

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Bakalářská práce

Kulturní a kreativní odvětví ve vybraných lokalitách:

Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný – analýza

současného stavu

Lucie Kovaříková

© 2020 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lucie Kovaříková

Hospodářská politika a správa
Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Kulturní a kreativní odvětví ve vybraných lokalitách: Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný – analýza současného stavu

Název anglicky

Cultural and Creative industries in selected localities: Velvary, Kralupy nad Vltavou and Slaný – analysis of the current situation

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je analyzovat stav kulturního a kreativního odvětví ve vybraných lokalitách: Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný. Hlavní důraz je kladen na analýzu procesů na lokální úrovni. Jedná se především o zhodnocení současných aktivit souvisejících s konceptem kulturního a kreativního odvětví a následné vyhodnocení jejich potenciálu pro rozvoj regionu.

Metodika

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část vychází z podrobné rešerše odborné literatury a pramenných zdrojů věnujících se problematice kulturních a kreativních průmyslů v kontextu regionálního rozvoje. Následná praktická část bude realizována prostřednictvím polo-strukturovaných rozhovorů. Na základě zjištěných výsledků budou zpracována doporučení a návrhy na zlepšení situace a doporučena inovativní řešení.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 str.

Klíčová slova

kulturní a kreativní průmysl, regionální rozvoj, Velvary, Kralupy nad Vltavou, Slaný

Doporučené zdroje informací

- BEDNÁŘ, Pavel; CIKÁNEK, Martin; JAUROVÁ, Zora; LEHEČKOVÁ, Eva; ŽÁKOVÁ, Eva: Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku II, Praha: Divadelní ústav, 2013, 978-80-7008-274-4
- BLAŽEK, J. – UHLÍŘ, D. – UNIVERZITA KARLOVA. Teorie regionálního rozvoje : nástin, kritika, implikace. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1974-3
- KLOUDOVÁ, J. a kol.: Kreativní ekonomika: Trendy, výzvy, příležitosti. Praha: Grada, 2010. ISBN: 978-80-247-3608-2
- O'BRIEN, D.: Kulturní politika: Management, hodnota a modernita. Praha: Institut Umění – Divadelní Ústav, 2015. ISBN 978-80-7485-058-5
- SEDLÁČKOVÁ, H., BUCHTA, K.: Strategická analýza. Praha: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-367-1
- WOKOUN, R. Regionální rozvoj : východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. Praha: Linde, 2008. ISBN 978-80-7201-699-0
- ZELINSKÝ, Miroslav: Teorie a praxe kulturních průmyslů. Bratislava: Eurokódex, 2012, ISBN: 978-80-8944-783-1

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

PhDr. Blanka Wurst Hašová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 16. 5. 2019

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 17. 6. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 05. 02. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Kulturní a kreativní odvětví ve vybraných lokalitách: Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný – analýza současného stavu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne _____

Poděkování

Mé poděkování patří zejména PhDr. Blance Wurst Hašové, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce, zpětné odpovědi na dotazy a poskytnutí cenných rad. Dále bych chtěla poděkovat všem respondentům, se kterými jsem vedla rozhovory za jejich ochotu a spolupráci.

Kulturní a kreativní odvětví ve vybraných lokalitách: Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný – analýza současného stavu

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá současným stavem kulturních a kreativních průmyslů ve třech venkovských lokalitách, konkrétně ve Velvarech, Kralupech nad Vltavou a ve Slaném. Teoretickým východiskem zpracování práce jsou odborné publikace a webové stránky uvedené v seznamu použitých zdrojů.

Vlastní část práce je založena na poznatcích z rozhovorů s respondenty z řad zastupitelů měst a obyvatel. Ve vlastní části je zpracována analýza SWOT, ze které vyplývají silné a slabé stránky společně s možnými příležitostmi a hrozbami. Následně byla navržena vhodná doporučení pro zlepšení tamních situací v kulturních a kreativních odvětvích.

Kapitola *Výsledky a diskuse* shrnuje současné stavy kulturních a kreativních průmyslů ve vybraných lokalitách.

Klíčová slova

kulturní a kreativní průmysly (KKP), regionální rozvoj, lokální kultura, regionální kultura, oživení venkovského prostoru, vymezení KKP v České republice, KKP ve Středočeském kraji, Velvary, Kralupy nad Vltavou, Slaný

Cultural and Creative industries in selected localities: Velvary, Kralupy nad Vltavou and Slaný – analysis of the current situation

Abstract

This Bachelor thesis is mainly focusing on a current state of cultural and creative industries in three countryside locations Velvary, Kralupy nad Vltavou and Slaný. The theoretical outcome of this thesis is based on publications and websites, recoded in the resource list.

The second part of this thesis is based on knowledge I have gained from interview with selected city councillors and residents. This part also introduces SWOT analysis, pointing out strong and weak parts including possible opportunities and threats. On that occasion relevant recommendations and suggestions has been made to improve current situation in cultural and creative industries.

The overall results and evaluations summarise the state of cultural and creative industries in the mentioned localities.

Keywords

cultural a creative industry (CCI), regional development, local culture, region culture, renewal of countryside, definitions of CCI in Czech Republic, CCI in Central Bohemian Region, Velvary, Kralupy nad Vltavou, Slaný

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika.....	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Kultura z lokálního a regionálního pohledu	13
3.1.1 Lokální kultura.....	13
3.1.2 Regionální kultura.....	14
3.2 Vývoj pojmů kulturní a kreativní průmysly	15
3.3 Kreativní průmysly	16
3.4 Kulturní průmysly	19
3.5 Vztah mezi ekonomikou a kulturou	20
3.5.1 Předpoklady rozvoje kulturní a kreativní ekonomiky	21
3.5.2 Význam kreativní ekonomiky v národních strategiích	22
3.6 Kulturní a kreativní průmysly (KKP) v České republice	23
3.6.1 Vymezení KKP v České republice.....	23
3.6.2 Účet kultury.....	24
3.6.3 Zdroje financování kultury v České republice	24
3.6.4 Stručná charakteristika jednotlivých odvětví KKP	26
3.6.5 Výkon KKP v krajích a ve městech České republiky	29
3.6.6 KKP ve Středočeském kraji	30
3.7 Strategická analýza SWOT	33
3.8 Možnosti oživení venkovského prostoru.....	35
3.9 Charakteristika lokalit Kralupy nad Vltavou, Slaný a Velvary	36
3.9.1 Kralupy nad Vltavou	36
3.9.2 Slaný.....	42
3.9.3 Velvary	45
4 Vlastní práce	48
4.1 Kralupy nad Vltavou	48
4.1.1 Shrnutí získaných informací z rozhovoru s předsedou kulturní komise... 48	
4.1.2 Analýza SWOT	50
4.1.3 Doporučení a návrhy	51
4.2 Slaný.....	53
4.2.1 Shrnutí získaných informací z rozhovoru se starostou města	53

4.2.2	Analýza SWOT	55
4.2.3	Doporučení a návrhy	56
4.3	Velvary	57
4.3.1	Shrnutí získaných informací z rozhovoru s místostarostou města.....	57
4.3.2	Analýza SWOT	58
4.3.3	Doporučení a návrhy	59
5	Výsledky a diskuse	61
5.1	Shodné negativní prvky analyzovaných měst	61
5.2	Shodné pozitivní prvky analyzovaných měst.....	61
5.3	Obecná doporučení.....	62
6	Závěr.....	63
7	Seznam použitých zdrojů	64
7.1	Literatura	64
7.2	Internetové zdroje.....	65
8	Přílohy	67
8.1	Rozhovor s předsedou kulturní komise v Kralupech nad Vltavou	67
8.2	Rozhovor se starostou města Slaný	72
8.3	Rozhovor s místostarostou města Velvary	76
8.4	Rozhovory s obyvateli měst	80

Seznam obrázků

<i>Obrázek 1</i> Definice kreativních průmyslů dle Ch. D. Thorsbyho	17
<i>Obrázek 2</i> Rozdělení kreativních průmyslů	19
<i>Obrázek 3</i> Schéma SWOT analýzy.....	33
<i>Obrázek 4</i> Schéma strategií na základě SWOT analýzy.....	34

Seznam grafů

<i>Graf 1</i> Poměr rozdělení financí do kulturních odvětví dle sektorů	26
---	----

Seznam tabulek

<i>Tabulka 1</i> Objem prostředků z jednotlivých sektorů na financování kultury.....	25
<i>Tabulka 2</i> Analýza SWOT pro Kralupy nad Vltavou	50
<i>Tabulka 3</i> Analýza SWOT pro Slaný.....	55
<i>Tabulka 4</i> Analýza SWOT pro Velvary	58

1 Úvod

Kulturní a kreativní průmysly stále více přispívají nejen ke společenskému, ale také ekonomickému rozvoji. Poměrně značnou částí se tyto průmysly podílejí na bohatství měst a regionů. Lze zmínit nejen finanční, ale také vzdělávací a duševně obohacující přínosy. Všechny tyto druhy obohacení jsou pozitivními ukazateli užitečnosti kulturních a kreativních průmyslů pro obyvatelstvo.

Bakalářská práce se zabývá rozsahem a funkcí kulturních a kreativních odvětví ve třech lokalitách. Analyzovaná města se nachází ve Středočeském kraji, konkrétně se jedná o Kralupy nad Vltavou, Velvary a Slaný.

V teoretické části práce se nacházejí podstatné podklady pro následující praktickou část. Jedná se o zpracování informací získaných z odborných publikací. Stěžejní témata, která se vyskytují v teoretické části, jsou zaměřena na klasifikaci a objasnění obtížně definovatelných pojmů – kulturní a kreativní průmysly. Do bakalářské práce jsou zahrnuty kapitoly o vývoji zmiňovaných pojmů, o propojení těchto odvětví s ekonomikou a v neposlední řadě o významu kulturních a kreativních průmyslů v národním hospodářství.

Dále je práce zaměřena na charakteristiku této problematiky na území České republiky, následně Středočeského kraje a jednotlivých měst, kterými se poté zabývá praktická část.

Základem praktické části práce je analyzovat pomocí analýzy SWOT aktuální stav kulturního a kreativního odvětví v jednotlivých městech, především na základě provedených rozhovorů a jiných dostupných informací. Výsledkem analýzy je objasnění pozitivních a negativních prvků, které se ve městech vyskytují ve spojitosti s těmito průmysly. V návaznosti na výsledky analýzy jsou pro každé město navrženy konkrétní změny, které by mohly situaci zlepšit.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je analyzovat stav kulturního a kreativního odvětví ve vybraných lokalitách: Velvary, Kralupy nad Vltavou a Slaný. Hlavní důraz je kladen na analýzu procesů na lokální úrovni. Jedná se především o zhodnocení současných aktivit souvisejících s konceptem kulturního a kreativního odvětví a následné vyhodnocení jejich potenciálu pro rozvoj regionu.

2.2 Metodika

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část vychází z podrobné rešerše odborné literatury a pramenných zdrojů věnujících se problematice kulturních a kreativních průmyslů v kontextu regionálního rozvoje. Následná praktická část je realizována prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů. Na základě zjištěných výsledků jsou zpracovány SWOT analýzy, ze kterých vycházejí doporučení a návrhy na zlepšení situace.

3 Teoretická východiska

3.1 Kultura z lokálního a regionálního pohledu

3.1.1 Lokální kultura

Pojem lokální kultura se vyznačuje spjatostí kultury k určitému území. Tato subkultura zahrnuje složky kultury vázané na prostor a čas. Na teoretické úrovni lze prvky lokální kultury dělit na hmotné a nehmotné, i když reálně existuje především kombinace těchto dvou typů, tedy například určitá tradice je pravděpodobně propojena s konkrétním artefaktem. (Patočka, 2008, str.63)

Podoba lokální kultury závisí na společnosti, která na daném území přebývá. Významné role při tvoření kultury hrají vzdělanost, tvořivost a způsob života místních obyvatel. Dále záleží také na tradicích, historickém kontextu a kvalitě sociálního prostředí. Mezi aktéry lokální kultury se řadí jak jednotliví občané obce, tak i jejich sdružení. Spolková činnost se odvíjí od společných zájmů a potřeby seberealizace. *Významnou roli v lokalitách sehrávají tzv. solitéři, tj. osoby a osobnosti, které jsou schopny do značné míry ovlivnit chování a smýšlení ostatních lidí lokálního společenství.* (Patočka, 2008, str.83)

S lokální kulturou se pojí několik této kultuře blízkých pojmů. Jedním z nich je pojem lidová kultura, která bývá často stavěna jako protiklad ke kultuře elitní (oficiální). Lidová kultura je odlišována nejen místně, ale i sociálně. Jde o kulturu typickou pro nižší společenské vrstvy (dříve rolnické či řemeslné). V již zmiňované elitní kultuře jsou nositeli autoři, kteří pocházeli z vyšších společenských vrstev a netvořili anonymně. (Patočka, 2008. str.64-65)

Dalším blízkým pojmem lokální a lidové kultury je folklór. Jedná se o součást lidové kultury a zahrnuje činnosti a výtvořiny zachované napříč generacemi na určitém území. Součástí tohoto souhrnu jsou různé slovesné nebo hudební projevy jako jsou písně, říkadla, hádanky a pohádky, ale také projevy taneční, dramatické a hmotné (malby, stavby, šperky). Charakteristické pro folklór jsou ústní neboli orální předávání, variabilita a anonymita autorů.

Lokální kulturu je možné dále specifikovat podle území, a to na venkovskou a městskou. Je sice obtížné v dnešní době vlivem suburbanizace a urbanizace vymezit jasnou

hranici mezi městskou a venkovskou společností, přesto existují prvky, které je kulturně oddělují. Městská lokální kultura bývá díky sociální heterogenitě ovlivněna inovativními a globalizačními tendencemi. Venkovská územní společenství na druhou stranu udržují tradiční prvky a příliš nereagují na okolní změny, proto je venkovským lokalitám ve smyslu kulturním přiřazován spíše konzervativní a homogenní typ společnosti. (Patočka, 2008, str.65-66)

3.1.2 Regionální kultura

„Kulturní či sociokulturní region můžeme chápat jako časoprostorový průsečík či průnik minulých a současných společenství a jejich kultur.“ (Patočka, 2008, str.113)

Jedním z problémů při práci s regionální kulturou je vymezení regionu jako takového na základě určitých kulturních znaků. Nejčastěji se proto setkáme s regiony, které jsou tvořeny jednotlivými kraji či regiony soudržnosti. Pokud se však řídíme podle konkrétního znaku, vymezujeme tím homogenní regiony, uvnitř kterých se soustřeďují stejné nebo velmi podobné rysy zvoleného znaku. Příkladem sjednocujícího kulturního prvku regionu může být například nářečí nebo typické rysy v chování tamních obyvatel. Regiony se také rozlišují na základě vnitřní integrity, jelikož uvnitř zvoleného území bývají mnohem silnější a četnější sociální vztahy, než jsou vztahy vázané na dálku. (Patočka, 2008, str.114-115)

Protože jsou v různých regionech odlišné životní podmínky, mentalita a obecně regionální rozdíly, je zřejmé, že v každém regionu působí trochu jiné, často i zcela odlišné mikroklima. Toto mikroklima s sebou nese stejný pohled na svět, mravy, kulturní tradice a zvyky. Důležitou roli v tomto ohledu hrají také historické souvislosti a vědomí odlišností a specifík regionu. Cítí-li jedinec právě na základě regionálního mikroklimatu sounáležitost k určitému regionu, má tzv. pocit regionální identity.

Region lze také vymezit podle hlavního centra a jeho vlivného dosahu. Centrum v regionu ovlivňuje a vnáší do společnosti inovace a nejnovější trendy. Slouží také jako kulturní centrum, většinou s velkým výskytem památek a kulturního vyžití, kde se shromažďují obyvatelé z blízkého okolí. (Patočka, 2008, str.113-116)

3.2 Vývoj pojmů kulturní a kreativní průmysly

Termín kulturní průmysl byl ve 30. letech 20. stol. používán spíše ve spojitosti s kritikou masové zábavy. Za autory samotného pojmu jsou však považováni Theodor Adorno a Max Horkheimer z Frankfurtské školy, kteří slovní spojení kulturní průmysl publikovali ve své knize z roku 1944. Právě oni se z nacistického Německa stáhli do amerického exilu, kde však poznali, že zdánlivě demokratický stát ve svém nitru také funguje jako v té době totalitní Německo. Obeznamení s tím, že v Německu byla masová média využívána k propagandě totalitní ideologie, a zklamání z očekávaného amerického způsobu života, došli k závěru, že kultura ztratila svou roli ve společnosti (především ovlivňovat životy k lepšímu). Podle Adorna a Horkheimera si měly být pojmy kultura a průmysl velmi vzdálené, jenže kvůli tlaku kapitalistické a demokratické společnosti došlo k jejich nežádoucímu propojení a vznikl jeden pojem kulturní průmysl. Je tedy zřejmé, že autoři na toto slovní spojení nahlíželi skepticky. Mezi jejich následovníky patřili například Hans Magnus Enzensberger, Herbert Marcuse a Raymond Williams. Spojoval je především pohled na média, která podle nich ovlivňovala voliče a prezentovala demagogické názory tak, aby odvedla pozornost od skutečného politického dění. K tomu také napomáhal rozmach amerického zábavního průmyslu, který kontrastoval s kulturními hodnotami v Evropě. (Cikánek, 2013, str.12-14)

„Myšlenky filozofů Frankfurtské školy byly v té době adoptovány také bouřícími se studenty a koncept kulturního průmyslu byl používán jako argument při polemikách o omezenosti tehdejšího (moderního) kulturního života.“ (Cikánek, 2013, str.14).

Podle Martina Cikánka se kultura, společnost a byznys začaly významně propojovat od 60.let 20.století. Nadnárodní korporace podporovaly tvorbu filmů a investovaly do nahrávacích společností.

Francouzští sociologové kulturních průmyslů Bernard Miège, Edgar Morin a Armel Huet navázali na frankfurtské filozofy, ale nikoli bez výhrad k jejich názorům. K těmto francouzským sociologům se posléze přidala také Organizace OSN pro vědu, výchovu a kulturu (UNESCO). Společně začali používat plurál pojmu kulturní průmysl, tedy kulturní průmysly, jelikož v původním znění jim připadal zkreslený a zavádějící v tom, že má jednotnou stejnorodou podobu a strukturu. Kulturní průmysly pro ně představovaly různorodé aktivity lidí, které se organizačně a jinak liší. *„Přechod k plurálu v označení*

kulturních průmyslů tak v 70. a 80. letech minulého století především vyjadřoval uvědomělou reflexi toho, o jak široký a komplexní fenomén se jedná.“ (Cikánek, 2013, str.15).

Organizace OSN pro vědu, výchovu a kulturu vytvořila mezinárodní program kulturních průmyslů a výstupy z tohoto programu následně prezentovala na konferenci UNESCO v Kanadě roku 1980.

Sociologové kulturních průmyslů souhlasili s frankfurtskými filozofy v názorech týkajících se vlivu industrializace na přeměnu kulturních statků na komoditní produkty. Považovali to však za neřízený proces, který se v té době přirozeně vyvíjel. Pozitivně však nahlíželi na vliv nových technologií v rámci industrializace, neboť podle nich přinesli nové možnosti uměleckého vyjádření. Příkladem zpřístupnění kulturního statku pomocí technologií, který uvádí Martin Cikánek, jsou přímé (live) přenosy představení Metropolitní opery v New Yorku (MET), probíhající v jeden okamžik v několika stech kinech na celém světě, s čímž MET přišla roku 2006. Divákovi to tak umožňuje prožít téměř stejný kulturní zážitek, i když se jedná pouze o nehmotný produkt, který má jednu originální hmotnou podobu v New Yorku. S nástupem digitalizace do světa kultury se postupně nahrazuje pojem kulturní průmysly termínem kreativní průmysly. (Cikánek, 2013, str.16)

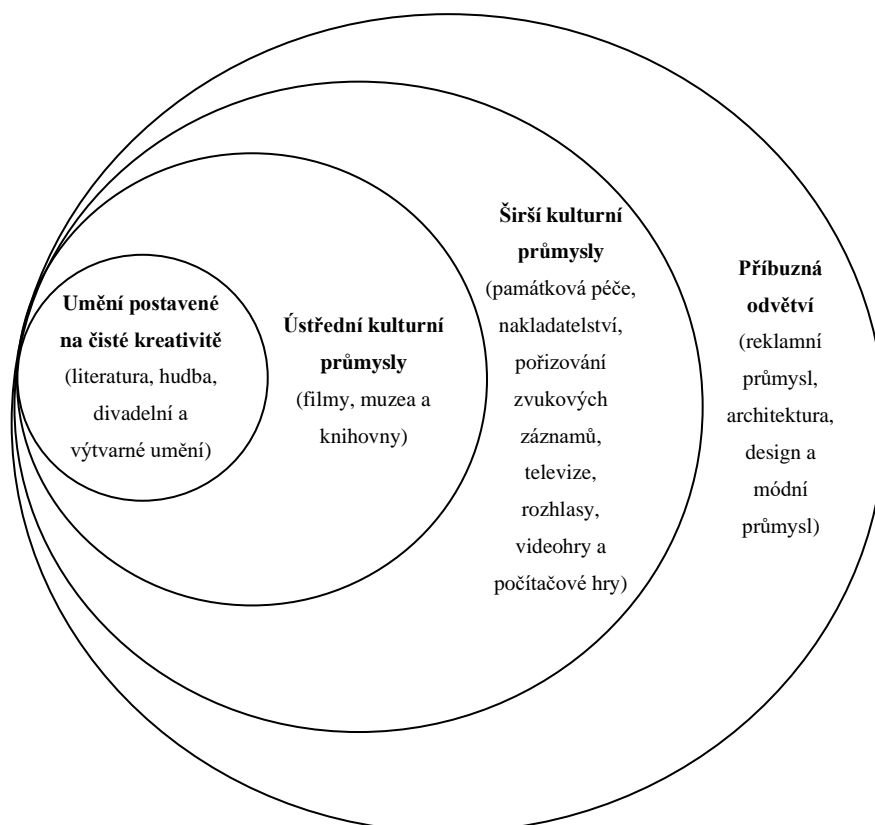
3.3 Kreativní průmysly

Jednoznačně definovat kreativní průmysly je obtížné, protože kreativita je vstupem, nikoli výstupem procesu těchto činností. Výstupem je pak kreativní produkt, který vznikne na základě lidské tvořivosti. Kreativní průmysly však nelze jednoduše rozpoznat pouze podle produktu, které vytváří. Problematické je proto určit, jaké aktivity v rámci kreativních průmyslů do této kategorie spadají. (Kloudová, 2010, str.30)

Existují seznamy, jež jsou vytvořené různými institucemi a zahrnují oblasti, které spadají pod kreativní průmysly, avšak většina těchto seznamů se střetává s kritikou. Nejčastějším problémem je ekonomický pohled, protože v některých výčtech se objevují rozdílné oblasti s ohledem na to, zda se u nich hodnotí vstupy, výstupy (produkty) či se jedná o služby, a to tradiční ekonomové nechtějí tzv. házet do jednoho pytle. (Kloudová, 2010, str.30-31)

Neexistuje jednotné vymezení kulturních a kreativních průmyslů, jelikož se k tomu země staví různorodě. Definicí kreativních průmyslů se některé země ani nezabývají a určí pouze výčet jednotlivých činností, které do této oblasti patří. (Žáková, 2015, str.15)

Podle Kloudové k definicím kreativních průmyslů přispěl i Ch. D. Thorsby, který použil kruhové vymezení (viz obr.1).



Obrázek 1 *Definice kreativních průmyslů dle Ch. D. Thorsbyho*

Zdroj: Kloudová, 2010, str.31-32

Existuje několik modelů, které zahrnují, co může do skupiny kulturních a kreativních průmyslů patřit.

První z nich je model Ministerstva pro kulturu, média a sport ve Velké Británii, které do kreativních průmyslů zahrnuje reklamu, architekturu, umění a starožitnosti, řemesla, design, módu, film a video, hudbu, divadlo, software, televizní vysílání, rozhlas, videohry a počítačové hry. Model vznikl v 90. letech a zahrnuje spíše oblasti kulturních průmyslů. (Kloudová, 2010, str.32-33)

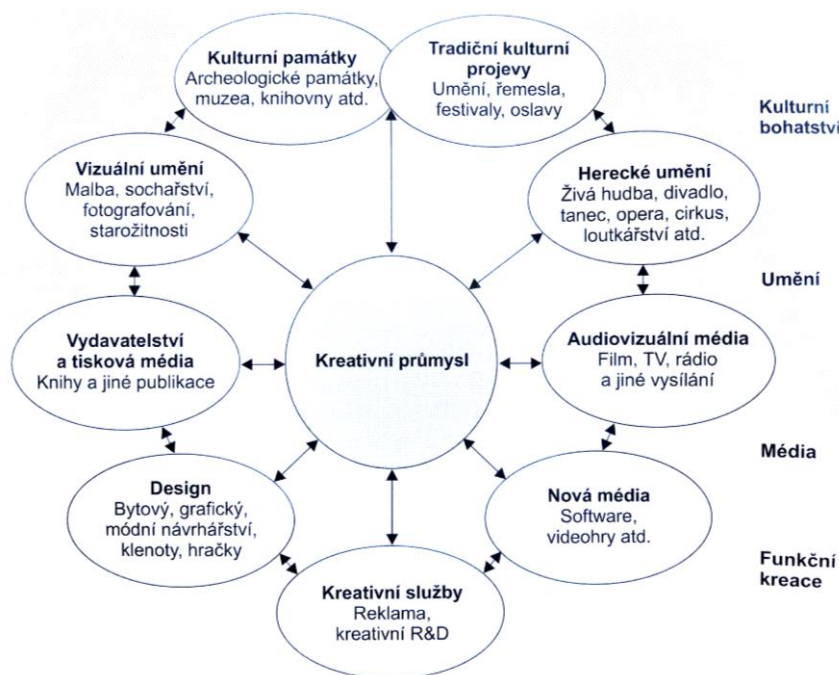
„Britská definice nedělí odvětví na kulturní a kreativní a používá pouze výraz kreativní, což je nutné chápat jako pouhé zjednodušení delšího názvu. I jiné státy převzaly tento přístup a používají pouze tuto zkrácenou verzi.“ (Žáková, 2015, str.16)

Druhým je symbolický textový model z roku 2002, jehož autorem je Brit D. Hesmondhalgh. Tento model zahrnuje všechny oblasti prvního modelu a navíc uvádí internet, kreativní umění, spotřební elektroniku a sport. Tento model se více soustředí na moderní umění a kulturu, která je do společnosti šířena prostřednictvím průmyslové výroby. (Kloudová, 2010, str.32-33)

Třetím je model soustředěných kruhů, jehož jednotlivé složky jsou uvedeny výše v grafickém zobrazení. Umění postavené na ryzí kreativitě (střed soustředěných kruhů) je považováno za základ, který vnáší speciální vlastnosti do ostatních odvětví, jež ho v grafickém zobrazení obklopují. (Kloudová, 2010, str.32-33)

Posledním modelem je tzv. WIPO chráněný (autorský) model. Jedná se o vizi kreativních průmyslů podle organizace World Intellectual Property Organization, která do seznamu ještě kromě všech předešlých uvedených oblastí přidává sběratelská sdružení, herectví, vizuální a grafické umění, autorský průmysl, hudební nástroje, publikace, hračky, domácí potřeby, kopírovací a fotografická zařízení a prázdné záznamové materiály. Tento model je založen hlavně na ochraně autorských práv, protože jedině duševní vlastnictví je nositelem kreativity, z čehož následně v kreativních průmyslech vznikají reálné produkty a služby. (Kloudová, 2010, str.32-33)

UNCTAD také uvádí rozdělení kreativního průmyslu, které v grafické podobě publikuje J. Kloudová (2010, str.34) (viz obr. 2).



Obrázek 2 Rozdělení kreativních průmyslů

Zdroj: Kloudová, 2010, str.34

„Kreativní průmysl je odvětví podnikání, na němž se významnou měrou podílí kreativní pracovníci, jejichž výstupy jsou silně závislé na jejich nápadech, uměleckém ztvárnění, výzkumu a neustálých inovaci.“ (Kloudová, 2010, str.34)

Je třeba si ujasnit, kdo je kreativní pracovník a na základě toho určit, jaký podíl kreativních pracovníků je ve firmě, potom se podnik zařadí či nezařadí do skupiny kreativních průmyslů.

3.4 Kulturní průmysly

Dle Kloudové je kulturní průmysl podmnožinou kreativní ekonomiky. Nelze proto pojmy kulturní a kreativní průmysly zaměňovat.

„Kulturní průmysl je součástí kreativní ekonomiky, zahrnuje oblast umění, kultury, kulturního dědictví. Může spadat jak do oblasti komerční, tak do oblasti veřejné. Patří sem jak divadla, tak galerie, výstavy, muzea, ale i pořádání hudebních, divadelních či jiných festivalů.“ (Kloudová, 2010, str.35)

Jedním z důležitých pojmů, vztahujících se ke kulturním průmyslům, je kulturní infrastruktura. Označují se tak hmotná zařízení nebo nemovitě objekty sloužící k poskytování kulturních statků, aktivit a služeb obyvatelům. Jako příklady kulturní

infrastruktury uvádí Eva Heřmanová (2009, str.256) divadla, kina, knihovny, muzea, galerie, kulturní domy a výstavní sítě. V širším pojetí lze pod pojem kulturní infrastruktura zahrnout také základní umělecké školy, hvězdárny, planetária, knihkupectví a prodejny kulturních statků.

Kulturní infrastruktura může být hodnocena a následně porovnávána z několika hledisek. Prvním je hledisko kvantitativní, vyjadřující počet jednotlivých kulturních zařízení na vymezeném území například města. Druhý možný způsob hodnocení je z pohledu kvalitativního, kde se bere zřetel na využitelnost a významnost objektu. Zde je nutné podotknout, že se jedná o subjektivní způsob hodnocení. Dalším hlediskem je kapacitní, které již z názvu prozrazuje, že se jedná o hodnocení kapacity (počet míst, rozloha, počet exponátů apod.) jednotlivých objektů. Jako nejvýznamnější hledisko hodnocení kulturní infrastruktury označuje Eva Heřmanová hledisko reálného využívání. To zahrnuje hodnocení efektivnosti, ekonomičnosti a výkonu (obsazenost sedaček v divadle při představení, počet výpůjček na jednoho čtenáře za jeden rok, procento návštěvnosti v jednotlivé dny apod.). (Heřmanová, 2009, str.256-257)

Kulturní průmysly lze zkoumat komplexně, bez ohledu na typ subjektů, které je vykonávají. Mezi subjekty v tomto smyslu patří například soukromé firmy, osoby samostatně výdělečně činné, umělci, neziskové a veřejně dotované organizace a v neposlední řadě instituce formálního i neformálního školství. Všechny tyto subjekty se podílejí na existenci kvalitní a efektivní kulturní infrastruktury. (Žáková, 2015, str.10)

3.5 Vztah mezi ekonomikou a kulturou

Je zřejmé, že se ekonomika s kulturou navzájem ovlivňují. Jak píše Jiří Patočka „*Oblast kultury a umění může být inspirací, zásobárnou nápadů a studijních myšlenek, ekonomická sféra pak může významným způsobem kulturní sféru podporovat nebo omezovat.*“ (Patočka, 2008, str.133)

Úroveň kultury se odráží ve vzdělanosti a prosperitě obyvatelstva. Je tedy důležitá pro rozvoj lidských zdrojů, čímž přispívá do ekonomické vyspělosti a nehmotného bohatství dané lokality.

Pojmeme-li kulturu jako vnější prvek, který ovlivňuje ekonomiku, jedná se o tzv. ekonomickou externalitu. Mezi tyto prvky lze zahrnout kulturní prostředí sídel, kulturu

obchodu a služeb či normativní kulturu. Vyhodnocení těchto kulturních externalit však obnáší několik úskalí, kterými jsou například obtížné vymezení kulturně podmíněných podílů na výnosech či neexistující metody pro ekonomickou kalkulaci negativních externalit.

Kultura může do ekonomiky vstupovat také v podobě konkrétního produktu (zboží). Konzumace těchto produktů, ale i návštěvnost nemovitých kulturních památek, se váže zejména na cestovní ruch.

Ekonomiku a kulturu taktéž propojuje jakýsi ochránářský přístup ze strany státu nebo obce. Ze společenských zdrojů jsou kulturní prvky kultivovány v rámci ochrany kulturního dědictví a rozvoje společnosti. (Patočka, 2008, str.133-139)

3.5.1 Předpoklady rozvoje kulturní a kreativní ekonomiky

V úvodu této podkapitoly je nutné podotknout, že ne každá ekonomika může svůj rozvoj zakládat na kreativním průmyslu. Záleží na mnoha předpokladech, které tvoří platformu pro ekonomický růst právě v této oblasti.

Na růstu ekonomiky se tedy může kreativní sektor podílet, ale s jakým podílem záleží na vyspělosti spotřebitelů, vzdělanosti pracovní síly, přizpůsobivosti prostředí, technologické úrovni a otevřenosti novým trendům. (Kloudová, 2010, str.45)

Každá lokalita má své specifické vlastnosti, které mohou představovat potenciály pro její kulturní nebo ekonomický rozvoj. Pokud budou potenciály využity, záleží na aktivitě obyvatelstva, lokalitě a velikosti kapitálu. (Holeček, 2009, str.21)

Mezi oblasti předpokladů pro rozvoj kulturní a kreativní ekonomiky podle autorky J. Kloudové patří spotřebitelé, pracovní síla a prostředí. V následujících odstavcích této kapitoly jsou rozvedeny zmíněné předpoklady podle J. Kloudové.

Ideální charakteristikou jsou vzdělaní a poměrně bohatí spotřebitelé, protože se v tomto průmyslu nejedná o produkty základní potřeby. Jedná se většinou o formu zábavy, potěšení a odreagování od všedních starostí, což si z finančního hlediska nemůže dovolit každý. Nestačí však bohatí spotřebitelé, ale také lidé esteticky a kulturně založení.

I oblast pracovní síly v kulturním a kreativním průmyslu má svá specifika. Požadavky na pracovníky v tomto odvětví jsou zaměřené na kreativitu, vnášení inovací a originalitu, jelikož narozdíl od klasické výroby se většinou nejedná o sériovou výrobu

téhož výrobku, ale každý výrobek je unikátní. Vhodný zaměstnanec by měl být kreativní, přicházet s novými nápady a umět pracovat s nejnovějšími technologiemi.

Další významnou roli v kreativní ekonomice hraje prostředí, u kterého záleží na stupni rozvoje institucionálního a kulturního zabezpečení. Prostedí by mělo být otevřeno novým nápadům, většímu počtu názorů, různým náboženstvím a rozdílným kulturám. Institucionální zabezpečení zajišťuje především nabídku grantů, pořádání kulturních akcí a tvoření nových projektů v rámci tohoto odvětví. Podporovány by měly být kulturně vzdělávací instituce jako lidové školy umění, které svým způsobem vychovávají další spotřebitele kulturního a kreativního průmyslu. (Kloudová, 2010, str.45-47)

3.5.2 Význam kreativní ekonomiky v národních strategiích

Stále více se do popředí národních strategií dostávají snahy o rozvoj kulturního a kreativního průmyslu. V očích politiků je tato oblast potenciálně schopná zlepšovat budoucí konkurenceschopnost země. (Kloudová, 2010, str.55)

Podle Žákové (2015, str.11) však kultura musí o pozornost politiků bojovat více než jiné společensky a zároveň ekonomicky přínosné oblasti (vzdělávání, životní prostředí apod.).

„Jedním z problémů při obhajování základních hodnot a role kultury je skutečnost, že neexistují žádná jednotná kritéria ani společenský konsenzus pro vnímání umění a kultury.“ (Žáková, 2015, str.11)

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole o vývoji kulturních a kreativních průmyslů, prvotním hybatelem v otázce rozvoje, sledování a podpoře kulturních a kreativních oblastí byla Velká Británie, která vytvořila úřad DCMS (Department for Culture, Media a Sport). Následníky Velké Británie byly např. Nový Zéland, Austrálie či Singapur. Snaží se především o inovace, které napomohou růstu ekonomiky. (Kloudová, 2010, str.55)

Ovšem stále největší roli na světovém trhu z pohledu kreativního průmyslu má Velká Británie. Jednou z předních výhod této země je angličtina jako národní jazyk, který zajišťuje dobré postavení na globálním trhu. Roku 2008 přišli Britové s novou strategií nazvanou Kreativní Británie – Nové talenty pro novou ekonomiku, která byla v kompetenci DCMS. Strategie obsahuje myšlenky, jak zpřístupnit kreativní vzdělání všem dětem, využívat talentu v zaměstnání, podporovat inovaci a výzkum, zabezpečit finance

pro růst kreativního průmyslu, pečovat o duševní vlastnictví, propagovat kulturní centrum ve Velké Británii, podporovat vznik kulturních klastrů a také neustále aktualizovat stávající strategii. (Kloudová, 2010, str.56)

3.6 Kulturní a kreativní průmysly (KKP) v České republice

3.6.1 Vymezení KKP v České republice

Problematikou KKP v České republice se začal zabývat Institut umění v roce 2007 a došel k závěru, že by pro Českou republiku bylo vhodné převzít vymezení KKP ze studie Evropské komise The Economy of Culture (2006). V roce 2010 byly tyto studie zapsány do Zelené knihy – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví.

Dle Zelené knihy jsou odvětví charakterizována a vymezena následovně:

„Kulturní odvětví jsou ta odvětví, jež produkují a šíří produkty nebo služby, které se v okamžiku svého vzniku vyznačují určitou povahou, zamýšleným využitím nebo účelem, a které jsou výrazem nebo prostředkem kulturních projevů, a to nezávisle na obchodní hodnotě, již mohou tyto produkty nebo služby mít. Kromě tradičních uměleckých odvětví (scénické umění, vizuální umění, kulturní dědictví – včetně veřejného sektoru) sem řadíme film, DVD a video, televizi a rozhlas, videohry, nová média, hudbu, knihy a tisk. Tento koncept je definován v souvislosti s kulturními projevy v rámci Úmluvy UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů z roku 2005. “

„Tvůrčí (kreativní) odvětví jsou odvětví, která mají kulturní rozměr a používají kulturu jako vstupní hodnotu, přičemž jejich výstupní hodnota je především funkční. Patří sem architektura a design, které integrují tvůrčí prvky do širšího procesu, a také pododvětví jako grafický design, módní návrhářství a reklama.“ (ZELENÁ KNIHA – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví - mkcr.cz. Ministerstvo kultury České republiky [online]. [cit. 2019-11-09] Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/zelená-kniha-uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi-785.html>)

Je zřejmé, že kulturní a kreativní průmysl okrajově ovlivňuje a přispívá k rozvoji i jiných odvětví, např. turismu.

3.6.2 Účet kultury

V České republice zpracovává kulturní a kreativní průmysly Český statistický úřad a Národní informační a poradenské středisko pro kulturu v tzv. účtu kultury.

„Cílem vytvoření „úctu kultury“ je zmapování všech finančních toků přicházejících do kultury z nejrůznějších zdrojů a stejně tak finančních toků z kultury vycházejících. Účet by měl také ukázat úroveň a efektivnost hospodaření v jednotlivých oblastech, rozsah použitých pracovních a investičních zdrojů, výši mezd a v neposlední řadě vyjádřit pomoci finančních ukazatelů váhu kultury v ekonomice.“ (Satelitní účet kultury. *Statistika kultury České republiky* [online]. [cit. 2019-11-10] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>)

Z usnesení o Státní kulturní politice České republiky z roku 2009-2014 byla vytvořena statistika pro oblast kultury. Aby bylo možné data z kulturních statistik v rámci Evropské unie porovnávat, Česká republika vymezuje oblasti kultury v souladu s Evropským statistickým systémem pro kulturu. Víceméně se jedná o totožné vymezení jako je v Zelené knize, což je podrobněji rozepsáno v předchozí kapitole. (Žáková, 2013, str.72)

Poprvé byl účet kultury v České republice zveřejněn roku 2011 s daty pro rok 2009. Metodika a výsledná data jsou postupem času zpřesňována. Podle Evy Žákové je největším úskalím sjednocení dvou odlišných oblastí. Jedná se o oblast, která nepatří mezi tržní a je závislá na veřejné podpoře a oblast tržní, která má své vlastní financování a příjem. Produkce je proto u netržních oblastí (knihovny, památky, archivy) stanovena součtem nákladů, na rozdíl od tržních, kde je produkce souhrnem příjmů bez DPH. (Žáková, 2013, str.72)

3.6.3 Zdroje financování kultury v České republice

Výdaje na financování kultury vychází ze tří složek. První z nich jsou veřejné výdaje, pod které patří výdaje ústřední, regionální a místní. Dalším typem jsou výdaje soukromé, do kterých jsou zahrnuty výdaje domácností, podniků a nevládních neziskových institucí. Třetím typem výdajů na kulturu jsou výdaje ze zahraničí (ostatní svět), které zahrnují zdroje EU a mezinárodních organizací. (NIPOS. *NIPOS* [online]. 2019 [cit. 2019-11-10] Dostupné z: <https://www.nipos.cz/>)

Z webových stránek Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS) lze zjistit konkrétní objem prostředků z jednotlivých sektorů na financování kultury. Nejnovější dostupná data v tabulce jsou z roku 2017.

SEKTOR či SUBSEKTOR	OBJEM PROSTŘEDKŮ V MIL. KČ
Ústřední vládní instituce	10 121
Místní vládní Instituce	25 668
Veřejný sektor celkem	35 789
Domácnosti	49 755
Nefinanční a fin. podniky	159 312
Nevládní neziskové instituce	5 668
Soukromý sektor celkem	214 735
Evropské strukturální fondy	114
Jiné mezinárodní instituce	1 596
Ostatní svět celkem	1 710
ZDROJE CELKEM	252 234

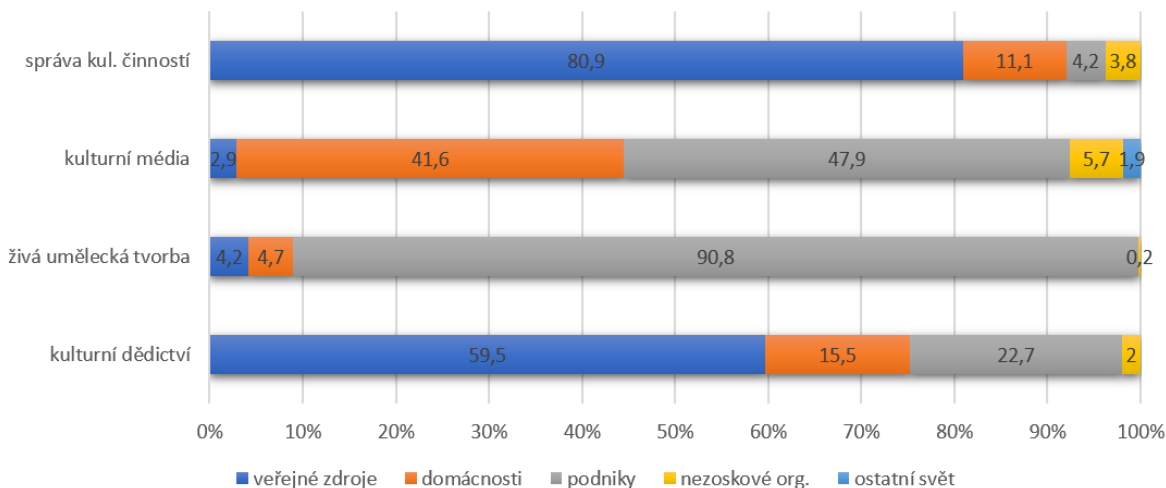
Tabulka 1 *Objem prostředků z jednotlivých sektorů na financování kultury*

zpracování vlastní, zdroj: Výsledky zpracování satelitního účtu kultury za rok 2017. *Statistika kultury České republiky* [online]. 2017. [zpracování -2019-11-12] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2019/06/SUK-2017.pdf>

Z údajů v *tabulce 1* vyplývá, že největší podíl (63,2 %) na financování kultury v České republice měly v roce 2017 nefinanční a finanční podniky. Druhým významným sektorem pro financování jsou domácnosti (19,7 %) a třetím jsou místní vládní instituce (10,2 %). Je tedy zřejmé, že nejvíce finančních prostředků na kulturu pochází ze soukromého sektoru.

NIPOS poskytuje také konkrétní data z roku 2017 o poměru rozdělení financí do kulturních odvětví dle jednotlivých výše zmíněných sektorů.

Poměrné zastoupení finančních zdrojů v jednotlivých kulturních sférách



Graf 1 Poměr rozdělení financí do kulturních odvětví dle sektorů

zpracování vlastní, zdroj: Výsledky zpracování satelitního účtu kultury za rok 2017. *Statistika kultury České republiky* [online]. 2017. [zpracování -2019-11-12] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2019/06/SUK-2017.pdf>

Z grafu 1 je patrné, že na správě a podpoře kulturních činností a kulturním dědictví mají největší podíl na financování veřejné zdroje, u živé umělecké tvorby převládá financování podniky. Kulturní média mají dva dominantní zdroje, a to domácnosti a také podniky.

3.6.4 Stručná charakteristika jednotlivých odvětví KKP

Úvodem lze konstatovat, že kultura je jednou z nejobsáhlejších oblastí ve společnosti. Je proto obtížné jasně vymezit hranice mezi jednotlivými prvky a často se vývojem a rozvojem její vymezení mění.

„V zásadě lze široký a složitý sektor kultury vymezit, resp. členit ze tří pohledů:

- s využitím obsahového přístupu dle druhu činnosti
- dle sledovaného účelu a postupu času v rámci druhů činnosti
- dle úrovně participace na (v) kultuře.“

(Satelitní účet kultury. *Statistika kultury České republiky* [online]. [cit. 2019-06-06] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>)

Zdrojem následujících vymezených odvětví jsou webové stránky Statistiky kultury České republiky, konkrétně pod odkazem *Systém účtu kultury – metodika 2017*. V tomto dokumentu jsou jednotlivá odvětví členěna podle projektu EU Essnet Culture v návaznosti na CZ NACE.

Kulturní dědictví

Kulturní dědictví je rozděleno na hmotné a nehmotné, přičemž hmotné je dále děleno na movité a nemovité. Nehmotné kulturní dědictví se odráží například v řemeslné výrobě nebo ve scénickém umění. Protože se jedná o nehmotné projevy, musí být statisticky sledováno i napříč jinými oblastmi, ze kterých se vyvíjí.

Nemovité hmotné kulturní dědictví zahrnuje všechna památná místa – hrady, zámky, kostely, mlýny, muzea, galerie apod., která jsou zpřístupněna za vstupné. Mezi movité hmotné kulturní prvky patří všechny sbírky z galerií, muzeí, předměty umístěné v hradech, zámcích apod.

Dále do kulturního dědictví patří například archeologická naleziště, archivy, knihovny, ale i maloobchody se suvenýry, starožitnostmi a uměleckými předměty.

Interpretační (scénické) umění

Do této skupiny se řadí všechny druhy kulturních akcí, od divadelních, tanečních, muzikálních, operních až po lokální festivaly a tradice. Interpretační umění reprezentují nejen profesionální umělci, ale také amatéři, proto se sem zařazuje rovněž veškerá amatérská tvorba.

Patří sem všechny hudební nahrávky a živé koncerty. Veškerá místa, která umožňují tyto kulturní akce pořádat, patří také do tohoto vymezení.

Vizuální (výtvarné) umění

Vizuální umění reprezentují předměty, ale i lidé, kteří vytváří díla s vizuální podobou. Zahrnuje malby, kresby, sochy, fotografie, designové prvky, ale i díla spisovatelů a nezávislých novinářů. Stejně jako u interpretačního umění i do vizuálního odvětví patří všechna místa, která zajišťují výstavy těchto předmětů, propagaci apod.

Periodický a neperiodický tisk

Do této kategorie jsou zahrnuta nakladatelství a vydavatelství, noviny a časopisy, aktivity zpravodajských, překladatelských a tlumočnických agentur, knižní veletrhy a maloobchodní prodej knih a tiskovin.

Audiovizuální a interaktivní média

Do složky audiovizuální se řadí televizní a rozhlasové vysílání, filmy, videa, zvukové nahrávky a maloobchody, které tato média prodávají. Zahrnuje se i jejich tvorba, půjčování a projekce. Interaktivní média pak představují skupinu videoher včetně jejich tvorby. Jedná se o jednu z nejmodernějších forem kultury vyskytující se především na internetu.

Architektura

Architektura zahrnuje veškerá navrhování, plánování (územní plánování), tvorbu architektonických projektů a další poradenské a jiné služby spadající pod oblast architektury.

Reklama

Tato oblast soustřeďuje veškerou práci reklamních agentur.

Umělecké vzdělávání

Již z názvu je zřejmé, že do této skupiny patří umělecká, tj. výtvarná, taneční a dramatická vzdělávání.

Správa a podpora kulturní činnosti kultury

V této skupině má hlavní roli ministerstvo kultury, protože se jedná o orgán, který kulturní činnosti spravuje. Nižšími spravujícími orgány mohou být spolky a jiné organizace podporující kulturu.

Závěrem této kapitoly je uvedeno rozdělení jednotlivých oblastí do kulturního nebo kreativního sektoru.

„Kulturu členíme na kulturní a kreativní sektor takto:

1. Kulturní sektor

a) tradiční umění či kulturní sektor (kulturní dědictví, interpretační umění, výtvarné umění – bez designu – a umělecké vzdělávání)

b) kulturní průmysly (tisk, audiovizuální a interaktivní média).

2. Kreativní sektor (design, architektura a reklama)“

(Satelitní účet kultury. *Statistika kultury České republiky* [online]. [cit. 2019-06-06] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>)

3.6.5 Výkon KKP v krajích a ve městech České republiky

Nejen na úrovni celého státu, ale i na regionálních a městských úrovních, se projevují snahy o zjišťování lokálního výkonu KKP. První kulturně zmapovanou lokální oblastí v České republice byla Ostrava, vzhledem ke kandidatuře na hlavní město kultury v Evropě roku 2010. Statistická data byla zajištěna pomocí Registru ekonomických subjektů (RES) a Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE).

Metodika byla dále rozvíjena roku 2011-2012 v rámci projektu CreaClust – *„Hlavním cílem projektu je vytvořit společnou přeshraniční zlínsko-trenčianskou síť (iniciativu) dlouhodobé a koordinované spolupráce subjektů z oblastí kreativního průmyslu“* (Národní klastrová asociace [online]. [cit. 2019-06-15] Dostupné z: <http://nca.cz/cs/creaclust-preshranicni-klastrova-iniciativa-pro-rozvoj-kreativniho-prumyslu-projekt-fame-utb-clen-nca>). Zmínovanou metodou bylo vymezení KKP širší, než je uvedeno v účtu kultury, protože tam bylo zahrnuto více ekonomických činností v oblasti informačních technologií a softwaru. Projekt CreaClust byl zaměřen pouze na sektor podnikání, tudíž byly z analýzy vyňaty tradiční sektory, které jsou financovány z veřejných rozpočtů (muzea, archivy, historické památky). Byť byl projekt CreaClust určen pro Zlínský a Trenčianský kraj, analýza byla provedena v rámci krajů celé České republiky. Výsledky byly zveřejněny v jedné z kapitol publikace Ministerstva kultury České republiky z roku 2012 - Problémová analýza kulturních a kreativních průmyslů v kontextu politiky soudržnosti EU 2014+.

3.6.6 KKP ve Středočeském kraji

Tato bakalářská práce se ve své praktické části zabývá lokalitami Velvary, Slaný a Kralupy nad Vltavou, které leží ve Středočeském kraji. Následující kapitola je věnována obecnému nahlédnutí do kulturní prostředí právě tohoto kraje.

„Středočeský kraj se vyznačuje nejen kulturním dědictvím výjimečné kvality, ale také bohatým kulturním životem, který vychází z mimořádné kulturní tradice regionu a opírá se o kvalitní kulturní infrastrukturu.“ (Kultura. *Středočeský kraj* [online]. 2019 [cit. 2019-07-04] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kultura>)

Jak uvádí na svých internetových stránkách, Středočeský kraj se snaží vytvářet příznivé podmínky pro kulturní rozvoj jeho obyvatel především finanční podporou. Kulturní aktivity na tomto území jsou sledovány prostřednictvím odboru kultury a památkové péče Krajského úřadu Středočeského kraje, který vytváří kulturní mapu kraje a poskytuje dotace z Fondu kultury a obnovy památek.

Kraj jako takový je zřizovatelem celkem devatenácti institucí umístěných na jeho území, a to Středočeské knihovny v Kladně, Ústavu archeologické památkové péče středních Čech a dalších 17 muzeí a galerií. Tyto muzea a galerie, ale i několik desítek jiných institucí nezřizovaných krajem, vystavují díla rodáků ze Středočeského kraje, mezi které patří např. Josef Lada, Václav Rabas, Jiří Anderle a František Drtikol.

Divadla

Středočeský kraj je zázemím pro tři profesionální divadla: Městské divadlo Mladá Boleslav, Divadlo A. Dvořáka Příbram a Divadlo Kladno s.r.o. V kraji působí více než sedmdesát divadelních spolků a koná se zde mnoho přehlídek, soutěží a festivalů. Mezi nejzajímavější kulturní akce Středočeského kraje patří mezinárodní festival neverbálního divadla Mimoriál konaný v Kolíně a národní přehlídka amatérského činoherního a hudebního divadla FEMAD Poděbrady.

Hudba

V tomto kraji se narodil jeden z nejvýznamnějších českých hudebních skladatelů Antonín Dvořák, rodák z Nelahozevsí. V současnosti působí na tomto území přes dvacet pěveckých souborů s dospělými členy a také přes dvacet dětských pěveckých souborů.

Kulturní život v kraji rovněž obohacuje třicet orchestrů, několik folklórních souborů, dechovek a moderních hudebních skupin.

Pro prezentaci vážné hudby jsou zde organizovány festivaly jako například Hudební festival Talichův Beroun, Hudební festival Antonína Dvořáka v Příbrami a festival Podblanický hudební podzim. Mezi festivaly vyznávající jinou než vážnou hudbu patří kupříkladu Slánské jazzové dny či Kácovský Sázavafest.

Literatura

Ke slavným rodákům zdejšího kraje patří Vítězslav Hálek, Václav Beneš Třebízský a Viktor Dyk. Část svého života zde prožili Jaroslav Vrchlický, Bohumil Hrabal, Jaroslav Seifert, Ota Pavel a řada dalších.

V tomto kraji se nachází 849 knihoven, z toho je jedna krajská, 68 městských a 780 obecních. Jsou to knihovny veřejné, školní, muzejní, galerijní, archivní a odborné.

Film

Od poloviny devadesátých let se počet kin ve Středočeském kraji ustálil a výrazně se nemění. Klasických kin zde se zde nachází bezmála padesát, jedno multikino se čtyřmi sály, pětadvacet letních kin a dvě kina s nepravidelným promítáním. Na území kraje se koná jeden z nejznámějších filmových festivalů nazvaný Benátky filmových amatérů.

3.6.6.1 Náplň činnosti oddělení kultury Krajského úřadu Středočeského kraje

Krajský úřad zřizuje oddělení kultury (Odbor kultury a památkové péče), které vytváří podmínky pro místní kulturní rozvoj a uspokojuje kulturní potřeby jeho obyvatel.

„Odbor kultury a památkové péče se zabývá výkonem samostatné i přenesené působnosti na úseku kultury a památkové péče, a to v souladu se svěřenými kompetencemi a platnou legislativou. Hlavním smyslem činnosti odboru je přispívat k všestranné péči o rozvoj kulturního života obyvatel Středočeského kraje a k objevování, uchování, prezentaci a popularizaci kulturního dědictví Středočeského kraje.“ (Náplň činnosti oddělení kultury. *Středočeský kraj* [online]. 2019 [cit. 2019-07-08] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kultura/napl-n-cinnosti-oddeleni-kultury>)

Jednou z náplní tohoto oddělení je sledování veškerých profesionálních i neprofesionálních kulturních aktivit občanů. Dále pak oddělení kultury předkládá návrhy a

realizuje poskytování dotací v rámci dotačních programů kraje na oblast kultury. Jako vlastník muzejních předmětů a nemovitostí plní práva a povinnosti s tím spojené. Vydává a plní úkoly jako zřizovatel organizací z kulturní sféry ve Středočeském kraji. Týká se to zejména kontroly hospodaření s finančními prostředky poskytnutými na činnost těchto organizací, ochrany autorských práv a spolupráce s odborem majetku a investic, odborem ekonomickým a odborem regionálního rozvoje. V neposlední řadě zajišťuje podmínky pro aktivity Výboru pro kulturu a památkovou péči Rady kraje. (Náplň činnosti oddělení kultury. *Středočeský kraj* [online]. 2019 [čerpáno 2019-07-08] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kultura/napln-cinnosti-oddeleni-kultury>)

3.6.6.2 Fond kultury a obnovy památek ve Středočeském kraji

Středočeský kraj každý rok vydává dotační programy a jedním z nich je právě Středočeský fond kultury a obnovy památek, který zpracovává Odbor kultury a památkové péče. Tento fond se skládá ze čtyř tematických oblastí:

- Tematické zadání "Obecní knihovny"
- Tematické zadání "Knihovní fond obecních knihoven"
- Tematické zadání "Obnova kulturních památek"
- Tematické zadání "Podpora kultury"

Během jednoho roku je možné podat pouze jednu žádost o dotaci v rámci tohoto fondu, tudíž nelze podat žádost do dvou a více tematických oblastí.

„Dne 25. 11. 2019 Zastupitelstvo Středočeského kraje schválilo svým usnesením č. 015-21/2019/ZK – Program 2020 pro poskytování dotací z rozpočtu Středočeského kraje ze Středočeského Fondu kultury a obnovy památek.“ (Středočeský Fond kultury a obnovy památek. *Středočeský kraj* [online]. 2020 [cit. 2020-02-09] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/20786/112>)

3.7 Strategická analýza SWOT

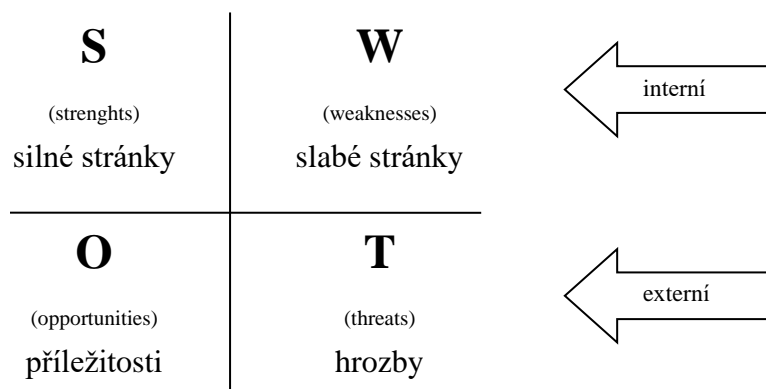
SWOT je systematická analýza zaměřená na charakteristiku hlavních faktorů působících a ovlivňujících postavení například podniku. Analýza vychází z předchozích zjištěných závěrů tak, že popisuje silné a slabé stránky podniku a srovnává tyto skutečnosti s vlivy, které působí na podnik z okolí.

„Přístup SWOT analýzy rozlišuje dvě charakteristiky vnitřní situace podniku, slabé a silné stránky a dvě charakteristiky vnějšího okolí, příležitosti a rizika.“ (Sedláčková, 2006, str.91)

Důležité je rozlišit vnější a vnitřní faktory a následně vyjádřit jejich vlivy a vazby mezi nimi. Neméně podstatné je při analýze správně rozlišit silné od slabých stránek a příležitosti od rizik, přičemž se tentýž jev může z jednoho úhlu pohledu zdát příležitostí a za jiných okolností hrozbou. Cílem analýzy SWOT je samozřejmě silné stránky podniku rozvíjet, slabé se snažit utlumit či úplně odstranit, očekávat hrozby a využívat příležitosti.

Při realizaci SWOT analýzy lze postupovat následovně:

1. identifikace a předpověď hlavních změn v okolí sledovaného podniku
2. podle vnitřních zdrojů podniku identifikovat silné a slabé stránky
3. posoudit vzájemné vztahy mezi slabými a silnými stránkami a především vliv změn vnějšího okolí na ně, k čemuž slouží diagramové zobrazení SWOT analýzy, (viz obr. 3) (Sedláčková, 2006, str.92)



Obrázek 3 Schéma SWOT analýzy

Zdroj: *Ekonomická encyklopédia EuroEkonom.sk* [online]. 2004 [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>

Ze vzájemných vztahů těchto ukazatelů, které jsou rozděleny do jednotlivých kvadrantů, lze vyvodit čtyři základní strategie.

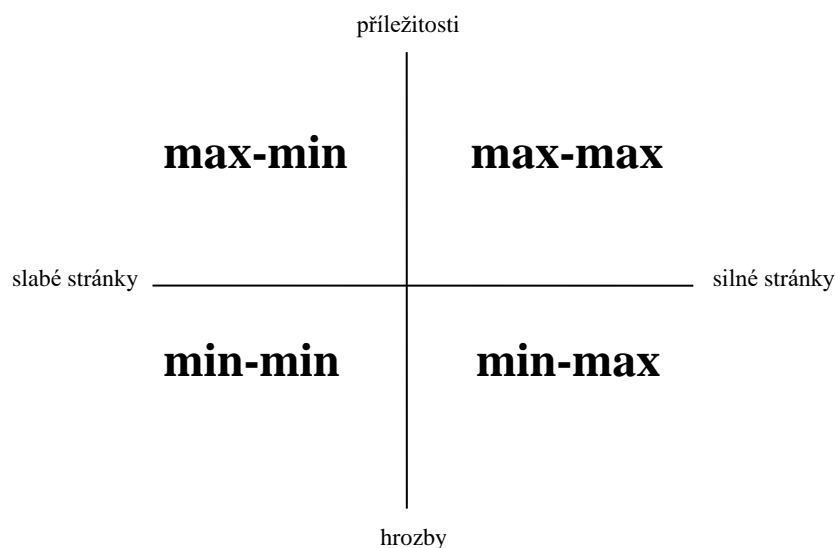
První z nich je tzv. **strategie max-max**. Jedná se o vztah mezi silnými stránkami a příležitostmi v okolí. Z pohledu podniků je to nejvíce žádaná situace, kdy podnik může uplatnit své silné stránky v souladu s příležitostmi, které se mu zvnějšku naskytnou.

Strategie min-max předpokládá minimalizaci hrozeb a maximalizaci silných stránek. Situace nastane tehdy, kdy jsou silné stránky ohroženy vnější nepřízní. V této situaci je vhodné rozpoznat a identifikovat hrozby, případně je přeměnit na příležitosti.

V momentě, kdy musí podnik využívat svá slabá místa, existuje **strategie max-min** neboli maximalizace příležitostí a zároveň překonání slabých stránek.

Čtvrtou strategií je **strategie min-min**, která je pro podniky nejméně příznivá. Lze ji charakterizovat výskytem mnoha hrozeb v okolí a vysokým počtem slabých stránek podniku. Tato strategie je spíše obranná a v jejím rámci podniky přistupují na kompromisy či úplně odstupují z určitých pozic. (Sedláčková, 2006, str.92-94)

Obrázek č. 4 vystihuje kombinace tvořící jednotlivé výše uvedené strategie.



Obrázek 4 Schéma strategií na základě SWOT analýzy

Zdroj: Sedláčková, 2006, str.92

Analýzu SWOT lze shrnout následovně. Podstatné při analýze je především konkrétně definovat a roztrdit vlivné faktory do jednotlivých sekcí a na základě toho zvolit vhodnou strategii. Odlišení příležitostí a hrozeb je vyvoditelné až po upřesnění

silných a slabých stránek podniku. Zda má podnik silné a slabé stránky, je subjektivní názor autora analýzy, proto je dobré ptát se také na názor konkurentů, zákazníků či dodavatelů a následně zhodnotit charakteristiku podniku. Analýza je orientačním prostředkem pro upřesnění strategické pozice podniku, ale lze ji využít také pro zmapování situace u konkurence. „*Důležitý je dynamický aspekt při použití SWOT analýzy, orientovaný na budoucí očekávané či potenciální faktory, vazby a souvislosti.*“ (Sedláčková, 2006, str.93)

3.8 Možnosti oživení venkovského prostoru

Tato bakalářská práce se ve své praktické části zabývá třemi městy, a to podle počtu obyvatel největšími Kralupami nad Vltavou, dále pak městem Slaný a nejmenším městem Velvary. Jedná se tedy o venkovské lokace, jejichž možným oživením se věnuje tato kapitola.

Může se jednat jak o oživení venkovské krajiny, tak o oživení sociokulturní. Vzhledem k zaměření práce se kapitola bude nadále soustředit spíše na sociokulturní oživení.

„*Nezbytným krokem je identifikace rozvojových předpokladů a faktorů, které na ně působí, a jejich vhodným využitím stimulovat rozvoj širšího zázemí.*“ (Binek, 2007, str.89) Důležité je podporovat přirozená centra dění, rozvíjet místní potenciál, odstraňovat případné bariéry bránící rozvoji a využívat vnější zdroje.

Jak uvádí Binek (2007, str.89) ve své publikaci, existují tyto nástroje použitelné při realizaci regionálního rozvoje:

- pobídkové (finanční podpora, dotace),
- institucionální (poradenství, informace),
- programové (koncepční přístup k řešení problémů a k rozvoji).

Dále se nástroje mohou dělit na vnitřní a vnější, přičemž se tyto dvě kategorie rozlišují na základě postavení venkovských aktérů. Znamená to, že vnitřní nástroje pro oživení venkovského prostoru vycházejí z vnitřního potenciálu obce, které mohou ovlivnit její obyvatelé. Na druhou stranu vnější nástroje pochází od navázaných spoluprací či z politické sféry. (Binek, 2007, str.89-91)

Jako klíčové nástroje, které pocházejí z nitra obce, lze zmínit například plánovací dokumenty, spolupráce, pozemkové úpravy a podpora podnikání.

Pro realizaci vnitřních nástrojů jsou nápomocné vnější nástroje k rozvoji obce. Spadají sem především finanční výpomoci, ale také podpora řízení jednotlivých projektů pro lepší využití možností obce a koncepční přístup krajské samosprávy. (Bínek, 2007, str.92)

3.9 Charakteristika lokalit Kralupy nad Vltavou, Slaný a Velvary

3.9.1 Kralupy nad Vltavou

Město Kralupy nad Vltavou leží ve Středočeském kraji a jeho rozloha činí zhruba 22 km². Město je domovem necelých 18 200 obyvatel a je také rodištěm matky slavného spisovatele a nositele Nobelovy ceny za literaturu Jaroslava Seiferta. Básník ve městě často pobýval u svých prarodičů a je pochován na zdejším hřbitově.

První písemná zmínka o Kralupech pochází z roku 1253. Tímto rokem je datována darovací listina krále Václava I. Dominantou města je pseudogotický kostel Nanebevzetí Panny Marie a svatého Václava, který stojí přímo v centru města vedle nově postaveného městského úřadu. V Kralupech se nachází významný železniční uzel, který leží například na hlavní trati Praha-Děčín.

V srpnu roku 2002 zasáhla město povodeň s katastrofálními následky. Na náměstí se dostala voda do výšky až dvou metrů a zaplaven byl celý střed města.

3.9.1.1 Kulturní zázemí města

Kralupy disponují širokou škálou možností kulturního vyžití nejen pro své obyvatele, ale také pro návštěvníky z přilehlého okolí.

„Kralupy nabízí kulturní vyžití prostřednictvím kulturního domu, 3D kina Vltava, městského muzea i městské knihovny. Dále podporují místní organizace, ze kterých si každý vybere dle svého gusta. Každoročně se pořádají celoměstské slavnosti Dny Kralup. V jejich nabitém programu si každý najde svůj soudek zábavy.“ (O městě – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019 [cit. 2019-07-15] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/o-meste/>)

Na počest zmiňovaného Jaroslava Seiferta se v Kralupech koná Festival poezie a přednesu Seifertovy Kralupy. Akce zahrnuje písemnou celorepublikovou literární soutěž, pietní akt u hrobu spisovatele a bývá zakončena slavnostním večerním programem.

Kulturní a společenské středisko (KaSS) Vltava

Zřejmě největším kulturním centrem města Kralupy je kulturní dům Vltava s kinosálem a divadelním sálem, který slouží pro různá scénická představení, besedy, koncerty, ale také jako společenský sál využívaný pro konání plesů a tanečních kurzů nejen pro mládež.

„Kulturní a společenské středisko se věnuje i našim nejmenším. Každý měsíc pořádá různé akce (karnevaly, výtvarné dílny), tematické akce, a to např. halloweenská výprava, tematické karnevaly, dětské dny, loučení s prázdninami, slavnosti svatojánských broučků, velikonoční slavnosti, čarodějný bál, nejrůznější pohádky a spousty dalších.“

(Kulturní dům Vltava – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019 [cit. 2019-07-15] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/kultura-a-volny-cas/kulturni-dum-vltava/>)

Pod záštitou kulturního střediska funguje také Kralupský zpravodaj, který vznikl roku 1976 původně pouze pro účely kulturního domu, ale roku 1987 byl zaevidován na Ministerstvu kultury České republiky jako Zpravodaj města Kralupy nad Vltavou. Zpravodaj je vydáván pravidelně každý měsíc, zachycuje veškeré dění ve městě a umožňuje publikaci reklam či inzerátů místních obyvatel a podnikatelů. Kulturní dům má také na starosti výlep plakátů po městě a okolních obcích.

Městské muzeum

Kralupské Městské muzeum nabízí pro své návštěvníky stále expozice: pamětní síň Jaroslava Seiferta, archeologická expozice, síň Georga Karse a lapidárium. V průběhu roku se zde konají tematické výstavy, besedy s různými umělci a koncerty klasické hudby. Odehrává se zde i část programu festivalu poezie a přednesu Seifertovy Kralupy. V rámci celoměstských oslav, které nesou název Dny Kralup, se v muzeu tradičně koná Muzejní noc.

Suterén budovy je vybaven pravěkou dílnou, která spadá do projektu „Pojďte s námi do pravěku“ a umožňuje tak žákům základních a středních škol vyzkoušet si všelijaké pravěké činnosti. Dále na to navazuje expozice věnovaná historii města.

Městská knihovna

Nedaleko náměstí se nachází knihovna, která byla prohlášena za veřejnou v roce 1897. „*Městská knihovna nabízí návštěvníkům a obyvatelům města a okolí: beletrii, naučnou literaturu, cizojazyčnou literaturu, regionální literaturu, školní četbu, encyklopedie, slovníky, mapy, časopisy, denní tisk, materiály o Evropské unii, Sbírký zákonů ČR, zvukové knihy pro slabozraké a nevidomé, regionální zpravodajství, zpravodajství na DVD, internet pro veřejnost a on-line katalog knihovny.*“ (Městská knihovna – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019 [cit. 2019-07-17] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/kultura-a-volny-cas/mestska-knihovna/>)

Kromě zapůjčení různých publikací také zprostředkovává donášku knih domů pro imobilní občany. Roku 2013 začala knihovna půjčovat také elektronické knihy a o rok později deskové hry pro děti. Knihovna nabízí prostory studovny a čítárny s bezdrátovým připojením k internetu. Pravidelně každý rok pořádá Noc s Andersenem, akci pro podporu dětského čtenářství.

Média

Kralupské televizní vysílání Kralupy TV dokumentuje dění ve městě i v jeho okolí. Všechny reportáže, včetně archivních, lze dohledat na internetových stránkách kralupské televize, které vznikly během roku 2018. Kralupští radní navrhli vytvoření těchto webových stránek pro zvýšení atraktivity u diváků, protože v posledních letech zaznamenali pokles sledovanosti kralupského televizního vysílání.

3.9.1.2 Strategický plán města

Aktuální strategický plán města Kralupy nad Vltavou byl vytvořen roku 2018. Předcházející rok vedení města zjišťovalo názory místních obyvatel pomocí dotazníku. Chtěli tímto způsobem získat zpětnou vazbu a následně zohlednit v budoucím rozvoji města postoje a potřeby obyvatel. „*Z řad občanů průzkum vyplnilo 1 439 osob. Představitelů města, kteří vyplnili dotazník, bylo celkem 98. Nejnižší poměr vyplněných dotazníků je u podnikatelů, kde z 60 oslovených vyplnilo dotazník pouhých 16.*“ (Výsledky dotazníkového šetření – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2018 [cit. 2019-08-14] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/rozvoj-mesta/strategicky-plan-mesta-kralupy-nad-vltavou/>)

Pro každou z těchto skupin (občané, představitelé města, podnikatelé) byl dotazník odlišný. Dotazníky vyplnilo 1553 lidí z celkového počtu 18194 obyvatel města. Dotazník byl k dispozici v elektronické i tištěné podobě.

Představitelé města se snažili získat přehled o úrovni spokojenosti občanů s jednotlivými tématy. Na stupnici od 1 (nejlepší) do 5 (nejhorší) respondenti hodnotili daná témata. Dvě témata se týkala také kulturního odvětví. Úroveň nabídky kulturních akcí respondenti označili v průměru číslem dvě, což vyjadřuje spíše spokojenost. Stejně byla hodnocena úroveň kvality kulturních akcí, také v průměru číslem dvě.

Na otázku *Jak získáváte informace o dění ve městě?* 52 % respondentů odpovědělo, že přes webové stránky města a sociální sítě. 36,5 % respondentů se informuje v Kralupském zpravodaji. Vypovídá to o tom, že internet je v dnešní době mnohem dostupnější a rychlejší příjem informací. Pouhé 3,5 % sleduje a získává informace z Kralupského televizního zpravodajství.

16 % respondentů tráví svůj volný čas navštěvováním kulturních akcí, více preferují pobyt v přírodě a domácí odpočinek.

Představitelé města nabídku a kvalitu kulturních akcí hodnotí v průměru číslem 1,5, tedy téměř výborně. Podle respondentů z řad představitelů jsou nejmenší nedostatky v nabídce kulturních akcí oproti možnostem aktivního odpočinku a vzdělávacích akcí, u kterých vidí nedostatky mnohem větší. Ve výčtu organizací a orgánů byla jako nejlépe fungující označena základní umělecká škola a městská knihovna.

Z výsledků dotazníku v Kralupech nad Vltavou vyplývá, že kulturní a kreativní průmysly jsou zde rozvinuty na dostačující a uspokojující úrovni z pohledu obyvatelstva.

3.9.1.3 Kulturně a kreativně zaměřené cíle ve strategickém plánu města

„Strategický plán (také rozvojový plán) rozvoje města Kralupy nad Vltavou představuje základní orientaci rozvoje města v dlouhodobějším období v letech 2018–2033. Strategický plán byl vytvořen na základě podkladů z vypracované analýzy města, podnětů z výsledků dotazníkového šetření a hlavně ze záměrů vedení města, příspěvkových organizací, zástupců předních podnikatelských subjektů ve městě a zástupců z řad veřejnosti.“ (Strategický plán Města Kralupy nad Vltavou – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2018 [cit. 2019-08-14])

Strategický plán města Kralupy nad Vltavou je nyní zhotoven pro patnáctileté období, a to na léta 2018-2033. Jeden ze strategických cílů se zabývá vzděláváním, volnočasovými aktivitami a cestovním ruchem. V rámci tohoto cíle je několik podkapitol, přičemž jednou z nich je kapitola věnovaná kultuře, sportu a volnočasovým aktivitám. Tato kapitola obsahuje následující cíle:

- **Interaktivní turistická mapa města**

Turistická mapa by měla obsahovat vyznačené turistické cíle v Kralupech nad Vltavou s krátkým popisem. Dle strategického plánu by mapa měla být zrealizována ve třech podobách. První by měla být v tištěné podobě dostupná v infocentrech, druhá na webových stránkách města a třetí ve formě interaktivních tabulí na turisticky navštěvovaných místech. Realizace by měla proběhnout během roku 2025 a předpokládané náklady činí 1 milion Kč.

- **Zatraktivnění městského muzea**

Tento projekt pro léta 2020-2025 zahrnuje rozšíření otevírací doby včetně víkendů, zlepšení propagace muzejních akcí a vybudování nové a stálé interaktivní expozice, která by se věnovala historii města.

- **Oživení kulturního života v místní části Zeměchy – kostel narození Jana Křtitele**

Tento cíl spočívá hlavně v podpoře činnosti a propagace akcí, které organizuje spolek Hudba staví chrámy, z.s.

- **Legální zóna**

Jedná se o plánovanou legální zónu pro všechny, kteří vytvářejí graffiti pomocí sprejů. Město se touto cestou bude snažit omezit vandalství.

- **Modernizace vánoční výzdoby v centru města a na mostě T. G. Masaryka**

Výzdoba by měla mít jednolité vzhled v centru města a ve strategických ulicích, korespondovat s moderní výzdobou nového úřadu a být postupně revidována a doplňována. Předpokládané náklady na tento projekt činí 2 milióny Kč a realizace by se měla uskutečnit do roku 2022.

Z ostatních kapitol strategického plánu města lze zmínit tyto cíle (zasahující do kulturního či kreativního průmyslu):

- **Vydání propagačních materiálů o městě**

Jedná se především o vyhotovení map, brožur a pohlednic pro zvýšení turistické atraktivity města. K dispozici by tyto materiály měly být v infocentrech nejen v Kralupech, ale také v jeho okolí.

- **Propagace turisticky atraktivních míst**

Tento bod se dle popisu týká zejména vyhlídky Hostibejk. Bude zde vyhotovena pamětní deska a okolí doplněno herními a informačními prvky.

Okrajově se plán vztahuje i na okolí koupaliště, kde se plánuje obohacení místa o tematické herní prvky a fotografický rám.

- **Vybudování městského kulturního centra (ZUŠ, muzeum, knihovna)**

Na místě budovy bývalého pivovaru by se mezi léty 2020-2023 za pomoci úvěru mělo stavět kulturní centrum. „*Ve věci budoucího využití objektu bývalé pivovarské sladovny byla vytipována jako nejvhodnější náplň umístění provozu městského muzea, městské knihovny a základní umělecké školy.*“ (Strategický plán Města Kralupy nad Vltavou – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2018 [cit. 2019-07-17])

3.9.2 Slaný

Slaný je historické královské město. Nachází se severozápadně od Prahy v okrese Kladno. Pokrývá území o rozloze zhruba 35 km², ve které žije téměř 16 tisíc obyvatel. Kronika Václava Hájka z Libočan zmiňuje založení města knížetem Nezamyslem roku 750 na údajně slaném prameni, což dokládají geologické nálezy slaného podzemního jezera. Údajně voda v jezeře obsahovala 3 % soli. Pro porovnání mořská voda v průměru obsahuje 3,5 % soli, tudíž 35 gramů na litr vody. Postupem času ztrácela voda svou slanost a nyní vyvěrá již neslaný pramen v Nezamyslově ulici.

Přírodní dominantou města je Slánská hora (330 m.n.m.), avšak návštěvníky i filmaře přitahují také místní kulturní a architektonické památky s bohatou historií.

3.9.2.1 Kulturní zázemí města

Veškeré informace o městě poskytuje Infocentrum Pod Velvarskou branou nedaleko Masarykova náměstí. Vstupenky do divadla a kina lze zakoupit přes internetové stránky Kulturního zařízení města Slaného. Nachází se zde Knihovna Václava Štecha i Vlastivědné muzeum.

Městské a letní kino ve Slaném

Slánské městské kino se nachází v budově Vlastivědného muzea na Masarykově náměstí. Promítání v něm začalo roku 1997. Ke kinu přiléhá malý upravený park. Celý areál i s kinem město pronajímá pro společenské akce. Toto bezbariérové kino nabízí kapacitu 76 míst.

„Díky digitalizaci a nejmodernější 3D technice tak naše kino nabízí svým divákům vysoce kvalitní poslech i podívanou v útulném a příjemném prostředí.“ (Městské a letní kino ve Slaném. *Kulturní zařízení města Slaného – program a vstupenky online* [online]. 2011 [cit. 2019-07-18] Dostupné z: <https://www.kultura.slansko.cz/page/9771/article/5207/mestske-a-letni-kino-ve-slanem>)

Letní kino bylo uvedeno do provozu roku 1959 v areálu lesoparku Na Hájích. Pro diváky je zařízení 1700 míst k sezení, ale s místy na stání se kapacita letního kina zvýší na 3000. Promítají se zde nejen filmy, ale na jevišti před plátnem se uskutečňují i koncerty, divadelní představení a jiné akce. Také letní kino si lze pronajmout.

Městské divadlo

Roku 1882 byl položen základní kámen stavby Městského divadla ve Slaném. Stavba byla dokončena o rok a půl později. Nyní jsou zde uskutečňovány divadelní představení, koncerty, talkshow, besedy a například taneční přehlídky. Slánské divadlo má výbornou akustiku, a proto je velmi vyhledávané zpěváky populární i vážné hudby.

V suterénu divadla se nachází Divadelní klub, který je otevřený hodinu před představením či o jeho přestávkách. Kapacita klubu je však pouze 20 osob.

Městské centrum Grand

Budova nynějšího centra Grand vznikla zřejmě v 16. století jako zájezdní hostinec a později se z něj stal hotel. „*Po roce 1989 se po několikaleté snaze podařilo ve veřejné dražbě získat objekt hotelu Grand do majetku města a rekonstrukce jej proměnila do podoby, kterou vám prezentujeme nyní.*“ (Historie Městského centra Grand. *Kulturní zařízení města Slaného – program a vstupenky online* [online]. 2011. [cit. 2019-07-18] Dostupné z: <https://www.kultura.slansko.cz/page/9781/article/5226/historie-mestskeho-centra-grand>)

Otevření Městského centra Grand začalo 1. plesem Královského města Slaného roku 2004. Stejně jako kino je centrum zařízení bezbariérově.

Konají se zde plesy, především maturitní, karnevaly, taneční kurzy nejen pro mládež a jiné společenské akce.

Média

Videomateriály týkající se dění ve Slaném jsou vysílány prostřednictvím slánského televizního vysílání s názvem Slaný TV. Reportáže jsou zpravodajského, zájmového i vzdělávacího zaměření. Na internetových stránkách Slaný TV lze dohledat novější i archivní videa.

Slánské listy fungují jako zpravodajský server slánského regionu. V tištěné podobě vychází každý měsíc a mimo článků týkajících se aktuálního dění ve Slaném a jeho okolí nabízí i možnost inzerce pro regionální podnikatele.

3.9.2.2 Strategický plán města

Aktuální strategický plán města začal vznikat v září roku 2011 a jeho aktualizace proběhla dva roky poté. Je rozdělen na 3 části, a to analytickou, návrhovou a implementační.

3.9.2.3 Kulturně a kreativně zaměřené cíle ve strategickém plánu města

Návrhová část strategického plánu města obsahuje celkem tři priority, přičemž jedna z nich se týká kvality života. Právě tato priorita zahrnuje několik opatření, mezi které patří i *Kultura a památková péče*. Následující cíle se nachází v náplni tohoto opatření.

- **Rozvoj infrastruktury pro kulturu**

Obsahem tohoto cíle jsou rekonstrukce budov kulturních zařízení a pořizování nového nezbytného vybavení. Cíl podporuje především přizpůsobení se nárokům moderní infrastruktury.

- **Revitalizace památkového dědictví a podpora jeho využití pro současné potřeby života ve městě**

V plánu je revitalizovat či rekonstruovat movité i nemovité památky pro volnočasové a kulturní aktivity. Prioritou je však důsledná ochrana archeologického památkového dědictví.

- **Rozvoj kulturního a společenského života ve městě**

„K dosažení zlepšení situace v dané oblasti je navržena spolupráce zájemců z řad kulturních a společenských organizací a města. V rámci vzájemné spolupráce mohou být vyměňovány informace o kulturních a společenských spolcích a o podmínkách pronájmu prostor pro jejich aktivity.“

(Strategický plán rozvoje Města Slaný. *Královské město Slaný* [online]. [cit. 2019-07-19] Dostupné z: https://www.meuslany.cz/assets/File.ashx?id_org=14936&id_dokumenty=4630)

Náplní je tedy tvorba databáze a platformy informací o pronájmech kulturních prostor apod.

3.9.3 Velvary

Město Velvary leží v okrese Kladno zhruba 30 km od Prahy. Žije zde něco málo přes 3000 obyvatel. Honosí se titulem královské město zásluhou Vladislav II. Jagelonského, který město povýšil v roce 1482. Pro město to znamenalo svolení k vaření piva, pořádání trhů a možnost opevnit Velvary hradbami, což také obyvatelé učinili a umožnili tak vstup do města čtyřmi branami. Dochovala se pouze jedna, a to Pražská brána. Roku 1882 byla vybudována železniční trať, která dodnes spojuje Velvary s městem Kralupy nad Vltavou.

Dominantou náměstí Krále Vladislava je Mariánský sloup, který byl postaven po skončení morové epidemie na počátku 18. stol. Na náměstí se mimo jiné nachází gotický kostel sv. Kateřiny ze čtrnáctého století a barokní radnice ze století osmnáctého.

3.9.3.1 Kulturní zázemí města

Městská knihovna

Městská knihovna nyní funguje v barokní budově bývalé vyhořelé renesanční panské hospody, kde údajně vznikla slavná píseň *Ó Velvary*.

Knihovna umožňuje půjčování nejen knih, časopisů, e-knih, ale i deskových her. Nabízí i možnost připojení k internetu, kopírování, laminování a skenování. Pro imobilní občany zajišťuje donášku knih domů.

Městské muzeum

„V Městském muzeu si můžete prohlédnout stálou expozici představující historii města Velvary a jeho okolí. Expozice je instalovaná v šesti místnostech.“ (Stálá expozice muzea. *Město Velvary – Oficiální stránka Města Velvary* [online]. 2019 [cit. 2019-08-09] Dostupné z: <https://www.velvary.cz/zivot-ve-meste/mestske-muzeum/stala-expozice/stala-expozice-muzea-1561cs.html>)

Expozice nabízí obrazy Jiřího Karse, další jsou věnovány archeologickým nálezům a ukázkám historických předmětů od nábytku po oděvy. V jedné z místností jsou vystaveny staré školní lavice z nedaleké obce Kmetiněves a jsou zajímavou ukázkou historie školství v okolí Velvar.

Mimo stálých expozic jsou zde krátkodobě vystavována díla především regionálních umělců.

Zpravodaj z Velvarska

Velvarský zpravodaj začal své pravidelné měsíční publikování v lednu roku 2006. Od té doby do něj přispívají svými články nejen redaktoři, ale také občané města a starosta.

Ve Zpravodaji se lze dočíst o projednaných tématech ze zasedání zastupitelstva a dále pak v rubrice *Starosti a radosti místního starosty* píše starosta Radim Wolák o aktuálním dění ve Velvarech a o jeho záměrech v blízké době. Do Zpravodaje přispívají základní škola, mateřská škola i základní umělecká škola, které shrnují dění ve školách za uplynulý měsíc a zvou na různá představení, koncerty a akce. Každé vydání obsahuje článek, který se věnuje úryvkům z kroniky města, vzpomínek pamětníků či popisu historických událostí ve Velvarech. Nechybí prostor pro inzeráty místních podnikatelů, přání k životním jubileím a soutěžní křížovka.

Jiná kulturní zařízení

Ve Velvarech se nenachází žádné divadlo, funkční kino ani sál pro konání společenských akcí.

V červnu roku 2019 započala stavba tzv. velvarského Účka, která v areálu Malovarského rybníka (lidově Malvaňáku) nyní nabízí zastřešené pódium a posezení.

3.9.3.2 Strategický plán města

Strategický plán města, aktuálně dostupný na webových stránkách města Velvary, pochází z roku 2007. V lednu roku 2020 probíhalo dotazníkové šetření mezi obyvateli Velvar, od jehož výsledků se následně bude odvíjet nově připravovaný strategický plán.

Stávající strategický plán města obsahuje část analytickou a strategickou. Analytická část zahrnuje profil obce, demografické údaje, průzkum názorů obyvatel, SWOT analýzu a stanovení problémových okruhů. Strategická část se pojí hlavně se stanovením priorit, opatření a cílů a jejich podrobných popisů. Některé cíle z tohoto plánu již splněny byly, protože se jedná o dokument starší deseti let. V následující kapitole jsou blíže popsány doposud nesplněné kulturně a kreativně zaměřené cíle města.

3.9.3.3 Kulturně a kreativně zaměřené cíle ve strategickém plánu města

Kulturní a kreativní cíle jsou ve strategickém plánu zahrnuty v oblasti sociálně-kulturní, kde se tři ze čtyř priorit zabývají sociální oblastí a pouze v jedné prioritě s názvem *Děti a mládež* se nachází cíl, jehož podstatou je vybudování kulturně-sportovního centra.

V analytické části na základě dotazníkového šetření, prováděného právě v roce 2007 a úsudku zastupitelstva, jsou uvedeny problémové okruhy, mezi které patří mimo jiné problém chybějícího kulturního zařízení a multifunkčního společenského sálu a problém s technickým stavem památek města.

- **Multifunkční společenský sál**

Problém absence společenského sálu nadále trvá. Rok 2017 byl pro město Velvary v tomto ohledu velmi přínosný, jelikož společnost M. T. Comax sídlící ve Velvarech v roce 2015 koupila objekt bývalého hotelu Zálůžna na náměstí, opravila střechu a věnovala ho městu. V bývalém hotelu se nachází sál, který je však poměrně zchátralý. Město od května roku 2018 zřídilo veřejnou sbírku a žádalo také o dotace na kompletní rekonstrukci sálu. Do března roku 2020 by mělo vybrat zhotovitele rozsáhlé rekonstrukce a během následujících měsíců roku 2020 by měly být započaty samotné práce na obnově sálu.

- **Technický stav památek**

Technický stav památek se od roku 2007 zlepšil díky četným rekonstrukcím, které proběhly či probíhají na kostele sv. Jiří, kapličky Nejsvětější Trojice na Radoviči, kapličky v Ješíně, Pražské bráně, Panské hospodě (nyní knihovna), budově děkanství (nyní dům s pečovatelskou službou) a soše sv. Jana Nepomuckého.

4 Vlastní práce

Praktická část bakalářské práce je zpracována na základě poznatků z uskutečněných rozhovorů se zástupci a obyvateli jednotlivých měst. Konkrétně se jedná o předsedu kulturní komise v Kralupech nad Vltavou, který tuto funkci zastává od února roku 2019. Dále poskytl rozhovor starosta města Slaného, který nastoupil do své funkce v dubnu roku 2016 po odvolání dosavadního starosty. Starosta odpovídal na základě předešlé konzultace s pracovníky městského úřadu, kteří se kultuře ve městě věnují. Poslední rozhovor na úrovni zástupců jednotlivých měst byl uskutečněn s místostarostou města Velvary, jehož funkční období trvá od roku 2010.

Osloveni byli i dva až tři obyvatelé z každého města za účelem získání více názorů, vytvoření komplexnější analýzy a následně zvolení vhodných doporučení pro zlepšení tamní situace. Nejedná se o sběr statistických dat, proto rozsah dotazovaných není široký. Rozhovory s obyvateli byly inspirací pro tvorbu návrhů na zlepšení kulturního prostředí a také sloužily k porovnání s odpověďmi od zástupců měst. Polostrukturované rozhovory v plném znění s odpověďmi respondentů jsou součástí příloh této práce.

Nejdříve byla provedena analýza SWOT pro každé město a následně zhotoven seznam doporučení a návrhů pro zlepšení situace v kulturních a kreativních oblastech.

Shrnující poznatky z analýzy, vyskytující se nejčastěji, jsou uvedené v kapitole *Výsledky a diskuse*. Kapitola obsahuje negativní i pozitivní prvky společné pro tato města.

4.1 Kralupy nad Vltavou

4.1.1 Shrnutí získaných informací z rozhovoru s předsedou kulturní komise

Z rozhovoru s předsedou kulturní komise v Kralupech nad Vltavou vyplývá, že město investuje nemalé částky na podporu kulturního a kreativního odvětví. Největší částku z tohoto odvětví dostává Kulturní a společenské středisko (KaSS), kde se nachází kino, divadlo a společenský sál. KaSS na rok 2019 obdržel 7 milionů korun a téměř 1,4 milionu na městské akce, které pořádá. *„Kdyby se to shrnulo, tak je to spousta peněz, co město do kultury dává, ale je to důležité, protože kromě sportu, který je zde dobře*

podporovaný, je potřeba podpořit také tuto zájmovou činnost.“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

Předseda kulturní komise zdůvodňuje nízkou návštěvnost divadelních představení blízkostí Prahy a jejího bohatého kulturního vyžití. *„Největším konkurentem je Praha, jelikož tam od nás můžete autem dojet za půl hodiny a máte zde více možností kulturního vyžití.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

Jednoznačně nejoblíbenější akcí roku jsou podle slov pana předsedy Dny Kralup, které trvají pět dní. Během těchto dnů probíhají koncerty, divadýlka pro malé děti, různá představení, show, hry a soutěže. *„Akce jako taková se vyvíjela podstatně a návštěvnost rok od roku roste.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

O webových stránkách města si dotazovaný myslí, že jsou zastaralé, ale následně v rozhovoru dodal, že se jejich vzhled bude v blízké době měnit. *„Řekl bych, že je to takový impuls nového zastupitelstva, které se podstatně omladilo. IT pracovníci již začali pracovat na různých vylepšeních.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

Jeden z mála nedostatků v Kralupech nad Vltavou je problém s nedostatečnou propagací konkrétních akcí. *„To je jeden z problémů, který v současné době řešíme. Důležitá je kooperace mezi tvůrci zpravodaje a jednotlivými organizátory.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou) Jako řešení tohoto nedostatku se panu předsedovi kulturní komise jeví nejvhodnější zřízení mediální kanceláře. *„Takový náš nápad, kterým bychom se měli odebírat do budoucna, je mediální kancelář, která by tu měla vzniknout. Jeden člověk, který by propagoval a propojil všechny kulturní zařízení, aby se prezentovalo, co všechno se děje.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

Média, která město využívá (TV vysílání a Kralupský zpravodaj), hodnotí dotazovaný kladně, ačkoli TV vysílání by dle jeho slov mohlo sledovat více lidí. Reportáže a videa, která kralupská televize natočí, se již neodvysílají pouze prostřednictvím TV vysílání, ale jsou také vkládána na webové stránky a YouTube.

Mezi obyvateli je údajně i konstantní zájem o tištěnou podobu Kralupského zpravodaje, i když sám předseda kulturní komise přiznal, že se bál omezení tisku, které by mohlo nastat v důsledku publikování stejných článků na webové stránky Zpravodaje. *„Výtisk je 3000 kusů měsíčně, což na takové město, jako jsou Kralupy, je docela velké číslo.*“ (předseda kulturní komise v Kralupech nad Vltavou)

4.1.2 Analýza SWOT

Následná SWOT analýza shrnuje získané poznatky především z rozhovorů a dostupných informací o městě Kralupy nad Vltavou.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • snadná dostupnost (železniční uzel) • společenský sál (kapacita cca 700 osob) • tradice Kralupského zpravodaje (stále velký zájem) • spolupráce vedení města s organizátory akcí a provozovateli kulturních zařízení • vysoká úroveň a návštěvnost kina 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatečná kapacita v ZUŠ • absence koncertního sálu nejen pro vystupování dětí ze ZUŠ • nedostatečná propagace města (hlavně městského muzea) • nedostatečné množství zázemí (kavárny, restaurace) na vyhovující úrovni v blízkosti kulturního domu • nízká sledovanost Kralupy TV • zastaralý design webových stránek
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • oblíbenost městských akcí – možnost pořádat více • zvelebení centra (prostory po zbourání starých budov a pivovaru) • prostory pro vybudování nového kulturního centra z budovy bývalého pivovaru 	<ul style="list-style-type: none"> • konkurence – Praha • úpadek zájmu o kulturní vzdělávání (nízká návštěvnost muzea) • nenaplnění kapacity divadla při představeních – malý zájem • nepřízeň počasí při venkovních akcích • kriminalita, vandalismus

Tabulka 2 Analýza SWOT pro Kralupy nad Vltavou

Zdroj: vlastní zpracování

4.1.3 Doporučení a návrhy

Designový prvek

Pro zlepšení kulturního a kreativního zázemí v Kralupech nad Vltavou by bylo vhodné vytvoření jedinečných originálních designových projektů na veřejných prostranstvích (náměstí, parky apod.), které by přilákaly turisty z okolí. Jednalo by se o zhotovení unikátnosti, která by nahradila absenci památek ve městě. Mohlo by se jednat o příležitost místních umělců realizovat se a vytvořit tak zkrášlující prvky (například ve formě soch) do různých koutů města.

Zed' pro graffiti

Zajímavá je i zatím nezrealizovaná myšlenka ze strategického plánu města, a to výstavby zdi pro tvůrce graffiti (malby sprejem). Také v tomto městě se řeší vandalismus. Zed' by mohla přispět k omezení činnosti tvůrců graffiti na veřejných či soukromých objektech.

Prostory bývalého pivovaru

V budově bývalého pivovaru, kde by se v budoucnu měla nacházet knihovna a základní umělecká škola, by měl podle názoru autorky práce vzniknout také koncertní sál, protože žáci nyní nemají kde vystupovat. Pokud by prostory budovy byly dostačující, mohlo by zde vzniknout centrum pro pořádání workshopů (kurzů) např. architektonických, malířských, tanečních, fotografických apod.

Městské muzeum

Pro zlepšení propagace muzea by bylo vhodné zařídit facebookové stránky či jiné účty na sociálních sítích a oslovovat výstavami tematicky zaměřenými, besedami s umělci, kurzy dobových řemesel apod. Dále by bylo vhodné vytvořit programy pro žáky a studenty, aby zde byla podpořena kulturní vzdělanost. Mohly by se zde pořádat i výtvarné soutěže (vystavení obrazů nebo například keramických soch po určitou dobu – hlasování návštěvníků). Vítěz by byl odměněn hodnotnými cenami a zveřejnil by se článek s výsledky soutěže v Kralupském zpravodaji společně s oznámením termínu další podobné akce v muzeu.

Oblíbenosti v současné době nabývají muzea iluzí v Praze. Na tomto principu by muzeum v Kralupech mohlo například oživit jednu z výstavních místností. Jedná se o malby, které působí plasticky, či seskupené předměty, které pod určitým úhlem pohledu zobrazují ucelené výjevy. Návštěvníci by mohli v těchto prostorech fotografovat, jelikož v dnešní době, plné sociálních sítí, je největší reklamou a propagací právě sdílení fotografií s označením lokality. Muzeu by tento prvek mohl pomoci s dosud nedostatečnou propagací.

Divadlo a kavárny

Na základě nízké návštěvnosti divadelních představení by bylo vhodné uskutečnit průzkum mezi obyvateli a následně vyhodnotit oblíbené žánry místních obyvatel a zaměřit se na ně. V souvislosti s divadelními představeními, koncerty a jinými kulturními vystoupeními se řeší také zázemí pro diváky ve chvíli, kdy představení skončí. V blízkosti kulturního domu se nenacházejí žádné kavárny, které by nabídly příjemné posezení po skončení kulturní akce. Kavárna by mohla být spojena s uměleckou galerií a mohla by hostit nejrůznější hudebníky (klavíristy, houslisty apod.), kteří by navodili kulturní atmosféru.

Koncerty

Co se týká hudební sféry, město Kralupy příliš neuskutečňuje koncerty známých hudebních skupin či interpretů pod širým nebem v období letních měsíců. Je to možná tím, že pro to nejsou vhodné prostory. Autorka práce se domnívá, že by nebylo na škodu prostor zajistit a zvát zajímavé hudební hosty. Ocenila by to především mladá populace, která hledá zábavu právě během letních prázdnin.

4.2 Slaný

4.2.1 Shrnutí získaných informací z rozhovoru se starostou města

Starosta města Slaného hodnotí nabídku kulturního a kreativního odvětví pozitivně. Akce, které město pořádá, shrnuje slovy: „*Nezřídka se stává, že je plno nebo vyprodáno.*“ Avšak vzdělávací programy muzea či přednášky již tak oblíbené dle starostova mínění nejsou. Navštěvuje je údajně stejná skupina lidí a nových tváří se na nich objevuje málo.

Na otázku: Jaké kulturní vyžití shledává nejnavštěvovanější a nejžádanější reaguje takto: „*Velkou návštěvnost mají akce pořádané na Masarykově náměstí – Městské slavnosti, Rožnění uherského býka, Slánský Tuplák a podobně. Pravidelně úspěšné jsou divadelní představení a koncerty v letním kině, které tedy nevyužíváme jen na promítání filmů.*“ (starosta města Slaného)

Podobně jako je tomu v Kralupech nad Vltavou, i pro Slaný je velkým konkurentem Praha. „*Samozřejmě čím větší město, tím větší prostředky vynakládáné na kulturu a tím větší atraktivita programu.*“ (starosta města Slaného) Od ostatních měst však pan starosta konkurenci nevnímá. Naopak se vždy snaží domluvit termíny akcí tak, aby se s událostmi v okolních městech nepřekrývaly.

Televizní vysílání Slaný TV starosta rád sleduje, ale čekal by větší zájem obyvatel. „*Sledovanost jednotlivých příspěvků se pohybuje kolem pár stovek zhlédnutí. Ve městě s 15.000 obyvateli bych čekal více.*“ (starosta města Slaného)

Město vydává měsíčník Slánská radnice, který je vhazován obyvatelům zdarma do schránek. Nelze tedy zjistit vývoj čtenosti tohoto měsíčníku ze strany obyvatel. Omezení tisku Slánské radnice vlivem internetu prozatím město Slaný neřeší. „*Starší generace si s internetem stále moc nerozumí a dává přednost tisku. Těžko říct, zda se to v blízké budoucnosti změní.*“ (starosta města Slaného)

Jako poměrně velký problém vnímá slánský starosta nepřístupnost památek veřejnosti, i když jich město Slaný má několik (kostel sv. Gotharda, klášter Nejsvětější Trojice s přílehlou klášterní zahradou a ukrytou stavbou loretánské kaple, Boží hrob, Okresní dům, Synagoga). „*Jsou bohužel pro veřejnost nepřístupné, případně na vyžádání nebo v rámci naučných vycházek pořádané infocentrem.*“ (starosta města Slaného)

Město a jeho akce jsou podle odpovědi pana starosty dostatečně propagované. Slánské památky mají dokonce vlastní webové stránky, ale největší zásluhu na propagaci má městské infocentrum. *„Ve Slaném máme jedno z nejlepších informačních center v republice, které město propaguje vydáváním tištěných materiálů, pořádáním cestovatelských soutěží, prezentací na veletrzích cestovního ruchu, spoluprací s dalšími městy v regionu, naučnými procházkami po městě a řadou dalších aktivit.“* (starosta města Slaného)

Od roku 2017 město Slaný rekonstruuje budovu Okresního domu, kde by mělo vzniknout komunitní centrum pod vedením knihovny (knižní fond a prostory pro zájmové kroužky a trávení volného času). *„V současnosti bylo dokončeno výběrové řízení k vypracování projektové dokumentace se záměrem vzešlým z vypracované analýzy komplexního mapování potřeb ve Slaném na přelomu roku 2018/2019.“* (starosta města Slaného)

4.2.2 Analýza SWOT

Následná SWOT analýza shrnuje získané poznatky především z rozhovorů a dostupných informací o městě Slaný.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• oblíbenost městských akcí• podpora studentských (maturitních) plesů (příspěvek 10 000 Kč)• letní kino – prostory využity i pro koncerty• dostatek kulturního zázemí pro rodiny s dětmi• nové moderní webové stránky• společenský sál (kapacita cca 600 osob)• spolupráce především s městem Kladno (vzájemná propagace měst)	<ul style="list-style-type: none">• památky veřejnosti volně nepřístupné• nízká sledovanost Slaný TV• nízká návštěvnost výstav, vernisáží, přednášek a dalších kulturně vzdělávacích programů
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">• Hvězdárna Jaroslava Trnky• Slánská hora – turismus• rekonstrukce a přestavba bývalého Obecního domu na kulturní a komunitní centrum• obnovení parku v areálu Benaru	<ul style="list-style-type: none">• konkurence – Praha• úplný úpadek zájmu o Vlastivědné muzeum, přednášky, vernisáže a další kulturně vzdělávací programy• kriminalita, vandalismus• nepřízeň počasí při venkovních akcích

Tabulka 3 Analýza SWOT pro Slaný

Zdroj: vlastní zpracování

4.2.3 Doporučení a návrhy

Památky

Největším problémem, který trápí město Slaný, jsou podle názoru autorky práce volně nepřístupné památky pro veřejnost. Město je zajímavé svým historickým jádrem, ale památky lze navštívit až po domluvě v infocentru, nebo jen ku zvláštním příležitostem, kdy jsou na určitou dobu zpřístupněny. Bylo by tedy vhodné zvážit situaci a zpřístupnit alespoň část prozatím nedostupných památek ve Slaném.

Vlastivědné muzeum

Vlastivědné muzeum vykazuje permanentně nízkou návštěvnost. Pro její zvýšení by bylo dobré expozice obnovit či pozměnit tak, aby zaujaly širší okruh návštěvníků, například doplnit expozice interaktivními prvky, upravit prohlídky (různě zaměřené pro děti, pro studenty apod.), vymýšlet jednodenní nebo víkendové akce a podobně.

Letní kino

Výhodou pro město Slaný jsou prostory funkčního a využívaného letního kina. V období teplých měsíců se zde pořádají i koncerty známých hudebních kapel nebo interpretů. Podle autorky práce by mělo město zvát více známých interpretů, jelikož zájem je opravdu veliký, lístky bývají vyprodané a na koncerty se sjíždějí lidé i ze vzdálenějších míst.

Hvězdárna Jaroslava Trnky

Hvězdárna ve Slaném má velký potenciál, protože se v blízkosti Slaného hvězdárny nevyskytují, tudíž by mohla přilákat turisty jakéhokoli věku. Prohlídky s výkladem již ve hvězdárně probíhají, ale propagace tohoto zařízení není aktivní.

4.3 Velvary

4.3.1 Shrnutí získaných informací z rozhovoru s místostarostou města

Zájem o kulturní a kreativní vyžití ve Velvarech je podle pana místostarosty poměrně vysoký, jak sám s radostí podotýká: „*Když se na náměstí něco děje, tak je vždy plné.*“ Tudiž i toto malé město rozhodně kulturu nezanedbává a snaží se pro své obyvatele poskytnout co nejvíce činností z tohoto odvětví. Konkurenci pan místostarosta nevnímá, neboť ví, že Velvary nemohou své obyvatele v tomto směru dostatečně uspokojit. „*Chybějící kulturní vyžití jako je např. kino, divadlo, koncerty apod. vyhledávají samozřejmě v okolních městech Kralupy, Slaný, Kladno, Roudnice, Mělník nebo také v Praze.*“ (místostarosta města Velvary)

Mezi nejoblíbenější akce patří každoročně pořádané Vajíčkobraní, které je spojené s cestou speciálně přistavěným historickým vlakem z Velvar do Prahy. „*Akce se mi osobně velice líbí a slýchám jen pozitivní ohlasy. Návštěvnost na těchto akcích podle mě stále stoupá.*“ (místostarosta města Velvary)

Město čerpá veškeré možné dotace na rekonstrukce památek, ale také výstavby kulturních center, jako je například nedávno vybudované Účko u Malovarského rybníka, které by mělo sloužit na divadelní a jiná představení.

Nyní se projednává rekonstrukce bývalého hotelu Zálěžna za šedesát miliónů korun, kde by měl v blízké době vzniknout společenský sál. „*Základní umělecká škola nemá kde vystupovat, základní škola taktéž a podniky potřebují prostory pro větší firemní akce, i když se domnívám, že nemáme šanci provoz sálu finančně zvládnout.*“ (místostarosta města Velvary)

Měsíčně vychází i Velvarský zpravodaj. I když jsou články vkládány na webové stránky Zpravodaje, tištěná podoba oblibu údajně neztrácí. „*Zpravodaj má stále odběratele, sice spousta lidí používá internet, ale starší generace o něj zájem stále má.*“ (místostarosta města Velvary)

Turisty zatím Velvary podle odpovědi pana místostarosty nepřitahují, avšak dodává: „*Celkově tu návštěvnost zvedají muzea hraček a městské muzeum, které perfektně funguje. Stojí za zmínku i obrazárna pana Vosolsobě, který vystavuje v bývalé panské hospodě (nyní městská knihovna).*“

4.3.2 Analýza SWOT

Následná SWOT analýza shrnuje získané poznatky především z rozhovorů a dostupných informací o městě Velvary.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• oblíbenost městských akcí• dvě muzea hraček• mnoho památek (jejich postupná rekonstrukce)• navštěvované městské muzeum	<ul style="list-style-type: none">• absence komunitního centra (společenského sálu)• nedostatečná propagace města
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">• nově vybudované Účko (příležitost pro nové kulturní projekty)• staré nefunkční kino – možnost alespoň částečné obnovy provozu• turistický potenciál (muzea hraček, památky)	<ul style="list-style-type: none">• nedostatečná využitelnost společenského sálu, který bude zrekonstruován• nedostatek financí• nepřízeň počasí při venkovních akcích

Tabulka 4 Analýza SWOT pro Velvary

Zdroj: vlastní zpracování

4.3.3 Doporučení a návrhy

Společenský sál

Autorka práce rozhodně souhlasí s rekonstrukcí společenského sálu v bývalém hotelu Záložna. Sál se nachází na strategicky výhodném místě, a to na náměstí. Obyvatelé nyní nemají možnost se scházet pod jednou střechou v hojném počtu. Sál by určitě pozvedl kulturní a kreativní zázemí ve Velvarech, protože by se zde mohly pořádat plesy, karnevaly, divadla, taneční vystoupení a hudební koncerty základní umělecké školy a vystoupení dětí ze základní školy. Sál by také mohl sloužit jako prostor k pronájmu na firemní večírky. Otázkou zůstává, zda budou obyvatelé jevit zájem o tyto akce a zda bude mít město dostatek financí na nákladný provoz.

Budova kina

Potenciál má i budova kina, která je ve zchátralém stavu. Pokud by město mělo finanční možnost budovu alespoň zčásti opravit, mohly by se zde promítat filmy alespoň jednou týdně. Kromě promítání filmů a dokumentů by se zde mohly také pořádat besedy s projekcí fotografií. Záleží však na tom, zda by obyvatelé o tyto místní kulturní služby měli zájem. V nedalekých Kralupech se nachází kino na vysoké úrovni a z Velvar je snadno dostupné vlakovým spojem, tudíž je konkurence velká.

Městská knihovna

Velmi populární je městská knihovna u všech generací. Ve vstupní hale je místo pro umístění vlastních přečtených knih, které sem nosí obyvatelé a zároveň jsou tyto knihy volně dostupné pro ostatní. Tento systém zde skvěle funguje, proto si autorka myslí, že by bylo pro velvarské obyvatele přínosné vybudovat veřejnou knihovnu například ve formě altánu v klidné části Velvar, kam by občané nosili své přečtené knihy a půjčili si jiné. Měli by i možnost si zde knihy prolistovat či přečíst na lavičkách v zastřešeném altánu.

Výstavy

Městské muzeum, které místostarosta Velvar vyzdvihuje, pořádá rovněž výstavy, neboť jsou k tomu určeny prostory v přízemí budovy. Pro oživení a přilákání například i mladší generace by město mohlo pořádat i interaktivní výstavy, které by pro studenty a dospívající byly atraktivnější.

Propagace

Propagace je nyní řešena ve formě brožur o Velvarech, které jsou dodávány do infocenter okolních měst.

Pro zlepšení propagace města by bylo vhodné zřídit instagramový profil. Instagram je velmi populární sociální síť a rozhodně by přispěla k informovanosti o dění ve městě právě u mladé generace. Prozatím mají Velvary na sociálních sítích zřízen pouze facebookový profil, který sleduje (ke dni 31.1.2020) 1058 uživatelů Facebooku.

„Účko“

Budoucnost pro rozšíření kulturního zázemí ve Velvarech má jistě i nově vybudované „Účko“, které bylo postaveno u Malovarského rybníka. Jedná se o dřevěné zastřešené pódium zároveň s místem k posezení a občerstvení. Bude sloužit nejen pro vystupování místních spolků či základní a mateřské školy, ale také při každoročních akcích, které se zde konají. Nejznámější a nejnavštěvovanější je zřejmě Dětský den, při kterém se rozhodně pódium využije a organizátoři akce nebudou muset zajišťovat a stavět mobilní pódium.

5 Výsledky a diskuse

5.1 Shodné negativní prvky analyzovaných měst

Z průzkumu a SWOT analýzy vyplývají shodující se problémy analyzovaných měst.

Velkým konkurentem pro všechna tři města je nedaleká Praha a její široká a rozmanitá nabídka kulturního vyžití. Spousta obyvatel se dopraví do Prahy, kde navštěvují například multikina (dále divadla, koncerty, výstavy, muzea atd.), která poskytují vyšší úroveň kulturních zážitků. Většina obyvatel si však nenechá ujít místní akce, které jsou jedinečné a pražskou nabídkou nenahraditelné.

Obecně z průzkumu vyplývá i nízká návštěvnost kulturně vzdělávacích zařízení (muzea, galerie, vernisáže, přednášky) a jejich nedostatečná nebo nepoutavá propagace.

Problémem spojující Slaný a Kralupy nad Vltavou je poměrně nízká sledovanost regionálních TV vysílání. I když se obě města snaží dávat reportáže nejen do TV vysílání, ale také na internet, mají videa jen pár stovek zhlédnutí, což je podle zástupců měst málo.

5.2 Shodné pozitivní prvky analyzovaných měst

Na základě analýzy lze vystihnout taktéž pozitivní prvky, které jsou společné pro zmiňovaná tři města.

Jedním z nich je plánování termínů akcí tak, aby se navzájem s jinými akcemi v okolních městech nepřekrývaly, čímž se vedení měst snaží zabránit konkurenčnímu boji.

Dalším pojícím znakem je modernizace webových stránek, ať už uskutečněná, v případě Slaného, či aktuálně připravovaná v Kralupech nad Vltavou a ve Velvarech. V lednu 2020 uvedly Velvary do provozu zkušební verzi nových webových stránek města. Všechna tři města projevují zájem také o aktivní spravování internetových profilů měst, jelikož je to spojené s masovou komunikací.

Oblíbenost tištěných regionálních měsíčníků mezi občany je dalším pozitivně vnímaným znakem. I když jsou články z měsíčníků vkládány na internet, má tištěná forma stále odběratele a jejich tisk se ani v jednom městě neplánuje omezit.

Velké oblibě se dle slov zástupců měst i obyvatel těší venkovní akce, konající se převážně na náměstích. Je zřejmé, že náměstí mají po staletí stále velký význam pro střetávání a scházení obyvatelstva a jsou důležitými prvky měst.

Města neopomíjejí ani rekonstrukce a udržování památek. Vzhledem k rozhovorům však nejvíce finančních prostředků (převážně z dotací) do rekonstrukcí památek vkládají Velvary. Ačkoli Kralupy nad Vltavou nemají žádné kulturní památky, snaží se alespoň zvelebit centrum města nově vybudovaným náměstím, což lze také zahrnout do zlepšení kulturního prostředí.

Největšími připravovanými projekty, které podpoří kulturně-kreativní zázemí měst jsou v Kralupech nad Vltavou přestavba budovy bývalého pivovaru na kulturní centrum; ve Slaném rekonstrukce budovy Okresního domu a v jeho prostorách zřízení komunitního centra; ve Velvarech obnova společenského sálu v budově bývalého hotelu Záložna. Všechny zmíněné projekty mají velký potenciál pro rozvoj kulturního prostředí ve městech.

5.3 Obecná doporučení

Obecně by autorka práce doporučila směřovat pozornost na propagaci a změny v kulturně-vzdělávacích zařízeních. Inspirací by mohla být pražská muzea založena na optických iluzích, interaktivitě a moderních technologiích. Chce-li město podpořit regionální rozvoj ze strany kulturních a kreativních průmyslů, je podstatným faktorem kulturně vzdělané obyvatelstvo, které jeví zájem a nadšení z poznávání, duševního obohacování a rozšiřování osobního vědomí.

Dále by autorka aktivně využívala sociální sítě a oficiální profily měst. V dnešní době se jedná o nejrychlejší a snadno dostupnou formu masové komunikace, kterou lze využít ke sdílení informací ohledně aktuálního dění nebo připravovaných akcí. Pro větší sledovanost regionálních televizí vysílání by bylo vhodné jednotlivé nové reportáže sdílet na internetových stránkách nebo sociálních sítích.

Konkrétní doporučení pro analyzovaná města se nachází v kapitolách *Doporučení a návrhy*.

6 Závěr

Kreativita je darem duševního vlastnictví jedinců, z čehož následně v kreativních průmyslech vznikají konkrétní reálné produkty a služby. Míru tvořivosti člověka nelze nějakým způsobem změřit, zvážit či porovnávat, proto je důležitým aspektem subjektivní názor, který se odvíjí od vzdělanosti, vyspělosti a zájmu jedince.

Kulturu je možné vnímat jako pojídlo společnosti na určitém území a v daném čase, proto je důležité ji udržovat, podporovat a rozvíjet. Protože se kultura může lišit i mezi menšími územními celky než je stát, hrají velkou roli v nabídce kulturních a kreativních průmyslů zástupci měst a krajů. Měli by proto vyslyšet názory občanů, jejich zájmy a připomínky, aby došli k ideálnímu stavu spokojenosti obyvatel s kulturní a kreativní nabídkou v jejich městě či kraji. Má-li město v zastupitelstvu alespoň jednoho kreativního jedince, může být přínosem pro zajímavé projekty, které obohatí kulturní prostředí města.

Dle provedené analýzy je možné konstatovat, že se všechna tři města snaží svým občanům vyhovět a nabízet spoustu vyžití v kulturním a kreativním odvětví. Bylo proto obtížné hledat vhodná doporučení a inovativní návrhy. Přístup měst ke kulturnímu a kreativnímu odvětví je aktivní, ať už se jedná o větší město (Kralupy nad Vltavou a Slaný) či menší (Velvary), v rámci svých možností nabízejí mnoho kulturního vyžití. Ne vždy však mohou poskytovat všechny žádané prvky, protože jim to finanční rozpočet, prostory nebo jiné překážky neumožňují. Kulturu ani kreativitu zastupitelé měst nezanedbávají a uvědomují si kladné přínosy těchto odvětví.

Závěrem lze konstatovat, že kultura a kreativita spolu úzce souvisejí a jsou předmětem neustálého rozvoje. Přizpůsobují se aktuální náladě, zájmům a vzdělanosti obyvatel, pronikají do nejnovějších technologií a ovlivňují většinu z nás. Kulturní a kreativní průmysly jsou z pohledu analyzovaných měst nedílnou součástí služeb, které obyvatelstvu mohou poskytnout a přistupují k těmto odvětvím v rámci svých možností odpovědně.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Literatura

BINEK, Jan. *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno: Georgetown, 2007. ISBN 978-80-86251-22-6.

CIKÁNEK, Martin, Zora JAUROVÁ, Eva LEHEČKOVÁ a Eva ŽÁKOVÁ. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Nové, rozš. a rev. vyd. Praha: Institut umění, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.

HEŘMANOVÁ, Eva a Pavel CHROMÝ. *Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2009, 348 s. ISBN 978-80-7357-339-3.

HOLEČEK, Jan a kol.: *Obec a její rozvoj v širších souvislostech*. 1. vyd. Brno: GaREP Publishing, 2009. 74 s. RIA. ISBN 978-80-904308-2-2.

KLOUDOVÁ, Jitka. *Kreativní ekonomika: [trendy, výzvy, příležitosti]*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3608-2.

PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-807-3573-478.

SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza. 2.*, přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9367-1.

ŽÁKOVÁ, Eva; Pavel BEDNÁŘ a kol.: *Mapování potřeb v oblasti kulturních a kreativních průmyslů v ČR, I. svazek*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2015. ISBN 978-80-7008-332-1.

7.2 Internetové zdroje

CreaClust – Přeshraniční klastrová iniciativa pro rozvoj kreativního průmyslu – projekt FAME, UTB (člen NCA) | Národní klastrová asociace. *Národní klastrová asociace* [online]. [cit. 2019-06-15] Dostupné z: <http://nca.cz/cs/creaclust-preshranicni-klastrova-iniciativa-pro-rozvoj-kreativniho-prumyslu-projekt-fame-utb-clen-nca>

Historie Městského centra Grand | Kulturní zařízení města Slaného. *Kulturní zařízení města Slaného – program a vstupenky online* [online]. 2011. [cit. 2019-07-18] Dostupné z: <https://www.kultura.slansko.cz/page/9781/article/5226/historie-mestskeho-centra-grand>

Kultura. *Středočeský kraj* [online]. [cit. 2019-07-04]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kultura>

Kulturní dům Vltava – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019. [cit. 2019-07-15] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/kultura-a-volny-cas/kulturni-dum-vltava/>

Městská knihovna – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019. [cit. 2019-07-17] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/kultura-a-volny-cas/mestska-knihovna/>

Městské a letní kino ve Slaném | Kulturní zařízení města Slaného. *Kulturní zařízení města Slaného – program a vstupenky online* [online]. 2011. [cit. 2019-07-18] Dostupné z: <https://www.kultura.slansko.cz/page/9771/article/5207/mestske-a-letni-kino-ve-slanem>

Náplň činnosti oddělení kultury. *Středočeský kraj* [online]. 2019. [cit. 2019-07-08] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kultura/napln-cinnosti-oddeleni-kultury>

NIPOS. *NIPOS* [online]. 2019. [cit. 2019-11-10] Dostupné z: <https://www.nipos.cz/>

O městě – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2019. [cit. 2019-07-15] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/o-meste/>

Satelitní účet kultury. *Statistika kultury České republiky* [online]. [cit. 2019-06-06; 2019-11-10] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/satelitni-ucet-kultury/>

Stálá expozice muzea – Oficiální stránka Města Velvary. *Město Velvary – Oficiální stránka Města Velvary* [online]. 2019. [cit. 2019-08-09] Dostupné z: <https://www.velvary.cz/zivot-ve-meste/mestske-muzeum/stala-expozice/stala-expozice-muzea-1561cs.html>

Strategický plán rozvoje Města Slaný. *Královské město Slaný* [online]. 2013. [cit. 2019-07-19] Dostupné z: https://www.meuslany.cz/assets/File.ashx?id_org=14936&id_dokumenty=46308

Středočeský Fond kultury a obnovy památek. *Středočeský kraj* [online]. 2020. [cit. 2020-02-09] Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/20786/112>

SWOT analýza - EuroEkonom.sk. *Ekonomická encyklopédia EuroEkonom.sk* [online]. 2004 [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>

Výsledky dotazníkového šetření – Kralupy nad Vltavou online. *Kralupy nad Vltavou online* [online]. 2018. [cit. 2019-08-14] Dostupné z: <https://www.mestokralupy.cz/mesto/rozvoj-mesta/strategicky-plan-mesta-kralupy-nad-vltavou/>

Výsledky zpracování satelitního účtu kultury za rok 2017. *Statistika kultury České republiky* [online]. 2017. [cit. 2019-11-12] Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2019/06/SUK-2017.pdf>

ZELENÁ KNIHA – Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví - www.mkcr.cz. *Ministerstvo kultury České republiky* [online]. [cit. 2019-11-09] Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/zelena-kniha-uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi-785.html>

8 Přílohy

8.1 Rozhovor s předsedou kulturní komise v Kralupech nad Vltavou

1) Jaké finanční zdroje využíváte pro vytváření kulturního zázemí ve městě?

Kultura by se dala rozdělit na několik částí. Jedna je ta, se kterou se počítá již v rozpočtu a řadí se do ní kulturní a společenské středisko – tj. divadlo, kino a společenský sál, muzeum, knihovna, základní umělecká škola. Město těmto organizacím dává určitý rozpočet na rok, se kterým musí pracovat. KASS tento rok má rozpočet 7 milionů a 1,35 milionu na městské slavnosti, do kterých se zahrnují Dny Kralup a Advent. Muzeum je dotované částkou zhruba 5 milionů korun a k tomu mají zhruba 100 tisíc na nákup věcí do jejich depositáře. Knihovna je dotována 4,39 miliony. Do složky kultury v rozpočtu města patří i odměny, přání pro jubilanty města, představuje to zhruba 95 tisíc korun. Základní umělecká škola má zhruba 378 tisíc korun.

Z městského rozpočtu se dotují také zájmové činnosti jako například příměstské tábory. Vyhraněnou částkou, na které se zastupitelé dohodli pro podporu těchto činností, bylo 1,5 milionu.

Dotace prochází v diskusi kulturní komise a žádají o ně pořadatelé kulturních akcí. 300 tisíc korun bylo vynaloženo na individuální dotace. To je míněno tak, že se pořadatelům může stát, že se rozhodnou pro uskutečnění nějaké akce už po období podávání žádostí o dotace a město chce v tomto ohledu vyjít vstříc a pomoci finanční částkou.

Kdyby se to shrnulo, tak je to spousta peněz, co město do kultury dává, ale je to důležité, protože kromě sportu, který je zde dobře podporovaný, je potřeba podpořit také tuto zájmovou činnost.

2) Myslíte si, že obyvatelé mají zájem o místní kulturu, nebo spíše za kulturou dojíždí jinam (kam)?

a) O jaké kulturní vyžití se jedná?

Samozřejmě je to případ od případu. Když jsou například Dny Kralup, tak ty akce jsou hojně navštěvované a máme kladné ohlasy na to. Horší je to s návštěvností jednorázových akcí, např. divadelních představení, i když jsou ty tituly zajímavé. Lidé si raději udělají výlet do Prahy, která je dostupnější, divadelní představení jsou zajímavější, mohou si zajít

na dobrou večeři. To s tím také souvisí, jelikož v Kralupech bohužel není příliš velká nabídka slušných restaurací. Do budoucna by se to mělo změnit, jelikož jsou zde plánovány nějaké rekonstrukce například pivovaru, kde by takové zázemí mohlo vzniknout. Tím by se kultura města mohla také pozvednout. Podobná situace je s kinem, kdy rodiče spíše vezmou děti do nedalekých Letňan. Na druhou stranu, tady se to kino také udržuje, jde s dobou, renovuje se, obnovují se sedačky i promítací technika.

3) Vnímáte konkurenci u ostatních měst v rámci kulturních či kreativních aktivit, která zásadně ovlivňuje atraktivitu města?

Jednoznačně Praha. Jednotlivá okolní města např. Velvary, mohou dělat nějakou akci, kam Kralupáci rádi dojedou, ať už je to vinobraní v Mělníku či Vajíčkobraní ve Velvarech. Ale neřekl bych, že bychom si tímto kradli diváky. Spíš největším konkurentem je Praha, jelikož tam od nás můžete autem dojet za půl hodiny a máte zde více možností kulturního vyžití.

4) Je z Vašeho pohledu dostačující nabídka kulturního vyžití ve městě?

Já si myslím, že je dostačující. My právě z dotací rozdělujeme 1,5 milionu korun, což je nemalá částka a těch akcí se tu po Kralupech děje poměrně dost. Problém, kvůli kterému se nyní nejčastěji scházíme a snažíme se se zastupiteli řešit, je propagace akcí.

5) Jaké kulturní vyžití ve vašem městě shledáváte nejnavštěvovanějším, nejžádanějším?

Rozhodně Dny Kralup. Jedním z důvodů, proč je to asi nejvíce navštěvované je, že je to zdarma a je to akce dotovaná větším peněžním obnosem. Je do toho zapojeno spoustu jiných organizátorů, kteří si přitáhnou své diváky stejně tak jako zajímaví interpreti.

6) Uvažujete o modernizaci či inovacích v některých kulturních a společenských zařízeních?

To samozřejmě, to se řeší neustále. Jako město máme zpracovaný plán investičních akcí ve městě. Bohužel město má nějaký rozpočet a na ty investice je ročně zhruba 70 milionů korun, ale těch akcí, které jsou připravované a nutné udělat (ve školách je zapotřebí nová elektřina, která vyjde zhruba 20-30 milionů korun; chodníky; předělávání náměstí; rekonstrukce pivovaru). Je to složité. Rekonstrukce pivovaru je poměrně zajímavá, jelikož by tam mělo vzniknout kulturní centrum. Měl by tam být Dům dětí a

mládeže, knihovna, základní umělecká škola, která má problémy s kapacitou. Rozpočet není nafukovací a na všechno dotace nejsou.

V kulturním domě se nyní dělala elektřina.

7) Jak hodnotíte zájem obyvatel o regionální televizní vysílání Kralupy TV?

Já myslím, že je poměrně žádané a má docela velkou sledovanost, ale problém je ten, že to vysílání je dostupné pro malý počet lidí. Tady dříve byla udělaná kabelová televize, která vede hlavně ve středu města a v Lobečku, tudíž to na okrajové části nedosahuje. V poslední době se to tedy dává na internet (YouTube). Stojí to ovšem peníze a naše představa by byla, aby tam ty videa byla nahrávána každý týden, a ne jednou za 14 dní. Je to součást řešení té analýzy ohledně propagace, která se nyní připravuje.

8) Jaký je zájem o tištěné podoby regionálního deníku? (Kralupský zpravodaj)

a) Myslíte si, že v budoucnu díky internetu omezíte tisk tohoto deníku, když je vše dohledatelné v elektronické podobě?

Nemyslím si, že by se tisknutí mělo omezit. Já osobně jsem se toho bál také, když si Kralupský zpravodaj založil své webové stránky, kde zveřejňuje články, které jsou poté v tištěné podobě ve zpravodaji. O Zpravodaj zájem je a lidi ho kupují. Jak jsem již říkal, ten výtisk je 3000 kusů měsíčně, což na takové město, jako jsou Kralupy, je docela velké číslo. Já bych ho osobně nerušil, protože v dnešní době je všechno v elektronické podobě a člověk si občas rád ten časopis prohlédne.

9) Jak si získáváte zájem o místní kulturu u mladé generace? (15-25 let)

Jelikož jsem občas také organizátorem nějaké akce tak vím, že je dobré dělat akce napříč věkovými kategoriemi. Myslím si, že kulturní dům akcí dělá plno a pro různé věkové kategorie, takže tam problém s oslovením mladých problém není.

10) Myslíte si, že ve městě máte kulturní a kreativní zázemí i pro rodiny s malými dětmi, popř. jaké?

Pro rodiny s dětmi například v rámci Dnů Kralup je vyhraněná neděle, kde probíhají různá divadýlka a akce pro děti. Je to opět hojně navštěvované. Takže si rodiny rozhodně v Kralupech najdou vyžití.

11) Jak hodnotíte návštěvnost místních památek (nejen místními obyvateli)?

Žádné památky tady v Kralupech nemáme. Nejbližší kulturní památkou je zámek v Nelahozevsi. Kralupy spíše ubytovávají turisty, kteří pak jezdí na památky do nedaleké Prahy.

12) Jaké pořádá město festivaly, či pravidelně se opakující akce? Je o ně každoročně větší nebo menší zájem? Proč si myslíte, že to tak je?

Viz otázka č.18

13) Podporuje město umělecké vzdělávání obyvatel, popř. jakým způsobem?

Prvotní je tady základní umělecká škola, která je od nás dotovaná. Snažili jsme se pro ně zajistit nějaké lepší prostory. Myslím si, že pokud dobře dopadne ta rekonstrukce budovy budoucího pivovaru, tak tam budou mít hezké prostory oproti tomu, co mají teď. V současnosti mají problém, že nemají kde koncertovat. Základní umělecká škola má prostory opravdu malé a musí uchazeče kvůli kapacitním důvodům odmítat.

14) Jak město propagujete? (jeho akce, památky, tradice apod.)

To je jeden z problémů, který v současné době řešíme. Důležitá je kooperace mezi tvůrci Zpravodaje a jednotlivými organizátory. Dříve Zpravodaj vydával kulturní dům a nyní se rozhodlo, že šéfredaktorka se přestěhuje sem na městský úřad a Zpravodaj bude vydávat město Kralupy. Je potřeba, abychom s nimi byli více v kontaktu a snažili se více informovat o dění ve městě nejen z kulturního odvětví. Minulý rok Zpravodaj získal celostátní ocenění za formu zpracování a dnes má 3000 výtisků, což je taky docela úspěch.

Nyní se zpracovává analýza toho, jakým způsobem bude nejlepší tu propagaci dělat. Takový náš nápad, kterým bychom se měli odebírat do budoucna, je mediální kancelář, která by tu měla vzniknout. Jeden člověk, který by propagoval a propojil všechny kulturní zařízení, aby se prezentovalo, co všechno se děje. Muzeum dodneška nemá facebookové stránky, víceméně nekomunikuje s lidmi, jen posílá pozvánky mailem a občas pověsí nějaký plakát. Co si řekneme, kdo v dnešní době kouká po plakátech?

15) Jste spokojeni s designem internetových stránek města? Plánujete je v blízké době měnit či vylepšovat?

Už se na tom pracuje. Spokojeni nejsme. Řekl bych, že je to takový impuls nového zastupitelstva, které se podstatně omladilo. IT pracovníci již začali pracovat na různých vylepšení. V září 2019 byl zaslán návrh nových webových stránek na jejich vyzkoušení. Lidé si stěžovali, že se ve stránkách špatně orientují. V dnešní době jsou již webové stránky vzhledově spíše jako aplikace a naše jsou nyní ještě tzv. postaru. Nějakým způsobem se na tom pracuje, ale kdy to bude, to vám nedokážu odpovědět.

16) Z výsledků dotazníku, který jste provedli v dubnu roku 2017, vzešlo, že pouhé 3,7% respondentů získává informace o dění ve městě z kralupského televizního vysílání. (52% web, 36,5% zpravodaj). Proč si myslíte, že je o televizní vysílání takto malý zájem?

To je dané tím, že dříve k tomuto vysílání měl přístup pouze malý počet obyvatel kvůli kabelovému přivedení přímo do domů. Proto se to začalo dávat na internet, kde je ta sledovanost poměrně vysoká. Jedna reportáž má v průměru kolem 500 zhlédnutí. Je to důležité médium a bylo by dobré to trochu jinak uchopit. Za mě bych si představoval, aby to bylo častěji a aktuálněji a v dnešní době více propagované přes sociální média.

17) Každoročně město pořádá Dny Kralup, jak se tato akce během let vyvíjela z hlediska návštěvnosti, ohlasů, inovací apod.?

Akce jako taková se vyvíjela podstatně a návštěvnost rok od roku roste. Dříve tuto akci pořádala kancelář pana starosty se spoluprací kulturního domu. Nyní veškeré plánování oslav dělá kulturní dům sám, který má k dispozici více lidí. Přeci jenom je potřeba nějaký tým lidí a tady (míněno na městském úřadě) na to ta kapacita úplně není. Akce je od středy do neděle, což si osobně myslím, že je příliš dlouhé a zvažuje se o zkrácení na tři dny (pátek, sobota, neděle). Slavnostní zahájení bylo ve středu ve 3 hodiny odpoledne a nebyl tam skoro nikdo. Teď se projednává, že by zahájení proběhlo v pátek večer, ale už od rána by probíhaly některé akce.

8.2 Rozhovor se starostou města Slaný

1) Jaké finanční zdroje využíváte pro vytváření kulturního zázemí ve městě?

Akce města se financují z rozpočtu odboru kultury.

a) Myslíte si, že obyvatelé mají zájem o místní kulturu, nebo spíše za kulturou dojíždí jinam (kam)?

Žádnou studii na toto téma nemáme, tudíž se dá vycházet pouze z osobních zkušeností a dojmů. Slaný je nesmírně kulturní město, koná se zde opravdu hodně akcí a lidé na ně chodí v poměrně velkém množství. Nezřídka se stává, že je plno nebo vyprodáno. Pravdou ale také je, že zejména menší akce – koncerty, přednášky, vernisáže a podobně – navštěvuje stále stejná skupina lidí. To jsou lidé, kteří mají zájem o dění ve městě a zájem o kulturu jako takovou. Samozřejmě, že díky blízkosti hlavního města je hojně využíváno i dojíždění za kulturou, především tedy do Prahy. Najdou se ale i lidé, kteří naopak dojíždějí do Slaného za kulturou třeba z Kladna a blízkého okolí.

2) Vnímáte konkurenci u ostatních měst v rámci kulturních či kreativních aktivit, která zásadně ovlivňuje atraktivitu města?

Do jisté míry je konkurencí již zmiňovaná Praha. Je snadno dostupná a dá se tam vybrat prakticky z čehokoli. Samozřejmě čím větší město, tím větší prostředky vynakládané na kulturu a tím větší atraktivita programu. S městy v bližším okolí se snažíme nekonkurovat si a nestavět proti sobě podobné akce ve stejném termínu. Ne vždy to samozřejmě lze uhlídat.

3) Je z Vašeho pohledu dostačující nabídka kulturního vyžití ve městě?

Ve Slaném je dostupné kulturní vyžití všech druhů, takže se domnívám, že nabídka dostačující je.

4) Plánuje město změny v nabídce kulturního či kreativního vyžití pro občany?

Každou akci se snažíme posunout dopředu a přinést na základě zkušeností z té předešlé něco nového.

5) Jaké kulturní vyžití ve vašem městě shledáváte nejnavštěvovanějším, nejžádanějším?

Pokud bychom počítali čistě jen návštěvnost, pak se nejvíce lidí sejde při novoročním ohňostroji. Velkou návštěvnost mají akce pořádané na Masarykově náměstí – Městské slavnosti, Rožnění uherského býka, Slánský Tuplák... Pravidelně úspěšné jsou divadelní představení a koncerty v letním kině, které tedy nevyužíváme jen na promítání filmů.

6) Uvažujete o modernizaci či inovacích v některých kulturních a společenských zařízeních?

Aktuálně proběhla modernizace městského kina. K digitální projekci a kvalitnímu ozvučení přibýly i moderní pohodlné sedačky, které se dají srovnávat s pražskou úrovní.

7) Jak hodnotíte zájem obyvatel o regionální televizní vysílání Slaný TV?

Osobně regionální vysílání sleduji a jsem za něj moc rád. Ovšem zájem obyvatel by mohl být mnohem větší. Sledovanost jednotlivých příspěvků se pohybuje kolem pár stovek zhlédnutí. Ve městě s 15.000 obyvateli bych čekal více.

8) Jaký je zájem o tištěné podoby regionálního měsíčníku? (Slánské listy)

Slánské listy nejsou pod správou města, tudíž by otázka ohledně zájmu měla směřovat na jeho vydavatele – Gelton. Z osobní zkušenosti vím, že ho čtou převážně senioři a obsahová stránka se hodně zkrátila – černá kronika, svatby, narození, dva články o městě. Zbytek reklamní prostor.

Město vydává pravidelně každý měsíc zpravodaj „Slánská radnice“, který čistě popisuje události a záležitosti města. Zpravodaj je zdarma vhazován obyvatelům do schráněk.

a) Myslíte si, že v budoucnu díky internetu omezíte tisk tohoto měsíčníku, když je vše dohledatelné v elektronické podobě?

Starší generace si s internetem stále moc nerozumí a dává přednost tisku. Těžko říct, zda se to v blízké budoucnosti změní.

9) Jak si získáváte zájem o místní kulturu u mladé generace? (15-25 let)

Knihovna má několik svých programů zaměřených na mládež. Studenti středních škol mají možnost pomáhat při organizaci městských akcí, odměnou jim je poskytnutí slevy na

maturitní ples (konkrétně na pronájem sálu město přispívá 10 000 Kč). Při Ostrovu Slaný působí Informační centrum pro mládež, které organizuje různé dobrovolnické aktivity, výměnné pobyty a podobně. Mladá generace navštěvuje městské akce na náměstí, koncerty, místní klub a samozřejmě diskotéku.

10) Myslíte si, že ve městě máte kulturní a kreativní zázemí i pro rodiny s malými dětmi, popř. jaké?

Máme zde Baby Klub Slaný, Dům rodin, Ostrov Slaný, Knihovnu V. Štecha. Takže poměrně velký výběr zázemí, kde si rodiny s dětmi přijdou na své.

11) Jak hodnotíte návštěvnost místních památek (nejen místními obyvateli)?

Památky ve Slaném jsou dlouholetým problémem. Místní památky v podstatě nejsou přístupné. Návštěvníci se mohou podívat do Vlastivědného muzea, do muzea slánek v infocentru, případně na Velvarskou bránu. Další významné památky města – kostel sv. Gotharda, klášter Nejsvětější Trojice s přílehlou klášterní zahradou a ukrytou stavbou loreťanské kaple, Boží hrob, Okresní dům, Synagoga – jsou bohužel pro veřejnost nepřístupné, případně na vyžádání nebo v rámci naučných vycházek pořádané infocentrem.

12) Jaké pořádá město festivaly, či pravidelně se opakující akce? Je o ně každoročně větší nebo menší zájem? Proč si myslíte, že to tak je?

Město pořádá tyto pravidelně se opakující akce – Novoroční ohňostroj, Dny mezinárodní kultury, Městské slavnosti, festival Hudba na náměstí, Rožnění uherského býka, Slavnost světla, Adventní koncerty. Návštěvnost Dnů mezinárodní kultury v letošním roce hodně stoupla díky mimořádné nabídce a rozmanitosti programu. Návštěvnost slavností je zhruba konstantní, ale poměrně vysoká.

13) Podporuje město umělecké vzdělávání obyvatel, popř. jakým způsobem?

Odbor kultury již 13 let vede cyklus přednášek a exkurzí o umění a historii pod názvem *Akademie volného času*, také organizuje šestnáctým rokem umělecko-historickou konferenci *Slánské rozhovory*, tematicky vázané na region. Město ve spolupráci s muzeem pořádá i venkovní sochařské výstavy. V příštím roce bychom kromě letní venkovní sochařské výstavy Pavla Holečka (autor z Kladenska), rádi uspořádali nově i podzimní venkovní výstavu soch Libora Hurdy (Pelhřimov).

14) Jak město propagujete? (jeho akce, památky, tradice apod.)

Ve Slaném máme jedno z nejlepších informačních center v republice, které město propaguje vydáváním tištěných materiálů, pořádáním cestovatelských soutěží, prezentací na veletrzích cestovního ruchu, spoluprací s dalšími městy v regionu, naučnými procházkami po městě a řadou dalších aktivit. Součástí infocentra je také muzeum slánek, které bylo mnohokrát prezentováno na televizních obrazovkách nebo v celostátních médiích. Odbor kultury prezentuje i památkovou činnost, kterou má město Slaný na starosti. Činnost zahrnuje mimo jiné tvorbu letáků o opravách památek, vydávání článků v odborných časopisech spravování vlastní webové stránky www.pamatkyslany.cz.

15) Jste spokojeni s designem internetových stránek města? Plánujete je v blízké době měnit či vylepšovat?

Internetové stránky města jsou relativně nové, stihly však již získat ocenění v minulém roce, tedy v roce 2018, kdy obnova stránek proběhla. Osobně bych si asi uměl představit trochu jinou podobu, ale to je pouze subjektivní názor.

16) Jaké kroky jste v poslední době podnikli v rámci cíle – Rozvoj infrastruktury pro kulturu, který patří do strategického plánu města Slaný?

Infrastrukturní vybavenost města v oblasti kultury je na dobré úrovni. Jedním z cílů plánu je modernizace fyzické infrastruktury využívané pro kulturu. Jak již bylo řečeno výše, proběhla rekonstrukce sálu v kině a v letním kině zase rekonstrukce toalet. Muzeum v Třebízi spravované slánským muzeem obohatila nová expozice zemědělství. V současnosti se připravuje nové interiérové vybavení klubu K v knihovně, kde se schází zejména mládež.

17) V akčním plánu města Slaný do roku 2020 se mezi projekty a doporučení nachází rekonstrukce bývalého Okresního domu. Jak tento projekt pokračuje, v čem konkrétně spočívá? Jakou činnost si lze představit pod uvedeným budoucím využitím domu jako kulturního a komunitního centra?

V současnosti od roku 2017 probíhá postupné restaurování zasedacího sálu i s původním mobiliářem. V současnosti bylo dokončeno výběrové řízení k vypracování projektové dokumentace se záměrem, vzešlým z vypracované analýzy komplexního mapování potřeb ve Slaném na přelomu roku 2018/2019. Dům bude fungovat především jako místo poznání (knižní fond, internet, přednášky), ale i setkávání (možné prostory pro

zájmové kroužky a trávení volného času, odpočinkové zóny), to si lze představit ve zkratce pod pojmem kulturní a komunitní centrum pod vedením knihovny.

8.3 Rozhovor s místostarostou města Velvary

1) Jaké finanční zdroje využíváte pro vytváření kulturního zázemí ve městě?

Každý rok rozdělujeme granty pro různá sdružení, která jsou zaregistrována ve Velvarech. Většina těchto sdružení kulturní akce pořádá. Jedná se převážně o spolek Natvrdlí a organizaci Človíček. Na ostatní projekty se používá rozpočet města a snažíme se také získávat maximum dotací.

2) Myslíte si, že obyvatelé mají zájem o místní kulturu, nebo spíše za kulturou dojíždí jinam (kam)?

a) O jaké kulturní vyžití se jedná?

Určitě musí dojíždět jinam, protože u nás celá kultura není. Kulturní rozsah, který Velvary nabízí, prokazuje poměrně velký zájem obyvatel, ale chybějící kulturní vyžití jako je např. kino, divadlo, koncerty apod. vyhledávají samozřejmě v okolních městech, Kralupy, Slaný, Kladno, Roudnice, Mělník, nebo také v Praze.

Zájem tedy o místní akce je, protože když se něco na náměstí děje, tak je vždycky plné.

3) Vnímáte konkurenci u ostatních měst v rámci kulturních či kreativních aktivit, která zásadně ovlivňuje atraktivitu města?

Konkurenci nevnímáme, jelikož víme, že nemůžeme obyvatele kulturní nabídkou v našem městě uspokojit.

4) Je z Vašeho pohledu dostačující nabídka kulturního vyžití ve městě?

Dostačující není, ale snažíme se dělat vše, co jsme schopni v tak malém městě obyvatelům poskytnout.

5) Plánuje město změny v nabídce kulturního či kreativního vyžití pro občany?

Nedávnou změnou byla výstavba tzv. Účka u Malvaňáku (Malovarského rybníka), které by mělo sloužit především pro kulturní akce. V budoucnu by se tam mohla pořádat malá divadelní vystoupení, mohlo by se zde promítat letní kino, prostory se budou poskytovat také škole, hasičům atd.

Dále se připravuje rozsáhlá rekonstrukce sálu „Záložna“, která bude stát cca 60 milionů korun. I když se domnívám, že nemáme šanci provoz sálu finančně zvládnout. Doby, kdy se konala výroční schůze, už nejsou a nevím, jestli bude sál dostatečně využíván. Na druhou stranu, základní umělecká škola nemá kde vystupovat, základní škola taktéž, podniky potřebují prostory pro větší firemní akce. Bude hodně záležet na tom, kdo se o to bude starat a jestli o to bude ve městě zájem.

6) Jaké kulturní vyžití ve vašem městě shledáváte nejnavštěvovanějším, nejžádanějším?

Rozhodně jednorázové akce a festivaly, které se konají především na náměstí, tam je účast velická.

7) Uvažujete o modernizaci či inovacích v některých kulturních a společenských zařízeních?

Již zmíněný společenský sál. Nyní se hledá, kdo bude provozovatelem a jaký bude vůbec systém provozování, jelikož se jedná o poskytnutí dotace, ke které se vážou určitá pravidla po dobu pěti let.

8) Jaký je zájem o tištěné podoby regionálního měsíčníku? (Zpravodaj z Velvarska)

a) Myslíte si, že v budoucnu díky internetu omezíte tisk tohoto zpravodaje, když je vše dohledatelné v elektronické podobě?

Máme Velvarský zpravodaj a zájem je. Má stále odběratele, sice spousta lidí používá internet, ale starší generace o něj zájem stále má.

9) Jak si získáváte zájem o místní kulturu u mladé generace? (15-25 let)

Nic na tuto generaci cíleného bohužel není.

10) Myslíte si, že ve městě máte kulturní a kreativní zázemí i pro rodiny s malými dětmi, popř. jaké?

Základní umělecká škola pořádá rodinné akce, jako jsou vystoupení divadýlek, mikulášské besídky, taneční kroužky pro rodiče a děti, dílničky apod. Také spoustu kurzů, dílniček a vzdělávacích programů pořádá velvarská Kostka.

11) Jak hodnotíte návštěvnost místních památek (nejen místními obyvateli)?

Zatím špatně, snažíme se turisty přilákat na dvě nově vybudovaná muzea hraček, což už se dostává do podvědomí. Snažíme se taktéž investovat do památek, takže v současné době se opravuje kostel sv. Jiří. Po jeho rekonstrukci to bude z mého pohledu hodně navštěvovaná památka.

Dle mého názoru je zde zájem turistů menší, protože zde nejsou lesy apod., takže tu není vyhledávána žádná rekreace.

A dalším mínusem je, že se ve městě nenachází vyhovující restaurační zařízení, kde by se turisté během návštěvy města mohli občerstvit. To tu chybí a nějak se to nemůže uchytit.

Celkově tu návštěvnost zvedají muzea hraček a městské muzeum, které perfektně funguje.

Stojí za zmínku i obrazárna pana Vosolsobě, který vystavuje v bývalé panské hospodě (nyní městská knihovna).

12) Jaké pořádá město festivaly, či pravidelně se opakující akce? Je o ně každoročně větší nebo menší zájem? Proč si myslíte, že to tak je?

Ve Velvarech se pořádá Festival Oty Hofmana, to se jedná o promítání filmů ve starém kině (není v pravidelném provozu).

Vajíčkobraní je taktéž velmi oblíbená pravidelně se opakující akce, se kterou je spojena cesta historickým vlakem z Velvar do Prahy a dále pěší cesta pana starosty a jeho přátel na Karlův most, kam dle staré pověsti nesli Velvarští místo syrových vajec do malty vajíčka natvrdo. Akce se mi osobně velice líbí a slýchám jen pozitivní ohlasy.

Návštěvnost na těchto akcích podle mě stále stoupá.

13) Podporuje město umělecké vzdělávání obyvatel, popř. jakým způsobem?

Ve Velvarech máme právě Základní uměleckou školu a tzv. Kostku, což je budova pro zájmové kroužky, workshopy a kurzy nejen pro děti. Vedle sportovních aktivit jako tanec, jóga, pilátes, nabízí Kostka také kurzy fotografování, kreslení, keramiku, dramatický kroužek, náboženství pro děti a podobně.

Dále máme na náměstí městskou knihovnu, která je hojně navštěvovaná napříč generacemi. Pořádají se zde besedy, soutěže a jiné programy jak pro děti, tak pro dospělé a seniory.

14) Jak město propagujete? (jeho akce, památky, tradice apod.)

Na našich internetových stránkách, na Facebooku a nyní i spolupracujeme s Mělníkem, který dodává naše propagační materiály do jednotlivých infocenter v okolí.

15) Jste spokojeni s designem internetových stránek města? Plánujete je v blízké době měnit či vylepšovat?

V současné době se předělávají.

16) Zabýváte se problémem absence společenského sálu ve městě? Popř. jak konkrétně?

viz odpovědi výše

17) Plánujete zrekonstruovat a uvést do pravidelného provozu budovu kina ve Velvarech?

Určitě ne, zatím nevíme, co s tím.

18) Jaké kulturní památky byly v posledních zhruba třech letech zrekonstruované?

Právě se rekonstruuje kostel sv. Jiří, který je již z venku hotový, jsou hotovy vitráže a uvnitř se začínají obnovovat výmalby. Dále jsme zrekonstruovali kapličku na Radoviči, v Ješíně a spoustu soch.

Jinak se vytvořil fond pro obnovu památek, který začíná být čerpán osobami, především na fasády domů na náměstí.

Památek se ve Velvarech opravilo hodně. Investuje se do toho opravdu spoustu peněz. Protože jsme královské město, tak nám na památkách dost záleží. Připravuje se také oprava morového sloupu na náměstí.

8.4 Rozhovory s obyvateli měst

Znění otázek:

1. Jste spokojen/a s rozsahem kulturní nabídky města?
Co Vám zde schází? Co naopak navštěvujete nejčastěji?
2. Dojíždíte za kulturou raději do jiných měst, popř. kam, za jakým vyžitím a jak často?
3. Sledujete některá média města (tzn. TV – pokud má město vlastní vysílání, zpravodaje, webové stránky města), co byste změnil/a, co vám naopak nejvíce vyhovuje jako zdroj informací?
4. Co se nehodilo do odpovědi na výše uvedené otázky, ale stálo by za zmínku (konkrétně v rámci kulturních a kreativních průmyslů ve vašem městě – postřehy, nápady, výtky)?

Odpovědi – Kralupy nad Vltavou:

respondent 20 let

1. S rozsahem kulturní nabídky města jsem částečně nespokojena. Přestože město nabízí velké množství kulturních akcí, nenajdou si v nich vyžití všichni občané. Většina akcí je zaměřena převážně na rodiny s dětmi a pro starší generace. Pro mládež je rozsah kulturní nabídky dozajista menší.
Ve městě navštěvuji občas místní kino, Dny Kralup a popř. příležitostné akce jako např. vinobraní.
2. Za kulturou dojíždím nejčastěji do Prahy. Týká se to poměrně většiny kulturního vyžití, například kina, divadla, koncertů nebo také restaurací, kterých v Kralupech nad Vltavou máme velmi málo a většinou na špatné úrovni.
3. Z médií města čtu občas městský zpravodaj, který koupí domů rodiče. Párkrát do roka sleduji u prarodičů vysílání města.
Já osobně bych změnila webové stránky, které mi přijdou velice složité. Dále také určitě TV kanál města, který mi přijde velice zastaralý.
Nejvíce mi vyhovují a také nejvíce používám facebookové stránky města, kde je uváděn veškerý důležitý přehled. Velmi zřídka navštěvuji webové stránky města,

například pouze v případě, kdy hledám ucelené a podrobné informace o jednotlivých akcích.

respondent 45 let

1. Ano, jsem spokojená. Nic mi zde neschází
Nejčastěji navštěvuji kino, divadlo, kulturní akce např. Dny Kralup.
2. Rozhodně do Prahy, několikrát do roka na divadla a koncerty.
3. Pravidelně a ráda čtu Kralupský zpravodaj a webové stránky kulturního střediska a městského úřadu.
4. Chválím kralupskou kulturu, která mi přijde na vysoké úrovni.

respondent 23 let

1. S nabídkou v Kralupech jsem spokojen. Nejčastěji navštěvuji zdejší kino.
Výjimečně pak divadelní představení.
2. Za kulturou dojíždím pouze do Prahy do kina přibližně 6x ročně a jednou za čas do divadla.
3. V Kralupech nad Vltavou příležitostně sleduji zdejší televizní vysílání. Někdy se také podívám na webové stránky města a sleduji město na Facebooku a Instagramu.

Odpovědi – Slaný:

respondent 48 let

1. S kulturní nabídkou jsme spokojeni.
Schází nám klub „Dividýčko“, kam se zvali známí hosté (herci, zpěvačky, sportovci), vyprávělo se, posedělo se a především jsme se dobře pobavili. Tato aktivita však vyšuměla, ocenila bych její obnovení.
V květnu se konají v knihovně Fairy snídaně, bohužel ve všední dny. Lepší by to bylo o víkendu, aby se mohli účastnit i pracující.
Dny cizích kultur jsou zajímavé. Letos to byla kultura indická. Opět ale problém s konáním ve všední dny dopoledne, tudíž pro pracující bez šance se zúčastnit.
2. Nedojíždíme, jelikož dojíždíme každý den do práce a na volnočasové aktivity nezbývá čas ani energie. Raději zajdu do přírody, do klidu. Pokud je však zajímavý koncert, tak výjimečně například do O2 arény v Praze.
3. Nejvíce sleduji internetové stránky města.

4. Město by mohlo obnovit budovy, které si to zaslouží. Například Okresní dům, kam by se přestěhovala knihovna, nebo mohl vzniknout společenský sál na svatby, koncerty, reprezentativní události, předávání vysvědčení apod.
Dále pak obnova areálu Benaru. Jedná se o zámček s parkem, kde by se mohl zřídit například minigolf.

respondent 19 let

1. Ano, jsem s kulturní nabídkou spokojena. Myslím, že se město snaží o širokospektrální nabídku pro všechny věkové skupiny.
Nejčastěji navštěvuji kino a koncerty na náměstí nebo v letním kině. Poslední dobou navštěvuji i food festivaly – Tuplák a Slaný na talíři.
2. Dojíždím jen občas do multikina v Praze (4x za rok)
Na Mělnické vinobraní nebo na koncerty českých i zahraničních skupin do Prahy.
3. Sleduji Slaný TV, čtu Slánskou radnici a sleduji facebookový profil města, kam přispívají zprávami o aktuálním dění.
4. Myslím si, že na 16tisícové město máme spoustu kulturního vyžití. Koná se zde spousta akcí po celý rok. Za zmínku stojí i bohatý program městského kina a divadla.

Odpovědi – Velvary:

respondent 50 let

1. Na místní podmínky se Velvary začínají v kulturních akcích zlepšovat. Spokojená ale úplně nejsem.
Schází mi zde kino a kulturní sál.
Nejčastěji navštěvuji akce muzea a ZUŠ Velvary.
2. Jezdíme do Kralup nad Vltavou do kina, na koncerty a plesy.
3. Sleduji internetové stránky města.
4. Co se týká velkých kulturních akcí, se Velvary neumějí spojit. Je zde mnoho spolků, ale hromadné kulturní akce (festivaly slavnosti) nejdou pořádat. Dle mého názoru chybí funkční kulturní komise, která by programovala a diskutovala se spolky. Propojovala jejich činnost a zároveň hlídala termíny akcí, aby se nepřekrývaly.

respondent 22 let

1. Myslím, že kulturní nabídka je úměrná velikosti našeho města. Hlavně pro menší děti se tu koná dostatek akcí. Pro větší děti a mládež je akcí už méně.
Z kulturní nabídky mi tu neschází nic. Mimo kulturu mi zde schází posilovna.
Nejčastěji navštěvuji základní uměleckou školu, do které chodím tančit.
2. Jelikož v našem městě není kino, cca 5x za rok navštívím kralupské nebo některé z pražských kin. Ve městě se nekonají žádné plesy, jelikož prozatím není ve Velvarech sál. Navštívím cca 4 plesy za rok v Kralupech.
3. Důležité informace mi sdělí místní rozhlas, případně navštívím webová stránka nebo stránku na Facebooku.
Jako zdroje informací je to dostačující. Ale na webových stránkách je složité vyhledávání konkrétní informace.
4. Přestože jsou v našem městě kulturní akce omezeně, což je i z důvodu velikosti našeho města, v posledních letech se situace zlepšila. Koná se promítání filmů, akce pro děti a další.

respondent 17 let

1. Jsem spokojena.
Schází mi zde výstavy. Ano, jednou za čas se zde pořádají, ale mně to přijde málo.
Nejčastěji a nejraději navštěvuji městskou knihovnu a ZUŠ.
2. Ano, nejčastěji do Prahy nebo Slaného do divadla, kina, na výstavy atd., minimálně třikrát měsíčně.
3. Kupuji si Velvarský zpravodaj, přijde mi, že jsou zde nejpodstatnější informace.
Také jednou za čas zabrousím na stránky města, ale to spíš výjimečně.
4. Já si myslím, že snaha Velvaráků udělat zde lepší místo je obdivuhodná, přece jen by se nejspíš někdy našlo lepší uplatnění investovaných peněz.