany. Požární ochranou se bude zabývat samostatná podkapitola práce.<sup>29</sup>

O veřejných akcích je také nutné informovat obecní či státní Policii České republiky. Kromě Policie ČR je vhodné v případě rozsáhlejší akce informovat i Hasičský záchranný sbor (dále jen „HZS“) a Záchranou zdravotnickou službu (dále jen „ZZS“). V případě,

---

<sup>27</sup> § 5 zákona č. 84/1990 Sb., zákon o právu shromažďovacím, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-84>

<sup>28</sup> § 17 odst. 2 písm. b) zákona č. 65/2017 Sb., zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-65>

<sup>29</sup> *Ministerstvo vnitra České republiky: Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>



že dojde k nečekané události na konané akci a bude potřeba zásah některých složek Integrovaného záchranného systému je vhodné, když jsou o akci informovány dopředu. Jejich zásah pak může být rychlejší i přesnější.<sup>30</sup>

### 3.5.3 Oprávnění a povinnosti pořadatele

Pořadatel akce, který zodpovídá za celý její průběh, má právo se v případě potřeby obrátit na obecní policii či Policii ČR. Pokud se pořadatel akce nachází v situaci, že se mu nedaří zajistit klidný průběh pořádané události, kontaktuje obecní policie, která má v pravomoci sjednávat veřejný pořádek, pomáhá chránit osoby i majetek, spolupodílí se na prevenci kriminality v obci, odhaluje přestupky, které následně projednávají obecní úřady, v neposlední řadě také dohlíží na udržování čistoty na veřejných prostranstvích.<sup>31</sup> Pořadatel se může také obrátit na Policii ČR, která mu pomůže zajistit veřejný pořádek, pomáhá předcházet trestným činnostem a přijímá opatření k zajištění bezpečnosti.<sup>32</sup>

Organizátor akce je povinen svým jednáním předcházet škodám na majetku, újmách na zdraví. Pořadatel události musí dodržovat obecně závazné vyhlášky v dané obci, musí dohlédnout na ukončení akce ve smluvenou hodinu. Je nutné, aby na akci byla přítomná pořadatelská služba. Mělo by se jednat alespoň o 3 osoby na 100 předpokládaných účastníků akce. Pracovníci pořadatelské služby jsou řádně označeni, aby hned na první pohled bylo jasné, že patří do pořadatelského týmu. Pořadatelský pracovník musí být starší 18 let, ve střízlivém stavu a musí mít přehled o celém místě konání. Pořadatelská služba u vstupu do místa konání kontroluje platnost vstupenek účastníků, pohybuje se po celém areálu a zjišťuje, zda účastníci akce dodržují stanovená pravidla. Dále kontroluje, aby na akci nebyly vnášeny nebezpečné předměty (zbraně, výbušniny...) nebo občerstvení, pokud je to zakázané. V neposlední řadě mezi povinnosti organizátora události patří zabezpečit požární ochranu, té se bude věnovat následující podkapitola.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Ministerstvo vnitra České republiky: *Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>

<sup>31</sup> § 2 zákona č. 553/1991 Sb., zákon České národní rady o obecní policii, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-553>

<sup>32</sup> § 2 zákona č. 273/2008 Sb., zákon o Policii České republiky, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2008-273>

<sup>33</sup> Ministerstvo vnitra České republiky: *Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>

### 3.5.4 Protipožární předpisy

Na každé pořádané kulturní akci, ať jde o akce s hudebním, filmovým či jiným programem, je nutné dodržovat zákony a předpisy o požární ochraně. V případě pořádání akcí na veřejném prostranství obcí, má obec právo a sama se může rozhodnout, že: „*Obecně závaznou vyhláškou stanoví podmínky k zabezpečení požární ochrany při akcích, kterých se zúčastní větší počet osob.*“<sup>34</sup>

Organizátor akcí má povinnost dodržovat vše, co vyplývá ze zákona o požární ochraně. Svým jednáním musí předcházet riziku či vzniku požáru. Pokud by takový případ nastal a vznikl by požár, pořadatel musí vznik požáru neprodleně oznamovat majiteli či provozovateli prostor, kde daný požár vznikl. Jak již bylo popsáno, vždy musí zůstat volné příjezdové cesty na místo konání akce pro složky Integrovaného záchranného systému. Volné musejí být také stanovené únikové cesty či cesty k rozvodným zařízením či k uzávěrům vody, plynu a dalším zařízením, které by bylo nutné ručně uzavřít.<sup>35, 36</sup>

Pokud tak stanovuje nařízení kraje či vyhláška obce je pořadatel povinen nechat zřídit preventivní požární hlídku. Jejím hlavním úkolem je kontrola, zda jsou dodržovány předpisy o požární ochraně. A pokud by došlo ke vzniku požáru, má na starost přivolat Hasičský záchranný sbor. Dále pomáhat při zajišťování bezpečí osob, v případě nutnosti se účastní i na likvidaci požáru.<sup>37, 38</sup>

Kulturní akce typu koncerty, plesy, divadelní představení, filmová představení, které se konají ve vnitřních prostorách budov, je vždy třeba pořádat ve stavbách, které jsou k tomuto účelu určeny. Takové stavby jsou k těmto účelům přímo zkolaudované. Pořadatel akce, respektive provozovatel či majitel stavby je povinen dodržovat zásady požární bezpečnosti. Za tímto účelem je vedena dokumentace požární ochrany. Součástí

---

<sup>34</sup> § 29 odst. 1 písm. o) bod 2 zákona č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>

<sup>35</sup> *Ministerstvo vnitra České republiky: Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>

<sup>36</sup> Zákon č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>

<sup>37</sup> *Ministerstvo vnitra České republiky: Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>

<sup>38</sup> Zákon č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>

dokumentace je požární řád, požární evakuační plán, informace ohledně školení bezpečnosti pověřených osob, organizační postup v případě vzniklého nebezpečí, rozhodnutí týkající se požární ochrany atd.<sup>39</sup>

V budovách jsou vymezeny únikové cesty. Tyto cesty musejí být bezpodmínečně volné a neustále připravené k použití. Nesmějí být zamčené či jinak neprůchodné. Únikové cesty jsou označeny zelenými tabulkami s bílými kresbami postav, které ukazují směr únikových východů z budovy. Únikové značky musejí být světelně vybavené, a to i v případě přerušení dodávky energie. Energie by měla být dodávána nouzovým zdrojem a evakuační značky by měly vydržet svítit alespoň po dobu nutnou pro opuštění objektu.<sup>40</sup>

Je nutné dodržovat počet návštěvníků pouze v takové výši, ke které je budova projektována. Z bezpečnostního hlediska je nepřipustné, aby na události bylo více osob, jelikož v případě požáru či jiných důvodů a následné potřeby evakuace osob by únikové cesty kapacitně nedostačovaly a všichni návštěvníci by se nemuseli z budovy dostat včas, což by mohlo přivodit fatální následky.

Každá budova, ve které se konají hromadné akce by měla mít vytvořený vlastní evakuační plán. „*Požární evakuační plán upravuje postup při evakuaci osob, zvířat a materiálu z objektů zasažených nebo ohrožených požárem.*“<sup>41</sup> Požární evakuační plán určuje zodpovědnou osobu, která je vyškolená k řízení postupu evakuace. Dále určuje osobu, která kontroluje počet evakuovaných lidí, mělo by se tak snadněji zjistit, zda někdo nezůstává uvnitř budovy. Plán budovy obsahuje zásady první pomoci, kterou je potřeba poskytnout zasaženým osobám (nadýchání se kouře, popáleniny). V plánu je vyznačené místo, které je vhodné na shromáždění evakuovaných osob, a nechybí ani vyznačené cesty ven z budovy, které mají být využity při evakuaci.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> § 27 vyhlášky č. 246/2001 Sb., vyhláška Ministerstva vnitra o stanovení podmínek požární bezpečnosti a výkonu státního požárního dozoru (vyhláška o požární prevenci), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-246>

<sup>40</sup> § 2 nařízení vlády č. 375/2017 Sb., nařízení vlády o vzhledu, umístění a provedení bezpečnostních značek a značení a zavedení signálů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-375>

<sup>41</sup> § 33 odst. 1 vyhlášky č. 246/2001 Sb., vyhláška Ministerstva vnitra o stanovení podmínek požární bezpečnosti a výkonu státního požárního dozoru (vyhláška o požární prevenci), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-246>

<sup>42</sup> § 33 odst. 2 vyhlášky č. 246/2001 Sb., vyhláška Ministerstva vnitra o stanovení podmínek požární bezpečnosti a výkonu státního požárního dozoru (vyhláška o požární prevenci), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-246>

Ve správně vybavené budově nesmějí chybět hasící přístroje. Funkčnost hasícího přístroje musí být pravidelně kontrolována (pěnový a vodní jednou za 3 roky, ostatní jednou za 5 let). Zkontrolovaný hasící přístroj poznáme podle štítku, který vyznačuje, kdy byl hasící přístroj zkontrolován. Podle charakteru požárního nebezpečí objektu se určuje potřebný počet hasících přístrojů a jejich rozmístění. To je obsaženo v projektové dokumentaci budovy či v požární dokumentaci. Obecně platí, že hasící přístroje mají být umístěny na místech s dobrou viditelností, aby jejich použití bylo snadné a rychlé (ne však na místech, kde by se dalo jejich použití lehce zneužít).<sup>43</sup>

### 3.5.5 Hlukové limity hudebních akcí

*„Hlukem se rozumí zvuk, který může být škodlivý pro zdraví a jehož imisní hygienický limit stanoví prováděcí právní předpis.“<sup>44</sup>* Ze zdravotního hlediska není v dlouhodobém hledisku (10–15 let) dobré vystavování nadměrnému hluku. Z tohoto důvodu jsou stanoveny hlukové limity, které mají mírnit zatížení hlukem. Může docházet k poškození sluchu, k zvyšování stresu, například z důvodu rušení spánku. Nadměrný hluk se vyskytuje na některých pracovištích, v blízkosti letišť, rušných silnic či vlakových drah, také vzniká při hlasitém poslechu hudby. Při krátkodobém vystavování se hluku není ovlivňováno zdraví jedinců, v tom to případě člověka hluk pouze obtěžuje.<sup>45</sup>

Pokud je v České republice pořádána akce s hudebním doprovodem je nutné dodržet hlukové limity stanovené zákony České republiky. V současné době již několik let, dle zákona č. 267/2015 Sb., který novelizuje zákon č. 258/2000 Sb., ve znění účinném od 1. 12. 2015 o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů není hudební produkce ve venkovních prostorách považována za hluk. Na hudební produkci ve vnitřních prostorách se zákon nevztahuje a je nutné dodržovat zákonem nastavené hlukové limity. Za jejich správné dodržování ručí pořadatel akce. Pokud není možné zjistit, kdo je pořadatelem akce, zodpovídá za nepřekračování hlukových limit

---

<sup>43</sup> § 3 a § 9 vyhlášky č. 246/2001 Sb., vyhláška Ministerstva vnitra o stanovení podmínek požární bezpečnosti a výkonu státního požárního dozoru (vyhláška o požární prevenci), ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-246>

<sup>44</sup> § 30 odst. 2 zákona č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-258>

<sup>45</sup> *Ústav územního rozvoje: Uplatňování novely zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví v praxi KHS* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2016/2016-05/06-uplatnovani-novely.pdf>

osoba, která poskytla souhlas s hudební produkcí v dané stavbě, a v případě nutnosti je povinna zajistit opatření, aby hlukové limity byly dodržovány.<sup>46</sup>

Novela zákona<sup>47</sup> byla pro pořadatele venkovních hudebních akcí velice přínosná, dříve musely být dodržovány nastavené hlukové limity, které byly stanoveny ve výši 45 decibelů (dB) v denních hodinách a 35 decibelů v nočních hodinách (22:00 – 6:00). Když vezmeme v potaz, že kolem 30 dB se pohybuje šepot a kolem 40 dB tlumený hovor, bylo téměř nemožné hlukové limity při hudební produkci dodržet. Nebýt výše zmiňované novely zákona, mnoho pořadatelů by nejspíše nepokračovalo v pořádání svých akcí s hudební produkcí. Stanovené výše pokut byly pro spoustu pořadatelů likvidační. Stačilo pouze nahlásit danou akci krajské hygienické stanici a bylo téměř jisté, že budou naměřeny hodnoty, které přesahují limity.

Jak již bylo zmíněno, v případě hudební produkce uvnitř budov je nutné dodržovat nastavené hlukové limity. Ty jsou stanoveny v denních hodinách ve výši 35 dB a v nočních hodinách (22:00 – 6:00) ve výši 25 dB. Nedodržování hlukových limit se pořadatel/provozovatel hudební produkce dopouští přestupku a hrozí mu vysoké pokuty.<sup>48</sup>

Novela zákona<sup>49</sup> odebrala krajským hygienickým stanicím pravomoc a možnost regulace hlučnosti venkovních hudebních produkcí. Případnou regulaci mají v kompetenci pouze příslušné obce. Dříve to byly právě krajské hygienické stanice, které měly na starost po ohlášení například z řad obyvatel nacházejících se blízko akce změřit hlasitost dané hudební produkce. Jak již bylo vysvětleno, dřívější nastavené hlukové limity pro hudební akce pod širým nebem nebylo téměř možné dodržet. Po naměření vyšších hodnot hluku, než byly dovolené, následovalo vyměření pokut pořadatelům akcí, pokuty často dosahovaly velmi vysokých hodnot, mnohdy statisícových řádů.

V minulosti bylo uděleno mnoho pokut za překročení hlukových limitů. Kupříkladu hudební festival Mighty Sounds od roku 2010 několik let za sebou, než nabyla účinnosti

---

<sup>46</sup> § 30 zákona č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-258>

<sup>47</sup> zákon č. 267/2015 Sb., který novelizuje zákon č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>48</sup> § 11 nařízení vlády č. 272/2011 Sb., nařízení vlády o ochraně zdraví před nepříznivými účinky hluku a vibrací, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2011-272/zneni-20181109>

<sup>49</sup> zákon č. 267/2015 Sb., který novelizuje zákon č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

novela zákona<sup>50</sup>, dostával pokuty od Krajské hygienické stanice Jihočeského kraje. Pokuty byly ve statisícových řádech. Nejvyšší se vyšplhala až do výše půl milionu korun. Pořadatelé festivalu se opakovaně proti rozhodnutí odvolávali, a dokonce iniciovali vznik petice proti pokutování jednorázových akcí pod širým nebem. Argumentovali fakty, že hlukové limity jsou nastaveny neadekvátně a nelze je dodržet za žádných podmínek (hlukové limity v nočních hodinách byly stanoveny ve výši 35 dB, to odpovídá rozmezí šepotu až tlumenému hovoru).<sup>51,52</sup>

### 3.5.6 Hygienické předpisy

Téměř žádná kulturní akce se nekoná bez stánků nebo mobilních prodejen s občerstvením, ať už se jedná o nápoje či pokrmy. Je nutné dbát na dodržování přísných hygienických předpisů v průběhu celé akce.

Pracovníci ve stáncích musí mít k dispozici sociální zařízení, pro vlastní potřebu. Zahrnuto je místo na oplach rukou, přístup k pitné vodě a vyhrazené místo určené k převlékání a uschování osobních věcí. Stánkaři, účinkující a pořadatelé akce by měli mít k dispozici sociální zázemí, které je odděleno od sociálních zařízení návštěvníků. Totéž platí i pro zdroj pitné vody. Každý stánek potřebuje přívod s pitnou vodou. Podle druhu sortimentu stánků je určeno, zda stačí pouze studená nebo je potřeba i teplá voda. Součástí stánku je vhodné zařízení pro uchování potravin v potřebné teplotě.<sup>53</sup>

Do kategorie hygienických nařízení spadá také zajištění toalet. Orientačně podle očekávané návštěvnosti akce je potřeba zařídit odpovídající množství toalet, ať se jedná o toalety v prostorách budov nebo pronájem mobilních toalet. Na 50 návštěvníků akce by měla být 1 toaleta.<sup>54</sup> Samozřejmě počet záleží i na službách úklidu toalet, zda je zajištěn

---

<sup>50</sup> zákon č. 267/2015 Sb., který novelizuje zákon č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>51</sup> *Mighty sounds: Za rok 2014 dostal festival Mighty Sounds pokutu za hluk 500 000,- Kč* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.mightysounds.cz/za-rok-2014-dostal-festival-mighty-sounds-pokutu-za-hluk-500-000-kc/>

<sup>52</sup> *Petice.com: Ne likvidaci pořádání kulturních akcí pod širým nebem!* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: [https://www.petice.com/ne\\_likvidaci\\_poradani\\_kulturnich\\_akci\\_pod\\_sirym\\_nebem](https://www.petice.com/ne_likvidaci_poradani_kulturnich_akci_pod_sirym_nebem)

<sup>53</sup> Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 o hygieně potravin. *Eur-lex.europa.eu* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:CS:PDF>

<sup>54</sup> § 41 odst. 5 vyhlášky č. 268/2009 Sb., vyhláška o technických požadavcích na stavby, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-268>

úklid několikrát denně během akce, či jsou akce vícedenní. Platí, že čím více toalet, tím lépe. Návštěvníci si pak nebudou stěžovat na dlouhé fronty a znečištěné toalety. Opět je nutné zajistit oddělené prostory toalet pro návštěvníky a zvláště pro stánkaře, pořadatele i účinkující akce.

Potřeba je zajistit dostatečný počet odpadkových košů a jejich průběžné vyprazdňování. V rámci ochrany životního prostředí je vítáno, pokud se na větších akcích nacházejí nádoby na tříděný odpad a návštěvníci mohou rovnou odpad třídit. Pokud je kulturní akce vícedenní, je potřeba buď svépomocí pořadatelů nebo najmutím uklízací agentury zajistit, aby bylo místo kulturní akce uklizeno na další den. Pokud by tak pořadatelé neučinili, na místě by se shromažďoval odpad, a nejen z estetického hlediska by akce návštěvníky nelákala. To samé platí po ukončení akce, pokud organizátor akce není s majitelem prostoru domluven jinak, je potřeba místo konání akce vrátit uklizené a v původním stavu. S odpady je nutné zacházet podle stanoveného zákona<sup>55</sup> a dodržovat všechny předpisy, které se týkají ochrany životního prostředí.

### **3.6 Právní zajištění události**

Každou kulturní i jinou událost je třeba pořádat v souladu se zákonem. Je nutné zajistit všechny potřebné smlouvy a povolení ke správnému průběhu pořádané akce. Pokud jde o akci s hudebním doprovodem je nezbytné řídit se též autorským zákonem včetně kolektivní správy práv.

#### **3.6.1 Kolektivní správa práv**

*„Kolektivní správou se rozumí plná správa majetkových práv autorských nebo práv souvisejících s právem autorským nositelů práv k jejich zveřejněným nebo ke zveřejnění nabídnutým dílům, uměleckým výkonům, zvukovým nebo zvukově obrazovým záznamům (dále jen „předmět ochrany“), která je vykonávána k jejich společnému prospěchu. Kolektivní správou není zprostředkování uzavření licenční nebo jiné smlouvy ani*

---

<sup>55</sup> zákon č. 541/2020 Sb., zákon o odpadech

*příležitostná nebo krátkodobá plná správa jiných než povinně kolektivně spravovaných práv.*<sup>56</sup>

Kolektivní správa má za cíl kolektivně chránit autorská práva, která mají své nositele práv. Dále je účelem kolektivní správy umožnit zpřístupňování těchto práv veřejnosti. Nositelem práv je osoba, které náleží majetková práva autorská nebo související. Dále osoba, které autorský zákon poskytuje spravovat práva k dílu nebo osoba, které práva vyplývají z opravňujících smluv k výkonu kolektivně spravovaného práva. Uživatelem autorských práv pro účely kolektivní správy je osoba, která používá předměty, které chrání kolektivní správa a tato osoba je podle autorského zákona povinna za jejich využívání platit.<sup>57</sup>

*„Kolektivní správce je právnická osoba tvořená nositeli práv, která na základě uděleného oprávnění ke kolektivní správě vykonává pro tyto nositele práv jako jediný nebo hlavní účel své činnosti kolektivní správu a která není založena za účelem podnikání ani jiné výdělečné činnosti nebo která je řízena svými členy.*<sup>58</sup>

O udělení oprávnění stát se kolektivním správcem je nutné podat písemnou žádost. O jejím schválení rozhoduje Ministerstvo kultury České republiky. Ministerstvo má na rozhodnutí, zda bude či nebude žádost schválena 90 dní. Žádost musí obsahovat všechny náležitosti a přílohy, které jsou stanoveny v autorském zákoně.<sup>59</sup>

Mezi organizace, které mají oprávnění k výkonu funkce kolektivního správce v České republice patří Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním, z.s. (dále jen „OSA“), Divadelní, literární, audiovizuální agentura, z.s. (dále jen „DILIA“), Nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, z.s. (dále jen „Intergram“), Ochranná organizace autorská – Sdružení autorů děl výtvarného umění, architektury a obrazové složky audiovizuálních děl, z.s. (dále jen „OOA-S“), Ochranný svaz autorský z.s. (dále jen „Gestor“) a Ochranná asociace zvukařů – autorů, z.s.

---

<sup>56</sup> § 95 odst. 1 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>57</sup> § 95 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>58</sup> § 95a odst. 1 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>59</sup> § 96 a § 96a zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>



(dále jen „OAZA“).<sup>60</sup> Pro účely této práce budou dále podrobněji popsány organizace OSA a OAZA.

Platí, že autorský zákon stanovuje uživatelům autorských práv placení poplatků kolektivním správcům. Někdy může jít i o placení několika organizacím najednou. Například hotelová zařízení či restaurace, kadeřnictví a další provozovny, kde jsou k dispozici televizní či rozhlasové přijímače mají povinnost platit poplatky organizacím DILIA, OSA, Intergram, OAZA a OOA-S. Nabízí se otázka, zda neplatí uživatelé práv vícekrát stejným organizacím. Tato situace nenastává, jelikož každá organizace vybírá poplatky za jiná práva. Aktuálně však stačí zaplatit poplatek na jednom místě, vybírá ho OSA a následně je mezi jednotlivé organizace rozdělen. Je to tak ulehčení pro bary, restaurace a další uživatele více práv najednou.<sup>61</sup>

### 3.6.2 OSA

OSA neboli Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním je organizace, která spravuje kolektivní majetková autorská práva, k hudebním dílům a dalším dílům, které vymezuje autorský zákon. Organizace byla založena v roce 1919. Mezi zakládající členy patřil skladatel Karel Hašler a jedním z prvních ředitelů byl Otakar Dvořák, syn hudebního skladatele Antonína Dvořáka. V současnosti OSA spravuje autorská majetková práva více než 9 000 domácích a více než 3 500 000 zahraničních nositelů autorských práv. Mezi nositele práv patří skladatelé, textaři a nesmí být opomenuto i na jejich dědice a nakladatele.<sup>62</sup>

Hlavní náplní činnosti OSA je poskytování služeb v oblasti autorského práva. Mají k dispozici i právní poradenství, které v této oblasti nabízejí. OSA vybírá a následně rozděljuje vybrané odměny autorům. Pořadatelé kulturních akcí a všichni uživatelé, kteří chtějí za jakýmkoliv účelem využívat hudbu, mají díky OSA možnost legální cesty.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Ministerstvo kultury České republiky: Organizace oprávněné k výkonu kolektivní správy práv [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/organizace-opravnene-k-vykonu-kolektivni-spravy-prav-692.html>

<sup>61</sup> Ministerstvo kultury České republiky: Časté dotazy [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/aste-dotazy-737.html>

<sup>62</sup> OSA-Ochranný svaz autorský: O nás [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.osa.cz/kdo-jsme/o-nas/>

<sup>63</sup> OSA-Ochranný svaz autorský: O nás [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.osa.cz/kdo-jsme/o-nas/>

V případě kulturních událostí, kde je součástí programu hudební produkce v jakékoliv podobě (živé vystoupení, pouštění hudby z reproduktorů...) je pořadatel povinen informovat o připravované akci organizaci OSA. Pořadatel vyplní formulář, který je volně dostupný na webových stránkách <sup>64</sup> organizace, následně je uzavřena licenční smlouva. Sdělují se informace o typu hudební produkce, datu a místě konání a je potřeba sepsat kompletní seznam skladeb, které budou na akci přehrávány. Následně organizace vypočítá konkrétní částku, kterou pořadatel či uživatel hudby bude muset zaplatit. Sazba se vypočítává z výše uvedených sdělení o akci, dále má na částku vliv návštěvnost celé akce a cena vstupného. Konkrétní sazebníky rozdělené podle druhu produkce jsou dostupné na webových stránkách OSA. <sup>65</sup>

Nelze opomenout fakt, že nemusí jít jen o živou produkci koncertů či o reprodukovanou hudbu z diskoték, poplatky spolku OSA se platí i při pořádání plesů, tanečních kurzů, na zábavách či dalších akcích, kde je přehrávána hudba. Konání akce se musí hlásit i v situaci, kdy žádná z přehrávaných písní ani žádný z autorů není zastupován organizací OSA.

### 3.6.3 OAZA

OAZA neboli Ochranná asociace zvukařů – autorů vznikla v roce 2003. Organizace je určena pro mistry zvuku, kteří mají také majetkové autorské právo k dílům. V roce 2006 se OAZA na základě oprávnění, které bylo získáno od Ministerstva kultury ČR stala kolektivním správcem. Od tohoto roku OAZA chrání práva zvukařů – autorů a ukazuje, že i oni mají nárok na odměny ze svých děl, stejně jako skladatelé a další autoři. <sup>66</sup>

Stejně jako organizace OSA má i OAZA na svých webových stránkách <sup>67</sup> dostupné sazebníky, dokumenty potřebné k vyplnění, aby se autor mohl stát zastupovaným. V souladu

---

<sup>64</sup> [www.osa.cz](http://www.osa.cz)

<sup>65</sup> § 98e odst. 3 § zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>66</sup> OAZA: Ochranná asociace zvukařů-autorů [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.oaza.eu/>

<sup>67</sup> [www.oaza.eu](http://www.oaza.eu)

se zákonem je fakt, že sazby, které uživatelé práv platí, musejí být stanovány objektivně, přiměřeně a nesmějí být diskriminační.<sup>68</sup>

### 3.6.4 Ochrana práva autora

Každý autor, kterému je neoprávněně zasaženo do jeho práv se podle autorského zákona může soudně domáhat hned několika náprav. Má právo na určení svého autorství. Může žádat, aby mu byly sděleny informace, kdo a jaké jeho díla využil bez oprávnění. Zjišťuje, zda to byla napodobenina, či originál díla, které někdo nelegálně rozmnožil. Dále má právo zažádat o odstranění zveřejněného díla, které bylo neoprávněně. Požaduje se stažení z prodeje a konec obchodování s neoprávněnými díly, zničení těchto materiálů. Po osobě, která se chovala protiprávně, má autor oprávnění žádat zadostiučinění, ať už omluvou, či finanční kompenzací.<sup>69</sup>

*„Do práva autorského neoprávněně zasahuje ten, kdo obchází nebo jinak maří účinné technické prostředky ochrany práv podle tohoto zákona.“<sup>70</sup>* Nejen obcházení technických prostředků je neoprávněný zásah, jelikož výroba, dovoz, prodej či propagace děl, ke kterým nemáme autorská práva je také neoprávněné jednání. I elektronická úprava týkající se práv je neoprávněným chováním. Dalším nelegálním zásahem do autorských práv je používání názvu či podobnost loga, v případě, že by byla tak podobná, že by mohlo dojít k záměně.<sup>71</sup>

### 3.6.5 Smlouva s interprety

Pořadatel je povinen uzavřít s vystupujícími interprety smlouvu. Smlouva se uzavírá v souladu se zákonem.<sup>72</sup> Smlouva nemusí být typově upravena, stačí obecný typ smlouvy.

---

<sup>68</sup> § 98e odst. 2 § zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>69</sup> § 40 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>70</sup> § 43 odst. 1 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>71</sup> § 43 až 45 zákona č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

<sup>72</sup> § 1746 zákona č. 89/2012 Sb., zákon občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Důležité je, aby smlouva obsahovala všechny informace, které jsou nutné ke klidnému průběhu spolupráce na obou stranách.<sup>73</sup>

Pořadatel kulturní akce může sám připravit podobu smlouvy, kterou připraví pro všechny účinkující. Je však velmi pravděpodobné, že někteří vystupující, zejména známější či umělci zastupovaní agenturami a manažery budou mít připravenou podobu smlouvy vlastní.

Náležitosti, která by měla mít smlouva o účinkování, jsou identifikační údaje – kdo je pořadatel a kdo je účinkující. Dále přesné místo, datum a čas konání daného vystoupení. Ve smlouvě je přesně vyjádřeno, jak dlouhé bude vystoupení plus kolik času je potřeba na přípravu pódia. Ve smlouvě je uvedena cena, kterou pořadatel zaplatí za vystoupení, a i její splatnost. Většinou je to pořadatel, kdo se ve smlouvě zavazuje, že ručí za zaplacení všech poplatků kolektivním správcům určených autorským zákonem. Účinkující ve smlouvě prohlašují, že v rámci svého vystoupení budou veřejně produkovat autorská díla, uvedená v seznamu skladeb, který byl určen pořadatel, za účelem nahlášení vystoupení kolektivním správcům. Popsány jsou dále požadavky kapel ve formě ubytování, které pořadatel zajišťuje. Smlouva zajišťuje i technické požadavky účinkujících (rozměry pódia, zda mají vlastního zvukaře, jak dovezou aparaturu, požadavky na zázemí...). Smlouva může obsahovat další speciální požadavky, které si pořadatel s účinkujícími domluví, může to být například povinnost pořadatele vystoupení a celou akci dostatečně propagovat. V závěrečných ustanovení smlouvy bývají uvedené podmínky odstoupení od smlouvy.

### **3.7 Zajištění příprav kulturní události**

Zvýšit návštěvnost události dokáže správně zvolený druh propagace. Na každou akci se hodí jiný druh propagace. Vždy je nutné si uvědomit, jaký má pořadatel rozpočet na propagaci akce a na jaké publikum akce cílí. Správně zvolený rozpočet akce, pokud nenastane mimořádná situace, je klíčem k tomu, aby se pořadatel organizováním nedostal do finančních ztrát.

---

<sup>73</sup> § 1746 zákona č. 89/2012 Sb., zákon občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

### 3.7.1 Propagace kulturní akce

Propagace akce, v současné době více využívané spojení komunikační mix, můžeme popsat jako soubor nástrojů a postupů, kterými chceme oslovit potencionální zákazníky, v našem případě hlavně návštěvníky kulturní události. Za účelem propagace kulturní akce využíváme především formu reklamy či public relations.<sup>74</sup>

Reklamy mají mnoho forem a jejich používání se může libovolně kombinovat. Při vytváření reklam pro kulturní události jsou nejčastěji využívané tištěné formy reklam, internetové reklamy či reklamy audiovizuální, nejčastěji pomocí rozhlasu. Jejich konkrétní formy pořadatel vybírá hlavně podle velikosti rozpočtu, jelikož ve většině případů reklama není nejlevnější formou propagace. Je však velmi účinným prostředkem, pořadatel akce nebo zadavatel reklamy si sám vybírá přesný vzhled reklamy a text, který reklama bude obsahovat. Reklama by měla být jasná, výstižná, originální a měla by dokázat zaujmout. Důležité u správné volby reklamy je, aby se orientovala na cílové publikum.<sup>75</sup>

Stále velmi častou volbou reklamy kulturních akcí jsou formy tištěné reklamy. Pořadatel kulturní akce si často platí vyhrazený prostor na plakátovacích plochách, kde nechává vylepovat plakáty, ať na jednorázové akce nebo například přehledy se všemi pořádanými akcemi v konkrétním měsíci. Tištěnou formou reklamy nejsou jen plakáty, patří sem i reklamy v tištěných médiích, myšleno jakákoliv reklama v novinách, časopisech, kulturních brožurách. Zde jde opět o rozpočet, jaký má pořadatel vyhrazený na propagaci kulturní akce a o cílové publikum. Těžko bude pořadatel malé kulturní akce v malé obci propagovat v celostátních médiích. Svépomocí může pořadatel zajistit rozdávání brožur či letáků s upoutávkou na kulturní akce. Celostátní média jsou pro propagaci kulturních akcí využívána především v případě velkých eventů, typu velké koncerty zahraničních hvězd, hudební či filmové festivaly. V případě dostatečného množství financí vyhrazených na propagaci je dále možné využít billboardy u silnic a dálnic, výlepy na zastávkách hromadné dopravy.

Na oblíbenosti neustále nabírá forma internetové (virtuální) reklamy, hlavně mezi mladšími lidmi. Využívány jsou webové stránky, sociální sítě, či internetové magazíny. Pokud pořadatel pořádá akce pravidelně a má například svou agenturu nebo se jedná třeba

---

<sup>74</sup> JOHNOVÁ, Radka. Marketing kulturního dědictví a umění. 2008

<sup>75</sup> JOHNOVÁ, Radka. Marketing kulturního dědictví a umění. 2008

o městské kulturní centrum, vlastní instituce webové stránky, kde si akce buď sami propagují nebo mají nasmlouvaného externího administrátora webu.

Mnoho institucí či jednotlivých pořadatelů má založené stránky pro své události na Facebooku. Facebook je sociální síť, kterou využívá velký počet lidí. A tak je i často využíván na propagaci kulturních událostí. Jedná se totiž o formu reklamy, která může být zcela zdarma. Pořadatel vytvoří na Facebooku „událost“ pro akci, kterou pořádá, napíše krátký popis akce, místo a čas konání, zmíní konkrétní program, který bude pro návštěvníky připraven, může přiložit plakát celé akce. Dále může pořadatel nebo jiná oprávněná osoba na tuto vytvořenou „událost“ zvat konkrétní osoby, na které akce cílí a které by mohly mít zájem pořádanou akci navštívit. Uživatelé Facebooku mohou na událost „zareagovat“, pokud se akci chystají navštívit, zvolí funkci „zúčastním se“, pokud ještě není konkrétně pozvaná osoba rozhodnuta, může využít funkce „mám zájem“. Uživatelé, kteří na akci takto zareagují, dostávají „upozornění“ na přidané novinky ohledně konané události. Může jít například o předprodej vstupenek, změny v programu atd. Zároveň pořadatel akce může vidět zpětnou vazbu uživatelů a může mít přehled kolik účastníků má zájem akci navštívit. Samozřejmě nemůže na dané počty přesně spoléhat, mnoho lidí na akci nakonec nepřijde, a naopak facebooková reklama určitě necílí na všechny účastníky. Pokud by pořadatel chtěl rozšířit svou „facebookovou událost“ mezi více uživatelů sociální sítě může si zaplatit propagaci události. Podle částky, kterou zaplatí, se pak „událost“ bude zobrazovat více lidem.

Mezi další druhy internetové reklamy patří rozšiřování události mezi uživateli sociální sítě Instagram. Ta funguje na podobném principu jako Facebook, jen nevytváříme konkrétní „událost“, ale vkládáme fotku, například plakát akce, kterou můžeme dále propagovat. V případě, že pořádáme koncerty či jiné hudební události můžeme k propagaci využít internetovou stránku *bandzone.cz*. Webová stránka seskupující hudební kapely, zpěváky a fanoušky z celé České republiky. Pořádaná událost se dá dále propagovat na kulturních webech, v časopisech zabývajících se kulturou.

Další forma reklamy pro kulturní akce je využití audiovizuálních reklam. Nejčastěji se jedná o reklamu v rozhlase, reklamy v televizi jsou využívány zcela výjimečně. Reklama v rozhlase má výhody, ale i nevýhody. Jejich využití pro kulturní akce má, ale spíše nevýhody. V první řadě jde ve většině případech, pokud se nejedná o malá regionální rádia, o drahou formu reklamy. Další nevýhodou je možnost, že posluchač slyší jen zvukový popis

akce, není zde k dispozici vidění plakátu či jiné obrazové formy. Naopak výhodou může být rychlé, jednoduché sdělení, a tak si posluchač může akci lépe zapamatovat a případné detaily si pak dohledat pomocí jiných zdrojů. Reklama v rádiích je využívána zejména u velkých kulturních událostí, kde jsou větší finanční možnosti.<sup>76</sup>

Z právního hlediska musí reklama dodržovat hned několik aspektů. Reklama nesmí být klamavá. Klamavá reklama je součástí tzv. nekalé soutěže. Nekalá soutěž nastává v situaci, kdy se osoba dostává do rozporu s dobrými mravy a svým jednáním způsobí újmy jiným osobám (zákazníkům, soutěžitelům) v hospodářském styku. Nekalá soutěž je zákonem zakázaná. Klamavá reklama je taková, která nepodává pravdivé informace, slibuje věci, služby, které nebudou poskytnuty. V případě kulturních akcí může klamavá reklama například slibovat jiný program, aby nalákala více návštěvníků. Dalším druhem nesprávné volby reklamy je reklama srovnávací. Ta přímo nebo nepřímo poukazuje na zboží, výrobky nebo služby někoho jiného. V případech, kdy není klamavá, srovnává objektivně výrobky, služby stejného charakteru, je přípustná. Pokud má za cíl pošpinit úsilí někoho jiného a vyzdvihnout svůj produkt či službu, oproti jiným, tak přípustná není. U kulturních akcí by příkladem nepřípustné srovnávací reklamy mohla být propagace své akce, která se pyšní lepším programem než jiná konkrétní akce.<sup>77</sup>

Druhým často využívaným způsobem propagace kulturních akcí je Public Relations. Public Relations (dále jen „PR“) neboli publicita, často překládané jako „vztahy s veřejností“ patří do komunikačního mixu a pomáhají komunikaci mezi organizacemi a veřejností. Důvodem, proč je PR velmi využívanou formou propagace je především fakt, že patří mezi neplacené formy marketingové komunikace. Působí díky tomu jako důvěryhodnější způsob propagace než placená reklama. Expertní odhady sdělují, že PR je třikrát, někdy až pětkrát účinnější způsob propagace než placená reklama. Publicita pomáhá rozšířit informovanost o dané organizaci, pořadatelé a jejich činnostech. Dokáže pomocí rozhovorů, zajímavých článků, tiskových zpráv a konferencí vytvářet obraz o pořadatelích či samotných akcích. V oblasti PR je dobré udržovat dobré vztahy s médii, jelikož právě média jsou klíčem k úspěchu v publicitě. Pokud redaktory zaujme pořádaná akce i její organizace a napíše o těchto aktivitách článek, který bude cílit na vhodné publikum, je dost pravděpodobné, že akce bude mít zvýšenou návštěvnost a další aspekty. Čím méně má kulturní organizátor či

---

<sup>76</sup> JOHNOVÁ, Radka. Marketing kulturního dědictví a umění. 2008, s. 219

<sup>77</sup> § 2976, § 2977 a § 2980 zákona č. 89/2012 Sb., zákon občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-05]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

organizace prostředků na placenou reklamu, tím více pro ně bude důležitá právě propagace pomocí PR.<sup>78</sup>

### **3.7.2 Rozpočet kulturní akce**

Rozpočet můžeme jinými slovy popsat jako odhad nákladů (výdajů) v určitém období, může to být například jednorázový, měsíční, roční. Stanovit rozpočet akce patří mezi nejdůležitější úkoly pořadatele. Do rozpočtu je nutné zahrnout všechny předpokládané výdaje celé pořádané události. To znamená sestavit všechny položky, které bude nutné před, během nebo po proběhnutí akce zaplatit. Aby se pořadatelé kulturních akcí nedostávali do ztrát, je potřeba, získat z pořádání události potřebné příjmy.

Hned na začátku pořádání celé akce, při volbě programu a dalších náležitostí se organizátor akce alespoň přibližně musí rozhodnout, kolik chce investovat do pořádání dané události. Až poté je možno začít sestavovat program. Do rozpočtu je nutné začlenit všechny výdaje od pronájmu prostor pro místo konání, zaplacení všech účinkujících v programu, občerstvení pro vystupující, případné zajištění ubytování, technické zajištění, zajištění bezpečnosti, až po propagaci akce a mnoho dalších.<sup>79</sup>

Vždy je lepší u každé položky zvýšit předpokládané náklady, v případě problémů bude k dispozici alespoň malá rezerva. Je dobré, pokud má pořadatel finanční rezervy na neočekávané situace (špatné počasí na venkovní akci, živelné pohromy...). Poté co pořadatel sestaví předběžný rozpočet, kolik peněz chce investovat do občerstvení, programu akce, v případě potřeby pronájmu prostor, propagace, může začít s konkrétní poptávkou jednotlivých služeb.

### **3.7.3 Vstupné na kulturní akci**

Pokud organizátor nemá na pořádanou akci žádné sponzory nebo granty, jsou jeho příjmy prakticky jen ze zaplaceného vstupného. Pokud tedy nejde o akce, kde je mnoho stánků, v tomto případě pořadatel akce vybírá poplatky za jejich pronájem a v případě

---

<sup>78</sup> JOHNOVÁ, Radka. Marketing kulturního dědictví a umění. 2008, s. 221-224

<sup>79</sup> LATTENBERG, Vivien. Event aneb Úspěšná akce krok za krokem. 2010, s. 36-37



barových stánků, či stánků s občerstvením může vybírat i procenta z prodeje. V tomto případě má k dispozici finance nejen ze vstupného.

Zvolit formu a výši vstupného na kulturní akci je pro pořadatele těžší úkol, než by se mohlo zdát. Je důležité, aby zisk ze vstupného plus případně další zisky pokryly výdaje spojené s celkovou organizací události. Pokud pořadatel nemá jako hlavní příjem pro obživu právě pořádání akce a dělá to pro radost, či z jiných důvodů nemusí mu nutně vadit, když na akci nevydělá a jeho zisk se blíží k nule. Jestliže pořadatel má organizaci akcí jako hlavní příjem financí je potřeba uspořádat akci tak, aby z ní měl zisk. Výše vstupného je individuální rozhodnutí na pořadateli. Obecně by cena neměla být moc vysoká, mohla by odradit potencionální návštěvníky. Někteří diváci kulturních událostí ocení a rádi si připlatí za možnost tzv. „exkluzivního vstupného“. Exkluzivní vstupné má většinou omezený počet vstupenek a nabízí různé výhody. Nejčastěji možnost výběru místa, či vlastní přístupy k občerstvení, nebo i možnost setkání s vystupujícími.<sup>80</sup>

První možnost volby vstupného je, že je zcela zdarma či dobrovolné. V těchto případech se jedná většinou o kulturní akce, které jsou sponzorovány, placené z grantů nebo je zde mnoho stánků a jak už bylo dříve popsáno příjmy jdou pořadateli z pronájmu stánků, či procenta z jejich prodeje. Mnoho galerií, muzeí mají návštěvy zpřístupněné zdarma nebo za dobrovolný příspěvek.

Kulturní akce, na kterých se platí konkrétní částka na vstupné se dělí na ty, které mají nebo nemají předprodej. Předprodej mívají většinou větší akce nebo akce pořádané většími organizacemi, malé akce předprodeje mít nemusejí. Ale těžko si představit, že festivaly, které navštěvují desetitisíce lidí by neměly ke koupi vstupenky v předprodeji a všichni účastníci by si je kupovaly na místě. Předprodeje vstupenek na kulturní události jsou zajišťovány buď vlastními možnostmi pořadatelů (v místě konání akce, u konkrétních osob, přes vlastní weby) či přes velké společnosti, zabývající se prodejem vstupenek – *ticketstream.cz*, *ticketmaster.cz*, *goout.cz*. Společnosti si účtují provize a poplatky za každou prodanou vstupenku. Vstupenky v předprodeji jsou ve většině případů levnější než na místě. Velké akce, kdy pořadatelé spouští předprodeje i rok dopředu a mají několik „vln“ vstupenek, jsou ceny vstupenek rozdílné i v řádech stovek korun. A někdy jen vstupenka

---

<sup>80</sup> BAČUVÍK, Radim. Marketing kultury. 2012, s. 127-130

v předprodeji zajistí vstup na akce, když je o akce velký zájem, leckdy se vyprodají i měsíce dopředu. Prodej vstupenek na místě konání akce je většinou dražší.

Pro pořadatele je předprodej výhodou hned z několika důvodů. Nejen že má finanční prostředky pro pořádání dříve než v den konání a může s nimi investovat, ale také má přibližný přehled, kolik účastníků na akci může přijít.

#### **3.7.4 Harmonogram akce**

Pořadatel kulturní akce by si měl sestavit konkrétní harmonogram průběhu celé akce. Harmonogram je dokument, kterým by se mimo pořadatele a jeho týmu měli řídit i účinkující, pořadatelská a bezpečnostní služba. Harmonogram postihuje činnosti od chvíle, kdy se začnou konat přípravy na místě konání, až do doby, kdy událost končí a místo konání je uklizené a připravené na předání majiteli.

Harmonogram udává pořadatelské službě, pomocníkům a technikům, kdy se mají dostavit na místo konání. Je nutné ještě před začátkem konání akce postavit pódium, včetně zvukové a osvětlovací techniky. Harmonogram ukazuje rozdělené úkoly, každý by měl dodržovat jejich plnění, pomůže to tak klidnému průběhu akce.

V harmonogramu nechybí ani konkrétní program celé akce, který je k dispozici i účinkujícím. Například při několika hudebních vystoupeních za sebou je potřeba myslet na nutnou přestavbu a ozvučení kapel na pódiu. Je tedy velmi nevhodné, aby časový plán akce tyto pauzy nezahrnoval. Je nutné počítat alespoň s patnáctiminutovou přestávkou, u velkých koncertů a velkých kapel je potřeba počítat klidně i s třicetiminutovou pauzou. V případě, že nebudou přestávky zahrnuty v programu, bude docházet k velkému časovému posunu celé akce. Zároveň by vystupující měly být ohleduplní k ostatním a držet se svého vymezeného času na vystoupení. Ke kontrole, aby byl časový harmonogram dodržován, je tu právě pořadatelská služba.

### **3.8 Technické zajištění**

Jestliže jde o kulturní akci, která je spojena s hudební produkcí, je nutné zajistit všechnu potřebnou techniku pro hudební vystoupení. Základem všeho je mít vhodné

pódium, zázemí pro vystupující včetně sociálního zařízení. Zajistit osvětlení a ozvučení, splnit požadavky vystupujících kapel a dbát na bezpečnost celé akce.

### **3.8.1 Pódium**

Pódium je základem každé akce s hudebním programem. Málokterý vystupující chce vystupovat bez pódia, které mu poskytuje oddělením od publika bezpečný pocit a zároveň díky němu získá větší pozornost diváků.

Jestliže v místě konání není k dispozici pódium, je třeba pódium pronajmout. V dnešní době se mnoho agentur zabývá pronájmem pódíí a další techniky spojené s hudební produkcí. Hlavním kritériem pro výběr pronájmu pódia je pro pořadatele výše financí v rozpočtu akce. Pódium musí splňovat požadavky programu. Pokud jde o pódium pro jednoho vystupujícího, určitě může být menší než pro několikačlennou hudební skupinu.

Pronájmy pódíí nabízí nespočet agentur, často ve svých službách nabízejí dovoz pódia po celé České republice s kompletním sestavením. Druhů pódíí je nespočet, na většinu kulturních událostí je potřeba pódium alespoň střední velikosti a se základní vybaveností, jehož pronájem se pohybuje v řádech desetitisíců korun. Konkrétní částku je velmi těžké stanovit, jelikož každá firma má jiné ceny, jiné druhy pódíí. Nejjednodušší pro pořadatele je poptat několik firem a podle svých preferencí vybrat, které pódium a za jakou cenou se mu nejvíce hodí na pořádanou akci.

Jestliže se jedná o venkovní akci je na místě, aby pódium mělo konstrukci včetně střechy. Pořadatel by měl být připravený i na možnost, že by mohlo nastat špatné počasí, a tak je vhodné, aby na pódiu či v jeho blízkosti bylo připraveno kryté místo, kam by v případě nutnosti bylo možné schovat aparaturu a tím předejít obrovským škodám.

Obecně platí, že pokud se jedná o akce s hudebním doprovodem, tak bude pódium vždy ve „středu pozornosti“. Samozřejmě čím je pódium větší a vybavenější, tím působí na pohled celá akce významněji. Je důležitá volba jeho umístění, strategické je takové umístění, při kterém je na pódium nejlepší výhled a je k němu nejlepší přístup. Vhodné místo je na rovinném a travnatém prostoru, kde půjde pódium snadno upevnit do země.

### **3.8.2 Zvuková technika**

Je asi úplně jasné, že pokud je kulturní akce obohacena o hudební vystoupení, neobejde se bez zvukové techniky a kvalitního ozvučení. Hned na začátku je potřeba si uvědomit, zda je hudební produkce hlavní náplní programu. Pokud ano, je nutné tomuto faktu přizpůsobit volbu místa konání. Ne všechny prostory jsou vhodné na hudební produkci. Ve vnitřních prostorech platí, že čím je lepší akustika, tím lepší a kvalitnější je zvuk. Ve venkovních prostorech je třeba si uvědomit, jak se bude zvuk odrážet, a podle toho je nutné určit, kam bude postaveno pódium.

Základním pravidlem je, že při hledání vhodné techniky na ozvučení by daný prostor měl vidět odborník nebo zvukař, aby bylo docíleno kvalitního zvuku a ideální hlasitosti. Bylo by nepříjemné, kdyby technika nezvládla ozvučit daný prostor a někteří diváci by slyšeli špatně nebo vůbec. Vždy je potřeba brát v potaz pár základních bodů, a to sice velikost daného sálu, včetně výšky stropů, nesmí se zapomenout na fakt, zda má sál balkóny. Dále přibližný odhad návštěvníků nebo maximální kapacitu sálu. Záleží na tom, zda je akce určena k sezení nebo k stání. A v neposlední řadě nelze opomenout žánr hudební produkce. Jiná zvuková aparatura bude potřeba na folkový koncert a jiná na rockový koncert.

Kromě zvukové techniky je také potřeba zajistit zvukaře, který vybranou techniku umí ovládat a bude schopen celou akci kvalitně ozvučit. Mnoho agentur, které pronajímají zvukovou techniku, poskytuje i možnost najmout profesionálního zvukaře. Často mnoho vystupujících interpretů využívá svého mistra zvuku, který již přesně ví, jak správně má interprety ozvučit, aby jejich zvuk dobře zněl, jak v publiku, tak i na pódiu.

### **3.8.3 Osvětlení**

Osvětlovací technika spolu se zvukovou patří k nedílné součásti hudební produkce. Osvětlení dodává vystoupení úplně jiný řád a pomocí mnoha efektů může být skvělou podívanou. Jestliže je světelná produkce součástí hudební, je třeba aby byl přítomen osvětlovač, který bude obsluhovat a pouštět osvětlení. Mnoho kapel má vytvořenou světelnou show, na pódiích či v blízkosti podíí jsou umístěny led panely, kde promítají show, která graficky vyobrazuje náměty písní. Často jsou led panely přítomny okolo podíí na velkých festivalech. Je na nich promítáno vystoupení kapely, aby ve velkých davech, viděli show i lidé ze zadních řad.

Osvětlení mnoho agentur pronajímá společně se zvukovou technikou, někdy i s pódii, to je samozřejmě výhodné i pro pořadatele, kdy mu jedna firma doveze, sestaví vše, co je potřeba. Jiné druhy osvětlovací techniky budou využity v divadlech, na koncertech a na festivalech. Zde je opět potřeba komunikovat s vystupujícími, zda mají speciální požadavky.

#### **3.8.4 Zázemí účinkujících**

Na každé akci, kde jsou vystupující, ať už jde o interprety, moderátory a vlastně i samotné pořadatele akce, je potřeba vyhradit místo, které bude jejich zázemí neboli backstage. Zázemí je místem, kam mohou jen určené osoby, většinou jsou označeny například barevným páskem na ruce či razítkem. Zázemí je ohraničeno například ploty na venkovních akcích či jsou to vyhrazené šatny, místnosti na akcích vnitřních, většinou je hlídáno pořadatelskou či ochrannou službou. Je vyhrazeno z důvodu, aby účinkující měli svůj prostor na uschování techniky, osobních věcí, měli k dispozici vlastní sociální zařízení, prostor na občerstvení a možnost nerušeně se připravovat na vystoupení.

#### **3.8.5 Požadavky vystupujících**

Při domlouvání vystupujících musí pořadatel domluvit mnohem více než jen finanční odměnu. Předem je zapotřebí zjistit podmínky pro vystoupení, zejména kapely mívají specifické potřeby. Vystupující i pořadatel by neradi řešili nepříjemné situace, například ohledně malého pódia, kam se kapela nevejde nebo chybějící aparaturu. Proto je dobré komunikovat ještě před akcí a zajistit vše potřebné.

Vystupující mají často na svých stránkách ke stažení nebo jejich manažeři zasílají pořadatelům tzv. rider a stageplan. Rider je dokument, který obsahuje celkové požadavky kapel. Je zde kompletně popsáno technické zajištění, co si kapela přiveze s sebou, co je potřeba zajistit pořadatelem. Nechybí kolik osob tvoří realizační tým kapely, jaké jsou požadavky na občerstvení, zda bude potřeba sehnat vystupujícím ubytování. Rider nezapomíná ani na informace, zda má kapela svého vlastního zvukaře, zda bude potřebovat vyhradit místo na prodej svého zboží (CD, oblečení a další produkty vystupujících). Stageplan je součástí rideru a jde o náčrt rozestavení vystupujících a jejich aparatury na pódii. Vyobrazuje, kde a co bude potřeba zapojit, kam přesně umístit mikrofony,

odposlechy, jednotlivé hudební nástroje. V dnešní době na vytvoření stage plánu existují mobilní aplikace, kde si kapely mohou samy navrhout přesné vyobrazení svého vystoupení na pódiu. Samozřejmě ne vždy pořadatel musí vyhovět všem požadavkům, pokud se mu některé zdají neadekvátní a přehnané je na místě domluvit se s vystupujícím, zda je to nutné, popřípadě se poohlédnout po méně náročných vystupujících. I technické podmínky se dají často s vystupujícím domluvit a přizpůsobit. V tomto případě je na prvním místě komunikace.<sup>81,82</sup>

### 3.8.6 Zajištění bezpečnosti

Jak již bylo zmíněno na pořádaných akcích je k dispozici pořadatelská služba, která zajišťuje klidný průběh akce, kontroluje vstupenky, organizuje parkování aut návštěvníků a příjezd vystupujících na akci. Zajištění bezpečnosti mají na starost většinou najaté ochranné služby. Často spolu pořadatelská služba a členové bezpečnostních agentur spolupracují a vzájemně se informují o průběhu celé akce.

Organizátor kulturní akce musí zajistit její bezpečný a klidný průběh. Z tohoto důvodu je na místě najmout bezpečnostní agenturu. Podle velikosti akce a přibližně předpokládaného počtu účastníků je na dohodě s agenturou, kolik členů je třeba najmout na zajištění bezpečnosti. Ochranná služba musí bránit vstupu do zázemí účinkujících, mohou kontrolovat, aby do místa konání akce nebyl vnášen alkohol, zbraně, či jiné nebezpečné a zakázané předměty. V případě jakýchkoliv konfliktů mezi účastníky akce je nutné, aby zaměstnanci bezpečnostní agentury zasáhli a snažili se uklidnit situaci, pokud se to nedaří, je na místě povolat policejní složky.

Z právního hlediska nemají členové bezpečnostních agentur zákonem vymezené žádné zvláštní pravomoci, jednat musejí v souladu se zákony, které platí pro všechny občany. Zaměstnanci bezpečnostních agentur zasahují v případech krajní nouze. Krajní nouze je situace, ve které je spáchán čin, který by se za normálních okolností považoval za trestný, aby bylo odvráceno hrozící se nebezpečí. V tomto případě čin není trestným a osoba,

---

<sup>81</sup> AZCD.CZ: „Základ je komunikovat,“ popisuje v rozhovoru zvukař Zbyněk Válka [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.azcd.cz/blog/clanek/zaklad-je-komunikovat-popisuje-v-rozhovoru-zvukar-zbynek-valka-105/>

<sup>82</sup> AZCD.CZ: *Na co myslet při přípravě stage plánu?* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.azcd.cz/blog/clanek/na-co-myslet-pri-priprave-stage-planu-2-88/>

která nebezpečí odvrátila je chráněna trestným zákonem.<sup>83</sup> Dále jednají v případech nutné obrany. Čin, který by jinak byl činem trestným, není trestným, pokud odvrací hrozící útok, na vlastní či jinou osobu. Vždy je potřeba vyhodnotit situaci a bránit se adekvátně, pokud by byla obrana nepřiměřená, již by nešlo o nutnou obranu, ale o trestní čin.<sup>84</sup> Bezpečnostní zaměstnanci nebo lidé přihlížející konfliktu neprodleně volají na místo policejní složky, které mají pravomoc zadržet konfliktní osoby a prošetřit celou situaci.

---

<sup>83</sup> § 28 zákona č. 40/2009 Sb., zákon trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-40>

<sup>84</sup> § 29 zákona č. 40/2009 Sb., zákon trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-40>

## **4 Vlastní práce**

V praktické části bakalářské práce jsou popsány záležitosti spojené s pořádáním kulturních akcí na konkrétní příkladu. Některé organizační a právní záležitosti budou popsány na příkladu celého hudebního turné kapel. Pro konkrétní účely pořádání jedné kulturní události byl vybrán koncert, který se konal dne 23.03.2019 v Pelhřimově, v rámci společného turné kapel Totální nasazení, The Fialky a E!E. Koncert pořádala hudební agentura ForFUN Agency a díky opakovaným rozhovorům s panem Alešem Uhlířem (majitelem hudební agentury ForFUN Agency) byla získána data o pořádaném turné a jednom vybraném koncertě. Jsou popsány všechny nejdůležitější náležitosti, které jsou potřeba zajistit při pořádání koncertů.

### **4.1 Pořádání hudebního turné**

Sestavování turné není pro kapely ani jejich manažery jednoduchou záležitostí. Je nutné myslet hned na několik náležitostí. V první řadě je potřeba vyhodnotit, zda kapela zorganizuje turné sama, anebo s dalšími vystupujícími. Ve druhém uvedeném případě je na místě oslovit kapely, který hrají stejný nebo alespoň podobný hudební žánr. To je velice důležitým bodem, je to výhodné i pro vystupující kapely. Diváci přijdou na koncert kvůli jedné z vystupujících kapel a poté zjistí, že jim do jejich oblíbeného hudebního žánru zapadá i další z vystupujících. Kapela tak může získat nové fanoušky.

Hudební agentura ForFUN Agency zastupuje kapelu Totální nasazení. Kapela na jaře 2019 vydává nové album. K jeho vydání se rozhodla uspořádat turné, na kterém ale nechce vystupovat sama. Vybírá vhodné hudební partnery pro celé turné. Po krátkém přemýšlení se domluví s kapelami The Fialky a E!E. Kapely se znají již desítky let, jejich hudební tvorba je v podobném hudebním žánru, v minulosti společné koncerty proběhly, a tak není o čem pochybovat.

Když má agentura vybrané vystupující, následuje úvaha nad počtem vystoupení celého turné a také domluva ohledně volných termínů. Při společném turné je nutné, aby v daný termín mohly vystupovat všechny kapely. Kapely se s agenturou domluvily, že chtějí uspořádat dosud největší turné za celou dobu jejich existence. A tak k této příležitosti



rozhodnou, že celé turné, s výjimkou dvou koncertů se bude konat ve větších kulturních domech.

Poté je na řadě výběr měst a konkrétních objektů, kde se koncerty budou konat. Při tomto výběru majitel hudební agentury úzce spolupracuje se zástupci jednotlivých kapel. Vychází se hlavně z údajů z minulých let. Každá kapela ví, ve kterých městech má vyšší návštěvnost na koncertech a tyto údaje jsou velmi užitečné při výběru měst. Dále je nutné z manažerského hlediska kontrolovat polohu měst, není dobré pořádat koncerty ve městech, která jsou blízko sebe. Výběr by byl z pohledu návštěvnosti neefektivní. Návštěvníci by svou účast zvažovali a rozdělili by se mezi jednotlivá blízká města. Jestliže je koncert ve větším okolí pouze jeden z celého turné, ze zkušeností vyplývá, že jsou pak lidé ochotni překonat větší vzdálenosti. Návštěvnost jednotlivých koncertů je pak vyšší, než by byla v případě konání koncertů ve více blízkých městech.

Turné se skládalo ze šestnácti vybraných měst po celé České republice, ale i na Slovensku. Města byly vybrány způsobem, aby splňovaly domluvené podmínky. První podmínkou bylo, aby se ve městech nacházely kulturní domy. U kulturních domů bylo potřeba, aby splňovaly podmínky technického zajištění pro pořádání koncertů. Dále byla řešena, jak už bylo výše vysvětleno, geografická poloha měst.

Pouze jeden koncert ze šestnácti se nakonec neuskutečnil. Majitel prostor kulturního domu slíbil, že budou dodrženy všechny technické podmínky pro pořádání koncertu. Několik týdnů před konáním koncertu nebyl schopen doložit stav prostor a zajistit potřebné podmínky. Ani po opakovaných domluvách nebylo nalezeno řešení situace, které by vyhovovalo oběma stranám, a tak byl koncert v daném městě raději zrušen.

Pořadatel před jakýmkoliv zásadním krokem vše probíral s vystupujícími. Společně si vše odsouhlasili, od výběru měst, termínů, cen vstupného. V těchto případech se pak mnohem lépe předchází neshodám a problémům.

## **4.2 Finanční rozvaha**

Před začátkem celého turné a jeho rozsáhlejší organizace je nutné stanovit finanční rozvahu. Do finanční rozvahy je nutné zahrnout všechny aspekty. Hlavní finanční položkou v rozpočtu každého koncertu je pronájem daných prostor. Další nákladnou položkou je

pronájem technického zařízení. Kapely disponují širokým technickým vybavením, ale osvětlovací a ozvučovací techniku je nutné pronajmout. Po celou dobu konání turné, kapely doprovázela stejná firma s technikou. Nesmělo být opomenuto na honoráře kapel. Každá kapela má stanovenou finanční odměnu, za kterou vystupuje. I v případě pořádaného turné mají kapely nárok na honoráře. Aby nedocházelo k nedorozumění, agentura si s kapelami ještě před začátkem turné stanovila dohody ohledně jednotlivých honorářů. Do finanční rozvahy pořadatel musel počítat i s prostředky vynaloženými na propagace jednotlivých koncertů i celého turné. Na každé akci byla potřeba přítomnost osob, které zabezpečovali pořádek na akcích. Ve většině případů byla na každý koncert pronajata lokální firma, to se také promítalo do financí. V neposlední řadě je potřeba neopomenout poplatky, které budou muset být uhrazené OSA.

Po stanovení finanční rozvahy a sečtení všech finančních položek se předběžně určují ceny vstupenek. Pořadatel obecně stanovuje na všech koncertech z turné stejné vstupné. Nakonec se v několika městech vstupné nepatrně lišilo. Bylo to způsobeno tím, že v některých městech byly mnohem vyšší výdaje na pronájem prostor, a to se muselo promítnout i do ceny vstupného na akci.

Finanční podporu při pořádání turné poskytly partneři. Turné mělo dva partnery. Prvním partnerem byl Pivovar Antoš. Ten se již za posledních sedm let stal tradičním partnerem každého turné kapely Totální nasazení. Jeho podpora nechyběla ani při tomto turné. Pivovar poskytoval na každý koncert pivo pro vystupující, včetně zapůjčení výčepního zařízení. Dále se Pivovar Antoš podílel na financování tisku plakátů k jednotlivým koncertům. Pivovar nechal vyrobit rozměrnou plachtu s logem kapel a celého turné. Plachta byla pověšená každý koncert nad pódium.

Druhým partnerem celého turné byl tentokrát partner mediální, konkrétně Music Gate. Music Gate je web, kde nechybí žádné aktuality ze světa hudby. Mediální partneři pomáhají s propagací akcí. Píší o koncertech články, pozvánky, rozhovory s kapelami. Redaktoři Music Gate navštěvovali koncerty z celého turné. Psali články, kde hodnotili jednotlivé koncerty, přidávali průběh koncertů ve fotografiích.

Jako poděkování partnerům za jejich podporu turné byla jejich loga a jména vyobrazena na všech plakátech a dalších propagačních materiálech.

### 4.3 Propagace

Jak již bylo popsáno v teoretické části bakalářské práce máme několik forem propagace kulturních akcí. Prvním stále nejklassičtějším druhem propagace je využití plakátů. Grafiku měla na starost pořadatelská hudební agentura. Plakáty a vizuály byly vytvořeny tak, aby vystihovaly všechny účinkující a jejich styl. Kromě názvu kapel jsou vyobrazeny i jejich loga, nechybí názvy a loga partnerů a samozřejmě konkrétní místo daného pořádaného koncertu. Všechna grafika k celému turné byla laděna do jednoho stylu.

V každém městě a jeho přilehlém okolí, kde byl pořádán koncert došlo k vylepování plakátů. Plakáty, formátu A1 a A2 nechala hudební agentura vytisknout ve firmě JustPrint.cz s.r.o. Firma splnila očekávání, plakáty vypadaly kvalitně a jejich dodání bylo rychlé. Následně měsíc či dva před uskutečněním koncertu probíhal výlep samotných plakátů. Výlep probíhal dvěma způsoby. První zajišťovala firma Rengl, která vlastní více než 4 000 plakátovacích ploch ve 140 městech po celé České republice.<sup>85</sup> Firma pořadateli nabídla vlastněné plakátovací plochy a po následné domluvě pořadatel vybral kolik a kde nechá vylepit plakátů. Druhý způsob vylepování plakátů záležel hlavně na domluvě s majitelem či nájemcem daných prostor. Ten může pomoci pořadateli zajistit výlep na lokálních plochách vlastněných menšími plakátovacími firmami či městem. V takovém případě pořadatel poslal vytištěné plakáty do daného místa a majitel prostor zajistil výlep. Z právního hlediska se samozřejmě jednalo o legální výlep. Vše bylo ohlášeno a zapláceno. Formy nelegálního výlepu využity nebyly. V menších rozlišeních se nacházely i v hudebních časopisech, lokálních novinách. V některých oblastech byly využité i menší billboardy.

Další druh propagace proběhl elektronickou formou. Grafika plakátů byla upravena do potřebné kvality a rozměrů, které jsou vhodné pro elektronickou propagaci. Vzhledově zůstaly vizuály stejné. Všechny tři kapely, které se zúčastnily turné, propagovaly jednotlivé koncerty na svých sociálních sítích, webových stránkách, či v rozhovorech pro hudební časopisy atd. Hudební agentura jako pořadatel měla na starost propagaci akcí jako celek. Pořadatel se zaměřil zejména na sociální sítě. Na Facebooku vytvořil na každý koncert „událost“. Do událostí přidává všechny informace o konání koncertu. Přidáno je přesné místo a čas konání koncertu. Jsou uvedeny možnosti zakoupení vstupenek a odkazy na předprodeje. Nechybí ani přesné časy vystoupení jednotlivých kapel. Pro pořadatele jsou

---

<sup>85</sup> Rengl: *plakátovací plochy* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.rengl.cz/>

události částečně i zpětnou vazbu. Vidí odezvu lidí, kteří mají o událost zájem. Samozřejmě počty lidí na facebookové události nebere pořadatel závazně, ale pouze orientačně. Tyto události se dají na Facebooku ještě více propagovat. Jde o placenou formu propagace, kterou se pořadatel rozhodl využít. Díky této možnosti se „události“ dostanou mezi mnohem větší počet lidí a více se o nich ví. Pořadatel využívá i další sociální sítě na propagaci, i když už ne tolik jako Facebook. Využívá se dále Instagram hlavně jednotlivých kapel, kde jsou přidávány příspěvky ohledně připravovaných koncertů.

Agentura dále připravuje k příležitosti konání turné audio a video upoutávky. Upoutávky si opět připravuje tým agentury sám. Některé audio upoutávky se dostanou do regionálních rádií v okolí pořádání koncertů. Video upoutávky jsou zveřejňovány na sociálních sítích, webových stránkách kapel, či na webových stránkách časopisů.



Obrázek 1 - Plakát celého turné

Zdroj: archiv hudební agentury ForFun Agency

## 4.4 Vstupenky

Po předchozí domluvě mezi pořádající agenturou a kapelami vzniklo rozhodnutí, že na jednotlivé koncerty budou vstupenky k zakoupení již v předprodeji. Předprodej vstupenek zajišťovala firma *smsticket.cz*. Tato firma je založena na principu, že není potřeba chodit kupovat vstupenky do předprodejních míst. Lze koupit vstupenky pouze přes mobil, zaplatit SMS zprávou, kartou či bankovním převodem, poté vstupenky přijdou do e-mailu a není třeba vstupenky tisknout. Postačí přijít na vybranou akci pouze s telefonem a uloženou vstupenkou.<sup>86</sup>

S předprodejní firmou pořadatel uzavřel smlouvu, ve které je vyřešeno, jaká provize z prodaných vstupenek připadá předprodejní firmě, kdy budou pořadateli vyplaceny peníze za prodané vstupenky přes společnost.

Jelikož s předprodejní firmou nebyla uzavřená smlouva, která by zajišťovala exkluzivitu předprodeje, mohl pořadatel předprodávat vstupenky více způsoby. V případě, že smlouva s předprodejní firmou obsahuje exkluzivitu, má na předprodej právo pouze tato firma. Předprodejní firmy pak více propagují dané akce. Vstupenky na každý koncert z turné byly prodávány i ve městech konání, kulturní domy či kulturní zařízení měst vstupenky zařadily do svých nabídek.

Předprodej vstupenek je výborný prostředek pro pořadatele, který přibližně ukazuje návštěvnost dané akce. Předprodejní vstupenky jsou výhodné i pro návštěvníky. Na všech koncertech turné byly předprodejní ceny vstupenek výhodnější o 15–20 % než vstupenky na místě. Vstupenky se daly zakoupit i před začátkem koncertů, přímo v místě konání. Vstupenky pak byly dražší než v předprodejích. A pokud je člověk rozhodnutý, že koncert navštíví je lepší mít zakoupené vstupenky z předprodeje. Koncert v Rakovníku byl vyprodán a na všechny zájemce se vstupenky nedostaly.

Na každý koncert byla uspořádána soutěž o několik vstupů zdarma. Mediálnímu partnerovi Music Gate bylo poskytnuto několik volných vstupů na koncerty. Music Gate vytvořil soutěže o tyto volné vstupenky. Většinou probíhaly způsobem, že zájemce o vstupenky sdílel daný koncert na svých sociálních sítích, byl tak zařazen do losování o volné vstupy.

---

<sup>86</sup> *Smsticket* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.smsticket.cz/jak-to-funguje>

## 4.5 Smlouva o pronájmu prostor

Jelikož hudební agentura byla pořadatelem hudební akce, musela si v každém městě pronajmout prostory, kde se akce odehrávala. Prostory musely splňovat technické požadavky kapel. Většinou se vycházelo z riderů kapel, pořadatel sháněl prostory podle potřebného vybavení a techniky. Smlouvy v každém městě měly podobný základ, lišily se detaily. Pro účely přiblížení, co taková smlouva obsahuje, je využita smlouva o poskytnutí prostorů za účelem koncertu, který se konal dne 23.03.2019 v Pelhřimově.

Nejdříve hudební agentura oslovila Kulturní zařízení města Pelhřimova, s poptávkou na podmínky a požadavky ohledně pronájmu Kulturního domu Máj. Po krátkých domluvách pořadatele a ředitele kulturních zařízení, vyšlo najevo, že podmínky pro uskutečnění akce vyhovují oběma stranám. Poskytovatel prostor nechal připravit a následně poslal smlouvu, kterou pořadatel akce podepsal. Smlouva byla vystavena a splňovala všechny náležitosti, které vymezuje občanský zákoník.<sup>87</sup>

*Smlouva o poskytnutí prostor kulturních zařízení, prostor kulturního domu Máj v Pelhřimově č.14* byla uzavřená mezi poskytovatelem, kterým je Kulturní zařízení města Pelhřimova a uživatelem, kterým je ForFun Agency. Smlouva vymezuje přesné prostory, které jsou poskytnuty. Není to jen velký sál, jedná se o i přísálí, šatny pro vystupující. Smlouva obsahuje i pořadatelem objednané služby, v podobě služeb na šatně a výpomoc při sestavování technického zařízení. Ve smlouvě je určeno přesné místo, datum a čas konání akce. Čas nepočítá pouze s dobou vystoupení, ale i s přípravnou dobou před samotným vystoupením. Jinými slovy smlouva říká, od kdy mohou být prostory využívány za účelem přípravy na vystoupení. Je uveden i čas, kdy mají být prostory vyklizené a připravené na předání po konci celé akce. V neposlední řadě je ve smlouvě stanovená celková částka za poskytnutí prostor a dalších služeb. Ke smlouvě byla vystavena i faktura na uvedenou částku, která musela být zaplacená nejpozději poslední pracovní den před konáním akce. V opačném případě by poskytovatel odstoupil od smlouvy bez náhrady nákladů pro uživatele.

Ve smlouvě je článek, který řeší organizačně technické podmínky. Tyto podmínky určují osobu hlavního pořadatele, který zodpovídá za průběh celé akce a za stav prostor. Osoba hlavního pořadatele je přítomna při prvním předání prostor, až do konce celé akce do odevzdání prostor. V případě vzniklých škod, zodpovídá pořadatel za jejich náhradu. Dalším

---

<sup>87</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

důležitým bodem uvedeným ve smlouvě je stanovení maximálního počtu osob. Uživatelé prostor jsou povinni dodržet maximální počet návštěvníků, v případě nedodržení kapacit jsou ve smlouvě stanovené sankce, které uživatel prostor musí uhradit. A v případě dalších problémů s porušením kapacity sálu, nese pořadatel celou odpovědnost za situaci. Smlouva ukládá organizátorovi akce povinnost, zajistit pořadatelskou službu, která bude dbát na bezpečnost a pořádek v průběhu celé akce.

V dalším článku smlouvy jsou řešena ostatní ujednání a podmínky zrušení pronájmu prostor. V případě neodvratitelných událostí typu přírodní katastrofy, epidemie či závažné události na straně vystupujících, například vážný úraz, smrt mají obě smluvní strany možnost od smlouvy odstoupit bez nároků na úhradu vzniklých škod. Odstupující strana vždy musí tuto skutečnost řádně doložit druhé smluvní straně. Pokud chce strana ze smlouvy odstoupit bez vážných důvodů popsaných výše, musí odstupující strana uhradit vzniklé škody druhé smluvní straně. V případě odstoupení uživatele prostor bez vážných důvodů, musí uhradit celou sjednanou částku poskytovateli. Jestliže organizátor akce, v průběhu užívání prostor hrubě poruší ustanovení uzavřené smlouvy, požární a bezpečnostní prostředky, bude ohroženo zdraví či život návštěvníků nebo budou porušeny zákony České republiky či vyhlášky města Pelhřimova má poskytovatel právo předčasně ukončit celou událost a žádat předčasné vyklizení prostor po uživateli. Smlouva je uzavřena v písemné formě a v případě výše uvedených podmínek může být s okamžitou platností vypovězena.

V příloze smlouvy jsou uvedeny výňatky z nařízení kraje<sup>88</sup>, které stanovuje podmínky k zabezpečení požární ochrany při akcích, kterých se zúčastňuje větší počet osob. Ve smlouvě se nacházejí pouze části tohoto nařízení. V příloze jsou určeny podmínky, které vyplývají ze zákona o požární ochraně.<sup>89</sup> Kdy nechat zřídit preventivní požární hlídku, z jakých členů by se měla hlídka skládat. Členové preventivní hlídky by měly procházet pravidelnými školeními, aby získaly odbornou způsobilost. Za odborně způsobilé osoby považujeme i členy Hasičského záchranného sboru.<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Nařízení kraje Vysočina č. 2/2004 ze dne 3. 8. 2004

<sup>89</sup> Zákon č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>90</sup> § 11 a 16 zákona č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů. *Zákony pro lidi.cz* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>

## 4.6 OSA

Každý pořadatel jakékoliv hudební akce je povinen akci ohlásit OSA neboli Ochrannému svazu autorskému. OSA je kolektivní správou majetkových autorských práv k dílům hudebním a dalším, které určuje autorský zákon. Hudební agentura ještě před začátkem celého turné nahlásila jeho konání na OSA. Vyplnila potřebné on-line formuláře, napsala přesná data a místa konání události. Zaslala repertoárové listy všech vystupujících kapel, povinné je zaslat údaje i těch kapel, které organizace OSA nezastupuje. Dále pořadatel uvedl, kolik půjde do prodeje vstupenek neboli jaké jsou kapacity jednotlivých prostor návštěvníků a jaké budou ceny vstupného.

Následně po skončení každého koncertu vedla agentura přesné počty o návštěvnosti. Po skončení turné počty sečetla a odeslala přesný počet návštěvníků organizaci OSA. Následně podle počtu návštěvníků, ceny vstupného je organizací OSA pořadateli vyměřen poplatek. Ten pořadatel do určené doby musí zaplatit.

## 4.7 Realizace koncertu

Stejně jako v předchozí podkapitole je vybrán jeden koncert z celého turné, který se konal 23.03.2019 v Kulturním domě Máj v Pelhřimově. Na tomto koncertu bude popsáno, vše od začátku organizování, až po skončení celé akce.

Jak již bylo popsáno, prvním krokem organizátora akce je oslovení provozovatele prostor s poptávkou. Pokud jsou podmínky pro vystoupení oboustranně akceptované, následuje uzavření smlouvy o pronájmu prostor a dalších služeb. Následně po domluvě s provozovatelem, buď provozovatel prostor nebo pořadatel akce informují Městský úřad města Pelhřimova o konání kulturní akce.

Během příprav na koncerty je nutné vytvořit přesné časové harmonogramy. Pořadatel připravil časové harmonogramy pro všechny zúčastněné zvlášť. Jiný harmonogram je určen pro vystupující a jiný zase potřebují technici či správce objektu. Správce objektu a pořadatel se scházejí v místě konání jako první. Pořadatel si od správce přebere prostory a společně zkontrolují jejich stav. Ve stejném stav musí pořadatel prostory i odevzdat.



Prostory by měly být připravené na událost. Kulturní dům zajistil zábrany, které oddělují publikum od pódia. Zamezí se tak zakázanému vstupu návštěvníků na pódium. Po předání prostor pořadateli, na akci přijíždí technické zajištění, ozvučovací a světelná technika. V případě celého pořádaného turné, tudíž i koncertu v Pelhřimově platí, že všechnu techniku, ozvučení i osvětlení zajišťovala stejná osoba se svou firmou.

Kapely mají svůj vlastní časový harmonogram. Vystupující kapely přijíždějí na místo podle pořadatelových instrukcí. Přijížděli nejpozději hodinu a půl před otevřením sálu pro návštěvníky. Kapely bylo nutné dostatečně instruovat. Všechny kapely si musely před začátkem celé akce připravit všechnu potřebnou techniku, vyzkoušet ozvučení a světla, zda vše funguje. Díky nazkoušení před začátkem akce se zamezí velkým prodlevám mezi jednotlivými vystoupeními.

Časové harmonogramy byly vytvořené i pro návštěvníky. Ty informovaly návštěvníky o časech vystoupení jednotlivých kapel, otevření sálu i o konci celé události. Pořadatel tyto časové harmonogramy zveřejňoval pár týdnů před koncertem nejčastěji na sociálních sítích a webových stránkách kapel. Pořadatel vždy na každý koncert domluvil s kapelami pořadí, v jakém budou vystupovat. Aby to bylo spravedlivé a jedna kapela nemusela pokaždé začínat, druhá neměla stále nejvýhodnější pozici a třetí celý koncert pravidelně nezakončovala, docházelo k pravidelnému střídání pořadí.

Hodinu před otevřením sálu pro návštěvníky na akci přicházejí najmutí členové bezpečnostní služby, která bude zajišťovat pořádek a klidný průběh celé akce. V případě jakéhokoliv konfliktu bude připravena jednat. Nejdříve se setkávají s pořadatelem, který rozdá instrukce. Vysvětluje, kde je zázemí kapel, kam nesmějí návštěvníci vstupovat a jak řešit případné konflikty.

Hodinu před začátkem vystoupení první kapely se otevírá sál pro návštěvníky. Hned u vchodu je možné zakoupit vstupenky či se zde návštěvníci prokazují již zakoupenými vstupenkami. Pořadatel koncertů neboli majitel hudební agentury ForFun Agency jezdí na každý pořádaný koncert osobně. Dohlíží na celý průběh koncertu, řeší předávání a odevzdávání objektu povolané osobě, dohlíží na dodržování časového harmonogramu.

Celý koncert proběhl bez problémů a konfliktů. Po skončení akce má pořadatel na starost vyinkasovat finance z prodaných vstupenek na místě. Dále musí organizovat úklid a odvoz technického vybavení a kontrolovat opouštění objektu ze stran návštěvníků. Když

je prostor vyklizen, akce ukončena, tak pořadatel akce předává objekt správci budovy. Po skončení akce má pořadatel povinnost uhradit všechny faktury za služby, vystoupení, či pronájmy neprodleně před dobou jejich splatnosti.

## 4.8 Zhodnocení

Jak již bylo řečeno, koncert v Pelhřimově proběhl bez problémů. Návštěvnost koncertu splnila očekávání kapel i pořadatele. Jedním faktorem však návštěvnost mohla být ovlivněna. Když v den konání akce pořadatel přijel do Pelhřimova zjistil, že většina plakátů, které byly vylepeny po městě, je přelepena nápisem ZRUŠENO. Do jaké míry to mohlo ovlivnit návštěvnost není jasné, dle slov pořadatele to nebyl zase tak zásadní problém. A to vzhledem k informacím na webech a sociálních sítích, či v okolí Kulturního domu Máj, kde bylo všude uváděno, že akce se koná. Pořadatel se touto situací více nezabýval, ale proč se někdo takto zachová, to je otázkou. Rovněž kapely ve svých pravidelných příspěvcích na sociálních sítích zhodnotily koncert v Pelhřimově jako povedený.

Nejen koncert, ale i celé turné proběhlo nad očekávání kapel i pořadatele. Návštěvnost byla v některých místech i nadprůměrná. Kapelám se dostávaly pozitivní vzkazy od fanoušků, prodalo se mnoho oblečení s potisky kapel a nové album kapely Totální nasazení bylo ze strany fanoušků přijato a chváleno.

Hudební agentura hodnotí pořádané turné jako úspěšné. Ovšem pár maličkostí by změnila. V rozhovorech pořadatel spolu s autorkou práce narážejí na drobné nedostatky ve formách propagace. Pořadatel uvádí, že při příštím pořádání turné se musí více zaměřit na partnery. Nejen z pořadatelova pohledu, ale i autorka práce přidává svůj pohled, že při takto větším pořádaném turné jsou dva partneři málo. Společně přichází na fakt, že celému turné chyběl partner v oblasti rozhlasových stanic.

Úspěšnost turné a celé hudební spolupráce těchto kapel dokazuje i fakt, že kapely Totální nasazení a The Fialky se krátce po skončení celého jarního turné domluvily, že na jaře 2020 uspořádají další společné turné. To se bohužel z epidemických důvodů uskutečnit nemohlo, bylo přeložené na jaro 2021. Ani v tomto případě se turné nemohlo konat. Kapely se ale nevzdávají a odkládají turné na jaro 2022, kdy věří, že se koncerty již uskuteční. A že turné bude minimálně tak úspěšné, jako to, o kterém byla celá praktická část bakalářské práce.

## 5 Závěr

Pořádání kulturních akcí je často složitá a organizačně zdlouhavá záležitost. S pořádáním je nutné začít měsíce dopředu, čím větší kulturní akce, tím je lepší začít dříve. Tato bakalářská práce měla za cíl poukázat na potřebné záležitosti, kterým se organizátor při pořádání kulturních akcí nevyhne.

V úvodu teoretické části je vysvětleno několik příkladu, které si lidé představují pod slovem „kultura“. Každý vnímá význam kultury jinak, pro někoho může být kulturní vyžití nedílnou součástí života, pro jiné může být kultura nevýznamná. Kulturní události dělíme do mnoha skupin, stačí jen najít skupinu, která je člověku nejbližší. Vymezena je osoba pořadatele, i stručný popis, jak se jím dle zákona stát.

V jedné z podkapitol teoretické části jsou rozebrané bezpečnostní, požární či hygienické předpisy, které je nutné dodržet při organizování akcí. Dále je rozebrána a popsána ohlašovací povinnost, kterou má pořadatel hudebních akcí vůči kolektivnímu správci autorských děl. Je poukázáno na možnosti propagace akcí, potřebný rozpočet, jakými způsoby prodávat vstupenky na akce.

V praktické části je poukázáno na pořádání hudebního turné a s tím spojené náležitosti. Od samého počátku, kterým je nápad k uspořádání turné, až po jeho realizaci. Řešen je výběr jednotlivých měst, míst na vystoupení, které musí splňovat technické požadavky. Rozebírány jsou uzavřené smlouvy, zvláštní pozornost je věnována smlouvě o poskytnutí prostor. Dále nechybí postup pořadatelova chování při ohlašovací povinnosti vůči kolektivním správcům autorských děl. Celá praktická část ukazuje na úsilí pořadatele, který se rozhodl uspořádat celé turné.

Práce by měla fungovat jako návod pro toho, kdo by se chtěl stát pořadatelem akcí, či to alespoň jednou zkusit. Přibližuje potřebné záležitosti, které je třeba splnit, aby akce byly pořádány v souladu s platnými právními předpisy.

## 6 Seznam použitých zdrojů

- BAČUVÍK, Radim. *Marketing kultury: Divadlo, koncerty, publikum, veřejnost*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2012. 198 s. ISBN 978-80-87500-17-0
- HEŘMANOVÁ, Eva a Pavel CHROMÝ. *Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2009. 348 s. ISBN 978-80-7357-339-3.
- JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: Art marketing v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2724-0
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4
- LATTENBERG, Vivien. *Event, aneb Úspěšná akce krok za krokem: příručka pro organizátory*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 258 s. ISBN 978-80-251-2397-3.
- PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008. 200 s. ISBN 978-80-7357-347-8.
- PERNICA, Petr. *Nový pohled na kulturu: logistika kultury*. 1.vyd. Praha: Academia, 2017. Společnost (Academia). 443 s. ISBN 978-80-200-2730-6.
- SKOŘEPA, Ladislav, Jiří JEŽEK a Renáta JEŽKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. 165 s. ISBN 978-80-86708-55-3.
- ŠINDLER, Petr. *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 236 s. ISBN 80-247-0646-6

### Internetové zdroje:

- *Zákony pro lidi: Zákon č. 455/1991 Sb., zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)* [online]. [cit. 2021-01-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 128/2000 Sb., zákon o obcích (obecní zřízení)* [online]. [cit. 2021-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>

- *Zákony pro lidi: Zákon č. 565/1990 Sb., zákon České národní rady o místních poplatcích* [online]. [cit. 2021-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-565>
- *EUR-Lex: Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:CS:PDF>
- *Zákony pro lidi: Vyhláška č. 268/2009 Sb., vyhláška o technických požadavcích na stavby* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-268>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 84/1990 Sb., zákon o právu shromažďovacím* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-84>
- *Mighty sounds: Za rok 2014 dostal festival Mighty Sounds pokutu za hluk 500 000,- Kč* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: <https://www.mightysounds.cz/za-rok-2014-dostal-festival-mighty-sounds-pokutu-za-hluk-500-000-kc/>
- *Petice.com: Ne likvidaci pořádání kulturních akcí pod širým nebem!* [online]. [cit. 2021-01-31]. Dostupné z: [https://www.petice.com/ne\\_likvidaci\\_poradani\\_kulturnich\\_akci\\_pod\\_siry\\_m\\_nebem](https://www.petice.com/ne_likvidaci_poradani_kulturnich_akci_pod_siry_m_nebem)
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 258/2000 Sb., zákon o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů* [online]. [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-258>
- *Ústav územního rozvoje: Uplatňování novely zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví v praxi KHS* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2016/2016-05/06-uplatnovani-novely.pdf>
- *Zákony pro lidi: Nařízení vlády č. 272/2011 Sb., nařízení vlády o ochraně zdraví před nepříznivými účinky hluku a vibrací* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2011-272/zneni-20181109>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 553/1991 Sb., zákon České národní rady o obecní policii* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-553>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 273/2008 Sb., zákon o Policii České republiky* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2008-273>

- *Ministerstvo vnitra České republiky: Bezpečnostní standardy pro pořadatele sportovních, kulturních a společenských akcí* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/soubor/brozura-bezpecnostni-standardy-pro-poradatele-sportovnich-kulturnich-a-spolecenskych-akci.aspx>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 65/2017 Sb., zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-65>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>
- *Zákony pro lidi: Vyhláška č. 246/2001 Sb., vyhláška Ministerstva vnitra o stanovení podmínek požární bezpečnosti a výkonu státního požárního dozoru (vyhláška o požární prevenci)* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-246>
- *Zákony pro lidi: Nařízení vlády č. 375/2017 Sb., nařízení vlády o vzhledu, umístění a provedení bezpečnostních značek a značení a zavedení signálů.* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-375>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník* [online]. [cit. 2021-02-05]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník* [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-40>
- *AZCD.CZ: „Základ je komunikovat,“ popisuje v rozhovoru zvukař Zbyněk Válka* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.azcd.cz/blog/clanek/zaklad-je-komunikovat-popisuje-v-rozhovoru-zvukar-zbynek-valka-105/>
- *AZCD.CZ: Na co myslet při přípravě stage planu?* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.azcd.cz/blog/clanek/na-co-myslet-pri-priprave-stage-planu-2-88/>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>
- *Ministerstvo kultury České republiky: Organizace oprávněné k výkonu kolektivní správy práv* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z:

<https://www.mkcr.cz/organizace-opravnene-k-vykonu-kolektivni-spravy-prav-692.html>

- *OSA-Ochranný svaz autorský: O nás* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.osa.cz/kdo-jsme/o-nas/>
- *OAZA: Ochranná asociace zvukařů-autorů* [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.oaza.eu/>
- Ministerstvo kultury České republiky: Časté dotazy [online]. [cit. 2021-02-08]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/caste-dotazy-737.html>
- *Reagl: plakátovací plochy* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.reagl.cz/>
- *Smsticket* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.smsticket.cz/jak-to-funguje>
- *Zákony pro lidi: Zákon č. 133/1985 Sb., zákon České národní rady o požární ochraně* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1985-133>