

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra hudební výchovy

Diplomová práce

Bc. Gabriela Špinarová

HUDBA POMÁHÁ

benefiční hudební festival

Olomouc 2018

Vedoucí práce: Mgr. Lenka Kružíková, Ph.D.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedenou literaturu a zdroje.

V Olomouci 20. dubna 2018

Bc. Gabriela Špinarová

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji Mgr. Lence Kružíkové, Ph.D., za vstřícný a podporující přístup při vedení mé diplomové práce a za podnětné rady a připomínky. Dále děkuji panu Janu Dolínkovi z „Centrum Paraple“ a paní Zlatě Kasové z organizace „Pomozte dětem“, za poskytnutí rozhovorů a cenných informací pro tvorbu této práce. V neposlední řadě bych také ráda poděkovala týmu festivalu „Hudba Pomáhá“ za jeho podporu a také za to, co pro své okolí dělá.

OBSAH

OBSAH	4
ÚVOD	5
1. HISTORIE	7
1.1 Historická východiska modelů přístupu k lidem s postižením.....	7
2. POJMY	11
2.1 KONCERT	11
2.2 SPONZORVSTVÍ vs. DÁRCOVSTVÍ	12
2.3 FUNDRAISING.....	12
2.3.1 ZDROJE	13
2.3.2 ZPŮSOBY FUNDRAISINGU.....	14
2.3.2.1 VEŘEJNÁ SBÍRKA.....	15
2.3.2.2 BENEFIČNÍ AKCE	15
2.3.2.3 PŘÍMÝ POŠTOVNÍ STYK	16
2.3.2.4 DOTOVANÁ AKCE	17
2.3.2.5 PRODEJ	18
2.3.3 ZÁSADY	19
2.3.4 FUNDRAISING V ZAHRANIČÍ.....	20
2.4 NEZISKOVÝ SEKTOR	21
2.4.1 SPOLEČNÉ ZNAKY NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	22
3. PROJEKTOVÁ ČINNOST	23
3.1 PROJEKT.....	23
4. HUDBA POMÁHÁ.....	27
4.1 ZAČÁTKY „HUDBA POMÁHÁ“	27
4.2 „JAK SE ŠIJE FESTIVAL“	29
4.2.1 CÍL.....	29
4.2.2 OBSAH	30

4.2.3	RODINA	31
4.2.4	ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	32
4.2.5	PROPAGACE	33
4.2.5.1	MERCH.....	34
4.2.6	TÝM.....	34
4.2.7	FINANCE.....	38
4.2.7.1	SPONZOŘI/ PARTNEŘI.....	38
4.2.7.2	DOTACE a GRANTY	39
4.2.7.3	ROZPOČET A JEHO ČERPÁNÍ.....	40
4.2.8	GRAFIKA	41
4.2.9	POHLED OKOLÍ.....	42
4.2.10	DOPROVODNÉ AKCE.....	44
4.2.10.1	„HLEDÁ SE KÁMOŠ“	44
4.2.10.2	„HUDBA JEDE NA VÝLET“	44
4.3	KOHO UŽ „HUDBA POMÁHÁ“ PODPOŘILA DO ROKU 2017	45
4.3.1	HUDBA PRO ŠIMONA	45
4.3.2	HUDBA PRO MICHALKU	46
4.3.3	HUDBA PRO TOMA	46
4.3.4	HUDBA PRO NIKOLKU.....	47
4.3.5	HUDBA PRO MICHALA	47
4.3.6	HUDBA POR BERENIKU.....	48
4.3.7	HUDBA PRO ERIKA.....	49
4.3.8	HUDBA PRO PETRU A RENÁTU	49
4.3.9	HUDBA PRO VERUNKU	50
4.3.10	HUDBA PRO VOJTU	50
4.3.11	HUDBA PRO MÍŠU	51
4.3.12	HUDBA PRO RÁŽDU A HONZÍKA	51

4.4	AKCE PODOBNÉHO TYPU V ČR.....	53
4.4.1	„CENRTUM PARAPLE“	53
4.4.2	„SVĚTLUŠKA“	55
4.4.3	„POMOZTE DĚTEM“	56
5.	BENEFIČNÍ KONCERTY V ZAHRANIČÍ.....	58
	ZÁVĚR	61
	REFERENČNÍ SEZNAM.....	63
	SEZNAM PŘÍLOH.....	68
	PŘÍLOHY	70
	ANOTACE.....	80

ÚVOD

Diplomová práce se zaměřuje na oblast benefičních koncertů. Globálně se jedná o podporování osob se zdravotním či sociálním znevýhodněním. Práce je zaměřena zejména na problematiku osob s postižením. Tématika charitativní činnosti, benefičních akcí a celkově osob s nejrůznějším druhem postižením je v dnešní společnosti velmi rozporuplným tématem. Postoje veřejnosti k osobám s postižením se měnily společně s vývojem společnosti. Mnoho názorů se odvíjelo a dodnes odvíjí především od konformity rozličných kultur a společenství. Často se však setkáváme s postoji, které jsou dány zejména předsudky a stereotypy. Problémem je také špatná informovanost veřejnosti o problémech osob s postižením. Mylné informace mohou v ostatních lidech probouzet nejrůznější pocity. Pocit strachu, ohrožení, zloby, ale i soucitu.

Můžeme říci, že nejspíš nikdy nebude možné vnímat jedince s postižením jako rovnocenného společníka. To může být dané už samotnou komunikací s těmito osobami, která bývá problematická z obou stran. Zejména laická společnost je ovlivněna při pohledu na osobu s postižením již zmíněnými stereotypy. Z jejich pohledu mohou být tak vnímány pouze jako závislí na pomoci ostatních a neschopní jedinci. Často se osoby s postižením setkávají s posměšky, nevhodnými vtipy či ponižováním ze strany intaktní společnosti. Naopak i jedinci s postižením mají mnohdy problémy s životem v okolní společnosti. V důsledku postižení je často omezena jejich komunikační schopnost. Jsou tak odtrhnuti od klasického verbálního dorozumívacího procesu, pro jejich okolí běžného. Můžeme se také setkat s osobami, které samy na sebe nahlízejí neustále negativním pohledem. Podceňují se, předpokládají neúspěch a tímto chováním se často vyhýbají mnoha povinnostem a úkolům, které by přesto v rámci svého postižení zvládli.

„Už tím, jak se vyjadřujeme o člověku, resp. o lidech s postižením a znevýhodněním, dáváme najevo, zda je akceptujeme jako rovnocenné bytosti a partnery, či nikoliv. Spíše než o postižených bychom měli hovořit a psát o člověku s ...-ým postižením. Partnerský přístup totiž znamená, že druhá osoba je pro nás především člověkem, a to bez ohledu na své odlišnosti nebo omezení. Jednu zásadní roli nemůže změnit žádné postižení, a sice roli člověka.“ (Slowík, 2010, s. 29)

Předmětem diplomové práce je festival „Hudba pomáhá“. Jedná se o benefiční koncerty tvořené týmem dobrovolníků, kteří každý rok vyberou dítě s postižením z Pardubického kraje, na jehož konto věnují výtěžek ze všech akcí konaných v rámci festivalu. Jedním z členů týmu jsem i já, a proto jsem se problematice spojení hudby, postižení a pomoci chtěla věnovat právě na tomto konkrétním příkladu. Hlavním cílem festivalu je tedy podpora rodiny a jejich člena s postižením, osvěta společnosti v rámci dané problematiky, ale také vytvoření příjemného, zábavného a nezapomenutelného zážitku pro všechny diváky. To, jak se festival tvoří, si popíšeme v druhé části práce. Práce je založena především na konceptu managementu, marketingu a fundraisingu. Hlavním cílem je ukázat si jednu z možností moderního způsobu podpory osob s postižením. Zároveň si na konkrétním příkladu ukážeme základní body pro realizaci benefiční akce. Částečný cíl práce můžeme však nalézt i v osvětě společnosti s problematikou osob s postižením. Uvědomme si, proč je pomoc pro osoby s postižením tolik potřebná. Jaké handicapy jejich postižení obnáší a jak jim mnohdy finance mohou zlepšit kvalitu jejich života.

V neposlední řadě se můžeme dozvědět, na jakých principech pracují organizace, které tvoří akce podobného typu, stejně jako „Hudba pomáhá“. Jedná se o organizace známé a proslulé svojí pomocí v celé České Republice. Jejich finanční pomoc se pohybuje v řádu milionu korun pro osoby s nejrůznějšími druhy a stupni postižení. Můžeme tak porovnat, zda je pro ně v jejich činnosti výhodou být známou organizací nebo ne. Zda považují média za svého přítele či nikoliv nebo zda se práce na benefičních koncertech liší od té, kterou dělá malá organizace, jako je „Hudba pomáhá“.

Na závěr celé práce se dočteme, jak je s benefičními akcemi a charitou naloženo v zahraničí. Dozvíme se, zda je charitativní činnost zaměřena stejným směrem jako převážný smysl benefičních akcí v rámci České Republiky, nebo zda se zaměřuje na pomoc jiného charakteru. Celkově je práce koncipovaná jako případová studie, která obecně popisuje problematiku neziskového sektoru a dále se zabývá již konkrétním příkladem realizace benefiční akce.

1. HISTORIE

V dané kapitole se seznámíme s postoji společnosti k osobám se zdravotním postižením v různých časových periodách. Začneme od starověku, kde se k lidem s postižením nechovala společnost příliš vlídně. Zjistíme také, že postupem času se přístup k těmto osobám zlepšoval. To však neznamená, že by se změnil pouze kladně. Velmi často byly názory na jedince s postižením proměnlivé, s čímž se setkáváme i v současnosti. Dnes ovšem můžeme říci, že je osobám se zdravotním postižením či znevýhodněním věnována vysoká péče a podpora, která se stále více rozšiřuje a zdokonaluje. Přesto je v mnoha oblastech nedostatečná.

1.1 Historická východiska modelů přístupu k lidem s postižením

Lidem s postižením nebyla vždy poskytována taková péče, jaké se jim dostává dnes. Různá období se lišila svoji kulturou, způsobem myšlení, nastavením životních a společenských hodnot. Vztah intaktních jedinců k lidem s handicapem byl tedy v průběhu let velmi měnivý. V literatuře (Sovák, 1980; Kohen-Raze, 1991; Jesenský, 2000) se setkáme s různým dělením přístupů k daným osobám, nečastěji však s následujícím souhrnným dělením:

a) Represivní přístup

Represivní přístup je charakteristický pro období antiky. Osud osob s postiženým zde byl velmi tragický. Již ve Spartě rozhodovala o jejich dalším životě rada starších dle Lykurgovy ústavy (cca 8. stol. př. n. l)¹. Dítě narozené s nějakým handicapem bylo často svrhováno ze skály nebo opuštěno v pustině. V Římě či severských zemích bylo utopeno a v Aténách zanecháno u cesty v hliněných nádobách. Ovšem země jako Izrael nebo Egypt vydali již v této době zákaz zabíjení osob s postižením. Důvodem však byla potřeba většího počtu otroků.

Později ve starověku se začaly tyto osoby využívat k velmi tvrdým pracím. Např. nevidomé osoby byly přivazovány k veslům či k mlýnům a využívány jako hnací motor. Mnoho těchto jedinců se užívalo také k vymáhání peněz. Byli to zejména jedinci, u kterých jejich postižení bylo viditelné. Postupně se tak z období represivního stalo období zotročovací (Sovák, 1980).

¹ „Lykurgovým cílem bylo dát spartské společnosti nový politický i sociální řád. Tím ji chtěl osvobodit od všech nespravedlností a neřestností.“ (Oliva, 2000)

Existují ovšem archeologické nálezy, jež dokazují, že uvedené období nebylo pro tyto osoby jenom nevlídné. Některé dokumenty z oblasti Mezopotámie, Řecka i Říma obsahují opatření, která slibovala pro rozličně postižené jedince důslednou ochranu a péči. Nejenže takové povinnosti spadaly na hlavu rodiny, ale také státu (Michalík, 2006; Titzl, 2000).

b) Charitativní přístup

Období středověku bylo velmi rozmanité. Židovské náboženství vycházelo z vlastního desatera, tzv. Dekalogu, jehož podstatnou součástí je rčení – nezabiješ. Proto byly osoby s postižením v tomto období určitým způsobem chráněny. Roku 313 se zabíjení jedinců s postižením zakázalo i v rámci křesťanství, o což se zasloužil císař Konstantin. Lechta (2010) také uvádí, že bylo často ve zvyku dané osoby usmrcovat nelegálně.

Období středověku bylo velmi zatíženo náboženstvím. V mnoha lidech tak osoby s postižením vyvolávali pocit, že jejich narození je boží trest. Náboženství však mělo pozitivní vliv na zřízení klášterů, špitálů, azylů a řádů, které v sobě shromažďovaly lásku k bližnímu svému. Jejich přesvědčení bylo tedy pomáhat. Proto se můžeme již v období starověku setkat s jakousi první péčí určenou osobám s handicapem.

Sv. Anežka a Zdislava z Lamberka jsou dvě ženy, které se ve 13. století zasloužily o rozvoj charitativní péče v Čechách. S nástupem feudalismu se do charitativních činností zapojovalo i mnoho mnišských řádů. Do jejich péče byly však posílány děti zejména z feudálních vrstev (Renotiérová, 2002).

c) Humanitní přístup

Novověk je období, které se zasloužilo o počátky institucionalizované péče o osoby s postižením. Významnou osobností této doby je J. A. Komenský, který přichází s velmi pokrokovými názory. Byl propagátorem všeobecného a všestranného vzdělávání pro všechny bez rozdílu původu, pohlaví či sociálního postavení (Renotiérová, 2002). Ve svých dílech taktéž nabádal na změnu názoru k postiženým dětem, jež byly v této době pro nějaký nedostatek nebo odlišnost z výchovného a vzdělávacího procesu vyloučeny. Jeho názory a postoje tak velmi ovlivnily soukromé učitele a vychovatele dětí s postižením.

Slowík (2007) dále popisuje tvarování postojů k jedincům s postižením. Postižení přestalo být vnímáno jako boží trest. To vedlo k hledání jeho příčin a následným možnostem, jak daným osobám pomoci. Přibyla také první zařízení, kde byla posilována péče speciálně pro osoby s postižením. Velký podíl na tomto přístupu měl i rozvoj vědy. Vznikají taktéž odborné publikace a v 18. století tyto myšlenky zasahují do oblasti školství. S tímto rozvojem vzniká specializovaná péče pro jednotlivé druhy postižení. To znamená, že např. osobě se zrakovým postižením je poskytována taková péče, která ji stimuluje zrak a napomáhá tak lepšímu vidění nebo alespoň působení v intaktní společnosti bez větších obtíží.

V 19. století a v první polovině 20. století vznikají speciální školy a další zařízení pro děti s handicapem. Narůstá také počet charitativních organizací a spolků. Můžeme tedy hovořit o prvních vlašťovkách organizované, institucionalizované a záměrné péče.

Rok 1918 přinesl nové možnosti rozvoje podpory a péče o osoby s postižením. Na tomto vývoji se podílelo také mnoho osobností, jako např. Josef Zeman, který vybudoval síť „pomocného (speciálního) školství“ a v roce 1929 prosadil zákon o pomocných školách, dále Karel Herfort, který se orientoval na pedopatologii a kladl důraz na nápravnou tělesnou výchovu a je zároveň autorem 1. odborného spisu z oboru speciální pedagogiky „Úvod do studia dítěte slabomyslného“. Další osobností v tomto oboru byl Rudolf Jedlička, který v roce 1913 založil Ústav pro tělesně postiženou mládež v Praze na Vyšehradě, kde byla již zahrnuta veškerá péče – léčebná, edukační, sociální, právní, psychologická a technická. Dalšími osobnostmi byli Hubert Synek, který organizoval teoreticko-pedagogické kurzy nápravy řeči pro učitele, dále Konrád Sedláček - průkopník péče o slabomyslné děti na Moravě či Jan Mauer, který nahradil název oboru pedopatologie termínem nápravná pedagogika - tato disciplína měla 3 základní cíle:

1. pomáhat „abnormálním“ jedincům k tělesnému uzdravení
2. podněcovat jejich vývoj tělesným a duševním cvičením
3. v rámci jejich možností je připravovat pro praktický život

(Kysučan, Kuja, 1998)

Období 2. světové války bylo poznamenáno nejen genocidou židů, ale také osob se zdravotním postižením v Německu a v některých dalších okupovaných zemích (Michalík, 2005). Můžeme se také dočíst, že první plynové komory byly právě určeny pro osoby se zdravotním postižením. V letech 1939 – 1941 v nich zahynulo více než 70 tisíc dětí a dospělých.

Po válce byla zvýšena intenzita péče. Roku 1948 byly školy pro žáky s postižením na základě školského zákona zahrnuty do jednotného školského systému. Toto období však přispělo k likvidaci soukromých, spolkových a charitativních zařízení. Aby však byla důstojnost jakéhokoliv občana ponechána, byla legislativně upravena v mezinárodních dokumentech. Roku 1948 v rámci Všeobecné deklarace lidských práv a v roce 1959 v Deklaraci práv dítěte (Lechta, 2010).

Roku 1957 uvedl Bohumil Popelář do povědomí pojem SPECIÁLNÍ PEDAGOGIKA, která se postupně utvářela v nový vědní obor. Začala tak vznikat i první pracoviště vědeckého charakteru, která se zabývala jednotlivými speciálně pedagogickými problémy. Do oblasti zájmu tak začalo spadat i vzdělávání pedagogů. S nastupujícím přístupem segregace a separace k osobám s postižením se ve vyspělých zemích (USA, skandinávské země) začal objevovat trend integrace, vysvětluje Slowík (2007). Odborníci se však stále zabývali otázkou přijímání handicapovaných osob většinovou populací.

Postupně vznikalo mnoho studijních materiálů, metodických postupů či kompenzačních a rehabilitačních pomůcek na vysoké úrovni. Počátkem 90. let začalo také znovu vznikat mnoho občanských spolků, nadací a sdružení, které se snažily zrovnoprávnit podmínky života svých spoluobčanů s postižením (Kysučan, Kuja, 1998).

2. POJMY

Jak již název kapitoly napovídá, seznámíme se v ní s pojmy, které se nejčastěji vyskytují ve spojitosti s neziskovým sektorem, ale také s pojmy, které jsou klíčové pro tuto práci. Napomohou nám lépe se orientovat v dané problematice.

2.1 KONCERT

Koncert je jednou z nejčastějších forem umělecké prezentace. V 16. století působilo mnoho skupin hudebníků, kteří se scházeli v uzavřených kolektivech s cílem provozovat hudbu. Na přelomu 16. a 17. století nastal zlom. Z utajovaných hudebníků se začali stávat takoví, kteří chtěli svým uměním obdarovat i společnost. Tzv. *conviva musica* měla počáteční charakter typického koncertu. Rozlišování byli vystupující a posluchači. Ovšem stále zde byl předpoklad aktivního zapojení se posluchačů do představení. V průběhu let se však charakter koncertu měnil do striktnějšího rozdělení hudebník vs. posluchač. Koncem 18. století se např. v Německu začal uplatňovat princip subskripce. To znamená, že chtělo-li uskupení hudebníků provozovat vystoupení, muselo shromáždit určité množství financí pro jeho realizaci. Objevoval se i opačný přístup tzv. abonement. V takovém případě byl zahájen prodej vstupenek paralelně se zveřejněním přesného data a místa konání koncertu. V té chvíli bylo již jasné vymezení, kdo je aktivním dodavatelem a kdo je pouze pasivním odběratelem hudby. V současné době se koncert může sestavovat z několika částí. Obsahuje složku interpretační, kterou zajišťují sólisté či hudební tělesa a v některých případech může zahrnovat složku tvůrčí čili improvizaci. V neposlední řadě obsahuje také část manažerskou. Tyto složky můžeme shrnout v jednu a vznikne nám jakási instituce, což je např. filharmonie. Setkáme se ale také s uskupeními, jež mohou postrádat hudební management z hlediska odborného. Tuto složku si mohou zajišťovat sami a převážně se jedná o různé amatérské hudební skupiny. Existuje také mnoho manažerských institucí, které poskytují služby hudebním interpretům nebo vytváří vlastní produkt, jako je hudební festival (Bačuvčík, 2012).

2.2 SPONZORVSTVÍ vs. DÁRCOVSTVÍ

Dárcovství se zakládá na daru, který představuje něco cenného či žádoucího. Nemusí se jednat pouze o finanční dar, ale také o nějaký předmět, či čas nebo znalosti. Jde tedy o dobrovolné předávání čehosi z vlastnictví dárce do vlastnictví obdarovaného a to bez očekávání jakékoliv protislužby či protidaru. Dárce si tak nenárokuje žádnou kompenzaci poskytnutého daru. Má ovšem právo na to rozhodnout, co konkrétního chce svým příspěvkem podpořit (koncert, divadelní představení, pomůcku, pobyt v lázních). Obdarovaný je tedy povinen získané prostředky použít k danému účelu, pokud dárce nesouhlasí s jiným využitím.

Veškeré informace o právním vymezení daru upravuje Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník. Setkáváme se s dárcovstvím bez darovací smlouvy nebo s jejím využitím. Zákoník umožňuje dárce jeho příspěvek odvolat, a to v následujících případech, které uvádí Boukal (2013) ve své publikaci:

- hrubý nevděk obdarovaného
- nezaviněné upadnutí dárce do nouze

Sponzoring, nebo-li sponzorování, se od poskytnutí daru liší tím, že je postaveno na poskytnutí propagační a reklamní služby neziskovou organizací sponzorovi. Smlouva se již nenazývá darovací smlouvou, nýbrž smlouvou o reklamě. Zjednodušeně můžeme tedy říci, že je sponzorství na rozdíl od dárcovství založené na protislužbě. Je tedy zřejmé, že dárce podporuje organizaci bez nároků na jakékoliv jiné výhody pro svoji firmu.

2.3 FUNDRAISING

Velmi zjednodušeně můžeme říci, že fundraising je proces, který směřuje k získávání finančních prostředků. Pro každou neziskovou organizaci se fundraising stává nedílnou součástí. Pomáhá ji hledat finanční zdroje a tím napomáhá předcházet nedostatečnému množství prostředků na její činnost (Rektořík a kol., 2007).

Podstatnou součástí fundraisingové aktivity je kreativita, pozitivní přístup a přesvědčení, že daný způsob je ten správný. Velmi podstatnou součástí je také vyhovující strategie. Fundraising vychází z marketingu, což předpokládá, že jedinci, kteří ho

provozují budou mít o této oblasti přehled. Lidé, kteří takové akce organizují, by měli taktéž oplývat dobrými organizačními schopnostmi, měli by být komunikativní a energičtí. Proces pro získávání finančních prostředků je časově náročný, proto kromě časové flexibility vyžaduje i notnou dávku trpělivosti.

Jak jsme již zjistili, podstatnou částí fundraisingové aktivity je kvalitní personální zabezpečení. Tedy tým, většinou dobrovolníků, který se na jeho tvorbě podílí. Existuje také možnost požádat o spolupráci profesionály. Seskupení odborníků, kteří s tvorbou aktivity daného typu mají již bohaté zkušenosti. Pokud si organizátoři zvolí jakýkoliv typ personálního zajištění, každý jim přinese určitá omezení, ale také jisté výhody.

Základem pro fungování činnosti je stanovení si cílů. Tedy toho, čeho chtějí pořadatelé dosáhnout, což napomáhá i k vytvoření myšlenky a konceptu celé události. Od cílů se taktéž odvíjí protislužby, které mohou organizátoři nabídnout za velkorysost sponzorů. Nepředpokládá se, že by se jednalo o hmotné poděkování (nevylučuje se), ale spíše má podobu zážitku, pocitu vděčnosti, jedinečnosti, zviditelnění či zkušenosti (Polačková, 2005; Šobánková, 2010).

2.3.1 ZDROJE

Pro realizaci každé fundraisingové aktivity je podstatné zajistit si zdroje. Zjistit jaké možnosti máme a mezi jakými typy dárců hledat. Důležité je stanovit si celkový rozpočet výdajů, které pro realizaci akce budou vyžadovány. Díky tomu si organizátoři vytvoří představu o tom, kolik peněz na celkový provoz bude potřeba. Nejčastějšími zdroji jsou granty od státní správy a samosprávy. Méně častým dárcem je Evropská unie. Celkově však mohou mít různé podoby. Jednu z nich tvoří příspěvky finančního či nefinančního charakteru. Dalším rozdělením mohou být získané finance z domácích zdrojů nebo zahraničních zdrojů. Původem mohou být interního nebo externího charakteru. A dle nabití se může jednat o přímé či nepřímé finance.

Nejčastěji je však užíváno dělení interního či externího charakteru financí. Co se týká interních zdrojů, můžeme o nich hovořit také jako o zdrojích z vlastní činnosti. Ty organizace získávají zejména z různých služeb či prodeje vlastních výrobků nebo příjmů z reklam. Dalším zdrojem tohoto charakteru jsou potom členské příspěvky a také výdělečné aktivity v podobě různých her, aukcí, loterií atd. Druhým pólem jsou zdroje externí, které bychom mohli rozdělit do tří základních oblastí:

- Individuální zdroje
- Veřejné zdroje
- Soukromé zdroje

Individuálními zdroji rozumíme zejména finance od jednotlivců či firem. Tento typ financování se díky individualitě potýká s řadou výhod. Jednotlivci nemají často problém přispět i na akci, která se dotýká ožehavých rozporuplných témat ve společnosti. Individuální dárcovství je typické zejména pro zahraniční země. Veřejné zdroje v sobě zahrnují širokou škálu financování. Jedná se zejména o zdroje poskytované státní správou a samosprávou nebo Evropskou unií. To vše v sobě nese státní rozpočet, krajské rozpočty, státní fondy, fondy Evropské unie. Veřejné zdroje poskytují také široké spektrum dotací, slev a osvobození od poplatků, daňových úlev či slev z pronájmů. V neposlední řadě se jedná také o zdroje soukromé. Ty jsou poskytovány soukromými právníckými osobami. Řadíme sem nadace, nadační fondy, živnostníky a jiné podnikatelské subjekty (Machálek, Nesrstová, 2011; Norton, 2009).

2.3.2 ZPŮSOBY FUNDRAISINGU

V neposlední řadě bychom měli také zmínit nejrůznější způsoby jak fundraising provozovat. Odvíjí se od typu akce, od toho, jakou skupinu dárců žádáte, jaké máte personální obsazení či počáteční zdroje. Těchto prostředků máme hned několik:

- Veřejná sbírka
- Benefiční akce
- Přímý poštovní styk
- Dotovaná akce
- Prodej
- „od dveří ke dveřím“
- Inzerce
- Členské příspěvky
- Osobní dopis či telefonický rozhovor
- Písemná žádost o grant
- Závěť

V následujících podkapitolách si přiblížíme prvních pět nejčastěji používaných technik v rámci fundraisingu.

2.3.2.1 VEŘEJNÁ SBÍRKA

Veškeré informace, které jsou důležité pro organizaci veřejné sbírky, upravuje Zákon č. 117/2001 Sb. o veřejných sbírkách. Ten také definuje veřejnou sbírku jako:

„Získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, rozvoj vzdělání, tělovýchovy nebo sportu, nebo ochrana kulturních památek, ale i tradic nebo životního prostředí (dále jen "sbírka"). Sbírkou je oprávněna konat za podmínek stanovených tímto zákonem pouze právnická osoba.“
(Zákony pro lidi © AION CS, s.r.o. 2010-2018)

Zákon také upravuje podmínky, za nichž je možné veřejnou sbírku provozovat a jak postupovat s nabytým výtěžkem po jejím skončení.

Existuje několik metod, jak veřejnou sbírku konat. Nejčastěji se využívá zasílání finančních příspěvků na předem vytvořený speciální bankovní účet. Provádí se však také pomocí sběrných listin, pokladniček, prodejem nejrůznějších předmětů či vstupenek na kulturní nebo sportovní akce. V neposlední řadě sem spadá i zasílání textových zpráv prostřednictvím mobilních zařízení a také složení hotovosti do pokladny zřízené právnickou osobou (Ministerstvo vnitra České republiky, © 2018).

2.3.2.2 BENEFIČNÍ AKCE

Tyto akce představují jednu z dalších možností získávání peněz pomocí sbírkové akce. Většinou se jedná o koncerty, divadelní představení či sportovní události, ale i festivaly, prodejní výstavy, aukce nebo tomboly. Důležitá pro úspěšnost takové akce je dobrá organizace, produkce a zejména medializace. Nikdy však nemůžeme s jistotou říci, že pořádání takové události se stane úspěšným. Jedná se sice o podporu „dobré věci“, ovšem takovýchto počinů je v celém světě mnoho. Nemůžeme tedy od svých spoluobčanů očekávat, že podpoří každou akci ve svém okolí. Je proto důležité zaměřit se na to, jak udělat z takové události nejen akci za účelem někomu pomoci, ale akci zároveň zábavnou a poutavou pro okolí. V literatuře (Boukal, 2013, s. 98, 99) se setkáme s mnoha doporučeními:

- Přípravy – včasné zahájení příprav je pro vytvoření jakékoliv akce důležité. Vytvořit dobrý tým, časový i organizační harmonogram, rozdat úkoly a vytvořit si hraniční termíny pro jejich splnění.

- Termín a místo – je dobré promyslet, kde a také kdy akci uspořádat. Zabezpečit prostory, domluvit termíny, zjistit, kdy se pořádají jiné akce v okolí, aby se nestřetávaly s tou naší, zjistit si dopravní dostupnost k místu konání akce, pro pořádání venkovní akce zjistit povětrnostní podmínky či bezbariérový přístup k danému místu.
- Program – program souvisí i se zaměřením akce a také s naší cílovou skupinou. Pokud chceme udělat výstavu, zvolíme taková výtvarná díla, o kterých se domníváme, že okolí zaujmou. V rámci koncertu volíme hudební program opět dle naší cílové skupiny nebo i podle ročního období. Pokud se jedná o vánoční akci, můžeme se zaměřit na koledy a vánoční písně a tak posluchače naladit na blížící se Vánoce a zpříjemnit jim čas adventu.
- Výdaje – podstatnou částí, kterou nelze opomenout, jsou výdaje pořadatelů. Ty se týkají pronájmu prostor, zajištění sociálního zařízení, zvukařů, osvětlovačů, honorářů (v mnoha případech je činnost pořadatelů dobrovolná bez nároku na honorář), ale i různých povolení, propagačních předmětů apod. Velmi často se takovéto situace řeší formou sponzorství.
- Propagace – v neposlední řadě je také podstatné informovat o akci, a to v dostatečném předstihu a nějakým vkusným způsobem – výlep plakátů, sociální sítě, rozhlas, televizní vysílání, tisk apod. Po skončení akce je důležité informovat společnost o jejím výsledku, a také jak bude dále naloženo s výtěžkem benefiční akce.

2.3.2.3 PŘÍMÝ POŠTOVNÍ STYK

Jedná se o metodu, která patří k jedněm z nejčastějších. Oslovit potencionálního dárce pomocí dopisu je jednou z nejvyužívanějších marketingových technik. Jak jsme již zmínili dříve, fundraising je marketingu a jeho technikám velmi blízký, proto také využívá jeho metod. Je obrovskou výhodou mít v týmu někoho, kdo má s takovýmto typem oslovování zkušenosti. Je velmi náročné vyšperkovat dopis tak, aby zaujal. Pro dobrý dojem je výhodné umět správně spojit tři podstatné prvky. Mezi ně patří příjemci, tedy ti, které oslovujeme, dále pak obsah dopisu a správné načasování.

Podstatné je uvědomit si, o jakého příjemce našeho dopisu se jedná. Může to být skupina, která se s vaší organizací již setkala. Má o ní tedy nějaké povědomí, zná ji nebo ji dokonce již podpořila. U takového typu příjemce, je potom oslovení nejefektivnější. Může se tak stát pravidelným dárcem a pomocnou silou v šíření vaší činnosti mezi své přátele. Specifickou skupinou příjemců jsou potom osoby, které oslovíte náhodně. U takové kategorie osob je velmi důležité načasování i obsah vašeho dopisu. Jako poslední z nejtýpějších skupin příjemců ještě zmíníme ty, kteří znají či podporují jiné organizace podobného typu. U takovýchto potencionálních dárců může být výhodou, že už vědí, na co přispívají. Pozor si ovšem dejte na morální zásady vaší organizace. Je vhodné předem oslovit partnerskou organizaci, kterou dárci podporuje a až po jejím svolení se do oslovení pustit.

Druhým důležitým prvkem je obsah dopisu. Jedná se o techniku, která umožňuje oslovit široké spektrum potencionálních dárců. To může vést k ne příliš osobnímu jednání. Je tedy důležité brát na tuto skutečnost ohled a snažit se tak obsah dopisu zformulovat do osobnější roviny. Z dopisu by tak mělo vyplývat nejen to, že žádáte o finanční podporu, ale také podporu morální.

Poslední podstatný prvek při psaní dopisu je správné načasování. Je dobré si uvědomit, v jakém období o příspěvek žádáme. Lidé se darování financí velmi často vyhýbají zejména v období velkých výdajů (např. placení daní, období dovolených). Dalším obdobím, kdy mají lidé větší finanční zátěž, bývá vánoční čas. To je však taková část roku, kdy lidé i přes své osobní výdaje rádi darují i jiným a chtějí pomáhat (Polačková, 2005; Boukal, 2013).

2.3.2.4 DOTOVANÁ AKCE

Jedná se o speciální akci, která získává peníze nejčastěji pomocí sportovní, kulturní či jiné společenské aktivity. Jedinci, kteří se této akce účastní, podávají určitý výkon, který se měří a za každou jednotku měření (kilometr, namalovaný obraz, vysazený strom ...) putuje jistá částka na účet podporované organizace. Výhodou takovéto akce je, že se ji může zúčastnit kdokoliv. Většinou i takoví lidé, od kterých byste to nečekali.

Aby takováto akce byla úspěšná, je podstatné zaměřit se na několik oblastí. Zaprvé je to volba vhodné aktivity. Ta by měla být zajímavá, přitažlivá a ne až moc finančně či fyzicky náročná. Při hromadné akci je důležité také jasně určit místo a čas, kde a kdy bude realizována. Nezapomeňte, že pro výkon určitých typů akce můžete

potřebovat povolení. Proto si předem zjistěte veškeré informace, které jsou pro realizaci vaší akce důležité. Např. při organizaci běhu či cyklistického závodu je důležité zařídit si povolení k užívání veřejného prostranství.

Spolupracujte se svým okolím. Využijte součinnosti s jinými organizacemi, což může být prospěšné pro kladný výsledek akce. Neopomíjejte také média. Je to jeden z nejmasivnějších prostředků, jak přilákat účastníky i publikum a tak oslovit více možných dárců. Vytvořte také formuláře pro darující, kde je po jejich vyplnění zapíšete do adresáře organizace. Tak je můžete dále oslovit při pořádání jiné akce či je informovat o činnosti organizace, kterou podpořili.

Pořádání takové akce může být finančně náročné. V takové situaci vám pomáhají sponzoři, kteří mohou podpořit nejen danou akci, ale mohou se stát i dlouhodobými dárci pro vaši organizaci. Každá částka, ať už je jakákoliv, je velmi úctyhodná, proto na závěr nezapomeňte poděkovat všem účastníkům a dárcům, kteří k ní napomohli (Polačková, 2005).

2.3.2.5 PRODEJ

Prodej je typ fundraisingové akce, se kterou se setkal určitě již každý z nás. Organizace získávají peníze z prodeje nejrozličnějších předmětů či služeb. Existuje několik nejčastějších aktivit, které si zmíníme.

Jednou z nich je uspořádání bazaru (sekond hand). Zde se prodávají produkty, které poskytli dárci. Nejčastěji to bývá oblečení, knihy, bižuterie a také kousky vyrobené klienty dané organizace. Mohou to být nejrozličnější mýdla, košíky, svíčky, marmelády, obrázky a další. V neposlední řadě se do prodeje také zařazuje zboží konkrétní organizace, jako jsou např. pohlednice. Takovýto prodej může být uspořádaný jako jednorázová akce, nebo může být zřízený stálý obchod, kde se dá zboží pravidelně zakoupit.

Dalším typem může být katalogový prodej. Organizace nabízí své produkty ve formě elektronického či tištěného katalogu, kdy si je zájemci mohou zakoupit přes objednávku a tak je podpořit. V katalogové nabídce vidíme obrázek nabízeného produktu, jeho popis a částku, za kterou jej můžeme pořídit a jakou konkrétní částkou činnost organizace podpoříme. Celkový provoz takového prodeje je velmi náročný na prodejní management a souvisí tak s dobrým personálním obsazením. Vyžaduje tedy osoby, které jsou v této oblasti zbláhle a budou se věnovat pouze dané činnosti.

Z předchozích typů akcí vyplývá, že nejčastěji se jedná o prodej vlastních produktů. Tedy zboží dané organizace s jejich logem či značkou, což v sobě zahrnuje i propagaci. To, aby předměty dobře vypadaly, byly poutavé a zajímavé, je jednou z podmínek úspěchu. Při zvažování, jaké produkty jsou vhodné, se kreativě meze nekladou. Velmi často to však bývají různé kalendáře, klíčenky, přívěšky, tužky, samolepky, placky, plakáty, trička atd. Produktem však nemusíme rozumět jenom hmotné předměty. Zařadit sem můžeme i aktivity, kterým se daná organizace věnuje. Příkladem tak mohou být nejrůznější programy zaměřené na vzdělávání, tvořivost a zábavu.

Dražba není velmi často využívanou akcí, ale také se řadí do prodeje. Většinou probíhá paralelně s nějakou událostí, což ovlivňuje i sortu osob, které se jí účastní. Taková organizace může podpořit i její úspěch a nebude zároveň velmi náročná na přípravu. Dražit se nemusí jenom předmět, ale také čin, projekt, myšlenka. Základem úspěchu je vhodná volba osoby, která bude celou dražbu vést. Účastníci by díky ní měli pochopit, že koupí daných produktů podpoří organizaci a její činnosti. Dražitel by tak měl umět vytvořit atmosféru, která bude příjemná a zábavná s chutí pomáhat (Polačková, 2005).

2.3.3 ZÁSADY

Na závěr kapitoly o fundreisingu vypíchneme ještě několik zásad, které jsou při jeho realizaci důležité. Tyto zásady vypsaly Boukal (2013, s. 47) ve své publikaci:

- Zásada komplexnosti
- Zásada začlenění
- Zásada aktivity
- Zásada strategičnosti
- Zásada vzdělávání okolí
- Zásada poděkování
- Zásada optimismu
- Zásada výsledku

2.3.4 FUNDRAISING V ZAHRANIČÍ

Každá koncepce fundraisingu se v různých zemích liší. Je to dáno také jejich kulturním nastavením, náboženstvím, od kterého se odvíjí pozice neziskových organizací dané země. Boukal (2013) se ve své publikaci zabývá fundraisingem hned v několika zemích světa. Pojďme se společně na některé z nich alespoň okrajově podívat.

Na začátek zamíříme do Německa, které je k nám nejbližší. Co se týká neziskových organizací v Německu, je důležité zmínit, že mnohé jejich aktivity podporuje tamější vláda. To má za důsledek, že velké množství aktivit, které se týkají sociální sféry, jsou velmi podporovány veřejnými zdroji. Naopak si však stojí organizace zaměřující se zejména na veřejně a vzájemně prospěšné činnosti. Podpory se jim však dostává z mnoha politických stran. V širším slova smyslu se však v Německu považují za nestátní neziskové organizace zejména registrované spolky a nadace. Někdy se k nim řadí také akciové společnosti, společnosti s ručením omezením nebo družstva. Jejich zařazení je pak závislé také dle jejich zaměření, kdy v rámci Německa je nejvýraznějším faktorem obecná prospěšnost.

Rakousko a neziskový sektor pojí dlouholetá tradice. Podobně jako v Německu, tak i v Rakousku jsou neziskové organizace spojovány velmi často s politickými stranami. To samozřejmě ovlivňuje i klientelu dané organizace bez ohledu na její zaměření. Pokud se však rozhodne nezisková organizace nespojit své síly s politickou stranou, může mít ve svém uplatnění nemalé obtíže. Nesmíme opomenout, že rakouský neziskový sektor stojí na velkém vlivu a rozvoji dobrovolnictví. Zejména pak v oblasti sociálních služeb. V Rakousku mají neziskové organizace nejčastěji podobu registrovaného sdružení, nadace, družstva nebo korporace.

Jako další z evropských zemí si zmíníme Velkou Británii. V neziskovém sektoru se zde uplatňuje několik právních forem a to společenství, společnosti s ručením omezením a volná sdružení. Specifický systém získávání financí ve Velké Británii je tzv. Charity Bank. Jedná se o banku, která podporuje sociální firmy a především komunitní a charitativní neziskové organizace. Do samotné banky vkládají peníze investoři, kteří mají chuť podpořit sociální oblast.

Fundraising Velké Británie se v mnohém přibližuje fundraisingu v USA. Zde se neziskové organizace snaží o jeho profesionalitu. Důvod je prostý - veřejný rozpočet neholduje podpoře neziskového sektoru. Finance tak získávají zejména

od soukromých dárců. Můžeme tedy říci, že fundraising v USA je zejména individuální činnost. Z tohoto důvodu také vznikla „Americká asociace fundraisingu“. Společně s ní byl sepsán etický kodex, jak komunikovat a pracovat s jednotlivými dárci. Tím se fundraisingu v USA dostalo vážnosti, serióznosti a důvěry.

2.4 NEZISKOVÝ SEKTOR

Jedná se o soubor či souhrn subjektů, jež jsou nositeli fundraisingové aktivity. Jeho hlavním cílem je dosáhnout přímého užitku, který je charakteristický jako veřejná služba. Je tvořen nevládními neziskovými organizacemi, pro něž je typické nezištné shromažďování osob, které jsou nositeli stejné myšlenky pomáhat a spolupracovat na společné práci. Existuje mnoho synonym, které nahrazují pojem neziskový sektor. Setkat se tak můžeme s pojmy jako nestátní sektor, občanský sektor, nevýdělečné organizace, občanské organizace, nestátní neziskové organizace a další.

Neziskové organizace do sebe zahrnují mnoho oblastí, kterými se zabývají. Většina z nich má servisní funkci, kdy poskytují své služby podobně jako státní organizace a organizace podnikatelské. Jejich vymezení není jednoduché. Ovšem Hloušek a Hloušková (2011, s. 8) ve své publikaci uvádějí dělení dle tematických oblastí, kdy mezi nejrozšířenější spadá oblast sociální:

- Sociální a charitativní
- Zdravotní
- Kulturní
- Ochrana lidských práv
- Ochrana životního prostředí
- Vzdělávání
- Rozvoj komunitního života
- Děti, mládež, rodina
- Ochrana nemovitých kulturních památek
- Mezinárodní aktivity

Opakem pro neziskový (netržní) sektor, je sektor tržní (ziskový). To je sektor, v němž jsou všechny prostředky nabyty z vlastních produktů, které prodává. Jednoduchý způsob, jak zboží prodat, je systém nabídky vs. poptávky. Z tohoto způsobu se také utváří jejich hodnota, kdy jsou prodávány za tržní ceny. Hlavním cílem ziskového

sektoru je tak podnikání se záměrem dosáhnout výtěžku (zisku). Z takového určení pak můžeme lépe pochopit, že smyslem neziskového sektoru je opak hlavního cíle sektoru ziskového.

Boukal (2013) ve své publikaci uvádí tři druhy členění neziskového sektoru:

- Neziskový veřejný sektor
- Neziskový soukromý sektor
- Sektor domácností

Neziskový veřejný sektor je takový, který se podílí na výkonu veřejné správy v úrovni státu, regionu či obce. Finanční podporu získává z veřejných financí a veřejnou správou je taktéž veden. Dává si za cíl poskytovat rozmanité veřejné služby. Spadají sem nejen organizační složky státu a územních celků, ale také různé příspěvkové organizace. Ty jsou zapsány v rozpočtu svého zřizovatele, od kterého získává finanční prostředky. Ovšem jeden druh financování není dostatečný a efektivní. Proto i příspěvkové organizace hledají finance jinými způsoby.

Neziskový soukromý sektor si klade jako záměr docílit přímého užitku. Finanční prostředky pro daný sektor putují od soukromých zdrojů. Za darované peníze však neočekávají žádný zisk. Neziskový sektor se pohybuje v okolí veřejné správy, ovšem není jeho přímou součástí. Nejvýraznější metodou pro získávání peněz je tedy fundraising. Neziskový sektor má nejčastěji podobu občanského sdružení, obecně prospěšné společnosti, nadace či nadačního fondu.

Sektor domácnosti má uplatnění zejména v oblasti formování společnosti. Objevuje se zde trh zboží a trh výrobních činitelů, čímž vstupuje do oblasti financí a také má vliv na hodnotu a chod neziskových organizací (Hloušek, Hloušková, 2011).

2.4.1 SPOLEČNÉ ZNAKY NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

Jak již víme, není žádná konkrétní definice, která by v sobě vyjadřovala, co to přesně nezisková organizace je. Existuje ovšem mnoho popisů tohoto pojmu, které v sobě zahrnují určité znaky, jenž jsou pro neziskovou organizaci typické. Některé jsme si již zmínili, ale v následující kapitole je shrneme do několika stručnějších a přehlednějších bodů. S tím nám pomůže Šimková (2012), která je ve své publikaci uvedla následovně:

- Jedná se o právnické osoby
- Není založena za účelem podnikání
- Není založena za účelem tvorby zisku
- Uspokojuje konkrétní potřeby občanů a komunit
- Mohou, ale nemusí být financovány z veřejných rozpočtů

V rámci soukromých neziskových organizací se ještě můžeme setkat s následujícími znaky, které je pojí:

- Mají ze zákona povolenou autonomii, tj. nejsou řízeny z vnějšího okolí
- Členství v těchto organizacích je realizováno výhradně na principu dobrovolnosti
- Vytváří neformální členské struktury, ale vždy v rámci legislativy, podle které byly založeny a podle které realizují svoji činnost

3. PROJEKTOVÁ ČINNOST

Následující kapitola je pro obsah práce neméně důležitá. Chceme-li uspořádat konkrétní akci, hovoříme tak o projektu. Je tedy podstatné znát, jak projekt vytvořit, co k němu potřebujeme a jak zajistit personální obsazení. Samozřejmě, že se všechna témata neustále prolínají. Neustále tak mísíme dohromady oblast projektové činnosti, managementu, fundraisingu a dalších.

3.1 PROJEKT

Definujme si pro začátek pojem projekt. Na projekt jako takový můžeme nahlížet ze dvou pohledů:

- Oblast stavebnictví – jedná se o tzv. projektování, vedené projektantem, kdy je vytvořen plán činností či jejich výrobků/výsledků (stavby, organizace stavby, ...)
- Produkce služby – uvedeno pod pojmem řízení projektů, kterým se zabývá projektový manažer – smyslem je vytvoření různých služeb či produktů

V rámci této práce je podstatné druhé dělení. Jedná se o promyšlený zásah, kdy záměrem je přivodit prospěšnou změnu stavu. Na začátku by se měl vždy vymezit

konkrétní cíl. Ten by se poté jeho uskutečňováním měl splnit. Projekt je činnost, událost, akce, která by měla mít jasně vymezený začátek a konec svého konání. Nedílnou součástí každého projektu je také seznam zdrojů, které jsou podstatné pro jeho realizaci. Jednotlivé projekty v sobě zahrnují svoji originalitu a jedinečnost. Máme ale znaky, které jsou pro všechny projekty stejné (Managementmania, © 2015).

Nejvýraznějšími z nich jsou fáze postupu při tvorbě projektu:

- Popis projektu
- Plánování projektu
- Realizace projektu
- Hodnocení projektu

Samotné definování projektu je důležité, ovšem plánování je část, na které závisí celý průběh projektu. Plánování se stává v dalších fázích kontrolním prvkem, podle kterého mohou organizátoři vyvodit, zda došlo k naplnění stanovených cílů či ne.

V první fázi popisu projektu by se organizátoři měli zaměřit na jeho nejdůležitější části. K tomu jim mohou pomoci různé metody. Nejvíce používanou je tzv. SWOT analýza². Ta se zabývá hodnocením jak vnitřních, tak i vnějších činitelů, na kterých závisí úspěch daného projektu. Velmi důležitou součástí každého projektu je stanovení si jeho cílů, a čeho chceme za pomoci jeho realizace dosáhnout. V neposlední řadě nesmíme ani zapomenout na zdroje, jak už finanční, tak i např. z hlediska personálního obsazení (Managementmania, © 2017).

Druhou fází při tvorbě projektu je plánování. Jeho podstatnou částí je vytvoření si plánu projektu. Ten se v jednotlivých projektech samozřejmě obsahově liší. Strukturálně má většina z nich však podobu stejnou. Plán obsahuje zejména organizaci, realizaci a kontrolu daného projektu. Položíme-li si tyto čtyři otázky, měli bychom na ně vždy v plánu naleznout odpověď:

- Co?
- Proč?
- Kdy?
- Kdo?

² S = silné stránky, W = slabé stránky, O = příležitosti, T = hrozby (Machálek, Nesrstová, 2011)

Co? – Každý projekt by si měl stanovit před svojí realizací vlastní cíl. Proč? – Měli bychom vědět, proč daný projekt chceme realizovat. Jaký má smysl, co přinese za nový nebo užitečný výsledek. Kdy? – Organizátoři projektu si stanoví časový harmonogram, podle kterého bude projekt realizován. Kdo? – Důležité je uvědomit si kolik osob a jakého zaměření k realizaci projektu potřebujeme, jaké budou jejich povinnosti, jaká bude jejich odměna za práci. Zmínili jsme čtyři základní otázky pro plánování projektu. Každý projekt však obsahuje mnoho dalších plánů potřebných ke své realizaci. Těmi mohou být např. finanční plán či plán rizik.

Třetí fáze se nazývá, fáze realizace. Jedná se už o samotné provedení projektu. Při jeho realizaci se držíme plánu, organizační struktury a časového harmonogramu, které jsme si vytvořili v předchozích fázích. Nejen, že se samotný projekt realizuje, ale závisí to především na spolupráci celého týmu, na průběžných kontrolách a případném řešení vzniklých potíží. Čtvrtou a zároveň poslední fází při tvorbě projektu je hodnocení. Jedná se o ohlédnutí za uplynulým projektem. Hledání chybných i úspěšných situací. Zhodnocení, zda bylo dosaženo stanovených cílů. Velmi často se stává motivující v další práci týmu (Mooz, Forsberg, Cotterman, 2003; Poster, Applegarth, 2006; Managementmania, © 2017).

HUDBA POMÁHÁ

4. HUDBA POMÁHÁ

Co je to „HUDBA POMÁHÁ“ ?

„Jsme HUDBA POMÁHÁ - parta kamarádů, která každý rok vybere ze svého sousedství jednu rodinu s postiženým dítětem. Milujeme hudbu a jsme muzikanti. Pořádáme proto koncerty a z jejich výtěžku financujeme rodinám služby a pomůcky, které jim pomohou zvládat dětský handicap. Snažíme se o to, aby postižení byli součástí naší komunity. Jsme přece sousedé, kámoši a ti si pomáhají. Děkujeme, že jste v tom s námi!“ (Hudba pomáhá, © 2018)

HUDBA POMÁHÁ – benefiční hudební festival, který pomáhá handicapovaným dětem z Pardubického kraje. Přátelé, kteří se spojili, aby nezištně mohli pomáhat. Jedná se o projekt, který je sice malý, ale rok od roku dosahuje větších rozměrů, větší pozornosti a lepší kvality. Neustále na sobě pracujeme a hledáme další možnosti, jak vylepšit kvalitu života dětí s handicapem okolo sebe. Pojd'me se podívat na to, co vše tento festival dokázal a také na to, jak se takový festival tvoří.

4.1 ZAČÁTKY „HUDBA POMÁHÁ“

Musíme říci, že na začátku nebyla „HUDBA POMÁHÁ“ takovým velkým projektem jako je dnes. S myšlenkou pomáhat dětem s handicapem přišel Vojtěch Sedláček v roce 2007. Je tedy zakladatelem a také současně ředitelem tohoto festivalu.

“Festival jsem si tak nějak vymyslel a za podpory přátel zrealizoval. Je to pro mě ta nejsmysluplnější věc, kterou v životě můžu dělat.“ (Hudba pomáhá – tým, © 2017)

S nápadem na uskutečnění benefiční akce přišel Vojtěch v pouhých osmnácti letech. S takovou myšlenkou si podle jeho slov pohrával již dlouho, ale podnětem pro jeho realizaci byl plakát „Make a Connection³. Můžeme tedy říci, že všechno to začalo na autobusové zastávce, kde plakát visel. Vojtěch společně se svým přítelem Jiřím Kutlvašrem (vedoucí Junáka Choceň) podal přihlášku, se kterou uspěli. Dostali tak grant na organizaci prvního ročníku „Hudba pomáhá“. Ve spolupráci s Junákem Choceň tak vytvořili úspěšný benefiční festival. Ze získaných peněz podpořili první dítě s handicapem z Pardubického kraje. Úspěch byl takový, že se rozhodli v projektu nadále pokračovat i v dalších letech.

³ Organizace, která finančně podporuje mladé lidi v jejich projektech a nápadech.

Zprvu tento festival tvořil jeden koncert místní kapely, ale postupně začal spolupracovat i se známými kapelami (Chinaski, Xindl X, Vypsaná Fixa, ...). Své působiště měl festival v Chocni, kde spolupracoval s již zmíněným týmem Junáků Chocení. Společně tak založili pro festival „Hudba pomáhá“ občanské sdružení „No pasivo“, s nímž se uskutečnilo několik dalších ročníků. Pro festival ale přišel výrazný zlom v době, kdy Vojtěch začal pracovat jako dramaturg pro M-klub ve Vysokém Mýtě. S tím souvisel i přesun festivalu do daného města. „Hudba pomáhá“ tak získala nové zázemí, obrovskou podporu města a nabírala nových rozměrů. Spolupráce s Junáky Chocení však postupně ustupovala do pozadí a začal se tvořit nový tým.

Dalším výrazným zlomem festivalu byla v roce 2013 spolupráce s kapelou „Parkoviště pro velbloudy“. Nejen že do projektu přinesla nové nápady, ale také se s ní rozrostl tým dobrovolníků, kteří na festivalu „Hudba pomáhá“ pracují dodnes a pomáhají mu se nadále rozvíjet. V současné době se na jeho tvorbě podílí přes 50 lidí. Změnila se tak i struktura festivalu, kdy se z jednoho koncertu stalo více propojených akcí, které ale zachovávají stále stejnou myšlenku. Tou je pomáhat dětem s handicapem nebo organizacím z Pardubického kraje za pomoci kulturních představení.

V roce 2017 oslavil festival „Hudba pomáhá“ 10 let svého působení. Oslavy byly řádné a na jejich počest byl natočen dokument s názvem „10 LET HUDBA POMÁHÁ“, kdy při jeho natáčení byly přítomné všechny rodiny s dětmi, které do té doby festival podpořil. V tom samém roce se také „Hudba pomáhá“ dočkala svého prvního ocenění při vyhlášení Výročních cen města Vysokého Mýta za rok 2016. Získala zde cenu v kategorii organizace kulturního podniku.

„Z Výroční ceny Vysokého Mýta mám ohromnou radost a je to krásná tečka za rekordním a jubilejním 10. ročníkem „Hudba pomáhá“. Opět bych zdůraznil, že je to ocenění pro náš celý padesátičlenný tým a z pozice šéfa všem nesmírně děkuji. Kruh se tím uzavřel. Ve Vysokém Mýtě máme základnu a skvělé podmínky. Výroční cenou nám město dalo najevo sympatie a podporu,“ uvedl ředitel a zakladatel festivalu Vojtěch Sedláček (Hudba pomáhá – aktuálně, © 2017).

O rok později byl festival znovu nominován do stejné kategorie. V ocenění dal však přednost jiným výjimečným projektům, ale nepřišel zkrátka. Byl taktéž nominován na Ocenění Pardubického kraje, kde cenu získal (Hudba pomáhá, © 2017; 10 let HUDBA POMÁHÁ – dokument, © 2016).

„Ceny Pardubického kraje jsou nejvyšším oceněním, kterým kraj vyjadřuje uznání a respekt významným osobnostem, kolektivům nebo právníkům osobám, které se zasloužily o rozvoj Pardubického kraje.“ (Pardubický kraj, © 2018)

4.2 „JAK SE ŠIJE FESTIVAL“

Název „Jak se šije festival“ si vypůjčíme z jednoho z projektů našeho seskupení, kdy v roce 2017 byla vytvořena malá výstava na dané téma. Vytvořit takovýto festival není jednoduché. Je zapotřebí mít nápad, odhodlání, energii, nadšení a také dobrý tým okolo sebe. Na začátku je potřeba uvědomit si, co je vaším cílem, jak chcete, aby celý projekt vypadal. Stanovit si, co vše k jeho realizaci potřebujete, kde to seženete, kdo vám s tím pomůže, kde a kdy se akce uskuteční a mnoho dalšího. V následujících kapitolách si tak ukážeme na konkrétním příkladu festivalu „Hudba pomáhá“, jak to může vypadat.

4.2.1 CÍL

Cíl je první věc, kterou by si měl stanovit každý organizátor jakékoliv akce. „Hudba pomáhá“ má myšlenku jasnou. Pomocí výtěžku z koncertů či jiné kulturní akce pomoci každý rok jednomu konkrétnímu dítěti s handicapem z Pardubického kraje. Nejčastěji se jedná o děti s mentálním postižením v důsledku dětské mozkové obrny. Tyto děti velmi často potřebují pro svůj rozvoj navštěvovat lázně, které jsou velmi drahé, nebo zakoupit přístroje a pomůcky, které jim pomohou dosáhnout lepší kvality jejich života. Náklady na zmíněnou péči jsou v současné době velmi vysoké a rodiny si takové výdaje nemohou dovolit. Pojišťovny nebo stát také nepřispívají příliš mnoho, někdy vůbec. Proto existují akce podobného typu s různým zaměřením, které chtějí rodiny s handicapovaným členem podpořit.

„Hudba pomáhá“ si tak nenásilně vytvořila oblast zájmu právě na děti s mentálním postižením. Takové rozhodnutí plynulo zejména z toho, že se nejvíce dětí právě s tímto handicapem objevuje v jejím okolí. To, pro které dítě bude konkrétní ročník, vyplývá přirozeně ze sousedských vztahů a doporučení. Nejčastěji rodinou z předchozího ročníku, která se v okruhu daných osob pohybuje a ví tak nejlépe, kdo by finanční podporu potřeboval a náležitě ocenil.

Primárním cílem festivalu „Hudba pomáhá“ je pomoc a podpora pro rodiny s handicapovaným členem. Ovšem dalším neméně důležitým cílem, který si klade,

je osvěta společnosti. Uvedení do problematiky osob s postižením a proč je podpora (nejen finanční) společnosti pro ně tak důležitá. Informovanost společnosti je velmi podstatná pro pořádání takové akce. Nejenže chceme, aby se publikum na koncertech bavilo, ale chceme, aby přišlo, aby vědělo, kam a pro koho jeho peníze půjdou. Aby si uvědomilo, že každá koruna se počítá, že jeho příspěvek je velmi cenný. Že když přijde na koncert – za zábavou, užije si pěkný večer, tak i přesto pomůže a nemusí proto udělat v podstatě „nic víc“ než zaplatit vstupné a bavit se.

4.2.2 OBSAH

„Hudba pomáhá“ je tým přátel, publikum a podporovaná rodina. Všechny tyto faktory můžeme brát jako její obsah. Ani bez jednoho by festival nemohl fungovat, proto je každý z nich velmi důležitý. V následující kapitole chci ale zmínit, co je kulturním obsahem každého ročníku.

Jedná se zejména o festival, který se snaží pomáhat pomocí hudby. Každý ročník je složen z několika částí, proto také nehovoříme o koncertu, ale o festivalu. Nejčastěji bývá zahájen na podzim velkým klubovým koncertem známého českého interpreta. Tuto akci tak podpořilo do roku 2017 již 62 kapel⁴. Koncert vzniká ve spolupráci s M-klubem ve Vysokém Mýtě, kde se i koná.

Do období Vánoc se pak pořádají doprovodné akce. Nejčastěji divadelní představení nebo výstavy. Často se také stává, že festival podporují nejrůznější tamní prodejci, kdy ve svých obchůdcích prodávají propagační zboží našeho festivalu. Všechny takto vybrané peníze putují na účet konkrétního dítěte pro daný ročník.

Vyvrcholením celého ročníku jsou poté čtyři vánoční koncerty kapely „Parkoviště pro velbloudy“. Do roku 2017 se uskutečňovaly na stálých místech. První dva koncerty se konaly v krásném kostele sv. Petra a Pavla v Morašicích u Litomyšle, což je vesnice, která je základnou zmíněné kapely. Třetí koncert probíhal v Litomyšli na zámku, konkrétně v prostorách zámecké jízdárny. A vyvrcholením byl návrat do působiště festivalu, Vysokého Mýta. Tady se však jeho realizace přesouvá z M-klubu do vznešenějších prostor Šemberova divadla. Nejčastěji se koncerty konají v rámci

⁴ Zúčastněné kapely

CHINASKI, XINDL X, MICHAL HRŮZA A KAPELA HRŮZY, MYDY RABYCAD, -123 MINUT, ČANKIŠOU, VYPSANÁ FIXA, DAN BÁRTA & ILLUSRATOSPHERE, VOLANT, MAKO!MAKO, PSISKAPSY, SKA'N'DAAL a další...

adventních nedělí, kdy se návštěvníci mohou příjemně naladit na blížící se Vánoce. Užít si pěkný večer s vánočními písněmi a zároveň tak podpořit dobrou věc.

4.2.3 RODINA

Nejenže se „Hudba pomáhá“ zabývá podporou dětí s handicapem, ale její práce směřuje na celou rodinu. Velmi často se stává, že rodina, která je podporovaná, bývá i často izolovaná od společnosti. U ní tedy začíná první práce při tvorbě nového ročníku. V týmu „Hudba pomáhá“ jsou odborníci, sociální pracovníci, kteří s rodinou spolupracují, komunikují a se vším jí pomáhají.

Výběr konkrétní rodiny bývá často z jejich vlastní iniciativy, kdy nás samy osloví, nebo poté na doporučení. V takovém případě „Hudba pomáhá“ oslovuje danou rodinu. Pokud pomoc přijmou, nastává pro ně i pro celý tým období plné plánování a budování nového ročníku. Je důležité si uvědomit, že pro každou rodinu může být následující období velmi stresové a hektické. Stanou se tak středem zájmu pro široké okolí, na což nemusí být zvyklí a mnohdy takový zájem nemusí být ani příjemný. Proto se tým „Hudba pomáhá“ snaží rodině v co největší míře vše zpříjemnit. Vytvářet tak pohodovou a přátelskou atmosféru, ale zároveň je seznámit se všemi náležitostmi, které s projektem souvisí, a požadavky, které budou vyžadovány po nich. Samozřejmě, že cílem je udržet rodinu v co největší pohodě, proto není smyslem je zatěžovat mnohými stresovými situacemi. Ovšem festival chce, aby lidé, kteří koncerty navštíví, viděli, komu pomáhají, proto se tvoří s rodinou rozhovory, nebo točí videa. V rámci koncertů pak rodina vystupuje na podiu, kde hovoří o handicapu svých dětí. Jsou to osoby, které mohou nejlépe vystihnout celou situaci, proto je nejvhodnější, když rodiče nebo sourozenci daného dítěte promluví o jeho problému sami. To může být asi nejstresovější situace celé akce, kdy rodič stojí na podiu a hovoří před plným sálem cizích lidí o osudu svého dítěte.

Můžeme však říci, že „Hudba pomáhá“ vytváří výbornou atmosféru, do které zahrnuje i dané rodiny. Celkově tak působí přátelsky, uvolněně a dostává podporovanou rodinu do situace, kdy zjistí, že se nemají čeho bát a dodá jim tak sílu a energii.

Na závěr si shrňme pár bodů, z kterých vyplývá výběr rodiny s handicapovaným dítětem pro festival „Hudba pomáhá“:

- Rodina s handicapovaným dítětem (sourozenci) ve věku od 0 do 18 let

- Bydlí (minimálně rok žije, bez ohledu na trvalé bydliště) v Pardubickém kraji
- Rodina pro své dítě potřebuje kompenzační pomůcku/službu/operaci
- Člověk, který ji do HP přivádí, ji může doporučit = zná ji, ví o jejích problému, důvěryhodnost
- Rodina ví o tom, že je ve výběru a stojí o pomoc HP (se vším, co je s tím spojené – medializace, aktivní účast na akcích apod.)

4.2.4 ČASOVÝ HARMONOGRAM

Aby fungoval celý festival tak, jak má, tedy aby fungovalo vše výborně, je vhodné vytvořit časový harmonogram. Ten má podobu nejen krátkodobých plánů – konkrétní koncert nebo představení, ale i dlouhodobých, které se již zaměřují na celkový konkrétní ročník nebo plánuje i na další roky dopředu. „Hudba pomáhá“ funguje na principu, kdy se od plánů dlouhodobých směřuje ke krátkodobým.

Plánování celé akce začíná již na začátku kalendářního roku (leden), někdy dříve, a stále se mísí s již uplynulým ročníkem či tím následujícím. Plánování je tedy paralelní a může do něho vstupovat mnoho faktorů. Uvedená tabulka stručně vystihuje nejvýraznější kroky plánování v průběhu celého roku. Ty se ovšem prolínají a doplňuje je mnoho dalších nezbytných úkolů.

LEDEN	Velká porada (shrnutí loňského ročníku, plánování následujícího ročníku)
ÚNOR	Porada komunikačního oddělení
BŘEZEN	Setkání s rodinou – podepsání smlouvy
DUBEN	Setkání všech členů týmu, partnerů, rodiny – oslavy loňského ročníku
KVĚTEN	Společná schůzka celého týmu a rodiny
ČERVEN	Zajišťování nezbytností v rámci jednotlivých oddělení týmu
ČERVENEC	
SRPEN	
ZÁŘÍ	Zkoušky kapely, komunikace se sponzory a partnery festivalu. Hotová videa a web – propagační materiály.
ŘÍJEN	Komunikace, výlep plakátů, distribuce letáků a jiných propagačních materiálů.
LISTOPAD	

	Klubový koncert známého interpreta Doprovodné akce – divadlo, ...
PROSINEC	Vánoční koncerty „Hudba pomáhá“

Orientační časový harmonogram na rok - zdroj autorka práce

4.2.5 PROPAGACE

Nedílnou součástí každého projektu je jeho propagování. „Hudba pomáhá“ získává finanční prostředky pro rodiny s handicapovaným dítětem pomocí kulturní tvorby. Je velmi důležité, aby se okolí o události dozvědělo. A to nejen o jejím konání, ale také o jejím obsahu. Vždy je důležité správně a kvalitně akci zorganizovat a propagovat.

K propagaci akcí se využívají různé prostředky. Všechny akce, které jsou tvořeny v rámci festivalu „Hudba pomáhá“, jsou propagovány klasicky pomocí plakátů, letáků nebo také rozhlasem. V současné moderní době se ještě využívá sociálních sítí. Ty jsou velkým zdrojem pro reklamu. Umožňují tak nalákat mnoho mladých lidí, kteří jejich sledováním tráví mnoho času.

Nejenže je velmi důležité zviditelnit konkrétní akci s časem a místem konání, ale také propagovat obsah akce. „Hudba pomáhá“ se snaží tuto oblast neopomíjet a vymýšlet zajímavé, zábavné a smysluplné možnosti, jak lidem říci, proč je festival tak důležitý a proč by ho měli navštívit právě oni. Nejčastěji se tyto informace snaží organizátoři předat pomocí videí a reklam, které umísťují na internet a po sociálních sítích. Nalezneme zde videa zaměřená jako pozvánky na koncerty, jako upoutávky pro daný ročník, ale také zajímavé rozhovory s rodinami či ohlédnutí a poděkování za uplynulými ročníky⁵.

Mediální tým našeho festivalu také píše mnoho článků a provádí řadu rozhovorů, které se opět pohybují na internetu, ale některé z nich můžeme nalézt i v tištěných médiích. V roce 2017 „Hudba pomáhá“ přišla se sérií vlastních novin, kde návštěvníkům přibližovala celou myšlenku projektu. Obsahem byly rozhovory s rodinami, ale i členy týmu.

⁵ Dostupné na: <https://www.youtube.com/channel/UCCNoRWD7staRCy5criNRH6Q>

4.2.5.1 MERCH

Festival „Hudba pomáhá“ se snaží nejen pomáhat, ale aby bylo jeho působení efektivní, je zapotřebí umět propagovat i sám sebe. Jedním z faktorů, které tomu napomáhají, je tzv. merch. Jedná se o prodej předmětů s logem „Hudba pomáhá“. Tyto předměty lze zakoupit pouze na pořádaných akcích, popřípadě v lokálních obchůdcích v téže době. Je tedy jasné, že výtěžek tak putuje dítěti s handicapem daného ročníku.

Festival se vyznačuje žlutou a modrou barvou, kterou také nalezneme na prodávaných předmětech. Lidé, kteří tak chtějí koupit podpořit dané dítě, si mohou vybrat z triček, plátěných tašek, placek, obyčejných tužek, čokoládových lízátek a v neposlední řadě také „srdcožek“. „Srdcožky“ jsou „pomáhací“ ponožky, které se staly unikátním propagačním materiálem festivalu „Hudba pomáhá“ v roce 2016 k jubilejnímu 10. ročníku.⁶ Babičky z okolí se rozhodly, že upletou krásné ponožky, které svým prodejem pomůžou na správnou věc. K vlněným pleteným ponožkám se přidaly i ponožky klasické s netypickým vzorem a typickými barvami pro festival.

„SRDCOŽKY – Pomáhací ponožky, které zahřejí na nohou i u srdíčka“

4.2.6 TÝM

Zásadní otázkou, kterou by si měl položit každý pořadatel takové akce je: Zvládnou to sám nebo potřebuji pomoci? Skoro vždy bude odpověď – Ano, potřebuji pomoci. Tak si okolo sebe začne shromažďovat lidi, kteří mají chuť na takové akci pracovat. Jedná se o tým dobrovolníků, jenž ctí myšlenku daného projektu, chtějí se do něho zapojit a poskytnout své síly a dovednosti.

„Hudba pomáhá“ se v současnosti skládá z více než padesáti dobrovolníků (kamarádů), kteří zapojují své síly do její realizace. Každý z nich rozumí něčemu jinému, má jiné dovednosti a zkušenosti. Proto je tým rozdělen do několika skupin, což pomáhá i lepšímu průběhu celé akce. Každá taková sekce má ještě svého vedoucího, na kterého padá starost o osoby dané skupiny a také zajišťuje správný chod. Základními skupinami jsou produkce, umělecká produkce, komunikace, účetnictví a ekonomika, fundraising a péče o rodinu. Do těchto sekcí spadá hned několik menších oblastí, které je nutné před a při každém koncertu či jiné akci zařídit.

⁶ Upoutávka pro 10. srdcožkový ročník Hudba pomáhá: <https://www.youtube.com/watch?v=a8E5ImcfyEU>

Produkce se skládá z produkčního týmu, který zajišťuje celkový chod akce. Obstarává catering, techniku, řidiče, hasiče a ostrahu. Zabezpečuje také vstupné, šatnu, usazování návštěvníků do publika a celkově se snaží zajistit správný chod koncertu. Jedná se o funkce, které běžný návštěvník zpozoruje jen částečně, ale bez kterých by se daná akce uskutečnit nemohla. Je to často velmi náročné, proto je důležité mít okolo sebe mnoho dobrých, spolehlivých a šikovných lidí, kteří se zodpovědně ujmou plnění všech úkolů a zařídí bezproblémový chod celé události.

Umělecká produkce je specifická oblast, která v sobě shromažďuje veškeré zázemí a chod konkrétního koncertu. Obstarává tak přípravu hudebníků a zvukové zkoušky. Vedoucí dané sekce spolupracuje se zvukaři, osvětlovači a všemi lidmi, kteří se pohybují okolo podia nebo na něm. Jejich úkolem je vytvořit nezapomenutelný zážitek pro všechny návštěvníky koncertů s kompletně výborným zvukem, perfektními světly, zajímavým hudebním repertoárem a vynikajícími interprety.

Velmi důležitou složkou je komunikační tým. Ten obstarává v podstatě vše, co se děje před či po koncertu. Velkou část tvoří „novináři“- lidé, kteří spadají do kategorie press print. Jsou to ti, kteří medializují a propagují celý festival. Jejich práce je náročná a ani po skončení koncertů nekončí. Spolupracují s nimi také kameramani a lidé, kteří tvoří všechen točený propagační materiál a samozřejmě i fotografové. S tím souvisí osoby, které se starají o grafickou stránku celého festivalu. Tvoří jeho značku a dávají mu tak jedinečný punc, podle kterého můžeme hned rozpoznat, o jaký produkt se jedná. Díky tomu je dalším prvkem komunikačního týmu merch nebo také dekorace.

Jak jsme se již dozvěděli v první části práce, nedílnou součástí každé akce je získávání prostředků pro jeho realizaci. Proto i „Hudba pomáhá“ má v týmu osoby, které se fundraisingovou aktivitou zabývají. Aby byly finance v pořádku, je součástí týmu i účetní a ekonom, kteří vše hlídají a řádně se o všechny peníze starají. No a nesmíme opomenout ani osoby, které se starají o rodiny nejen konkrétního ročníku, ale také o rodiny z ročníků předchozích. „Hudba pomáhá“ si všech rodin velmi váží a snaží se s nimi stále udržet v kontaktu. Samozřejmě, že skupin osob, které spadají do týmu „Hudba pomáhá“ je mnohem více. Nedílnou součástí jsou i tiskaři, dámy zabývající se stylingem nebo lidé z oblasti právního poradenství.

Celkově se však jedná o tým lidí, kde si jsou všichni nápomocni. Každý má sice svoji část práce a svůj úkol, který by měl splnit, ale nikdy na to není sám. „Hudba pomáhá“

je tvořena přáteli, kteří se znali dávno předtím, než se do projektu zapojili nebo ho začali tvořit. Díky tomu má festival jedinečnou rodinnou atmosféru, která je sice občas tlačena do pozadí kvůli rostoucím rozměrům festivalu, ale stále se snaží být jeho součástí a dávat mu tak milou a výjimečnou atmosféru.

V závěru kapitoly chci ukázat na několika příkladech, proč se mnoho z nás stalo součástí týmu „Hudba pomáhá“. Jak se o festivalu dozvěděli, jak se stali jeho členem, co je na spolupráci s ním baví a co je k této činnosti motivuje. Informace jsou čerpány z dotazníků vytvořených pro členy týmu v roce 2017 tiskovým oddělením. V práci jsou uvedeny s jejich souhlasem.

„Hudba pomáhá je skupina lidí, která dokáže energii ze svého přátelství napnout k pomoci lidem, na které společnost zapomíná. A strhnout k tomu stovky dalších lidí. Je motivací sama o sobě. Moci přátelstvím viditelně měnit svoje okolí je nádherný pocit.“

(Karel Telecký – produkce, kapela, vedoucí komunikace)

„V roce 2009 jsme založili kapelu Parkoviště pro velbloudy a už to jelo. Zpočátku jen takové „šoliiichání“ až jsme se postupem času dostali tam, kde jsme dnes. Jsem neskutečně vděčná našemu frotmanovi Karlovi, že se o několik let později dostal přes Vojtu Sedláčka k benefičnímu festivalu Hudba Pomáhá a já dnes mohu být jeho součástí.“

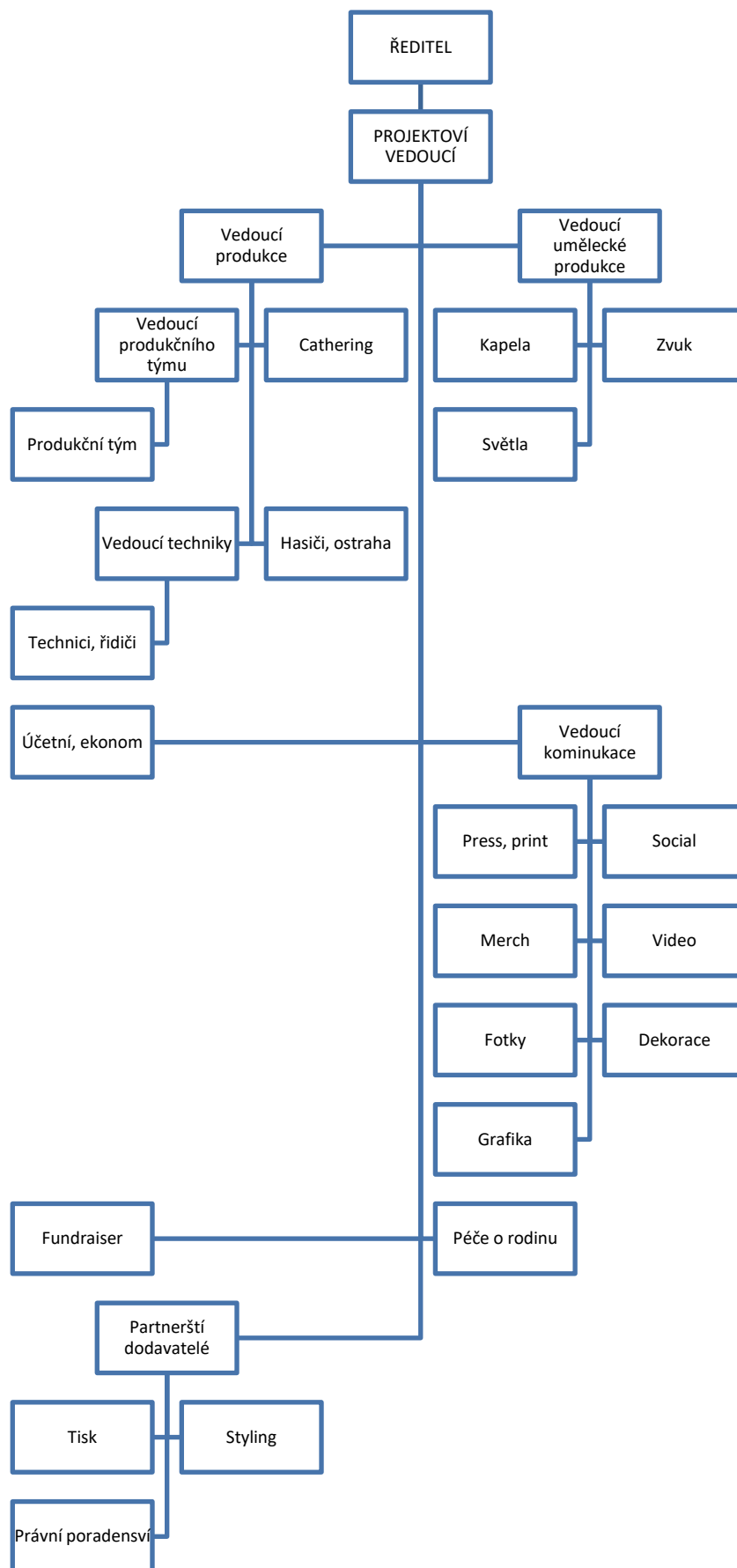
(Veronika Jokešová – zpěvačka)

„Jako "pracovní síla v pozadí" jsem se účastnil vánočních koncertů skupiny Parkoviště pro velbloudy ještě dříve, než se staly součástí benefičního festivalu Hudba pomáhá. Členové kapely i další tehdy zúčastnění byli a jsou moji kamarádi, proto bylo přirozené se zapojit. Při vstupu našich koncertů do HP v roce 2013 jsem tedy nenastupoval do rozjetého kolotoče a moje práce při realizaci koncertů doznala jen malých obměn.“

(Petr Zehnálek – člen produkce)

„Projekt HP mi osobně dává velký smysl. Líbí se mi jeho potenciál oslovovat lidi kolem nás, aby se podíleli na pomoci těm, kdo ji potřebují, seznamuje je se sociálními problémy a nakonec všechny pak spojuje dohromady. Péče o rodiny mě v HP moc naplňuje. Nesmím zapomenout i na lidi v týmu, se kterými je to prostě supr.“

(Pavla Šiková – péče o rodinu)



Struktura týmu Hudba Pomáhá – zdroj autorka práce

4.2.7 FINANCE

Finance jsou neopominutelnou stránkou v rámci „Hudba pomáhá“ a to hned ze dvou pohledů. Jedním z nich je samozřejmě zisk. Tedy ty peníze, které jsou výtěžkem všech akcí festivalu a jsou určeny pro zvolené dítě s handicapem. Tyto peníze jsou ziskem z prodeje vstupenek, z prodeje merche nebo v rámci zaslání peněz na transparentní účet či jiného výtěžku dalších doprovodných akcí.

Druhým pohledem na finance festivalu je jeho samotné financování. Jde o získávání peněz pro jeho realizaci. Touto činností se zabývají členové týmu, tzv. fundraiseři. O fundraisingu jsme se zmiňovali již v předchozí části práce, proto jej nebudeme dále více popisovat. Jejich hlavní náplní práce je hledání potencionálních sponzorů festivalu a následná komunikace s nimi.

4.2.7.1 SPONZOŘI/ PARTNEŘI

Sponzoři a partneři jsou důležitou součástí pro realizaci každé akce. Pomocí nich může organizace získat nejen finanční prostředky pro svoji realizaci, ale také výbornou medializaci a propagaci v okolí daného sponzora. „Hudba pomáhá“ spolupracuje jak s velkými firmami, tak i s malými podniky, které mají chuť tento projekt podpořit. Jedná se o firmy především z Pardubického kraje a to zejména v okolí Vysokého Mýta a Litomyšle. Mnoho podniků již dlouhodobě s festivalem spolupracuje a věnuje mu každoročně finanční podporu k jeho uskutečnění. Mnoho sponzorů se však k festivalu každým rokem přidává a vzniká tak nová zkušenost jako spolupráce.

Někteří ze sponzorů, festival osloví sami s tím, že by jej rádi podpořili. Z tohoto fungování je vidět výborná práce, propagace a také pozitivní ohlasy diváků či jiných sponzorů k činnosti festivalu. Někdy je ale důležité, aby i festival samotný (osoby tím pověřené) nové, ale i staré partnery a sponzory oslovil sám a tak je vyzval ke spolupráci. Důležité je sponzora zaujmout. Být kreativní, pružný, komunikativní. Umět prosadit a vysvětlit hlavní cíle festivalu a jeho činnost. Popsat také využitelnost zdrojů a proč jsou tak důležité. Pro „Hudba pomáhá“ má finanční podpora různé podoby. Může se jednat o finanční podporu různé hodnoty nebo může mít podobu tiskovin, bezplatného poskytnutí prostor pro koncerty či prostor zkušebny pro kapelu, nebo jako nákup propagačních předmětů.

„Hudba pomáhá“ si každého sponzora váží. Za jeho pomoc mu nabízí mnoho benefitů v podobě propagace společnosti, volných vstupů na všechny pořádané akce

v rámci celého festivalu, dárkových balíčků a dalšího. Jedná se o velmi podstatnou součást festivalu. Finanční podpora je pro něj při jeho velikosti velmi důležitá a bez ní by se jej povedlo jen velmi málo zrealizovat.

4.2.7.2 DOTACE a GRANTY

Kromě soukromých sponzorů a dárců čerpá „Hudba pomáhá“ finance v podobě grantů a dotací ze státního sektoru a nadací. Jako první podpořil „Hudba pomáhá“ grantový program „Make a Connection“. Jedná se o grantový program pod záštitou „Nadace rozvoje občanské společnosti“. Ta je v České republice jednou z největších neziskových organizací od roku 1989. Podporuje nejrůznější projekty, které si dávají za cíl pomáhat v oblasti ohrožených a znevýhodněných skupin obyvatel, bojují za lidská práva a podporují demokratické hodnoty. Velký smysl vidí ve všech společensky prospěšných aktivitách, v rozvoji filantropie a dárcovství. Jedním z nejznámějších projektů této nadace je pak organizace „Pomozte dětem“. Samotný grantový program „Make a Connection“ podporuje hlavně mladé lidi a jejich projekty (Nadace rozvoje občanské společnosti, © 2018).

Na podpoře festivalu „Hudba pomáhá“ se podílela i „Nadace Vodafone“. Ta funguje v České republice již od roku 2006 pod společností Vodafone Czech Republic, a.s. Nadace si stanovila několik cílů, kterých by ráda dosáhla v rámci financování projektů:

- *„zvyšují inovační potenciál organizací, jež usilují o společenskou a sociální změnu prostřednictvím moderních informačních a komunikačních technologií*
- *zpřístupňují mobilní technologie lidem a komunitám, které z nich mají užitek*
- *posilují angažovanost mladých lidí v řešení naléhavých společenských problémů novým způsobem*
- *propojují byznys a neziskový sektor na poli expertního dobrovolnictví a tím zvyšují kapacity neziskového sektoru*
- *podporují osobní zapojení zaměstnanců Vodafone ČR v místních komunitách“* (Nadace Vodafone Česká republika, © 2018)

Na podobné bázi funguje i „Nadace O2“. I jejího grantového programu „Hudba pomáhá“ využila ke své realizaci. V roce 2011 přišli s projektem „Thing Big“, který za finanční podpory umožnil vznik mnoha nových projektům. Grant od této společnosti tak napomohl i festivalu „Hudba pomáhá“ k dalšímu rozvoji a zlepšení ve své

činnosti. Později se program přeměnil na „SmartUp“⁷, který ovšem stále nese stejnou myšlenku jako program „Think Big“ – poskytnout finanční podporu na realizaci nově vznikajících projektů (Nadace O2, © 2017).

V neposlední řadě festival „Hudba pomáhá“ podpořila i nadace „Divoké Husy“. Jejím cílem ovšem není poskytnutí finančních prostředků na realizaci daného projektu, ale zdvojnásobení vybraného výtěžku. Jedná se o nadaci, která funguje již od roku 1997. Roku 2006 spojili své síly s „Nadace Civilia“ a od té doby podpořili více jak 1500 projektů a rozdali bezmála přes 300 milionů korun. Nadace svoji pozornost věnuje zejména neziskovým organizacím, které se pohybují v sociální a zdravotní oblasti a také na humanitární projekty celého světa (Divoké Husy, © 2018).

Festival „Hudba pomáhá“ podporují dotacemi obec Morašice, město Litomyšl, město Vysoké Mýto a Pardubický kraj. Jejich podpora je velmi důležitá a dává organizátorům nejen finanční prostředky, ale také psychickou podporu a motivaci. Z takové pomoci je vidět, že i kraj a obce, ve kterých festival působí, mají zájem o aktivity podobného typu, které rády podpoří.

4.2.7.3 ROZPOČET A JEHO ČERPÁNÍ

Podstatné před realizací jakékoliv akce, je zapotřebí stanovit si rozpočet veškerých výdajů. Tedy, co vše je nutné zařídit a za co vše bude potřeba zaplatit jakou částku. Každá akce je finančně závislá k tomu, aby mohla být uskutečněna. Práce s jakýmkoliv typem financí, které projdou „Hudba pomáhá“, je velmi zodpovědná. Proto se v týmu nachází odborníci z oblasti ekonomie a účetnictví. Ti pracují se všemi penězi, jak získanými pro pořádání akce, tak následně s výtěžkem z koncertů. Jedná se o pozici, která vyžaduje soustředěnost, znalosti v daném oboru, velkou zodpovědnost a preciznost.

Rozpočet v sobě zahrnuje veškeré výdaje i příjmy. Jedná se tak o plán velmi důsledný. Co se týká realizace koncertu, výdaje se objevují v mnoha složkách festivalu. Vždy neplatí pravidlo, že pokud se jedná o benefiční akci, lidé okolo vám vše poskytnou zadarmo. V následujícím výčtu si zmíníme několik nejpodstatnějších položek, které musí často festival zafinancovat, aby mohl vůbec fungovat:

⁷ Více informací dostupné na: <https://www.o2smartup.cz/>

- OSA
- Honorář známe kapely (často pouze cestovné a technika)
- Pronájem prostor
- Světla
- Zvuk
- Tisk (často věnován jako sponzorský dar)
- Plakátovací plochy
- Investice produkčního týmu (např. kasičky pro veřejnou sbírku)
- Catering
- Další výdaje

4.2.8 GRAFIKA

Každá organizace má svoji vlastní identitu. Pomocí ní se ukazuje navenek v podobě propagačních materiálů, tiskovin, reklam či webových stránek. Její grafická podoba tak určuje celkový dojem organizace. Velmi podstatné jsou společné znaky, které se spojí v jeden prvek. Ten je pak využíván při všech aktivitách organizace. Takto daným vizuálem se prezentuje i festival „Hudba pomáhá“. Odlišuje ho od okolních akcí a je pro něj typický. To mu napomáhá být jedinečný i v tomto ohledu a tak je pro své okolí i lépe rozpoznatelný. V průběhu let se vizuál celého festivalu měnil. Nejvýraznějším a nejvíce proměnlivým prvkem se stalo logo. S tím souvisí i barvené spektrum, které je pro festival „Hudba pomáhá“ typické. Později si také festival vytvořil sadu vlastních ikon, které používal nejen na prodejní materiál, ale také v jiných propagačních materiálech nebo jako dekoraci. I ty postupem času změnily svůj vzhled.

Festival začínal jednoduchým logem spojených počátečních písmen názvu festivalu – HP. Černobílé logo se zobrazením usmívajícího se písmene P působilo pozitivně, ale později už stroze a ne příliš poutavě. V roce 2014 se vizuál loga lehce změnil. Jeho podoba vycházela z původního loga festivalu, které bylo doplněno pouze o novou barevnost. Paralelně s novou podobou loga vznikla také nová fontová sada a základní sada ikon. O rok později se logo „Hudba pomáhá“ začalo měnit výrazněji. Festival využíval pouze textovou podobu, kde název doplňoval dovětek „benefiční festival“. Logo obsahovalo celý název v bílo modré barvě, kterou doplňovalo velmi často

žluté pozadí. Se vznikem nového loga přišlo také mnoho nového propagačního materiálu. Vzniklo také heslo, kterým se „Hudba pomáhá“ řídila:

„OSLAĎ ŽIVOT NĚKOMU, KDO HO ZAS TAK SLADKÝ NEMÁ.“

S vývojem festivalu se vyvíjela nadále i jeho grafická podoba. Od roku 2017 začal opouštět od žluté barvy a přesouvá se spíše do modrých odstínů, kdy ale žlutá hraje stále v jeho grafice svoji roli. „Hudba pomáhá“, tak přijala novou vizuální identitu, jež ji lépe komunikuje a zviditelňuje. Vznikla také nová sada ikon, jež opouští od původního hesla: „Oslad’ život někomu, kdo ho zas tak sladký nemá“, které zobrazují hudební a sociální tematiku.

Grafika „Hudba pomáhá“ si zakládá na již zmíněné barevné kombinaci, do které patří spektrum modrých barev s doplňkovou žlutou. Jejich používání je velmi důležité pro rozpoznání samotného festivalu. Důsledné používání vybraného barevného spektra je podstatné u publikací „Hudba pomáhá“ k rychlé orientaci a rozpoznání díky jejímu vizuálu. Stejně jako si „Hudba pomáhá“ zakládá na vizuálu loga, pokládá za důležité vhodně zvolenou a striktně dodržovanou typografii. V neposlední řadě je důležitou součástí festivalu také sada již zmíněných ikon. Ikony mají podobu libovolného piktogramu, v souvislosti s „Hudba pomáhá“, umístěného ve světle modrém kruhu. To vše ovšem stále v souladu s vizuálním stylem celého festivalu. Jejich umístění může být různorodé s možností kombinování.⁸

4.2.9 POHLED OKOLÍ

Z poměrně malé akce v podobě jednoho koncertu za účelem pomoci jeho výtěžkem dítěti s handicapem se postupem času vyklubal vcelku velký hudební festival, který získával a stále získává více a více pozornosti. Té si můžeme všimnout hned v několika aspektech. Pro festival samotný je určitě jedním z nejpodstatnějších faktů, že koncerty navštěvuje stále více diváků. Někteří z nich se v průběhu let stali již jejich stálými hosty, podporovateli a přáteli. Nejen, že se o festivalu mluví mezi lidmi, ale velmi často je také zmiňován v médiích.

Ohlasy v médiích slouží také jako jedna z forem propagace. O to se zaslouhují zejména lokální tiskoviny, např. Svitavský deník, Orlický deník, ale i Dolnoújezdský zpravodaj či zpravodaj Vidlaté Seče. Již několik let píší reportáže a články z jednotlivých

⁸ Dostupné z: Grafický manuál Hudba pomáhá

koncertů. „Hudba pomáhá“ není zmiňována pouze v tištěných médiích, ale také v nejrůznějších reportážích regionální televize CMS TV, které jsou vysílány zejména v rámci internetového vysílání. Jakákoliv média jsou celkově velkým zdrojem zpětných reakcí, které jsou pro tvorbu festivalu důležité. Jak už bylo několikrát řečeno, festival vznikl hlavně, aby pomáhal, ale aby takový projekt mohl fungovat, je důležité získat si své příznivce a podporovatele. Lidé přicházejí nejen s pomocnou rukou, ale zároveň si chtějí odnést zážitek, který by měl být příjemný, kvalitní a líbivý.

„Hudba pomáhá“ chce pro své návštěvníky zprostředkovat co nejlepší zážitek, proto jsou pro ni zpětné vazby velmi důležité. Jsou pro ni inspirací a prostředkem ke zkvalitnění dalších ročníků festivalu. Jednou z možností jak, získat reakce přímo od diváků, jsou např. vzkazy, které může každý návštěvník zanechat v návštěvní knize nebo nástěnce k tomu určené ihned po skončení představení. Nejčastěji se však ohlasů na festival dostává z přímé komunikace s návštěvníky či z doslechu. „Hudba pomáhá“ se může pochlubit velmi kladnými a příjemnými ohlasy, které její členy motivují a inspirují pro další práci. To, že práce celého týmu v rámci festivalu dosahuje kvalitních výsledků, je také poznat z nominací na různá ocenění. Ocenění, která festival již získal, jsme zmiňovali v úvodní části kapitoly o festivalu (4.1. ZAČÁTKY „HUDBA POMÁHÁ“). Jedná se o velmi příjemný a další motivující prvek, který je krásným hodnocením náročné práce.

Samozřejmě, že každý projekt se neshledává pouze s pozitivními ohlasy. Vždy se najdou i takové, které jsou spíše negativního rázu. Ovšem takové názory mohou mnohdy podnítit k lepší práci. „Hudba pomáhá“ se s negativními postoji okolí setkává také. V rámci názorů na představení a koncerty, jsou taková stanoviska přijatelná, a jak již bylo řečeno, mnohdy motivující. Bohužel druhou stránkou věci jsou nepříjemné postoje společnosti vůči podporované rodině. Mnohdy se setkáváme s lidmi, kteří jsou nepřející, závistiví, chamtiví a mají tendenci ubližovat svému okolí a to zejména právě členům vybrané rodiny. Jsou to situace, které i „Hudba pomáhá“ řeší, je v takovém případě celé rodině nápomocna. Proto se zabývá osvětou v tématu osob s postižením. Společnost k takovému jednání velmi často dohání zejména nevědomost v daném oboru, předsudky a pomluvy. „Hudba pomáhá“ si tak bere za povinnost o dané problematice své okolí informovat a předcházet podobným nedorozuměním.

4.2.10 DOPROVODNÉ AKCE

V mnoha částech této práce hovoříme o „Hudbě pomáhá“ jako o festivalu. To z toho důvodu, že se nejedná pouze o koncert, ale více akcí v průběhu celého roku. Nejpodstatnější částí jsou samozřejmě vánoční koncerty, ke kterým je připojen klubový koncert známého interpreta a v posledních letech také divadlo či prodejní výstava. Nově však „Hudba pomáhá“ přichází i s dalšími projekty.

4.2.10.1 „HLEDÁ SE KÁMOŠ“

V roce 2017 se začala zabývat myšlenkou jak, propojit více společnost s rodinami, které již podpořila a také jak více propojit rodiny se společností. Zjistila totiž, že by mnoho dětí potřebovalo nějakého „kamaráda“. V mnoha případech jsou tyto děti izolované od běžného světa, což je samozřejmě dáno jejich handicapem, ale někdy také rodinami, kde žijí. Rodiče těchto dětí mají často tendenci se společností stranit. Když děti dosáhnou věku, aby navštěvovaly školu, bývá to často jediná změna prostředí a zapojení se do společnosti. Stále však se pohybují pouze v okolí osob se stejnými problémy. Postupně tak vznikl projekt s názvem „HLEDÁ SE KÁMOŠ“.

„HLEDÁ SE KÁMOŠ“ by měl být projekt, který zapojí lidi ze svého okolí. Lidi, kteří mají zájem strávit pár hodin svého volného času ve společnosti dětí s postižením a tak jim i jejich rodinám zpříjemnit den. Uvést je do chodu běžného života, řešit s nimi jejich osobní životní problémy a zkrátka jim ukázat, že jsou běžnou součástí společnosti, kde se necítí být vytlačovanými nebo odsuzovanými. Mnoho dětí, které „Hudba pomáhá“ podpořila, v současnosti přesáhlo již věk 18 let a řeší běžné problémy, se kterými se setkávají jejich vrstevníci. Hezké dívky či chlapce, sport, hudbu, přátele apod. Takový „kámoš“ by měl za úkol všechny oblasti zájmu daného dítěte podpořit. Můžeme uvést několik příkladů, jako zajít s ním na „pivo“, do kina, na sportovní zápas, koncert nebo jen vyjít ven na procházku a strávit s ním příjemný čas. Nejenže taková chvíle pomůže rodičům daného dítěte, ale samotné dítě může nabýt pocit cennosti. Je však podstatné si uvědomit, že tato činnost není jednoduchá. Nepleťme si ji se službou asistenční. Nazveme ji pouze službou přátelskou.

4.2.10.2 „HUDBA JEDE NA VÝLET“

Projekt „HLEDÁ SE KÁMOŠ“ je dlouhodobým procesem, do kterého se nemůže festival vrhnout hned, ale musí si pro něho a zejména pro rodiny a jejich okolí vytvořit přípravu. Na počátku roku 2018, tak vznikl projekt nový s názvem „HUDBA JEDE NA

VÝLET“. Jedná se o setkávání podpořených rodin, členů týmu „Hudba pomáhá“ a okolí v rámci celého roku. Podoba projektu v sobě nese vidinu podnikání společných akcí, které stmelují lidi, jež v sobě zahrnuje celý festival.

Jak už samotný název projektu napovídá, „Hudba pomáhá“ pozve řadu lidí, se kterými pojedete na výlet, podnikne „túru“ nebo vezme kytaru a zazpívá si písničky u táboráku. Oba dva projekty vznikly ve spojení myšlenek členů týmu, ale také z ohlasů podpořených rodin. Mnoho z nich navrhlo, že by o něco podobného mělo zájem, že se chce více zapojit do dění společnosti okolo nich, že chce zažít více dobrodružství a získat tak více přátel i pro své děti.

4.3 KOHO UŽ „HUDBA POMÁHÁ“ PODPOŘILA DO ROKU 2017

Roku 2017 „Hudba pomáhá“ oslavila 11 let svého působení. Za tu dobu stihla podpořit 14 handicapovaných dětí a dvakrát organizaci Berenika z Vysokého Mýta. To vše neuvěřitelnou částkou 2 299 266 Kč. Z původně malého koncertu, komornějšího rázu se vyklubal celý festival, který svoji pomoc rozšiřuje. Pojdme si v této kapitole přiblížit koho, už „Hudba pomáhá“ stihla za 11 let podpořit.

4.3.1 HUDBA PRO ŠIMONA

Šimon je chlapec, který byl prvním podpořeným dítětem v rámci festivalu „Hudba Pomáhá“. Po porodu se vyskytly komplikace, které způsobily Šimonovo postižení. Jedná se o propojení mentálního, tělesného i smyslového postižení s přidruženou epilepsií. Výtěžek z koncertu putoval na speciální počítačovou sestavu právě pro Šimona.

Účinkující:

- MOTHER'S ANGELES
- TRIO DE JANEIRO
- FISH FINGERS

Výtěžek: 25.000,- Kč

(10 let HUDBA POMÁHÁ – dokument, © 2016).

4.3.2 HUDBA PRO MICHALKU

V roce 2008 se po výborných ohlasech uskutečnil druhý ročník festivalu „Hudba pomáhá“. Ten patřil Michalce, která v útlém dětství prodělala operaci obou očí, což vedlo k nevidomosti. V době, kdy ji festival podporoval, navštěvovala třetí třídu ZŠ. Rodina o ní mluvila jako o velmi šikovné, přátelské holčičce s výborným sluchem. Ráda zpívala, hrála na flétnu a elektronické varhany. Příspěvek tak putoval na zakoupení pianina a návštěvu LŠU, aby ji byla umožněna hra na klavír. Daný ročník byl koncipován do tří žánrově odlišných večerů. Udával se v Chocni a to na přelomu měsíců září a října. Jako doprovodný program byla pro návštěvníky nachystaná prezentace o životě osob s handicapem. Prvně byl také zaveden pojem „minimální vstupné“, které činilo 50,- Kč. Návštěvníci měli možnost do kasičky přihodit i částku větší.

Účinkující:

- JO!SKA
- PSISKAPSY
- SKA 'N' DAAL
- KRAJDA BLUES
- LOS HONGOS
- DOUBLE BUBBLE
- TRIO DE JANEIRO
- DĚDOVY BLECHY
- BAREVNÝ NÁTĚR
- ZNOUZECTNOST

Výtěžek: 24.465,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2008)

4.3.3 HUDBA PRO TOMA

Třetí ročník „Hudba pomáhá“ v roce 2009 podpořil chlapce jménem Tom. Tomáš je chlapec, který byl po porodu hospitalizován z důvodu nepřítomnosti kyslíku v plicích, což zapříčinilo dětskou mozkovou obrnu s mimovolnými pohyby. Výtěžek putoval na koupi notebooku, který potřeboval chlapec ke svému studiu. Hudební program se rozrostl od loňského roku do čtyř hudebních večerů.

Účinkující:

- ZNOUZECTNOST
- DĚDOVI BLECHY
- 123 min.
- XINDL X

Výtěžek: 26. 325,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2009)

4.3.4 HUDBA PRO NIKOLKU

V listopadu roku 2010 se uskutečnil čtvrtý ročník festivalu „Hudba pomáhá“ pro Nikolku. Dívka s diagnózou dětské mozkové obrny potřebovala ke zkvalitnění svého života relaxační vak a polohovací postel. Za pomoci návštěvníků, nadaci „Divoké Husy“ a účinkujícím kapelám se podařilo vybranou částku zdvojnásobit na 100.000,-Kč. Nikolce byla věnována polovina výtěžku a druhou se rozhodli pořadatelé podpořit devítiletého Ondřeje z Chocně, kterému byla zakoupena autosedačka pro děti se speciálními potřebami. Ta umožnila jemu i rodičům zajistit komfortnější přepravu autem směrem do školy, k lékaři nebo na výlety.

Účinkující:

- MAKO!MAKO
- VOLANT
- ČANKIŠOU
- VYPSANÁ FIXA

Výtěžek: 100.000,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2010)

4.3.5 HUDBA PRO MICHALA

Roku 2011 se působení festivalu přesouvá z Chocně do Vysokého Mýta. Zde podpořil Michala, dvaadvacetiletého mladíka, který trpěl tzv. nemocí motýlích křídel. Michal navštěvoval chráněné bydlení o.s. Berenika ve Vysokém Mýtě. Nemoc, kterou Michal trpěl, je velmi závažná. Tato nemoc je obrovsky bolestivá, kdy i při mírném tření pokožky může vzniknout puchýř, jenž následně praskne a vytvoří se tak velmi

bolestivá rána. „Hudba pomáhá“ se rozhodla Michala zapojit do společnosti, v co největší možné míře, proto výtěžek všech koncertů věnovala na koupi tříkolky a elektrofonu. Tento ročník obsahoval tři koncertní večery, na nichž se představilo velké množství kapel. Zmíníme pouze několik z nich:

Účinkující:

- PUB ANIMALS
- TIMUDEJ
- N.V.Ú.
- STOLEN LIVES
- GRIDE
- BRUTALLY DECEASED
- EARDELETE
- NORRIS
- M@RK
- A další

Výtěžek: 40.000,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2011)

4.3.6 HUDBA POR BERENIKU

V roce 2012 se „Hudba pomáhá“ rozhodla poprvé podpořit již zmiňovanou organizaci Berenika. Ta se věnuje podpoře o dospělé osoby s mentálním či tělesným postižením, kteří potřebují každodenní péči. Napomáhá jim tak zvládat samostatně základní péči o jejich osobu. Finanční výtěžek, putoval na zakoupení pomůcek, které usnadnili práci také pracovníkům organizace. Zakoupen byl speciální zvedák pro klienty o.s. Berenika. Ten jim napomůže při přesunech na toaletu, do vany či na lůžko. Celkový výtěžek ze tří koncertů byl za pomoci získaného grantu zdvojnásoben nadací „Divoké Husy“ na 112.838,-Kč. „Hudba pomáhá“ se tak mohla pyšnit druhým nejvyšším výtěžkem v celém svém dosavadním působení.

Účinkující:

- EVOLUTION DEJAVU
- FAST FOOD ORCH.

- SKYLINE
- CHRIS SADLER

Výtěžek: 56.419,-Kč → zdvojnásoben na 112.838,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2012)

4.3.7 HUDBA PRO ERIKA

Následující ročník roku 2013 byl pro „Hudbu pomáhá“ zlomovým v mnoha ohledech. Do projektu se připojila skupina „Parkoviště pro velbloudy“ se sérií vánočních koncertů, získala mnoho nových dobrovolníků, koncerty navštívilo mnoho diváků a také se podařilo vybrat neuvěřitelnou částku v celé historii festivalu. Sedmý ročník byl věnován čtyřletému Erikovi z Pardubic. Erik má diagnózu dětské mozkové obrny a pro svůj rozvoj potřebuje navštěvovat léčebné pobyty v lázních. Celkovou částku napomohla navýšit opět nadace „Divoké Husy“ o 60.000,- Kč. Erikovi tak mohly být dopřány tři lázeňské pobyty, které mu napomohly v jeho rozvoji.

Účinkující:

- CHINASKI
- PARKOVIŠTĚ PRO VELBLOUDY a jejich hosté - Dáda Koupilová, Nikol Držmíšková, Tomáš Fuchs a Lucie Tomanová

Výtěžek: 242.645,-Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2013)

4.3.8 HUDBA PRO PETRU A RENÁTU

Osmí ročník festivalu poprvé podpořil dvojčata. V roce 2014, to byly konkrétně dvě dívky Petra a Renáta, kterým byla diagnostikována dětská mozková obrna s těžkou mentální retardací, epilepsií a zrakovým postižením. Výtěžek koncertu putoval na zakoupení speciálních polohovacích vozíků s možností elektrického pohonu.

Účinkující:

- DAN BÁRTA se skupinou ILLUSTRATOSPHERE
- PARKOVIŠTĚ PRO VELBLOUDY a jejich hosté – Dáda Koupilová, Ondřej Pavlák, Lucie Tomanová a Nikol Držmíšková

Výtěžek:189.036,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2014)

4.3.9 HUDBA PRO VERUNKU

Rok 2015 byl prozatím jediným, který vytvořil dvě série koncertů. První proběhla na jaře, která podpořila Verunku, dívku s dětskou mozkovou obrnou z Brna. Ta pro svůj rozvoj potřebuje navštěvovat lázně, které ji napomáhají v samostatném pohybu. Koncert kapely CHINASKI, jehož vstupné putovalo pro Verunku, bylo z jejich samotné iniciativy. Rodina této dívky se s nimi spojila a kapela se spojila s „Hudbou pomáhá“. Jedná se tak o první spolupráci, kdy bylo podpořeno dítě mimo Pardubický kraj.

Účinkující:

- CHINASKI

Výtěžek: 122.500,- Kč + podpora ZUŠ Vysokého Mýta 7.869,- Kč = 130.369,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2015)

4.3.10 HUDBA PRO VOJTU

V tom samém roce (2015) pak pokračovala klasická série koncertů v období Vánoc. Ta byla věnována Vojtovi, chlapci s dětskou mozkovou obrnou. Vojta se narodil předčasně a v důsledku krvácení do mozku jedna jeho polovina nefunguje, což ho omezuje i v pohybové a smyslové oblasti. V druhé sérii vystoupení se odehrál klasický klubový koncert a do programu bylo také přidáno divadelní představení s názvem Víkend s bohem. Výtěžek byl opět věnován na KLIM-Therapy v lázních Klimkovice.

Účinkující:

- MYDY RABYCAD
- PARKOVIŠTĚ PRO VELBLOUDY a jejich hosté – Mother's Angeles, Iva Kolářová a Ondřej Pavlák

Výtěžek: 219.898,-Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2015)

4.3.11 HUDBA PRO MÍŠU

Rok 2016 podpořil festival malou Michalku, která trpí střední mentální retardací doprovázenou dalšími potížemi, jako je např. snížená pohyblivost nebo vada očí. Výtěžek koncertu byl věnován opět na léčebný pobyt v lázních, kde se zaměřili zejména na rehabilitaci obou Michalčiných nožiček pro následnou lepší pohyblivost. V rámci festivalu vystoupila opět kapela Chinaski, která již před tím přislíbila dlouholetou spolupráci. O koncert byl velký zájem, proto se pořadatelé rozhodli udělat koncerty dva. Na obou koncertech se vybralo celkem 261.300,- Kč. Jelikož pro Michalku byly nachystány ještě klasické vánoční koncerty, rozhodli se organizátoři věnovat polovinu tohoto výtěžku již podruhé vysokomýtské organizaci o. s. Berenika. Doprovodnými akcemi všech koncertů byly výstava handicapovaného malíře Tomáše Rybičky a také divadelní představení Jaroslava Duška s názvem Čtyři dohody. V adventním čase opět přibyla série vánočních koncertů skupiny „Parkoviště pro velbloudy“ a jejich hostů.

Účinkující:

- CHINAKSI
- PARKOVIŠTĚ PRO VELBLOUDY a jejich hosté – Anežka Jiskrová a Pavel Horníček

Výtěžek: 454.924,- Kč, kdy celková částka pro Michalku činila 324.274,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2016)

4.3.12 HUDBA PRO RÁŽU A HONZÍKA

Po třech letech v rámci jedenáctého ročníku „Hudba pomáhá“ poskytla svoji pomoc opět dvojčatům. Tentokrát chlapcům Radovanovi a Janovi s diagnózou dětské mozkové obrny. Ani v roce 2017 nechybělo na festivalu vystoupení známého hudebního interpreta. V listopadu doplnilo festival divadelní představení Čtení ke kafi, kde vystoupily známé herečky Nikola a Daniela Zbytovské s Bárrou Seidlovou. Vánoční čas návštěvníkům opět zpříjemnila skupina „Parkoviště pro velbloudy“ se svými hosty a vánočními písněmi. Krásný výtěžek chlapcům posloužil na zakoupení speciálního přístroje tzv. MOTomed. Tak mohou rodiče s chlapci cvičit bez větší námahy, kdy jim přístroj pomůže k lepší pohyblivosti.

Účinkující:

- MICHAL HRŮZA a Kapela Hrůzy
- PARKOVIŠTĚ PRO VELBLOUDY a jejich hosté – Josef a Dagmar Vaňkovi

Výtěžek: 201.357,- Kč

(Hudba pomáhá – historie, © 2017)

V závěru kapitoly o festivalu „Hudba pomáhá“ bych ráda uvedla několik myšlenek, které v hlavách nosí členové týmu „Hudba pomáhá“. Jedná se o přání, která by chtěli festivalu popřát do budoucích let a uvedli je v již zmiňovaných dotaznících vytvořených pro členy týmu v roce 2017 tiskovým oddělením. Několik velmi pěkných myšlenek a přání si pojďme tedy uvést:

„Snad jen nesmrtelnost. Taky bych si přál, aby poselství festivalu Hudba pomáhá prolétlo celou republikou. Třeba to, že pomáhat lidem s handicapem, je normální. Ale každý si z toho může vzít své. „

(Vojtěch Sedláček – ředitel festivalu)

„Asi hodně štěstí. Šťastný festival bude dělat šťastným i své okolí“

(Gabriela Špinarová – vedoucí produkce)

„Hudbě pomáhá přejí mnoho úžasných lidí, kteří se podílejí na tomto festivalu a bez kterých by se to neobešlo. Mnoho korunek, které pomohou handicapovaným dětem z Pardubického kraje a tak usnadní jejich začlenění do běžného života. A do třetice také pevné nervy a velkou trpělivost především rodičům handicapovaných dětí i jejich blízkým. “

(Marie Klusoňová – hra na saxofon)

„Stále stejný počet aktivních bláznů.“

(Petr Mikulecký – vedoucí umělecké produkce)

4.4 AKCE PODOBNÉHO TYPU V ČR

V rámci České Republiky existuje mnoho organizací, které se zabývají charitativní/benefiční činností. Některé z nich se rozměry podobají festivalu „Hudba pomáhá“. Jedná se o menší lokálnější organizace, čemuž odpovídá i jejich činnost. Nemůžeme ale tvrdit, že jejich práce je méně cenná než u organizací, které jsou více známé veřejnosti. V této podkapitole bych ovšem ráda zmínila právě ty organizace, které jsou velmi často publikovány v médiích a mezi jejichž projekty patří právě benefiční koncerty, podobně jako v rámci „Hudba pomáhá“.

4.4.1 „CENTRUM PARAPLE“

„Centrum Paraple“ je organizace, jejímž hlavním cílem je podpora osob s poškozením míchy, zlepšení jejich zdravotního stavu a sociální péče. Její historie sahá až do roku 1990, kdy bylo založeno občanské sdružení „Svaz paraplegiků“, jejichž hlavní cíl byl podobný stejně jako cíl současného „Centrum Paraple“. V březnu roku 1993 se uskutečnila valná hromada „Svazu paraplegiků“, které se účastnila Olga Havlová. Ta podpořila zřízení projektu „Centrum informací a pomoci pro lidi s poškozením míchy“. To v červnu stejného roku začalo poskytovat poradenské služby lidem s poškozením míchy. Z důvodu malých prostor se daného roku v prosinci začalo hovořit o vybudování komplexního centra pro poskytování pomoci a podpory těmto osobám. Tuto myšlenku podpořila nejen již zmíněná Olga Havlová, ale do podpory se zapojila již známá tvář „Centrum Paraple“, pan Zdeněk Svěrák. Ten také navrhl nově vznikající centrum pojmenovat, jak ho známe dnes. Od roku 1994 poprvé Zdeněk Svěrák společně s Českou televizí uvedli tzv. Dobročinnou akademii. Od té doby byl pořad vysílán každý rok po dobu 20 let (do roku 2014).

Od roku 1994 do roku 2000 „Centrum Paraple“ podporovalo lidi s poškozením míchy, jejich rodiny a jak již bylo zmíněno, poskytovalo jim veškeré poradenské služby, včetně sociální rehabilitace. Dále také umožňovalo odborné stáže či praxe pro studenty fyzioterapie, ergoterapie a sociální pracovníky. Pro své klienty pořádalo pobyty zaměřené na instruktážní sociální rehabilitaci a také pobyty sportovní. Zapojovalo se také do pořádání mezinárodních konferencí zaměřených na rehabilitaci osob s poškozenou míchou. To za podpory Svazu paraplegiků, Ministerstva zdravotnictví a Vojtova centra. Do roku 2001 centrum poskytovalo své služby pouze ambulantní formou. V únoru roku 2001 se však díky dostavbě budovy „Centrum Paraple“ začala jejich péče rozšiřovat i ve formě týdenních pobytů. Své služby organizace rozšířila i o mnoho kurzů a programů,

kteří mohli jejich klienti využívat (např. Mára-táta na vozíku). Roku 2002 byly po schválení Ministerstva zdravotnictví do péče zařazeny i 3 spinální jednotky. V roce 2010 Zdeněk Svěrák společně se Svazem paraplegiků vybudoval obecně prospěšnou společnost „Centrum Paraple“, jako samostatnou právní jednotku.

Jednou z možností jak „Centrum Paraple“ a jejich klienty podpořit je již zmíněná spolupráce s Českou televizí v podobě benefičních koncertů a v posledních letech také akce s názvem Hvězdy tančí pro Paraple.

Současný ředitel organizace David Lukeš zmiňuje, že koncerty se staly obrovskou příležitostí, jak získat finance pro osoby s postižením. O jejich realizaci se nejvíce zasloužil Zdeněk Svěrák, ale také mnoho partnerů a sponzorů, které organizaci podporují finančně. V případě „Centrum Paraple“ je pořádání benefičního koncertu několika měsíční prací (2-6 měsíců) menšího týmu produkce a většího týmu dobrovolníků a zaměstnanců v době konání akce. Paraple se drží osvědčeného konceptu – zaujmout co největší počet sympatizantů a návštěvníků koncertu či jiné akce. Proto také jejich uspořádání mnohdy staví na známých tvářích, s kterými se na spolupráci v benefici většinou dohodnou bez problémů.

Benefiční koncerty nejsou ovšem jedinou akcí, kde lze „Centrum Paraple“ podpořit. Další velmi žádanou akcí se stal také tradiční Běh pro Paraple. Jedná se o benefiční sportovní společenskou akci, která je pořádána v období května či června. Poprvé přišel projekt k životu v roce 2000 a od té doby se každoročně opakuje. Určeny jsou jak pro dospělé, tak i pro děti. Účastníci zaplatí startovné, které putuje do výtěžku celé akce. Nejenže si účastníci užijí příjemně strávený den, ale také obdrží upomínkové předměty. Program je také doplněn koncerty známých kapel, nejrůznější workshopy, divadelní představení a výborné občerstvení. Od roku 2009 přišlo „Centrum Paraple“ ještě s jednou zajímavou aktivitou – golfové turnaje. Patronem celého projektu se stal Marek Eben. Účastnit se mohou nejen jednotlivci, ale také celé skupiny či firmy.

Aby mohly být veškeré projekty organizace úspěšné, snaží se také o svoji vlastní medializaci. Nejčastěji tak konají v moderní online komunikaci, ale i v tradičnější podobě, tzv. outdoorové komunikace (billboardy, městský mobiliář, rámečky v MHD, ...). Média považují za svého přítele, který jim napomáhá v komunikaci a reklamě (propagaci). Ve svůj prospěch vidí také to, že jsou známou organizací. Stále však si staví za svůj cíl dále růst. Konkrétně navýšit kapacitu poskytovaných služeb. V průběhu deseti let by chtěli

mít k dispozici minimálně o 50% současné kapacity navíc. O benefičních koncertech tvrdí, že v nich budou i nadále rádi pokračovat, pokud budou stále pro veřejnost atraktivní. Může se ovšem stát že, v mezičase tuto aktivitu vystřídá jiná. Taková, která bude dárcovsky efektivnější. Zároveň by si popřáli, aby „Centrum Paraple“ mělo nadále rostoucí přízeň dárců jak současných, ale tak i nových a potencionálních (od malých individuálních až po velké firemní) (Paraple © 2018, Rozhovor s panem Janem DOLÍNKEM, manažer fundraisingu po Centrum Paraple, Praha 1. 11. 2017).

4.4.2 „SVĚTLUŠKA“

„Světluška“ je součástí Nadačního fondu Českého rozhlasu. Ten se rozhodl vytvořit projekt, který funguje již od roku 2003. Od té doby se v něm vystřídalo více než 66 000 dobrovolníků a mnoho dárců. „Světluška“ se pyšní mnohými, velmi úspěšnými, projekty jejichž výtěžky jdou na podporu osob se zrakovým postižením. Jednou netradiční možností podpory je koupě kalendáře či křišťálu. Křišťál pro Světlušku tvoří nevidomí umělci, kteří každoročně předvedou novou kolekci z českého křišťálu. Každoročně také na podzim probíhá sbírková akce s názvem „V září světlušky září“. Jedná se o prodejní činnost na ulicích, kde dobrovolníci (povětšinou studenti) s roztomilými tykadly prodávají kolemjdoucím propagační předměty „Světlušky“. Výtěžek z této události jde taktéž na podporu osob nevidomých.

Stejně jako „Centrum Paraple“ je „Světluška“ známá pro své benefiční koncerty s názvem Světlo pro světlušku, zaštitěné Českou televizí. Ty jsou veřejností jedním z nejvyhledávanějších projektů. Na koncertech vystupuje mnoho známých tváří nejen z oblasti hudebního showbyznysu. Hudební program je však velkou motivací pro návštěvníky. Celkově se koncerty staly proslulé zejména díky zpěvačce Anetě Langerové, která se stala jejich „tváří“. Přestože už s projektem „Světluška“ Aneta nespolupracuje, stále si ji s ním veřejnost spojuje. Jedním z cílů koncertu je získat finanční podporu pro osoby se zrakovým postižením od veřejnosti. Můžeme si ale také všimnout, že se „Světluška“ pojí s mnoha známými osobnostmi. Ty se snaží zažít situace běžného života stejně jako osoby nevidomé. V krátkých průstřizích tak „Světluška“ informuje širokou veřejnost o problematice daných osob, jejich životě a společenském zařazení. Podporuje tak osvětu veřejnosti o dané problematice. Kromě populárních českých interpretů se v rámci večera také ukáže mnoho umělců se zrakovým postižením včetně Světluščího sboru, složeného z šedesáti členů. Tvoří jej děti z Kühnova dětského sboru, ze školy Jaroslava Ježka a základní školy pro zrakově postižené v Praze.

Další velmi populární akcí je opět stejně jako při „Centru Paraple“ sportovní událost v podobě benefičního běhu. Noční běh pro světlušku je organizován v mnoha českých městech, jako je Praha, Brno, Plzeň, Olomouc či Jihlava. V neposlední řadě se mezi veřejností stala velmi populární Kavárna POTMĚ. Jedná se o speciálně upravený autobus bez oken, pouze s jedním vchodem. Návštěvníci zde zažijí pocit, se kterým se potýkají osoby nevidomé každý den – jaké to je žít a fungovat v naprosté tmě. Každému návštěvníkovi je přiřazen průvodce a zároveň obsluha. V naprosté tmě si můžete pochutnat na klasických nápojích (káva, čaj, džus), které naleznete v běžných kavárnách. Jediné, co vám napomáhá k jakékoliv orientaci, je váš sluch a podpora již zmíněného personálu kavárny. Jedná se o zážitek výjimečný a v mnohých případech velmi obohacující (Český rozhlas, © 2018).

4.4.3 „POMOZTE DĚTEM“

Jedná se o projekt, který byl vytvořen pod záštitou „Nadace rozvoje občanské společnosti“ po pěti letech od jejího působení. „Pomozte dětem“ pomáhá všem znevýhodněným a ohroženým dětem v České republice. Důvodem je, že daná skupina dětí pomoc potřebuje. Jedná se zejména o děti do 18 let věku. Finance, které se za pomoci všech akcí vyberou, jsou později rozesílány do všech regionů České republiky. Projekt působí celoročně a podporuje každý rok 50 projektů, které si vybere. Ty vybírá hned podle několika kritérií. Sleduje, zda se daná organizace zaměřuje na zkvalitnění života dětí. Dále zda je tvořena na rovnoprávném základu pro všechny děti. A v neposlední řadě, zda je oporou v oblasti práv dětí na život v rodinném prostředí či jiném náhradním rodinném prostředí.

Nadace „Pomozte dětem“ cílí na celou Českou republiku, tudíž považuje za přínosné, že je veřejně známá. Také jim v propagaci pomáhají média, jejich internetové stránky a sociální sítě. Nepostradatelnou součástí jsou pro ně i sponzoři. Jejich získávání bývá někdy náročné, ale stane se, že sami mají chuť podpořit dobrou věc, proto projekt osloví sami. „Pomozte dětem“ se prezentuje hned v několika podobách. Jednou z nich je celonárodní sbírka nazývaná také jako Peříčkový týden. Jelikož je projekt „Pomozte dětem“ neodmyslitelně spojený s postavou velkého žlutého kuřete, je název akce naprosto logicky daný a jasný. Jedná se o sbírkovou akci v rámci celé republiky, kdy je jejím hlavním cílem vybrat finanční podporu pro stanovenou skupinu lidí. Veřejnost si tak na ulici může od skupin dobrovolníků zakoupit netradiční peříčkovou brož a tak podpořit činnost celého projektu.

Další možností, jak projekt podpořit je účast na autorském čtení dětských knížek – „Čteme pro kuře“. Čtenáři, kteří se projektu účastní, jsou žáci základních škol a také studenti středních škol v rámci České republiky. Ti se dělí hned do několika kategorií:

- 1. – 5. třída ZŠ
- 6. – 9. třída ZŠ + 1. – 4. ročník osmiletých gymnázií
- SŠ + 5. – 8. ročník osmiletých gymnázií

Existuje mnoho pravidel, za jakých podmínek se žáci projektu mohou zúčastnit. Hlavním smyslem je však účast dítěte, které za splnění všech požadavků získá kredit v hodnotě 50,- Kč. Ten poté věnuje na jeden z charitativních projektů, který se objevil v nominaci celého projektu. Jednou z hlavních osobností a zároveň porotcem celé akce je Zdeněk Svěrák (Čtení pomáhá, © 2015). Celkově se v rámci celé České republiky pořádá mnoho sbírkových akcí v různých podobách, které pro projekt „Pomozte dětem“ uskutečňují jejich spojenci v průběhu celého roku. Často na daných akcích nechybí ani žluté kuře (př.: Touloucovy prázdninové pátky v Litomyšli).

„Pomozte dětem“ se hojně věnuje akcím, které v sobě nesou pomoc v podobě hudby. Jednou z nich je např. „Živý Jukebox“. Jedná se o projekt, kdy hudebník či skupina hudebníků hraje na přání svému publiku. V rámci projektu „Pomozte dětem“ se akce konala na Staroměstském náměstí s podporou známých českých zpěváků a zpěvaček. Benefiční koncert Marie Doležalové a jejich hostů s názvem Šansoniéra pro Kuře je dalším podnikem, který „Pomozte dětem“ podporuje. Nejznámější akcí pro veřejnost je ovšem stále velký benefiční koncert ve spolupráci s Českou televizí, který je považován za vyvrcholení celého ročníku benefičních akcí. Na koncert jsou velmi dlouhé, až roční přípravy.

Důležité je také zajistit správný hudební program, který osloví mnoho diváků. „Pomozte dětem“ se může pochlubit tím, že se setkává z 99% pozitivní odezvou od osobností české scény a jejich podporou. Podpory se však dostává i z řad veřejnosti. Projekt „Pomozte dětem“ podpořil do roku 2017 více jak 190 000 dětí. Za deset let by se „Pomozte dětem“ chtělo stát v roli zprostředkovatele finanční pomoci pro neziskové organizace, zaměřené na konkrétní práci s dětmi tak, aby se mohly soustředit plně na pomoc a měly pokryté náklady na jednotlivé programy. Zároveň by také chtělo stát v roli garanta správně vynaložených finančních prostředků, získaných ve veřejné sbírce

(Pomozte dětem, © 2018, Rozhovor s paní Zlatou KASOVOU, manažerka Pomozte dětem, Praha 12.10.2017).

5. BENEFIČNÍ KONCERTY V ZAHRANIČÍ

V mnoha zahraničních zemích je pořádání benefičních koncertů zaměřeno směrem k humanitární činnosti. Výtěžky takovýchto koncertů jdou do různých světových oblastí, které zužuje doba po přírodní katastrofě, válce nebo se jedná o rozvojovou zemi plnou nemocí a nedostatečných životních podmínek. Ve světě se tento typ pomoci ujal již v roce 1749. Skladatel George Frideric Handel se svým dílem Mesiáš, kdy s ním vystoupil ve prospěch londýnské sirotčí charity.

V současnosti je však za první benefiční koncert považován koncert pro Bangladěš. Ten roku 1971 napomohl organizovat George Harrison. Společně s ním se do pořádání zapojili umělci jako Ravi Shankar, Bob Dylan, Ringo Starr či Eric Clapton. Konal se v Madison Square Garden v New Yorku. Výtěžek sloužil na podporu všem obyvatelům Bangladěše. Ti byli po válečném konfliktu s Pakistánem vystaveni chudobě a hladovění. V 80. letech 20. století se koncertu pro Bangladěš přiblížil koncert Live Aid. Jeho zakladateli byli Bob Geldof a Midge Ure, kteří uspořádali roku 1985 koncert v Londýně a zároveň ve Philadelphii. Hlavní myšlenkou koncertů bylo vybrat finanční obnos na podporu Etiopie postiženou rozsáhlým suchem, které samozřejmě vede k hladomoru a chudobě. Samotným koncertům předcházela singl, který měl již podtitul charitativní, s názvem: „They Know It’s Christmas?“ S ním vydělali něco kolem 8 milionu dolarů a získali motivaci pro organizaci již zmíněných koncertů (The Concert for Bangladesh – dokument, © 1972).

Na obou koncertech vystoupilo mnoho hvězdných zpěváků, zpěvaček a hudebních skupin. V Londýně podpořili akci např. Queen, U2, David Bowie, The Who, Elton John, Paul McCartney, Sting a mnoho dalších. Koncert ve Philadelphii se uskutečnil na stadionu JFK, kde vystoupila Madonna, Bryan Adams, Mick Jagger, Tina Turner, Led Zeppelin, Black Sabbath a v závěru celého koncertu i Michael Jackson a Lionel Richie s proslulou písní „We Are The World“, kterou zpěvem podpořili již zúčastnění zpěváci. Celý koncert byl také přenášán za pomoci televizního vysílání. V přibližně 150 zemích po celém světě jej sledovalo téměř 2 miliardy diváků. I s jejich pomocí se podařilo vybrat přes 150 milionů liber. Za ty poté byly nakoupeny potraviny, vakcíny, léky či stany, které byly

darovány do Etiopie, kde však většina zakoupených a materiálních prostředků spadla do rukou tehdejší etiopské armády (Česká televize, © 2018).

Můžeme však zmínit mnoho dalších benefičních koncertů, které svým výtěžkem chtěly podpořit svět. Roku 1979 Se uskutečnila akce s názvem Dárek písně: Hudba pro koncert UNICEF. UNICEF je velmi známá světová organizace, která podporuje zkvalitnění života v rozvojových zemích. Koncert se konal při příležitosti Valného shromáždění OSN a cílem bylo získat, co nejvíce financí na podporu této organizace. V rámci koncertu vystoupili např. ABBA, Olivia Newton-John či Andy Gibb. V prosinci roku 1979 Paul McCartney a Kurt Waldheim uspořádali v Londýně koncert Kampuchea, z jehož výtěžku podpořili oběti války v Kambodži. The Freddie Mercury Tribute Concert byl uspořádán jako pocta zpěvákovi proslulé skupiny The Queen. Výtěžek koncertu putoval na výzkumné aktivity proti AIDS (Concert for Kampuchea –dokument, © 1980, BBC, © 2018).

Roku 2001 se v Madison Square Garden v New Yorku konal koncert pro New York City jako odezva útoku 11. září 2001. Zároveň byl poctou pro všechny hasiče, policisty a oběti útoku. Paul McCartney, který koncert uspořádal, si k sobě přizval hvězdy jako Rolling Stones, David Bowie, Bon Jovi, The Who, Backstreet Boys, Adam Sandler, Mick Jagger a mnoho dalších. Kromě hudebníků koncert podpořilo mnoho politických osobností, sportovců či filmových režisérů (The Concert for New York City – dokument, © 2001).

V lednu 2005 se v Cardifu uskutečnil koncert s názvem Tsunami Relief Cardiff, který byl věnován obětem zemětřesení v Indickém oceánu. Po megalomanském koncertu Live Aid, byl tento koncert jednou z největších charitativních akcí ve Velké Británii. Velmi proslulou se stala i série benefičních koncertů nazvaná Live 8. Ty se uskutečnily roku 2005 pod záštitou Boba Gelfofa a Midgeho Urema. A to hned v několika zemích po celém světě. Vystoupilo zde více jak 1250 hudebníků, mezi kterými se objevili např. Madonna, U2, R.E.M., Pink Floyd, Coldplay či Robbie Williams. Hlavní myšlenkou bylo zvýšit povědomí o chudobě v rozvojových zemích, zejména v některých částech Afriky. Live 8 společně s Live Aid se staly také inspirací pro sérii koncertů nazvanou Live Earth. Koncerty reagovaly na klimatické změny Země ve spojitosti s kampaní „Saves Our Selves“ (SOS). V červenci 2007 tak proběhlo několik koncertů v Africe, Asii, Evropě, Austrálii, na Antarktidě, v Severní a Jižní Americe (BBC, © 2015, BBC, © 2000,

Live 8 – dokument, © 2005, Internet Archive Wayback Machine, © 2008, Live Earth – koncert, © 2007).

Roku 2017 byl uspořádán velký benefiční koncert „One Love Manchester“. Zpěvačka Ariana Grande uspořádala koncert jako reakci na bombový sebevražedný útok v květnu roku 2017 na Manchester aréně. Vyprodaný koncert, který byl vysílán po celém světě, tak přinesl fondu We Love Manchester více jak 3 miliony dolarů. Z hvězdných jmen koncert podpořili např. Justin Bieber, Coldplay, Black Eyed Peas, Katy Perry nebo Miley Cyrus (BBC, © 2017).

Na závěr kapitoly můžeme tedy říci, že nejhojnější počet charitativních koncertů ve světě je zejména ve prospěch humanitární pomoci. Ať už se jedná o živelné katastrofy, země, které se potýkají s chudobou a hladověním nebo i koncerty ve prospěch osvěty a příspěvků na léčbu nebezpečné nemoci. Velmi často jsou tedy reakcí na katastrofu, kdy se poté celebrity dostávají do středu zájmu dění a upoutají tak pozornost i celého světa, aby se lidé spojili a pomohli zemím, kde lidé žijí v těžkých životních podmínkách nebo se do nich dostali právě již zmíněnou tragédií. Jedná se tedy o více globálnější řešení problémů.

ZÁVĚR

Jednu z možností moderního způsobu podpory a pomoci osobám s postižením jsme si uvedli na konkrétním příkladu festivalu „Hudba pomáhá“. V kapitole 4.3 Koho už „Hudba pomáhá“ podpořila do roku 2017 jsme zjistili, že jakákoliv finanční částka může dítěti s postižením zkvalitnit způsob jeho života. Pomůže nejenom jemu, ale i jeho rodině, popř. organizaci a jejím zaměstnancům, kteří se o něho starají. Mohli jsme se také dočíst, že akce podobného typu jsou velmi populární. Spojení zábavy, hudby a zážitku s pomocí někomu jinému je veřejností velmi oblíbená forma pomoci. A to bez rozdílu, zda se jedná o akci pořádanou veřejně známou organizací či menší lokálnější institucí.

Festival „Hudba pomáhá“ nám také sloužil jako příklad, na kterém jsme si popsali nejzákladnější body, které bychom si měli před realizací podobného projektu ujasnit. Nejpodstatnější je na začátku stanovit si cíl, ze kterého vycházíme po celou dobu organizace. V tu chvíli si také musíme uvědomit, že pokud chystáme benefiční akci jakéhokoliv typu, je důležité určit si, pro koho půjde případný výtěžek. Finance jsou nejvíce řešenou oblastí a to hned z několika důvodů. Mohli jsme se dočíst, že bez financí velmi často žádný projekt nevytvoříme. Získat je můžeme za pomoci nejrůznějších grantů, dotací či sponzorských darů. Celou problematikou se zabývá tzv. fundraising, o němž jsme se dočetli v podkapitole 2.3. Fundraising. Druhým důvodem je pak samotný výtěžek koncertu, který je mnohdy jedním z hlavních cílů akce podobného typu.

K uvedení do problematiky sloužila první část práce, která se zabývala nejen základními pojmy, ale také dalšími způsoby moderní pomoci. Zjistili jsme, na jakých principech a za jakých podmínek pracují. Uvedli jsme si také rozdíly mezi často diskutovanými pojmy sponzorství vs. dárcovství. Celkově jsme tak nahlédli do oblasti neziskového sektoru, který tvoří velmi složitý proces fungování, zaštitěný zejména legislativně. Z toho vyplývá, že se zabýváme problematikou, která je i komplikovaným právnickým procesem. Není jednoduché podobný projekt vytvořit. K jeho realizaci to chce mít tým odborníků, dobrovolníků a zároveň nadšenců. Jedná se jak o časově, tak i psychicky náročnou práci. Výsledek ovšem stojí za to úsilí, které jeho tvorbě věnujete.

Každá taková činnost je důležitá, ať už je menšího charakteru jako festival „Hudba pomáhá“, nebo větších rozměrů jako známe organizace. O tom, jak fungují a jak tvoří sami benefiční akce jsme se dočetli v kapitole 4.4 Akce podobného typu v ČR. Informace jsme

získali o „Centrum Paraple“, „Světluška“ a „Pomozte dětem“. Jedná se o tři nejznámější organizace, které pomáhají osobám s různým druhem postižení či dětem ze sociálně znevýhodněného prostředí v rámci České republiky. Překvapivě se jejich stálý organizační tým skládá z malého počtu jedinců. Převážnou část celého týmu tvoří zejména dobrovolníci, kteří pomáhají již při konkrétních akcích pořádaných danou organizací. Přesto je jejich pomoc neskutečná. Získávají milióny na léčbu, kompenzační a rehabilitační pomůcky, vodící a asistenční psy či ubytování osobám se zdravotním postižením nebo znevýhodněním.

Kapitola 4.5. pojednává o zahraničních benefičních koncertech. V této oblasti bylo velmi obtížné nalézt nějaký typ koncertu, stejného charakteru, který by byl natolik proslulý. Ve větší míře se objevují spíše benefiční koncerty na podporu humanitárních činností. Pomoc je poskytována zejména oblastem po přírodních katastrofách, válečným oblastem, rozvojovým zemím, které zužují nemoci, nepříznivé životní či hygienické podmínky, nedostatečná obživa atd. Zajímavé také je, že mnoho známých osobností, které na koncertech vystupují, se velmi často opakuje. Z těchto činů můžeme vyvodit jejich úctu, ochotu a přízeň k celému světu. Tím, že sami již mnohdy finance mají, díky své slávě, mohou je využít na prospěšnou věc, kterou opět spojuje zábavu, hudbu a pomoc.

Můžeme říci, že stanovené cíle poskytnout informace uvedené na začátku práce jsme se pokusili shrnout nejen tady v závěru, ale také v hlavní části celého dokumentu. Práce celkově slouží jako inspirace a zároveň zdroj informací k zmíněnému tématu. Festival „Hudba pomáhá“ se jeví jako vydařený projekt, na kterém je každým rokem stále co vylepšovat. Za dobu svého působení však vyrostl do nečekaných rozměrů, snaží se stále více pomáhat a zdokonalovat. Bohužel v současnosti není v jeho silách podpořit široké spektrum potřebných dětí. Působí tedy prozatím lokálně a pomáhá svým „sousedům“.

REFERENČNÍ SEZNAM

LITERATURA

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing kultury: divadlo, koncerty, publikum, veřejnost*. Zlín: VeRBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-17-0.

BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4487-2.

HLOUŠEK, Jan a Zuzana HLOUŠKOVÁ. *Získávání zdrojů na aktivity NNO působící v sociální oblasti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-80-7435-121-1.

KYSUČAN, J; KUJA, J. 1998. *Kapitoly z teoretických základů speciální pedagogiky*. 1. vyd. Olomouc: UP. 99 s. ISBN 8070676779.

LECHTA, V. 2010. *Základy inkluzivní pedagogiky: dítě s postižením, narušením a ohrožením ve škole*. 1. vyd. Praha: Portál. 440 s. ISBN 9788073676797.

MACHÁLEK, Petr a Jitka NESRSTOVÁ. *Základy fundraisingu a projektového managementu*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. ISBN 978-80-210-5518-6.

MICHAEL NORTON IN ASSOCIATION WITH RESOURCE ALLIANCE. *The worldwide fundraiser's handbook: a resource mobilisation guide for NGOs and community organisations*. 3rd ed. London: Directory of Social Change, 2009. ISBN 9781906294335.

MICHALÍK, J. 2005. *Holokaust – jeho méně známá stránka*. In: *Postižený člověk v dějinách*. Hradec Králové: Gaudeamus, s 47–58. ISBN 8070410175.

MICHALÍK, J. 2006. *Postavení osob s postižením v právním řádu starého Říma* (příspěvek k dějinám speciální pedagogiky). E. *Pedagogium*. roč. 2006, č. 1. ISSN 12137499.

MOOZ, Hal., Kevin. FORSBERG a Howard. COTTERMAN. *Communicating project management: the integrated vocabulary of project management and systems engineering*. Chichester: Wiley, 2003. ISBN 978-0471269243.

OLIVA, Pavel. *Kolébka demokracie: dějiny a kultura klasického Řecka 5.-4. stol. př. n. l.* Praha: Arista, 2000. ISBN isbn80-86410-04-8.

POLAČKOVÁ, Zuzana. *Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-694-2.

POSNER, Keith a Michael APPLGARTH. *Projektový management: [příručka rad, metod a nástrojů pro vedoucí a členy týmů, kteří chtějí dobře a efektivně zvládat své úkoly a povinnosti]*. Praha: Portál, 2006. Management do kapsy. ISBN 80-7367-141-7.

REKTOŘÍK, Jaroslav. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2007. ISBN 978-80-86929-25-5.

RENOTIÉROVÁ, M. 2002. *Somatopedické minimum*. 1. vyd. Olomouc: UP, 85 s. ISBN 8 024405326.

SLOWÍK, J. 2007. *Speciální pedagogika*. 1. vyd. Praha: Grada. 160 s. ISBN 97880247-17333.

SLOWÍK, Josef. *Komunikace s lidmi s postižením*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-691-9.

SOVÁK, M. 1980. *Nárys speciální pedagogiky*. 4. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 234 s. ISBN 1462880.

ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. Vyd. 5., upr. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. ISBN 978-80-7435-230-0.

ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Fundraising*. Vyd. 2. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010. ISBN 978-80-7368-750-2.

TITZL, Boris. *Postižený člověk ve společnosti*. Praha: Univerzita Karlova, 2000. ISBN 80-86039-90-0.

INTERNETOVÉ ZDROJE

1991: Giant of rock dies. *BBC Home* [online]. [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/november/24/newsid_2546000/2546945.stm

BBC One and BBC Music announces One Love Manchester broadcast plans. *BBC* [online]. 2017 [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/bbc-one-bbc-music-announces-one-love-manchester-broadcast-plans>

Čtení pomáhá [online]. 2015 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <http://www.ctenipomaha.cz>

Hudba Pomáhá [online]. [cit. 2017-11-20]. Dostupné z: <http://www.hudbapomaha.cz/>

Kdo jsme. *Nadace O2* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://nadaceo2.cz/kdo-jsme>

Live Aid a festivaly 80. – 90. let. *Česká televize* [online]. [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/specialy/bigbit/clanky/102-live-aid-a-festivaly-80-90-let/>

Live Aid: The show that rocked the world. *BBC News* [online]. 2000 [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/702700.stm

Live Earth India koncert cancelled, music lovers disappointed. *Internet Archive Wayback Machine* [online]. 2008 [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20081203234405/http://www.hindu.com/thehindu/holnus/009200811300923.htm>

Ministerstvo vnitra ČR [online]. [cit. 2017-11-20]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/>

OCENĚNÍ PARDUBICKÉHO KRAJE. *Pardubický kraj* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/plan-projektu>

O nadaci. *Nadace rozvoje občanské společnosti* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://www.nros.cz/hlavni-menu/kdo-jsme/o-nadaci/>

O nadaci. *Nadace Vodafone česká republika* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://www.nros.cz/hlavni-menu/kdo-jsme/o-nadaci/>

O nás. *Divoké Husy* [online]. 2018 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<https://www.divokehusy.cz/o-nas/>

Paraple [online]. 2018 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://www.paraple.cz/>

Plán projektu. *Managementmania.com* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<https://managementmania.com/cs/plan-projektu>

Pomozte dětem [online]. 2018 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<https://www.pomoztedetem.cz>

Projekt. *Managementmania.com* [online]. 2015 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<https://managementmania.com/cs/projekt>

Světluška. *Český rozhlas* [online]. 2018 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<http://www.rozhlas.cz/svetluska/portal/>

SWOT analýza. *Managementmania.com* [online]. 2017 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z:

<https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

Tsunami relief concert was "drawn up on a beer mat". *BBC News* [online]. 2015 [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/uk-wales-30784454>

Zákon č. 117/2001 Sb.: Zákon o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách). *Zákony pro lidi* [online]. [cit. 2017-11-20]. Dostupné z:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-117>

DALŠÍ ZDORJE

Concert for Kampuchea (subtitled "Rock for Kampuchea") [film]. Directed by Keith McMILLAN. Produced by Bob MERCER.: Distributed by Almi Cinema 5, 1980.

Hudba Pomáhá: 10 let Hudba pomáhá [film]. Directed by Dominik KALIVODA, 2016,
Dostupné na: *Youtube* [online]. [cit. 2017-11-20]:

<https://www.youtube.com/watch?v=2Ydc1M37X4M>

Live 8 [film]. Directed by Geoff POSNER.. GB, 2005.

Live Earth [concert]. Directed by Bruce GOWERS, Chel WHITE. USA, GB, Japan, China, 2007.

The Concert for Bangladesh [film]. Directed by Saul SWIMMER. Produced by George HARRISON, Allen KLEIN. USA: Apple Films, Distributed by 20th Century Fox, 1972.

The Concert for New York City [film]. Directed by Louis J. HORVITZ, Kevin SMITH et al.. USA, 2001.

SEZNAM PŘÍLOH

- I. ROZHOVOR k diplomové práci – otázky
- II. DOTAZNÍK tiskového oddělení „Hudba pomáhá“ (z roku 2017) - otázky
- III. LOGO – Parkoviště pro velbloudy
- IV. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2013
- V. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2014
- VI. VIZUÁL – „Hudba pomáhá“, rok 2015
- VII. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2017
- VIII. IKONY – „Hudba pomáhá“, rok 2017
- IX. SRDČOŽKY – pomáhací ponožky
- X. POZVÁNKA – dokument „Hudba pomáhá“, rok 2016
- XI. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2013
- XII. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2014
- XIII. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2015
- XIV. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2016
- XV. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2017
- XVI. PLAKÁT – „Hudba pomáhá“, rok 2017
- XVII. VÝČET ÚSPĚCHŮ „Hudba pomáhá“ do roku 2018

PŘÍLOHY

I. ROZHOVOR k diplomové práci - otázky

1. Jak dlouho funguje vaše organizace?
2. Proč jste se rozhodli pomáhat? Co vás k tomu vedlo?
3. Bylo vaší první myšlenkou pomáhat za pomoci hudby (benefičních koncertů)?
Pokud ano, proč jste zvolili tuto možnost?
4. Můžete říct o jaký typ benefiční akce jeví společnost největší zájem?
5. Jakým způsobem získáváte finance na realizaci benefičních koncertů?
6. Jaký propagační materiál využíváte?
7. Dle jakých kritérií volíte strukturu a program benefičních ožertů?
8. Stavíte benefiční koncerty na známých interpretech?
9. Jaké je vaše očekávání a cíl benefičních koncertů, které pořádáte?
10. Jak dlouho trvají přípravy benefičního koncertu?
11. Považujete média spíše za svého přítele či nepřítele?
12. Na co se používá výtěžek z koncertů?
13. Myslíte si, že je pro vaši práci lepší být známou organizací či nikoliv? Nebo v tom nevidíte rozdíl?
14. Kde vidíte svoji organizaci za 10 let?

ZDROJ: autorka práce

II. DOTAZNÍK tiskového oddělení „Hudba pomáhá“ (z roku 2017) - otázky

1. Co dělám v týmu Hudba pomáhá? (vyberte a zároveň popište, vlastními slovy, co vše děláte)
2. Co dělám/čím jsem v běžném životě? (účetní, student + specifikace...)
3. Jak jsem se stal/a členem Hudba pomáhá? Jak jsem se dostal/a k Hudba pomáhá? (Kdo nebo co mě přivedlo?, Jaký to byl průběh?)
4. Co mě na spolupráci s Hudbou baví? Co mě motivuje? Proč jsem vlastně stále zapojený/á?
5. Jaké jsou mé koníčky, záliby a další aktivity, které rád dělám mimo Hudba pomáhá?
6. Je něco, co byste festivalu Hudba pomáhá popřáli do dalších let?
7. Jak by měla Hudba pomáhá vypadat v roce 2026 (20. ročník)?

ZDROJ: Barbora Košňárová, Ilona Holomková
– tiskové oddělení „Hudba pomáhá“



III. LOGO - Parkoviště pro velbloudy



IV. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2013

Hudba pomáhá

V. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2014



VI. VIZUÁL – „Hudba pomáhá“ 2014, 2015



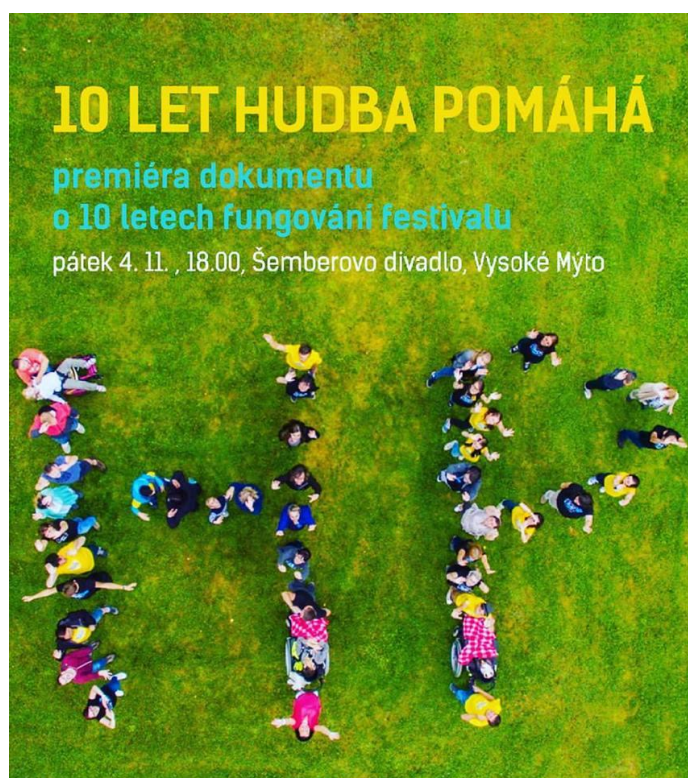
VII. LOGO – „Hudba pomáhá“, rok 2017



VIII. IKONY – „Hudba pomáhá“, rok 2017



IX. SRDCOŽKY - pomáhací ponožky



X. POZVÁNKA - dokument „Hudba pomáhá“, rok 2016



XI. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2013



XII. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2014



XIII. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2015



XIV. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2016



XV. TÝM „Hudba pomáhá“, rok 2017



XVI. PLAKÁT – „Hudba pomáhá“, rok 2017

Co jsme zatím dokázali !



257954

Celkový výtěžek ročníku 2017 - Hudba pro Ráďu a Honzu.



9846

Takový počet lidí navštívil koncerty našeho festivalu.



14

Handicapovaných dětí a organizací Berenika (2x) jsme podpořili za uplynulých 11 ročníků.



2299266

Tolik peněz jsme vybrali za uplynulých 11 ročníků.



62

Tolik skupin vystoupilo za celou historii na festivalu Hudba pomáhá

XVII. VÝČET ÚSPĚCHŮ „Hudba pomáhá“ do roku 2018

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Bc. Gabriela Špinarová
Katedra:	Katedra hudební výchovy
Vedoucí práce:	Mgr. Lenka Kružíková, Ph.D.
Rok obhajoby:	2018

Název práce:	HUDBA POMÁHÁ – benefiční hudební festival
Název v angličtině:	HUDBA POMÁHÁ - charity music festival
Anotace práce:	<p>Předmětem diplomové práce je festival „Hudba pomáhá“. Jedná se o benefiční hudební festival, který pomáhá dětem s postižením. Práce se dále zabývá obecným úvodem do problematiky neziskového sektoru a následně se zabývá i situací benefice v zahraničí. Celkově je práce koncipovaná jako případová studie, která obecně popisuje problematiku neziskového sektoru a dále se zabývá již konkrétním příkladem realizace benefiční akce.</p>
Klíčová slova:	Benefice, neziskový sektor, fundraising, koncert, festival, osoba s postižením
Anotace v angličtině:	<p>The motive of the thesis is festival „Hudba pomáhá“. It is a charity music festival which helps children with a handicap. The thesis also deals with the general introduction to the non-profit sector and subsequently deals with the situation abroad. This thesis is conceived as a case study, which generally describes the issue of the non-profit sector and also deals with a concrete example of the realization charity event.</p>
Klíčová slova v angličtině:	Charity, non-profit sector, fundraising, koncert, festival, the person with handicap

Přílohy vázané v práci:	17
Rozsah práce:	68
Jazyk práce:	Čeština