

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Management alternativních hudebních festivalů**  
**v dané turistické destinaci**

**Bakalářská práce**

Autor: Andrea Dubská  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou zprávovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 19.8.2016

Andrea Dubská

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Michalovi Trousilovi Ph.D. za poskytnuté rady a odborné vedení. Zároveň bych chtěla poděkovat všem aktérům rozhovorů, kteří mi poskytli mnohé informace.

## **Anotace**

Cílem bakalářské práce je průzkum managementu alternativních hudebních festivalů. Teoretická část je z části věnována vymezení pojmů spojené s vybraným tématem. Další kapitola práce se zaměřuje na management vybraných hudebních festivalů jakožto neziskových organizací. Teoretická část se také zaměřuje na vývoj a historii festivalů v České republice a zahraničí. Empirická část je věnována managementu již vybraných hudebních festivalů a to na základě analýzy uskutečněných rozhovorů. Rozhovory jsou prováděny s pořadateli festivalů a zástupců měst, ve kterých se hudební akce konají. Cílem práce je zjištění, jak je řešen management těchto festivalů. Dále je zkoumán vliv festivalů na cestovní ruch ve městech, kde se konají a jaký postoj k festivalům tato města zastávají. Dalším cílem je srovnání festivalů dle určených kritérií (návštěvnost, finanční a organizační náročnost a vliv na cestovní ruch. V závěru jsou doporučeny návrhy pro zlepšení managementu alternativních hudebních festivalů.

**Klíčová slova:** management, neziskové organizace, hudební festival, alternativní hudba, alternativní kultura

## **Annotation**

The aim of this Bachelor Thesis is a research of the management of alternative music festivals. The first chapter of a theoretical part deals with definitions associated with the selected theme. The next chapter of this theses is focused on the management of certain music festivals as nonprofit organizations. The theoretical part is also focused on the development and history of festivals in the Czech Republic and abroad. The empirical part deals with the management of selected music festivals using analyzes of done interviews. Interviews are conducted with organizers of the festivals and with representatives of the cities in which are those musical events held. The aim is to determine how the management deals with these festivals. Then this theses investigates an influence of festivals on tourism in the towns, where they are held and which position these cities occupy

considering to the festivals. In conclusion are some recommended proposals for improving the management of the musical events.

# Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika.....	2
3	Teoretická východiska.....	3
3.1	Management neziskových organizací.....	4
3.1.1	Neziskové organizace.....	4
3.1.2	Management.....	8
3.2	Hudební festivaly.....	10
3.2.1	Hudební festivaly jakou součást kultury.....	11
3.2.2	Hudební festivaly jako součást cestovního ruchu.....	12
3.2.3	Vybrané hudební festivaly v České republice .....	13
3.2.4	Vybrané hudební festivaly ve světě.....	15
3.3	Pojem alternativní.....	16
3.4	Alternativní kultura.....	17
3.5	Alternativní hudba.....	19
3.5.1	Alternativní hudba v minulosti.....	20
3.6	Město Lázně Bohdaneč z hlediska cestovního ruchu.....	21
3.6.1	Vybrané neziskové organizace ve městě Lázně Bohdaneč.....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
3.7	Město Chrudim z hlediska cestovního ruchu.....	23
3.7.1	Vybrané neziskové organizace ve městě Chrudim.....	24
3.8	Město Skuteč z hlediska cestovního ruchu .....	25
3.8.1	Vybrané neziskové organizace ve města Skuteč.....	25
4.	Empirická část.....	26
4.1	Základní výzkumné otázky a předpoklady .....	26
4.2	Sběr informací a průběh šetření.....	28

4.3 Případová studie č.1: Festival On the Road.....	28
4.3.1 Historie a vznik.....	28
4.3.2 Personalistika.....	30
4.3.3 Příprava a časový harmonogram.....	31
4.3.4 Hudební kapely.....	32
4.3.5 Financování.....	33
4.3.6 Reklama a propagace.....	33
4.3.7 Vliv festivalu na cestovní ruch v daném místě .....	34
4.3.8 Cíle do budoucnosti.....	35
4.3.9 Postoj města, ve kterém se festival koná.....	36
4.4 Případová studie č.2 - Yanderov.....	37
4.4.1 Vznik a historie.....	37
4.4.2 Personalistika.....	39
4.4.3 Příprava a časový harmonogram.....	40
4.4.4 Hudební kapely.....	41
4.4.5 Financování.....	42
4.4.6 Reklama a propagace.....	43
4.4.7 Vliv festivalů na cestovní ruch v daném místě .....	43
4.4.8 Cíle do budoucnosti.....	44
4.4.9 Postoj města, ve kterém se festival koná.....	45
4.5 Případová studie č.3 - Doupnice Fest.....	46
4.5.1 Vznik a historie.....	46
4.5.2 Personalistika.....	48
4.5.3 Příprava a časový harmonogram.....	48
4.5.4 Hudební kapely.....	49

4.5.5	Financování.....	50
4.5.6	Reklama a propagace.....	51
4.5.7	Vliv festivalu na cestovní ruch v daném místě .....	51
4.5.8	Cíle do budoucnosti.....	52
4.5.9	Postoj města, ve kterém se festival koná.....	53
5	Shrnutí výsledků.....	54
6	Závěry a doporučení.....	60
7	Seznam použitý zdrojů.....	63
8	Přílohy.....	67



# 1 Úvod

Cestovní ruch a hudební festivaly patří neodmyslitelně k sobě. Člověk má potřebu se kulturně obohatit a naplnit tak svůj volný čas, proto vyhledává a navštěvuje tyto akce. Jedním z typů cestovního ruchu je kulturní cestovní ruch, který se zabývá cestováním. Tato činnost je motivována návštěvou například kulturní akce, mezi které patří také hudební festivaly.

Hudební festivaly patří do zážitkového cestovního ruchu, který se neustále vyvíjí. Tato forma cestovního ruchu bývá čím dál více populárnější. Tyto akce navštěvují děti, mládež, dospělí i senioři.

Hudební alternativní festivaly se značně liší od komerčních festivalů. Hlavním cílem není zisk či popularita, ale ve většině případů je to uspokojení návštěvníka festivalu, podpora a pomoc na určitou dobročinnou věc, či zkrátka jen představení určitého druhu muziky.

Jelikož hnacím motorem, jak už bylo řečeno, nebývá zisk či prestiž a zviditelnění se, udržení chodu takového hudebního festivalu bývá nesmírně složité.

V bakalářské práci jsou charakterizovány tři alternativní hudební festivaly v Pardubickém kraji. Úvodem je popsán festival On The Road, který se koná v Lázních Bohdaneč, následuje festival Yanderov, nacházející se v Chrudimi a konec patří festivalu Doupnice Fest, který se pořádá v Radčicích u Skutče. Všechny vyjmenované festivaly musejí být určitým způsobem řízeny a provozovány. Plánování, řízení, vedení lidí, kontrola, komunikace – to vše musí být zařízeno tak, aby se festival mohl uskutečnit.

Bakalářská práce zkoumá, jak je řešen management vybraných alternativních hudebních festivalů, jak tento proces funguje.

Autorka si toto téma vybrala, protože se zajímá o hudební festivaly, které často navštěvuje.

## 2 Cíl práce a metodika zpracování

První částí cílu práce je definovat pojmy alternativa, management, alternativní kultura a alternativní hudba, hudební festival. Empirická část se zaměřuje na management hudebních alternativních festivalů a jejich vliv na cestovní ruch. Řešen je také postoj měst vůči festivalům, ve kterých se nacházejí.

Bakalářská práce se zaměřuje na tři případové studie, které se konají v Pardubickém kraji. Konkrétně to je festival On The Road, konající se ve městě Lázně Bohdaneč. Druhá případová studie se zaměřuje na festivalu Yanderov, který se nachází velmi blízko vedle města Chrudim. Třetí zkoumající festival je Doupnice Fest, umístěný v Radčicích u Skutče. Pro tyto studie je vypracován souhrn otázek, který slouží jako scénář pro rozhovor s klíčovými aktéry (organizátory a zástupci měst). Polostrukturované rozhovory jsou analyzovány a alternativní hudební festivaly dle předem určených kritérií srovnány. Následně jsou uvedeny doporučení ke zlepšení managementu uvedených festivalů. U Festivalů

On The Road a Yanderov jsou vybráni tři aktéři rozhovorů, kteří řeší hlavní organizační záležitosti. U festival Doupnice Fest to jsou dva organizátoři, jež řeší také nejvíce záležitostí. S žádostí o rozhovor jsou osloveni zástupci měst, v kterých se dané festivaly konají. K získávání dalších informací o těchto akcích jsou použity oficiální i neoficiální internetové stránky festivalů a jiné dostupné materiály.

Cílem empirické části je zjištění a porovnání managementu daných akcí. K dosažení stanoveného cíle byly hledány odpovědi na následující základní výzkumné otázky:

- 1) Za jakým účelem byl festival vytvořen a je konán nyní?
- 2) Jak jsou řešeny personální činnosti?
- 3) Jak probíhá příprava a časový harmonogram?
- 4) Jakým způsobem jsou vybírány hudební kapely?
- 5) Jaké je největší úskalí festivalů?
- 6) Jakým způsobem jsou festivaly financovány?

- 7) Jaká je návštěvnost festivalů?
- 9) Jak je zajišťována reklama a propagace?
- 10) Jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném místě?
- 11) Jak jsou festivaly vnímány zástupci měst, ve kterých se konají?
- 12) Jaká je motivace pořadatelů?
- 13) Jaké jsou cíle do budoucnosti?

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Management neziskových organizací

Bakalářská práce se zaměřuje na management alternativních hudebních festivalů, které jsou pořádány neziskovými organizacemi.

#### 3.1.1 Neziskové organizace

*„Neziskové organizace jsou charakterizovány jako takové organizace, které nevytvářejí zisk k přerozdělení mezi své vlastníky, správce nebo zakladatele. Zisk sice mohou vytvořit, ale musí ho zase vložit zpět do rozvoje organizace a plnění jejího poslání (Neziskovky:2015)“.*

Tyto organizace nejsou obchodní společností ani podnikatelským subjektem. Proto patří do soukromého neziskového sektoru, který se vyznačuje (Vojík:2008):

- principem solidarity
- principem uspokojování potřeb
- autonomii od státních zásahů
- neformální členskou strukturou a dobrovolnickým přístupem
- ke vzájemnosti směřující směnné vztahy.

Svémi činnostmi pomáhají celé společnosti v překonávání určitých problémů a nedostatků, které stát a samospráva nejsou schopny nebo ochotny řešit (Vojík:2008).

Vedle soukromého neziskového sektoru existuje také veřejný neziskový sektor a sektor domácností.

Jak již bylo napsáno, neziskové organizace nejsou vytvořeny pro dosahování zisku. Avšak v rámci své činnosti naopak zisk dosahovat mohou, ale zároveň tyto organizace musí plnit podmínku nerozdělování zisku (Hyánek:2011). Tento zisk však používají k dalšímu rozvoji své organizace. Finanční zdroje představují

výnosy (Šimková:2006): z vlastní činnosti, z doplňkové činnosti, z prodeje či pronájmu majetku, z reklam, z různých sbírek tombol či loterií, ze zdrojů vzniklých daňovými úlevami, z úroků, vkladů a půjček.

Neziskové organizace se dělí na státní a nestátní. Státní zřizuje stát, kraj či obce. Naopak nestátní organizace vznikají na popud většinou fyzické osoby. Ta poté vykonává určitou činnost, která je veřejně prospěšná. Vyznačuje se znaky jako samosprávnost, nezávislost a dobrovolnost (Bachmann:2011). Tento poslední bod vyjadřuje to, že k založení nikdo nikoho nenutil a chod probíhá na základně dobré vůle těch, kteří o ní pečují (Bachmann:2011).

V současné době existují podle zákona č. 89/2012 následující právní formy neziskových organizací (Neziskovky:2016):

- spolky
- obecně prospěšné společnosti
- ústavy
- nadace
- nadační fondy
- evidované právnické osoby.

Mezinárodní klasifikace neziskových organizací rozděluje neziskové organizace do 12 základních oblastí (Vojík:2008):

1. kultury a umění, sportu a rekreace
2. vzdělávání a výzkumu
3. zdraví
4. sociálních služeb
5. ekologie
6. rozvoje obce a bydlení
7. ochrany práv a obhajoby zájmů, politiky
8. organizování dobročinnosti
9. náboženství
10. mezinárodních aktivit
11. profesních a pracovních vztahů

## 12. jiné oblasti.

Mezi známé neziskové organizace v České republice patří například (Neziskovky:2016) : Nadace Charty 77, ústav Cesta domů, spolek Linka bezpečí z.s., či Nadační fond českého rozhlasu.

S neziskovými organizacemi souvisí pojem **Foundraising**.

*„Foundraising je metoda, která zahrnuje různé postupy a způsoby získávání prostředků na činnosti většinou nevládních organizací. Snaží se působit na lidi a přesvědčit je, že právě ty činnosti potencionální organizace jsou důležité a vyplatí se do ní investovat“ (Vojík:2008:122).*

Foundraising přináší organizaci finanční prostředky od potencionálních dárců. Naproti tomu dárci získá mnoho výhod. Dárcovství v první řadě přináší osobní uspokojení, tedy dobrý pocit z dobrého skutku. Okolí ho může začít vnímat mnohem pozitivněji a může získat lepší společenské uznání oproti konkurenci. Díky příspěvku si dárci může snížit daňový základ. Po domluvě mohou neziskové organizace zveřejnit reklamu tohoto dárce.

Fundraising se často uplatňuje v neziskových organizacích proto, že jejich ekonomické výsledky nemají ve většině případů zakódován na prvním místě finančních úspěch (Vojík:2008). Jedná se o velký počet organizací, které se zaměřují na kulturu, umění či vědu na úrovni státu, krajů měst a obcí. Podle Vojíka (2008) nadace působící v Praze se ocitají v lepší pozici než nadace v ostatních koutech republiky, a to z konkrétního důvodu. Za pražskými organizacemi stojí mediálně známé osobnosti, jejichž největší počet se právě nachází v hlavním městě.

Člověk, jež se zabývá získáváním prostředků pro konkrétní organizace, se nazývá Fundraiser (Vojík:2008). Tato práce se vyznačuje získáváním potencionálních dárců a obětováním svého volného času. Fundraiser má za úkol přesvědčit své okolí a hlavně objekty zájmu (Vojík:2008), že podpora určité organizace je potřebná, neboť by bez pomoci nemohla provozovat svoji užitečnou činnost.

Potencionální dárci bývají oslovováni žádostí o poskytnutí daru osobním dopisem, či rozhovorem. Bývají také přesvědčováni, že dárcovství přinese dobrý skutek nejen pro obdarované ale i pro druhou stranu, tedy je samotné. Mohou jim

být poskytnuty různé protislužby, například reklamu na jejich osobu. Snahou je přesvědčit dárce o tom, že když poskytne žádané prostředky, tak na tom nebude trtit, nýbrž na tom i sám vydělá. Avšak organizace většinou nemůže dárce nabídnout plnohodnotnou protislužbu.

Velmi rozhodující se zdá být forma vyjádření žádosti o příspěvek (Vojík:2008:125): *„Proto je velmi důležité k povzbuzení důvěry v potenciálním dárci mít připravené informace, materiály o organizaci, která o prostředky žádá. Schopnost prezentace organizace, včetně její potřeby prostředků, určuje její věrohodnost obsah její účinnosti s možností verifikace je rozhodujícím argumentem pro to, zda ji podpořit, či ne.“*

Důvěru podporují doprovodné materiály a dokumenty dokladující hospodaření organizace, jejich plány či postavení ve společnosti, kterými mohou být výroční zpráva organizace, výroční hospodářská zpráva, či rozpočet a jeho zdroje.

Příspěvky přicházejí od malých, velkých firem, jednotlivců ale také od vládních institucí či známých osobností.

První kontakt s potenciálním dárce je velmi důležitý. Vhodným prostředím pro setkání jsou konference a veřejné akce, jejichž časová náročnost není velká (Vojík:2008). Fundraiser představuje sebe a organizaci nenásilně a snaží se zaujmout. Osobní kontakt je vždy lepší. Nicméně pokud není možno ho uskutečnit, je nutno přistoupit ke kontaktu formálním, například oslovení dárce dopisem, či telefonním hovorem.

Fundraisingová strategie řeší dlouhodobé potřeby financování organizace. Její obsah tvoří (fundraiser:2012): analýza výhod a rizik spojených s organizací a poskytovanými službami, vymezení se vůči společnostem usilujícím o stejné finanční zdroje, aktivní řízení vztahu s dárce, úřady a veřejností, finanční a časové rozpočty. Dále určuje možnosti financování jednotlivých programů, určuje slabá místa ke zlepšení (fundraiser:2012). Správně nastavená fundraisingová strategie pokrývá veškeré finanční potřeby obecně prospěšné organizace.

### 3.1.2 Management

Pojmu slova management odpovídá český termín řízení.

Jak Šimková (2006:25) uvádí ve své knize: *„Problematika řízení v současné době představuje značně specializovanou činnost, bez které se neobejde žádný větší organizační celek. Nutnost řízení je pocíťována ve všech oblastech lidské činnosti, nejen ve výrobních podnicích, ale také v armádě, na školách, v umění a dalších organizacích.“*

Šimková (2006) definuje management jako proces plánování, organizování, vedení a kontroly organizačních činností zaměřených na dosažení organizačních cílů. Všechny tyto procesy jsou prováděny systematicky.

Podle Bachmanna (2011) je management neziskových organizací z důvodu jejich zaměření odlišný.

*„Neziskový management lze tedy vymezit jako proces rozhodování o co nejlepším využití omezených organizačních zdrojů pro poskytování takových služeb, které pomohou řešení problémů cílové skupiny“* (Bachmann:2011:62).

Velmi důležitou funkcí je pozice manažera. Tato pozice je pro organizace zásadní. Tento člověk udává směr, kterým se bude organizace ubírat. Jak uvádí Henry Mintzberg (2002) cit. in Bachmann (2011), tato pozice zahrnuje deset rolí, které jsou rozděleny do tří kategorií. První kategorii popisuje autor zaobíráním se udržováním vztahů. Představitel vykonává formální i neformální činnosti vzhledem ke své práci, pečuje o pracovní podmínky takovým způsobem, že motivuje a snaží se pomoci podřízeným pracovníkům. Hraje také funkci prostředníka, který udržuje vztahy s okolím. Do druhé kategorie Mintzberg cit. in Bachmann (2011) zařazuje zajišťování role monitoringu, což znamená získávání informací o vnitřním a vnějším prostředí organizace, dále předává podřízeným informace a vykonává roli mluvčího. Třetí kategorii autor zahrnuje návrhy a iniciace změn v organizaci, řešení problémů či přidělování zdrojů.

Jako první z manažerských funkcí je **plánování**. Tato činnost zahrnuje stanovení cílů a prostředků k jejich dosažení (Šimková:2006). Autorka uvádí, že výsledkem plánovací funkce je plán. Ten obsahuje postup, kterým lze dosáhnout stanovených cílů. Z této plánovací funkce by mělo být jasné, čeho chce organizace



dosáhnout a jak toho dosáhnout (Šimková:2006). Autorka poukazuje na strategii plánů, která by měla být následující: analyzovat výchozí situaci, stanovit a formulovat cíle, formulovat a realizovat strategii a v závěru proběhnout kontroly.

Další součástí managementu tvoří **organizování**. Tento pojem charakterizuje uspořádání lidí, výrobních prostředků a jejich vzájemné vztahy. Používá se zde organizační struktura, která představuje vnitřní uspořádání organizace (Šimková:2006). Šimková uvádí, že tato takzvaná vnitřní hierarchie umožňuje plnit vytyčené cíle. Autorka popisuje organizační strukturu složenou z organizačních útvarů, které tvoří jednotlivé organizační stupně. V čele organizačních útvarů jsou vedoucí. Jelikož podle Šimkové (2006) vztahy mezi jednotlivými organizačními stupni představují vztahy nadřízenosti a podřízenosti, mluví se o stupních řízení, které jsou tvořeny vedoucími jednotlivých organizačních útvarů a ti vytváří řídicí strukturu.

Neméně důležitým úkolem je **personalistika**. Tento pojem charakterizuje vše, co se týká člověka jako pracovní síly a jeho fungování v pracovním procesu. Jde o obsazování pozic v organizační struktuře nejschopnějšími lidmi. Subjekty jsou vedení podniku a linioví vedoucí (Šimková:2006). Podle Koubka (2002) do hlavních úkolů personální práce patří: zařazování správného člověka na správné místo, optimální využití správného člověka na správném místě, formulace pracovní skupiny, rozvoj pracovníků a dodržení všech zákonů v oblasti práce, zaměstnávání lidí a lidských práv.

V neziskových organizacích hrají důležitou roli dobrovolníci. Ti vykonávají svoji činnost bez nároku na finanční odměnu. Tato osoba využívá svůj volný čas ve prospěch určité organizace. Vykonává funkci bezplatného zajišťování služeb a zvyšuje kvalitu služeb poskytovaných. Autor Bachmann (2011) uvádí následnou motivaci: seberealizace, emocionální růst, být součástí určité komunity, pocit naplnění štěstí a spokojenosti, socializace, naplnění rodinné tradice, získávání zkušeností, zábava, zlepšení současnosti, uspokojení vlastního ega.

Součástí manažera je také **vedení** (Šimková:2006), což představuje schopnost vést, usměrňovat a stimulovat své podřízené k odvedení kvalitní práce a splnění cílů organizace. S pojmem vedení je úzce spjata motivace. Tento pojem vyjadřuje Šimková (2006) jako vnitřní proces utváření cílů, postojů a chování

člověka. Autorka uvádí, že motivaci ovlivňují vnější kritéria daná okolím, což může být společnost či morální kodex a také vnitřní kritéria daná člověkem, což jsou osobní cíle, životní zkušenosti.

Poslední funkci zaujímá **kontrola**. Ta zjišťuje skutečný stav, který porovnává se stavem plánovaným. Dle Bachmanna (2011) si klade za cíl zjistit, zda-li nedošlo k odchylkám od záměru původních. Je to nezbytná funkce v každé organizaci. Kontrola umožňuje, aby výsledky mohly být kontrolovány s cíli, což může přinést určité uspokojení. Bachmann (2011) popisuje, jak kontrola znázorňuje efektivnost pracujících členů organizace. Podle autora existuje několik typů kontrol. Preventivní kontrola je zaměřena na zjišťování kvantitativních a kvalitativních odchylek zdrojů používaných v dané organizace (Bachmann:2011). Spisovatel popisuje, že na již probíhající operace se zaměřuje kontrola průběžná. Kontrola nahodilá je prováděných v různém času a může mít pokaždé odlišnou podobu (Bachmann:2011). Na konečné výsledky se podle autora zaměřuje kontrola zpětné vazby. Také manažer vykonává kontrolu manažerskou, kdy hodnotí výkonnost podřízených.

### **3.2 Hudební festivaly**

Z hlediska literatury o alternativních hudebních festivalech existuje malé množství zdrojů. Proto je následující kapitola zpracována podle zdrojů, které se týkají všech hudebních festivalů.

Hudební festival znamená hudební činnost, nezaměřující se na jeden určitý žánr, proto se nazývá multižánrový. Na určitém místě se prolíná více žánrů. Zatímco festival ubírající se jen jedním směrem vyznává samostatný žánr, kterým může být například folk, pop, hip-hop či rock. Komerční hudební festivaly vznikají především kvůli ziskovosti či zviditelnění. Oproti tomu alternativní festivaly si kladou za cíl získání příspěvku na dobročinnou činnost, uspokojení návštěvníka festivalu či jen představení určitého druhu muziky.

### 3.1.3 Hudební festival jako součást kultury

*„Latinské slovo festum znamená svátek či slavnost. V dnešní době lze hudební festival definovat jako sérii vystoupení na určitém místě, kterou spojuje téma jak národní či moderní hudba, nebo podpora práce a díla určitého umělce. Může mít také podobu soutěže pro interprety či autora hudby“ (Janků: 2015).*

Hudební festivaly, výstavy, koncerty či jiná vystoupení, návštěva kulturních památek, muzea, galerie – to vše jsou kulturní akce.

Člověk, který se zajímá o hudební festival, hledá většinou kulturní prožitek, který si chce odnést. Poslouchání hudby, relaxace při hudbě či jen vnímání chodu festivalu.

Část návštěvníků zajímají nové kapely, nové styly. Jiní zase chtějí být jen součástí kulturní komunity. Na těchto festivalech se také setkávají lidé s podobnými postoji, s podobným zájmem o hudbu. Heřmanová a Patočka (2008:133) ve své knize uvádí: *„Kultura je silně strukturovanou oblastí diferencovaných – individuálních, skupinových a společenských zájmů a aktivit, která napomáhá jak k rozvoji a identifikace jedince, tak například ke komunikaci, integraci a sebereflexi společnosti.“*

Hudební festivaly také pomáhají vytvořit kulturní identitu určitého místa. Pro některé jedince – myšleno pořadatele festivalu, je činnost festivalu životním posláním, kterým se snaží oživit kulturní prožitky návštěvníků. Avšak nedostatečný přínos finančních prostředků tuto úlohu poněkud ztěžuje. Johnová (2008) ve své knize uvádí, že financování v neziskovém sektoru je ve velké míře závislé na veřejných rozpočtech, grantech, sponzorech a mecenáších. Popisuje, že cena v tomto případě není tak významným faktorem. Podle Johnové je cena služeb, muzeí a dalších institucí kulturního dědictví specifická v tom, že si za základ nebo dolní limit nebere náklady ani nemusí být koncipována s ohledem na zisk.

Tyto statky mají pro společnost specifický význam z hlediska zachování kulturního dědictví, pro vzdělanost obyvatel i národní paměť, a proto je jejich cena dotována ze státního rozpočtu nebo z místních rozpočtů.

### 3.2.2. Hudební festivaly jako součást cestovního ruchu

Hudební festivaly jsou zdrojem kulturního cestovního ruchu. Atraktivita dané destinace, výrazně zvyšuje primární potenciál cestovního ruchu (Kotíková:2013). Autorka dělí atraktivitu na přírodní a antropogenní, do nichž patří eventy.

*„Eventy můžeme charakterizovat jako jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené, organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch“ (Kotíková,Schwartzhoffová:2008:8).*

Každý event disponuje těmito znaky (Kotíková,Schwartzhoffová:2008):

- jedinečný a originální
- vymezený v určitém čase
- spojen s konkrétním místem
- jedná se o uměle vytvořenou, dopředu naplánovanou událost
- event má místní přesah
- event je činitelem zvyšujícím poptávku, v důsledku čehož dochází k výraznému zvýšení návštěvnosti dané destinace
- vyžaduje osobní přítomnost návštěvníků
- spojen se silným zážitkem
- může mít předem stanovený rozpočet

Stávají se také často hlavním motivem cestování člověka. Jsou tedy významnou složkou potenciálu cestovního ruchu. Zaznamenávají nebývalý rozvoj v destinacích. Kotíková (2013) tyto eventy člení podle místa, doby trvání, významu, velikosti, podle pořadatelského subjektu a periodity realizace.

Dopad eventu na určité místo v cestovním ruchu je značný – zvýšení návštěvnosti destinace a zlepšení její image (Kotíková,Schwartzhoffová:2008). Autorky popisují, že návštěva konkrétního místa v době konání festivalu může mít za následek i návštěvnost další. Také reklama a propagace eventu zajišťuje zvýšenou informovanost potenciálních turistů o daném místě. Naopak negativní vliv může mít zvýšený hluk v okolí či nedostatečné úklidové práce po skončení eventu.

Festivally jsou fenoménem napříč celými generacemi. Od mladistvých až po starší obyvatelstvo. Tento kulturní zdroj svým způsobem propaguje danou destinace, tím, že se na určitém místě odehrává. Napomáhá uvést do podvědomí danou lokalitu, představuje ji jako destinaci vhodnou ke kulturnímu využití a tím podporuje její návštěvnost. Zákazníky láká hudební nabídka či atraktivní prostředí. Tyto akce se nesoustřeďují pouze na vžitá kulturní centra, jakými jsou například Praha či Brno, ale jsou provozovány v mnohem menších městech, například ve východních Čechách, jako jsou Chrudim, Lázně Bohdaneč, Skuteč.

Genius loci může být také důležitý faktor pro zakládání festivalů na určitém místě. Tyto místa se mnohokrát mohou stát pro pořadatele rozhodujícím významem.

Z marketingového hlediska jsou místa s lepší dostupností a službami atraktivnější, než oblasti bez těchto prvků. Avšak návštěvníci mohou vyhledávat zajímavá a originální místa, která jsou zajímavá z hlediska kulturního, přírodního či historického významu.

### **3.2.3. Vybrané hudební festivaly v České republice**

Za první český alternativní festival je doposud považován Východočeský Woodstock, jehož historie sahá do 80. let 20. Století. V roce 1984 byl uspořádán koncert ve Starých Bukách u Trutnova (Česká televize:2016). K jeho vzniku dali podnět předcházející nezávislé aktivity, ilegální koncerty a výstavy po různých stodolách a vesnických hostincích (Festivaltrutnoff:2012). Koncert byl tehdejší režimem rozehán a zakázán. První festival „Východočeský Woodstock“ se konal ve Volanově u Trutnova v roce 1987(Festivaltrutnoff:2012).

Po Sametové revoluci v roce 1989 nastalo období výrazných změn. Pořádání kulturních akcí bylo povoleno. Ze zahraničí přicházely nové hudební styly. V nebyvalé míře byl zaznamenán rychle rostoucí počet kulturních událostí a akcí. Jako první z nich byla vytvořena akce jménem Woodstock 69-Jarocin 69-70-Trutnov 87-90 (Techno:2008). Koncert byl prodchnutý porevoluční euforií. Byl to jeden z prvních polistopadových open air festivalů v České republice (Česká televize:2016). Účastníkem se stal i bývalý prezident Václav Havel. Kapely, které

zde vystupovaly, tvořily především skupiny, které byly tehdejším režimem zakázány jako například (Techno:2008): Pavel Dobeš, Extempore, Šanov, Kuličky, Bad Beef Hat, Psí vojáci, Majklův Strýček, Svát'a Karásek.

V roce 1992 proběhl další festival, jehož výtěžek byl věnován dětem postižených válkou v Jugoslávii (Techno:2009) a počet návštěvníků přesahoval počet 2500. Následující rok hráli na podium i zahraniční skupiny jako Garage, W.W. Becket (Festivaltrutnoff:2012). Tváří i nadále zůstal Ivan Martin „Magor“ Jirous. Později se festival přejmenoval na Trutnov open Air (Techno:2009). Festival se neustále zvětšoval, v roce 1995 byl překročen počet 16 000 návštěvníků (Techno:2009). Součástí festivalu byly změny umožňující to, že v rámci festivalu návštěvníci mohli vyzkoušet kadeřnické, tetovací služby, či dumping a jiné. Tento festival patří do skupiny festivalů, jež nejvíc ovlivnili v 90. letech dané návštěvníky, ale zdaleka nebyl jediný.

*„Důležitou roli v 90. letech hrál festival Rocková Lipnice sahající do roku 1988. Mezi festivaly, jež vznikly po roce 1989 je možno zařadit festival Mezi ploty, Babí lom či Litoměřický kořen“ (Broš:2016 - osobní sdělení).*

Významnou tradici v tuzemsku má Hip Hop kemp. Počátky festivalu se datují k roku 2002 a trvají dodnes. Festival byl nejdříve pořádán v Pardubicích, ale později se usadil v Hradci Králové. Vystoupily zde umělci jako PSH, Yarah Bravo, Pezeta, Grammatik a další (Hiphopkemp:2014).

Mnohaletou tradici se může pochlubit rockový festival Rock For People. Vznikl v roce 1995 v Českém Brodě (Rock for people:2016), ve kterém setrval až do roku 2006. Odtud se přemístil na letiště do Hradce Králové (Rock for people:2016). Vystupovali zde hudební osobnosti jako the Hives, Franz Ferdinand, the Prodigy či slavní Arctic Monkeys. Zde se ukázala menší potíž. Ve světě již známé „polární opice“ nezaznamenaly tak velký ohlas. České publikum tuto kapelu ještě tolik neznalo a koncert skončil s menším fiaskem. Tento počín byl velmi často kritizován. Počtem diváků se tento festival řadí k největším festivalům u nás.

Dalšími významnými festivaly jako Colours of Ostrava, Master of Rock či Mácháč.

Trochu odlišnější způsob pořádání mají festivaly České hrady a Bohemia Jazz Fest. Tato dvojice se charakterizuje sérii koncertů na různých místech. Toto

odlišení má pro návštěvníka značnou výhodu v tom, že nemusí cestovat na velmi vzdálená místa, ale může si vybrat nejbližší uvedenou kulturní akci od svého bydliště.

#### **3.2.4. Vybrané hudební festivaly ve světě**

Festivalová tradice probíhá již 40 let. Začátky jsou připisovány éře hippies. V této době se pořádaly festivaly (Techno:2009): Glastonbury, Woodstock, Monterey, Roskilde. Společnými znaky byla hudba, tanec a užívání si s přáteli. Konání těchto festivalů i nadále trvá jejich obliba též.

Festival Monterey International Pop Festival se konal poprvé v roce 1967 v Kalifornii (Monterey International Pop Festival:2012). Vstupné bylo symbolické a to jeden dolar a výtěžek putoval na charitu (Monterey International Pop Festival:2012). Všichni účinkující vystupovali zadarmo. Poprvé v historii účinkující vystupovali bez nároku honoráře. Vystoupili zde umělci jako Jimmy Hendrix, Janis Joplin, skupiny The Birds, the Who.

Festival Woodstock se stal symbolem éry hippies. Svým postojem protestoval proti válce ve Vietnamu. Festival se uskutečnil v roce 1969 na farmě Maxa Yasgura ve státě New York (Techno:2009). Dorazilo přes půl milionů lidí. Vznikla zde myšlenka „míru lásky a hudby“. Na druhou stranu zde svoji roli sehrály také drogy. Nebyl problém sehnat marihuanu či LSD. Za zakladatele undergroundového festivalu jsou považováni John Roberts a Joel Rosenman (Techno:2009). Bohužel na této akci umírali lidé, proto byl odsouzen socialistickými státy.

Historie britského festivalu Glastonbury se píše od roku 1970. Do hrabství Somerset dorazili desítky tisíc lidí, aby uctili památku Jimma Hendrixe. V současné době se festival řadí mezi multižánrové festivaly, jež se vyznačují hudebními styly jako alternativa, elektronická hudba, jazz, pop, punk, rock. Značně obtížné je obstarání vstupenky. Ročník 2015 byl vyprodáný za necelé tři hodiny (Rock&Pop:2015).

Mezi evropské matadory se řadí festival Roskilde, jehož historie spadá do 70. let 20. století (Techno:2009). Jeho funkce spočívá v podpoře mladých umělců.

Indie-rockové scéně se věnuje velmi známý americký festival Coachella. K tomuto žánru se během let přidaly elektro a dj vystoupení. Festival se koná v Kalifornii a historie se píše od roku 1993 (Coachella:2016), kdy skupina Pearl Jam uspořádala koncert pro 25 tisíc fanoušků. Podle webu Coachella (2016) se po šesti letech uspořádal první ročník s tímto názvem. Od roku 2001 se koná tato třídní akce pravidelně každý rok. Hlavními headlinery jsou jména jako (Coachella:2016): Muse, AC DC, Depeche Mode, Coldplay, Radiohead, Madonna, Paul van Dyk, Oasis a mnozí další.

### 3.3. Pojem alternativní

Pojem alternativní pochází z latinského slova alter (Wikipedia:2013) a znamená jinou možnost nebo druhou volbu. Tím je myšleno různé odlišení od klasického, normálního. Člověk má potřebu či touhu se občas odlišovat od ostatního.

*„Termín 90. let pro <jinou> kulturu, která ale často nemá opoziční povahu. Současně užití slova alternativní v hudbě a mladé kultuře vychází z konce 70. A začátku 80. Let, kdy popisovalo proud postPunkové hudby, podporovaný rostoucí sítí malých rozhlasových stanic na vysokých školách. Slovo mělo už od počátku kulturní význam, běžně bylo spojováno s nezávislým opozičním tiskem na konci éry hippies později také označovalo jakýkoli životní styl odlišný od stylu převládajícího. Když se oblíbenci <univerzitního> rocku, jako jsem R.E.M. a U2, stali v druhé polovině 80.let stadionovými kapelami, které trhaly žebříčky prodejnosti, značka alternativní přešla na nové, syrovější kapely. Jenže závratný vzestup skupiny Nirvana v letech 1991-1992 tento ekosystém narušil; „alternativa“ byla najednou stejně lukrativním žánrem, jakým byly do té doby HIP-HOP nebo metal. Nahrávací společnosti, rozhlasové stanice MTV přejaly tuto novou formu, festival Lollapa-looza ji patřičně zabalil a obchodníci využili jako návnadu k prodeji prakticky všeho, od aut přes nealkoholické nápoje až po filmy. Na otázku, co je vlastně alternativní, neexistovala uspokojivá odpověď. Termín se stal veřejným majetkem a v rámci fragmentované masové kultury nalézají praktické uplatnění vlastně všechny odchylky od hlavního proudu“ (Daly, Wice:1999:16).*



Jandourek (2007) charakterizuje pojem alternativa jako jeden ze zásadně, kvalitativně odlišných způsobů jednání. Autor dále popisuje slovo v užším smyslu jako skupinu, hnutí případně organizaci, která usiluje o výrazně odlišné fungování v rámci socialistického systému.

Tento pojem je v současné době běžně používán. Vyskytuje nejen ve spojení kulturou či hudbou ale je zažit také ve spojení alternativní škola, alternativní cestovní ruch či alternativní medicína. Pochopení tohoto slova je do určité míry subjektivní. Obecně lze tento pojem vyjádřit jako odchylku od hlavního proudu.

### **3.4. Alternativní kultura**

Z hlediska sociálního lze alternativní kulturu chápat jako subkulturu, která je založená na odlišných normách a hodnotách. Ty se projevují odlišným, alternativním životním stylem (Alan, Bitrich a další:2001). Propagovanými skupinami byly například vegani, punkeři, anarchisté či hnutí hippies. Svoji pozici zde zaujímají také různorodé komunity. V České republice je názorný příklad komunity Noe (Komunita Noe:2010), která žije v barokní faře a vítá každého, kdo za ní přijde. Nabízí ubytování za velmi nízký poplatek, pobavení či setkávání s lidmi.

*„Společným rysem je odklon od vládnoucího či převládajícího kulturního proudu (mainstreamu), který v daném případě představovala oficiální – a také masová a konzumní – kultura režimu státního socialismu, což neznamena, že by referenčním proudem nemohl být třeba i underground nebo disent. K tomu však přistupují další dvě obecnější vlastnosti: za prvé souvisí s životními postoji a za druhé je často postupně inkorporována právě do onoho hlavního proudu, vůči kterému se vymezovala. Alternativní kultura je nejen vždy spojená s hlavním proudem, ona se s tím hlavním proudem nakonec stává“ (Alan, Bitrich a další:2002:20).*

Autor Alan, Bitrich a další (2002) uvádějí, že charakteristickým rysem alternativní kultury je její lokalizace na sociálním, kulturním, ekonomickém a v podstatě i prostorovém okraji společnosti a s tím související charakter této kultury.

S pojmem alternativní kultura souvisí pojem subkultura. Podle autora Hebdige (2012) je kultura prostřednictvím subkultur manifestována v nejširším

významu jakožto systém komunikace, forma vyjádření a protestu. Charakterizuje ji styl oblékání, tedy určitý druh oblečení, vlasy česané na patku, graffiti či neukázněné chování - opovržení či úšklebek (Hebdige:2012).

Z hlediska kulturního, tj. oblast živé kultury – divadla, hudba, filmy, písemnictví lze alternativní kulturu chápat dle dvou kritérií (Alan, Bitrich a další:2002):

- jako aktivity, které jsou vůči oficiální kultuře v opozici neboli proudy, které lze chápat vůči dominantní kultuře jako okrajové soudy, kritériem je postoj vůči komercializované masové kultuře a to na základě vlastního rozhodnutí
- jako aktivity, které jsou skutečné nebo jen zdánlivé opozici vůči stávajícímu režimu a mají zpravidla politický či ideologický podtext.

Z hlediska nacionálního ukotvení navazuje česká kultura 20. století na tradici národního obrození (Alan, Bitrich a další:2002). Spisovatelé Alan, Bitrich a spol (2002) popisují, jak je zde vidět sklon k historizujícímu vidění a výkladu událostí ale také ohrožení národní identity a hledání vlastního místa ve světě s vymezováním svého vztahu k Západu i Východu. Ukotvení avantgardního spolku autoři zdůrazňují čerpání životodárných i ničivých sil z civilizačního rámce modernity a získání podoby díky souhře nonkonformních, antiměšťáckých a bohémských tendencí, v jejichž prostředí se rodilo moderní umění. Spisovatelé popisují, že oba tyto dva proudy se striktně vůči sobě navzájem nevymezovaly.

K tématu alternativní kultura se váže také slovo avantgarda. Ta byla spíše ideologickým hnutím. Avantgarda tolerovala projevy excentricity a nonkomformity jedinců a skupin (Alan, Bitrich a další:2002). Držela se na výsluní až do konce druhé světové války. Po vstupu komunistického režimu upadla do zapomnění. Komunistická strana vytvořila soubor pravidel, způsobů a prostředků, jež jasně formulovaly život a kulturu. Na vrchol se dostává cenzura, regulační mechanismy a naplánovaný ideologický program. Ale byly zde pokusy o změkčení režimu. Začalo docházet k volnějším pojetí oficiální ideologie a větší tolerance (Alan, Bitrich a další:2002). Začínaly se také tvořit jasně vyhraněné postoje vůči politickému

systemu. S tím je spojen pojem kulturní underground. Znamená odmítání nebo ignorování totalitního režimu či jeho institucí (Alan, Bitrich a další:2002). Vyznačoval se znaky (Alan, Bitrich a další:2002) : orientací na oblast umění, lpění na tvůrčí nezávislosti, uzavřeností do vlastního světa, dodržování duchovní morálky, která kladla důraz na opravdovost, autenticitu a tvůrčí poctivost. Známý průkopníkem undergroundu se stal Zbyněk Lán (Denčevová,Stárek,Stehlík:2012).

Druhý pól se nazýval disent. Ten se vyznačoval nejen odporem vůči režimu, ale orientoval se na intelektuální aktivity a reflexi myšlenkových či filozofických, vědeckých proudů (Alan, Bitrich a další:2002). Charta 77 se stala organizační platformou disentu a zapůsobila jako stimulátor, který rozhýbal k aktivitám a k vytvoření dalších malých seskupení (Alan, Bitrich a další:2002).

### **3.5. Alternativní hudba**

Pod tímto pojmem je možné si představit všechny takzvané menšinové žánry, které jsou protikladem ke střednímu proudu populární hudby. Lze ji chápat také jako souhrn nezařaditelných pojmů či stylů na pomezí (Proglas:2016).

Petr Hrabalík (2016) alternativní hudbu konkretizuje v několika bodech:

- je to proud, který se snaží vytvářet svébytnou hudbu mimo obchodní a estetický diktát médií
- cílem hudby je vyjádřit takovou myšlenku, kterou nemá možnost vyjádřit žádný jiný druh umění.
- nikdy se nemá ztratit kapela, která má lidem co říci, i když přitom zpěvák dokonale neintonuje nebo bubeník vypadává z rytmu
- teprve z myšlenky se rodí forma, nikdy naopak
- síla leží v nových, nastupujících generacích
- není pravda, že umění má jen bavit, ale také nesmí jen mentorovat a poučovat. A když – od toho tu je umělecký průmysl Eltona Johna po falešně realistický Dietl-rock Katapultu.
- alternativní hudba nenabízí zboží každodenní spotřeby
- i negativní reakce je pozitivní, když kapela vyprovokuje posluchače k přemýšlení

- alternativní hudba není žádný underground, dobrovolně se izolující od realit.

Intenzita zviditelnění takových žánrů se liší od komerční hudby. Alternativní umělci převážně nepoužívají běžné komunikační prostředky, nemají přesně určený směr a styl, nikdo jim neurčuje image či kde a kdy mají vystupovat. Komerční umělci mají většinou podepsanou smlouvu na několik let dopředu, která přesně popisuje, jakým stylem se bude řídit. Mají přesně určené podmínky.

V dnešní době je velmi obtížné zařadit styl do alternativy. Ale převážně se uvádějí (Proglas: 2016): Blues, Country, Folk, Jazz. Patří sem například popové kapely se složitější strukturou písní, voice-bandy, písničkáři doprovázející na elektronické nástroje, deklamované dadaistické texty, hiphopoví písničkáři, sóloví bubeníci.

Do podskupiny alternativní české hudby se mohou zařadit skupiny alternativního roku. Ze známějších kapel sem patří Mňága a Žďorp, Framus Five či Tatabojs. Tato poslední skupina hraje alternativní pop. Vyznačuje se ve svých písních hravostí, aktuálností a odlehčeností (Idnes:2016). Texty mají většinou skrytý význam. Alternativou se vyznačují i jejich webové stránky, kde se zobrazí Rubikova kostka. Nikde ani známka o kapele, jejich žánr, či jejich záliby. Ze světové současné alternativní hudby je možné jmenovat nejznámější a to například nedávno zesnulého zpěváka Davida Bowieho, Manu Chao či britská skupina The XX.

### **3.5.1. Alternativní hudba v minulosti**

Na konci 60. Let v Čechách panoval komunistický režim, který udával tempo nejenom v hudbě. Proudny, které šly proti tomuto tempu se začaly říkat alternativní.

Slova alternativa a underground se na české scéně skoro sjednotila. Prvními průkopníky undergroundu byly skupiny The Primitives Group a Aktual (česká televize:2016). Obě skupiny byly ovlivněny stylem z USA Hippies. Skupiny jako the Doors či Mothers Of Invention se snažily propojit hudbu s vizuálností. Účelem mělo být vyvolání určitého psychického stavu a zážitku u posluchače (Česká televize: 2016).

Průkopníkem alternativy a později důležitou osobností u nás byl Miloš Čuřík, který pořádal vystoupení bigbeatových kapel, souborů pantomimy, či pouštění zajímavých filmů (Česká televize: 2016). V dalších letech zprostředkoval vystoupení kapel Stehlík, Extempore.. Výrazně se také zajímal o jazz, který se těšil značnému zájmu. V alternativě se angažoval až do roku 1985, kdy mu odejmuli licenci (Česká televize: 2016).

Velmi aktuální byl hudební žánr Rock'n'roll, později přejmenovaný jako big beat. Mezi prvními rockery začaly vystupovat skupiny jako Faps, Sputnici, Crazy Boys (Vaněk:2010).

Se stylem jazzrock se ztotožňovala skupina Blue effect, Příznivce také našla již zmiňovaná skupina The Primitives Group. Nechávali se inspirovat Jimym Hendrixem (Vaněk:2010). V roce 1968 vznikla nejznámější undergroundová skupina The Plastic People of the Universe (Vaněk:2010). Jak autor knihy Vaněk uvádí, v roce 1972 přišla společně s rekvalifikačními zkouškami stagnace hudební scény. Některé skupiny ale přesto vystupovaly ilegálně, často se pod texty písní podepisovali anonymní autoři.

Na řadu přišel také jazz. Byly pořádané takzvané jazzové dny (Vaněk:2010), kterých se účastnily stovky kapel a fanoušků. V osmdesátých letech vystupovaly undergroundové skupiny Garáž či Půlnoc.

Určitým milníkem byla vytvořena takzvaná Lennonova zeď. Symbolizovala úctu, odpor vůči režimu a vzpomínku na britského zpěváka slavné skupiny.

Novou vlnou se stal styl punk. Výraznými prvky bylo oblečení, výrazné vlasy, způsob vyjadřování i líčení. Cílem bylo provokovat. Punkové místo u nás zaujímala skupina Energie G, Kečup, Pražský výběr, Hudba Praha a Visací zámek (Vaněk:2010). Tomuto stylu se podařilo upozornit veřejnost.

Nechyběl ani styl metalové hudby. Tvrdší a agresivnější styl představovaly kapely Citron, Arakain, Titanic či Root (Vaněk:2010).

### **3.6. Město Lázně Bohdaneč z hlediska cestovního ruchu**

Město se nachází v severozápadní části Pardubického kraje v zázemí většího města Pardubic. S počtem 3 355 obyvatel se řadí mezi menší města v České republice (Lázně Bohdaneč:2015). Značný rozkvět města zaznamenal přelom 19.

až 20. století, kdy byly založeny slatinné lázně. Lázeňstvím se město vyznačuje i v současné době. Je jediným městem v Pardubickém kraji, kde je tato forma ozdravování pohybového aparátu provozována.

Důležitou roli zde hraje hustá síť pěších stezek a díky rovinnatému charakteru území i síť cyklostezek (Lázně Bohdaneč:2015). Své umístění zde má i moderní a klasická architektura. Nachází se zde lázeňský pavilon Gočár, který doplňuje renesanční budova radnice a barokní kostel sv. Máří Magdalény (Lázně Bohdaneč:2015). Atmosféru lázní doplňuje lázeňský park či centrum města s fontánami. K návštěvám těchto turistických atrakcí slouží naučná stezka- Gočárův okruh, který provede návštěvníky těmito místy. Doposud jako málo využitý potenciál představuje uměle vytvořený Opatovický kanál, který slouží dodnes ke svému účelu. Na tomto území se také nachází národní přírodní rezervace, kterou tvoří Bohdanečský rybník a rybník Matka (Ic Bohdaneč:2015). Zahrnuje komplex vodních a mokřadních biotopů kolem rybníků, slatinné louky, lesy, křoviny a rozsáhlé rákosiny s hnízdištěm bahenního a vodního ptactva. Touto přírodní rezervací vede naučná stezka.

Podporou rozvoje cestovního ruchu toho území se zabývá MAS Bohdanečsko, což je nezisková organizace s 26 obcemi s 12 tisíci obyvatel (Dvořáková:2014). Tato organizace se zabývá nejen rozvojem cestovního ruchu (Dvořáková:2014), ale také zvýšením kvality na venkově, podporou zaměstnanosti, ochranou přírody a kulturního dědictví a posílením ekonomiky v regionu.

Z hlediska hudebních akcí se v tomto městě konají hudební koncerty a taneční večery, které se konají každé léto. V lázeňském parku návštěvníci mohou pravidelně poslouchat koncerty dechových kapel. Festivalovou část zaujímá hudební alternativní festival On The Road.

### **3.6.1 Vybrané neziskové organizace ve městě Lázně Bohdaneč**

V tomto města se nachází nezisková organizace **Junák**, která má zde svoji pobočku. Tento svaz skautů a skautek ČR se zaměřuje a děti a mládež (skauti Bohdaneč:2016), kteří se dělí na Vlčata (chlapci od 6-10let), Světlušky (dívky od 5-10let), Skauty (chlapci od 11-15 let), Skautky (dívky od 11-15let).

Podle internetového portálu Skauti Bohdaneč (2016) je posláním organizace podpora rozvoje dětí a mladých lidí, jejich duchovních, mravních, intelektuálních, sociálních a tělesných schopností, aby byli po celý život připraveni plnit povinnosti k sobě samým, bližním, vlasti, přírodě a celému lidskému společenství.

Další neziskovou organizací nacházející se v tomto městě je **Svaz cyklistiky Pardubického kraje**. Tato organizace (MV ČR:2009) si klade za cíle:

- vytvářet podmínky pro provozování závodní i rekreační cyklistiky ve všech současných i budoucích formách a ve spolupráci s jinými sportovními svazy
- řídit a organizovat závodní činnost v souladu s platnými pravidly, směrnicemi a předpisy Českého svazu cyklistiky
- prosazovat zájmy cyklistiky ve vztahu ke státním a obecním orgánům a úřadům i ve vztahu k jiným právnickým osobám. Být oficiálním partnerem orgánům státní správy ve věcech organizované cyklistiky
- hájit zájmy svých členů v rámci jejich činnosti ve Svazu cyklistů Pardubického kraje
- finančně přispívat dle možností na činnost svých základních celků-oddílů a klubů cyklistiky

Velmi důležitou neziskovou organizací se stalo Městsko-lázeňské informační centrum Lázně Bohdaneč. Infocentrum se stalo významnou součástí nadstandardních služeb, které Město Lázně Bohdaneč nabízí svým občanům, lázeňským hostům i turistům (Ic Bohdaneč:2015).

### **3.7. Město Chrudim z hlediska cestovního ruchu**

Město Chrudim je vhodně situované v blízkosti metropolitního areálu hradecko-pardubické aglomerace. Město disponuje nejen výhodnou polohou ale také historickým jádrem města, zajímavou architekturou ale také dostatečně velkou rozlohou zeleně. Chrudim se nachází na úpatí Železných hor, jež její část byla vyhlášena za chráněnou krajinnou oblast.

Historické jádro města je vyhlášeno za městskou památkovou zónu (Smatlík:2011), na které je umístěn Arciděkanský chrám Nanebevzetí Pany Marie

postavený v gotickém stylu. V blízkosti se nacházejí Kmohovský dům, Stará radnice či Kapucínský klášter se zahradou a kostelem sv. Josefa. Do kulturních památek dále patří Bašta prachárna, která představuje městské opevnění, dále kostel sv. Kateřiny, Mydlářovský dům, Dům na Puši, Náměstí u Vodárny, Rozvodovský dům, Wiesnerův dům (Turynová:2016).

Kulturní vyžití zde představuje divadlo Karla Pippicha, Chrudimské muzeum či různé kulturní akce například festival loutkářská Chrudim. S loutkářskou tradicí souvisí i činnost Muzea loutkářských kultur s největšími sbírkami loutek a marionet v České republice (Turynová:2016). Město Chrudim prezentují hudební akce jako Chrudimská beseda, Chrudimské hudební večery, Chrudimské hudební putování či festival Yanderov.

### **3.7.1. Vybrané neziskové organizace ve městě Chrudim**

Spolek **Hurá na výlet** je nezisková organizace (Martínek:2015), která pořádá zážitkové výlety pro seniory, handicapované lidi a sociálně slabé skupiny občanů. Martínek (2015) uvádí, že výjimečnost výletů spočívá v tom, že pro účastníky je zajištěna zdravotní a asistenční služba, samozřejmostí je vyžití v podobě hudebního a zábavního programu.

**Agora CE** je česká nezisková organizace, která byla založena za účelem upevňování demokratických principů ve společnosti (Agora:2016). Její cíle jsou následující (Agora:2016):

- podporovat rozvoj místní demokracie
- přispívat ke zvýšení politické kultury
- zlepšovat komunikaci a spolupráci mezi občany a radnicemi
- rozšiřovat možnosti radnice otevřeně plánovat a rozhodovat o věcech za účasti občanů
- probouzet zájem občanů o komunální problémy
- zlepšovat diskusní schopnosti studentů i dospělých
- umožňovat otevřený dialog o naléhavých otázkách přítomnosti



Část pracujících pro tuto organizaci se později oddělila a začala s budováním festivalů Doupnice fest a festival Yanderov, kde zúročili praxi a poznatky z této organizace.

Cílem další neziskové organizace Kacafřek (Kacafřek:2016) je rozvíjet a udržet aktivní loutkové divadlo v Chrudimi i do budoucna pro další generace. Členy souboru jsou žáci, studenti, pracující i osoby v pokročilém věku.

Chrudimské **Centrum J.J. Pestalozziho** je nezisková organizace, která poskytuje poradenské, vzdělávací a sociální služby ohroženým a znevýhodněným skupinám obyvatel (Kadlec:2015) . Usiluje o znovuzařazení klientů do společnosti a zlepšení jejich kvality života.

### **3.8 Město Skuteč z hlediska cestovního ruchu**

Obec Radčice se nachází velmi blízko městu Skuteč. Ve městě Skuteč je několik památek a to konkrétně několik kostelů (Skuteč:2006) – gotický Kostel Božího Těla, Kostel Nanebevzetí Panny Marie, kostel Sv. Václava. Uprostřed náměstí se tyčí Mariánský sloup, který dosahuje výšky devíti metrů (Skuteč:2006). Jako turistickou zajímavost lze považovat Muzeum obuvi a kamene, jehož začátky sahají až do 19. století (Městské muzeum kamene:2009).

Město Skuteč je známo festivalem Tomáškova a Novákova hudební Skuteč. Ten se zaměřuje na klasickou hudbu a sborový zpěv, nicméně jsou zde zařazovány také divadelní a muzikální představení a opery.

Do hudebních událostí lze zařadit alternativní hudební festival Doupnice fest. Z hlediska kulturního vyžití oproti městu Chrudim a Lázně Bohdaneč je program chudší.

#### **3.8.1 Vybrané neziskové organizace ve městě Skuteč**

**Spolek Mladých Tanečníků** je popisována jako dobrovolná skupina mladých lidí, kteří se zajímají o tanec na neprofesionální úrovni. Jejich tréninky probíhají pravidelně a za účelem zdokonalení svých tanečních dovedností (Spolek Mladých Tanečníků:2016).

Atraktivní z hlediska kultury se zdá být nezisková organizace **Šeucoská Muzika**. Tyto nadšenci si kladou za cíl oživení dechové hudby a zpřístupnění

tohoto kulturního prožitku divákům. Mají charakteristický znak a to historické bílé uniformy, ve kterých skupina odehrává svá vystoupení (Seucouská muzika:2012).

Mezi skutečné organizace se řadí také **Tábornický klub Skuteč**, jež je členem České tábornické unie, organizace volně sdružující děti a mládež a dospělé v tábornických klubech a trampských osadách (TK Skuteč:2016). Tento klub se zaměřuje na pobyty v přírodě. Tato organizace je pro všechny, kteří chtějí být jejími důvěrnými znalci, vnikat do jejich zákonů, vést ostatní k poznávání přírody a stát se jejími ochránci(TK Skuteč:2016). Klub se zaměřuje na pobyty s dětmi, pořádání letních táborů a víkendových akcí.

## **4 Empirická část**

V této části je popsán průběh vlastního výzkumu a formulovány výsledky s následným doporučením na zlepšení managementů daných festivalů.

Empirická část je řešena formou případových studií tří alternativních hudebních festivalů On The Road, Yanderov a Doupnice fest. Podkladem pro tuto část jsou rozhovory s pořadateli festivalu a zástupců měst, ve kterých se festivaly konají. Další důležité informace byly dohledány na internetových stránkách. Cílem studií je zjištění, jakým způsobem je řešen management a co vše obnáší organizace managementu. Bakalářská práce si dále klade za cíl zjištění, zda-li mají festivaly vliv na cestovní ruch v daném okolí. Dále je zkoumáno vzájemné porovnání těchto tří kulturních akcí dle určených kritériích, jakými jsou, organizace festivalu, návštěvnost a jejich vliv na cestovní ruch.

### **4.1. Základní výzkumné otázky a předpoklady**

- 1) Za jakým účelem byl festival vytvořen a je konán nyní?
- 2) Jak je řízena organizace a personalistika?
- 3) Jaký je probíhá příprava a časový harmonogram?
- 4) Jakým způsobem jsou vybírány kapely
- 6) Jaké je největší úskalí pořádání festivalů
- 5) Jakým způsobem jsou festivaly financovány?
- 7) Jaká je návštěvnost festivalu

- 8) Jak je zajišťována reklama a propagace?
  - 9) Jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném okolí?
  - 10) Jak jsou festivaly vnímány zástupce měst, ve kterých se konají?
  - 11) Jaká je motivace pořadatelů?
  - 12) Jaké cíle jsou do budoucna?
- 
- 1) Festivaly nebyly vytvořeny za účelem zisku, což vychází z podstaty neziskových organizací dle kapitoly 3.1. V současnosti účel plní funkci stejnou jako při vzniku.
  - 2) Práce na organizaci je systematicky rozdělena. Pořadatelé využívají služeb dobrovolníků.
  - 3) Dle předpokladu, časový harmonogram a příprava probíhá několik měsíců dopředu.
  - 4) Kapely se vybírají dle finančních možností.
  - 5) Předpokládá se, že největší úskalí bude spočívat v nedostatku finančních prostředků a návštěvnost
  - 6) Festivaly mají své sponzory. Pořadatelé se snaží získat dotace od měst, které by jim výrazně pomohly.
  - 7) Dá se předpokládat, že největší návštěvnost má festival On The Road.
  - 8) Reklama a propagace bude zajišťována formou vývěsu plakátů, článků do novin a internetových portálů.
  - 9) Výzkumný předpoklad je takový, že vliv na cestovní ruch festivaly budou mít. Největší vliv má festival On the Road.
  - 10) Festivaly jsou zástupci měst vnímány pozitivně a to z hlediska zvýšeného počtu návštěvníků v daném okolí.
  - 11) Motivací organizátorů nejsou peníze, což odpovídá typu organizace a výzkumnému předpokladu č.1.
  - 12) Předpokladem je, že cílem do budoucna je nadále konání festivalů a udržení si návštěvnosti alespoň takové, která byla dosud.

## **4.2. Sběr informací a průběh šetření**

S žádostí o rozhovor bylo požádáno celkem 11 aktérů, z nichž 8 osob byli organizátoři festivalu a tři osoby jako zástupci měst, ve kterých se akce konají. Pořadatelé byli osloveni telefonicky a následně s nimi byl sjednán ústní pohovor. První část rozhovorů se uskutečnila na začátku ledna 2016, druhá část proběhla od března do května 2016 dle časových možností aktérů. Všechna místa schůzek se uskutečnila v místech, které si organizátoři určili – restaurace, hospody v Pardubicích a Chrudimi. Rozhovory byly nahrávány na aplikaci Diktafon. Informace byly následně přepisovány a analyzovány. Doplňující otázky byly případně zodpovězeny při následovném telefonickém hovoru.

Pro co nejkvalitnější obsah získávání informací byly vytvořeny dva okruhy scénářů pro rozhovor. První typ byl vytvořen pro hlavní organizátory festivalu, který byl rozdělen do 8 okruhů - „vznik a historie“, „personalistika“, „příprava a časový harmonogram“, „hudební kapely“, „financování“, „reklama a propagace“, „vliv na cestovní ruch“, „cíle a strategie do budoucnosti“. Druhý typ byl vytvořen pro zástupce měst, ve kterých se festival koná. Tento okruh má jeden oddíl a to „postoj města k festivalu“, Všichni aktéři byli během rozhovorů velmi ochotní a poskytli cenný obsah informací.

## **4.3. Případová studie č. 1 – festival On the Road**

U tohoto alternativního festivalu byly provedeny rozhovory se třemi hlavními organizátory, což jsou zároveň všichni ti, kteří mají na starosti důležité organizační úkony. Prvním z nich je Vilém Vinopal, jež se zabývá produkcí a propagací. Druhým aktérem je Eva Skařupová a třetím hlavním aktérem je Michal Mareda, člen skupiny Vypsaná Fixa, jež se zabývá dramaturgií. Pořadatelem festivalu je nezisková organizace Dea Delbata z.s. .

### **4.3.1. Vznik a historie**

Festivalu předcházely dvě větší akce. V srpnu 2005 se pořádal festival Kalkata fest a jeho konkurentem se stal festival Uganda fest probíhající v prostorách rockového klubu Žlutý pes (On the Road:2016) s hlavními aktéry

skupiny Vypsané Fixy. Z důvodu konkurence se oba festivaly spojily a dohodly se, že budou využívat společný název festivalu On the Road.

Zakladatel byl Mirek Hrubá, který ale po určité době odchází a místo něj nastupuje Vilém Vinopal. Ten společně se členy skupiny Vypsané fixy Martinem Maredou a Michalem Maredou zakládají občanské sdružení Dea Dealbata (On the Road:2016).

Dea Dealbata, o.s. vzniklo v roce 2006 jako dobrovolné nevládní neziskové občanské sdružení. Svou činnost od počátku zaměřuje téměř výlučně na oblast Pardubického kraje. Na základě společné dohody se ustanovilo, že festival bude benefiční.

*„Cílem byla benefice a nabídnutí možnosti zahrání si začínajícím kapelám. Část výtěžku putuje na adopci na dálku, adoptovali jsme dvě holčičky, jednu z Afriky druhou z Indie. Druhá část výtěžku putuje na duševně nemocné zde v Pardubicích – SKP Cedr o.p.s. Tyto cíle zůstávají nadále stejné (Vilém Vinopal).“*

První ročník festivalu se konal v roce 2006 a už tento rok se finančně vydařil. Na první ročník dorazilo přes 1200 lidí. Během dalších ročníků měla návštěvnost stoupající tendenci. Organizátoři jsou s počtem návštěvníků festivalu spokojeni. Průměrný počet je okolo 1300 návštěvníků. V roce 2014 byly vstupenky v předprodeji již vyprodané. Ač by bylo možné navýšit počet vstupenek, pořadatelé se rozhodli ponechat omezený počet kvůli kvalitě konání akce.

*„Lístky byly vyprodané, takže na místě jsme již vstupenky neprodávali a hodláme v tom takto dále pokračovat. Neříkám, že kapacita se nemůže zvýšit o 100 lidí, ale domluvili jsme se, že po nějakou dobu náš festival necháme malý a útulný“ (Eva Skařupová).*

Festival probíhá v areálu autokempu u Čochtana v Lázních Bohdaneč. Tento prostor je organizátorům pronajímán. Zároveň osoba, která pronajímá tento pozemek, zde zajišťuje catering. Občerstvení je v současnosti předmětem dohadů.

Dohoda s nájemcem je následující: majitel poskytne pozemek, na kterém prodává občerstvení. Aktéři však tímto způsobem přicházejí o část příjmů.

Přibližnou polovinu návštěvníků tvoří lidé z Pardubic a druhou polovinu ze všech koutů České republiky, nejvíce z Brna, Olomouce, ale také přijíždějí nadšenci ze Slovenska.

Festival není provozován za účelem zisku, ale kvůli benefičním účelům. Program festivalu je velmi rozmanitý, na podiích se střídají slavné kapely s méně známějšími, které se teprve prosazují. Festival nabízí nejen zážitek hudební, ale také kulturní. Návštěvníci mohou vyzkoušet stylovou čajovnu, filmový maratón, výtvarné workshopy či fotbalový turnaj.

*„Náš festival je výjimečný svoji atmosférou, nepotkáš zde skoro žádnou reklamu, backstage není oddělená, takže fanoušci mohou být v blízkosti ke kapelám. Je zde také velké stanové městečko, takže velká část společenské části festivalu se odehrává tady. Lidé nejezdí jen kvůli festivalu, ale také kvůli společnému setkávání se známými“ (Eva Skařupová).*

Pořádání takovýchto značně velkých kulturních akcí přináší značná úskalí a rizika.

*„Asi největším úskalím je překonání rodinných a pracovních povinností pořadatelů, každý bydlí jinde a času je velmi poskromnu.“ (Eva Skařupová).*

*„Já považuji za největší úskalí to, aby se nikomu nic nestalo, to je snad největší stres, který mám. Snažíme se držet hladinu návštěvníků v ideální normě“ (Michal Mareda).*

*„Každý rok se něco stane, občas se objeví krádeže ve stanovém městečku, ale tomuto stoprocentně nikdy nelze zabránit.“ (Vilém Vinopal).*

#### **4.3.2. Personalistika**

Další část rozhovoru byla zaměřena na personální činnosti pořadatelů. Práce je systematicky rozdělena. Vilém Vinopal se věnuje produkci a propagaci, Eva Skařupová obchodním partnerům a Michal Mareda dramaturgii.

*„Z hlediska organizátorství je tam několik vrstev. Jsou zde čtyři lidi, kteří za to berou finanční zodpovědnost a ti do toho nejvíce mluví. Dále jsou zde dvě další osoby, které se toho zúčastňují velmi úzce, ale finanční odpovědnost již za to nenesou“ (Eva Skařupová).*

Jelikož pořádání tohoto typu akce je značně fyzicky a časově náročné, při přípravě pomáhají dobrovolníci. Organizátoři mají většinou k dispozici stálý počet třiceti dobrovolníků.

*„Je tu spousta dobrovolníků, kteří se podílejí během toho pořádání festivalů, v řádu patnácti lidí na postavení areálu a zhruba patnáct lidí, kteří se vystřídají na pokladně a další potřebné věci. Jsou to lidé, které osobně známe“ (Eva Skařupová).*

Vzhledem k početnějšímu počtu organizátorů je vzájemná komunikace obtížnější. Každý aktér má své zaměstnání. Tudíž najít čas na společné konverzace se zdá být dost obtížné a pokud ano, vznikají mnohdy nepříjemné situace.

*„Ale když se sejdeme, tak dohady jsou velmi časté, někdy probíhají i tvrdé debaty, řeší se kapely a další, ale vždycky to dopadne tak, že jeden ustoupí nebo se dohromady na něčem shodneme.“ (Michal Mareša).*

Žádný z hlavních ani pomocných organizátorů není odměňován finanční částkou.

#### **4.3.3. Příprava a časový harmonogram festivalu**

Práce na festivalu spočívá v celoroční přípravě. Jakmile skončí jeden ročník, příprava dalšího začíná. Avšak aktéři již mají mnoho zkušeností, takže přípravy se každý rok krátí. Schůzky se začínají zintenzivňovat přibližně tři měsíce před konáním festivalu.

*„Přípravy jsme poněkud zakonzervovali, takže to, co nám před deseti lety trvalo několik dní, tak dnes to zvládneme za den. Z dlouhodobého hlediska se jedná jen o line-up kapel. Kdo vystoupí, co případně bychom chtěli změnit“ (Eva Skařupová).*

Organizace zahrnuje také ohlášení konání akce na příslušné instituce.

*„První je ohlášení na město, pak policie, hasiči, záchranná služba, ale to už je víceméně z opatrnosti. Je zapotřebí si hlídat také hladinu hluku, ale máme schopného zvukaře, který už má mnoho let praxe“ (Vilém Vinopal).*

Festival probíhá dva dny. Areál je otevřen v pátek ve čtyři hodiny odpoledne. Po páté hodině se začíná hrát a končí se přibližně ve dvě ráno. Pátek bývá více alternativní. Následující den se brány otevírají v deset hodin a probíhá dětský den, který trvá do 1 hodiny odpoledne. Ten zahrnuje dětskou kapelu a divadlo. Od této doby hrají kapely různého žánru. Konec přichází opět ve dvě hodiny ráno.

#### **4.3.4. Hudební kapely**

Dramaturgii má na starosti Michal Mareda, člen skupiny Vypsaná Fixa. Se sháněním hudebních kapel není až tak značný problém. Zájem kapel zahrát si na tomto festivalu neustále stoupá.

*„Kapely se intenzivně ozývají, musíme je odmítat, chodí nám tak deset nabídek denně“ (Vilém Vinopal).*

Většina kapel zde vystupuje zadarmo či za nízký honorář. Problémy se smluvenou účastí nikterak nejsou. Vystupující hudebníci jsou až na pár výjimek zodpovědní, takže ti co přislíbí účast, opravdu přijedou.

Jelikož hudební kapely vědí, že festival je benefiční, nežádají o nějaké speciální požadavky.

*„Něco šíleného to až tak není, já už si kapely vybírám hodně předem, ty které by mohly mít šílené požadavky, ty u nás hrát nebudou, a s ostatními se dá domluvit. Například skupina Tatabojs má ráda čokoládu, takže se nakoupily čokoládové tyčinky, či Visací zámek chtěl vychlazený plzně“ (Michal Mareda).*

Žánr kapel je rozmanitý. Návštěvníci si mohou vybrat z rocku, elektroniky, punku, reggae. Což však odmítají, je jakýkoliv revival.



#### 4.3.5. Financování

Festival je pořádán pod záštitou neziskové organizace Dea Dealbata. S prací na běhu festivalu pomáhá přibližně třicet dobrovolníků. Důležitá je týmová práce.

Několik let se aktéři snažili o granty. Dlouho byli podporováni městem Lázně Bohdaneč a dokonce Pardubickým krajem. Nicméně v posledních letech zjistili, že časová náročnost na shánění grantů je obrovská a tolik se nevyplatí. Většina kapel hraje zadarmo či nízký honorář, takže náklady nejsou tak značné. Festival má několik hlavních sponzorů, a to (On The Road:2016): Gambrinus, Čistý festival, Toi Toi, Cmyk, Kutil, CEDR. Zmiňovaný Kutil jim prodá sortiment s nákupní cenou. Občasný sponzor jsou například Pražské vodovody či Vodovody a kanalizace Pardubice. Sponzorů však není mnoho.

*„Jeden důvod to má. My nejsme ochotni těm partnerům příliš nabídnout. Nechceme, aby se tam rozdávaly letáčky a nabízely stánky s redbulem. Jsme domluveni, že festival bude trochu odlišný od ostatních festivalů například tímto, že nikomu nebude podbízet reklamu, nikdy nebudou vyvěšené banery.“ (Eva Skařupová)*

Zatím ani jeden z ročníků nebyl ztrátový i když se počasí nevydařilo.

Spolupráce s městem nadále probíhá. Eva Skařupová se vyjadřuje k tomu následovně: *„Město nás podporuje výrazným způsobem, pomáhá, jak to jde, akorát malé město, malá podpora. Nicméně také vyhlásí v rozhlasu, že se festival bude konat, aby občané města věděli, že bude zvýšený hluk.“*

Pořadatelé přiznávají, že každý rok je pořádání festivalu risk. Rizikem se stává počasí. Ale poslední dva roky byly vstupenky vyprodané, takže finanční situace není až tak veliký problém.

#### 4.3.6. Reklama a propagace

Zde je názorný příklad změny propagace a reklamy během času.

*„Zpátky do historie byly reklamní články a hlavně plakáty. Hlavní pro nás výlep po výlepových plochách ve městech a sociální sítě“ (Vilém Vinopal).*

V současné době je hlavním bodem Facebook. Jan Skařupa se stará o webové stránky festivalu. Přes tuto stránku se zájemci mohou dozvědět konkrétní informace o konání festivalu. Dalším propagačním nástrojem jsou články v novinách a umístění několika banerů.

*„Plakáty dáváme spíše ze zvyku. Pro nás je tahle forma velmi nákladná“ (Eva Skařupová).*

Na webových stránkách jsou zobrazeny e-mailové adresy a telefonní kontakty, které mohou návštěvníci využívat pro získání informací. Velmi účinná je reklama takzvaná „ústní“. Pokud jsou návštěvníci spokojeni s festivalem, tyto informace šíří dál.

#### **4.3.7. Vliv festivalu na cestovní ruch v daném místě**

Hlavní organizátor pan Vinopal je vždy až překvapen, odkud jeho návštěvníci přijedou za kulturním prožitkem.

*„Sám to moc dobře nechápu, lidé se zde sjíždějí z Brna, Olomouce, Boskovic, ale také ze Slovenska. Při návštěvě si projdou také město“ (Vilém Vinopal).*

V prostoru festivalu také funguje zázemí pro kola, takže návštěvníci si mohou během volných chviliek projet cyklotrasy, které se v okolí nacházejí.

Konzervativnější návštěvníci si místo stanového městečka mohou vybrat vyberou jedno z mnoha ubytovacích zařízení v okolí. Jak uvádí, majitel bohdanečského penzionu, který si nepřál být jmenován: *„Během festivalu On the Road evidujeme zvýšený zájem o naše ubytovací kapacity a jsme za to moc rádi.“*

Festival je dvoudenní, což pro návštěvníky festivalu znamená zařídit si občerstvení po celé dva dny. Nabídku občerstvení nabízejí místní restaurace a hospody.

Lze říci, že festival má kladný vliv na cestovní ruch v daném místě. Vliv na životní prostředí je minimální. Eva Skařupová uvádí: *„Brigádníci po celý den*

*uklízají festivalový areál a sbírají odpadky. Do značné míry nám pomáhají i samotní návštěvníci, kteří si i sami ráno říkají o prázdné pytle na odpadky.“*

Menší problém přináší vysoký hluk. Vilém Vinopal se k tomuto tématu vyjadřuje následovně: *„Samozřejmě že bylo pár stížností na hluk. Pokaždé jsme zvuk přizpůsobili. Naštěstí to není elektronika, ale bicí a basa, takže to není tak hlučné.“*

Festival spolupracuje s projektem Čistý festival. Na místě konání je zřízen stánek akce. Osoby, které přinesou určitý počet odpadků, obdrží stírající los. Odpady se třídí do speciálních barevných košů.

#### **4.3.8. Cíle a strategie do budoucnosti**

Všichni organizátoři chtějí v organizaci festivalu i nadále pokračovat. Na stávajícím konceptu se však všichni členové neshodnou.

*„Na poslední schůzi jsme se dosti nepohodli. Jeden člen by chtěl festival posunout více alternativě, zatímco Michal Mareda chce akci udělat více rockově. Uvidíme, co z toho nadále bude. Ve finále festival může skončit z roku na rok, když dostaneme pokutu například od hygieny“ (Vilém Vinopal).*

Značný problém přináší i pronájem areálu. Pořadatelé vědí, že pokud by zajišťovali také stravování, zajistili by si další finanční prostředky.

*„Na příští rok řešíme catering. Náš nájemce, který se o tuto část stará, tak nás obírá o značnou část tržby. Ale tento problém se stále řeší. Můj sen je také přivést nějakou zahraniční kapelu, na kterou by ale musel být vytvořen vyšší finanční polštář“ (Michal Mareda).*

Motivaci pro další ročníky pořadatelé vidí v tom, že se setkají se starými známými a že mohou tvořit něco společně.

*„Ten pocit, když vidím ty šťastně tancující kamarády, je k nezaplacení“ (Michal Mareda).*

Organizátoři se také vyjádřili ke slabým a silným stránkám festivalu. Festival je výjimečným areálem. Prostor je umístěn venku mezi stromy. Připravena je vždy jen jedna stage, což umožňuje kvalitní vnímání chodu festivalu.

*„Činnost jen jedné bacstage bychom chtěli nadále uchovat. Jedno pódium znamená nucené pauzy na nošení nástrojů. Tyto pauzy lidé využívají k rozhovorům mezi sebou a částečně i relaxací.“* (Vilém Vinopal).

Michal Mareda považuje za silnou stránku ohleduplnost a vzájemnou toleranci účastníků festivalu a také rozsáhlou škálu věku návštěvníků. Mareda se vyjadřuje následovně: *„Festival láká jak menší ratolesti, tak například starší bývalé horolezce, kteří jsou občas překvapení z vystupování určitých kapel.“*

Eva Skařupová považuje za silnou stránku hlavně nekomerčnost festivalu. Organizátorka to vidí následovně: *„Tím, že je akce benefičního charakteru, láká mnoho příznivců. Festival nabízí spoustu nových kapel, pohodovou atmosféru a rodinné prostředí.“*

Za slabé stránky lze považovat zmenšující se počet organizátorů festivalů a nízké vstupné.

*„Je nás čím dál míň a vše je děláno takzvaně na koleni“* (Michal Mareda).

*„Vstupné je na dva dny 370 Kč, což ale nepokryje veškeré náklady. Měli bychom začít přemýšlet o postupném navyšování“* (Eva Skařupová).

#### **4.3.9. Postoj města, ve kterém se festival koná**

Rozhovor se zástupcem města byl uskutečněn s referentem úřadu města Lázně Bohdaneč. Aktér rozhovoru si nepřál být jmenován a bude označován jako N.

Na otázku, jak je akce vnímána ze strany města osoba N odpověděla následovně: *„Jsme rádi, že tento festival se koná právě u nás. Akce je obohacením kulturního života našeho města. Tento festival vnímáme pozitivně.“*

Další otázka, která byla položena, byla, jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném okolí.

*„Jelikož se na festival sjíždějí lidé z různých koutů naší republiky, tak považujeme vliv na cestovní ruch za kladný. Návštěvníci festivalů zajdou rádi do našich lázní, kde využívají placené služby. V době konání festivalů máme také evidovaný nárůst prodeje potravin u daných podnikatelů“ (N).*

Město Lázně Bohdaneč dlouho podporovalo festival granty. V současné době pomáhá alespoň s propagací.

*„Datum konání zveřejňujeme na svých webových stránkách, kde se také zájemci o festival mohou dozvědět i podrobnější informace. Také lepíme plakát na městskou nástěnku“ (N).*

#### **4.4. Případová studie č.2- Yanderov**

Alternativní hudební festival se každoročně pořádá na oploceném fotbalovém hřišti mezi městy Chrudim a Slatiňany. Akce byla založena před 21 lety a v současné době je neziskovou organizací. Aktéry rozhovorů byly pořadatelé Jan Axmann, Jiří Brož a Leona Hovorková.

##### **4.4.1. Vznik a historie**

Festival byl založen v roce 1995 za účelem přehlídky amatérských začínajících skupin.

*„První impuls byl umožnit skupinám vystoupit někde, kde bude větší osazenstvo lidí“ (Axmann).*

První ročníky pořádaly neziskové organizace z Chrudimi a to nezisková organizace Agora CE a Modrá hvězda. V současné době je akce zaštitována pod občanským sdružením Yanderov.

Začátky pořádání byly velmi krušné. Kvůli nedostatečným finančním prostředkům hrozilo, že hudební akce se pravidelně pořádat nebude. Díky finančním dotacím od města Chrudim a sponzorů se podařilo tento festival pořádat.

Tento čtyřdenní festival se od ostatních liší tím, že zde není vybíráno vstupné, což je v dnešním festivalovém světě téměř raritou. Právě tuto bezplatnou formu placení považuje pořadatel za alternativu.

*„V České republice málokde najdete festival, na který by jste mohla jít zadarmo. Osobně si myslím, že právě v našem přístupu k danému festivalu spočívá určitá dávka alternativnosti. Neženeme se po zisku, ale chceme vytvořit lidem pár dní v roce kulturní prožitek a pohodové dny“ (Jan Axmann).*

*„Oproti běžným festivalům je naše akce alternativní úplně vším. Náš festival vyrostl na louce, kde nestavíme bariéry, je nám jedno, že v plotě jsou díry, protože přijít a odejít může každý, kdo chce. Nikdo nikoho nekontroluje, neprohledává, jestli má svoje pití. Kdokoliv také přijde a chce pomoci, bude využit. Naše dohoda je uzavřena podáním ruky. Zároveň dramaturgie není mainstream, u nás neuslyšíte to co v rádiích a televizích. Podporujeme mladé a začínající kapely a projekty z blízkého okolí“ (Lenka Hovorková).*

Organizátor Jiří Brož přiznává, že bezplatné vstupné motivuje hudební nadšence k návštěvě festivalu.

*„Můj názor je takový, že pokud bychom zavedli vstupné, opustila by nás tak polovina návštěvníků“ (Jiří Brož).*

Průměrná denní návštěvnost se dle sdělení pořadatelky pohybuje v rozmezí 800 až 1000 osob.

*„Návštěvnost je adekvátní k prostoru a dramaturgii festivalu. Pro mnohé chrudimáky je to prostor, kde se setkávají s kamarády, které rok neviděli“ (Lenka Hovorková).*

Místo konání je za celý průběh ročníků stále stejné. Žádná změna se do budoucna nechystá. Pozemek je na určitou dobu půjčený bezplatně od soukromé osoby.

*„Pozemek je soukromý a je zadarmo, tedy zadarmo, za posekání areálu. Ale to nedělá žádný problém“ (Jan Axmann).*

Hudební podium je zapůjčené od města Chrudim, které vždy staví firma. Dříve ho stavěli dobrovolníci, ale od toho se kvůli bezpečnosti práce upustilo. Občerstvení návštěvníků v areálu je zajištěno umístěnými stánky. Místo také lemují prodejci alkoholických či nealkoholických nápojů.

Největším úskalím se zdá být finanční stránka. Chybí zástup sponzorů, kteří by pomáhali zaplnit finanční mezeru. Leona Hovorková dodává, že větší překážkou představují odpůrci festivalu.

*„Krom tíživé finanční stránky je to rozsáhlá administrativa. Dnes člověk musí mít celníky a hlášení, ale je to způsobené spíš tím, že festival máme jako hobby a nevyznáme se v tom. Je pro nás těžké se v legislativě zorientovat“ (Jan Axmann).*

*„Festival je zdarma, což je někdy úskalí pro odpůrce festivalu, kterým vadí, že na festivalu jsou různí lidé – to se nám ale líbí. Tyto nevyznavači naší akce podávají stížnosti na měště, na vandaly, hluk a celkově na festival. Ale není to v takové formě, která by vedla ke konci festivalu“ (Leona Hovorková).*

#### **4.4.2. Personalistika**

Festival zajišťují tři hlavní osoby – Jan Axmann, Leona Hovorková a Jan Brož. Všichni tito aktéři mají svá zaměstnání a tento festival mají pouze jako koníček. Jan

Axmann, předseda sdružení Yanderov je dramaturgem festivalu, ale také se zabývá technickými záležitostmi. Leona Hovorková se věnuje finanční stránce a dalším administrativním úkonům. Jiří Brož zastává funkci moderátora festivalu a věnuje se stejně jako Jan Axmann technickým záležitostem.

*„Zpracovávám žádosti o dotace, vytvářím závěrečné zprávy, spravuji účet na Facebooku, koordinuju dobrovolníky, objednávám kontejnery a spousta dalších malých drobností“ (Leona Hovorková).*

*„Krom moderování komunikuji s firmou Mlýny Janderov, od kterých získáváme vodu a elektřinu“ (Jiří Brož).*

Z důvodu rušení nočního klidu konec hraní se datuje vždy k půlnoci. Pan Brož moderuje a zabezpečuje správný chod kapel.

Na realizaci se podílí dalších dvacet dobrovolníků. Pracují se zde lidé, kteří jsou dobří přátelé či příbuzní organizátorů.

*„Tyto osoby se rozdělí na více skupin. Část osob se podílí každý den na úklidu. Další dobrovolníci se věnují prodeji alkoholických a nealkoholických nápojů“ (Jiří Brož).*

#### **4.4.3. Příprava a časový harmonogram**

Příprava vždy probíhá již po skončení předchozího ročníku.

Jednotlivé přípravy festivalu se řeší formou komunikace mezi pořadateli. Ti se scházejí nebo komunikují přes telefony. Organizátoři čerpají ze zkušeností z minulých let, takže práce jsou již prováděny automaticky, tedy každý přesně ví, co má dělat.

Od ledna až do května se zařizují administrativní záležitosti. Píší se žádosti například na Městský úřad Chrudim, Krajskou hygienickou stanici Pardubického kraje či na Mlýn Janderov.

*„Je potřeba rezervovat pronájem pódia, velkého pivního stanu, s čímž souvisejí pípy, lednice a další potřebné věci“ (Jan Axmann).*



Dle sdělení pořadatelů v období července až srpna se na plno vytváří propagace a nábor dobrovolníků.

Časový harmonogram festivalu je následující. Hudební kapely začínají vystupovat každý den od 17 hodin a do 24 hodin. Datum je naplánováno vždy kolem svátků 5. až 7. července.

*„Jelikož program končí ve 12 hodin večer, snažíme se natlačit poměrně dost kapel do harmonogramu. Nicméně chtěli bychom nadále uchovat časové intervaly mezi kapelami, aby diváci nebyli kulturně vyčerpaní“ (Jiří Brož).*

*„Pokud festivalový den připadá na víkend, začíná se od 5 hodin odpoledne. Ve všední dny startují výstupy kapel od 6 hodin“ (Jan Axmann).*

Po skončení hudebního eventů probíhá vyúčtování a sepisování závěrečných zpráv.

Kromě vystupování hudebních kapel jsou v areálu promítány dokumentární filmy. Jsou zde pořádány doprovodné programy pro děti a rodiny. Pravidelně se zde setkávají sochaři, kteří po dobu festivalu tvoří sochy pro Domov sociální péče Slatiňany.

#### **4.4.4. Hudební kapely**

Dramaturgie závisí převážně na panu Brožovi. Je již opatrný na výběr vystupujících kapel.

*„Dávám už si pozor, kterou skupinu si vybereme. Především začínající kapely nemají soudnost. Představují se honoráře ve výši desetitisíců“ (Jiří Brož).*

Festival je multižánrový. Vystupují zde kapely s hudebními styly rocku, brutal metalu, metalu, folku.

*„Spíše se ale vyhýbáme technu, jelikož fanoušci techna dělali vždy nejvíce potíže“ (Jiří Brož).*

Své začátky si zde odbyly kapely jako Vypsaná fixa, Visací zámek či Pražská konspirace. Vystupují zde kapely nejen z Pardubického kraje ale z celé České republiky. Přednost se dává začínajícím kapelám, které potřebují nasbírat hudební zkušenosti.

#### **4.4.5. Financování**

Formou rozhovoru bylo zjištěno, že festival je dotován příspěvkem z města Chrudimi a sponzory. Problém spočívá v získávání takovýchto dárců. Dále se peníze získávají z prodeje nápojů.

*„Zbytek financujeme provozem festivalu, kdy dobrovolníci prodávají občerstvení a nápoje. Snažíme se samozřejmě hledat sponzory, ale neumíme to“ (Jan Axmann).*

*„Dříve jsme žádali o kulturní dotace Pardubického kraje, ale administrativa s tím spojená, je tak náročná, že žádosti již neposíláme“ (Leona Hovorková).*

Financování takovéto akce je velmi problematické. Nedostatek sponzorů se ukazuje jako značný problém.

*„Táhneme to alkoholem, nealkem, nejvíc se vydělává na limonádě. Někdy to ale i přesto nevyjde, občas se stalo, že jsme to museli doplácet ze svého“ (Jiří Brož).*

Rozpočet má mírně klesavou tendenci. Každý rok se hraje boj o přežití. Rozpočet vychází zhruba okolo 200 tisíc. Poslední ročník byl již ztrátový.

*„Náklady se každým rokem zvyšují, nicméně právě to začíná docházet do stropový situace, kdy to každý rok vychází úplně na knot a rezervy už nezbývají“ (Jan Axmann).*

Všichni pořadatelé se vyjádřili kladně ke spolupráci s městem Chrudim. Město se finančně podílí na konání festivalu. Z hlediska financí to není vysoká částka, ale k určitému zaplnění finanční mezery to stačí. V začátcích festivalu však město dělalo určité problémy

*„V tuhle chvíli jsme s městem zadobře. Bývaly doby, kdy to bylo napjaté z hlediska hluku, to byly takzvané policejní hodiny, ale my jsme to upravili a dali do pořádku“ (Jan Axmann).*

#### **4.4.6. Reklama a propagace**

Jako nejdůležitější bod vidí Jan Axmann sociální síť Facebook. Reklama v radiu či lokální televizi se nevyužívá z důvodu finanční náročnosti propagace.

*„Dlouho jsem se bránil Facebooku, ale musím uznat, že to je momentálně nejlepší forma propagace“ (Jan Axmann).*

Přes sociální síť se vytvářejí pozvánky a události. Lidem se festival více dostane do podvědomí neboť na Facebooku tráví značnou část svého času. Také dobrovolníci pomáhají s tisknutím pozvánek a výlepem plakátů.

*„Plakáty de facto rozvážejí dobrovolníci vlastními silami. Dříve se plakáty posílali do celé České republiky, nicméně žádný efekt to nemělo“ (Jan Axmann).*

#### **4.4.7. Vliv festivalu na cestovní ruch v daném místě**

Vzhledem k menšímu typu této akce není organizátory vliv na cestovní ruch hodnocen jako velký. Nicméně lidem, kteří přijedou kvůli této akci do Chrudimi, dostává se jim město do širšího povědomí. Jelikož festival trvá 4 dny, návštěvníci si dokupují zásoby u místních podnikatelů. Při tom v době vysokých teplot může návštěvník využít možnosti koupaliště v Chrudimi.

*„Určitě tady určitý vliv je, sice menší ale je. Přijíždějí lidé z Ústí nad Orlicí, z Moravy“ (Jiří Brož).*

*„V Chrudimi se v tuto dobu koná Loutkářská Chrudim a návštěvníci se zde prolínají. Nebo také chrudimáci si dovezou kamarády, aby se pochlubili, kde se všichni společně scházíme“ (Leona Hovorková).*

Názor pořadatelů na vliv na životní prostředí je stejný. Zvýšený hluk v dané oblasti je, ale není to až tak dramatické.

*„Samozřejmě ten hluk tam je, protože jsme blízko města, měřili nám hlukové limity, ale to je asi tak jediné. Životní prostředí neničíme“ (Jiří Brož).*

*„Na hluk si dáváme velký pozor“ (Jan Axmann).*

#### **4.4.8. Cíle do budoucnosti**

Jak pan Jan Axmann, tak Jiří Brož a Leona Hovorková chtějí pořádání festivalu udržet. Žádné významné změny se nechystají. Nicméně pan Axmann s paní Hovorkovou si kladou jeden důležitý cíl.

*„Můj cíl je najít nástupce, protože už jsme všichni staří a času je málo. Mladý lidi ale dobrovolně pracovat a něco vytvářet nechtějí. Což je škoda, já osobně to beru jako osobní selhání. Ty mladí to tak mají bohužel nastavený. Jak z toho nekoukají peníze, tak se jim do toho nechce“ (Jan Axmann).*

Také Leona Hovorková vidí značný problém v udržení festivalu. Popisuje:  
*„Náš cíl je udržení akce, takové jaká je. Ale to bude velký problém. Ze všech stran cítíme nátlaky, abychom měli vstupné, kontrolovali lidi a mnohé další. Ale to my nechceme. Také bychom rádi předali štafetu organizace.“*

Akteři se shodují v tom, že kladné stránky jsou v bezplatném vstupu. Pan Brož uvádí, že lidé jsou na místě k sobě velmi ohleduplní, tolerují se a vzájemně

se poznávají. Organizátoři se společně shodují, že kladné stránky převyšují záporné stránky.

*„Věková rozmanitost je neuvěřitelná. Jezdí sem rodiny, ale přijdou se podívat i důchodci“ (Jiří Brož).*

*„Celý chod festivalu je postaven na dobrovolnících, není to o penězích, hrají zde kapely, které málokdo zná a proto mají možnost se zde ukázat. Občerstvení je za příznivé ceny, mohou sem rodiny i se psy. Toto já považuji rozhodně za pozitivum“ (Jan Axmann).*

Za zápornou stránku se považuje přítomnost drog na festivalu. Nicméně aktéři přiznávají, že to nejde moc eliminovat.

*„Nejvíce problémů bylo s technařema, nicméně zrovna takovýto lidé udělají největší tržbu, protože si kupují především vodku a Redbully“ (Jiří Brož).*

Motivace pramení z předešlých ročníků, které se podařilo v rámci možnosti zorganizovat. Dalším hnacím motorem dle sdělení je radost a pocit uznání od návštěvníků.

*„Pro mě osobně je takovou satisfakcí to, že když za mnou přijde starší rodina a poděkuje mi, že mohla strávit krásný den plný klidu a hudby v kruhu přátelském a na hezkém místě“ (Jan Axmann).*

*„Je to určitá hrdost, že festival má za sebou již tolik ročníků“ (Jiří Brož).*

#### **4.4.9. Postoj města, ve kterém se festival koná**

S žádostí o rozhovor byla za město oslovena zaměstnankyně odboru školství, kultury sportu a památkové péče, z oddělení kultury a sportu Monika Poučová. Jelikož zmíněna zaměstnankyně čerpala řádnou dovolenou, pověřila svoji

kolegyni Věru Poučovou, aby se k dané věci vyjádřila. Rozhovor se uskutečnil v Městském úřadě Chrudim.

Na otázku, jak je akce vnímána ze strany města paní Poučová odpověděla následovně: „O tomto festivalu víme a považujeme ho za pozitivní kulturní akce našeho regionu.“

Další otázka, která byla položena, byla, jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném okolí.

*„Po konzultaci s kolegy z informačního centra, kteří se starají o cestovní ruch ve městě, mám informaci, že festival nemá žádný vliv na cestovní ruch ve městě. Každoročně reaguje pouze na pár dotazů a požadavků ohledně festivalu“* (Věra Poučová).

Podpora hudební akce je následovná: *„Co se týče podpory festivalu Yanderov, je již několik let podporován z prostředků města formou kulturní dotace“* (Věra Poučová).

### **Případová studie č. 3 – Doupnice Fest**

Alternativní hudební festival se každoročně pořádá v areálu bývalého kravína v obci Ždírec u Skuteče. Aktéry rozhovoru byly Pavel Malina a Jiří Brož, který je zároveň spolupořadatelem již zmíněného alternativního festivalu Yanderov. Oba jmenovaní si nepřáli zveřejnit formu organizace, která festival pořádá. S žádosti o rozhovor byla požádána také spolupořadatelka Jitka Pavlíková, nicméně odmítla se k této akci vyjadřovat.

Dříve byl festival dvoudenní, ale v současné době je akce konána pouze v jednom dni a to vždy na začátku července. Areál festivalu je pronajatý od sokola Radčice.

#### **4.5.1. Vznik a historie**

Festival byl založen Pavlem Malinou, bratrem současného pořadatele Tomáše Maliny. První ročník se odehrál v roce 2004. Následujících šest roků pokračoval bez přestávky a poté přišla pětiletá pauza. Tomáš Malina se rozhodl, že kulturní akci znovu ožije a převezme vedení po svém bratrovi. V tomto počínu mu jsou nápomocni Jitka Pavlíková a Jiří Brož.

Záměrem festivalu bylo vytvořit určitou kulturní hudební akci v okolí Skutče.

*„V této oblasti totiž podobné akce žádné nebyly, tak jsme chtěli vytvořit něco nového“ (Tomáš Malina).*

*„První myšlenkou také bylo to, že je škoda areálu kravína. Takže pokud by to tam ožilo zpátky, budou peníze i na opravu“ (Jiří Brož).*

V místě konání, tedy v areálu kravína, se nachází stodola, kde se návštěvníci při nezmarném počasí mohou schovat.

V současné době je festival provozován jako hudební kulturní akce, která má přinést kulturní zážitek pro návštěvníky. První myšlenka festival nadále zůstává.

*„Areál chátrá a proto, když něco vyděláme navíc, tak podpoříme sokol a ten vytváří rekonstrukci areálu“ (Tomáš Malina).*

Návštěvnost je poměrně na nízké úrovni. Dle odhadu Jiřího Brože tvoří většinu návštěvníků obyvatelé blízkého okolí.

*„ V průměru se na náš festival přijede podívat okolo dvě stě lidí. Ale snažíme se, aby bylo návštěvníků více“ (Jiří Brož).*

Podle pořadatele Tomáše Maliny tkví alternativnost festivalu v tom, že nežádají nikoho o žádnou finanční výpomoc. Podle Jiřího Brože je to ovlivněno více faktory

*„Samozřejmě je to výběrem kapel, nemáme žádnou ochranku, víceméně si vše zajišťujeme sami a také tím, že pokud kapely přetáhnou svůj limit na hraní, nic se neděje, nemají přesně stanovený časový limit“ (Jiří Brož).*

Úskalím festivalu je jednoznačně finanční stránka. Nebýt mecenáše přítele paní Pavlíkové, festival by již asi nepokračoval.

*„Dříve, když jsme nespolupracovali ještě s paní Pavlíkovou, měli jsme za jeden festival například ztrátu 60 tisíc. S bráchou jsme si vzali půjčku a celý rok to později spláceli“ (Tomáš Malina).*

Pan Broš vidí úskalí v penězích a počasí.

*„Počasí se vždy bojíme. Chápejte, bude pršet, a proto přijde málo lidí“ (Broš).*

#### **4.5.2. Personalistika**

Festival je organizován třemi hlavními aktéry. Tomáš Malina zastává postoj hlavního organizátora. Shání a komunikuje s hudebními aktéry a zařizuje administrativní úkony. Jiří Brož moderuje celý festival a koordinuje dobrovolníky. Paní Pavlíková má na starosti finanční stránku festivalu. Potřeba lidských zdrojů je v tomto případě mnohem menší než u předešlých festivalů.

Dobrovolníků je zhruba 12 a jsou to většinou přátelé a známí organizátorů.

*„Dobrovolníci nejsou placeni, pomáhají nám za pití a občerstvení. Část se stará o úklid festivalu, část pomáhá s organizací festivalu a část obsluhuje u prodeje nápojů. Jsou to většinou osoby, s kterými jsme se seznámili v mládí, a pomáhají nám každý rok. Nicméně nemohu každého dobrovolníka sledovat, zda-li svoji práci opravdu dělá tak, jak by měl. Bohužel s mladými lidmi, kteří by chtěli pomoci je to čím dál více těžké. Pokud z toho necítí nějakou finanční ziskovost, do ničeho se nehrnou“ (Jiří Brož).*

#### **4.5.3. Příprava a časový harmonogram**

Bylo zjištěno, že přípravy festivalu probíhají přibližně rok dopředu. Hudební kapely jsou kontaktovány přibližně půl roku předem.

Mez organizátory probíhají kontakty formou schůzek či komunikace přes telefonní hovory. Samotné datum se stanovuje již po skončení předchozího festivalu. Praxe a zkušenosti z minulých let výrazně urychlují přípravu na následující festival. Avšak nepříjemné úkoly se plní až na poslední chvíli.



*„S Jirkou se občas hádáme, protože nechci tvořit všechno papírování sám. Necháváme to tedy na poslední chvíli, což určitě později pro naše vystresované hlavy není“ (Tomáš Malina).*

Hudební festival je jednodenní. Program začíná přibližně v 13 hodin odpoledne a končí v přibližně okolo třetí ranní hodiny. Část posluchačů zůstává a pokračuje v zábavě dále a část se přesune do stanového městečka. Organizátoři ale vítají i spontánní doprovodný program. Například minulý rok sami návštěvníci začali stavět pyramidu ze svých vlastních těl.

*„Lidská pyramida měla větší publikum, než zrovna vystupují kapela“ (Jiří Brož).*

#### **4.5.4. Hudební kapely**

O dramaturgii se stará Tomáš Malina. Kontakty s hudebními kapelami začínají již po ukončení předešlého ročníku. V průměru za jeden den se vystřídá šest kapel. Malina přiznává, že denně otevírá emaily s nabídkou vystoupení hudebních kapel, které si ale představují vysoké honoráře.

Festival je multižánrový, tudíž zde vystupují zástupci rocku, folku, punku, alternativního rocku a dalších jiných žánrových stylů. Výjimku tvoří neoblíbený styl techno. Nadšenci tohoto stylu se chovají neslušným chováním, a proto již umělci z tohoto hudebního směru nejsou přijímáni.

Pan Malina je blízký kamarád organizátora festivalu Yanderov pana Axmanna.

*„Jezdívám na Yanderov. Zde se seznámíte, oslovíte zde kapelu. Slovo dá slovo. Problém ale vidím v tom, že se kapely ozývají pozdě. Například se nám ozvala hodně dobrá kapela ze Slovenska, ale dost pozdě, protože časový program už byl vytvořený. A to mě mrzelo“ (Tomáš Malina).*

Své začátky zde prožily kapely jako Vypsaná Fixa, Cocot Minute, Mňága a Žďorp či Anna K.

Malina přiznává, že většina hudebních kapel krom finanční stránky nemá vysoké nároky.

*„Občas chtějí obložené talíře, některým dáme peníze na cestu. Prostě chceme aby se jim u nás líbilo. Samozřejmostí je pití a občerstvení zadarmo“* (Tomáš Malina).

*„Některým kapelám se ale například ani neplatí, stačí jim pouze občerstvení“* (Jiří Brož).

#### **4.5.5. Financování**

Festival je financován ze vstupného a prodeje nealkoholických a alkoholických nápojů. Organizátoři přiznávají, že finanční stránka je tíživý problém jako u ostatních festivalů.

*„Nejsme nadnárodní festival, nemáme rozpočet v řádu statisíců, takže shánění sponzorů je těžký problém“* (Jiří Brož).

Hlavním sponzorem je přítel organizátorky Jitky Pavlíkové. Pokud finance nevycházejí, do určité míry pomáhá právě on. Další sponzorem toho festivalu je jistý pivovar (pořadatelé si nepřáli uvádět konkrétní název). Určitý druh sponzoringu nabízí také město Skuteč. Aktérům pronajímá podium za symbolickou cenu.

Výše vstupného se odvíjí od finanční stránky festivalu.

*„Minulý ročník jsme například měli 100 Kč, což je o pravdu směšné. Letos chceme trochu podražít“* (Jiří Brož).

Organizátoři hodnotí postoj festivalu ze strany města spíše kladně. Už jen z důvodu, že město jim pronajímá podium za velmi nízkou finanční částku. Město také zveřejní událost na svých stránkách. Dá se říci, že podpora je tedy jak finanční tak i propagační.

Město si však neodpustí poplatky za konání kulturní akce.

*„Město si to hlídá. Ve vyhlášce města je napsáno, pokud organizujete kulturní akci, musíte odevzdat 10% ze vstupenek“ (Jiří Brož).*

#### **4.5.6. Reklama a propagace**

O propagaci na sociální síti Facebook se stará Tomáš Malina. Ten zde konkrétně spravuje facebookovou stránku a tvoří události. Další formu reklamy tvoří propagace v tisku a vývěs plakátů.

*„Aby se lidé o nás dozvěděli, dáváme reklamu do neplacených inzercí, ale také třeba do rádia, ale to je každý rok jiný – dle finančních možností“ (Jiří Brož).*

*„Známí kamarádi nám například pomáhají levně tisknout plakáty, ostatní kamarádi pozvánku například dávají na svoje stránky“ (Tomáš Malina).*

Tím, že se jedná o spíše menší a rodinný festival, není reklama a propagace tak velká.

#### **4.5.7. Vliv na cestovní ruch v daném místě**

Jelikož je to malý festival, vliv na cestovní ruch v této oblasti není příliš značný.

*„Skoro žádný vliv na cestovní ruch náš festival nemá. Návštěvníci jsou většinou z okolí Pardubic, Chrudimi a Hlinska-Je pravdou, že pár skupinek jezdí z Havířova, Brna, Boskovic a třeba i Kolína. Projdou si Skuteč, občas si něco koupí.“ (Tomáš Malina).*

Pan Brož je ale trochu opačného názoru. Sdílí domněnku, že lidé mohou objevit krásné okolí přírody a tím i pomoci místnímu cestovnímu ruchu. Také se domnívá, že festival nemá negativní vliv na životní prostředí.

*„Snažíme se dělat, co se dá. Odpadkové koše zde jsou. Zkoušeli třídít odpad, ale vyšlo to přibližně o 12 tisíc více, než netříděný odpad. Takže bohužel, chtěli jsme*

*přírodě pomoct, ale ve finále nás to stojí větší peníze a ty můžeme použít na vystoupení kvalitnější kapely“ (Jiří Brož).*

*„Nepořádek po nás nezůstane, svoje odpadky si uklidíme a odvezeme“ (Tomáš Malina).*

#### **4.5.8. Cíle do budoucnosti**

Na otázku, zda-li organizátoři chtějí nadále v konání festivalu pokračovat, odpověděli, že ano. Za cíl si kladou zvýšení návštěvnosti alespoň o 200 lidí. Druhý cíl je získání finančního obnosu na kvalitnější hudební kapely.

*„Chtěli bychom, aby se tam lidé naučili každý rok jezdit, aby to tam v okolí trochu vstalo z mrtvých“ (Jiří Brož).*

U aktérů rozhovoru se motivace v pořádání akce odlišuje. Dle sdělení pana Brože je pravděpodobně zřejmé, že určitá hnací síla chybí.

*„Mně spíš přijde, že festival pomáhám organizovat již ze zvyku“ (Jiří Brož).*

*„Motivací je pro mě asi to, když vidím veselé tváře svých přátel, jak se baví“ (Tomáš Malina).*

Jako silnou stránku festivalu pan Malina uvádí své blízké přátele.

*„Hodně nás podporují kamarádi, kteří nás jezdí podpořit. Těch je okolo 50-60. Dále je to uvolněná až rodinná atmosféra festivalu. Festival ani areál není nijak obrovský a tak se lidé mohou seznámit. Dalo by se říci, že se zde zná každý s každým“ (Tomáš Malina).*

Pan Broš uvádí nabídnutí odlišné muziky návštěvníkům oproti rádiím a televizi.

*„Publikum může objevit nové kapely než ty, které všude hrají. Když si pustím rádio, tak si připadám jak v roce 1985“ (Jiří Brož).*

Oba aktéři rozhovoru se shodují na slabé finanční stránce festivalu. Dále přiznávají, že dobrou a zároveň slabou stránkou je i finanční dotace přítele paní Pavlíkové. Tato finanční pomoc jim odebírá možnost mít větší vliv na výběr hudebních kapel.

#### **4.5.9. Postoj města vůči festivalu**

Rozhovor byl uskutečněn s pracovníkem Městského úřadu Skuteč, panem Matějem Zelinkou. Schůzka se konala v místě jeho pracoviště.

Na otázku, jak je hudební akce vnímána ze strany města odpověděl následovně: *„Kultuře se u nás ve Skutči daří a v době letních prázdnin, kdy je Kulturní klub Skuteč uzavřen, vítáme a podporujeme venkovní akce v místních částech. Ať už jde o festival Doupnice v Radčicích nebo také o sérii letních akcí na Štěpánově“ (Matěj Zelinka).*

Pracovník městského úřadu Skuteč vysvětluje vliv festivalu na cestovní ruch v daném místě.

*„Jelikož se na festival sjíždí lidé z různých koutů republiky, tak je to plus i pro cestovní ruch. V okolí Skutče je několik zatopených lomů, které lákají ke koupání. A pevně věřím, že návštěvníci festivalu toho využívají“ (Matěj Zelinka).*

Pan Zelinka popisuje, že festival je podporován hmotnou pomocí.

*„Podpora města spočívá především v zapůjčení mobilního pódia. Pořadatelům festivalu je zapůjčeno za symbolickou částku a navíc je dělníky města smontováno a rozmontováno, čímž se ušetří pořadatelům čas i práce“ (Matěj Zelinka)*

## 5 Shrnutí výsledků

Cílem bakalářské práce byl průzkum managementu alternativních hudebních festivalů.

Dle informačních zdrojů bylo zjištěno, že podle principu financování se národní hospodářství se člení na ziskový a neziskový sektor. Ukázalo se, že problematika managementu se prolíná v těchto dvou sektorech. Ač se jedná o alternativní festivaly, management tvoří všechny stejné složky jako u festivalu komerčního tedy – plánování, organizování, personalistika, vedení a motivace, kontrola.

Do neziskového sektoru patří hudební alternativní festivaly, které jsou zdrojem kulturního cestovního ruchu. Tento zdroj má v České republice dlouholetou tradici, která spadá se svými začátky do 80. let 20. století.

Pojem alternativní lze charakterizovat jako něco, co je odchylováno od hlavního proudu. Tohoto pojmu se drží osoby, které se chtějí odlišit od většiny podporujícího směru. Alternativní hudba označuje menšinové žánry, které nikam nezapadají. V minulosti byla vnímaná jako hlavní složka české alternativní kultury, jež byla hlasatelem nekonzumního života a velkou měrou byla formována nesouhlasem s politickým životem. Avšak po Sametové revoluci, kdy všechny hudební styly začaly být legální, přestalo být slovní spojení alternativní kultura ilegální. V současnosti je již legální a neustále se vyvíjí.

Pardubický kraj má mnohé předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Nepatří sice mezi nejznámější a nejnavštěvovanější oblasti v České republice, ale nedá se říci, že by tyto místa byly nedotčené turisty. Město Lázně Bohdaneč je známé svými lázněmi, Slatiňany největším muzeem koní a město Skuteč muzeem obuvi a kamene. Nachází se zde forma cestovního ruchu jako individuální, poznávací turistika a zdravotní rekreace.

Tato kapitola přináší odpovědi na výzkumné otázky, které byly položeny v metodické části této práce. Shrnuje výsledky šetření, které byly získány formou rozhovorů s pořadateli festivalů.

Díky profesionalitě a vstřícnosti všech organizátorů se podařilo získat odpovědi na níže položené otázky.

Součástí této kapitoly je také porovnání vybraných alternativních hudebních festivalů dle určených kritérií.

### **1) Za jakým účelem byl festival vytvořen a je konán nyní?**

Účelem festivalu On the Road byla sbírka na dobročinné účely a umožnění mladým kapelám se představit publiku. Cílem festivalu Yanderov byla možnost vystoupení mladým začínajícím kapelám. Záměrem organizátorů Doupnice Fest bylo vytvořit kulturní hudební akci, ze které by výtěžek putoval na rekonstrukci areálu festivalu.

U festivalů On the Road a Yanderov zůstal stejný účel konání i nadále. U doupnivého festivalu je účel plněn částečně. Myšlenka pořadatelství stále zůstává, ale finanční prostředky na opravu areálu chybí.

Výzkumný předpoklad se zcela potvrdil. Žádný z uvedených festivalů nebyl založen za účelem zisku.

### **2) Jak jsou zajišťovány personální činnosti?**

On the Road má personální činnosti systematicky rozdělené. Vilém Vinopal se věnuje produkci a propagaci, Eva Skařupová obchodním partnerům a Michal Mareda dramaturgii. Nejdůležitější okruh tvoří šestičlenný počet osob. Z důvodu časové a fyzické náročnosti organizaci pomáhá zhruba třicet dobrovolníků. Vztahy jsou zde na přátelské úrovni.

Jak v prvním, tak v druhém případě festivaly zajišťují personálně tři hlavní osoby. Jan Axmann, zároveň předseda sdružení se stará o dramaturgii a technické záležitosti. Leona Hovorková se věnuje finanční stránce a administrativním úkonům. Jiří Brož zastává roli moderátora, rovněž se podílí na zabezpečení technickým záležitostmi. Žádná z těchto osob si nevyplácí honorář. Na realizaci pomáhá přibližně dvacet dobrovolníků. Vztahy mezi pořadateli jsou značně přátelské.

Poslední z festivalů, Doupnice Fest je z hlediska množství osob nejmenší. Hlavními aktéry jsou tři organizátoři. Tomáš Malina se stará o dramaturgii, Jiří Brož má funkci moderátora (moderátor také na festival Yanderov) a Jitka Pavlíková zabezpečuje vše, co se týká finanční stránky. Tento ze tří nejmenší

festival má k dispozici zhruba 12 dobrovolníků, kteří pomáhají v průběhu konání akce. Vztahy jsou víceméně přátelské.

U všech tří festivalů jsou pracovní činnosti systematicky rozděleny a vztahy mezi organizátory nenarušují přípravu a průběh akcí.

Zapojení dobrovolníků do přípravy je zřejmé u všech zmiňovaných festivalů. Výzkumný předpoklad se tedy potvrdil. Z hypotézy plyne, že bez dobrovolníků by příprava a průběh konání festivalu bylo značně obtížné.

### **3) Jaký je probíhá příprava a časový harmonogram?**

Pořadatele akce On the Road začínají s přípravami příští ročník tehdy, když minulý skončí. Přípravy probíhají tedy celoročně. Časová náročnost se každým rokem zmenšuje z důvodu stále narůstající zkušenosti z předešlých ročníků. Prvně se stanoví termín, tři měsíce před konáním se spustí propagace a zasílají se ohlášení akce na příslušné instituce. Časový harmonogram je pečlivě naplánován přibližně již dva měsíce dopředu. S menšími výjimkami zůstává až do začátku pevný.

U yanderovského festivalu také platí, že jakmile jeden ročník skončí, už je potřeba řešit ten následující. Jednotlivé fáze přípravy se řeší formou komunikace ústní či telefonické. Organizátoři také čerpají ze zkušeností z minulých let, takže práce jsou již prováděny zkušeně a každý přesně ví, co má dělat. Začátek hudebních vystoupení začíná každý den od 17 hodin do 24 hodin. Festival je čtyřdenní. Časový harmonogram je pevně daný, a pokud nedojde k nějakým neočekávaným situacím, tak se nemění.

Taktéž u Doupnice Festu jsou přípravy na další akci zahájeny již po skončení minulého ročníku. Ihned na začátku se stanoví pevné datum. Organizace akce probíhá formou schůzek, komunikují převážně pomocí telefonu. Časový harmonogram je pevně daný. Jednodenní festival začíná přibližně v 13 hodin odpoledne, a končí okolo třetí hodiny ranní.

Bylo zjištěno, že přípravy již na další ročník probíhají od konce předešlého festivalu. Časový harmonogram se stanovuje předem a až na malé výjimky



se nemění. Lze předpokládat, že rozsáhlá příprava je jak u alternativních i mainstreamových festivalů. Výzkumný předpoklad byl potvrzen.

#### **4) Jakým způsobem jsou vybírány hudební kapely?**

Michal Mareda z On The Road přiznává, že většina kapel zde vystupuje zadarmo či za nízký honorář. Ze značné nabídky si vybírá jen ty, které mají přiměřené požadavky. Nebrání se žádnému hudebnímu stylu vyjma jakémukoliv revivalu.

Také Jiří Brož z yanderovského festivalu vybírá hudební kapely dle finančních možností. Organizátor odmítá osoby, jež pouští technařskou muziku z důvodu neukázněných fanoušků tohoto hudebního stylu.

U Doupnice Festu platí to samé jako u dvou předešlých akcí. Hudební skupiny se vybírají dle finančních možností.

U všech tří festivalů byl výzkumný předpoklad také potvrzen. Hlavním ukazatelem výběru kapel jsou finanční možnosti jednotlivých festivalů.

#### **5) Jaké je největší úskalí pořádání festivalů?**

Na tuto otázku bylo o každého festivalu zodpovězeno zcela odlišně.

U festivalu On the Road se výzkumný předpoklad nepotvrdil. Jako za největší úskalí považují organizátoři nedostatek času na přípravu festivalu, strach o bezpečnost návštěvníků a obava z krádeží ve stanovém městečku.

U yanderovského festivalu se předpoklad potvrdil částečně. Organizátoři považují za největší úskalí nejen nedostatek finančních prostředků, ale také rozsáhlou administrativu a chronické stěžovatele na festival.

U festivalu Doupnice Fest se hypotéza potvrdila. Za největší úskalí je považován nedostatek finančních obnosů.

#### **6) Jakým způsobem jsou festivaly financovány?**

Uvedené festivaly jsou financovány formou sponzorských dotací a grantů ze strany měst a soukromých sponzorů. Mezi vlastní zdroje patří prodej

občerstvení, nápojů a příjem ze vstupného. Výzkumný předpoklad se tedy potvrdil.

### **7) Jaká je návštěvnost festivalu**

Festival On the Road je nejvíce navštěvovaný festival ze zkoumaných festivalů. Tuto akci navštěvuje okolo 1300 návštěvníků. Dle sdělení, počet vstupenek se do dalších let měnit nebude

Druhým nejvíce navštěvovaným festivalem je Yanderov s průměrným počtem 800 až 1000 osob. Tento počet je stabilní.

Festival Doupnice Fest má nízkou návštěvnost. Akci navštíví v průměru 200 osob. Areál by však pojmul dvakrát více lidí. Zde se nabízí otázka, zda-li to není z důvodu malé propagace či nedostatečné přípravy organizátorů.

### **8) Jak je zajišťována reklama a propagace?**

Výzkumný předpoklad se potvrdil jen částečně. Festivaly jsou propagovány formou internetových portálů, článků v novinách a vývěsem plakátů, pozvánkami v rádiích. Důležitou roli zde hraje sociální síť Facebook.

U všech zmíněných akcí je zřejmý snížený význam formou plakátů. Avšak propagace sociální sítí významně roste.

### **9) Jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném okolí?**

U festivalu On the Road se názory organizátorů se zástupcem města shodují. Obě skupiny mají za to, že akce má určitý vliv na cestovní ruch v daném okolí. Návštěvníci si během volných chvil projíždějí cyklotrasy v okolí města Lázně Bohdaneč. Festival také dává příležitost vydělat peníze místní podnikatelům, kteří vlastní stravovací zařízení.

Dle organizátorů Yanderov není vliv akce na cestovní ruch velký. Zástupce města Chrudim si myslí, že dokonce zde neexistuje žádný vliv na cestovní ruch.

Organizátoři Doupnice Fest si se svými názory rozporují. Pan Malina je přesvědčen o tom, že vliv na cestovní ruch daný festival nemá žádný. Oproti tomu pan Brož je opačného názoru. Zástupce města Skuteč se vyjádřil kladně k důležitosti významu festivalu pro cestovní ruch. Návštěvníky lákají zatopené lomy, které umožňují koupání.

## **10) Jak jsou festivaly vnímány zástupce měst, ve kterých se konají?**

Všichni zástupci měst se shodli v jednoznačném kladném názoru na dané festivaly. Hodnotí je jako obohacení kulturního života v daném okolí. Daný předpoklad se tedy potvrdil.

## **11) Jaká je motivace pořadatelů?**

Motivací pro organizátory On the Road tkví v tom, že se rádi setkávají se svými přáteli, kteří za nimi na tu akci přijíždí.

Akteři z rozhovorů z festivalu Yanderov jako svůj stimul uvádějí radost a pocit uznání od návštěvníků.

Motivace u organizátorů festivalu Doupnice Fest je odlišná. Jiří Brož přiznává, že motivaci již nemá a že svoji činnosti dělá pouze ze zvyku. Tomáš Malina pořádá akci kvůli svým přátelům a známým.

Zde se potvrdil předpoklad, že motivací organizátorů nejsou peníze. Na základně zjištěných informací by měl pan Brož zvážit svoji účast na dané akci. Dle osobních pocitů autorky bakalářské práce při rozhovoru pan Brož již ztratil nadšení a zápal pro pořádání festivalu a setrvává zde jen kvůli tomu, že nemůže najít za sebe náhradníka.

## **12) Jaké cíle jsou do budoucna?**

Všichni pořadatelé z On the Road chtějí v organizování i nadále pokračovat. Avšak na stávajícím konceptu se neshodnou.

Stejně je to i organizátorů z Yanderova. Je zde snaha o udržení akce, taková jaká v současnosti je. Jan Axmann si klade za cíl najít si svého nástupce.

Pořadatelé festivalu Doupnice Fest chtějí v konání festivalu nadále pokračovat. Zároveň si přejí zvýšenou návštěvnost alespoň o 200 lidí.

Hypotézou tedy je, že hlavním smyslem existence hudebních alternativních festivalů v následujících letech je vzájemné soužití samotných organizátorů s festivaly.

## 6 Závěry a doporučení

Jedním z cílů bakalářské práce v její teoretické části je vymezení pojmů alternativní, alternativní hudba, alternativní kultura, hudební festivaly. Na základě dostupné literatury a internetových zdrojů byly tyto pojmy charakterizovány. Dále je charakterizován management neziskových organizací včetně metody Fundraising.

Teoretická část se také zaměřuje na hudební festivaly jako součást kultury a cestovního ruchu. Zde se osvědčily především zdroje lokální a regionální kultury v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví, Nové trendy v nabídce cestovního ruchu, Alternativní kultura-Příběh české společnosti 1945-1989, Subkultura a styl.

Cílem empirické části je zjištění, jak je řešen management vybraných hudebních alternativních festivalů, jejich vliv na cestovní ruch v daném okolí. Dále se zaměřuje na postoj města, v kterých se tyto festivaly konají. Pomocí rozhovorů se podařilo získat odpovědi na výzkumné otázky. Otázky byly kladeny organizátorům daných festivalů a zástupcům měst, ve kterých se festivaly pořádají. Byly směřovány na složky managementu akcí, vliv festivalů na cestovní ruch a způsob financování. Všechny rozhovory se podařilo uskutečnit vyjma jednoho a to jednoho z pořadatelů festivalu Doupnice Fest. Milým zjištěním, byla vstřícnost a ochota jednotlivých aktérů rozhovorů.

Na základě výzkumných otázek dle určených kritérií jsou v následujících řádcích porovnány jednotlivé festivaly.

Ze tří uvedených festivalů je nejvíce navštěvován On the Road. Za ním následuje Yanderov a nejmenší počet návštěvníků přijede na akci Doupnice Fest.

Co se týká finanční stránky, tak nejmenší problém v o patření finančních prostředků má opět festival On the Road. Je to díky vyprodaným vstupenkám ještě před konáním festivalu. Nejvíce problematický po finanční stránce se jeví Doupnice Fest. Občasné finanční ztráty jsou dotovány přítelem organizátorky.

Z hlediska nejnáročnější organizace nelze přesně říci, který z festivalů je na přípravu nejsložitější. Všechny akce jsou organizovány přibližně stejným

způsobem. Každý festival je na přípravu a organizaci časově náročný a problematika organizování se nevyhýbá ani jednomu z nich.

Ze tří uvedených festivalů má největší vliv na cestovní ruch festival On the Road. Usuzováno je z toho, že daný festival má z uvedených akcí nejvyšší počet návštěvníků. Festival Yanderov pohledem organizátorů má vliv na cestovní ruch poměrně značný, ale z pohledu zástupce města nikoliv.

Výzkumné předpoklady účelu konání, personální činnosti, reklamy a propagace, vnímání festivalu z pohledu zástupce města, motivace a cílů do budoucnosti se potvrdily.

Výzkumný předpoklad ve smyslu největšího úskalí pořádání festivalů, jakým způsobem jsou festivaly financovány, jaký vliv má festival na cestovní ruch v daném okolí, jaká je motivace pořadatelů jen částečně.

Na otázku, jaké je největší úskalí pořádání festivalů organizátoři On the Road odpověděli, že považují nedostatek času na přípravu festivalu, strach o bezpečnost návštěvníků a obavy z krádeží ve stanovém městečku. Jako největší úskalí yanderovský organizátor považuje za největší úskalí nejen nedostatek finančních prostředků, ale také administrativu a chronické stěžovatele v blízkosti festivalu.

Dle předpokladu jsou festivaly financovány formou sponzorských dotací a grantů ze strany měst a soukromých sponzorů. Festivaly On the Road a Yanderov dříve žádali o finanční výpomoc ze strany města, ale z důvodu časové náročnosti odmítli žádat.

Na otázku, jaký mají festivaly vliv na cestovní ruch se předpoklad u festivalu Yanderov částečně potvrdil. Organizátoři akce si myslí, že vliv zde je. Naopak zástupce města mají opačný názor.

Předpoklad na otázku, jaká je motivace pořadatelů se úplně nepotvrdil jedním z organizátorů festivalu Yanderov. Aktér rozhovoru uvedl, že pravděpodobně jeho motivací nic není. Organizování dělá pouze ze zvyku.

Festival On the Road je z hlediska managementu pečlivě připravován. Je zřejmé, že organizátory pořádání festivalu baví a naplňuje. Přípravu akce se snaží neustále zlepšovat a do budoucnosti přemýšlejí o získání zahraničních

hudebních kapel. Lze proto očekávat zvýšení finanční nákladů. Bylo by proto vhodné se více zaměřit na zajištění finančních prostředků a přehodnotit svůj postoj k odmítání žádosti o granty.

Festival Yanderov je specifický tím, že se zde neplatí žádné vstupné. To motivuje hudební nadšence k návštěvě festivalu. Avšak festivalu tento způsob přináší finanční zátěž. Nicméně právě tímto, je festival ve své podstatě alternativní. Zjevně důležitým zjištěným nedostatkem je, že návštěvníci nejsou u vstupní brány nikterak prohlíženi. Bylo by vhodné zajistit personál, aby se o tuto činnost postaral.

Poslední třetí festival Doupnice Fest je ze všech uvedených festivalů nejméně navštěvovaný. Pomocným krokem by bylo se více zaměřit na propagaci hudební akce, například formou vytvoření webových stránek. Dalším zjištěným nedostatkem tohoto festivalu je, že současní organizátoři mají rozdílné vize. Do jisté míry směr festivalu určuje organizátorka z důvodu finanční vlády nad festivalem ze strany jejího přítele. Bylo by vhodné si tento problém mezi organizátory jasně vysvětlit.

Řešení managementu u alternativních hudebních festivalů je velmi náročná. Díky letitým zkušenostem, dovednostem a ochotou něco vytvářet, je příprava a zajištění potřebných věcí organizátory zvládnutelná.

Bakalářská práce může být přínosem a inspirací podobným organizacím neziskového sektoru, které se zabývají organizací hudebních alternativních festivalů. Díky provedenému průzkumu se v tomto dokumentu nacházejí analyzované informace, jak z pozitivní stránky principu existence těchto hudebních alternativních festivalů, tak i z té negativní stránky. Proto se domnívám, že tento dokument může být pomůckou pro organizátory hudebních alternativních festivalů.

## 7 Seznam použitých zdrojů

- [1] Alternativní hudba (nejen) na Proglasu. *Hudba Proglas* [online]. Praha, 2016 [cit. 2016-08-19]. Dostupné z: <http://hudba.proglas.cz/alternativni-hudba.html>
- [2] BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011, 280 s. ISBN 978-80-7435-130-3.
- [3] Brož, Jiří, pořadatel festivalu Yanderov a Doupanice Fest. [ústní sdělení] rozhovor, 5.6 2016.
- [4] ČESKÁ TELEVIZE. *Fenomén Underground* [online]. 2016 [cit. 2016-08-14]. Dostupné z: <https://www.citacepro.com/dok/p0gyaNo42PXsYV5>
- [5] DALY, Steven a Nathaniel WICE. *Encyklopedie kulturních trendů devadesátých let: Alt culture - encyklopedie alternativní kultury*. Brno: Jota-Nové obzory, 1999. ISBN 80-7242-065-8.
- [6] Daniela Dvořáková. *Mas Bohdanečsko: základní informace* [online]. Lázně Bohdaneč, 2014 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.mas-bohdanecko.cz/zakladni-informace/d-1007/p1=1015>
- [7] DENČEVOVÁ, Ivana, František STÁREK a Michal STEHLÍK, NOVOTNÁ, Anna (ed.). *Tváře undergroundu*. Vyd. 1. V Praze: Radioservis, 2012. ISBN 978-80-87530
- [8] Fakta neziskovky: Co je to neziskový sektor. *Neziskovky* [online]. Praha, 2016 [cit. 2016-08-19]. Dostupné z: [http://www.neziskovky.cz/clanky/511\\_538\\_540/fakta\\_neziskovky-v-co-to-je-neziskovy-sektor-/](http://www.neziskovky.cz/clanky/511_538_540/fakta_neziskovky-v-co-to-je-neziskovy-sektor-/)
- [9] FESTIVAL TRUTNOV. *history* [online]. 2012 [cit. 2016-08-14]. Dostupné z: <http://www.festivaltrutnoff.cz/cs/history>
- [10] FUNDRAISER. *Často kladené otázky* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.fundraiser.cz/faq.htm>
- [11] HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Překlad Miroslav Kotásek. Praha: Dauphin, 2012. ISBN 978-80-7272-197-9
- [12] Hiphopkemp. *Hiphopkemp* [online]. Hradec Králové, 2014 [cit. 2016-02-01]. Dostupné z: <http://www.hiphopkemp.cz/>

- [13] Historie města. *Skuteč* [online]. 2006 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.skutec.cz/historie-mesta/>
- [14] Historie. *Rock for people* [online]. Hradec Králové: Ameba Production, 2016 [cit. 2016-02-01]. Dostupné z: <http://www.rockforpeople.cz/historie/2015/>
- [15] HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2011. ISBN 978-80-210-5651-0.
- [16] IC BOHDANEČ. *Národní přírodní rezervace*. [online]. Lázně Bohdaneč, 2015 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://ic.bohdanec.cz/narodni-prirodni-rezervace/>
- [17] JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0.
- [18] JANKŮ, Radek. *Propagace hudebního festivalu Hip Hop Kemp* [online]. 2012 [cit. 2016-08-19]. Dostupné z: [http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/19078/jank%C5%AF\\_2012\\_bp.pdf?sequence=1](http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/19078/jank%C5%AF_2012_bp.pdf?sequence=1). Bakalářská práce. Univerzita Tomáš Bati ve Zlíně.
- [19] Jiří Kadlec. *Pestalozzi* [online]. 2015 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.pestalozzi.cz/>
- [20] JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2724-0.
- [21] KOUBEK, Josef. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky*. 3. vyd. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-033-3.
- [22] KOMUNITA NOE: O nás. *Komunita Noe* [online]. Bor: Komunita Noe, 2010 [cit. 2016-03-10]. Dostupné z: <http://www.komunitanoe.cz/noe/o-nas>
- [23] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [24] KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008. ISBN 978-80-87147-04-7.



- [25] LÁZNĚ BOHDANEČ. *Město* [online]. 2015 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://lazne.bohdanec.cz/mesto/>
- [26] Leona Turynová. *Chrudimský návštěvník: Kultura a tradice* [online]. 2016 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.chrudimsky.navstevnik.cz/co-videt-co-zazit/kultura-a-tradice/>
- [27] Leona Turynová. *Chrudimský návštěvník: Městská památková zóna* [online]. 2016 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.chrudimsky.navstevnik.cz/o-meste/mestska-pamatkova-zona/>
- [28] Martin Smatlík. *Chrudim.eu: základní informace* [online]. 2011 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://www.chrudim.eu/mesto/o-chrudimi/zakladni-informace.html>
- [29] *Montereyinternationalpopfestival: the big idea* [online]. 2012 [cit. 2016-08-14]. Dostupné z: <http://montereyinternationalpopfestival.com/festival/>
- [30] Muzeum obuvi a kamene. *Městské muzeum Skuteč* [online]. 2009 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://muzeum.skutec.cz/muzeum-obuvi-a-kamene/>
- [31] *Neziskovky: katalog neziskovek* [online]. 2016: Nadace neziskovky.cz [cit. 2016-08-13]. Dostupné z: <http://www.neziskovky.cz/katalog/1/>
- [32] *Neziskovky: Neziskovky* [online]. Praha, 2015 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: [http://www.neziskovky.cz/clanky/506\\_575/o-nas\\_poslani-a-cile/](http://www.neziskovky.cz/clanky/506_575/o-nas_poslani-a-cile/)
- [33] PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-80-7357-347-8.
- [34] Petr Martínek. *On The Road: o festivalu* [online]. 2016 [cit. 2016-08-17]. Dostupné z: <http://www.ontheroadfestival.com/ofestivalu.php>
- [35] Petr Martínek. *On The Road: partneři* [online]. 2016 [cit. 2016-08-17]. Dostupné z: <http://www.ontheroadfestival.com/partneri.php>
- [36] ROCK&POP. *zprávy* [online]. 2015 [cit. 2016-08-14]. Dostupné z: <http://archiv.rockandpop.cz/zpravy/zahranicni/vstupenky-na-glastonbury-2015-pujdou-do-prodeje-na-uvod-rijna/>
- [37] SMT Skuteč. *Facebook* [online]. 2016 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smtskutec/home>
- [38] Šeucouská muzika. *O nás* [online]. 2012 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z: <http://seucouskamuzika-hasicskakapela-w.webnode.cz/o-nas/>

- [39] ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 2., rozš. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2006, ISBN 80-7041-859-1.
- [40] TECHNO. *Festivaly v Čechách* [online]. 2008 [cit. 2016-08-14].  
Dostupné z: <http://www.techno.cz/clanek/27052/festivaly-v-cechach-i>
- [41] *Techno: Začátky festivalů a hippies* [online]. 2008 [cit. 2016-08-14].  
Dostupné z: <http://www.techno.cz/clanek/26384/zacatky-festivalu-a-hippies>
- [42] TK Skuteč. *Tábornický klub Skuteč* [online]. 2016 [cit. 2016-08-16].  
Dostupné z: <http://www.tkskutec.cz/>
- [43] Tomáš Martínek. *Dobrá praxe: Chrudim: "Hurá na výlet" - projekt aktivizace seniorů* [online]. 2015 [cit. 2016-08-16]. Dostupné z:  
<http://www.dobrapraxe.cz/cz/stripky/chrudim-hura-na-vylet>
- [44] VOJÍK, Vladimír. *Podnikání v kultuře a umění: Arts management*. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-80-7357-402-4.

## 8 Příloha

č.1

### Scénář pro rozhovor - organizátoři

#### 1. Vznik a historie

- Za jakým účelem byl festival založen a je konán nyní? V čem je festival alternativní? Místo a datum konání festivalu?
- Jaká je návštěvnost? Klesá či stoupá?
- Jaký je historický vývoj festivalu?
- Co považujete za největší úskalí?

#### 2. Personalistika

- Jakou pozici zastáváte? Kolik je organizátorů? Jak je práce rozdělena
- Jak probíhá komunikace mezi pořadateli?
- Máte dobrovolníky?
- Jak je zajišťována bezpečnost?

#### 3. Příprava a časový harmonogram

- Popište jednotlivé fáze přípravy festivalu
- Jaký je časový harmonogram? Prosím popište ho.
- Nastávají nějaké problémy při přípravě?

#### 4. Hudební kapely

- Kdo je dramaturg?
- Podle čeho jsou kapely vybírány?
- Mají hudební kapely speciální požadavky?

#### 5. Financování festivalu

- Jakým způsobem získáváte peníze?
- Žádáte o granty či dotace?

- V čem je největší problém?
- Pomáhá Vám finančně město?

#### 6. Reklama a propagace

- Kdo se stará o reklamu a propagaci? Jakým způsobem se propaguje festival?
- Využíváte sociální sítě?
- Vybíráte vstupné?
- Jsou určité problémy s propagací?

#### 7. Vliv na cestovní ruch

- Jaký vliv má Váš festival a cestovní ruch v daném okolí? Jaký má vliv na životní prostředí?

#### 8. cíle a strategie do budoucna

- Jaké jsou Vaše cíle do budoucna? Chcete v pořádání nadále pokračovat?
- Jaké jsou silné a slabé stránky festivalu?
- Jaká je Vaše motivace v konání festivalu?

### **Scénář pro rozhovor – zástupce města**

1. Váš postoj vůči festivalu?
2. Myslíte si, že daný festival má vliv na cestovní ruch v daném okolí? Pokud ano, jaký?
3. Podporuje město finančně či jinak daný festival?

## č.2 Oskenované zadání práce

Univerzita Hradec Králové  
Fakulta informatiky a managementu  
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Ekonomika a management  
Forma: Kombinovaná  
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - německý jazyk  
(mcr-k-n)

### Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Dubská Andrea	Jiráskova 48, Moravany	I1300506

#### TÉMA ČESKY:

Management alternativních hudebních festivalů ve vybrané turistické destinaci

#### TÉMA ANGLICKY:

The management of alternative music festivals in a selected tourist destination.

#### VEDOUcí PRÁCE:

Mgr. Michal Trousil, Ph.D. - KRRCR

#### ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Průzkum managementu alternativních hudebních festivalů ve vybrané turistické destinaci.  
Cílem práce je náhled a seznámení se s managementem alternativních hudebních festivalů ve vzájemném porovnání v oblasti Pardubického kraje.

#### Osnova:

- Úvod
- 1.Literární rešerše
- 2.Cíl a metodika práce
- 3.Teoretická východiska  
- základní pojmy managementu festivalů  
- problematika festivalů
- 4.Empirická část  
- základní výzkumné otázky  
- rozbor jednotlivých festivalů  
- vzájemné porovnání
- 5.Shrnutí výsledků
- 6.Závěry a doporučení
- 7.Seznam použitých zdrojů
- 8.Seznam obrázků
- 9.Přílohy

#### SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Patočka, Jiří. Lokální a regionální kultura v České republice. Vyd. 1. Praha, 2008. ISBN 978-80-7357-347-8.

Steinecke, Albrecht. Kulturtourismus. Marktstrukturen. Fallstudien. Perspektiven. München/Wien: Oldenbourg Verlag, 2007. ISBN 978-3-486-58384-7.

Vojík, Vladimír. Podnikání v kultuře a umění. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-80-7357-356-0

Zelenka, Josef. Marketing cestovního ruchu. Vyd. 1. Hradec Králové, 2007. ISBN 978-80-7041-070-7.

BACHMANN, Pavel. Management neziskové organizace. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011, ISBN 978-80-7435-130-3.

ŠIMKOVÁ, Eva. Management a marketing v praxi neziskových organizací. 2. rozšíř. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2006, ISBN 80-7041-859-1.

www.proglas.cz

www.yanderv.cz  
www.czechtourism.com  
www.ontheroadfestival.com

Podpis studenta:

*Dubská*

Datum:

*12.10.2015*

Podpis vedoucího práce:

*Michal Kráčil*

Datum:

*12.10.2015*

