

### III. přednáška: Kultura a ekonomika (trh práce a satelitní účet)

-přednášky programované na dny 2. a 17.11.2011-

#### Kultura a ekonomika

Pro Českou republiku znamená vymezení sektoru *kultura* ve vztahu k ekonomice souhrn činností spadajících pod správu resortu kultury, tedy MK ČR:

- Oblast umění (kreativní činnost)
- Oblast knižní kultury a knihoven (včetně vydavatelské a nakladatelské činnosti)
- Oblast památkové péče
- Kulturního dědictví (muzea a galerie)
- Hromadné sdělovací prostředky a kinematografii
- Círky a náboženské společnosti
- Oblast autorského práva.

Z dat, které jsou k dispozici o tržbách a nákladech, odvozují Národní účty tyto výsledné veličiny:

- a) objem produkce
- b) hrubý domácí produkt
- c) hrubá přidaná hodnota.(HPH)

Aplikace standardních postupů kvantifikace ekonomického výkonu u tržních a netržních služeb je prováděna v sektoru kultury některými problémy. Především se ukazuje, že ekonomické přínosy některých aktivit nelze beze zbytku charakterizovat pomocí ekonomických veličin. Např. v oblastech, kde cena některých přínosů se může v průběhu času měnit v závislosti na celé řadě faktorů, které nemají jen ekonomický kontext ( například umělecká díla) a také proto, že přínos některých aktivit nelze vůbec kvantifikovat. Například vyhledávání, konzervaci a ochranu kulturního dědictví, nelze plně vyjádřit vynaloženými prostředky ani počtem návštěvníků nebo výší vybraného vstupného. Ekonomický přínos takové aktivity je pak třeba posuzovat jinak z hlediska současnosti a jinak z hlediska budoucnosti.

Je samozřejmé, že využívání peněžních ekonomických charakteristik v sektoru kultury má omezený význam, týká se to i zde použitého ukazatele „*hrubá přidaná hodnota*“. Jeho použití však umožňuje zejména:

- agregaci různých typů činností,
- poskytnutí podmínky pro komparaci sektoru s ekonomikou ČR
- měření dynamiky sektoru.

Největším problémem spojeným s využíváním existujících dat o kultuře v ČR, s jejich rozsahem a kvalitou, je určitá nekoordinovanost současné statistiky kultury s potřebami praxe. To se pak výrazně promítá do možností komplexních analýz. V kultuře jde zejména o možnosti:

- postihnout sektor kultury vhodnými globálními charakteristikami;
- stanovit v potřebných časových a prostorových dimenzích pozici sektoru kultury v rámci české ekonomiky a v mezinárodním kontextu;
- zhodnotit vhodnými ukazateli efektivnost vložených prostředků do kultury a vyjádřit tak slabá místa v činnosti jednotlivých oborů.
- popsat a kvantifikovat rozvojový potenciál oborů a možné dopady jeho vývoje na tvorbu pracovních míst a zaměstnanost.

Současný stav systému národních účtů sehrává jen velmi malou roli, protože sektor kultury nemá v tomto systému svůj satelitní účet a údaje o kultuře je třeba sestavovat z dílčích dat z jiných oblastí národních účtů v nedostatečném detailu a struktuře. Na satelitním účtu kultury se v současné době poměrně intenzivně pracuje.

#### Pozice sektoru kultury v rámci ekonomiky ČR

V červnu 2010 vydal Český statistický úřad přehled o počtu ekonomických subjektů podle klasifikace převažující činnosti a podle kategorií počtu zaměstnanců. Předmět našeho zájmu jsou položky 780-783 (Scénická umění, Podpůrné činnosti pro scénická umění, Umělecká tvorba, Provozování kulturních zařízení). V námi sledované oblasti působí 2586 ekonomických subjektů (právnických i fyzických osob) s tím, že u naprosté většiny těchto subjektů není uveden počet zaměstnanců. Kvantifikované údaje o trhu práce uvádíme na datech období 2003-2005.

Jedním z hlavních problémů sektoru jsou zvláštnosti (i vzácnosti) některých statků a služeb, které sektor kultury produkuje. Jedná se zejména o výsledky tvůrčí práce, jejichž hodnota, resp. cena, se může v průběhu času měnit (na příklad hodnota uměleckých děl), a to jak v kladném, tak záporném směru. Přínos některých dalších aktivit nelze vůbec kvantifikovat.

Zcela zvláštní problematiku tvoří vnější efekty činností sektoru kultury, projevující se tím, že kultura je nejen producentem, ale i odběratelem celé řady statků a služeb. V tomto smyslu je kultura svými aktivitami a poptávkou významným stimulačním prvkem dalších odvětví ekonomiky, neboť vstupuje do mnoha interakcí s ostatními odvětvími ekonomiky poptávkou po řadě výrobků a služeb. Přitom je nutno rozlišovat výrobky a služby, které nakupuje sektor kultura a současně je využívají i ostatní odvětví ekonomiky (například energie, běžné průmyslové výrobky, stavební práce, doprava) a výrobky a služby, které mají specifický charakter a jsou poptávány převážně nebo výhradně sektorem kultury. Jedná se zpravidla o výrobky a služby, které jsou atypické a případně vyžadují samostatný technologický vývoj. Mezi výrobky a služby, poptávané sektorem kultura, patří rovněž výrobky a služby, jejichž dodání vyžaduje návrat k původní řemeslné výrobě, případně se týká výroby uměleckých řemesel.

Je možno předpokládat podle kvalifikovaných odhadů, že uspokojení poptávky sektoru kultura pro výrobcích a službách vyvolává potřebu zhruba 73 tisíc pracovních míst v bezprostředně dodávajících odvětvích ekonomiky. Pokud bychom přihlíželi k řetězení poptávky přímo dodávajícího odvětví u dalších odvětví - u subdodavatelů, je nepochybné, že uvedený výpočet je možno považovat spíše za dolní hranici skutečného dopadu.

Na celkovém objemu produkce sektoru se HPH sektoru podílela 38%, mezispostřeba 62%. Objem mezispostřeba i počet pracovníků vyvolaných poptávkou sektoru svědčí o rozsáhlých vazbách sektoru kultura na další odvětví ekonomiky ČR.

Při analýze pozice sektoru kultura v ekonomice ČR (na základě informací z národních účtů a statistiky práce) lze definovat:

1. pozici sektoru kultura na trhu práce
2. podíl sektoru kultura na ekonomickém výkonu ekonomiky ČR

## **Trh práce**

### **Pozice sektoru kultura na trhu práce**

Vyjdeme-li z oficiálních statistických dat o zaměstnanosti v sektoru kultura a z dopadu aktivit sektoru na zaměstnanost v ostatních odvětvích české ekonomiky, dostaneme se k číslu 3,2 %, které vyjadřuje pozici sektoru kultura na českém trhu práce. Ukazuje se, že česká kultura svými aktivitami přispívá poměrně významně k celkové zaměstnanosti v ČR, a to jak počty vlastních zaměstnanců a externích spolupracovníků, tak svou poptávkou po výrobcích a službách, kdy uspokojení této poptávky vyžaduje využití dalších pracovních míst v ostatních odvětvích ekonomiky.

Celkový počet zaměstnanců sektoru (cca 75 000-80 000 osob v přepočtených stavech minulé dekády) se podílel na počtu zaměstnanců v ČR téměř dvěma procenty. Současně sektor využívá i externí spolupracovníky (cca 10 000 osob). Ti se podílejí na počtu tzv. sebezaměstnaných zhruba jedním procentem. Celý tento pracovní potenciál sektoru kultura (cca 85.500 osob v přepočtených stavech) se podílel na pracovním potenciálu republiky, představujícím celkovou zaměstnanost kolem 1,7%.

Uspokojení poptávky sektoru vyžaduje po výrobcích a službách v ostatních odvětvích dalších cca 73.000 pracovních míst, v řadě případů úzce specializovaných profesí a s vysokou kvalifikací. Z celkového pracovního potenciálu republiky je proto nutno vyčlenit dalších cca 1,5% pro uspokojení poptávky sektoru kultura .

Celková bilance pozice sektoru kultura na českém trhu práce, je tvořena jednak vlastním pracovním potenciálem sektoru, který se podílí na zaměstnanosti v ČR cca 1.7% a jednak zaměstnaností, která byla v jiných odvětvích vyvolána poptávkou sektoru po výrobcích a službách v rozsahu dalších 1,5 %. V souhrnu se tedy pracovní potenciál - spjatý s aktivitami sektoru kultura – podílí na celkové zaměstnanosti české ekonomiky 3,2%.

Obdobný vztah sektoru kultura lze zjistit i na základě údajů v nepřepočtených fyzických osobách. Z dat za uplynulé desetiletí je zřejmé, že ve vývoji počtu zaměstnanců i externistů nedošlo k významnějším změnám. Zaměstnanost v sektoru byla poměrně stabilní. Ke změnám dochází až na přelomu dekad a na čísla si budeme muset ještě počkat. Je evidentní, že na konci roku 2011 se začíná

dramatizovat. Přesto lze konstatovat, že dynamika počtu pracovníků sektoru kultury byla v uplynulé dekádě vyšší než v celé ekonomice ČR. Vývoj pracovního potenciálu v jednotlivých složkách sektoru byl však dost rozdílný. Rychleji, než byl průměr sektoru, se zvyšovaly počty pracovníků u *zpravodajských kanceláří a agentur* a rovněž u *vydavatelské činnosti* a činnosti *společenských organizací*. Naproti tomu poklesly počty pracovníků zejména u *výroby a distribuce filmů*, kde k prvnímu poklesu došlo již v roce 2004 (o 14%) a pokles pokračoval i po roce 2004. Viz souvislost s daňovými pobídkami pro zahraniční produkce.

Při hodnocení zaměstnanosti v sektoru kultury je ovšem třeba brát v úvahu, že značná část pracovního potenciálu podléhá režimu státního rozpočtu a zjištěné pohyby v počtech pracovníků jsou jen v omezené míře spjaty s faktory nabídky a poptávky.

V rámci sektoru kultura představuje pracovní potenciál tří oborů sektoru, a to obory *Vydavatelská činnost* (OKEČ 22.1), *Divadla, koncerty, tvůrčí umělecká činnost* (OKEČ 92.3) a *Činnost knihoven, muzeí, galerií, zooparků a botanických zahrad* (OKEČ 92.5), více jak 60% pracovníků sektoru a zaujímá tak v sektoru kultury dominantní místo.

Objem odměn za práci sektoru kultury se podílí na celkovém objemu odměn za práci v ekonomice ČR necelými dvěma procenty. Růst objemu odměn byl přitom o něco rychlejší než v hospodářství ČR jako celku.

Nejrychleji však rostly odměny za práci v oborech *Vydavatelství* a *Zpravodajské kanceláře a agentury*. Přitom u *Zpravodajských kanceláří a agentur* došlo k nejvyššímu nárůstu především mezi roky 2003 a 2004 (růst o 32%).

Struktura objemů vyplacených odměn je samozřejmě dána především rozdíly v počtech pracovníků v jednotlivých oborech. Proto také více jak polovina odměn za práci v sektoru kultura byla vyplacena v oborech: *Vydavatelská činnost* a *Činnost společenských organizací včetně církví*. Podíl těchto dvou oborů na počtu pracovníků je přitom o něco nižší (47,1%). Zhruba 17% bylo vyplaceno v oboru *Divadla, koncerty, tvůrčí umělecká činnost*, což je méně, než činí podíl tohoto oboru na pracovním potenciálu (21,8%).

Výše průměrné měsíční mzdy byla v sektoru v polovině dekády o 4.660 Kč vyšší, než je průměr za celou ČR. Ovlivňovala to zejména průměrná mzda v oborech *Zpravodajské kanceláře a agentury* (zhruba o 56% nad průměrem ČR) a *Výroba a vysílání programů rozhlasových a televizních programů* (24% na průměrem sektoru). V oboru „*Činnost knihoven, archivů, muzeí, zooparků a botanických zahrad*“ byla průměrná mzda nižší než byl průměr sektoru a byla dokonce výrazně (o více jak pětinu) nižší než je celorepublikový průměr. V ostatních složkách sektoru oscilovala výše průměrné mzdy okolo sektorového průměru.

#### **Struktura sektoru kultury dle jednotlivých oborů**

Pohled na vnitřní strukturu sektoru kultury ukazuje na vysokou míru vnitřní diferenciaci sektoru. Na objemu ekonomického výkonu se nejvíce podílel obor *Vydavatelství* (téměř 30% na objemu produkce) a obor *Tvorba a vysílání rozhlasových a televizních programů* (téměř 23% na objemu hrubé přidané hodnoty).

Naproti tomu na celkovém počtu pracovníků sektoru se nejvíce podílí obor *Společenské organizace, vč. církví*. Za převažující obor co do počtu pracovníků lze považovat i obor *Koncerty, divadla, tvůrčí umělecká činnost* (cca 22% pracovníků sektoru). Na dalším místě co do počtu pracovníků je *Vydavatelství* – cca pětina počtu pracovníků sektoru.

Na celkovém objemu odměn za práci se nejvíce podílejí obory: *Vydavatelství* (24%) a *Společenské organizace vč. církví* (27%). Podíl těchto dvou oborů na objemu odměn za práci v sektoru tvoří více jak polovinu.

S ohledem na rozdílnou dynamiku rozvoje jednotlivých oborů je třeba počítat s tím, že vnitřní diferenciaci sektoru se bude prohlubovat. Jednoznačná je zejména vysoká dynamika všech podstatných ekonomických ukazatelů u oboru *Tvorba a vysílání televizních programů*. Vysoká tempa ekonomického výkonu dosahují rovněž obory *Vydavatelství* a *Činnost zpravodajských kanceláří a agentur*. Porovnávání produktivity práce a průměrné měsíční mzdy pouze potvrzuje značné diference mezi jednotlivými obory. Při tom zcela výjimečně se od ostatních oborů vyděluje obor *Tvorba a vysílání televizních a rozhlasových programů*. Absolutní výše produktivity práce více jak 2,5x překračuje průměr sektoru. Vysoká je také produktivita práce u *Výroby a distribuce filmů*. I když v tomto oboru je ovlivněna také poklesem počtu pracovníků.

Rozdíly mezi obory dokreslují již zmíněné rozdíly v ukazateli průměrné měsíční mzdy, která je v oboru *Tvorba a vysílání televizních a rozhlasových programů* o téměř čtvrtinu vyšší než je sektorový průměr. Vyšší průměrnou mzdu než tento obor má obor *Zpravodajské kanceláře a agentury*, který však svým menším počtem pracovníků příliš neovlivňuje celkový průměr sektoru. Nejnižší průměrnou mzdu (kolem 65% sektorového průměru) měli pracovníci *knihoven, muzeí, archivů, zooparků a botanických zahrad*.

Poznatky získané z jednotlivých aspektů hodnocení pozice sektoru kultury v ekonomice ČR ukazují, že značná diferenciací všech ukazatelů vyjadřujících ekonomickou strukturu sektoru podstatně komplikuje odhady budoucího vývoje sektoru a současně prakticky vylučuje komparace s obdobnými ukazateli za jiné země.

Pokud abstrahujeme od oboru *Společenské organizace vč. církví*, jehož zařazení do sektoru není příliš adekvátní, lze sektor kultura rozdělit na dvě základní skupiny oborů, u nichž je zřejmé, že se od sebe liší jak absolutní výši hodnocených charakteristik i dynamikou těchto charakteristik, tak rovněž výší odchylek od průměru ČR i od průměru sektoru.

Jednoznačně specifickou je skupina oborů, které docilovaly výrazně vyšších hodnot většiny charakteristik i vyšších rozvojových parametrů. Tuto skupinu tvoří obory: *Vydavatelství, Tvorba a vysílání rozhlasových a televizních programů a Činnost zpravodajských kanceláří a agentur*. Ve své podstatě se jedná o skupinu činností, které v současné klasifikaci ekonomických činností (OKEČ), platné od 1.1.2008, byly od kultury odděleny a zařazeny do sekce „*Informační a komunikační činnosti*“. Rovněž se předpokládá, že do této sekce bude zahrnuta tvorba a distribuce filmů, jejíž vývoj v hodnocených letech lze charakterizovat jako kolísavý až zpomalující. Další vývoj tohoto oboru je zřejmě podmíněn do značné míry výší podpor z celospolečenských zdrojů a sponzorských darů.

Od výše uvedené skupiny činností se výrazně odlišují obory: *Divadla, koncerty, tvůrčí umělecká činnost a Knihovny, archivy, muzea, zooparky a botanické zahrady*. U těchto dvou oborů jsou hodnocené charakteristiky v absolutní výši zpravidla nižší než je průměr sektoru a jejich dynamika je pomalejší. Jejich odstup od první skupiny oborů se zvyšuje. Je tomu tak zřejmě z toho důvodu, že kvantifikace ekonomického přínosu těchto oborů je velice problematická. Pokud chceme usuzovat na budoucí rozvojové tendence této druhé skupiny, bude k tomu zapotřebí využívat i ukazatele, které sice plně nevystihují celkový přínos daných oborů, ale bezprostředněji vyjadřují poptávkové faktory. Kromě toho je třeba brát v úvahu, že některé aktivity těchto oborů nejsou určeny pro masového spotřebitele a přílišná komercializace, vedena například snahou o zvyšování vstupného může zájem spotřebitele – návštěvníka omezit. Při úvahách o rozvojovém potenciálu některých oborů kultury a při definování priorit kulturní politiky státu pro jednotlivé obory je nutné používat také jiná než ekonomická hlediska. Nadměrná orientace na komerční činnost, na zvyšování výnosů a snižování nákladů přináší těmto oborům značná rizika. Může totiž znamenat nejen snížení návštěvnosti, ale může vést i ke snížení počtu pracovníků, z nichž mnozí mohou mít specifickou odbornost prakticky nevyužitelnou v jiných odvětvích ekonomiky. Je nutno akceptovat skutečnost, že základním zdrojem financování těchto činností by měly být zdroje veřejných rozpočtů. Činnost těchto dvou oborů je do značné míry závislá na společenském uznání, což se může projevit ve výši dotací, grantů nebo sponzorských darů. Ocenění společenského významu se může projevit i ve výši mezd pracovníků kulturních institucí.

Po zavedení nové klasifikace ekonomických činností dochází k radikální změně ukazatelů, charakterizujících pozici sektoru kultura v ekonomice. Snižuje se podíl sekce kultura na počtu pracovníků, na objemu produkce a objemu hrubé přidané hodnoty. Zpomalí se dynamika produktivity práce a klesne absolutní výše i tempo růstu průměrných mezd. Z přepočtených údajů je patrné výrazné zhoršení pozice sekce kultura v ekonomice ČR ve všech hlavních charakteristikách. ***Podíl kultury na ekonomice ČR se snižuje, tempo růstu je pomalejší.***

Zhoršená pozice sekce kultura v ekonomice ČR, je ovlivněná i tím, že přínos řady jejích aktivit nelze adekvátně ekonomicky charakterizovat. A tato pozice by měla ve svých důsledcích vést tedy k vyšší podpoře ze společenských zdrojů.

#### **Sektor kultury dle regionů**

Sektor kultury je na území státu rozmístěn velmi diversifikovaně. Výroba filmů se soustřeďuje do několika center (Praha, Zlín), výroba televizních pořadů je rovněž koncentrována, a to zejména do Prahy, Brna a Ostravy. Divadla (stálé scény) jsou rozmístěna po celém území státu, převážně do

krajských měst. Muzea a galerie se nacházejí ve většině větších měst, zejména měst nad 10.000 obyvatel. Pouze pro knihovny platí (bez ohledu na velikost a význam), že jsou ve většině obcí. To ostatně platí i pro památkové objekty.

Nejvyšší podíl na celkové zaměstnanosti a také na tvorbě HPH má hl.m. Praha. Připadá na ni téměř polovina (46%) z celkové zaměstnanosti a více jak polovina (55,8%) vytvořené HPH. Vzhledem k významnému postavení Brna a Ostravy jako kulturních center rovněž nepřekvapuje, že za Prahou se řadí kraje Jihomoravský a Moravskoslezský (každý z nich cca 10% z celkové zaměstnanosti) a (cca 8% z vytvořené HPH). Je to ovlivněno jednak koncentrací oborů *Vydavatelství a Tvorba a vysílání televizních a rozhlasových programů* do Prahy, Brna a Ostravy a také tím, že jedná o centra, kam se soustřeďují i další kulturní aktivity.

Při posuzování regionální struktury sektoru vzniká otázka: proč kraje Karlovarský, Liberecký a Vysočina mají tak malé podíly na zaměstnanosti a ekonomickém výkonu sektoru kultury v ČR. Odpovědi je třeba hledat nejen ve velikosti kraje z hlediska počtu obyvatel, ale také ve zvláštích oborové struktura aktivit sektoru kultury na území těchto krajů. Při hodnocení regionální struktury sektoru kultury v kombinaci se strukturou jednotlivých kulturních oborů je možno konstatovat, že v uvedených krajích tvoří sektor kultury především činnosti spojené s pořádáním koncertů a divadel (téměř polovina HPH vytvořené sektorem na území daného kraje) a činnosti knihoven, muzeí, galerií a pod.(zhruba 30 – 40% HPH vytvořené sektorem v kraji). Podíl činnosti ostatních oborů sektoru je na území těchto krajů malý.

Všechny úvahy o úloze sektoru na regionálním trhu práce je zapotřebí začít zjištěním, že více jak 60% pracovníků sektoru kultury se nachází ve třech krajích, a to v hl.m. Praze, kde pracuje necelá polovina všech pracovníků sektoru a dále v krajích Jihomoravském a Moravskoslezském (s podíly na úrovni 10%). Rozložení počtu pracovníků sektoru do krajů se promítá do značné míry i do pozice sektoru na trhu práce v daném kraji. Kromě toho má na pozici sektoru vliv také rozměr celkové zaměstnanosti v kraji. Výslednicí těchto faktorů je značná diverzifikace váhy sektoru kultury na trzích práce v jednotlivých krajích. V největším počtu krajů (v 9 krajích) činí podíl sektoru na zaměstnanosti 1%-2% to znamená, že osciluje kolem podílu sektorové zaměstnanosti. V dalších čtyřech krajích je tento podíl malý – nižší než 1% (od 0,4 do 0,7%). Je samozřejmé, že od všech ostatních krajů se výrazně odchyľuje hl.m. Praha, ve kterém podíl sektoru kultury na celkové zaměstnanosti v Praze je vyšší než 6%.

Rozdílný vliv sektoru na ekonomický výkon (HPH) v jednotlivých krajích lze vysvětlit především různou skladbou jednotlivých oborů sektoru kultury v krajích a také rozdílným objemem jejich ekonomického výstupu. Z uvedených dat je zřejmé, že více jak polovina ekonomického výkonu sektoru kultury na území ČR (cca 55%) připadá na kulturní obory, které jsou umístěny na území hl.m. Prahy. Stejně tak se v objemu vytvořené přidané hodnoty vyděľují kraje Jihomoravský a Moravskoslezský, na které připadá dalších k 16%. Znamená to, že uvedené tři kraje se podílejí na ekonomickém výkonu sektoru více jak 70%. Přínos jednotlivých oborů sektoru kultury k tvorbě HPH v ostatních krajích je menší. Nejmenší podíl na celkovém ekonomickém výkonu sektoru má kultura v kraji Vysočina (0,4%). Vliv sektoru kultury na celkový ekonomický výstup jednotlivých krajů se od sebe liší, relativně malý je zejména v českých krajích. Podíly moravských krajů na HPH příslušných krajů jsou o něco vyšší, oscilují kolem celostátního průměru sektoru. Podíl ekonomického výkonu sektoru kultury na celkovém objemu HPH kraje představuje u 7 krajů méně než 1%. U dalších šesti krajů činí 1%-2%. Od všech ostatních krajů se liší pouze podíl sektoru kultury na HPH Prahy, který dosáhl 4%.

Kromě oborové skladby sektoru kultury v jednotlivých krajích a výše hrubé přidané hodnoty produkované v krajích sektorem má na ekonomickou pozici sektoru významný vliv také rozměr celkového objemu HPH vytvořené v rámci kraje. Výslednicí všech těchto faktorů je diverzifikace vlivu sektoru kultury na ekonomickém výkonu jednotlivých krajů. Významnou úlohu v územní diferenciaci sektoru sehrává výše podpory, kterou sektor kultury v kraji dostává jak ze státního rozpočtu, tak z regionálních zdrojů (kraje, města a pod.). Tato podpora hraje zvláště významnou úlohu u kulturních aktivit, které se bez podpory ze společenských zdrojů těžko objedou. Patří k nim zejména *Koncerty, divadla, tvůrčí umělecká činnost* a obor, který zahrnuje činnost knihoven, archivů, muzeí a dalších kulturních zařízení.

Souhrnný vliv sektoru kultury na trh práce a na ekonomický výstup v jednotlivých krajích odpovídá celkové pozici sektoru v ekonomice ČR. Je samozřejmé, že se jednotlivé kraje mezi sebou

liší výši vlivu sektoru na ekonomiku daného kraje. Příčinou regionální diferenciace vlivu kultury jsou v první řadě rozdíly v oborové skladbě sektoru, což je do značné míry odrazem historicky vzniklých podmínek. Vliv sektoru kultury na ekonomiku v jednotlivých krajích bude možno změnit jen dynamickým rozvojem kulturních aktivit a širší kooperací sektoru s dalšími odvětvími ekonomiky, například užší spoluprací s odvětvím cestovního ruchu.

Největší podíl na tvorbě celkové HPH regionu má sektor v hl.m. Praze (cca 4%). V ostatních krajích je tento podíl výrazně nižší (od 0,5% do 1,7%). Je to do značné míry dáno tím, že Praha má jinou oborovou strukturu kultury. Jsou v ní soustředěny obory vydavatelství a tvorba televizních a rozhlasových programů s vysokou produkcí hrubé přidané hodnoty. V ostatních krajích převládají obory, jejichž přínos je obtížné kvantifikovat a jejichž produkce hrubé přidané hodnoty je absolutně i relativně nižší. Přes pozitiva těchto trendů a zvyšování podílu sektoru na tvorbě HDP nelze jednoznačně potvrdit tezi uvedenou ve studii „*Ekonomika kultury v EU*“, zpracovanou pro Evropskou komisi (2006), ve které se uvádí, „*že kultura pohání hospodářský a společenský rozvoj a rovněž inovace a soudržnost*“. A dále, že „*kulturní a tvůrčí odvětví jsou rostoucím sektorem, který se rozvíjí rychlejším tempem než zbytek ekonomiky*“.

Při podrobnější verifikaci je třeba u nás vzít do úvahy, že vývoj sektoru kultury jako celku je významně ovlivňován hlavně nadprůměrnou dynamikou jen v několika vybraných oborech a ve velkých městech. Z hlediska oborové struktury jde hlavně o kulturní aktivity, které jsou realizovány na bázi obchodní činnosti, opírající se zpravidla o využívání moderních informačních a komunikačních technologií. Jejich sídla jsou soustředěna především v Praze a v několika dalších centrech (Brno, Ostrava). Průměrnou až podprůměrnou dynamikou outputů se vyznačovaly obory s typicky kulturní činností. Činnost těchto oborů je provozována s různou intenzitou na území všech krajů. Problémem této skupiny oborů je, že dynamika a to jak z pohledu zaměstnanosti, tak z pohledu ekonomického výkonu, je výrazně pomalejší než u první skupiny oborů. Rovněž indikátory intenzity (např. produktivity práce), jsou pod průměrem sektoru a také úroveň průměrných mezd je značně pod úrovní jak sektorového, tak celostátního průměru. V zájmu objektivnosti je třeba ovšem dodat, že se jedná převážně o kulturní obory, u kterých ani naturální ani hodnotové údaje plně nevystihují skutečný společenský i ekonomický přínos uvedených oborů pro společnost a kde rozsah aktivit je často bezprostředně spjat s rozsahem podpory z veřejných zdrojů.

Za omezující elementy lze považovat především:

- vývoj kupní síly obyvatelstva. Domácnosti vydávají na sport a kulturu v průměru okolo 10% ze svých příjmů. Přitom cenová i příjmová elasticita poptávky po kulturních aktivitách je velmi vysoká, výše poptávky po kultuře je značně nestabilní a reaguje poměrně bezprostředně na cenový vývoj nabízených kulturních služeb a především na změny cen spotřebního koše. Lze proto předpokládat, že očekávaný růst cen základních životních potřeb (potraviny, bydlení a energie) může do jisté míry poptávku po kultuře omezovat.
- růst cen základních vstupů – elektrické energie, tepla, vody, případně nájemného – bude pro kulturní instituce znamenat zvýšení nákladů. Jejich úhrada je možná zpravidla jen snížením ostatních nákladů instituce (včetně mzdových nákladů s následným snížením počtu pracovníků), nebo růstem požadavků na dotace ze státního nebo veřejných rozpočtů, případně zvýšením tržeb například úpravou vstupného směrem nahoru, spojenou s možným poklesem návštěvnosti.
- omezené možnosti státního a veřejných rozpočtů, nižší ochota sponzorů podporovat kulturní akce.

## **Satelitní účet kultury ČR za rok 2009 (pilotní projekt ČSU a NIPOS)**

Kultura patří již tradičně mezi odvětví, která jsou neprávem opomíjena a to zejména z pohledu alokace celospolečenských prostředků. Je tomu částečně tak i pro přetrvávající názor, že tato oblast společenského života je pouze příjemcem a nikoli tvůrcem zdrojů. Skutečnost je však jiná. Kultura je duchovním základem společnosti. Má nepopíratelný, byť těžko měřitelný přínos pro rozvoj osobnosti člověka, přispívá k jeho kultivaci, vzdělanosti, stimulaci tvořivosti a inovativních procesů. Je také bariérou sociálně patologických jevů ve společnosti. Řada

ekonomicky vyspělých zemí považuje za prokázané, že kultura přispívá k reprodukci pracovní síly, tedy k vyšší výkonnosti člověka.

Vytvoření tzv. znalostní společnosti je také jedním z aktuálních cílů Evropské Unie. Kulturní dědictví je mostem mezi minulostí a současností. Proto ať ve formě materiálního dědictví či nemateriálního odkazu předků má být zpřístupňováno, chráněno a rozvíjeno. Kultura je nezbytným předpokladem a podmínkou trvale udržitelného života. Dokumenty UNESCO (např. úmluva o kulturní rozmanitosti), Evropské Unie (např. tzv. Zelená kniha) obsahují tezi, že kulturní aktivity a statky mají nepominutelnou hodnotu bez ohledu na jejich ekonomický potenciál. Veřejné kulturní služby mají přitom řadu multiplikačních ekonomicky zhodnotitelných výsledků. Do kultury patří také tzv. kreativní a kulturní průmysly, které jsou dynamicky se rozvíjejícími odvětvími.

Velké nároky na kulturu klade proces globalizace usnadněný rozvojem informačních a komunikačních technologií a jejich přístupnosti. Na jedné straně vytváří příznivější podmínky pro intenzivní interakci různých kultur, jak na úrovni jednotlivých zemí, tak kontinentů, na straně druhé je potenciální hrozbou pro kulturní rozmanitost jako jednu z nepopíratelných hodnot současného světa.

Z ekonomického pohledu nelze nevidět, že kultura – ať už ve formě kulturního dědictví či kultury živé - vytváří nemalé stimuly pro rozvoj cestovního ruchu a dalších podnikatelských aktivit. Nezanedbatelné je také její postavení jako zaměstnavatele, přičemž jak konstatuje i studie EU „Ekonomika kultury v Evropě“ (2006), pracovní síla v tomto sektoru musí být flexibilní, mobilní a kvalifikovaná. Nezanedbatelné je rovněž postavení kultury jako a plátce či poplatníka daní.

Je nepochybné, že kultura má potenciál pro zvýšení konkurenceschopnosti ostatních oborů a činností. V této souvislosti **roste význam sledování a hodnocení ekonomického rozměru kultury**. Také proto **byl usnesením vlády ČR č. 1452 z roku 2008 o Státní kulturní politice na léta 2009 až 2014 zadán úkol týkající se vyhodnocování přínosů kultury včetně evaluace ekonomické**. Jednou z naznačených cest jeho plnění je vytvoření a využití tzv. satelitního účtu kultury ( dále také „účet kultury“). Cílem je mimo jiné identifikovat finanční zdroje kultury, analyzovat objem její produkce a změřit produktivitu, respektive efektivnost jednotlivých oborů kultury.

Netřeba zdůrazňovat, že otázka věrohodného vyjádření ekonomického významu kultury je velmi složitá. K jejímu řešení přistoupilo prozatím jen několik málo zemí ( např. Finsko a Španělsko). Již pouhé teoretické vymezení pojmu kultury (co vše ještě do ní patří popř. již nepatří) je spojeno s mnoha úskalími<sup>1</sup>. Kvantitativní postižení ekonomických jevů, které bývá obvykle založeno na účetních či statistických metodách, je nezbytně spjato s určitou institucionalizací předmětu zkoumání. Může s větší či menší přesností vypovídat o ekonomických veličinách dané kulturní instituce či organizace, popř. oboru či celého odvětví, nikoli však o takových jevech - spadajících taktéž pod pojem kultury – jakými jsou např. způsob života, zvyky a tradice nebo projevy kreativní činnosti lidí.

Jinými slovy to znamená, že **tak složitou** a ne právě snadno uchopitelnou **oblast** jakou je kultura **kvantitativním přístupem v celé šíři nepostihneme** a to ani s vynaložením veškerého představitelného úsilí. Je třeba se proto smířit se skutečností, že ekonomická data vyjadřující význam či váhu kultury v ekonomice nebudou – zejména z výše uvedených důvodů – zcela úplná. Naopak, jak dále zjistíme, může se nám snadno stát, že do kultury zahrneme i aktivity, které do ní nepatří ( dále jen aktivity „ne – kulturní“).

Další překážkou kvantifikace ekonomického rozměru kultury je skutečnost, že některé kulturní služby a statky je pro jejich jedinečnost nesnadné, či dokonce nemožné jednoznačně ocenit, popř. cena může být v závislosti na čase i jiných podmínkách značně proměnlivá. Lze také říci, že ne všechny kulturní instituce se chovají zcela v souladu s požadavky tržních vztahů. V této souvislosti je třeba se zmínit zejména o veřejných kulturních službách, které jsou oblastí dotovanou orgány veřejné správy a nespádají tak plně do sféry tržní ekonomiky.

### Vymezení sektoru kultury

Před vlastním zjišťováním a hodnocením ekonomického rozměru kultury je nutné jasně určit rozsah a strukturu objektu, který je předmětem zájmu. Nejdříve je třeba **odlišit jeho vymezení z**

**pohledu věcného od vymezení průřezového charakteru vycházejícího z účelu resp. funkce a z průběhu času.** V prvním případě lze hovořit o jednotlivých oblastech, odvětvích či sférách kultury a ve druhém o tzv. kulturním cyklu.

V souladu s dostupnými mezinárodními dokumenty (UNESCO, OECD, EUROSTAT) rozlišujeme tyto **kulturní oblasti či odvětví** označené „ O 11 – O 17“ (s uvedením CZ -NACE) :

- kulturní dědictví - O.11 (91.02, 03)
- interpretační umění - O.12 (90.01, 02, 04, 59.20)
- vizuální umění a řemesla - O.13 (90.03, 74.20, sekce C)
- knihy a tisk - O.14 (91.01, 58.11, 13, 14, 19, 47.61, 62. 63.91, 90.03)
- audiovizuální a interaktivní média - O.15 (58.21, 59.11, 12, 13, 14, 60.10, 20, 47.63)
- design a kreativní služby - O.16 ( 71.11, 73.11, 74.10)
- provoz a správa - O.17 ( 94.99.2, 84.11, 12)

Z praktických důvodů souvisejících s problémy se získáním a členěním potřebných dat je nutné výše uvedené oblasti doplnit o další blíže neurčenou oblast či oblasti, kterou budeme nazývat „neznámá oblast“.

Vedle výše zmíněných hlavních oblastí, které lze značit za **typické nebo charakteristické** se někdy uvádí tzv. **příbuzné (související)** oblasti, mezi něž patří cestovní ruch a některá odvětví průmyslu (např. tisk, výroba fotografických přístrojů, hudebních nástrojů apod.). Je třeba si uvědomit, že teoretické vymezení kultury jako takové přesahuje resort kultury (jeho administrativní vymezení), tak jak jej v našich podmínkách známe.

Oblasti dle výše uvedeného členění je možné seskupit **do čtyř základních kulturních sfér**, každá z nich odráží rozhodující příbuzné rysy několika oblastí. Za takovou skupinu příbuzných oblastí lze označit sféru **kulturního (hmotného a nehmotného) dědictví** kam patří např. památky a muzea, dále sféru **živé originální umělecké tvorby** (např. interpretační a výtvarné umění, umělecká řemesla, design, reklama) a sféru **kulturních medií** (např. film, televize, rozhlas, vydávání software, knihy a tisk). Čtvrtou sféru – ač ne zcela kulturní - by mohly tvořit **správní (režijní) činnosti**, které jsou i s kulturou – jako s každou jinou oblastí lidských aktivit - neoddělitelně spojeny.

V rámci jednotlivých oblastí či sfér rozeznáváme kulturní činnosti (přestavují či zprostředkovávají kulturní projevy) jako např. činnost muzeí a galerií a dále kulturní služby či statky (např. konzervace a archivace v rámci muzeí či originály zvukových nahrávek). **Nositele** uvedených **kulturních činností** popř. služeb či statků lze také souhrnně **označit za poskytovatele** kulturních statků a služeb (dále také „poskytovatele“). Mezi ně patří např. muzea, knihovny, divadla, kina, rozhlas či televize. Nutno dodat, že jejich výčet je do značné míry dán pragmatickými důvody spočívajícími v dosažitelnosti statistických dat cestou statistických zjišťování. Jinými slovy řečeno to znamená, že data o některých významných kulturních aktivitách (např. designu a kreativních službách, činnosti spisovatelů, malířů či sochařů apod.) v současné době nejsou, popř. z velké části jsou k dispozici.

V souladu se zaměřením prováděných statistických šetření v kultuře ( KULT) přiřazujeme stávající **institucionálně vymezené poskytovatele** (respondenty šetření) **k obsahově vymezeným kulturním oblastem** (odvětvím) tj. O 11 – O 17, takto :

- historická památka - (O.11)
- muzeum a galerie - (O.11)
- archiv - (O.14)
- divadlo - ( O.12)
- koncertní sál - ( O.12)
- výstavní sál - (O.13)
- knihovna - (O.14)
- nakladatelství/vydavatelství - (O.14)
- výrobci a distributoři audiovizuálních děl - (O.15)
- rozhlas - (O.15)
- televize - (O.15)
- ostatní poskytovatelé - ( O.12, 13,15,17)

Jak je z uvedeného členění patrné, ve velmi významné oblasti designu a kreativních služeb – O.16 (specializované návrhářské činnosti, architektonické činnosti a reklamní agentury) a provozu



a správy – O.17 (správa a řízení resortu kultury a ochrana autorských práv) se zatím žádný jednoznačně vymezený poskytovatel - z důvodu nedostatku odpovídajících dat získávaných šetřením KULT – nenachází. O oblasti provozu a správy to však zcela neplatí, některé údaje o institucích řízení resortu i ochrany autorských práv jsou k dispozici. Obvykle je rozsah kulturních oblastí širší než by odpovídalo významu poskytovatelů, kteří do nich jsou zařazeni. Poskytovatele jsou tak svým způsobem vybranými (statisticky sledovanými) reprezentanty jednotlivých oblastí a sfér (skupin oblastí).

Za údaje o ostatních poskytovatelích se považují zjišťovaná data o kulturní, vzdělávací a zájmové činnosti v těch kulturních oblastech, které nelze jednoznačně přiřadit k předcházejícím poskytovatelům (např. kulturní domy, hvězdárny a planetária).

Z podobných důvodů jako v případě oblastí – tj. nemožnosti věrohodného rozčlenění souhrnných dat - je dále nutné předpokládat i tzv. „neznámého poskytovatele“. V této souvislosti je patrné, že **postupné snižování významu (váhy) dat uvedených za neznámou oblast či neznámého poskytovatele v relaci k celkovým údajům za kulturu by mělo být projevem zdokonalování účtu kultury jako takového.**

Jak je z výše uvedeného zřejmé, členění poskytovatelů kulturních služeb, které je do značné míry ovlivněno možnostmi získání potřebných dat za danou sféru kulturních aktivit, se bude se změnami ve statistickém zjišťování s časem měnit (v budoucnu mohou být statisticky sledování další poskytovatelé kulturních služeb jako např. kina).

Níže uvedená tabulka schematicky znázorňuje výše popsané členění kultury do kulturních sfér, oblastí a na jednotlivé poskytovatele.

SFÉRY	OBLASTI	POSKYTOVATELÉ
KULTURNÍ DĚDICTVÍ	HMOTNÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ	Historické památky Muzea a galerie Archeologická naleziště Architektura
	NEHMOTNÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ	Není definováno
ŽIVÁ ORIGINALNÍ UMĚLECKÁ TVORBA	INTERPRETAČNÍ UMĚNÍ	Divadla Festivaly Hudební soubory Pořizování hudebních nahrávek a jejich vydávání
	VIZUÁLNÍ UMĚNÍ A ŘEMESLA	Výtvarní umělci Fotografické činnosti Umělecká řemesla
	DESIGN A KREATIVNÍ SLUŽBY	Návrhářské činnosti Poradenské architektonické činnosti Reklamní agentury
KULTURNÍ MEDIA	KNIHY A TISK	Knihovny Veřejné archivy Zpravodajské tiskové agentury Vydavatelé, Spisovatelé
	AUDIOVIZUÁLNÍ A INTERAKTIVNÍ MEDIA	Vydávání herního software Produkce filmů, videozáznamů a TV pořadů Distribuce filmů, videozáznamů a TV pořadů Kina

		Rozhlas Televize
<b>SPRÁVNÍ ČINNOSTI V KULTUŘE</b>	SPRÁVA PROVÁDĚNÁ VEŘENÝM SEKTOREM	Ministerstvo kultury Ostatní veřejné organizace spravující kult
	OCHRANA AUTORSKÝCH PRÁV	Organizace ochrany autorských práv

K tomuto **členění** je nutno dodat, že zatím **není zcela ustálené** a v mezinárodním měřítku jednotné. Je např. otázkou, zda by archivy či knihovny neměly být zařazeny do oblasti kulturního dědictví, podobný problém je i s architekturou. **Do budoucna lze v tomto směru očekávat změny**, které ovlivní i členění tabulek kulturního účtu.

V souvislosti s vymezením kultury z pohledu účelu či času hovoříme o druhém rozměru kultury - **kulturním cyklu**. Ten představuje souhrn fází či etap členících kulturu (resp. její oblasti) na tvorbu či produkci, uchovávání hodnot, šíření kulturních služeb a statků, obchod s nimi, vzdělávání a spotřebu kulturní produkce. Průřezový charakter pojetí kulturního cyklu svým způsobem sektor kultury jako takový překračuje a zasahuje také do jiných odvětví či sfér lidských aktivit (např. vzdělávání, obchod).

Co se týče faktoru času, lze mezi kulturním cyklem a kulturními sférami (skupinami oblastí) nalézt určité styčné body. Zatímco cyklus lze připodobnit k momentálnímu řezu právě probíhajícími kulturními aktivitami, tak sféry člení kulturu z dlouhodobého pohledu. S určitou mírou zobecnění lze říci, že kulturní dědictví vychází z minulosti, živá tvorba produkující kulturní služby a statky spotřebovované v daném čase a na daném místě se váže na přítomnost a média rozšiřující zmíněné služby a statky směřují do budoucnosti.

Všechny **čtyři sféry zároveň představují základní etapy kulturního cyklu** (uchovávání kulturních hodnot, jejich tvorba, šíření kulturních služeb a statků a související správní činnosti).

Z výše uvedeného členění kultury je patrné, že **relativně snadněji lze získat ekonomická data za kulturní oblasti** (činnosti, služby popř. statky), než za jednotlivé etapy kulturního cyklu. Kulturní instituce (poskytovatele), které jsou zejména zdrojem potřebných statistických údajů k sestavení kulturního účtu, bývají konstituovány spíše na principu obsahovém tj. kulturní oblasti popř. činnosti nebo služby (např. divadlo, knihovna či kino), než na principu účelově funkčním či průběhu času. Ekonomická data o fázích kulturního cyklu by bylo možné získat snad jen v případě důsledného uplatňování hospodářských středisek v kulturních institucích, což je možnost spíše teoretická.

Východiskem by snad mohlo být – alespoň přibližné - rozčlenění celého sektoru podle jednotlivých etap kulturního cyklu (tj. na instituce představující uchování kulturních hodnot, jejich tvorbu, šíření, obchod a vzdělávání). Celkové výsledky odvozené ze získaných dat s využitím jednoho (obsahového) či druhého (funkčního) přístupu by se v zásadě měly rovnat.

Spolu s předcházejícími přístupy (věcný a časový) přichází však k úvahu i **další (třetí) rozměr sektoru kultury, který vychází ze stupně participace** na (v) kultuře. Od pasivní účasti (např. nákupem lístků do kina či muzea), přes zajištění opakované pasivní účasti či neomezené reprodukce originálu (např. nákupem knihy, televize či nahrávacího zařízení) až po aktivní participaci ať už na amatérské či profesionální úrovni (např. činnost spisovatele, herce, zpěváka apod.), ta však už nepředstavuje stranu poptávky, ale nabídky kultury.

Samozřejmě, **započtení dat odpovídajících různým úrovním participace vede k různým výsledkům** resp. představám o rozsahu kulturních výdajů apod. V praxi to přináší otázku, zda brát v úvahu jen „čistou spotřebu“ kulturních služeb a statků (originálů) poskytovaných stěžejními sférami sektoru kultury tj. v rámci kulturního dědictví či živé umělecké tvorby, či také výsledky souvisejícího odvětví maloobchodu se zbožím kulturního charakteru (šíření kulturních služeb a statků). Pokud bychom pokračovali v tomto směru úvah ještě dále, došli bychom k daleko širšímu pojetí, které by zahrnovalo i některá průmyslová odvětví (výroba hudebních nástrojů, fotografických přístrojů, audiovizuální techniky apod.).

Úroveň výdajů na kulturu si tak lze představit resp. odvodit ze soustavy soustředných kruhů z nichž ten vnitřní představuje sdílení originálních kulturních statků a služeb, další vytvoření

podmínek opakované (časově neurčité) pasivní (popř. i aktivní) účasti na kultuře (zahrnuje i maloobchod) a konečně vnější kruh výrobu prostředků k zajištění uvedené opakované pasivní účasti na kultuře (zahrnuje i průmysl) - viz níže uvedené grafické znázornění.

V tomto směru **je namístě přijmout určitý pragmatický pohled** vycházející - mimo jiné - z disponibilních dat na straně jedné a z ohraničení hospodářských odvětví (kultura, maloobchod, průmysl) na straně druhé. V rámci výdajů domácností na kulturu – jako jednoho ze základních finančních zdrojů kultury - **bude** proto v dalším textu **uvažováno zejména s užším pojetím pasivní participace (s výjimkou nákupu knih a tisku).**

Samozřejmě, nemalý význam mají i jiná členění kulturního sektoru. Evropská Komise člení kulturu v zásadě na **kulturní sektor a kreativní sektor**. Prvý tvoří **oblast tradičního umění** (výtvarné a interpretační umění, kulturní dědictví) a **oblast kulturních průmyslů** (film a video, televize a rozhlas, videohry, hudba, knihy a tisk), druhý – kreativní sektor tvoří **oblast kreativních průmyslů** (design, architektura a reklamní průmysl) a oblast příbuzných odvětví (výroba PC, přehrávačů apod.). Jak dále uvidíme, **toto členění má mimo jiné nemalý význam z pohledu uplatňování tržních vztahů v kultuře** a v této souvislosti rozdílných ekonomických výsledků kulturních oblastí.

### **Základní principy účtu kultury**

**Klíčovou otázkou**, na kterou by měl účet kultury dát odpověď, je **objem, původ a konečné určení zdrojů**, které jsou kultuře věnovány. Účet přitom využívá vícerozměrné členění použitých finančních prostředků (resp. přijatých příjmů či výnosů a vynaložených výdajů či nákladů).

Těmito rozměry jsou :

- oblasti (sféry) kultury
- poskytovatelé kulturních služeb a statků
- zdroje financování kultury

Kombinací zmíněných rozměrů lze získat maticově uspořádané tabulky, které jsou - spolu s tabulkou pro propočet či lépe vyjádřeno odhad makroekonomických ukazatelů v kultuře – hlavním výstupem kulturního účtu

Zmíněné tabulky zachycují :

- zdroje financování kultury v členění podle kulturních odvětví (sfér)
- zdroje financování kultury v členění podle poskytovatelů kulturních služeb
- zdroje financování kultury podle kulturních odvětví a poskytovatelů kulturních služeb

Kultura je financována z těchto zdrojů:

- veřejné zdroje (stát a veřejné instituce poskytující prostředky přímou formou či nepřímou tj. daňovými úlevami apod.) – S 13 (dle European System of Accounts 1995, dále jen „ESA 1995“).
- soukromé zdroje (domácnosti, tržní nefinanční a finanční subjekty) – S 14 (vyjma S141 + 142), S 11 a S12.
- zdroje neziskových organizací – S 15.
- mezinárodní instituce (ostatní svět) - S 2.

Výše uvedené členění zdrojů v zásadě vychází z dělení ekonomiky do tzv. institucionálních sektorů (viz ESA 1995). Z logiky ekonomické činnosti resp. tvorby bohatství však vyplývá, že originálními zdroji jsou pouze ty, které vycházejí z rozdělení přidané hodnoty na práci a kapitál (domácnosti, tržní subjekty, vlastníci) a dále z mezinárodního (externího) prostředí.

Pohyb finančních prostředků mající podobu příjmů či výdajů zdrojů se v rámci kulturního účtu zachycuje v tzv. domácím (nikoli národním) pojetí, tj. včetně nerezidentů v tuzemsku a bez rezidentů v zahraničí. Z toho je zřejmé, že např. výdaje domácností na kulturu jsou ovlivněny i rozsahem cestovního ruchu (výdaji uskutečněnými zahraničními návštěvníky).

Tabulky ukazují původ a umístění finančních zdrojů podle kulturních oblastí a poskytovatelů. S problematikou zdrojů financování souvisejí významné otázky úrovně hospodaření s dostupnými zdroji a podílu kultury na celkovém výkonu naší ekonomiky. Další tabulky účtu proto zahrnují informace o hospodaření kulturních institucí (poskytovatelů služeb) a dále makroekonomický pohled na tvorbu hrubé přidané hodnoty v kultuře.

Množství živé a zvěcnělé práce zachycují tabulky týkající se zaměstnanosti, výše prostředků vynakládaných na mzdy a na investice. Tato data jsou však v porovnání s předcházejícími údaji o zdrojích mnohem méně komplexní.

Konečně poslední odrážejí naturální ukazatele činnosti vybraných kulturních institucí.

Nutno dodat, že **kulturní účet se v současné době nachází v raném stádiu svého vývoje**. S ohledem na nemalé problémy s disponibilními údaji (souvisejícími v nemalé míře se strukturou používaných statistických klasifikací neodpovídající členění kultury) a neujasněným věcným vymezením kulturního sektoru se předpokládá jeho postupné zdokonalování. Mělo by se to týkat jak otázky zpřesňování výsledků, tak i zahrnutí dalších - zatím nepostižených - stránek ekonomiky kultury, které by měl účet obsahovat (dovoz a vývoz, uplatnění stálých cen atd.).

Skutečnost, že se daný účet sestavuje po prve a tudíž **není k dispozici odpovídající časová řada údajů, omezuje samozřejmě možnosti hodnocení zjištěných dat z pohledu času**. Data roku 2009 se stanou základem nově vznikající časové řady, žel nutno přiznat, že s ohledem na zmiňované potíže týkající se potřebných informací nebude tento základ právě nejlepší.

### Zdroje dat

K sestavení účtu kultury se **využívají různorodá data z administrativní zdrojů i ze statistických zjišťování**. Do první skupiny patří v první řadě údaje z veřejných rozpočtů (státní rozpočet a místní rozpočty), které jsou získávány od MF ČR. Také sem patří dostupné údaje na internetu obsahující ekonomická data o některých poskytovatelích kulturních služeb.

Druhou skupinu tvoří zejména data získaná šetřením v domácnostech (cestou tzv. rodinných účtů) a dále statistickým zjišťováním přímo u kulturních institucí (pod označením KULT, popř. KULT-MK). Šetření v domácnostech provádí ČSÚ, který šetří také držitele licencí rozhlasového a televizního vysílání. Data od naprosté většiny dalších kulturních institucí (poskytovatelů) sbírá pomocí výše zmíněného šetření (KULT-MK) NIPOS. Některá data (zejména o zpravodajských agenturách, činnosti architektů, fotografické činnosti a činnosti reklamních agentur atd.) byla získána v rámci šetření tzv. podnikové statistiky ČSÚ.

Využívají se však také různé doplňkové zdroje informací. Údaje o zaměstnanosti a mzdách jsou částečně k dispozici z výběrového šetření pracovních sil a ze statistiky práce a mezd. Obě zjišťování provádí ČSÚ, který také dodává makroekonomická data z národního účetnictví (zejména ve formě matice dodávek a užití).

Údaje o archivech má k dispozici MV ČR, některé informace o kinech Unie filmových distributorů atd.

Jednou věcí je získat data (velmi často ne zcela úplná a „čistá“, popř. v jiném než potřebném členění) a druhou získat je v potřebném či přijatelném časovém termínu. Data o veřejných výdajích jsou k dispozici zhruba pět měsíců, údaje o výdajích domácnosti osm a o neziskových institucích až dvanáct měsíců po referenčním období. Podobné to je s dopočtenými údaji sbíranými od kulturních institucí (poskytovatelů). Nejpozději jsou dosažitelná data ze systému národního účetnictví (více než rok po referenčním období).

Samozřejmě, nemalé **rozdíly jsou i v kvalitě informací**. Vysokou věrohodnost lze předpokládat u dat týkajících se veřejných výdajů na kulturu, která vycházejí z čerpání státního rozpočtu. Problematictější v tomto směru jsou všechny údaje zjištěné statistickým šetřením, ať už v domácnostech (rodinné účty), tak zejména specializovanými šetřeními v kulturních institucích (výběrová statistická šetření KULT prováděná NIPOS a ČSÚ) a dalšími šetřeními ČSÚ v podnicích. Kvalita těchto dat je ovlivněna všemi problematickými okolnostmi počínaje úplností základního souboru respondentů, metodami sestavení výběrového souboru, mírou neodpovědí, úrovní dopočtů apod.

V rámci řešení úlohy založené na různorodých zdrojích informací se lze ztěžii vyhnout rozhodnutí o tom, která data – v případě kontradikce – lze považovat za spolehlivější a prvořadá a která za méně významná či odvozená. V souvislosti s účtem kultury by do první skupiny měla patřit bezesporu data o veřejných výdajích na kulturu vycházející z čerpání státního rozpočtu. Mezi dalšími datovými zdroji by měl také náležet jistý stupeň preference údajům ze systému národního účetnictví, které procházejí řadou bilančních úprav a navíc „zapadají do mozaiky“ makroekonomických ukazatelů sestavovaných dle detailně propracovaných pravidel v souladu s jednotnou mezinárodní metodikou (např. upravená data ze šetření rodinných účtů).

Z postupu použitého v této analýze je patrné, že data z administrativních zdrojů a ze statistických šetření prováděných přímo v kultuře nepostačují k vyjádření celého rozsahu tohoto sektoru. Je nezbytné doplnit je o výsledky jiných, tzv. podnikových zjišťování, z nichž je nezbytné data o kultuře s větší či menší přesností (s ohledem na agregované pojetí klasifikací) vyčlenit (viz rozdíl v produkci sektoru kultury dle části 2. a 3. této analýzy).

## **Zdroje financování kultury v roce 2009**

### **Veřejné výdaje na kulturu**

Přímé veřejné výdaje na kulturu v roce 2009 dosáhly bezmála výše 28,3 mld. Kč (ze), což je zhruba 24,1 % celkových zdrojů financování kultury. Tato částka představuje konsolidované provozní a investiční výdaje organizačních složek státu, územních samosprávních celků a státních mimorozpočtových fondů (kultury a pro podporu a rozvoj české kinematografie) na bázi pokladního plnění.

Nepřímou pomoc státu kultuře je takřka nemožné kvantifikovat, mimo jiné i proto, že její část může přicházet i prostřednictvím výdajů domácností či podniků (snížení základu daně v případě daru kulturní instituci).

Na druhé straně dle zjištěných údajů sektor kultury uhradil na daních a poplatcích zpět do státního rozpočtu více než 1 mld. Kč.

Z celkové výše veřejných výdajů bylo více než 19,3 mld. Kč (68,3 %) určeno na provozní účely a necelých 9 mld. Kč (31,7 %) na investice. Z pohledu úrovně veřejných zdrojů (stupňů vlády) bylo nejvíce prostředků na kulturu věnováno z obecních a městských rozpočtů (téměř 17,5 mld. Kč; z toho třetina na investice), dále ze státního rozpočtu vč. státního fondu kultury a fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie (8,2 mld. Kč; z toho necelých 32 % na investice) a konečně z rozpočtu na regionální úrovni do kultury směřovalo 2,6 mld. Kč, z toho bylo určeno 17 % prostředků na investice.

Lze říci, že základní proud pohybu veřejných finančních zdrojů do kultury směřoval z obecních rozpočtů do provozu oblastí kulturního dědictví a interpretačního umění.

Co se týče rozdělení prostředků do jednotlivých kulturních sfér a oblastí, více než 43 % jich bylo použito v kulturním dědictví, v živém umění 24 % a konečně ve sféře kulturních médií necelých 5 %. Významnou část zdrojů (více než čtvrtinu) nebylo možné ani podle odpovídajících paragrafů státního rozpočtu jednoznačně přiřadit ke konkrétní kulturní oblasti a proto je uvedena v položce „neznámá oblast“.

Týká se to zejména činností vztahujících se ke kultuře jako celku (výzkum a vývoj, zájmová činnost, ostatní záležitosti kultury). Méně významná část veřejných prostředků (v rozsahu 1,3 %) byla směřována do oblasti provozu a správy, kam patří orgány státní správy v oblasti kultury a instituce provádějící ochranu autorských práv.

Z pohledu členění na provozní a investiční sféru hospodaření byly poměrně vyšší částky investičních výdajů z veřejných prostředků vynaloženy v kulturním dědictví (zdroj státní rozpočet) a v oblasti vizuálního umění a řemesla (zdroj obecní a městské rozpočty).

Navzdory výše zmíněnému relativnímu nedostatku vhodných informací k sestavení kulturního účtu se některé z jejich zdrojů vyskytují duplicitně. Na jedné straně je nespornou výhodou takové situace možné ověření a doplnění chybějících informací a na straně druhé jsme vystaveni problému vysvětlení rozporných údajů a rozhodnutí o preferenci či potlačení méně věrohodných dat.

Takovým duplicitním zdrojem informací o veřejných výdajích na kulturu jsou statistická zjišťování zaměřená přímo na kulturní instituce (resp. jejich kulturní aktivity) prováděná ČSÚ (rozhlasové a televizní vysílání) a NIPOS (ostatní poskytovatele). Tab.č.2 uvedená v příloze obsahuje v prvních čtyřech sloupcích údaje o veřejných výdajích zjištěných formou provozních či investičních příspěvků a dotací z veřejných rozpočtů a údaje vycházející z šetření v domácnostech. Další sloupce tabulky obsahují data ze zmíněných specializovaných šetření v kulturních institucích (KULT) a šetření v neziskových institucích (NI).

Z dopočtených dat uvedených šetření KULT a NI (na celý základní soubor respondentů) je patrné, že veřejné výdaje do kultury (bez tzv. neznámého poskytovatele) v roce 2009 dosáhly částky 17,7 mld. Kč, což je o 10,6 mld. Kč (37,5 %) méně než udává údaj o čerpání veřejných rozpočtů (viz. tab. č.1). Částka veřejných výdajů nerozdělených podle poskytovatelů je o 3,7 mld. (

55 %) vyšší, než tomu je v případě částky veřejných výdajů nerozdělených do kulturních oblastí. S ohledem na výše uvedený předpoklad preference administrativního zdroje dat MF, je rozdíl (v podobě vyrovnávací položky) přisouzen tzv. neznámému poskytovateli. Obtížněji lze příslušným poskytovatelům přiřadit zejména veřejné výdaje z obecních a regionálních rozpočtů (místní vládní instituce). V případě těchto veřejných výdajů připadá na neznámého poskytovatele více než 46 % z celkových výdajů, což svědčí o velmi vysokém podílu neidentifikovatelných výdajů. V položce výdajů ústředních vládních institucí je situace příznivější, na neznámého poskytovatele připadá zhruba 15 % veřejných výdajů, což je dokonce méně než na neznámou oblast (16 %) v tab.č.1 sestavené z administrativních dat. Svědčí to zřejmě o skutečnosti snazšího přiřazení centrálně financovaných průřezových aktivit v souladu s institucionálním pojetím (poskytovatele) v porovnání s členěním dle věcného obsahu (kulturní oblastí).

Přes doplňkový charakter údajů o veřejných výdajích zjištěných statistickým šetřením v kulturních institucích a výše uvedený celkově nižší rozsah jejich přiřazení konkrétním poskytovatelům mají tato data pro svou adresnost nemalý význam. S jejich pomocí můžeme sledovat a popř. i hodnotit rozsah veřejných výdajů v jednotlivých kulturních oblastech s přesností až na jednotlivé institucionální jednotky.

Tak např. v rámci kulturního dědictví lze z tab. č.2 vyčíst, že zhruba 17 % veřejných výdajů připadá na úhradu výdajů historických památek a 83% na úhradu výdajů muzeí a galerií. V případě historických památek pochází – v porovnání s muzei a galeriemi – relativně vyšší podíl veřejných výdajů od ústředních vládních institucí. Lze říci, že **administrativní data vypovídají více o celkovém rozsahu veřejných výdajů** (dle oblastí či sfér) **a data ze statistických šetření v kulturních institucích více o jejich struktuře** (dle poskytovatelů).

**Úroveň přiřazení veřejných výdajů** ke kulturním oblastem či k poskytovatelům je dosti významným indikátorem. **Čím je vyšší, tím jemněji můžeme strukturovat získaná data, méně využívat různých odhadů**, snadněji formulovat a uplatňovat kontrolní vazby, lépe zjištěné údaje analyticky využít **a v konečném výsledku tak disponovat věrohodnějšími informacemi**. Ovlivňuje ji nejen hloubka členění příslušných klasifikací (COFOG, COICOP, NACE), ale i vhodný výběr poskytovatelů kulturních služeb a statků popř. i kulturních oblastí a samozřejmě zdroj zjištěných dat (administrativní, šetření v domácnostech či v kulturních institucích).

Strukturu zdrojů a stupeň jejich obsahové (oblasti) a institucionální (poskytovatele) identifikace ukazuje níže uvedená tabulka.

Zdroje financování kultury	Ústřední vládní instituce	Místní vládní instituce	Výdaje domácností	Nefin. a finanční podniky	Nevládní neziskové instituce	Ostatní svět	CELKEM
Podíl prostředků přiřazených do kulturních oblastí v %	83,9	72,6	98,4	94,4	100,0	92,4	92,1
Podíl prostřed. přiřaz. k poskytovatelům v %	85,4	53,5	56,5	100,0	99,9	100,0	72,4
Celkové prostředky v mil. Kč.	8 162	20 127	50 169	30 101	8 653	284	117 496
Procentní podíl jednotliv. zdrojů financování	7,0	17,1	42,7	25,6	7,4	0,2	100,0

Jak je zřejmé, největší problémy jsou s přiřazením finančních prostředků směřujících od místních vládních institucí a domácností k poskytovatelům. Naopak není problém s daty zjištěnými u jednotlivých poskytovatelů či neziskových institucí (o prostředcích nepocházejících z veřejných rozpočtů či od domácností).

Pokud bychom hodnotili **podíl veřejných výdajů na kulturu na celkových konsolidovaných výdajích veřejných rozpočtů, ten v roce 2009 dosáhl 1,73 %**. Z časové řady dat o veřejných

výdajích na kulturu je zřejmé, že **od roku 2000 se tyto výdaje** (v nominálním vyjádření) **zvyšovaly ročně průměrně bezmála o 6,6 %** (souhrnný index spotřebitelských cen zboží a služeb se ve stejném období zvyšoval ročně průměrně o 2,65 %).

### **Soukromé výdaje na kulturu**

#### **Výdaje domácností na kulturu**

**Výdaje domácností na kulturu v roce 2009 dosáhly výše 50,2 mld. Kč.**, což je 42,7 % z celkových zdrojů financování kultury.

Tento údaj zahrnuje odpovídající část výdajů domácností zjišťovaných pomocí výběrového šetření v cca třech tisících domácnostech. Vzhledem k předpokládanému podhodnocení dat jsou zjištěné částky navyšovány dle metodiky národního účetnictví. Výdaje domácností jsou zjišťovány v souladu s klasifikací COICOP, ve které jsou např. kulturní služby uvedeny společně se zábavními službami v rámci jedné položky. Pro bližší členění výdajů domácností proto byla využita struktura výdajů (za vstupné) zjištěná v šetření KULT (MK) prováděného v kulturních institucích (viz tab.č.2 v příloze).

Nutno dodat, že **uvedená částka výdajů domácností odpovídá výše zmíněnému prvému stupni participace na kultuře tj. pasivní účasti (s výjimkou nákupu knih a tisku)**. V případě započtení nákupů zařízení a vybavení audio-video atd.(umožňujícího neomezenou reprodukci originálu), lze výdaje domácností odhadovat ve výši 78,3 mld. Kč. tj. o 44 % vyšší a podíl domácností na kulturních výdajích by překročil 53 %. O odhadu se zmiňujeme proto, že některé položky výdajů domácností vycházející z klasifikace COICOP nelze přesně rozdělit (např. položka noviny, knihy a papírenské zboží).

Z pohledu kulturních sfér **nejvíce prostředků domácností plynulo do sféry médií** (kino, rozhlas, televize, knihy a tisk, atd. - 43,2 mld.Kč, tj. 86%). Z této částky činilo např. vstupné v kinech 1,3 mld.Kč, na koncesionářské poplatky za rozhlas připadly téměř 2 mld. Kč a za televizi 5,8 mld. Kč a na knihy a tisk zhruba 13 mld.Kč. Mnohem méně prostředků domácnosti utratily ve sféře živé umělecké tvorby ( 4,8 mld. Kč, tj. 9,6 % ) a kulturního dědictví (2,2 mld. Kč, tj. 4,4 %). V obou případech měly výdaje domácností podobu vstupného.

Při pohledu na výdaje domácností podle kulturních oblastí ( viz tab.č.1) je patrné, že - podobně jako v případě veřejných výdajů - nejsou k dispozici data za oblast designu a kreativních služeb. Na druhé straně zřejmě odpovídá skutečnosti, že výdaje domácností v oblasti provozu a správy kultury jsou zanedbatelné. Konečně výdaje přiřazené neznámé oblasti ( 0,78 mld. Kč) představují z větší části vstupné a kursové v kulturních domech, které nelze jednoznačně rozdělit do konkrétních oblastí.

Údaje v tab. č. 2 (4. sloupec) členěné podle poskytovatelů vycházejí ze dvou zdrojů. Co se jejich absolutní výše týče, jsou založeny na šetření v domácnostech ( tzv. rodinné účty) po úpravě dle metodiky národního účetnictví, zatímco pro stanovení struktury (podílu) výdajů připadajících na jednotlivé poskytovatele se využívají data o vstupném zjištěná v šetření prováděném ročně v kulturních institucích. V rámci uváděných dvanácti poskytovatelů kulturních služeb a statků dominují nakladatelství/vydavatelství (nákup knih a tisku) a dále televize s rozhlasem (koncesionářské poplatky atd.) a výrobci a distributoři audiovizuálních děl (vydávání software pro hry, produkce a distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů).

Jak je výše uvedeno, úroveň přiřazení výdajů domácností na kulturu k jednotlivým poskytovatelům je poměrně nízká. Největší část těchto výdajů prozatím připadá na neznámého poskytovatele (43, 5 %).

**Podíl výdajů domácností na kulturu na celkových výdajích domácností, činil 2,67 %** (za zmíněný prvý stupeň kulturní participace) a 4,16 % v případě započtení nákupu kulturního zařízení a vybavení. **Od roku 2000 rostly výdaje domácností na kulturu průměrně ročně o zhruba 4,8 %**, celkové výdaje domácností se zvyšovaly rychleji – o 5,2 % (např. výdaje na vzdělávání až o 9,1%).

#### **Ostatní soukromé zdroje financování kultury ( dle šetření KULT a NI)**

Do ostatních soukromých zdrojů financování kultury můžeme zařadit zdroje pocházející od nefinančních a finančních podniků (S11, S 12), popř. i podnikatelů ze sektoru domácností ( S 141, S 142) – dále také „ podniky “ a konečně i od nevládních neziskových institucí (S 15).

Údaje vztahující se k těmto zdrojům financování kultury jsou v porovnání s daty o veřejných výdajích a výdajích domácností na kulturu dosti odlišné. Rozdíly spočívají ve způsobech sběru dat. Veřejné výdaje jsou zjišťovány vyčerpávajícím způsobem a poměrně přesně v rámci čerpání veřejných rozpočtů, výdaje domácností jsou sice zjišťovány ve výběrovém souboru domácností, avšak navyšovány v souvislosti s bilancováním makroekonomických veličin dle zásad národního účetnictví.

Data o kulturních institucích zjišťovaná ročně statistickým výkaznictvím (včetně kulturně zaměřených neziskových institucí) jsou jiného druhu. Týkají se přímo jednotek, které jsou součástí kultury. S ohledem na skutečnost, že mají vést k vyčíslení finančních zdrojů v kultuře využívaných, nešetří se jako výdaje kulturních institucí - poskytovatelů, ale jako jejich příjmy (vč. dotací na investice). V tom by však nebyl důvod ovlivňující jejich nižší kvalitu, ten je spíše ve výše zmíněných problémech provázejících všechna výběrová šetření v podnikové sféře (kvalita opory výběru, míra neodpovědí respondentů, kvalita dopočtů neodpovědí a na základní soubor). V případě statistického zjišťování u kulturních institucí (KULT) je dále nutno dodat, že v oblasti ekonomických ukazatelů nemá dlouhou tradici, což negativně ovlivňuje úroveň předkládaných údajů respondenty, míru neodpovědí i úroveň dopočtů konečných výsledků.

Uvedená statistická zjišťování jsou navíc neúplná, nejen že nepokrývají všechny poskytovatele, ale ani všechny typy poskytovatelů. Jejich výsledky jsou sice s vysokou mírou přiřaditelné ke kulturním poskytovatelům u kterých se zjišťují, avšak tato skutečnost nic neříká o stupni věrohodnosti dat. Spíše svědčí o zmíněné neúplnosti a tak i určité nevyrovnanosti v porovnání se soubory dat o veřejných výdajích a výdajích domácností a částečně i o příjmech neziskových institucí s kulturními aktivitami (získaných ročním šetřením NI 1 –01).

**Výdaje podniků na kulturu dosáhly – dle statistických šetření KULT a NI - v roce 2009 více než 30,1 mld. Kč,** což by představovalo 25,6 % celkových zdrojů financování kultury. Co se týče rozdělení těchto prostředků do kulturních sfér, **nejvíce jich bylo použito ve sféře kulturních médií** ( 25,5 mld. Kč, tj. téměř 85 %), dále v živém umění ( 3,7 mld. Kč tj. 12,3% ) a nejméně v kulturním dědictví ( 0,9 mld. Kč, tj. 2,9 %). V rámci sféry médií byla největší část výdajů vynaložena ve prospěch poskytovatelů „nakladatelství/ vydavatelství“ a „televize“.

Popsané **relace směřování zdrojů jsou podobné relacím výdajů domácností** a naopak zcela opačné těm, které platí v případě veřejných výdajů na kulturu. Přestože veškeré finanční vztahy mezi podniky a kulturními institucemi nejsou založeny na ekvivalentním principu (dary, příspěvky, dotace), uvedené **směry finančních proudů – podobně jako v případě domácností - říkají mnohé o stupni uplatnění tržních principů** v jednotlivých odvětvích kultury. Ten je zřejmě nejnižší v kulturním dědictví a nejvyšší ve sféře médií. Jak se ukazuje, tato skutečnost je velmi významná z pohledu možností rozvoje jednotlivých sfér sektoru kultury. Současná **diference hospodářských ukazatelů prvních dvou sfér v porovnání se třetí (médiá) je nemalá a v souvislosti s technickým rozvojem bude mít do budoucna spíše rostoucí tendenci** (mnohé bude záležet na vývoji veřejné podpory kulturnímu dědictví a živému umění).

**Příspěvek neziskových institucí k financování kultury činil** (dle výsledků šetření NI) **v roce 2009 bezmála 8,7 mld. Kč,** což by představovalo 7,4 % celkových zdrojů financování kultury. Tuto částku tvoří příjmy neziskových institucí s převažující kulturními aktivitami snížené o dotace z veřejných rozpočtů (ty jsou již zahrnuty v tomto samostatném zdroji financování).

Struktura směřování zdrojů v případě neziskových institucí je v porovnání s veřejnou sférou, domácnostmi i podniky značně odlišná. **Největší část finančních prostředků směřovala do sféry provozu a správy** ( 6,5 mld.Kč, tj. 75 %), konkrétně představovala příjem organizací provádějících ochranu autorských práv. Sféra médií měla z tohoto zdroje nesrovnatelně nižší příjem (1,6 mld.Kč, tj. necelých 19 %) a živé umění i kulturní dědictví jen po necelých 0,3 mld.Kč ( 3%).

Jak je patrné, zdroje vytvářené neziskovými institucemi jsou v porovnání s dalšími soukromými zdroji lépe rozloženy do všech kulturních oblastí. Je tomu tak také proto, že statistické zjišťování v neziskových organizacích je v zásadě úplné, zahrnuje respondenty ve všech kódech klasifikace NACE náležejících ke kulturním činnostem.

**Ostatní svět** (dle výsledků šetření KULT a NI)

Zdroje financování kultury označené „Ostatní svět“ (S 2) dále členíme na zdroje EU (S 21) a zdroje plynoucí od jiných mezinárodních institucí (S 22). Tyto prostředky získávají kulturní



institute od EU v rámci regionální a strukturální politiky zaměřené na snižování rozdílů v úrovni rozvoje regionů (z větší části směřují na podporu uchování kulturního dědictví).

Údaje o zdrojích věnovaných kultuře z mezinárodního prostředí opět pocházejí ze zmíněného statistického zjišťování KULT prováděného mezi poskytovateli kulturních statků a služeb.

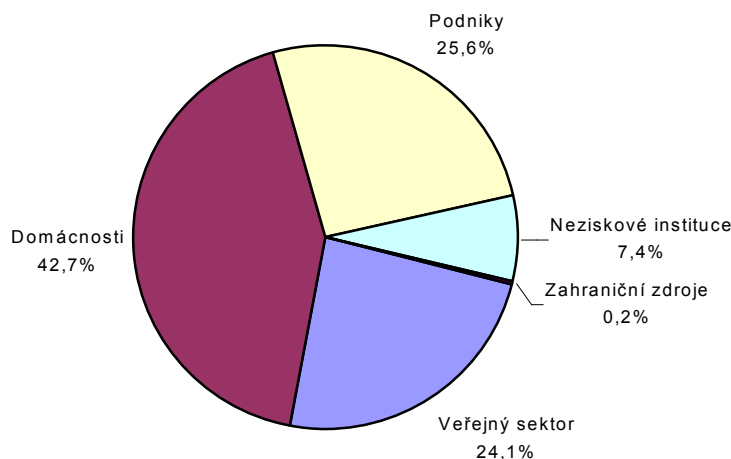
**V roce 2009 dosáhly finanční prostředky plynoucí našim kulturním organizacím z ciziny částky 283,5 mil. Kč ( tj. 0,24 % na celkových zdrojích), z této částky připadalo na zdroje EU 249,8 mil.Kč a na zdroje jiných mezinárodních institucí 33,7 mil. Kč.**

**Struktura rozdělení** těchto finančních prostředků do jednotlivých kulturních sfér (zejména těch z evropských zdrojů) **je dosti podobná struktuře rozdělení veřejných výdajů.** Vyznačuje se vysokým podílem prostředků věnovaných v první řadě ve prospěch kulturního dědictví a dále živého umění.

#### Obsahové zaměření zdrojů financování

**Celková výše finančních prostředků věnovaných v roce 2009 kulturním aktivitám (dle administrativních zdrojů doplněných šetřeními KULT a NI) dosáhla úrovně téměř 117, 5 mld. Kč.** V pořadí sledovaných zdrojů financování jsou podle velikosti na prvním místě domácnosti (42,7 % z celkových zdrojů), dále podniky (25,6 %), veřejné rozpočty (téměř 24,1 %), neziskové instituce (7,4 %) a na místě posledním zdroje ze zahraničí (více než 0,2 %).

Uvedené podíly jednotlivých zdrojů financování ukazuje názorně níže uvedený graf.



Z pohledu věcného zaměření zdrojů, lze nalézt některé **charakteristické znaky.** Ty v zásadě **nezávisí na rozsahu podílu na celkových zdrojích, ale spíše na stupni jejich centralizace či decentralizace.** Podobné jsou si v tomto směru veřejné rozpočty a mezinárodní zdroje na straně jedné a dále domácnosti, podniky a částečně i neziskové instituce na straně druhé.

Následující tabulka ukazuje členění jednotlivých zdrojů financování do (identifikovatelných) kulturních sfér, tj. příbuzných skupin oblastí a poskytovatelů s jejichž pomocí lze nejlépe odhalit zákonitosti věcného zaměření jednotlivých různých zdrojů.

v %

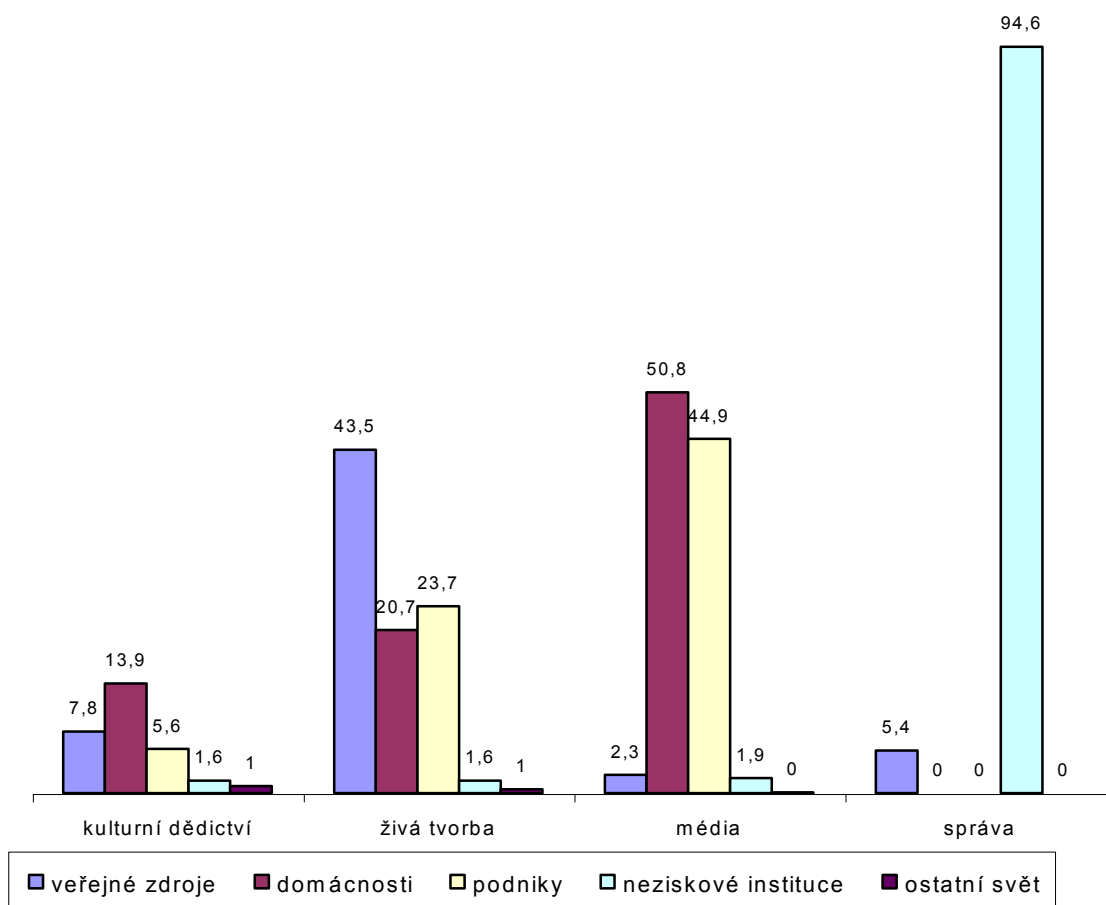
Sféra	Veřejné zdroje	Domác – nosti	Podniky	Neziskové instituce	Ostatní svět	Zdroje celkem
Kulturní dědictví	43,3	4,4	2,9	2,9	47,7	13,4
Živá umělecká tvorba	24,1	9,6	12,4	3,0	24,5	13,3

Kulturní média	6,8	86,0	84,7	19,0	27,8	61,6
Správní činnosti	1,6	0	0	75,1	0	5,9
Kultura celkem v mil. Kč	28 289	50 169	30 101	8 653	284	117 496

Jak je z tabulky patrné, **veřejné i mezinárodní zdroje – ač co do rozsahu značně rozdílné – jsou směřovány zejména do sféry kulturního dědictví, v menší míře do živé umělecké tvorby, médií a konečně správních činností. Naopak decentralizované zdroje domácností a podniků, o nichž lze říci, že mají tržní povahu, směřují zejména do sféry kulturních médií, v menším rozsahu do živé umělecké tvorby, kulturního dědictví a v zásadě se nepodílejí na (neekvivalentní) úhradě správních činností.**

Případ neziskových institucí je specifický, avšak bližší decentralizovaným zdrojům. Na prvním místě jejich preferencí je sféra správních činností (ochrana autorských práv), dále kulturní média, živá umělecká tvorba a až na místě posledním kulturní dědictví.

Co se rozdělení celkových zdrojů do sfér týče, je výslednicí rozdílného směřování obou resp. třech uvedených druhů zdrojů a jejich relativní váhy. **Nejvíce prostředků směřuje do domácnostmi a podniky podporovaných medií, dále do veřejnými zdroji preferované sféry kulturního dědictví a také živé umělecké tvorby** (zejména na úrovni rozpočtů obcí a měst). Opačný pohled – podíl jednotlivých zdrojů na financování kulturních aktivit v té které sféře – potvrzující uvedené souvislosti znázorňuje připojený sloupcový graf.



K celkovému rozsahu zdrojů kulturních aktivit (zjištěných z administrativních dat a ze šetření KULT a NI) ve výši 117,5 mld.Kč lze dodat, že ve sledovaném roce 2009 tato částka dosahovala

zhruba 1,3 % produkce naší ekonomiky. Jak však dále zjistíme, po doplnění o data ze statistických šetření v podnicích (structural business survey), se objem zdrojů i jeho struktura výrazně změní.

## **Hospodaření kulturních institucí**

### **Mikroekonomický pohled**

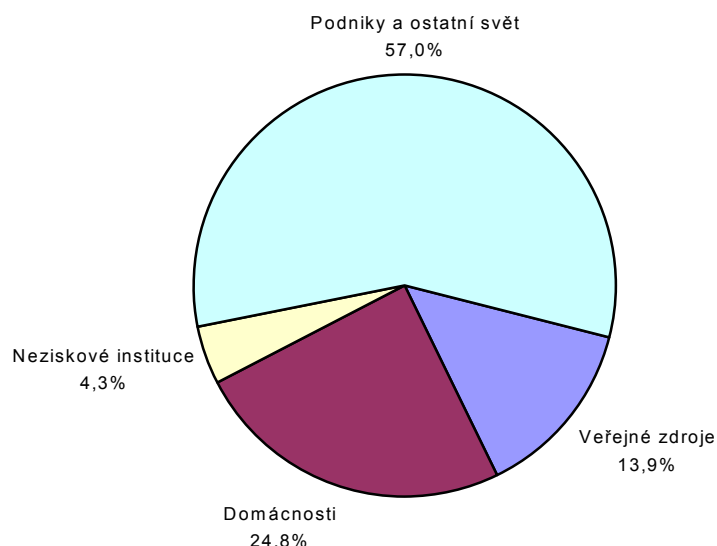
Na základě výsledků všech ročních statistických zjišťování podnikového charakteru, tj. i po zahrnutí dat zjištěných v kulturních institucích orientovaných neporovnatelně více na trh nežli na publikum či návštěvnost (pomocí výkazů P 4 –01 a P 5 – 01) **můžeme – ve mnohem širším záběru - hodnotit některé ekonomické ukazatele vycházející z výkazu zisků a ztrát. Tato data se významně blíží k plnému postižení celého rozsahu sektoru kultury.** Lze z nich usuzovat nejen o struktuře, ale i o objemech sledovaných hodnot a jim odpovídajících jevů. Přinášejí nové údaje zejména v oblasti audiovizuální a interaktivní techniky a dále designu a kreativních služeb.

Nutno však dodat, že podniky jsou v rámci těchto šetření zařazovány do jednotlivých odvětví či oborů **dle zásady převažující části tržeb a tak jejich veškeré tržby nemusí nutně pocházet z aktivit kulturního charakteru.**

Porovnáním celkových příjmů (výnosů) výši 202,8 mld.Kč a celkových zdrojů poskytovatelů, zjistíme, že zdroje dosahují jen zhruba 58 % celkových příjmů (rozdíl činí 85,3 mld. Kč). Z toho je jasně patrné, že specializovaná šetření v kultuře (KULT) zdaleka neodrážejí celý kulturní sektor tak, jak jsme jej vymezili.

S ohledem na skutečnost, že veřejné výdaje na kulturu byly zjištěny z administrativních dat a výdaje domácností z dopočetných výsledků rodinných účtů, lze předpokládat, že **dodatečné zjištěné zdroje tvoří zejména příjmy od tuzemských podniků a ze sektoru „ostatní svět“.** Přesné členění těchto zdrojů financování sektoru však nelze z dodatečných informací blíže kvantifikovat.

Jak ukazuje níže uvedený graf, **konečná struktura zdrojů financování se – po započtení údajů zmíněné podnikové statistiky - značně mění** (s tím, že se ještě více zvýraznilo zaměření veřejných zdrojů do sféry kulturního dědictví a správních činností v kultuře). Významně **roste podíl podniků na celkových zdrojích a to na úkor podílu veřejných rozpočtů, domácností i neziskových institucí.**



Hospodaření sledovaných poskytovatelů kulturních statků a služeb skončilo v roce 2009 s kladným hospodářským výsledkem (více než 10,6 mld. Kč). **V případě kulturních aktivit se jeví tato částka jako přiměřená.** Odpovídala by zhruba ziskové marži (zisk po zdanění dělený tržbami) ve výši 4,2 %. Úroveň ziskovosti, resp. ztrátovosti je v případě jednotlivých poskytovatelů velmi rozdílná a tak celkový výsledek neposkytuje věrný obraz hospodaření jednotlivých druhů kulturních institucí. Největší ztráty dosáhly knihovny (více než 125 mil. Kč), příznivé nebylo ani hospodaření pořádaných festivalů či zpravodajských a tiskových agentur. Z jednotlivých kulturních sfér bylo dosaženo nejlepšího výsledku v kulturních médiích (nadprůměrná marže 5,4 %), dále v živé umělecké tvorbě (marže 3,7 %). Mnohem hůře na tom byla sféra kulturního dědictví (marže 0,22 %) a konečně sféra správních aktivit (marže 0,16%). V rámci jednotlivých poskytovatelů kulturních služeb je pozoruhodný výsledek v televizní tvorbě a vysílání (marže 19,6 %).

Pokud bychom hodnotili dosažené výsledky hospodaření pouze v rámci neziskových institucí, ty také dosáhly mírného přebytku hospodaření (marže asi 0,4%). Jeho rozdělení mezi jednotlivé poskytovatele a sféry je rovnoměrnější a značně odlišné od rozdělení v rámci celého souboru kulturních institucí, který obsahuje různé organizační a vlastnické formy.

Zhruba pětinu finančních příjmů sektoru kultury tvoří dotace, granty, dary apod., na druhé straně podíl tržeb za vlastní výkony na celkových příjmech (výnosech) kulturních institucí mírně překračuje 78 %. Je proto namístě hodnotit i **stupeň ekonomické soběstačnosti** jednotlivých poskytovatelů, který lze vyjádřit jako relaci mezi tržbami za vlastní výkony a celkovými výdaji. Ten **v průměru dosahuje 82,6 %** a je mezi kulturními oblastmi resp. sférami rozložen podobně jako ukazatel ziskovosti. Nejnižší hodnoty dosahuje v kulturním dědictví (34,3 %), nejvyšší je v živém umění (87,5 % - díky reklamním činnostem, CZ - NACE 73.11) a mírně nižší v kulturních médiích (86,3 %); ve sféře správních aktivit dosahuje pouze 10 %.

Uvedená ekonomická data ukazují na **značné rozdíly v úrovni hospodaření** (ziskovost, produktivita práce atd.). Na předních místech jsou oblasti či poskytovatelé ze sféry medií a živé tvorby jako televizní vysílání, návrhářské činnosti ( CZ-NACE 74.10), pořizování zvukových nahrávek (CZ-NACE 59.20) a architektonické činnosti (CZ-NACE 71.11), zatímco na posledních již zmíněné knihovny, soubory, festivaly a celá sféra kulturního dědictví. Lze předpokládat, že **ekonomická diferenciaci v sektoru kultury se bude – zejména v souvislosti s technickým rozvojem – dále prohlubovat.**

Také v této souvislosti je zřejmé, že **finanční podpora, zejména pak oblastem tradičního umění** (péče o kulturní dědictví, festivaly, soubory, divadla ) **je pro rozvoj kultury nepostradatelná.** Tržní prostředí ji - v případě kulturních aktivit orientovaných spíše na publikum a návštěvnost tj. jinými slovy na spotřebu v daném místě a čase - nahradit zcela jistě nemůže.

Nezbytnost potřeby finančních prostředků z veřejných zdrojů k zajištění veřejných služeb kultury dokládají také údaje o financování investic jednotlivých poskytovatelů kulturních statků a služeb. Podle statistických šetření KULT, NI a výše zmíněné podnikové statistiky (viz tab. č.9 v příloze) **z celkového rozsahu investičních výdajů ve výši 10,5 mld. Kč bylo vynaloženo necelých 15,7 % ve sféře kulturního dědictví, více než 40,7 % v živém umění a nejvíce (43,5 %) v médiích**, zbylých 0,1% prostředků bylo proinvestováno ve sféře správních aktivit. Co se zdrojů financování investic týče, ve správné sféře se veřejné zdroje na financování investic podílely téměř v plném rozsahu, v kulturním dědictví více než ze tří čtvrtin, ve sféře médií byl jejich podíl nejnižší.

Rozhodující část z celkového počtu zaměstnanců (59 %) je zařazena jako „Neznámý charakter povolání“. Také se zatím nedaří zjišťovat počty zaměstnanců v povoláních kulturního charakteru v ne - kulturních organizacích. Problémem je také rozlišení zaměstnanců (do skupin kulturních a ne - kulturních povolání) v samotných kulturních institucích. Nutno říci, že v tomto směru mají uvedená statistická zjišťování stále značné rezervy.

V roce 2009 bylo v kulturním sektoru dle výsledků výše uvedených šetření zjištěno více než 83,6 tis. pracovníků, z toho 81,5 tis. zaměstnanců (přepočtený stav) a více než 2 tis. dobrovolníků (v kulturním dědictví a některých oborech živého umění). Opomeneme - li zaměstnance s neznámým charakterem povolání, tak v kulturních institucích pracovalo zhruba 61 % pracovníků kulturních povolání, 33 % jiných povolání a 6 % dobrovolníků.

Z výsledků výběrového šetření pracovních sil, které jsou v jistém pohledu neporovnatelně úplnější (avšak méně členěné), vyplývá, že v organizacích příslušných sekcí CZ - NACE ( J – Informační a komunikační činnosti a R – Kulturní, zábavní a rekreační činnosti) bylo zaměstnáno 95 tis. a 50 tis. zaměstnanců tj. celkem 145 tis. osob. Z údajů registru ekonomických subjektů lze odvodit počet zaměstnanců v těchto dvou oddílech v úrovni zhruba 170 tis. osob (údaje o zaměstnanosti vycházejí z počtu pojištěnců ČSSZ). Pokud bychom vzali v úvahu pouze oddíly a skupiny CZ – NACE odpovídající kulturním aktivitám, tak jak jsme je výše vymezili, dojdeme k číslu 54,3 tis. zaměstnanců. K tomuto výsledku lze dále připočítat dalších 25,5 tis. zaměstnanců zjištěných podnikovým šetřením z jiných sekcí resp. oddíl. NACE (architektonické činnosti, fotografické činnosti, reklamní a zpravodajské agentury, specializované návrhářské činnosti, ochrana autorských práv). K dosaženému mezivýsledku v úrovni 79,8 tis. osob přičteme zaměstnance institucí veřejné správy kultury (cca 0,7 tis. osob) a dojdeme k výslednému počtu 80,5 tis. osob.

Celkem tedy lze ve výše vymezeném **sektoru kultury uvažovat zhruba s 80 tis. zaměstnanci** v přepočteném stavu (tj. zhruba 1,9 % z celkového počtu zaměstnanců). O relativní spolehlivosti tohoto údaje svědčí skutečnost, že - ačkoli je získán převážně administrativní cestou - potvrzuje výsledek výše uvedených statistických šetření.

**Nad zmíněný počet lze uvažovat s několika dalšími tisíci osob** pracujících v resortu na dohody o pracovní činnosti, v postavení osoby samostatně výdělečně činné či zcela dobrovolně a bez nároku na odměnu.

Celková výše mezd uvedených (statisticky zjištěných) 81,5 tis. zaměstnanců dosáhla 23,5 mld. Kč. Trochu překvapivě se ukazuje, že **úroveň mezd v sektoru kultury jako celku je zhruba na úrovni ostatních odvětví ekonomiky**. Zatímco celostátní průměrná hrubá měsíční mzda dosahovala v roce 2009 dle předběžných výsledků 23 488 Kč, v souboru šetřených kulturních institucí to bylo 24 038 Kč (tj. o nepatrně - o 2,3% více). Stejně jako v úrovni celkových hospodářských výsledků, **jsou však značné rozdíly v průměrných mzdách** mezi jednotlivými kulturními oblastmi. Lze říci, že **dělicí čára probíhá mezi oblastí tradičního umění a oblastmi kulturních a kreativních průmyslů**. Zatímco v oblastech tradičního umění jakými jsou kulturní dědictví či živé umění byla průměrná mzda značně pod celostátní úrovní (19 124 Kč tj. o 18,6% pod celostátní úrovní a 21 100 Kč tj. o 10,2 % méně), ve sféře médií byla naopak vysoce překonána (30 048 Kč, tj. o téměř 28 %). Podobně tomu bylo i v institucích ochrany autorských práv (o 26 %). Vysoce nadprůměrné (nad 40 tis. Kč) byly také mzdy v organizacích vydávajících software (CZ-NACE 58.21) a dále ve zpravodajských agenturách (63.91).

Celkově lze uvést, že v oblastech s nižší než celostátní průměrnou mzdou pracovalo 44 % zaměstnanců sektoru kultury.

V kulturních institucích, zejména v těch, které nejsou rozpočtovými či příspěvkovými organizacemi, mají nemalý význam i další formy odměn za práci vycházející z autorské či mandátní smlouvy, popř. ze živnostenského oprávnění. K bližšímu hodnocení těchto forem odměn však zatím nejsou k dispozici potřebná data.

Abychom mohli shora uvedené poznatky prezentovat s větší určitostí, je třeba změnit některé ze stávajících výkazů v oblasti zaměstnanosti a mezd tak, aby skupiny pracovníků byly jasně rozčleněny dle charakteru povolání i dle odpovídajících mzdových prostředků a přepočteny na osmihodinovou pracovní dobu.

**Velmi přínosné je také hodnocení úrovně hospodaření z pohledu dělení kultury na kulturní a kreativní sektor.** Ukazuje se, že nejlepších výsledků dosáhl kulturní průmysl. Jak už i z výše uvedeného vyplývá, oblast tradičního umění (interpretace a výtvarné umění a kulturní dědictví) dosáhla velmi nízkou úroveň ziskové marže, pouhých 0,4 %, v kulturním průmyslu (knihy a tisk, film a video, rozhlas a televize, videohra a hudba) vystoupil tento ukazatel až na 5,9 % a v oblasti kreativního průmyslu (design, architektura, reklama) na 4,1 %.

Na ekonomickou diferenciaci těsně váže i úroveň mezd. Při celkové průměrné mzdě v kulturním sektoru 24 038 Kč měsíčně, činila její úroveň v oborech tradičního umění pouze 18 901 Kč, v kreativních průmyslech 27 039 Kč a kulturních průmyslech až 30 746 Kč (o 31 % více v porovnání s celostátní průměrnou mzdou).

Konečně, rozdílné ekonomické podmínky našly svůj odraz také v investiční činnosti uvedených skupin kulturních oborů. Při průměrné investiční intenzitě v přepočtu 129 tis. Kč na 1 zaměstnance v celém kulturním sektoru to bylo v oborech tradičního umění jen 74,8 tis. Kč, v průmyslech kreativních 155,2 tis. Kč a v kulturních až 183,8 tis. Kč. Nejvyšších hodnot bylo dosaženo v oborech zvukových nahrávek a televizního vysílání. Jak lze předpokládat, nadprůměrná investiční činnost souvisela také s péčí o historické památky (hrady, zámky a jiné památkové objekty).

### **Makroekonomický pohled**

Po zjištění objemu a struktury finančních zdrojů směřujících do kulturního sektoru a rozsahu zaměstnanosti, kterou vytváří, zůstává otevřenou otázkou váha tohoto sektoru v naší ekonomice. Při hledání odpovědi se nevyhneme využití údajů a metod národního účetnictví.

S ohledem na disponibilní data o sektoru kultury se jeví jako nejvhodnější pro vyčíslení makroekonomických ukazatelů výrobní (odvětvová) metoda výpočtu hrubého domácího produktu (HDP). Podle ní se tento ukazatel rovná součtu hrubé přidané hodnoty (zjištěné odpočtem mezispotřeby od hodnoty produkce) a čistých daní, tj. daní z daného odvětví snížených o dotace poskytnuté tomuto odvětví.

Vstupní data do propočtu by měla vycházet z údajů národního účetnictví, zejména pak z tabulek dodávek a užití. Tyto údaje představují svým způsobem optimální informační soustavu co do své komplexnosti, konzistence a mezinárodní srovnatelnosti. Uvedené přednosti jsou však vykoupěny vysokou pracností a z pohledu uživatelů dat dlouhou dobou čekání na výsledky.

V současnosti proto nejsou v potřebném členění tabulky dodávek a užití za rok 2009 k dispozici a nezbývá, než se spokojit s údaji za rok 2007. Nutno říci, že na jejich základě lze makroekonomické ukazatele sektoru kultury spíše odhadovat než přesně kalkulovat. Je tomu tak zejména pro – z našeho pohledu - nevhodné seskupování položek do širokých oblastí kulturních aktivit. Jedním příkladem za všechny mohou být architektonické činnosti v tabulkách dodávek a užití, které zahrnují celý oddíl 71 CZ-NACE. Za součást kulturního sektoru je však považována pouze třída 71.11.

Z dat uvedeného roku 2007 lze odhadovat produkci sektoru kultury (tak, jak je výše vymezen) v objemu 191,6 mld. Kč, což je o málo více než 2 % celkové produkce ČR. Na této produkci se nejvíce podílela reklamní (73.11) a architektonická činnost (71.11), dále vydavatelská činnost (58.11, 58.13, 58.14) a rozhlasové a televizní vysílání (60.10, 20).

Výše hrubé přidané hodnoty (HPH) dosáhla téměř 66 mld. Kč, tj. 2,08 % přidané hodnoty vytvořené v ekonomice. S ohledem na rozdílné úrovně mezispotřeby se v porovnání s ukazatelem produkce mění pořadí podílů jednotlivých oblastí kultury na tomto ukazateli. Do popředí se dostalo rozhlasové a televizní vysílání, ve kterém podíl mezispotřeby na produkci nedosahuje ani 44 % (v celém sektoru to je 65,5 %).

Výše makroekonomických ukazatelů roku 2007 v jednotlivých kulturních sférách (vyjma sféry správních činností, za kterou nebyla příslušná data k dispozici) je zřejmá z následující tabulky.

mil. Kč

Sféra	Produkce v zákl.cenách	Mezispotřeba v kup.cenách	Hrubá přidaná hodnota	Podíl HPH na sektoru v %
Kulturní dědictví	6 192	2 334	3 858	5,8
Živá umělecká tvorba	115 177	82 287	32 890	49,8
Kulturní média	70 251	40 916	29 335	44,4
CELKEM	191 620	125 537	66 083	100,0

Zdroj : údaje ČSÚ ( národní účty) a vlastní propočty

Problémem využití dat národních účtů je nejen určité časové zpoždění v získání příslušných makroekonomických veličin, ale i odlišné vymezení sektoru kultury v tabulkách dodávek a užití v porovnání s naším přístupem (viz výše uvedené oblasti, sféry a poskytovatele).

Pokud bychom se pokusili předběžně odhadnout uvedené makroekonomické ukazatele z administrativních a statistických dat získaných za rok 2009 a v souladu s naším vymezením sektoru kultury, došli bychom k odlišným, přestože dosti porovnatelným výsledkům oproti roku 2007 ( viz tabulka níže členěná podle sfér a tab.č.5 v příloze členěná podle oblastí).

mil. Kč

Sféra	Produkce	Mezispotřeba	Hrubá přidaná hodnota	Podíl HPH na sektoru v %
Kulturní dědictví	6 768	2 707	4 061	5,0
Živá umělecká tvorba	113 716	73 207	40 509	49,4
Kulturní média	75 794	44 474	31 320	38,3
Provoz a správa	6 498	513	5 985	7,3
CELKEM	202 776	120 901	81 875	100,0

Zdroj : údaje ČSÚ, NIPOS ( statistická šetření) a vlastní propočty

Objem produkce sektoru lze pro rok 2009 odhadovat ve výši 202,8 mld. Kč, což by představovalo téměř 2,3 % celostátní produkce. Třetinový podíl na produkci sektoru měly reklamní činnosti, za nimi se postupně umístily činnosti vydavatelské (16,3%), architektonické (12,4 %) a tvorba a vysílání rozhlasových a televizních programů (10,3%). Pro porovnání těchto relací lze dodat, že celá sféra kulturního dědictví se na produkci sektoru podílela jen ze 3,3 %. Údaje za sféru provozu a správy se týkají pouze institucí ochrany autorských práv (CZ-NACE 94.99.2).

Podíl mezispotřeby na produkci by v roce 2009 činil 59,6 % a **výše hrubé přidané hodnoty by tak dosahovala téměř 81,9 mld. Kč**, což bylo asi 2,5 % vytvořené hrubé přidané hodnoty v naší ekonomice a bezmála třikrát více než činily výdaje veřejného sektoru na kulturu. Z více než 25 % se na ní podílely reklamní agentury, následované nakladatelstvím/vydavatelstvím (13,9 %) a televizním vysíláním (11,2%).

Pokud bychom propočítali resp. **odhad** prodloužili až k **HDP**, lze předpokládat - s ohledem na relativně nízkou úroveň daní vztahujících se k sektoru kultury (cca 1 mld. Kč) a naopak vysokou úroveň provozních dotací (cca 19 mld. Kč) - objem této veličiny v částce **zhruba 64 mld. Kč (1,76 % celkového HDP)**.

Z objemu mezispotřeby ve výši 120,9 mld. Kč, lze pomocí ukazatele společenské produktivity práce odhadnout rozsah poptávky sektoru kultury směrem k ostatním odvětvím ekonomiky v úrovni zhruba 72 tis. pracovních míst (tj. téměř 1,7% celkového počtu zaměstnaných v ekonomice). **Spolu s vlastními zaměstnanci kulturních institucí by tak v roce 2009 činil počet pracovních míst vázaných na kulturní sektor zhruba 150 tis. (tj. 3,5 % celkového počtu zaměstnaných).**

Hodnocení dynamiky makroekonomických ukazatelů mezi rokem 2007 a 2009 z výše uvedených tabulek nelze zcela doporučit. Porovnáme-li výši dosažené HPH (bez čtvrté sféry) v obou letech, je zřejmé, že případné tempo růstu 14,8 % tj. ročně průměrně o 7,1 %, je příliš vysoké. Srovnáme-li dynamiku tohoto ukazatele v jednotlivých sektorech, lze říci, že v kulturním dědictví by průměrné roční tempo 2,6 % mohlo být odpovídající. Podobně tomu je v kulturních médiích (průměrně ročně 3,3%). Problém je ve sféře živého umění, roční dynamika růstu HPH ve výši 10,9 % je jistě nereálná.

Příčiny spočívají ve výše zmíněném **zahrnutí širokých oblastí činností (na úrovni dvou míst klasifikace NACE) do tabulek dodávek a užití a v souvisejícím problematickém odhadu podílu připadajícího jen na kulturní aktivity** (odpovídající až čtvrtému místu klasifikace). Potíže týkající se oddělení kulturních a ne - kulturních aktivit jsou zejména s reklamními, architektonickými a vydavatelskými činnostmi a s tiskem. Jiným problematickým případem je potřeba rozčlenění širších kulturních aktivit do sfér či oblastí (např. ze společné položky „knihovny, archivy a muzea“).

Nejvyššího podílu na HPH dosahuje oblast designu a kreativních služeb (zejména díky vysokým výkonům v reklamních a architektonických činnostech), dále audiovizuální a interaktivní techniky (televizní vysílání a vydávání software pro hry, CZ-NACE 58.21) a knih a tisku (nakladatelství/vydavatelství).

Naopak, velmi nízké jsou podíly kulturního dědictví a klasických oblastí živého umění na hrubé přidané hodnotě. Také v tomto případě se ukazuje, že **finanční ukazatele nejsou s to plně vyjádřit rozsah a význam některých kulturních aktivit.**

### **Základní naturální ukazatele kultury**

Jak je i z předcházejících částí tohoto materiálu zřejmé, v sektoru kultury se můžeme setkat s potížemi spojenými s odpovídajícím oceněním některých - zejména originálních - kulturních statků či služeb. Netýká se to jen samotného stanovení ceny, ale i jejího vývoje v čase. Také hospodaření některých kulturních institucí se primárně neřídí finančními kritérii a neprobíhá plně na komerční bázi. Lze proto říci, že **působení ekonomických vztahů v kultuře je modifikované, ne-li částečně limitované.**

Z omezených možností finančního postižení rozsahu kulturního dění vyplývá, že bychom měli náš **pohled na kulturu doplnit o vyhodnocení vývoje základních naturálních ukazatelů**, které jsou v zásadě dvojího druhu. Jako **kapacitní ukazatele** odrážejí stranu nabídky a jako **ukazatele participace** na kultuře postihují rozsah poptávky. Mezi dříve uvedené lze zařadit např. počet sedadel a představení v divadlech či v kinech, počet sbírkových předmětů, expozic a výstav



v muzeích nebo rozsah knihovního fondu v knihovnách. Objem poptávky vyjadřují ukazatele počtu diváků, návštěvníků, čtenářů nebo počtu knižních výpůjček.

Naturální ukazatele se zjišťují ročně zejména pomocí statistického šetření v kultuře (KULT) do něhož jsou mimo jiné zahrnuty kulturní památky, muzea a galerie, divadla a knihovny. Některé z ukazatelů již tvoří poměrně dlouhou časovou řadu. S ohledem na úroveň srovnatelnosti dat vystačíme pro charakteristiku krátkodobého vývoje s porovnáním údajů v posledních třech letech (od roku 2006). Soubor dat týkající se jmenovaných poskytovatelů orientovaných na bezprostřední zájem veřejnosti (publika) byl doplněn z administrativních zdrojů o některé údaje o kinech.

#### **Poskytovatelé v oblasti kulturního dědictví**

V roce 2009 bylo na našem území 291 veřejně přístupných **hradů a zámků a jiných památkových objektů**. Oproti roku 2006 (271 objektů) se jejich počet zvýšil. Opačně se však vyvíjel **počet návštěvníků**, který zejména v roce 2008 a 2009 **klesl o půl miliónu (o 4 %) na 11,6 mil. osob**.

Naturální ukazatele lze v porovnání s finančními údaji snáze přiřadit k územním celkům. Z územního pohledu byla situace odlišná zejména ve Středočeském, Jihočeském a v Jihomoravském kraji, kde návštěvnost památkových objektů vzrostla.

V roce 2009 celostátně připadlo na 10 tis. obyvatel 11 072 návštěvníků (viz tab.č. 11 v příloze), v porovnání s tímto průměrným údajem byla návštěvnost nejvyšší v Praze (více než dvojnásobná), v Jihočeském kraji (téměř dvojnásobná) a ve Středočeském kraji (o 40 % vyšší), naopak značně podprůměrná návštěvnost byla v Moravskoslezském kraji (zhruba čtvrtinová), v Ústeckém kraji (zhruba třetinová) a v Olomouckém kraji (o 60 % pod průměrem). Nutno dodat, že v Moravskoslezském a Olomouckém kraji se nachází relativně méně památkových objektů.

**Navzdory pozitivnímu vývoji na straně nabídky** (zvýšení počtu expozic a výstav a počtu sbírkových předmětů o 3% a 7 %), **poklesl v porovnání s rokem 2006 mírně počet návštěvníků muzeí a galerií** (o 0,1%). Při počtu 9 294 návštěvníku na 10 tis. obyvatel, byla návštěvnost v Praze více než dvaapůlkrát vyšší. Ve všech ostatních krajích byla podprůměrná s tím, že nejnižších (téměř polovičních) hodnot dosáhla v Ústeckém a v Moravskoslezském kraji.

Na návštěvnost kulturních zařízení - zejména památek, muzeí a galerií - má jistě nemalý vliv turismus. Mezi roky 2006 a 2009 měl příjezdový cestovní ruch klesající tendenci. Počet zahraničních turistů poklesl asi o 7 %. Z územního pohledu se zvýšil pouze v Praze (zhruba o 3 %), která se na příjezdovém cestovním ruchu podílela z více než 60 %, v ostatních krajích se snížil.

Stanovení vlivu cestovního ruchu na vývoj návštěvnosti není jistě snadné ani přesné. Pokud bychom uvažovali, že v průběhu doby pobytu (průměrně necelé tři dny) zahraniční turista navštíví alespoň dvě kulturní zařízení, potom snížení počtu turistů o 690 tis. by představovalo snížení návštěvnosti kulturních zařízení o zhruba o 1 390 tis. návštěvníků (včetně vlivu jednodenních zahraničních turistů). V případě, že by každá třetí návštěva byla věnována muzeu či galerii, ovlivnil by pokles počtu zahraničních turistů snížení jejich návštěvnosti v rozsahu 4,7 %. Pokud by tato úvaha odpovídala realitě, potom (při poklesu celkové návštěvnosti o 0,1 %) se počet návštěvníků – rezidentů musel zvýšit o zhruba 450 tis. tj. o (4,8 %).

K ukazateli návštěvnosti je třeba dodat, že zcela neodráží význam a poslání některých kulturních zařízení (např. muzeí či knihoven). Není proto pro hodnocení výstupů těchto zařízení zcela vyčerpávající a postačující, ačkoli je mezi naturálními ukazateli nejvýznamnější.

#### **Divadla a kina**

V roce 2009 bylo v provozu 147 stálých scén **divadel** (o 1,4 % více než v roce 2006) s kapacitou více než 36 tis. sedadel (o 3,6 % více). **Počet návštěvníků** (5 910 tis.osob) **se také zvýšil**, přesné porovnání je však nemožné s ohledem na skutečnost, že na rozdíl od roku 2009 nebyla v roce 2006 data, předložená respondenty v rámci zjišťování KULT, dopočítávána. O vzestupném vývoji svědčí také rostoucí počet premiér, uspořádaných představení (jak doma, tak i v zahraničí) a také příjmů ze vstupného (o 11,2%).

Zajímavé informace poskytuje pohled na vztah kapacity divadel (počet sedadel) a počtu návštěvníků v jednotlivých krajích (regionální úroveň NUTS 3) a to jak v absolutním vyjádření, tak i v relaci k počtu obyvatel kraje (údaje jsou za rok 2009).

Kraj	Kapacita	Počet	Využití	Kapacita	Počet
------	----------	-------	---------	----------	-------

	( počet sedadel)	návštěv. v tis. os.	kapacity (sl.2/sl.1)	na 10 tis. obyvatel	návštěv.na 10 tis.ob.
Praha	16 240	2 902,8	178,7	130,7	23 354
Středočeský	1 805	261,7	145,0	14,6	2 111
Jihočeský	1 532	192,4	125,6	24,0	3 020
Plzeňský	1 244	211,6	170,1	21,8	3 704
Karlovarský	330	21,6	65,4	10,7	701
Ústecký	2 440	267,4	109,6	29,2	3 198
Liberecký	885	136,8	154,6	20,2	3 122
Královéhradecký	921	150,6	163,5	16,6	2 716
Pardubický	545	113,3	207,8	10,6	2 196
Vysočina	305	85,5	280,2	5,9	1 658
Jihomoravský	5 440	752,4	138,3	47,3	6 543
Olomoucký	758	154,7	204,2	11,8	2 411
Zlínský	1 319	191,7	145,3	22,3	3 242
Moravskoslezský	2 417	468,0	193,6	19,3	3 746
CELKEM ČR	36 181	5 910,5	163,4	34,5	5 634

Jak je z tabulky zřejmé, úroveň ukazatelů vztahujících se k Praze je v porovnání s ostatními kraji zcela výjimečná. Kapacita měřená počtem sedadel je v Praze v přepočtu na 10 tis. obyvatel v porovnání s celostátní úrovní téměř čtyřnásobná, ještě vyšší je v Praze relativní návštěvnost divadel. Z ostatních krajů přesahuje celostátní průměr v těchto ukazatelích pouze kraj Jihomoravský a to zřejmě díky městu Brnu, které je také kulturním centrem celostátního významu. Z podobného důvodu je vysoká návštěvnost divadel také v Moravskoslezském a v Plzeňském kraji. Na druhé straně poměrně nízká úroveň zmíněných ukazatelů ve Středočeském kraji je zřejmě ovlivněna „dostředivým působením“ hl.m. Prahy. Mírně překvapivá je nízká návštěvnost divadel v Karlovarském kraji a také na Vysočině, naopak také poměrně vysoká návštěvnost v kraji Zlínském.

Ve sledovaných letech 2006 – 2009 počet kin, stejně jako počet sedadel mírně poklesl (o 3,2 a 7,3 %). **Zvýšil se naopak počet představení (o 16,7 %) a také počet diváků (o 8,3 %)**, který v roce 2009 dosáhl téměř 12,5 mil. osob.

Jak je z tab. č. 11 ( viz příloha) zřejmé, návštěvnost kin více než dvojnásobně převyšuje návštěvnost divadel. Lze říci, že zatímco v průměru náš každý druhý občan přijde jednou za rok do divadla, tak každý přijde do kina a navíc každý pátý kino navštíví dvakrát (samozřejmě, odhlédneme-li od diváků – zahraničních turistů).

Údaje o kinech v územním třídění dle krajů nejsou k dispozici a tak je regionální porovnávání ukazatelů nemožné.

Na vývoj kin působí mnoho vlivů spojených zejména s bouřlivým rozvojem záznamových a počítačových technologií (přenosné záznamové nosiče, internet). Došlo také k výstavbě vícesálových kin a tak i při poklesu počtu kin se počet pláten resp. promítacích sálů nesnižuje. V současné době stojí kina před další, nejen technickou, ale zejména investiční výzvou, kterou je přechod promítací technologie na digitální platformu.

### **Knihovny**

Knihovny tvoří nejhustější síť kulturních zařízení v naší zemi. Mimo jiné i z tohoto důvodu dnes mají mnohem širší poslání než tomu bylo v minulosti. Vedle tradičních knihovnických služeb poskytují také služby informační popř. i vzdělávací. Mnoho občanů tak navštěvuje knihovny z řady jiných důvodů než je vypůjčení knih, dokumentů či jiných nosičů informací. Přicházejí často proto, aby využili přístup k internetu, shlédli výstavu, zúčastnili se vzdělávací akce či kulturního pořadu.

Tyto, nesporně pozitivní změny působí potíže při vyjádření rozsahu aktivit veřejných knihoven a jejich společenského významu jedním či omezeným počtem ukazatelů. Využití finančních ukazatelů komplikuje také skutečnost, že některé služby veřejných knihoven jsou poskytovány bezplatně, popř. za poplatek do výše vynaložených nákladů. V porovnání s klasickými

ukazateli počtu čtenářů či výpůjček, se proto i v případě knihoven ukazuje jako vhodnější ukazatel výkonu počet návštěvníků.

Vývoj v oblasti knihoven byl v posledních třech letech nejednoznačný. **Přes znatelný nárůst počtu návštěvníků (o 11%), klesal počet registrovaných čtenářů (o 5,6 %) a také počet výpůjček (o 2,7%).** Patrně se změnila struktura služeb veřejných knihoven ve prospěch nových aktivit (viz zákon č. 257/2001 Sb., o knihovnách), které se rychle rozvíjejí. Dokládá to také skutečnost, že se zvýšil počet PC pro návštěvníky s přístupem na internet z 7 905 na 10 164 (o 28,6 %).

Vybrané základní ukazatele roku 2009 jakými jsou počet knihoven, návštěvníků a výpůjček v relaci k počtu obyvatel v jednotlivých krajích ukazuje níže uvedená tabulka.

Kraj	Počet knihoven na 10 tis.obyv.	PC s internet. na 10 tis. obyv.	Počet návštěvníků na 10 tis. ob.	Počet výpůjček na 10 tis.obyv.
Praha	0,3	2,6	23 893	65 335
Středočeský	6,6	9,2	15 536	49 728
Jihočeský	8,6	15,3	23 995	70 540
Plzeňský	8,2	11,1	20 249	68 172
Karlovarský	3,9	11,8	24 800	72 207
Ústecký	3,4	7,5	17 519	59 852
Liberecký	4,8	9,8	19 603	50 253
Královéhradeck.	6,7	12,0	23 422	75 560
Pardubický	7,6	11,6	19 441	57 809
Vysočina	10,1	15,8	25 355	78 960
Jihomoravský	5,4	10,5	20 211	57 994
Olomoucký	7,3	12,3	20 567	64 675
Zlínský	5,1	12,3	25 299	83 145
Moravskoslezský	2,1	7,1	21 250	62 268
CELKEM ČR	5,2	9,7	21 038	63 729

Jak ukazuje první sloupec tabulky, větší počet knihoven na 10 tis. obyvatel je v řídko osídlených krajích (např. Vysočina a Jihočeský kraj), kde se nachází vysoký počet malých knihoven bez pracovníků na plný úvazek (85 % z celkového počtu knihoven). Podobné důvody souvisejí i s rozdělením počtu PC s přístupem na internet do krajů.

Jiný obrázek by poskytlo vyčíslení počtu knihoven na zvolenou jednotku plochy kraje, které by charakterizovalo jejich dostupnost. Při průměrném počtu 6,9 knihoven na 100 km<sup>2</sup>, je jejich rozdělení po krajích poměrně vyrovnané. Minimální počet knihoven (3,7) byl v Karlovarském kraji a naopak maximální v Olomouckém kraji (8,8).

**Ukazatel počtu návštěvníků zřejmě nejlépe komplexně vyjadřuje poptávku po službách veřejných knihoven.** Spolu s kraji s poměrně řídkým osídlením (Vysočina, Karlovarský a Jihočeský kraj) byl velký zájem o služby veřejných knihoven také v kraji Zlínském a v Praze (kde převažují velké knihovny s knihovním fondem uspokojujícím všestranné potřeby zájemců).

Údaje v posledním sloupci tabulky o počtu výpůjček vypovídají o čtenářském zájmu o služby knihoven. Jak je zřejmé vysoce nadprůměrný byl ve Zlínském kraji, na Vysočině a dále v Královéhradeckém, Karlovarském a Jihočeském kraji.

Nutno dodat, že v porovnání s rokem 2006 se zájem čtenářů o výpůjčky knih ve veřejných knihovnách o celkově 5,1 % (na 10 tis. obyvatel) snížil, vzrostl pouze v Plzeňském, Olomouckém a Zlínském kraji.

Jak je patrné nabídka kulturních služeb vybraných poskytovatelů se v období od roku 2006 (s výjimkou kapacity kin) zvýšila, růstem – v případě divadel, kin a knihoven - reagovala také poptávka. Došlo k mírnému poklesu návštěvnosti (maximálně o - 0,4 % za období tří let)

**objektů kulturního dědictví** (hrady, zámky, muzea a galerie). Tento trend by mohl částečně odpovídat velmi nízké míře ekonomické soběstačnosti v oblasti kulturního dědictví.

Svou roli v popsaném vývoji bezesporu hrají probíhající technické a technologické přeměny (kina), rozšiřování služeb některých poskytovatelů (knihovny, muzea a galerie) a v neposlední řadě podpora kulturních aktivit z veřejných prostředků.

**Z územního pohledu** lze uvést, že nejrovnoměrněji je územně rozložena poptávka po službách knihoven (variační koeficient hodnot návštěvnosti na 10 tis. obyvatel činí 0,14), v případě muzeí a galerií je uvedená míra variability 0,53, pro památkové objekty 0,64 a v případě divadel 1,23. Tyto relace jsou pochopitelné, zvážíme-li, že knihovny jsou v každé větší obci, muzea a galerie jsou i v menších městech, památkové objekty jsou rozmístěny značně nerovnoměrně ve venkovských i městských oblastech všech krajů a stále scény divadel se nacházejí zejména v kulturních centrech (alespoň regionálního významu).

Co se týče **relativní úrovně návštěvnosti poskytovatelů kulturních služeb** (památky, muzea a galerie, divadla a knihovny) **v jednotlivých krajích, nelze sledovat významné odlišnosti** (s výjimkou očekávaných rozdílů souvisejících s vahou významných kulturních center a jejich „dostředivým působením“).

## **Závěr**

Jak je už výše uvedeno, tato práce má být prvním pokusem o sestavení ekonomických dat do podoby satelitního kulturního účtu vypovídajícího o zdrojích financování sektoru kultury, jeho ekonomických výsledcích a v neposlední řadě také o jeho váze v ekonomice naší země. Před dosažením žádoucího výsledku podobného snažení se nelze vyhnout obtížnému řešení dvou základních otázek.

**Prvá z nich souvisí se samotným vymezením sektoru kultury** v rámci celé ekonomiky. Je zřejmé, že některé činnosti a služby jsou pro kulturu typické, jiné s ní více či méně souvisejí. Obvykle ji předcházejí (např. výroba hudebních nástrojů) či na ni navazují (např. maloobchodní prodej knih či hudebních nahrávek). Spolu se zmíněnými průmyslovými a obchodními aktivitami jsou s kulturou volně spojeny také služby cestovního ruchu.

Samozřejmě, **odlišnosti v pojetí rozsahu sektoru kultury značně ovlivňují výsledky kulturního účtu a váhu sektoru v ekonomice jako celku**. Spolu s typicky kulturními aktivitami byla pro potřeby této práce do sektoru kultury zahrnuta i malá a od kultury nesnadno oddělitelná část maloobchodních činností – prodej knih, novin a časopisů.

Obecně lze říci, že v řešení problému vymezení kulturního sektoru vychází v zásadě z dostupných materiálů UNESCO a EUROSTATu. V současné době je před ukončením projekt EUROSTATu nesoucí název ESSnet Culture, jehož jedním z výstupů by mělo být také vymezení rozsahu kultury a jejich oblastí (domains, subdomains). Výsledky tohoto projektu budou v budoucím období významné i pro vymezení a dělení sektoru kultury v souvislosti se sestavením jeho satelitního účtu.

**Druhou významnou otázkou jsou disponibilní a využitelné zdroje dat**. Liší se co do svého původu (administrativní a statistické), tak i co do kvality. Zvláště problematická jsou statistická zjišťování. Je tomu jak z důvodu jejich vnitřního omezení, zejména vysoké míře neodpovědi (nonrespons) v případě ekonomických dat respondentů ze soukromého sektoru a úsporně malých výběrových souborů, tak i pro vlastnosti platných klasifikací (např. zahrnutí kulturních činností spolu s ne – kulturními do jedné třídy či skupiny CZ-NACE). Ztěžuje to jednoznačné přiřazení finančních zdrojů k určité kulturní oblasti či k poskytovateli.

Dalším důsledkem zmíněných problémů je skutečnost, že se **při hledání odpovědí na mnohé otázky nevyhnete odhadům**, ač podloženým znalostmi základních souvislostí. Netřeba zdůrazňovat, že nutnost takového postupu s sebou zákonitě přináší prvky subjektivních vlivů.

Problémem jsou také odlišnosti jednotlivých statistických zjišťování. Data ze zjišťování zaměřených na kulturní instituce (KULT) a dále neziskové instituce (NI) sice pokrývají celou škálu finančních zdrojů včetně mezinárodních (viz tabulky č. 1 – 3 v příloze), ne však všechny kulturní instituce. Proto **je nutné jejich doplnění o výsledky šetření podnikové statistiky, které pohled na výši a strukturu finančních zdrojů sektoru kultury značně mění**.

Nutno dodat, že za období roku 2009 se kulturní účet zpracovává po prve s tím, že **ověření metodických přístupů lze považovat za zhruba stejně významné jako hledání věcných**

**výsledků.** Zmíněné roční období představuje teprve počátek vznikající časové řady a proto ještě není možné hodnotit dynamiku úrovně jednotlivých ukazatelů alespoň ve dvouletém období.

**Základní otázkou, na kterou by měl dát účet kultury odpověď, je původ, rozsah a užití finančních zdrojů v sektoru kultury.** Z administrativních dat bylo zjištěno, že veřejný sektor se podílí na příjmech kulturních institucí částkou 28,3 mld. Kč ( tj. necelými 14 %) s tím, že tyto prostředky plynou zejména do oblasti kulturního dědictví živé umělecké tvorby. Podle šetření v domácnostech dosáhly výdaje směřující z rodinných rozpočtů do kultury, zejména do oblasti médií a živé tvorby, 50,2 mld. Kč ( tj. téměř čtvrtinu celkových zdrojů). Zdroje neziskových institucí, které se vázaly zejména na správní činnosti v kultuře, představovaly 8,7 mld. Kč a 4,3 % z celkových zdrojů. Ostatní zdroje (115,6 mld. Kč tj. 57 % z celku) plynuly do kultury z podniků (zejména do sféry médií) a z mezinárodního prostředí (zejména do kulturního dědictví).

Ukazuje se, že **jednotlivé kulturní oblasti resp. jejich skupiny (sféry) se významně liší stupněm uplatnění tržních principů a v této souvislosti také úrovní hospodaření,** s tím související výší průměrných mezd, investiční aktivitou atd. Případné prohlubování této diference bude záviset na technickém rozvoji na straně jedné a rozsahem podpory neziskových aktivit (kulturní dědictví, část živé tvorby, knihovny) z veřejných zdrojů na straně druhé.

Za problematickými ekonomickými výsledky výše jmenovaných kulturních oblastí lze mimo jiné vidět omezené možnosti finančních ukazatelů pro vyjádření rozsahu i kvality výkonu některých činností (např. péče o kulturní dědictví, vzdělávací činnost kulturních institucí, působení kultury a jejich hodnot na jedince i společnost). V této souvislosti **je na místě doplnit ekonomické ukazatele naturálními,** z nichž se jako nejvhodnější se pro svou komplexnost jeví ukazatel počtu návštěvníků.

**Ve střednědobém tříletém období se ukazuje, že - s výjimkou objektů kulturního dědictví - návštěvnost ostatních poskytovatelů kulturních služeb vzrostla.** Žel, zmíněná nepřítomnost časové řady ekonomických ukazatelů znemožňuje vzájemné porovnání naturálního a finančního vyjádření rozsahu výkonu kulturního sektoru a jeho společenského významu.

Sektor kultury – tak jak je výše vymezen - byl zkoumán také z makroekonomického pohledu. Jak se ukazuje **jeho váha či podíl na ekonomice jako celku v několika významných ukazatelích osciluje kolem 2 %.**

Veřejné zdroje věnované kultuře představují 1,73% celkových konsolidovaných výdajů veřejných rozpočtů. O necelý procentní bod vyšší je podíl výdajů domácností na kulturu k celkovým výdajům domácností. Také počet zaměstnanců v sektoru kultury dosahuje 1,9 % z celkového počtu zaměstnanců v ekonomice. Konečně podíly odhadované produkce a hrubé přidané hodnoty v kultuře mírně přesahují dvouprocentní úroveň (2,3% a 2,5%), zatímco odhadovaný hrubý domácí produkt kultury svou výší úroveň celostátního ukazatele mírně nedosahuje (1,76 %).

**Pokud bychom přidali na pomyslnou misku vah neměřitelnou část výkonů a společenského dosahu sektoru kultury, byl by jeho podíl ještě vyšší.** To, co nelze změřit je však mimo náš dosah. Je třeba se zabývat tím, co dokážeme ovlivnit a provádět opatření - zejména v oblasti statistických zjišťování – která nám umožní postupně zvyšovat rozsah kulturních aktivit zahrnutých do satelitního kulturního účtu a naopak snižovat stupeň jeho nepřesnosti.

#### **IV. přednáška: Sociální postavení umělců a příjemci uměleckých děl**

##### **Postavení umělců**

Usnesení Evropského parlamentu o sociálním postavení umělců ze dne 7. června 2007 ([2006/2249\(INI\)](#)) se odvolává na celou řadu dokumentů (včetně Úmluvy UNESCO o ochraně rozmanitosti kulturních projevů) a deklaruje zdánlivé samozřejmosti, např. že „umění je možno také považovat za práci a povolání“. Reaguje však na řadu problémů spojených s postavením umělců v evropských zemích. V řadě členských států není postavení některých profesionálních umělců právně zakotveno. S výkonem uměleckých povolání jsou nerozlučně spojeny flexibilita a mobilita a fakticky žádný umělec se nikdy, během své profesionální kariéry, nezbaví existenční nejistoty. Je téměř nemožné, aby umělec v Evropě vytvořil plán své profesionální kariéry. A proto z Usnesení vyplývá, že nutnou protíváhou toho, že umělecké povolání je nejisté a často závisí na náhodě, je záruka spolehlivé sociální ochrany a že je třeba usnadnit umělcům přístup k informacím o jejich pracovních podmínkách

a podmínkách, týkajících se mobility, nezaměstnanosti, zdravotní péče a důchodu. V tomto smyslu se doporučuje odstraňovat překážky a bariéry.

Usnesení konstatuje, že smlouvy o školení nebo kvalifikaci k výkonu umělecké činnosti, přizpůsobené podmínkám jednotlivých oborů, dosud nebyly dostatečně propracovány a že je nutné podporovat možnosti profesionální rekvalifikace umělců. Z bariér upozorňuje, že na volný pohyb pracovníků z nových členských států obecně, včetně umělců, se stále vztahují určitá omezení, vyplývající z možnosti stanovit přechodné období i pro spolupráci evropských umělců s kolegy ze zemí mimo Společenství, kdy jejich mobilitu omezují obtíže se získáváním střednědobých víz. Z metodického hlediska Usnesení doporučuje v první řadě rozlišovat amatérskou uměleckou činnost od umělecké činnosti profesionální a dále důsledně uplatňovat ochranu práv autorů i výkonných umělců včetně práva na spravedlivou odměnu.

Následně se vyzývají členské státy (tedy včetně ČR), aby přijaly řadu opatření ke zlepšení situace sociálního postavení umělců:

1. vyzývá členské státy, aby vytvořily nebo uvedly do praxe právní a institucionální rámec, který bude podporovat uměleckou tvorbu, přijetím nebo uplatňováním souboru obecně platných a koherentních opatření zahrnujících smluvní podmínky, sociální zabezpečení, zdravotní pojištění, přímé a nepřímé zdanění a soulad s evropskými předpisy;
2. zdůrazňuje, že je třeba vzít v úvahu atypičnost pracovních metod umělce;
3. dále zdůrazňuje potřebu zohlednit netypickou a nejistou povahu všech povolání týkajících se divadelního umění;
4. vybízí členské státy, aby pokročily při vytváření smluv o školení nebo kvalifikaci u uměleckých povolání;
5. navrhuje proto členským státům, aby prosazovaly uznávání profesionální praxe a zkušeností umělců.

Pro ochranu umělců následuje několik výzev na Evropskou komisi a členské státy mj.:

a/ vyzývá Komisi a členské státy, aby zavedly "evropský profesní registr" pro umělce, v němž by mohlo být uvedeno jejich postavení, povaha a doba trvání smluv, které postupně uzavřeli, a údaje o jejich zaměstnavatelích nebo o poskytovatelích služeb, kteří je angažovali;

b/ vyzývá Komisi a členské státy, aby se s ohledem na dvoustranné dohody zabývaly možnostmi vyvinout iniciativu k zajištění převádění nároků na důchod a na sociální zabezpečení, které získali umělci ze třetích zemí, pokud se vrátí do své země původu, a aby jim byla uznávána praxe získaná během pracovního působení v členském státě;

zdůrazňuje se nutnost odlišit mobilitu specifickou pro umělce od mobility pracovníků v Evropské unii obecně;

c/ žádá Komisi, aby formálně identifikovala kulturní oblasti, v nichž je zjevné nebezpečí odlivu tvůrčí činnosti a ztráty talentů, a členské státy, aby se motivačními opatřeními snažily udržet své umělce na území členských států Evropské unie nebo je podnítit k návratu do Evropské unie;

d/ dále žádá členské státy, aby věnovaly mimořádnou pozornost tomu, aby na evropské úrovni byly uznávány diplomy a jiná osvědčení vydané všemi konzervatořemi, uměleckými školami ve členských státech v Evropě a ostatními oficiálními školami divadelního umění, aby mohli jejich držitelé pracovat a studovat ve všech členských státech; vyzývá v této souvislosti všechny členské státy, aby podporovaly formální studium uměleckých oborů, poskytující vysoce kvalitní osobní a profesní vzdělávání, které umožňuje studentům rozvinout jejich umělecký talent, a využívat přitom všeobecného vzdělávání, které dává možnosti uplatnit se také v jiném profesním odvětví; zdůrazňuje také důležitost předkládání nových iniciativ na evropské úrovni, aby bylo v Evropské unii usnadněno uznávání diplomů a jiných osvědčení vydaných konzervatořemi a uměleckými školami ve třetích zemích s cílem podpořit mobilitu umělců směřujících do členských států;

e/ vyzývá Komisi k přijetí "evropské charty umělecké tvorby a podmínek jejího výkonu" na základě podobné iniciativy, jakou byla např. iniciativa UNESCO, s cílem stvrdit význam činností profesionálů v oblasti umělecké tvorby a usnadnit evropskou integraci;

vyzývá členské státy, aby odstranily všechny druhy omezení, pokud jde o přístup na pracovní trh pro pracovníky působící v oblasti umění v nových členských státech;

f/ vyzývá členské státy, aby účinně zajistily platbu všech spravedlivých náhrad v souvislosti s právy na rozmnožování a spravedlivou odměnou držitelům autorských a souvisejících práv;

g/ domnívá se, že by bylo žádoucí, aby členské státy zvážily možnost poskytnout umělcům více podpory, než dostávají nyní, tím že zavedou poplatek za komerční využívání originální tvorby a osvobodí její výkon od daně.

V Usnesení se dále objevují i konkrétní náměty na řešení vizové problematiky, související s mobilitou umělců, návrhy programů na celoživotní vzdělávání a rekvalifikace, stejně jako na výchovu k umění v rámci obecného školství a podpory kvalitního uměleckého školství.

### **Situace v ČR**

Na základě takto daného úhlu pohledu je nutné reflektovat silné a slabé stránky české legislativy a našich podmínek, které se týkají sociálního a ekonomického postavení umělců. Legitimita tohoto postavení u nás vlastně vychází jen z Listiny základních lidských práv a svobod, právně zakotveného systému odborného středního a vysokého školství a konečně Kulturní politiky ČR, která však obchází definici umělce jako profese. O tom, že mzdovou a honorářovou politiku veřejných kulturních a uměleckých institucí by bylo nutné přiblížit standardům zemí EU (což se týká zvláště celé kapitoly státního rozpočtu pro kulturu) je irelevantní na tomto místě znovu připomínat. Schází obecná kulturní legislativa (včetně zvláštních zákonů např. divadelního) a proto je obtížné vůbec definovat „postavení umělce“ u nás.

Základní statistické údaje jsou publikovány ve statistických ročenkách kultury (NIPOS, Praha) a údajích Českého úřadu statistického (o počtu subjektů v segmentu našeho zájmu podle kategorií počtu zaměstnanců v systému klasifikace subjektů CZ NACE a v systému klasifikace činností OKEČ). Např. pro oblast divadlo jsou ve Statistice kultury uváděny: počty titulů, premiér, představení, návštěvníků, představení v zahraničí, divadel, stálých scén, souborů, zaměstnanců (a zvláště uměleckých pracovníků), kapacita divadel, procento návštěvnosti, ekonomické údaje (dotace státu a příspěvky měst, celkové výnosy, vlastní příjmy - z hlavní činnosti a ostatní - celkové neinvestiční náklady, procento soběstačnosti, cena vstupenek). Údaje jsou doplněny indexy posledních pěti let. Obdobné údaje nalezneme o audiovizuálních dílech, galeriích a muzeích, hudebních souborech, knihovnách, vydavatelích, tisku a výstavní činnosti.

Na odborné, profesní a zájmové úrovni vytvářejí umělci společné platformy, většinou na bázi občanských sdružení, řady uměleckých obcí a spolků, které zastřešuje Rada uměleckých obcí. Uvádíme nejvýznamnější z oblastí umění: Unie výtvarných umělců, Syndikát výtvarných umělců, Jednota hudebního divadla, Sdružení profesionálních loutkářů, Sdružení českých divadelních kritiků, Taneční sdružení ČR, Asociace profesionálních divadel ČR, Asociace symfonických orchestrů a sborů ČR, Asociace hudebních umělců a vědců, Unie orchestrálních hudebníků ČR, Česká hudební rada, Svaz autorů a interpretů, Česká hudební společnost, Obec spisovatelů, Obec překladatelů, České centrum Mezinárodního PEN klubu. V ČR neexistují rejstříky uměleckých profesí. Jedinou výjimkou je Rejstřík profesionálních výtvarných umělců činných na území ČR. Je veřejně přístupný (<http://www.uvucr.cz>). Jde o obdobný institut jako úřední seznamy, které pro většinu svobodných povolání (mimo umělecké profese) vedou na základě zákona komory. Seznam svých členů vede např. i Komora architektů. Jinak existují pouze seznamy členů uměleckých obcí, asociací a spolků včetně odborů a také komerční rejstříky agentur (např. herců, zpěváků, orchestrálních hráčů atd. pro potřeby filmových, televizních, rozhlasových a nahrávacích studií). Ty nemají charakter veřejné listiny.

Asi jedním z nejlépe zpracovaných dokumentů, vztahujících se k problematice jednotlivých oborů i z hlediska sociálních podmínek je vedle tance Tanec v ČR i zmíněná Analýza postavení výtvarných umělců, kterou zpracovala Unie výtvarných umělců v roce 2002. Postavení výtvarného umělce ve svobodném povolání nemá v současné době jasně vymezený právní rámec. Není zřízena ze zákona komora (což ostatně vzhledem k povaze výtvarné tvorby není ani žádoucí). Jedna opora je v zákoně o daních z příjmů (zákon číslo 566/1992 Sbírky zákonů a nařízení ČR), kde jsou sice umělci zahrnuti spolu s živnostníky a dalšími poplatníky do kategorie osob samostatně výdělečně činných (§ 3, odst. 1, písm. b), dále je však tento druh příjmu specifikován jako příjem z užití nebo poskytnutí práv z průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví, autorských práv atd. a je od jiných příjmů odlišen výší možného paušálního odpisu nákladů, který činí 30 % (na rozdíl od 50 % u zemědělské výroby a 25 % u živností) - § 7, odst. 2, písm. a, odst. 9, písm. b. To se však týká všech autorů, tedy i těch, kteří nejsou vnímáni jako profesionálové. Význam pro vytváření statutu umělce je tedy jen podpůrný. Pevnější oporou pro konstituování svobodného povolání jako právně relevantního termínu je ustanovení § 22 téhož zákona (zdroj příjmů), kde jsou příjmy umělce zařazeny mezi příjmy

z nezávislé činnosti (odst. 1, písm. f). Pod nezávislou činností jsou však i činnosti osob, u nichž je výkon povolání vázán na členství v komorách (architekt, lékař, inženýr, právník), takže termín "nezávislá činnost" je širší, než "svobodné povolání", které členstvím v komoře podmíněno není. Druhou oporou je soubor právních norem upravujících sociální, nemocenské a důchodové zabezpečení.“

„Daňová reforma od 1. 1. 1993 zrušila všechny zvláštnosti a výjimky, které se týkaly umělců i uplatnění uměleckých děl. Daň z obratu byla nahrazena daní z přidané hodnoty (DPH), přičemž výtvarná umělecká díla byla a dodnes jsou zatížena základní sazbou daně 22 %. Stejně zatížení je na vstupu např. i u všech výtvarných potřeb, jež umělec nakupuje, s výjimkou počítačového software (5 %). Daňové úlevy, které by provázely nákup uměleckých děl a pomáhaly rozvoji trhu s uměním, jsou nevýrazné. Nákup je možný pouze v rámci investičních akcí jako základní vybavení interiéru. V běžném roce provozu takový nákup jako daňově uznaný náklad možný není, a to ani v případě, že umělecké dílo má být umístěno v prostorách veřejně přístupných a lze je tedy považovat za prostředek k dosažení a udržení příjmů.

Sponzoring není finančně pro dárcе zajímavý, pobídka je velice slabá. Jedinou významnější možností k financování výtvarných aktivit je využití výtvarného díla (výtvarné akce) k reklamě, která daňově uznaným nákladem je. Výtvarní umělci jako autoři (tvůrci) jsou z daňového hlediska osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ), nestanou-li se účetní jednotkou, mohou uplatnit náklady o 5 % vyšším paušálem než živnostníci (tedy 30 %). To ve většině případů zcela nedostačuje (díla sochařská, design), a umělcům nezbyvá, než vést jednoduché, případně podvojně účetnictví. Rovněž zdravotní pojištění je povinné a minimální částku, každoročně upravovanou, musí pod hrozbou penále umělec platit i v případě, že v daném období žádný příjem nemá. Pouze u sociálního zabezpečení a pouze u umělecké autorské činnosti je dána zákonná možnost svobodného rozhodnutí, zda do systému přistoupit nebo ne. Pokud se umělec rozhodne kladně, musí se plně podřídit režimu pojištění i v případě, že v daném období žádný příjem nemá. Rozhodne-li se k systému nepřistupovat, nemá povinnosti žádné (předpokladem jeho budoucího zabezpečení jsou požitky plynoucí z užití jeho děl, případně soukromé formy pojištění).“

V daňové oblasti jsou od daně z příjmu fyzických osob osvobozena stipendia ze státního rozpočtu, z rozpočtu kraje a z prostředků vysoké školy a podpory a příspěvky z prostředků nadací, nadačních fondů a občanských sdružení. Dále příjmy plynoucí ve formě povinného výtisku (autorské rozmnoženiny). Profesní občanská sdružení jsou osvobozena od placení daně z členských příspěvků. Předmětem daně nejsou příjmy z činností vyplývajících z jejich poslání, a to za předpokladu, že náklady na provádění těchto činností jsou vyšší (nutnost vést účetně každou činnost samostatně). Sociální zvýhodnění, týkající se výtvarných umělců, nebyla indikována.“

### **Odbory**

Z hlediska ochrany odborových zájmů uměleckých pracovníků vystupuje na státní úrovni v rámci Českomoravské konfederace odborových svazů Herecká asociace, Unie orchestrálních hráčů a Unie sborových zpěváků a v rámci Asociace samostatných odborů pak Odborová asociace divadelníků. Působí i prostřednictvím Pracovní skupiny při Rady hospodářské a sociální dohody (tzv. tripartita) pro kulturu.

Kolektivní vyjednávání (viz Vyhláška 16/1991 Sb., o kolektivních smlouvách vyššího stupně, zprostředkovatelích a rozhodcích) zajišťuje právo na informace o vývoji mezd, platů, průměrné mzdy a jejich jednotlivých složek, včetně členění podle jednotlivých profesních skupin, má povinnost projednat opatření týkajícího se pracovních a životních podmínek zaměstnanců a dalších opatření, která se týkají většího počtu zaměstnanců (hromadné propouštěním zaměstnanců, reorganizace) i otázek v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví.

V případě konfliktu mezi zaměstnavateli a zaměstnanci působí osoby zvolené dohadujícími se stranami nebo osoby určené Ministerstvem práce a sociálních věcí.

V rámci pracovního práva se, s výjimkou výslovně označených, všechny předpisy vztahují na všechny zaměstnance či osoby samostatně výdělečně činné všech profesí, nikoli jen na umělce. Z hlediska sociální ochrany i v oblasti kolektivní tvorby, tedy v případě zaměstnanců se sníženou pracovní schopností, platí Zákon č. 474/2001 Sb., který stanoví zaměstnavatelům s více než 25 zaměstnanci povinný podíl 4 % zaměstnanců se změněnou pracovní schopností nebo je povinen za příslušný počet zaměstnanců odvést 1,5 násobku průměrné mzdy. Zároveň mohou zaměstnavatelé podle Zákona č. 586/1992 Sb. uplatnit slevu na dani za každého takového pracovníka. V oblasti individuální tvorby



je možno v tomto smyslu aplikovat Vyhlášku č. 115/1992 Sb., o provádění pracovní rehabilitace občanů se změněnou pracovní schopností, ve znění vyhlášky č. 232/1997 Sb. Zvláštní mechanismy finanční pomoci pro hendikepované umělce neexistují, existuje však speciální možnost vzdělávání např. vysokoškolské studium výchovné dramatiky neslyšících či středoškolské studium v oboru hudby pro nevidomé a studenty se zbytky zraku. Stejně tak existují rekvalifikační programy Ministerstva práce a sociálních věcí v případě nezaměstnanosti.

### **Pracovní podmínky**

Kontroly pracovních podmínek se provádějí podle obecně platných předpisů (specifické předpisy jsou pouze ve vztahu k návštěvníkům -hygienické zázemí, požární bezpečnost ve vztahu k počtu návštěvníků). Provádí je Státní odborný dozor nad bezpečností práce a technických zařízení, včetně dodržování stanovených pracovních podmínek v České republice, podle zákona č. 174/68 Sb., o státním odborném dozoru, orgány a organizace státního odborného dozoru. Samostatnou působnost týkající se pracovního prostředí a ochrany zdraví při práci má Hygienická služba, která je v resortu Ministerstva zdravotnictví. Působnost orgánů a organizací státního dozoru se vztahuje na všechny ostatní organizace a fyzické osoby, které provozují podnikatelskou činnost. Jejich působnost se tedy nevztahuje na osoby SVC, pokud svou činnost vykonávají v „soukromých“ prostorách.

### **Pracovní legislativa**

Legislativní normy pracovního práva:

Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce – pro všechny zaměstnance

nařízení vlády č. 108/1994 Sb., kterým se provádí zákoník práce – pro všechny zaměstnance

nařízení vlády č. 303/1995 Sb., o minimální mzdě – pro všechny zaměstnance

Zákon č. 1/1992 Sb., o mzdě – pro všechny zaměstnance v soukromé sféře

nařízení vlády č. 333/1993 Sb., o minimálních mzdových tarifech – stanovuje dvanáct tarifních stupňů pro soukromou sféru, činnost výkonných umělců lze zařadit do 8. až 11. stupně

Zákon č. 143/1992 Sb., o platu – pro zaměstnance státu, krajů, obcí, příspěvkových organizací

nařízení vlády č. 251/1992 Sb. a č. 253/192 Sb., k provedení zákona č. 143/1992 Sb. – pro zaměstnance státu, krajů, obcí, příspěvkových organizací

nařízení vlády č. 469/2002 Sb. – katalog 16 platových tříd pro zaměstnance státu, krajů, obcí, příspěvkových organizací, pro umělce viz část 2.14.

### **Legislativní normy pojištění**

Zákon č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění

v tomto zákoně je speciální ustanovení pro umělce v § 9 – dobrovolnost účasti umělců, jež jsou

OSVČ (osoby samostatně výdělečně činné), na důchodovém pojištění

Zákon č. 100/1988 Sb., o sociálním zabezpečení

Zákon č. 54/1956 Sb., o nemocenském pojištění zaměstnanců

Zákon č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociální pojištění

Zákon č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře

Zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění

Zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na veřejné zdravotní pojištění

Zákon č. 1/1991, o zaměstnanosti – zejména část druhá: právo na zaměstnání, podpora v nezaměstnanosti

Vyhláška č. 125/1993 Sb., o zákonném pojištění zaměstnavatele na škodu způsobenou zaměstnanci pracovním úrazem

Od 1. 1. 2007 vstoupil v platnost **Zákoník práce č. 262/2006 Sb.**, který nereflektuje zvláštní povahu umělecké práce. Zákoník práce stojí před zamýšlenou radikální úpravou, která by prospěla především větší flexibilitě pracovního trhu a mobilitě pracovníků. Stejně tak odborové svazy zásadně nesohlasí se systémovými změnami tarifních tabulek a tříd. Ustanovení se ve svém důsledku obrátí proti sociálním jistotám, neboť povede k masivnímu propouštění a využívání umělců jen podle Zákona č. 121/2000 Sb. Veřejně dotovaná divadla (divadla veřejné služby) budou ztrácet konkurenceschopnost na trhu práce a bude ohroženo jejich uplatnění nejen na domácím, ale i na evropském (konec konců i světovém) kulturním trhu. Dalším důsledkem bude komercializace jejich konání. Řešením je, aby tento paragraf byl změněn s tím, že se jeho ustanovení nevztahují na umělecké pracovníky. Zároveň by mělo být vypuštěno ustanovení o možné dohodě s odborovou organizací, neboť je vnímáno jen jako nereálné zbožné přání předkladatelů zákona. Jde o naprosto nutnou úpravu a novelizaci, bez níž není možné zajistit kvalitu umělecké produkce ani přiměřené sociální jistoty inkriminovaných umělců.

## **Obecně platné předpisy**

U zaměstnanců jsou uplatňovány obecně platné sociální systémy (nemocenské, placená mateřská dovolená, další podpora v mateřství, při pracovní neschopnosti, důchodové).

U osob SVC je povinné sociální zabezpečení - výše odvodů je odvozována od daňového příznání. Oborovým zvýhodněním je 5% zvýšení paušálního odpisu z příjmu na základě Autorského zákona. U zaměstnanců je stanovena minimální měsíční mzda (nařízení vlády č. 303/1995 Sb., o minimální mzdě v platném znění). Zaměstnanci dostávají výplatu přímo od zaměstnavatele, autorské honoráře mohou být vypláceny prostřednictvím profesních organizací (např. DILIA, AURA PONT), stejně jako podíl z prostředků získaných hromadnou správou (DILIA, INTEGRAM, OSA a pro oblast výtvarného umění OOA-S a Gestor)

Dávky v nezaměstnanosti se poskytují po dobu 6 měsíců (50% - první tři měsíce - a dále 40% posledního platu). Pouze pro zaměstnance podle obecně platných předpisů (zákon č.1/1991 Sb. v platném znění). I když statistické údaje oblasti chybí, existuje předpoklad nelegální práce podle příslušných daňových zákonů i v oblasti umění. Kontroly provádějí Úřady práce a zjištěné a prokazatelné nedostatky je možno soudně penalizovat na straně zaměstnavatelů. Na straně zaměstnance se může jednat o daňový únik, který je postihován soudně. Ilegální práce je potlačována, nikoli zcela vymýcena. U osob samostatně výdělečně činných je ilegální prací činnost, za kterou nebyl přiznán příjem v daňovém příznání - a může být postihována trestně jako daňový únik.

V ČR se často a většina uměleckých profesí (autorského i výkonného) charakteru uchyluje k jiným formám výdělečné činnosti. Procentní podíl se liší od profese k profesi, např. u spisovatelů jde určitě o více než 90%, ale třeba u architektů půjde naopak o výraznou menšinu. Statistická data v tomto smyslu nejsou k dispozici. U autorů jde v první řadě o práci redakční, publicistickou a dramaturgickou. U hudebních skladatelů o práci redakční (rozhlasovou, televizní, nakladatelskou), dramaturgickou (audiovize) a pedagogickou.

U výtvarníků jde často i o práce řemeslné či čistě komerční. U výkonných umělců jde hlavně o práci pedagogickou, osvětovou, ale i reklamní.

V ČR neexistují pro umělce zvláštní pracovní povolení a rovněž neexistují profesní statuty. Pouze pojmy jako „dílo“ (autorské) a „výkon“ (též umělecký) používají zvláštní ochrany podle autorského zákona viz Zákon č. 121/2000 Sb.

## **Daně**

Zvláštní způsob zdanění příjmů umělců v ČR byl zrušen daňovou reformou v roce 1992. Počínaje 1.1.1993 jsou příjmy všech fyzických a právnických osob zdaňovány podle Zákona č. 586/1992 Sb. ve znění pozdějších předpisů (zákon o daních z příjmů).

Zdanění zahraničních umělců z příjmů na území ČR závisí na druhu příjmu a na uzavřené mezistátní smlouvě o zamezení dvojího zdanění. Není-li se zemí, v níž má zahraniční umělec daňový domicil, uzavřena smlouva o zamezení dvojího zdanění, zdaňují se příjmy výkonných umělců i příjmy z poskytnutí autorských práv srážkovou daní 25 %. Pokud je s příslušnou zemí uzavřena smlouva o zamezení dvojího zdanění, řídí se zdanění zahraničního umělce v ČR touto smlouvou. Ve většině případů smlouvy o zamezení dvojího zdanění dovolují v ČR vybrat daň z příjmů výkonných umělců v sazbě 25 %, daň z příjmů z poskytnutí autorských práv snižují na 0 až 10 %. Další výjimky bývají možné pouze u vystoupení sjednaných v rámci mezistátních kulturních dohod.

Způsob zdanění honoráře umělce závisí na právním titulu, z jakého umělci honorář plyne. V zásadě lze rozlišit tři druhy honoráře: příjem ze závislé činnosti (zpravidla pracovněprávní vztah), příjem ze samostatné výdělečné činnosti, příjem ze zděděných autorských práv.

Honorář umělce za umělecký výkon v závislé činnosti je zdaňován stejně jako příjmy ostatních osob v závislé činnosti podle § 6 Zákona 586/1992 Sb. Výjimky pro pracovníky kulturních odvětví v zákoně nejsou. Honorář umělce provozujícího svoji uměleckou činnost jako osoba samostatně výdělečně činná (vlastním jménem, na vlastní zodpovědnost) se zdaňuje podle § 7 Zákona 586/1992 Sb. obdobně jako příjmy živnostníků, zemědělců, osob podnikajících podle zvláštních předpisů, osob vykonávajících nezávislé povolání. Umělci (v řeči zákona o daních z příjmů osoby s příjmy z užití nebo poskytnutí práv duševního vlastnictví a autorských práv) mají oproti ostatním samostatně výdělečným osobám několik výhod. Pokud se umělec rozhodne neuplatňovat výdaje ve skutečně vyšší, ale zákonem stanoveným procentem z příjmů, má oproti živnostníkům, kteří mohou jako výdaj uplatnit částku ve výši 25 % svých příjmů, výhodu vyšší procentní sazby – jako výdaj může uplatnit částku ve výši 30 % příjmů. Další výjimkou je zdanění honorářů autorů za příspěvky do

novin, časopisů, rozhlasu a televize ze zdrojů na území České republiky. Pokud úhrn těchto příjmů od téhož plátce nepřesáhne v měsíci 7 000 je zdaněn srážkovou daní v sazbě 15 % a nezahrnuje se do celoročního základu daně umělce. Pokud umělec obdrží jednorázový příjem za svou několikaletou činnost nebo za využití práv najednou za více let, dovoluje zákon o daních z příjmů při zdanění těchto příjmů částečně eliminovat daňovou progresi.

Na umělce, který uměleckou činnost vykonává jako osoba samostatně výdělečně činná, se vztahuje též Zákon č. 588/1992 Sb. (zákon o daní z přidané hodnoty). Pokud je umělec plátcem DPH, má jako ostatní plátcí nárok na odpočet daně u přijatých zdanitelných s podmínkami danými zákonem o DPH. Uskutečněná zdanitelná plnění má umělec plátcem DPH povinnost zatížit daní z přidané hodnoty v sazbě 5 %, pokud je předmětem plnění poskytnutí služby a převod či užití práv, nebo 22 %, pokud je předmětem plnění dodání zboží, s výjimkou knih. Za zboží se přitom pro účely zákona o DPH považují věci movité, předměty umělecké hodnoty nevyjímaje.

Příjmy ze zděděných práv z duševního vlastnictví včetně autorských práv a práv příbuzných právu autorskému se zdaňují podle § 10 Zákona 586/1992 Sb. U těchto příjmů nelze uplatnit náklady paušální částkou jako u příjmů ze samostatné výdělečné činnosti, případná ztráta není daňově účinná. Daň dědická je upravena Zákonem č. 357/1992 Sb. (zákon o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí). Dědění uměleckých děl nepoživá žádných výjimek. Od daně dědické je osvobozeno nabytí libovolného majetku děděním mezi příbuznými v řadě přímé a manželi.

### **Zahraniční spolupráce**

ČR se účastní Programu EU Culture 2000, Středoevropské iniciativy (SEI) a Visegrádské skupiny (V4). MK ČR vypisuje granty na podporu umělecké spolupráce se zahraničím. I velké městské aglomerace (Praha, Plzeň, Ostrava, Brno) podporují svými dotačními programy a granty zahraniční spolupráci umělců. Stát (i další veřejné rozpočty včetně kulturních institucí) finančně podporují mobilitu uměleckých děl (včetně výstav, veletrhů, zápůjček, ediční politiky, festivalů atd.). V resortu školství i kultury existují programy pro rezidenční pobyty a stipendia zahraničních umělců u nás. Umělecké i kulturní instituce uznávají zahraniční diplomy v uměleckých profesích. Pro umělce však v případě víz i povolení k pobytu platí standardní mechanismy jako pro ostatní občany jiných zemí. Vízové povinnosti upravují mezinárodní smlouvy, které s jednotlivými státy uzavřela naše republika. Pokud jde o umělce v zaměstnaneckém poměru k instituci, z jejíhož pověření umělec dočasně působí v zahraničí (nejčastější případ je hostování) pak v případě sociálního zabezpečení jde zcela o povinnost vysílající instituce. Pokud umělec působí dočasně v zahraničí na základě svého rozhodnutí (tj. jako osoba samostatně činná) je sociální zabezpečení jeho osobní záležitostí, kterou ovšem může řešit smlouva uzavřená mezi ním a případným producentem či agenturou. Jinak naše legislativa neurčuje zvláštní podmínky pro zahraniční umělce mimo obecné pracovní zákonodárství. Jedinou pozitivní výjimkou snad je, že v případě umělecké prezentace, která je taxativně určena protokolem o kulturní spolupráci příslušné mezinárodní kulturní dohody, jde o daňové zvýhodnění v případě DPH a honorářů. V ČR neexistují ochranná opatření ve prospěch vlastních umělců při hostování zahraničních souborů či skupin.

### **Příjemci uměleckých děl a výkonů**

*-dle studie Martina Cikánka-*

V současné době jsou v České republice ročně vydávány na podporu kultury a umění stamiliony až miliardy korun z veřejných rozpočtů. Dobrá znalost socioekonomické struktury a behaviorálních vzorců příjemců uměleckých děl souvisejících s jejich konzumací/recepcí kultury a umění může významně napomoci k efektivnějšímu a lépe zacílenému rozdělování těchto prostředků. Moderní kulturní politika má mít své strategické priority a cíle a akcentace vybraných segmentů příjemců uměleckých děl má být jejich přirozenou součástí. K efektivnějšímu nakládání s prostředky (mimo jiné také alespoň částečně pocházejícími z veřejných rozpočtů) na podporu kultury a umění může dobrá znalost příjemců uměleckého díla napomoci i na úrovni organizací, které poskytují kulturní služby. Tlak na efektivní marketingové chování kulturních organizací se rovněž mimořádně zvyšuje se snižujícím se množstvím volného času, který mají příjemci umění k dispozici, s rostoucí konkurencí horizontální i vertikální (elektronická média, přímé satelitní přenosy a další) mezi subjekty

poskytujícími kulturní služby či podnikajícími v kultuře i v souvislosti s menším množstvím volných prostředků, které mají příjemci uměleckých děl po velké finanční a ekonomické krizi k dispozici. Dobrá znalost vlastního publika pak může být pro kulturní organizaci významnou konkurenční výhodou, jež může rozhodnout o tom, zda bude organizace i nadále úspěšná a bude prosperovat, či zda si dláždí cestu do propadliště dějin. Konečně informace o stavu a vlastnostech příjemců uměleckých děl může sloužit i jako dobrý indikátor úrovně kulturnosti a vkusu obyvatelstva. Jak vyplývá ze strategických vládních dokumentů (ProCulture, 2009; NERV 2011), Česká republika se snaží nastoupit na cestu směrem k nové/znalostní/kreativní ekonomice. Tedy k ekonomickému uspořádání, kde je jedním z nejdůležitějších vstupů individuální lidská kreativita a lidský talent (Kloudová, 2008; Kloudová, 2010). Zahraniční kulturně-politický výzkum už několik desetiletí soustavně potvrzuje (např. Florida, 2002, 2007 a 2008), že pravidelná recepce umění je pro rozvoj talentu a kreativity naprosto bazální podmínkou. Čím více kreativního talentu a kreativního potenciálu bude mít Česká republika k dispozici, tím bude konkurenceschopnější v Evropě i v globalizovaném světě, a ve svém důsledku tedy bohatší. Pokud bychom parafrázovali současného ministra kultury Jiřího Bessera: čím bude česká společnost kulturně neukojitelnější, tím lépe. Pozitivní dopady této neukojitelnosti se brzy projeví v drtivé většině dalších ekonomických odvětví naší země i napříč všemi vrstvami české společnosti.

### **Současný stav problematiky příjemců uměleckých děl a výkonů v ČR**

Je třeba konstatovat, že Státní kulturní politika 2009–2014 (Ministerstvo kultury České republiky, 2009) věnuje otázce příjemců uměleckých děl minimální pozornost. Jediný příjemce, který se poněkud významněji dostal do hledáčku tvůrců této kulturní politiky, je kulturní turista. Ten vyjíždí na kulturní akce mimo oblast svého trvalého bydliště, utrácí za dopravu na místo akce, za ubytování a občerstvení, za upomínkové předměty a podobně. Tím je velice jasně odkazováno na ideové východisko, které v kulturní politice klade důraz především na pozitivní ekonomické přínosy umění a kultury a s nimi souvisejícího kulturního turismu (Cikánek, 2007). V centru pozornosti je v tomto případě především multiplikační efekt, který kulturní organizace také díky kulturním turistům produkují. Je politováníhodné, že současná kulturní politika ČR nezohledňuje i další ideová východiska tvorby moderních kulturních politik, v rámci nichž jsou akcentovány i pozitivní společenské dopady kultury a rovněž pozitiva související s imanentními hodnotami kultury a umění. V takovém případě by pak na významu bylo přidáno i nejrůznějším segmentům a skupinám příjemců uměleckých děl (nejrůznější věkové skupiny, sociální skupiny, profesní skupiny) a distribuce zdrojů alokovaných na podporu kultury a umění v ČR by byla spravedlivější, účinnější a lépe by napomáhala k rozvíjení obecného blahobytu.

O poznání lepší je situace na úrovni krajských a místních kulturních politik a kulturních strategií/koncepcí v ČR. V nich lze pozorovat formulace i implementace kulturních strategií či programů podporujících rozvoj, kultivaci či zachování důstojných podmínek života u vybraných věkových skupin (děti a mládež, senioři apod.), segmentů s různými lékařskými diagnózami (např. tělesně či duševně postižení) či sociální soudržnost, zejména mezi generacemi (podpora kulturních programů pro rodiny s dětmi) nebo etnickými skupinami (začleňování např. romského etnika do většinové české společnosti skrze pozitivní sociální dopady umění a kultury). Za všechny jmenujme alespoň příklad spolupráce mezi Oblastní charitou/ Domem světlušskou v Ústí nad Labem a Severočeským divadlem opery a baletu Ústí nad Labem, kdy děti z místní deprivované romské komunity mají volný vstup na vybraná představení Severočeského divadla a na oplátku pomáhají s drobnými dobrovolnickými pracemi v ústecké opeře. Je velice pravděpodobné, že absence cílení národní kulturní politiky na jiné příjemce uměleckých děl, než jsou kulturní turisté, velice úzce souvisí s nedostatkem kvalitních dat a informací o příjemcích uměleckých děl v ČR.

Organizace poskytující kulturní služby či subjekty podnikající v oblasti kultury a umění jsou s příjemci svých výstupů obeznámeny bezpochyby daleko lépe než ústřední orgány státní správy, které mají kulturu ve své gesci. V případě komerčních subjektů je to přirozeně dáno tím, že operují

především v tržním prostředí a dobrá znalost existujících i potenciálních trhů je kritickým předpokladem úspěchu takového podnikání. Například provozovatelé přímých satelitních přenosů nejrůznějších operních či divadelních představení nebo koncertů do kin soustavně pracují s kvantitativními i kvalitativními daty o svém publiku. Producenti či vydavatelé např. hudebních crossoverů plánují nové projekty na základě existující poptávky trhu a stejně tak komerčněji zaměřené divadelní společnosti produkují inscenace, v nichž cíleně uspokojují potřeby diváků, a to například obsazováním hereckých hvězd a osobností či zpracováním určitého aktuálního/populárního společenského tématu apod.

V případě organizací poskytujících veřejnou službu v oblasti kultury a umění je situace o poznání složitější. Hlavním motivem pro ně není tvorba zisku tvořeného například hledišti praskajícími ve švech. Stěžejním cílem těchto organizací je poskytování veřejné služby a naplňování stanoveného poslání (Kaiser, 2009). Příjemci uměleckých děl tak nemusí být nutně ve středu jejich pozornosti při uměleckém plánování, neboť činnost těchto organizací primárně neuspokojuje existující poptávku, nýbrž má přispívat k rozvoji ducha lidství. O to lépe by však tyto organizace měly být se strukturou a vlastnostmi příjemců uměleckých děl v oblasti své geografické působnosti obeznámeny, neboť v momentě, kdy mají umělecky naplánováno nebo vyprodukováno, je jejich základním úkolem najít vhodné cílové skupiny/vhodné příjemce pro své umělecké výstupy. Zde je třeba konstatovat, že jednotlivé veřejné organizace kulturní služby se chovají tu více a tu méně marketingově agilně.

Dlouhodobě je však možné pozorovat vzrůstající akcent na význam marketingu v řízení těchto organizací, vytváření nových manažerských pozic zodpovědných za marketing, vzrůstající marketingovou erudici příslušných pracovníků v těchto organizacích i čím dál kvalitnější povědomí o příjemcích jejich výstupů. Kvalitnější povědomí je získáváno za prvé dlouhodobými zkušenostmi příslušných marketingových pracovníků v těchto organizacích, jejich etnografickým pozorováním vlastního publika i prostým faktem, že s přibývajícím léty, po která se marketingu a specifickému trhu té které kulturní organizace věnují, se i prohlubují jejich znalosti a orientace v této oblasti. Za druhé zejména v poslední dekádě je kvalitnější povědomí o příjemcích výstupů konkrétních kulturních organizací získáváno prostřednictvím nejrůznějších marketingových šetření, diváckých anket apod. Tato šetření nabývají nejrůznějších forem i rozsahů od krátkých rozhovorů s návštěvníky představení až po rozsáhlejší a v pravidelných intervalech se opakující dotazníková šetření s relativně vysoce reprezentativními vzorky respondentů. Rizikem těchto průzkumů zůstává neodborné naplánování a provedení, chybná interpretace zjištěných dat či nedostatečná implementace zjištěných poznatků v každodenním chodu dané organizace. Na druhou stranu je však třeba konstatovat, že tato šetření už v současnosti probíhají v takové míře, že agregací jejich výsledků by bylo možné dojít i k relevantnějším datům, která by mohla dočasně suplovat absenci dat tohoto druhu na centrální úrovni (viz výše). Předpokladem pro takovou agregaci by však nutně muselo být nastavení sjednocujícího metodického rámce pro šetření všech organizací poskytujících veřejnou službu v kultuře.

### **Studie ekonomického dopadu festivalu Prague Fringe**

Prague Fringe je relativně malý festival alternativního divadla odehrávající se každoročně v měsících květnu a červnu na pražské Kampě a v jejím okolí. Patří mezi nejmladší přírůstky mezi Fringe festivaly ve světě a stejně jako jinde tak i v Praze může na Fringe festivalu vystoupit kdokoliv a s čímkoliv, pokud je ochoten se podílet na části nákladů za pronájem divadelního sálu a marketing festivalu a zároveň se s pořadatelem festivalu dělit o vybrané vstupné. Z dramaturgického hlediska tak bývá program festivalu pestrou směsicí profesionálních i amatérských vystoupení divadelníků, kteří do Prahy přijíždějí z celého světa. V roce 2010 provedl festival Prague Fringe zajímavé dotazníkové šetření svého publika, ve kterém zkoumal nejen socio-ekonomický profil vlastního diváctva, nýbrž i ekonomické dopady, které festival má na ekonomiku České republiky i hlavního města Prahy. Ze

závěrů festivalového šetření citujme:

*„Návštěvníci Fringe festivalu utratili v ČR během své cesty na festival dohromady 5,1 mil. Kč, z toho 4,8 mil. Kč bylo utraceno zahraničními turisty. Přímo díky festivalu utratili všichni návštěvníci 3,9 mil. Kč, z toho zahraniční turisté 3,6 mil. Kč (výdaje po zohlednění vlivu, jaký měl Prague Fringe na rozhodnutí turistů navštívit Prahu). Tuto sumu vynaložili návštěvníci na dopravu, ubytování, stravování, návštěvy památek, nákupy suvenýru atd. Tím se zvýšila produkce dodavatelů těchto zboží a služeb (přímé dopady) a v návaznosti i produkce jejich subdodavatelů a celého řetězce dodavatelско-odběratelských vztahů (multiplikované či nepřímé dopady). Analogicky stejnou „spirálu“ roztočily výdaje samotného festivalu, které činily celkem 1,6 mil. Kč a z toho asi 52 % tvořily výdaje kryté zahraničním kapitálem (tj. dotace a příjmy ze zahraničí, prodej vstupenek zahraničním turistům apod.). Dohromady výdaje návštěvníků i samotného festivalu zvýšily obrat české ekonomiky o 8,6 mil. Kč, z toho přes 7 mil. Kč vygeneroval festivalem přilákaný zahraniční kapitál. Hrubý domácí produkt Česka se zvýšil o více než 3 mil. Kč, z toho čistý přínos ze zahraničních zdrojů činil 2,3 mil. Kč. Fringe samotný zaměstná celoročně 1 osobu na plný úvazek, v době festivalu pomáhá navíc řada dobrovolníků. Dodavatelé a subdodavatelé poptávaných služeb a zboží museli kvůli zvýšené poptávce také zaměstnat pracovníky navíc a vyplatit jim mzdy. Celkem bylo díky festivalu vytvořeno 6,2 stálých pracovních míst, nově zaměstnaným pracovníkům byly díky festivalu vyplaceny mzdy ve výši 1,5 mil. Kč. Bez zahraničních příjmů, které festival přilákal, by nebylo zaměstnáno minimálně 4,7 pracovníků a vyplaceno přibližně 1,2 mil. Kč na mzdách.“ (Raabová, 2010).*

K problematice obecné úrovně vkusu a kulturnosti obyvatelstva jakožto jednoho ze základních předpokladů pro úspěšný přechod na novou/znalostní/kreativní ekonomiku jen stručně uvedme, že o potřebě přechodu na nové ekonomické paradigma hovoří strategické dokumenty národohospodářského rozvoje České republiky. Otázky rozvinutí kreativního potenciálu a kreativního talentu naší země a rovněž i otázky týkající se příjemců uměleckých děl v nich však nejsou dostatečně zpracovány (ProCulture, 2009; NERV 2011). Jak již bylo řečeno výše, vysoká míra obecného vkusu a kulturnosti znamená rovněž vysokou míru kreativity obyvatelstva, která je jedním ze základních předpokladů pro udržení konkurenceschopnosti s ostatními vyspělými ekonomikami. Minimálně od poloviny 90. let minulého století je celosvětově pozorován bezprecedentně dynamický rozvoj kreativních odvětví (tzv. kreativních průmyslů), která v objemu celosvětového obchodu rostou v pozorovaném období několikanásobně rychleji než tradiční průmyslová odvětví či sektor služeb. Je třeba podotknout, že příjemci uměleckých děl částečně tvoří nejenom talentovanou kreativní pracovní sílu vyhledávanou kreativními průmysly i subjekty ze všech ekonomických odvětví. Zároveň představují příjemci uměleckých děl, osoby s vycizelovaným vkusem a vysokou mírou kulturnosti, významnou kupní sílu a rozsáhlý spotřebitelský trh právě pro subjekty operující v odvětvích kulturních a kreativních průmyslů, a jsou tedy jedním ze základních kamenů samotné kreativní ekonomiky, na což by mělo být pamatováno nejen při formulaci příštích kulturních politik ČR, ale i rozsáhlejších vládních horizontálních strategií a stejně tak i strategií národohospodářského rozvoje.

Fenomén příjemců uměleckých děl představuje velice komplexní a mnohvrstevnatou oblast kulturologických, kulturně-politických, ale například i arts marketingových či arts manažerských studií. Rovněž byl nastíněn v současnosti hodně problematický stav výzkumu příjemců uměleckých děl v České republice, který platí i pro jedinou instituci – Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS) –, která se u nás soustavně věnuje kulturní statistice. Z dílčích rozsáhlejších šetření, provedených po roce 1989 v České republice na národní úrovni, je třeba zmínit brněnského muzikologa Mikuláše Beka a jeho práci Konzervatoř Evropy (2003), ve které se však zaměřil výhradně na hudební posluchačstvo. Na Mikuláše Bek volně navazuje zajímavou prací Radim Bačuvčík z Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, který se v rámci svého dlouhodobého výzkumného snaží

sestavit „detailní popis nákupního chování obyvatel České republiky na trzích různých kulturních produktů“ (Bačuvčík, 2010). V posledních dvou letech se o podobné národní šetření, jaké provedl Mikuláš Bek, zaměřené tentokrát výhradně na operní publikum, snaží Jednota hudebního divadla (JHD), občanské sdružení, které je dobrovolnou, otevřenou a nezávislou organizací sdružující osoby a instituce s jakýmkoli profesním vztahem k hudebnímu divadlu. JHD ve svém šetření a výzkumném projektu s názvem Marketingový potenciál českého operního diváctva navazuje na šetření publika, která prováděla v letech 2001 a 2005 v rámci pražského Festivalu hudebního divadla Opera. A budou to právě výstupy současných šetření JHD a výstupy šetření o čtenářstvu v ČR, kterým se budeme v oddíle 4.2 věnovat především. V dalším oddíle této kapitoly (4.3 Komunikace s příjemci uměleckých děl) pak prozkoumáme, jak se v posledních letech mění způsoby komunikace s příjemci uměleckých děl, a to zejména z důvodů zavádění moderních technologií v komunikaci s příjemci uměleckých děl ze strany veřejných organizací poskytujících kulturní služby.

### **Socioekonomická struktura a behaviorální vzorce příjemců uměleckých děl**

Behaviorální vzorce chování příjemců uměleckých děl zjišťují sociologické i jiné průzkumy různého charakteru. Mapují se tak reakce veřejnosti na realizace projektů v dané kulturní instituci, na její chod, prostředí a dají se tímto způsobem samozřejmě zjistit podněty veřejnosti ke zlepšení stavu poskytovaných služeb. Neméně podstatnou informací pro kulturní instituce je socioekonomické postavení konzumenta kulturních statků. Data týkající se vzdělání, profese, ekonomického postavení mohou pomoci k cílenějšímu oslovení dané skupiny osob.

Jako příklady šetření nám poslouží výzkum Jednoty hudebního divadla Marketingový potenciál českého operního publika realizovaný na přelomu let 2008 a 2009, dále pak výzkumy provedené Ústavem pro českou literaturu AV ČR a Národní knihovnou ČR v letech 2007 a 2010. V posledních dvou jmenovaných výzkumech bylo šetření prováděno podle přesně daného rozdělení obyvatelstva, Marketingový potenciál českého operního publika byl naopak prováděn náhodným dotazováním operního publika v různých českých hudebních divadlech. Na konci oddílu 4.2 se zaměříme na výsledky Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS), které je Ministerstvem kultury ČR pověřeno vytvářením statistik v kulturní oblasti ČR.

### **Marketingový potenciál českého operního publika**

Výzkumný projekt Marketingový potenciál českého operního publika řeší občanské sdružení Jednota hudebního divadla za podpory z grantu Ministerstva kultury ČR. Dílčí výsledky průzkumu, které zde citujeme, přinesla opakovaná dotazníková šetření v období od prosince 2008 do března 2009 mezi diváky českých operních domů, zaměřená právě na sociální a ekonomická postavení respondentů (Jednota hudebního divadla, 2010). Dále na jejich spokojenost se službami a na jejich informovanost. Cílem těchto šetření je získání relevantních dat, u nichž se předpokládá, že budou využita pro zefektivnění práce managementů jednotlivých operních souborů. Citovaného šetření se zúčastnilo 1307 respondentů v operních domech ve městech Brno, České Budějovice, Liberec, Olomouc, Opava, Ostrava, Plzeň, Ústí nad Labem a Praha. V Praze byly dotazníky distribuovány na dvou operních scénách – v Národním divadle a ve Státní opeře Praha. K otázce genderové skladby českého operního publika výsledky poukazují na fakt, že jej z více než dvou třetin tvoří ženy (68,1 %). Tento údaj může být ovlivněn několika faktory, jako jsou například starší skladba publika, větší ochota žen vyplňovat dotazníky, větší zájem žen o kulturní dění, ale v zásadě odpovídá zjištěním obdobných průzkumů v ČR i zahraničí (Sheff, 2006). Věkové rozdělení publika bez ohledu na pohlaví tvoří z 27,4 % lidé mezi 60–69 lety, druhou nejpočetnější skupinou diváků jsou pak lidé mezi 50–59 lety (17,8 %). Zajímavostí je, že pouze 19,1 % publika jsou lidé v produktivním věku, tedy mezi 30 a 50 lety. Ve výzkumu byla tato skupina rozdělena na diváky ve věku 30–39 let (9 %) a 40–49 let (10,1 %). Velmi podobné zastoupení mají skupiny publika ve věku 20–29 let (14,1 %) a ve věku nad 70 let (14,2 %).

Nejmenší věkovou skupinu navštěvující operní představení tvoří diváci ve věku do dvaceti let – 7,4 %. Po stránce vzdělání se ukázalo, že nejvíce jsou v publiku zastoupeni vysokoškoláci (42,1 %). Další výraznou skupinou jsou lidé, kteří zakončili vzdělání maturitou (35,0 %), 9,5 % publika má vyšší odborné vzdělání. 7,8 % publika má střední vzdělání bez maturity a 5,4 % pak základní vzdělání. Dvě posledně jmenované skupiny tvoří většinou žáci a studenti. Právě studenti tvoří společně s důchodci procentuální převahu (13 % a 42 %) nad publikem z výdělečných skupin. Rovných 11 % pracuje ve službách, 9 % mají shodně skupiny pracujících ve státní správě a ve školství, 8 % publika tvoří podnikatelé, 6 % vydělává své peníze jiným způsobem a 2 % se živí uměním. Z celorepublikového šetření dále vyplynulo, že největší podíl obecnstva je ochotno zaplatit za vstupenku maximálně 500 Kč (42,9 %). Druhá nejpočetnější skupina by za vystoupení byla ochotna zaplatit do 200 Kč (39,3 %). Pro 8,3 % respondentů nehraje cena vstupenky roli. Až 7,2 % obecnstva by zaplatilo nejvíce 1000 Kč a 2,3 % do 1500 Kč. Porovnání pražské a mimopražské scény ukazuje, že 48,2 % návštěvníků pražských operních představení je ochotno zaplatit do 500 Kč oproti 42,0 % návštěvníků mimopražských scén. Část (16,4 %) pražských respondentů by zaplatilo až 1000 Kč (mimo Prahu to je 4,6 %), do 1500 Kč by zaplatilo 3,6 % Pražanů. Zde se liší mimopražská scéna jen o 0,5 % směrem dolů. Pro 9,5 % pražanů cena nerozhoduje (mimo Prahu 8,5 %). Naopak do 200 Kč je ochotno zaplatit o necelou pětinu více mimopražské publikum (41,7 % oproti 22,2 % v Praze). Výrazně většině ze všech dotázaných respondentů (85,5 %) připadají ceny vstupenek přiměřené, pro 12,5 % jsou ceny vysoké a zbytek tvoří skupina lidí, pro které jsou ceny vstupenek nízké. Pro 61,1 % dotázaného obecnstva rozhoduje cena vstupenky při výběru místa v hledišti.

Kromě opery navštěvují diváci oper zejména baletní a činoherní představení (shodně 65 %), následují návštěvy koncertů klasické hudby (57,4 %), výstav (56,5 %), kin (47,9 %) a koncertů populární hudby (23,2 %). Rovných 18 % z publika vyhledává i jiné kulturní aktivity. Ve výsledku se tedy ukazuje, že průměrný divák operních představení má minimálně středoškolské vzdělání s maturitou, spadá do kategorie nevýdělečné skupiny (důchodci, studenti) a je ochoten zaplatit za představení do 500 Kč. Z některých položených otázek vyplynulo, že nejčastější publikum představení je domácí – na představení jezdí nejčastěji MHD (53,5 %), vstupenky kupují v a předprodejní pokladně divadla (61,8 %). Nejvíce dotazníků bylo vyplněno ve Státní opeře Praha (213 kusů) a v Moravském divadle v Olomouci (192 ks). U těchto institucí však není jasný způsob distribuce dotazníků. V Národním divadle v Praze odpovědělo 54 respondentů. V tomto případě je pravděpodobné, že šlo o jiné než operní publikum. Nejmenší počet kusů (38) byl vyplněn v Opavě. Tato čísla ukazují jasně patrné rozdíly v četnosti vyplněných dotazníků v jednotlivých městech, z toho vyplývá problematičnost výsledků zejména při druhém a dalším třídění. Jednota hudebního divadla však po každém průzkumu sbírá prostřednictvím dobře připravených a kvalitně vedených seminářů zpětnou vazbu od odborné veřejnosti a dotazníky pro šetření v dalších letech průběžně vylepšuje a cizeluje. Dá se tedy předpokládat, že informace získané těmito průzkumy v dalších letech budou mít ještě větší vypovídací hodnotu a budou ještě lépe sloužit managementům českých operních domů v jejich každodenní praxi.

### **Průzkumy provedené Ústavem pro českou literaturu AV ČR a Národní knihovnou ČR v letech 2007 a 2010**

Druhou část je věnována průzkumům, které v letech 2007 a 2010 provedly společně Ústav pro českou literaturu AV ČR a Národní knihovna ČR za finanční podpory Ministerstva kultury ČR (Trávníček, 2008). V každém z průzkumů bylo dotazováno 1550 respondentů ve věku od 15 let výše. V roce 2007 bylo šetření zaměřeno na obecnou knižní kulturu – otázky, jako například: co se čte, jakou formou, kdy a na jakých místech či v jakém prostředí a z jakých důvodů. Dále byl sledován vztah čtenářů k dalším médiím a dalším způsobům, jak využívají volný čas. Definovány byly rovněž profily čtenářů podle frekvence a intenzity čtení, čtenářských preferencí, motivace vedoucí ke čtení, či



naopak nečtení a konečně očekávání čtenářů. Výzkum v roce 2010 byl více zaměřen na čtení na internetu, beletrii a na získávání knih nákupem a výpůjčkou. Série těchto průzkumů by měla pokračovat v roce 2013 svým zaměřením na knižní trh a další sledování trendů v čtenářské společnosti.

K samotným výsledkům průzkumu uvedme, že v roce 2007 přečetlo 83 % Čechů alespoň jednu knihu za rok, přičemž průměrný roční počet přečtených knih byl 16. Větší část čtenářů se rekrutovala z městského obyvatelstva (87 %), mezi obyvateli venkova četlo pouze 79 % dotázaných. Nejvíce čtenářů zastupovaly věkové skupiny 15–24 let (86 %) a 35–44 let (87 %). V průměru dotázaný vzorek četl 41 minut denně. Stejně jako v případě operního publika i u čtenářů hraje významnou roli vzdělání. Maturitu nebo vyšší vzdělání má 91 % čtenářů. V případě nižšího dosaženého vzdělání čte o 20 % méně lidí. Průměrný čtenář si v období mezi pololetím 2006 a pololetím 2007 koupil 6,6 knihy a utratil za ně 1303 Kč. Preferována byla zejména současná oddechová literatura a literatura faktu. V tomto průzkumu se dále ukázalo, že Češi chodili v uvedeném období do knihovny průměrně jednou za měsíc, ženy častěji (46 %) než muži (34 %). Celých 49 % návštěvníků knihoven má vyšší vzdělání. Méně než třetina (30 %) návštěvníků těchto institucí má nižší vzdělání. Občané bydlící v malých městech (2000–4999 obyvatel) navštěvovali knihovny nejčastěji. Celkem 42 % respondentů bylo ovlivněno ve výběru četby svými rodiči a prostředím, v němž vyrůstali. Z důvodu zábavy a zážitku sahalo po knize 54 % respondentů, zbylá část pak pro získání faktů a vědění. V genderovém rozdělení bylo procentuální zastoupení následující: 48 % mužů a 52 % žen četlo pro získání informací, 30 % mužů a 70 % žen pro zábavu. Jako doplnění této studie slouží údaj z roku 2002, který ukazuje, že 17 % Čechů nepřečetlo ani jednu knihu za rok. Celoevropský průměr v této kategorii je 42 %.

Stejně jako v roce 2007 i v roce 2010 byla provedením výzkumu pověřena společnost DEMA, a. s. V roce 2010 z jejího průzkumu, který probíhal v období od 1. do 30. 6., vyplynulo, že počet obyvatel, který přečte za rok alespoň jednu knihu, klesl oproti roku 2007 o 4 % na 79 %. Průměrný počet přečtených knih však stoupl na 17,3. Za knihy utratili Češi 1214 Kč. Počet koupených knih klesl z 6,6 v roce 2007 na rovných 5. O 3 minuty klesl i čas, který čtenáři denně věnují četbě (38 minut). Naproti tomu stoupl čas, který lidé věnují práci s internetem. V roce 2007 to bylo 86 minut o tři roky později pak 92 minut. V preferovaných žánrech se za tři roky nic nezměnilo – stále vede oddechová literatura a literatura faktu. Jak bylo již výše zmíněno, průzkum v roce 2010 byl více zaměřen na beletrii. Jednu beletristickou knihu přečte ročně 68 % lidí nad 15 let. Ženy čtou tento žánr více než muži (78 % oproti 57 %). Kvůli relaxaci ji čte 35 % lidí. Hlavním důvodem, pro který lidé beletrii nečtou, je nedostatek času (60 % dotázaných).

Z části dotazníku týkající se internetu vyplynulo, že internet a současné digitální zobrazování knih neohrožují papírovou knihu. Na 67 % dotázaných odpovědělo, že si nedovede představit, že by četli knihy pouze v elektronické podobě. Také bylo zjištěno, že častí uživatelé internetu jsou častými čtenáři a orientují se v jeho prostředí daleko cíleněji než lidé, kteří nečtou. Oproti roku 2007 se skladba čtenářů výrazně nezměnila. Nejpodstatnějším socializačním prostředím pro rozvoj čtení je rodina. V českém prostředí také neexistuje výrazná demografická ani věková bariéra. Výsledná čísla průzkumů nám dávají obraz skladby operního publika a obecný přístup obyvatel ČR nad 15 let k četbě zkoumaný ve dvou vlnách. Vzhledem k tomu, že podobných výzkumů bylo provedeno od roku 1989 malé množství, socioekonomické složení obyvatel ČR ve vztahu ke kulturnímu prostředí není stále dokonale zmapováno. Výzkum operního publika probíhal méně kontrolovaně než výzkum Ústavu pro českou literaturu AV ČR a Národní knihovny ČR, v němž si společnost realizující projekt ohlížela skladbu respondentů (pohlaví/gender, věk, ekonomická aktivita, kraj, velikost místa bydliště). Proto lze výsledky výzkumů z let 2007 a 2010 považovat za relevantnější ukazatele, které se ale týkají pouze vybrané kulturní oblasti – knižního trhu. Tento výzkum může zároveň sloužit jako modelový pro zkoumání příjemců v dalších oblastech umění, kultury či kreativních průmyslů.

## **Údaje a data o návštěvnosti a produkci získaná v rámci šetření organizace NIPOS**

Na webových stránkách Národního a informačního poradenského střediska pro kulturu (<http://www.nipos-mk.cz>) jsou k dispozici zdarma ke stažení publikace Statistiky kultury od roku 1998. V těchto statistikách jsou zveřejněna data a grafy, které se týkají audiovizuálních děl; divadel; galerií (do těch jsou zahrnuta i muzea výtvarných umění), muzeí a památníků; hudebních souborů; hvězdáren, planetárií a astronomických pozorovatelů; knihoven; neperiodických publikací; památkových objektů; periodických tiskovin; vydavatelů a výstavních činností.

Informace v ročenkách se týkají otázek, jako například: kolik institucí v oblasti kultury v daném roce fungovalo, kolik je navštívilo celkem návštěvníků, kolik peněz tyto návštěvníci v kulturních institucích utratili, kolik zaměstnanců v dané instituci pracuje, pořadí institucí dle prodaných vstupenek, dle odehraných představení atp. Obdobné informace jsou společností NIPOS zjišťovány i pro tiskoviny (počet titulů, rozřídění na skripta, učebnice, dětské knihy, cizojazyčné publikace atd.) a další výše vyjmenované oblasti. Informace o socioekonomické situaci uživatelů jednotlivých kulturních institucí v různých odvětvích kultury ve výstupech NIPOS však hledáme jen velmi těžce. Otázka relevance dat vzešlých z šetření je v současnosti rovněž mimořádně ožehavá.

Z výše uvedených výzkumů je patrné, že mapování příjemců uměleckých děl jednotlivých kulturních oblastí je v České republice stále rozšířenější a častější. Situace je diametrálně odlišná od období těsně po roce 1989 a výrazně lepší než před deseti lety. Tlak prostředí nutí samotné organizace sledovat změny v socioekonomické skladbě a chování příjemců jejich kulturních akcí. Je to zejména z důvodů zlepšení služeb, a tím pádem dalších navazujících možností, jako je například získávání grantů a jiných dotací. Příkladem mohou posloužit výše zmíněné průzkumy názorů obyvatel ČR týkající se četby a literárního prostředí. Jejich opakování ve tříletých periodách dávají pravidelně zpětnou vazbu k fungování knihoven a knižního trhu, a tím možnost reagování těchto institucí na požadavky obyvatel. Z výše uvedeného je také zřejmé, že velmi záleží na provedení průzkumu a zpracování dat.

Pro zjednodušení získání služeb v oblasti mapování kulturního trhu fungují v zahraničí instituce, které jsou specializované pouze na tuto problematiku. Takovou organizací je například anglická Audiences London, která byla založena v roce 2002 a je jednou z mnoha dalších agentur mapujících britské příjemce uměleckých děl a výkonů. Lze předpokládat, že podobné organizace vzniknou dříve či později také v ČR, a přispějí tak ke kvalitnějšímu mapování kulturního prostředí a zejména publika, čímž pak přispějí k celkovému zlepšení kulturního prostředí ČR.

## **Komunikace s příjemci uměleckých děl**

Po krátkém úvodu zaměřeném na vývoj disciplíny arts marketingu budeme věnovat zejména novým formám komunikace s příjemci uměleckých děl, které do své praxe zavádějí organizace poskytující veřejnou službu v oblasti kultury. Bude se jednat zejména o formy komunikace využívající moderní informační a komunikační technologie a jejich nejrůznější aplikace.

Od začátku 80. let minulého století, kdy se vůbec poprvé začalo mluvit o specifické disciplíně marketingu v oblasti umění (Colbert, 2001), prodělal arts marketing velice intenzivní proces institucionalizace a profesionalizace. Dnešní arts manažeři i v České republice jsou alespoň do určité míry seznámeni s marketingovou teorií a zároveň si uvědomují strategický význam marketingu pro kulturní sektor. Takové znalosti lze získat buď při studiu arts managementu, kdy je marketing v drtivé většině případů podstatnou součástí studijního curricula, nebo samostudiem standardních marketingových textů či specializovaných arts marketingových publikací. Institucionalizace arts marketingu byla totiž v minulosti doprovázena nebyvalým nárůstem jak knih, tak i odborných či popularizačních článků v nejrůznějších tiskovinách (Cikánek, 2006). Asi nejmarkantnější proměna, kterou arts marketing za čtvrtstoletí své existence prodělal a kterou je možné vystopovat i komparací

starších a novějších oborových textů, je posun od vnímání arts marketingu jakožto funkčního nástroje – jakési prodloužené ruky propagace – ke strategické disciplíně uvažované v kontextu dlouhodobého plánování a zároveň k celkové obchodní filozofii kulturní organizace. Asi nejlépe pak význam arts marketingu vystihuje mantra jedné z největších světových kapacit v oblasti managementu ve sféře umění, současného prezidenta Centra Johna F. Kennedyho pro Performing Arts ve Washingtonu D. C., Michaela Kaisera. Ten tvrdí, že základním předpokladem úspěchu v umění je Great art, well marketed (tedy dělat skvělé umění a dobře jej propagovat; Kaiser, 2009). Zde je třeba podotknout, že ne všechny české a moravské organizace poskytující veřejnou službu v oblasti kultury přistupují k vlastnímu marketingu opravdu strategicky. Situace se však obecně vyvíjí k lepšímu a lze předpokládat, že díky vzrůstajícímu tlaku vnějšího prostředí a rovněž díky potřebě stále dynamičtější a intenzivněji využívat moderní technologie v propagaci kulturních produktů bude v horizontu pěti až deseti let marketing řádně zohledňován a řádně vnímán drtivou většinou kulturních organizací v ČR.

V otázce využívání nových forem komunikace s příjemci uměleckých děl nelze tvrdit, že by tyto nové formy nahrazovaly formy staré. Jde spíše o rozšiřování portfolia komunikačního mixu, kdy přibývají nové k již zavedeným formám, jako jsou například plakáty, měsíční přehledy představení, abonentské brožury, nejrůznější letáčky, PR magazíny divadel či orchestrů, direct maily stále ještě v podobě klasicky rozesílaných dopisů nebo zásilek či bannery podporující prodej v místech představení. Nové formy za prvé posilují reklamní či marketingová sdělení tradičních komunikačních forem a za druhé daleko lépe a cíleněji komunikují tato sdělení k vybraným segmentům příjemců uměleckých děl. Mezi nové formy námi zkoumané komunikace patří především webové stránky kulturních organizací, a to zejména webové stránky fungující na platformě Web 2.0, kdy se na tvorbě obsahu takového webu podílejí i samotní příjemci. Další novou a hojně užívanou formou komunikace jsou e-mailové zpravodaje, ať už pravidelně či občasně rozesílané, dále komunikace prostřednictvím sociálních sítí, kterými jsou například Facebook, portál on-line přístupných videí YouTube nebo v poslední době čím dál oblíbenější Twitter. Zajímavě se rozvíjejícím fenoménem z oblasti komunikace s příjemci je v poslední době také umělecká kritika a PR aktivity publikované nikoliv v tradičních médiích, ale v prostředí internetu či blogování samotných příjemců uměleckých děl.

### **Webové stránky organizací, které poskytují veřejnou službu v oblasti kultury**

V případě webových stránek kulturních organizací je v posledních několika letech pozorovatelný posun od akcentu na institucionální marketing komunikovaný prostřednictvím webu organizace na využívání webových stránek jakožto nástroje podpory prodeje i prodeje samotného. Na úvodních stranách webů jednotlivých organizací už se daleko méně vyskytují informace typu „o divadle“, „historie orchestru“ atd., a naopak daleko více jsou jako první uváděny zprávy o aktuálních představeních, případně vizuálně atraktivní reklamy na tato představení a podobně. K podpoře prodeje začínají kulturní organizace s čím dál větší četností na svých webových stránkách využívat nejrůznější multimediální soubory, například tzv. flashové animace, zvukové ukázky, animované prezentace fotografií (tzv. slideshows) či přímo videoukázky. Jako účinná podpora prodeje a zároveň i způsob, jakým docílit těsnější emocionální připoutávání příjemců k dané organizaci, jsou bezesporu také diskuze, které probíhají přímo na webových stránkách kulturních organizací na platformách nejrůznějších návštěvnických chatů, diváckých dotazů, diskuzních fór a podobně. Kromě již zmíněných funkcí jsou tyto diskuze také velice cennou zpětnou vazbou pro managementy o nejrůznějších aspektech fungování jejich organizací. Dosavadní praxe ukázala, že se v případě diváckých diskuzí na oficiálních webových stránkách organizací není třeba příliš obávat negativních diváckých reakcí či přehnané kritiky ze strany jejich návštěvníků. Jako problematické se doposud ukázaly být spíše momenty, kdy samotní zaměstnanci organizací začali tyto platformy využívat k veřejnému poukazování na interní problémy organizace, k prosazování svých partikulárních zájmů a podobně.

Dalšími oblastmi, k nimž jsou webové stránky kulturních organizací významně využívány, jsou popularizace a vzdělávání, které je možné mimo jiné vnímat i jako sofistikovanější formy propagace a marketingu. Za tímto účelem v České republice dokonce vznikly první tzv. microsites (speciální webové stránky zaměřené pouze na jeden konkrétní účel či předmět), propagující například jednotlivé operní či činoherní inscenace, jednotlivé výstavy a podobně. Výhodou microsites je jejich flexibilita i jejich nesporná atraktivita, kdy mohou být jejich vizuální podoba, obsah, jazyk a další elementy nejlépe přizpůsobeny cílovým skupinám té které inscenace, což by v rámci webových stránek divadla nemuselo být do takové míry možné. Hlavní nevýhodou microsites potom může být jejich cena či čas, který musí organizace vložit do naplánování a zrealizování takového projektu. Řešením pak v případě organizací poskytujících veřejnou službu v oblasti kultury může být spolupráce se specializovanými subjekty z oblasti vývoje a tvorby webových prezentací, které své služby mohou kulturním organizacím poskytovat pro bono, jak už se také několikrát v minulosti stalo.

### **E-mailové zpravodaje a sociální sítě**

Zejména v posledních letech začaly kulturní organizace k propagaci svých produkcí, projektů, výstav atd. hojně využít rovněž e-mailové zpravodaje (tzv. newslettery) hromadně rozesílané na e-mailové adresy svých návštěvníků a příznivců. Databáze e-mailových adres vznikají většinou dobrovolnou registrací zájemců o newslettery na webových stránkách organizace. Jiné organizace zase sbírají adresy svých návštěvníků formou nejrůznějších anket při představení v divadlech nebo při prodeji abonmá. Zaznamenány byly rovněž případy, kdy se kulturní organizace stala partnerem podniku ze soukromé nebo veřejné sféry, zaměstnávající významné množství osob. Podnik potom kulturní organizaci poskytl e-mailové adresy zaměstnanců právě za účelem rozesílání newsletteru nebo jiné cílenější nabídky. E-mailové zpravodaje českých kulturních organizací nabývají rozmanitých podob a forem od jednoduchých, pouze textových e-mailových zpráv jen s programem představení či koncertů až po funkčně i designově velice propracované platformy zahrnující obrázky, multimedia a další. Četnost rozesílání takových zpravodajů se různí opět případ od případu – od pravidelných týdenních newsletterů až po občasně rozesílky, například jen jednou za čtvrt roku.

V posledním roce či dvou začínají být v marketingových a komunikačních mixech kulturních organizací čím dál důležitější i nejrůznější aplikace z prostředí tzv. sociálních sítí (Facebook, YouTube, Twitter, Bandzone, MySpace ad.). Sami marketéři z těchto organizací spatřují v sociálních sítích velký potenciál a mají zato, že se jedná o jednu z významných cest komunikace s příjemci uměleckých děl v budoucnosti (Jednota hudebního divadla, 2010). Profily, kanály, streamy a další bývají na platformách sociálních sítí zakládány a udržovány buď organizacemi samotnými, nebo jejich příznivci a fanoušky. Obsahy a sdělení komunikované prostřednictvím sociálních sítí bývají většinou méně formální než v oficiálních komunikačních kanálech organizací. Na facebookových profilech se tak objevují fotografie z inscenačních porad, z výrobního procesu inscenací, na YouTube jsou potom videa ze zkoušek a další. Někteří marketéři českých kulturních organizací rovněž soudí, že sociální sítě jsou vhodným a účinným prostředkem, jak alespoň do určité míry kontrolovat tzv. word of mouth (česky šeptandu), což hraje v arts marketingu obecně velmi významnou roli (Jednota hudebního divadla, 2010). Na druhou stranu je třeba konstatovat, že takovéto využívání sociálních sítí může být dvojsečné, protože negativní reakce na určité představení, výstavu apod. se mohou skrze sociální sítě šířit nebyvalou rychlostí, což může mít velmi citelné následky směrem k návštěvnosti takové akce.

V posledních několika letech se v Česku nebyvalou rychlostí množí také nejrůznější blogy a webové portály zakládáné jak nadšenými amatéry, tak profesionálními kritiky, které se zaměřují na uměleckou kritiku i sofistikovanější PR aktivity spojené s propagací nejrůznějších kulturních akcí a podniků. V případě umělecké kritiky na internetu je třeba zmínit její nespornou výhodu – neomezený prostor. V tištěných médiích a zejména ve velkých denících je prostoru věnovaného kritice seriálních uměleckých děl čím dál méně, jeví se tedy jako nanejvýš přirozené, že kritici publikují rovněž na

webech a blozích, a to své recenze v nezkrácené formě či dokonce originální kritiky psané přímo pro prostředí internetu. Další předností umístění těchto textů na internet je také možnost okamžité reakce čtenářů v diskuzi pod daným článkem.

Otázku příjemců uměleckých děl a výkonů a stav řešení této problematiky v ČR lze shrnout do následujících tezí:

- Na centrální úrovni není příjemcům uměleckých děl a výkonů věnována dostatečná pozornost, což může ve svém důsledku vést k méně efektivnímu využívání veřejných prostředků alokovaných pro oblast kultury
- nedostatečná pozornost věnovaná příjemcům uměleckých děl a výkonů může mít rovněž velmi negativní dopady na českou ekonomiku v rámci její transformace v ekonomiku kreativní
- orgány regionálních a místních správ a samospráv věnují otázkám souvisejícím s příjemci uměleckých děl a výkonů výrazně větší pozornost, než centrální orgány státní správy, což se projevuje mimo jiné také množstvím programů cílených na specifické segmenty příjemců uměleckých děl (např. nejruznější věkové či etnické skupiny)
- na úrovni jednotlivých organizací a subjektů poskytujících veřejnou službu v kultuře či podnikajících v oblasti kultury a kulturních a kreativních průmyslů je pozornost věnovaná příjemcům uměleckých děl a výkonů přirozeně nejvyšší. Tyto organizace nutně potřebují kvalitní znalost svého vlastního publika/zákazníků
- organizace poskytující veřejnou službu v oblasti kultury či podnikatelské subjekty v této oblasti provádějí šetření – většinou marketingová – svého vlastního publika s cílem zlepšování kvality poskytovaných služeb a zefektivnění managementu. Problémem těchto průzkumů často bývá jejich neodborné plánování či provedení, dále chybná interpretace zjištěných dat a nedostatečná implementace závěrů průzkumů v každodenním chodu organizací
- erudice pracovníků zodpovědných za marketing a propagaci v organizacích poskytujících veřejnou službu v oblasti kultury soustavně vzrůstá jednak díky pevnému zakotvení arts marketingu v curricula studijních oborů zaměřených na management v oblasti umění a rovněž také díky nejruznějším odborným seminářům a kurzům pořádaným pro osoby dlouhodobě působící v kulturně-manažerské praxi

K důkladnému zvážení lze pak formulovat následující **doporučení**, která by stav problematiky příjemců uměleckých děl a výkonů přivedla na vyšší úroveň a zároveň eliminovala některé negativní aspekty stavu současného:

- centrální orgán(y) státní správy nastaví jednotný rámec pro šetření socioekonomické struktury a behaviorálních vzorců příjemců uměleckých děl a výkonů, eventuálně rovněž pro šetření ekonomických dopadů souvisejících s konzumací kultury a umění příjemci uměleckých děl a výkonů (multiplikační efekt)
- všechny organizace a projekty v oblasti kultury, které jsou v rámci své činnosti příjemci prostředků z veřejných rozpočtů, budou povinně tato šetření provádět ve stanovených časových intervalech
- data sebraná jednotlivými organizacemi v rámci povinných šetření budou shromažďována, agregována, analyzována a interpretována na centrální úrovni
- sebraná data poslouží jako výchozí materiál pro výzkum v oblasti arts marketingu, který bude reflektovat a zároveň formovat arts marketingovou praxi v organizacích poskytujících veřejnou službu v oblasti kultury
- výstupy analýz a interpretací dat sebraných v rámci povinných šetření a stejně tak výstupy výzkumu v oblasti arts marketingu budou důsledně zohledňovány a implementovány jednak v

národních kulturních politikách, dále v regionálních či místních kulturních strategiích a rovněž na úrovni jednotlivých organizací, která je budou využívat jak při dlouhodobém strategickém plánování, tak v rámci každodenního chodu organizace

- soustavně bude zvyšována odbornost marketingových pracovníků organizací poskytujících veřejnou službu v oblasti kultury a to především prostřednictvím manuálů vydávaných k aktuálním arts marketingovým trendům, dále semináři se špičkovými zahraničními odborníky a konečně sdílením know how a příkladů dobré praxe mezi samotnými organizacemi
- ideálním řešením pro sdílení know how a příkladů dobré praxe mezi českými organizacemi poskytujícími veřejnou službu v oblasti kultury se jeví založení oborové asociace marketingových pracovníků českých kulturních institucí