

Strategie rozvoje Muzea loutkářských kultur v Chrudimi

Bc. Edita Vizinová

Diplomová práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Edita Vizinová**
Osobní číslo: **M110450**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Strategie rozvoje Muzea loutkařských kultur
v Chrudimi**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Charakterizujte význam funkce volnočasových zařízení v současném světě.
- Zhodnoťte nástroje na podporu rozvoje muzeí.

II. Praktická část

- Analyzujte vybrané charakteristiky muzeí v České republice.
- Syntetizujte poznatky analýzy muzeí v České republice.
- Navrhněte strategii rozvoje Muzea loutkařských kultur v Chrudimi.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

HEŘMANOVÁ, Eva a Pavel CHROMÝ. Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka. 1. vyd. Praha: ASPI, 2009, 348 s. ISBN 978-80-7357-339-3.
KESNER, Ladislav. Marketing a management muzeí a památek. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. ISBN 978-80-247-1104-4.
SANDELL, Richard a Robert R. JANES. Museum Management and Marketing. 1. vyd. London: Routledge, 2007, 420 s. ISBN 978-0-415-39629-5.

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: 17. června 2013
Termín odevzdání diplomové práce: 12. srpna 2013

Ve Zlíně dne 17. června 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 12.8.2013

Ki - 1

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Teoretická část diplomové práce s názvem Strategie rozvoje Muzea loutkářských kultur v Chrudimi charakterizuje význam volného času a volnočasových zařízení, dále se věnuje kultuře, kulturní politice, muzeím a nástrojům na podporu jejich rozvoje. V praktické části jsou analyzovány vybrané charakteristiky muzeí v České republice. Samostatnou kapitolu tvoří muzea v Pardubickém kraji. Poslední část obsahuje analýzu Muzea loutkářských kultur a návrh strategie rozvoje muzea. Cílem práce je zhodnocení muzejního sektoru České republiky a návrh dalšího rozvoje Muzea loutkářských kultur.

Klíčová slova: volný čas, kultura, muzeum, návštěvník, strategie, rozvoj

ABSTRACT

The theoretical part of the thesis entitled Development Strategy of the Chrudim Puppetry Museum characterizes the importance of leisure and recreational facilities, is also concerned with culture, cultural policy, museums and tools to support their development. In the practical part analyzes selected characteristics of museums in the Czech Republic. A separate chapter is museums in the Pardubice region. The last part contains an analysis of Chrudim Puppetry Museum and proposal development strategy. The aim is to assess the museum sector in the Czech Republic and a proposal for further development of the Puppetry Museum.

Keywords: leisure time, culture, museum, visitor, strategy, development

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Jiřímu Novosákovi, PhD. za cenné rady a odbornou pomoc při zpracování diplomové práce. Dále děkuji rodičům za podporu po celou dobu studia.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 VOLNÝ ČAS A VOLNOČASOVÁ ZAŘÍZENÍ	14
1.1 VOLNÝ ČAS	14
1.1.1 Historický vývoj volného času	14
1.2 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY A ZAŘÍZENÍ.....	15
2 KULTURA A SPOLEČNOST	17
2.1 FUNKCE KULTURY	17
2.2 POTENCIÁL KULTURY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU.....	18
2.3 GLOBALIZACE JAKO HROZBA I PŘÍLEŽITOST KULTURY	18
3 KULTURNÍ POLITIKA V ČESKÉ REPUBLICE	20
3.1 VIZE STÁTNÍ KULTURNÍ POLITIKY ČESKÉ REPUBLIKY	21
3.2 CÍLE STÁTNÍ KULTURNÍ POLITIKY ČESKÉ REPUBLIKY	21
3.3 NÁSTROJE KULTURNÍ POLITIKY.....	22
3.3.1 Koncepční nástroje.....	23
3.3.2 Legislativní nástroje	26
3.3.3 Institucionální nástroje	27
3.3.4 Ekonomické nástroje.....	30
4 MUZEA	33
4.1 VZNIK MUZEÍ.....	33
4.2 TYPOLOGIE MUZEÍ	34
4.3 FINANCOVÁNÍ MUZEÍ.....	34
4.4 NÁVŠTĚVNÍCI MUZEÍ	35
4.5 PROFESNÍ ORGANIZACE MUZEJNICTVÍ.....	37
4.5.1 Asociace muzeí a galerií v České republice.....	37
4.5.2 Mezinárodní rada muzeí ICOM	38
4.5.3 Rada galerií České republiky	38
4.5.4 Český komitét Modrý štít.....	38
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
5 MUZEA V ČESKÉ REPUBLICE	40
5.1 VÝVOJ POČTU MUZEÍ V ČR.....	40
5.1.1 Počet muzeí v ČR dle krajů.....	42
5.2 VÝVOJ POČTU EXPOZIC A VÝSTAV MUZEÍ V ČR.....	42
5.3 VÝVOJ NÁVŠTĚVNOSTI MUZEÍ V ČR	44
5.3.1 Návštěvnost muzeí v ČR dle krajů.....	45

5.4	VÝVOJ PŘÍJMŮ A VÝDAJŮ MUZEÍ V ČR	47
6	MUZEA V PARDUBICKÉM KRAJI	49
6.1	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA KRAJE	49
6.2	STRUKTURA MUZEJNICTVÍ V PARDUBICKÉM KRAJI	50
6.3	VÝVOJ POČTU MUZEÍ V PARDUBICKÉM KRAJI	51
6.4	VÝVOJ POČTU EXPOZIC A VÝSTAV MUZEÍ V PARDUBICKÉM KRAJI	52
6.4.1	Počet muzeí v Pardubickém kraji dle okresů	53
6.5	VÝVOJ NÁVŠTĚVNOSTI MUZEÍ V PARDUBICKÉM KRAJI.....	55
6.5.1	Nejnavštěvovanější muzea v Pardubickém kraji.....	57
7	ANALÝZA MUZEJNICTVÍ V PARDUBICKÉM KRAJI.....	61
7.1	MĚSTO CHRUDIM	61
7.2	MUZEUM LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR	62
7.2.1	Vývoj muzejních sbírek	63
7.2.2	Expozice	64
7.2.3	Členství v organizacích	65
7.2.4	Služby.....	65
7.2.5	Vývoj návštěvnosti	66
7.2.6	Vývoj příjmů muzea.....	71
7.2.7	Zaměstnanci	71
8	SWOT ANALÝZA MUZEJNICTVÍ V PARDUBICKÉM KRAJI.....	74
9	STRATEGIE ROZVOJE MUZEJNICTVÍ V PARDUBICKÉM KRAJI.....	76
9.1	VIZE MUZEJNICTVÍ	76
9.2	STRATEGICKÝ CÍL Č. 1: ROZVOJ KULTURNÍHO A SPOLEČENSKÉHO ZÁZEMÍ	76
9.2.1	Priorita 1: Výstavba kavárny	76
9.2.2	Priorita 2: Modernizace ateliéru	77
9.2.3	Priorita 3: Audio průvodcovský systém	77
9.2.4	Priorita 4: Digitalizace muzea	78
9.3	STRATEGICKÝ CÍL Č. 2: REKLAMA A PROPAGACE	79
9.3.1	Priorita 1: Propojení kulturních institucí v rámci kraje.....	79
9.3.2	Priorita 2: Spolupráce se školskými institucemi v kraji	80
9.3.3	Priorita 2: Reklamní kampaň	80
9.3.4	Priorita 3: Mezinárodní spolupráce	81
9.4	STRATEGICKÝ CÍL Č. 3: LIDSKÉ ZDROJE	81
9.4.1	Priorita 1: Vzdělávání zaměstnanců muzea	82
9.4.2	Priorita 2: Spolupráce s odborníky a dobrovolnictví.....	82
10	NÁVRH PROJEKTOVÝCH ŘEŠENÍ PRO MUZEUM LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR V CHRUDIMI	83
	ZÁVĚR	94
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	96

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	103
SEZNAM OBRÁZKŮ	105
SEZNAM TABULEK.....	106
SEZNAM GRAFŮ	107

ÚVOD

Muzea jsou instituce ve službách společnosti a jejího rozvoje, které získávají, zkoumají, uchovávají, zprostředkovávají a vystavují hmotné doklady o člověku a jeho prostředí za účelem vzdělání, výchovy, studia nebo potěšení. Podle svého zaměření a obsahu expozic a depozitářů jsou muzea rozdělena do několika skupin. V rámci České republiky převládají muzea vlastivědná dokumentující konkrétní region. Muzejní expozice jsou na rozdíl od muzejních depozitářů veřejnosti přístupné. Sbírky muzeí, která jsou v České republice zřizována státem, kraji a obcemi, jsou vedeny v Centrální evidenci sbírek. Rozvojem muzejnictví se zabývá Koncepce účinnější péče o movité kulturní dědictví v České republice na léta 2010 – 2014, jejímž cílem je rovněž péče o movité kulturní dědictví. Muzea jsou financována vícezdrojově, protože ve většině muzeí vlastní příjmy dosahují maximálně dvaceti procent.

Značná část praktické části diplomové práce je věnována Muzeu loutkářských kultur v Chrudimi. Muzeum loutkářských kultur bylo zřízeno v roce 1972. Muzeum je organizací s právní subjektivitou, jehož zřizovatelem je Ministerstvo kultury České republiky. Sídlí v nádherném renesančním domě s arkádami a dvojvěžím v podobě minaretu, kterému se říká Mydlářovský. Posláním muzea je shromažďování, správa a zpřístupňování materiálů vztahujících se k historii a současnému vývoji loutkového divadla u nás i ve světě. V objektu Mydlářovského domu se nachází stálé expozice a tři výstavy, které muzeum jednou za rok obměňuje. Muzeum má také několik kompletů putovních výstav, které jsou průběžně vystavovány v řadě míst v tuzemsku i v zahraničí.

Cílem diplomové práce je zpracovat návrh strategie rozvoje Muzea loutkářských kultur, jejíž součástí je také návrh projektů pro muzeum. Muzeum se dlouhodobě potýká s poklesem návštěvnosti, a tak je tedy nezbytné podniknout kroky pro zvýšení jeho atraktivnosti a konkurenceschopnosti oproti ostatním kulturním institucím Pardubického kraje.

Diplomová práce je složena ze dvou částí. Teoretická část zahrnuje charakteristiku volného času a volnočasových zařízení, pohled na kulturu a kulturní politiku v České republice a problematiku muzeí včetně jejich typologie, financování a návštěvníků. Praktická část se nejprve věnuje analýze a syntéze vybraných charakteristik muzeí v České republice a Pardubickém kraji. Poté následuje analýza Muzea loutkářských kultur v Chrudimi, na jejímž základě je vypracována SWOT analýza muzea, pomocí které jsou identifikovány jak silné a slabé stránky

muzea, tak i jeho příležitosti a ohrožení. V návrhu strategie rozvoje Muzea loutkářských kultur jsou stanoveny strategické cíle muzea, jejich priority a opatření. Závěr celé práce je tvořen návrhem projektových řešení.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VOLNÝ ČAS A VOLNOČASOVÁ ZAŘÍZENÍ

1.1 Volný čas

Volný čas lze chápat jako opak doby nutné práce a povinností k reprodukci sil. Je to doba, kdy si můžeme své činnosti svobodně vybrat, děláme je rádi a dobrovolně, přináší nám pocit uspokojení i uvolnění. Pod pojem volný čas se většinou zahrnuje odpočinek, rekreace, zábava, zájmové činnosti, zájmové vzdělávání, dobrovolná společensky prospěšná činnost a časové ztráty spojené s těmito činnostmi. (Pávková, 2008)

Problematiku volného času je možno sledovat z různých pohledů. Z ekonomického hlediska je důležité, kolik prostředků investuje společnost do zařízení pro volný čas a zda se alespoň část nákladů vrátí. Z hlediska sociologického a sociálně-psychologického je potřeba sledovat, jak činnosti ve volném čase přispívají k utváření mezilidských vztahů. Z politického hlediska je nutno zvážit, jak a do jaké míry bude stát svými orgány zasahovat do volného času obyvatelstva. Zdravotně-hygienický pohled na využívání volného času sleduje možnosti, jak podporovat zdravý tělesný a duševní vývoj člověka a pedagogická a psychologická hlediska berou v úvahu věkové i individuální zvláštnosti a jejich respektování ve volném čase. (Pávková, 2008)

Zařízení kulturní a umělecké tvořivosti patří mezi zařízení nejvýznamnější a nejfrekventovanější ve volném čase. Nejsou pouhým prostředkem kompenzace školních a pracovních stresů, ale jsou stále více jednou z klíčových oblastí kultivace osobnosti člověka. Pomáhají spojovat minulost a současnost jednotlivce, skupiny a společnosti s budoucností tím, že navozují a udržují humanizující sílu kultury a tvořivosti. (Bačuvčík, 2011)

1.1.1 Historický vývoj volného času

Základní prvky v životě lidí na počátku našich dějin byly stejné jako v životě současném. Došlo ale k významné změně jejich forem a zastoupení. Růst volného času na úkor práce patří mezi jeden z hlavních rysů vývoje společnosti. Dle etnografických zjištění mohl životní běh na vesnici před dvěma sty lety vypadat jako život sedláka Ostoje z knihy Legenda o Ostojevi archeologa Smetánky. Ostoj pracoval 14 – 16 hodin denně, vzhůru byl 18 – 20 hodin, tzn., že v době největšího pracovního zatížení spal pouze kolem čtyř hodin. Teprve v zimě pracoval „jen“ 12 hodin a mezi prací a spánkem se teprve v zimě objevila mezera,

kdy se mohl věnovat svým osobním a rodinným záležitostem, rozmyšlení a komunikaci s jinými lidmi. (Pávková, 2008)

V průběhu 19. a 20. století se volný čas stal významnou dimenzí každého lidského života. Změny však probíhaly odlišně u lidí různých společenských vrstev a sociálního postavení. (Pávková, 2008) Největší změny v chápání volného času nastaly po druhé světové válce, kdy se značně zvýšilo množství volného času v důsledku zkrácení pracovní doby, pětidenní pracovní a školní týden, osvobození dětí od placené práce a často i práce v domácnosti a technologický rozvoje. Vedle toho se změnil také význam volného času. V padesátých letech byla práce považována za morální oporu společnosti a volný čas pak byl chápán jako zbytková doba, jejímž hlavním cílem byla příprava na práci. V 70. a 80. letech začalo docházet k tomu, že práce ztrácela svoji hlavní pozici v životě lidí. Práce často přestala být smyslem existence, nově se jí stal osobní rozvoj ve volném čase. Rozvoj kapitalismu spojený s možností soukromého podnikání a kariérního růstu ale u některých lidí vedly k návratu k placené práci jako jedinému smyslu existence, ve většině případů na úkor dalších složek života. (Hofbauer, 2004)

1.2 Volnočasové aktivity a zařízení

Způsoby trávení volného času neboli volnočasové aktivity můžeme rozdělit podle míry jejich formálnosti na aktivity organizované a neorganizované.

Za neorganizované považujeme aktivity jednotlivců a skupin, při nichž jsou využívány volně dostupné nebo osobní zdroje, např. bazény, hřiště, zahrady, krajina či televize. (Spousta, 1996)

Organizované aktivity jsou koordinovány institucemi, jako jsou školy a ziskové i neziskové subjekty. Dalším způsobem trávení volného času jsou zájmové činnosti příležitostné nebo pravidelné, prázdninové aktivity, soutěže, poradenství a metodická práce nebo individuální práce s talenty. Vedle tohoto můžeme volnočasové aktivity rozdělit na individuální, které jedinec vykonává sám a kolektivní. (Spousta, 1996)

Primárním prostředím pro trávení volného času je rodina, která rovněž ovlivňuje celkový vztah k němu. Ve školním věku je to zejména škola a aktivity s ní spojené mimo vyučování. Pro volný čas jsou využívána jak přirozená prostředí, tj. ulice, parky, zahrady, příroda,

tak infrastruktura jako hřiště, sportovní areály, nákupní centra, ale i volnočasové organizace. (Hofbauer, 2004)

V souvislosti s cestovním ruchem patří mezi nejfrekventovanější doprovodná kulturní zařízení především muzejní objekty, zoologické, botanické nebo historické zahrady. Muzea a galerie představují spolu s nemovitými památkami základní součást nabídky kulturního cestovního ruchu. Vyhledávanými turistickými destinacemi jsou památníky, které představují nezastupitelné národní symboly. Památkové objekty jsou spolu s muzei označovány souhrnným pojmem heritage industry, tedy průmysl kulturního dědictví. (Kesner, 2005) Význam divadel je spíše okrajový, v některých zemích je ovšem přítomnost světoznámé divadelní nebo operní scény významným lákadlem, jako příklad mohu uvést Metropolitní Operu v New Yorku. Poptávku návštěvníků kin pokrývají zejména multikina umístěna v nákupních a zábavních centrech a jsou koncentrována především do větších měst. (Galvasová, 2008)

V posledních letech roste poptávka po sportovních zařízeních. Přesouvají se z krytých hal a budov do přírody. Obecně lze zařízení pro sport a rekreaci rozdělit do dvou základních skupin:

- zařízení pro indoorové aktivity, tzn. uvnitř krytých hal,
- zařízení pro outdoorové aktivity, tzn. vně krytých hal, v přírodě. (Galvasová, 2008)

Mezi typická zařízení pro indoorové aktivity patří fitness centra, bazény, masážní centra, sauny, haly na stolní tenis, badminton, squash, ricochet, spinning, umělé lezecké stěny nebo indoor golf. Tyto zařízení vystupují buďto jako součást hotelových zařízení souvisejících s cestovním ruchem a rekreací, nebo jako součást volnočasových aktivit nejen pro turisty, ale i rezidenty. (Galvasová, 2008)

Rozsah zařízení pro outdoorové aktivity je daleko širší. Kromě koupališť sem řadíme i zařízení, která jsou součástí nabídky služeb turistických destinací vesměs v horských oblastech – půjčovny horských kol, lodí, lanová centra, bobové dráhy apod. Součástí zařízení a služeb pro outdoorové aktivity a rekreaci jsou bezesporu také golfové hřiště. Do skupiny zařízení volnočasových aktivit dále patří zábavní parky, které ale nemají v České republice, na rozdíl od některých evropských zemí, např. Disneyland v Paříži nebo Legoland v Německu, příliš velkou tradici. (Galvasová, 2008)

2 KULTURA A SPOLEČNOST

Kultura a společnost jsou pojmy, které spolu úzce souvisejí. Kultura kultivuje společnost a naopak, podle toho, jak je společnost kultivovaná, vypadá i její kulturní život. Kulturou v širším slova smyslu je tedy to, co povznáší člověka ze stavu zvířecího a zahrnuje vše, čím se člověk liší od přírody. (Bačuvčík, 2011)

Kultura představuje významný faktor života občanů, který podstatně napomáhá integraci. Prostřednictvím kultury dochází k přenosu informací mezi generacemi a utváření základní identity jedince. (Ministerstvo kultury, 2009)

Postupem času se zájem o jednotlivé druhy kulturní a umělecké tvorby mění. Jejich společenské preference se přelévají v prostředí ostatních volnočasových aktivit. V souvislosti se snížením objemu volného času se proměnilo také nákupní chování spotřebitelů na trzích kulturních produktů. Lidé jsou v současné době více stresovaní, pracují déle, dlouho dojíždějí do práce, a proto mají méně času a energie na volnočasové aktivity. (Bačuvčík, 2011)

Dle Bačuvčíkova dlouhodobého výzkumu nákupního chování na trzích kulturních produktů existují dvě skupiny konzumentů kulturních produktů. První skupinu tvoří lidé, kteří často navštěvují kulturní akce, restaurace, aktivně sportují a hodně pracují. Naopak méně času tráví sledováním televize a domácími pracemi. Druhou skupinou jsou lidé, kteří často čtou knihy, poslouchají vážnou hudbu, věnují se domácím a ručním pracím a méně navštěvují restaurace i sportovní akce. (Bačuvčík, 2011)

2.1 Funkce kultury

Dle Ministerstva kultury má kultura vliv na úroveň emocionálního, morálního a intelektuálního rozvoje občanů. V tomto smyslu také plní funkci výchovně vzdělávací. (Ministerstvo kultury, 2001)

Kultura ale nemá jen integrační, edukativní a reprezentační funkci, je také významným hospodářským odvětvím. Čerpá prostředky z veřejných rozpočtů a také se přímo podílí na jejich tvorbě prostřednictvím daňových výnosů z kulturního průmyslu. Součástí ekonomické funkce kultury je rovněž nabídka pracovní příležitosti pro řadu občanů. (Ministerstvo kultury, 2001)

Důležitou sociální funkci plní kultura tím, že přispívá k sebeidentifikaci občanů jako svobodných individualit i k identifikaci občanů s obcí, regionem a státem, ve kterém žijí. Participace na kultuře je smysluplnou náplní volného času a představuje důležitý preventivní faktor před narkomanií, gamblerstvím, kriminalitou a dalšími sociálně patologickými jevy. (Ministerstvo kultury, 2001)

Kultura také obecně přispívá ke vzájemnému pochopení mezi občany různé národnosti a zároveň je považována za nezanedbatelný prostředek boje proti xenofobii a rasismu. Prostřednictvím kultury dochází ke snadnějšímu začlenění osob se zdravotním postižením do společnosti zdravých občanů. (Ministerstvo kultury, 2001)

2.2 Potenciál kultury pro rozvoj cestovního ruchu

Cestovní ruch je velmi progresivním odvětvím světové ekonomiky. Cestovní ruch spojený s kulturou patří mezi oblasti cestovního ruchu s největší mírou růstu. Kultura může představovat primární nebo sekundární důvod k návštěvě určitého místa. Kulturními atraktivitami jsou dle Evropského hospodářského a sociálního výboru místa s kulturním dědictvím, výstavy a muzea, zábavná představení nebo filmový cestovní ruch. (Žáková et al., 2011)

Evropa se díky bohatosti svého dědictví, kreativitě a množství aktérů v oblasti umění těší bezkonkurenční pozici na trhu umění. V západních zemích se řada muzeí emancipovala na suverénní cíle cestovního ruchu. Muzea navzájem soutěží o přízeň návštěvníků a jsou čím dál více zapojována do tržních mechanismů. Přibývá měst, která vytváří pomocí nových muzeí své postavení kulturní destinace i přesto, že neoplývají výrazným bohatstvím památek nebo muzejních sbírek. (Žáková et al., 2011)

V podmínkách České republiky bývají ve většině případů primární kulturní destinací města a sídla. Památky a muzea jsou sice docela rovnoměrně rozmístěny na celém území státu, ale z hlediska jejich faktického využití existují mezi regiony výrazné rozdíly, neboť Praha přitahuje asi 50 % celkového počtu turistů přijíždějících do České republiky. (Kesner, 2005)

2.3 Globalizace jako hrozba i příležitost kultury

Globalizace je trendem, který ovlivňuje v celosvětovém měřítku prostředí lokálních a národních kultur. V globalizovaném světě neustále probíhá kulturní interakce a výměna. Díky

rychlému vývoji informačních a komunikačních technologií jsou vytvářeny docela nové podmínky pro intenzivnější výměnu mezi kulturami. Zároveň však může představovat hrozbu pro kulturní rozmanitost, protože čím více je svět ekonomicky a technologicky propojen, tím větší je potřeba zabránit jeho kulturnímu sjednocování. (Ministerstvo kultury, 2009)

Za globalizaci, která ovlivňuje kulturu, lze považovat především:

- rozvoj cestování;
- přirozenou a vynucenou migraci;
- rozvoj komunikačních a informačních technologií;
- rozvoj kulturního průmyslu;
- rostoucí vliv tržní ekonomiky a ekonomického myšlení;
- jazykovou globalizaci. (Ministerstvo kultury, 2009)

Tyto tendence mají za následek:

- ovlivňování národních, regionálních a lokálních kultur;
- rychlejší tempo kulturních změn;
- jiné způsoby šíření a prezentace kulturních statků;
- vznik a existenci kulturních statků a služeb;
- větší vliv kulturního průmyslu a médií na způsob života;
- ekonomické myšlení kulturních manažerů a umělců;
- ovlivňování národních jazyků a přístupnost jiných kultur. (Ministerstvo kultury, 2009)

3 KULTURNÍ POLITIKA V ČESKÉ REPUBLICE

Kulturní sektor České republiky se skládá z jednotlivých typů kulturních destinací. K silným stránkám kulturního sektoru v České republice lze zařadit především bohaté kulturní a historické dědictví ztělesněné ve velkém množství památek, hustou sítí muzeí a sbírkových institucí, tvůrčí potenciál a dlouhou tradici v mnoha uměleckých oborech. (Kesner, 2005) Dále zde patří existence fungující spolupráce mezi skupinami aktérů, existence dlouhodobě fungujících a prozkoušených způsobů ekonomické podpory prostřednictvím dotací z různých zdrojů financování, decentralizační tendence s přesunem kompetencí z úrovně Ministerstva kultury ČR na lokální úroveň, existence vzdělávacích zařízení a využití informačních technologií, které nabízejí nové možnosti v oblasti informovanosti, propagace i výzkumu. (Heřmanová, 2009)

Kulturní sféru České republiky ale charakterizuje také řada problémů, jako jsou například nedobrá stav kulturního dědictví, nedostatečně využitý potenciál řady kulturních zdrojů, nedostatečný rozvoj jiných typů kulturních destinací, teritoriální nerovnováha v konzumaci kulturně-historického dědictví, zanedbaná kulturní infrastruktura. (Kesner, 2005) Negativním rysem je rovněž nedostatek finančních prostředků, nedokonalá komunikace mezi aktéry místní kultury, nedostatek odborníků a nevyhovující legislativní prostředí, nízký stupeň modernizace v řadě oborů kultury a nezájem mladé generace o kulturu. (Heřmanová, 2009)

Za příležitost v oblasti kultury jsou považovány lidské zdroje, geografická poloha, infrastruktura a kulturní aktivity, bohatství kulturního dědictví v různých oblastech lidské činnosti, zájem a povědomí o českou kulturu, ekonomické nástroje podpory kultury, financování a možnost spolupráce s dalšími subjekty zejména v souvislosti s otevřením hranic. (Heřmanová, 2009)

Hrozbou pro české kulturní prostředí je nedostatek fondů méně dotačních titulů státu, stejně jako celkový nedostatek finančních prostředků, proces globalizace a postupné ztráty národní identity, špatně nastavený systém obnovy památkového fondu a státní památkové péče. V případě označování kategorie zájmu o kulturu jako hrozby pro české kulturní prostředí, je vymezena zejména soudobou hodnotovou orientací obyvatel, ve které kultura není prioritní oblastí zájmu. (Kesner, 2005)

3.1 Vize Státní kulturní politiky České republiky

Státní kulturní politika na léta 2009 – 2014 vidí v kultuře České republiky „jízdenku do budoucnosti“. Vize pokládá za podstatné tvořit kulturu otevřeně, svobodně a kreativně, být křižovatkou kultur a chránit zděděné kulturní hodnoty. Stát má za úkol vytvářet vazby mezi kulturou a všemi oblastmi společnosti, přispívat k obohacení životů občanů a kreativním schopnostem v hospodářství, vzdělání, výzkumu a poskytnout dostatečné zdroje, čímž dojde k posílení konkurenceschopnosti země v globálním prostředí. (Ministerstvo kultury, 2009)

3.2 Cíle Státní kulturní politiky České republiky

Východiskem pro Státní kulturní politiku byla formulace tzv. vizí kulturní politiky státu, na jejichž základě byly definovány čtyři cíle kulturní politiky. Jako prostředek realizace těchto cílů byly následně stanoveny úkoly a opatření legislativního a nelegislativního charakteru. Úkoly jsou utříděny dle jednotlivých cílů a uváděny spolu se stručným objasněním a nárok na koordinaci a kooperaci s ostatními institucemi veřejné správy v horizontální i vertikální rovině. (Petrová, 2012)

Cíle Státní kulturní politiky na léta 2009 – 2014 jsou:

- **Cíl 1 Ekonomická a společenská dimenze**

Cíl směřuje zejména k účelnému využívání kulturních hodnot v hmotném či nehmotném smyslu. Do této oblasti spadají opatření, která směřují k efektivnějšímu využívání muzejních a galerijních sbírek, památek, urbanistických a krajinných celků, nové tvorbě všem bez rozdílu a zpřístupňování kulturního dědictví, uplatňování mezinárodních zkušeností v oblasti kulturního průmyslu, posílení role kultury ve vnějších vztazích atd. Realizace úkolů prvního cíle zahrnou i dopad hlavních prvků kulturní politiky do strategií ostatních sektorů. (Ministerstvo kultury, 2009)

- **Cíl 2 Občanská dimenze – rozvoj osobnosti**

Záměrem druhého cíle je posílení vlivu kultury v oblasti obohacování života občanů a vzdělávání. U nás je kultura považována za typický civilizační projev vycházející z obnovených tradic a využívající svobodu volby ke kultivaci společnosti. Po-

kud budou jednotliví občané odpovědné chování vůči kulturním hodnotám považovat za správné, bude se tak dobrovolně chovat i společnost jako celek. Důležitým cílem je tedy dosažení vyšší aktivní a pasivní účasti občanů na kulturním dění a péči o kulturní hodnoty. (Ministerstvo kultury, 2009)

▪ **Cíl 3 Role státu, krajů a obcí při podpoře zachování a tvorby kulturních hodnot**

Tento cíl se zabývá materiální podporou zachovávání kulturních hodnot nově vytvářených i vytvořených v minulosti. Po provedené reformě veřejné správy dnes není možné, aby byl cíl realizován pouze státními orgány a institucemi. Třetí cíl bude účinně plněn, pokud bude na podporu kultury ročně vydáno 1 % z výdajů státního rozpočtu. Do oblasti využití prostředků z podpůrných fondů EU, ve kterých mají orgány činné v oblasti kultury řídicí či spoluřídicí funkci, patří strukturální fondy, integrované operační programy, regionální operační programy či komunitární fondy. Patří sem také rozpočtová a daňová politika, jejímž záměrem je překonání stereotypu kultury tvorbou daňově zajímavých možností pro podporu kultury ze strany podnikatelů. (Ministerstvo kultury, 2009)

▪ **Cíl 4 Role státu při tvorbě pravidel**

Poslední cíl formuluje podstatnou úlohu státu ve smyslu tvůrce pravidel, vykonavatele a prosazovatele jejich uplatňování. Pravidla musí mít takovou strukturu, aby je bylo možné vytvářet a vykonávat co nejúčinněji ve vztahu k předchozím třem cílům kulturní politiky. Na všech úrovních pak musí být objektivní, transparentní, nediskriminační a mimo jiné také musí podporovat rozmanitost kulturních projevů. (Ministerstvo kultury, 2009)

3.3 Nástroje kulturní politiky

Z usnesení Vlády ČR (2001) č. 40 o aktualizaci Strategie účinnější státní podpory kultury vyplývají následující nástroje:

- a) Koncepční
- b) Legislativní

- c) Institucionální
- d) Ekonomické

3.3.1 Koncepční nástroje

V současné době existuje na Ministerstvu kultury ČR jedenáct odborů. Prostřednictvím dotačních a grantových titulů odbory financují projekty v objemu přesahujícím 1 mld. Kč. Dle Ministerstva kultury ČR se daří uspokojovat přibližně 20 % z celkového počtu žadatelů. Programy jsou založeny rozhodnutími ministerstva nebo usneseními vlády. Kultura začala být vnímána jako ekonomické odvětví v klíčových rozvojových dokumentech na regionální i národní úrovni. (Ministerstvo kultury, 2009)

Strategie udržitelného rozvoje

Strategie udržitelného rozvoje upozorňuje na ekonomické podceňování významu kultury jako faktoru rozvoje a nedoceňování významu investic do péče o kulturní dědictví. (Ministerstvo životního prostředí, 2004)

Za priority jsou dle dokumentu považovány:

- minimalizace střetů zájmů mezi kulturním dědictvím, hospodářskými aktivitami, a ochranou životního prostředí;
- zajištění stálého růstu úrovně vzdělanosti ve společnosti, včetně vzdělanosti v kultuře;
- rozvoj etických hodnot v souladu s evropskými kulturními tradicemi;
- udržení vhodných forem rozmanitosti kultur, života na venkově a městských aglomerací;
- zajištění kulturní rozmanitosti a rozrůzněnosti životního stylu;
- zajištění rovnoprávnosti komunit;
- zpřístupnění kultury všem lidem. (Ministerstvo životního prostředí, 2004)

Strategie hospodářského růstu České republiky 2005 – 2013

Strategie hospodářského růstu České republiky v letech 2005 – 2013 zahrnuje podporu rozvoje regionů prostřednictvím zlepšování podmínek pro poskytování služeb a investice v oblasti kulturního průmyslu a budování kulturní infrastruktury. Cílem strategie je podpora nových podnikatelských aktivit v oblasti ochrany a prezentace kulturního dědictví, zapojení kulturních institucí do vzdělávacích programů a spolupráce se školami a v neposlední řadě využití informačních technologií a soudobé umělecké tvorby. (Rada pro výzkum, vývoj a inovace, 2005)

Strategie účinnější státní podpory kultury (Kulturní politika)

Za základ kulturní politiky je považována koncepce kulturních práv a kulturní pluralita. Dává přednost ochraně kulturního dědictví, jeho adekvátnímu využití v kulturním životě společnosti a efektivnímu ekonomickému zhodnocení. Strategie prosazuje podmínky nutné k udržení ale také rozšíření nabídky kulturních příležitostí a služeb, podporuje ekonomickou a prostorovou dostupnost většiny kulturních služeb, uměleckou tvorbu i rozšíření účasti veřejnosti na kulturním životě. (Ministerstvo kultury, 2009)

Koncepce účinnější podpory umění na léta 2007 – 2013

Koncepce účinnější podpory umění je nejnovějším z materiálů. *„Definuje význam umění v životě společnosti a jeho sociální funkce, zdůrazňuje jeho význam jako faktoru ekonomického rozvoje, prosazuje nastolení žádoucí proporce mezi podporou ochrany kulturního dědictví a živého umění jako předpokladu lepšího využití kulturního odkazu a jeho rozmnožení. Koncepce pracuje s celou škálou dokumentů kulturně politické povahy a dokumentů zabývajících se sociálním a ekonomickým rozvojem České republiky.“* (Ministerstvo kultury, 2006)

Strategie regionálního rozvoje České republiky

Strategie regionálního rozvoje České republiky vidí zdroj ekonomických příjmů ve využití přírodního a kulturního potenciálu. Strategie se snaží podporovat uchování kulturní rozmanitosti regionů, ale věnuje pozornost také regionům mimo hlavní rozvojové osy, příkladem mohou být příhraniční oblasti či regiony s vysokou nezaměstnaností. Kultura tvoří ve strategické části samostatnou prioritní osu. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006)

Koncepce rozvoje knihoven v České republice na léta 2004 – 2010

Koncepce byla zpracována na základě strategie „Státní kulturní politika na léta 2009 – 2014“. Cílem koncepce je definovat a uvést do praxe podmínky pro komplexní služby knihoven. Hlavní pozornost je věnována informačním a komunikačním technologiím. Nové služby by měly být koncipovány tak, aby měl kdokoliv, nezávisle na místě bydliště, k dispozici prostřednictvím své knihovny přístup ke všem zdrojům, informacím a službám systému knihoven ČR jako celku. Koncepce směřuje ke zvyšování počtu těch, kteří aktivně využívají služby knihoven jako důležité složky infrastruktury znalostní společnosti. (Ministerstvo kultury, 2010)

Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu

Koncepce definuje význam tradiční lidové kultury jako základ kulturní identity, součást kulturního dědictví, zdroj kulturní rozmanitosti a faktor ekonomického rozvoje. Úkolem státu je péče o uchování a rozvoj tanečních, slovesných, hudebních, obyčejových a jiných projevů tradiční lidové kultury. (Ministerstvo kultury, 2009)

Koncepce účinnější péče o movité kulturní dědictví v České republice na léta 2010 – 2014 (Koncepce rozvoje muzejnictví)

Muzejnictví má předpoklady pro naplňování vize Státní kulturní politiky v případě, že pro jeho rozvoj budou systematicky vytvářeny podmínky. Koncepce navazuje na předchozí „Koncepci účinnější péče o movité kulturní dědictví v České republice na léta 2003-2008 (koncepce rozvoje muzejnictví)“. Je v ní zformulována vize státní kulturní politiky ČR a deset strategických cílů, jejichž dosažení je pro péči o movité kulturní dědictví a pro rozvoj muzejnictví klíčové. Pro naplnění těchto cílů jsou v koncepci stanoveny termínované úkoly. Součástí koncepce je rovněž analýza SWOT a stanovení finančních nároků na státní rozpočet. (Ministerstvo kultury, 2008)

Meziresortní koncepce aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity do roku 2015

Koncepce je zaměřena na identifikaci priorit a strategických směrů rozvoje aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity, především pro potřeby kultury, státní správy, samosprávy, vzdělávání, služeb, obchodu, průmyslu apod. Smyslem koncepce je přispět

prostřednictvím aplikovaného výzkumu a vývoje k zachování a rozvíjení národní integrity a národních specifík v kontextu evropské a světové kultury. Cílem koncepce je přispět k tomu, aby veřejné prostředky investované do aplikovaného výzkumu a vývoje v oblasti národní a kulturní identity přinášely konkrétní ekonomický či jiný společenský přínos z jejich realizace. (Ministerstvo kultury, 2008)

Programy rozvoje krajů a krajské kulturní koncepce

Program rozvoje kraje je střednědobý rozvojový dokument, který zpracovávají všechny kraje. Ve všech programech je kultura důležitým faktorem a zároveň oblastí podpory regionálního rozvoje. (Ministerstvo kultury, 2009)

V dokumentech jsou uváděny různé aspekty a souvislosti kultury. V programech rozvoje krajů lze však identifikovat tři společné znaky pojetí kultury:

- 1) důraz na ekonomické využití kulturního dědictví;
- 2) podpora kulturních služeb a kulturní infrastruktury ve venkovských oblastech;
- 3) další aspekty kultury (menšinové a tradiční kultury, identifikace obyvatel s regionem, atraktivita prostředí, kvalita života, rozvoj lidských zdrojů, duchovní kapitál společnosti a kulturní klima. (Ministerstvo kultury, 2009)

3.3.2 Legislativní nástroje

Stěžejním zákonem ve vztahu k finančním nástrojům rozvoje kultury v České republice je zákon č. 239/1992 Sb., o Státním fondu kultury České republiky. Fond je právnickou osobou. Je spravován ministerstvem kultury České republiky v čele s ministrem kultury České republiky, který odpovídá za jeho hospodaření. Prostředky Fondu jsou poskytovány jako účelové dotace, půjčky nebo návratné finanční výpomoc. Prostředky lze poskytovat na následující činnosti:

- a) vznik, realizaci a uvádění umělecky hodnotných děl;
- b) obnovu, získávání a udržování sbírkových předmětů a kulturních památek;
- c) pořádání kulturních akcí (festivalů, přehlídek apod.);
- d) přednáškovou a výstavní činnost;
- e) propagaci české kultury v zahraničí;

- f) ediční počiny v oblasti neperiodických a periodických publikací;
- g) podporu projektů národnostních menšin zaměřených na kulturu;
- h) podporu hodnotných neprofesionálních uměleckých aktivit;
- i) údržbu, ochranu a doplňování knihovního fondu. (Česko, 1992)

Hmotně právní předpisy týkající se kultury prošly během posledních let celkovou novelizací, která se zpravidla projevovala náhradou starého předpisu předpisem novým. (Ministerstvo kultury, 2009)

„V oblasti umění, knižní kultury a knihoven byl přijat nový knihovní zákon a prováděcí předpisy. Zásadní proměnou prošla oblast péče o movité kulturní dědictví, muzeí a galerií. Byl přijat nový zákon o ochraně sbírek muzejní povahy a prováděcí předpisy, zákon o navrácení nezákonně vyvezených kulturních statků, zákon o vývozu některých kulturních statků z celního území Evropských společenství a podstatnou novelou prošel zákon o prodeji a vývozu předmětů kulturní hodnoty. V oblasti památkové péče byl novelizován zákon o státní památkové péče, podzákonnými předpisy byl upraven soubor národních kulturních památek a památkových zón. V oblasti hromadných sdělovacích prostředků a kinematografie byl přijat nový zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákon o rozhlasových a televizních poplatcích a nový tiskový zákon. Novelizovány byly též zákony o České televizi a Českém rozhlase. V oblasti provádění autorského práva byl přijat nový autorský zákon a na něj navazující podzákonný předpis. Obecnější věci resortu kultury vymezil nový zákon o některých druzích podpory kultury a nařízení vlády o oceněních v oblasti kultury.“ (Ministerstvo kultury, 2009)

3.3.3 Institucionální nástroje

Důležitou součástí kulturního systému České republiky jsou kulturní instituce a jejich organizace. Na národní úrovni je to Ministerstvo kultury České republiky a na regionální úrovni obce a kraje. (Ministerstvo kultury, 2009)

Ministerstvo kultury

Ministerstvo kultury představuje ústřední orgán státní správy pro umění, kulturní památky, kulturně výchovnou činnost, věci tisku, rozhlasové a televizní vysílání, věci církví a náboženských společností, provádění autorského zákona a výrobu a obchod v oblasti kultury.

V okruhu své působnosti plní ministerstvo úkoly stanovené v zákonech a jiných obecně závazných právních předpisech. V případě závaznosti plní úkoly vyplývající z členství České republiky v Evropské unii a v ostatních integračních seskupeních a mezinárodních organizacích. Mimo jiné se zabývá výzkumem společenské problematiky a analýzou dosažených výsledků, činí opatření k řešení aktuálních otázek a zpracovává kulturní politiku, kterou předkládá vládě České republiky. Ministerstvo kultury rovněž podporuje umění, péči o kulturní dědictví a další kulturní aktivity poskytováním příspěvků a dotací ze státního rozpočtu a zřizuje příspěvkové organizací a obecně prospěšné společnosti národního nebo mezinárodního významu. (Ministerstvo kultury, 2009)

Tabulka 1 Příspěvkové organizace MK ČR (Ministerstvo kultury, © 2007)

Druh	Název	Město
<i>Památky</i>	Národní památkový ústav	Praha
<i>Muzea</i>	Národní muzeum	Praha
	Národní technické muzeum	Praha
	Památník národního písemnictví	Praha
	Moravské zemské muzeum	Brno
	Muzeum umění	Olomouc
	Uměleckoprůmyslové muzeum	Praha
	Technické muzeum	Brno
	Slezské zemské muzeum	Opava
	Husitské muzeum	Tábor
	Muzeum romské kultury	Brno
	Valašské muzeum v přírodě	Rožnov p. R.
	Muzeum Jana Amose Komenského	Uherský Brod
	Muzeum skla a bižuterie	Jablonec n. Nisou

Druh	Název	Město
<i>Muzeum</i>	Muzeum loutkářských kultur	Chrudim
	Památník Lidice	Lidice
	Památník Terezín	Terezín
<i>Galerie</i>	Národní galerie	Praha
	Moravská galerie	Brno
<i>Knihovny</i>	Národní knihovna ČR	Praha
	Moravská zemská knihovna	Brno
	Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana	Praha
<i>Divadlo a hudba</i>	Národní divadlo	Praha
	Institut umění – Divadelní ústav	Praha
	Česká filharmonie	Praha
	Pražský filharmonický sbor	Praha
<i>Ostatní</i>	Národní filmový archiv	Brno
	NIPOS	Praha
	Národní ústav lidové kultury	Strážnice

Kraje

Úlohou krajů je péče o všestranný rozvoj svého území a potřeby svých občanů. Rozvoj kultury je podporován z krajských rozpočtů. Kraje zřizují muzea a galerie, krajská divadla, krajské knihovny, orchestry nebo dokonce ústavy archeologické památkové péče. Mezi další činnosti lze zařadit spoluvytváření finančních, koncepčních a legislativních předpokladů pro rozvoj kultury v kraji a reakce na aktuální potřeby v souladu s doporučením Ministerstva kultury ČR a koncepcemi vlády ČR. Velkou pozornost kraje věnují rozvoji aktivit volného času s důrazem na stimulaci rozvoje mezinárodní kulturní spolupráce. V rámci krajů je spolková a zájmová činnost obyvatel pravidelně podporována především grantovými pro-

gramy. Dalším zájmem krajů je podpora lidových tradic, které zvyšují atraktivitu z hlediska cestovního ruchu. Vedle muzeí a galerií zřizovanými krajem působí na území kraje také muzea a galerie, jejichž zřizovatelem jsou obce, města, občanská sdružení, fyzické nebo právnické osoby, které uchovávají a prezentují historické a lidové tradice, kulturní dědictví a současné umělecké směry. V oblasti propagace kulturních akcí v kraji jsou důležitým partnerem kulturní centra a informační střediska. (Ministerstvo kultury, 2009)

Obce

Cílem obcí je, podobně jako u krajů, péče o všestranný rozvoj svého území, potřeby svých občanů a ochrana veřejného zájmu při plnění svých úkolů. Obce podporují rozvoj kultury ze svých rozpočtů, zřizují kulturní instituce, obzvláště obecní a městské knihovny, městská divadla, městské galerie a městská a obecní muzea, městské orchestry a další specializované kulturní instituce. Řada měst vyhláší výběrová řízení určená pro podporu kulturních aktivit. (Ministerstvo kultury, 2009)

Města a obce přistupují ke svému kulturnímu potenciálu a rozvoji kulturní turistiky rozdílně. Inspirativním příkladem je například Český Krumlov nebo Litomyšl. V těchto městech městská správa dlouhodobě a cílevědomě buduje kulturní a historický kapitál města a postupně z nich vytváří kulturní destinace nadregionálního významu. (Kesner, 2005)

3.3.4 Ekonomické nástroje

Kulturní sektor je financován třemi základními způsoby. Každý z nich funguje na základě specifických institucí a mechanismů.

1. **Financování vládními prostředky** je založeno na dotacích přidělených takovým kulturním organizacím a institucím, které splňují požadavky vypsání vládou a vykazují stanovené žádoucí aktivity.
2. **Financování tržními prostředky** zahrnuje finance získané díky vlastním aktivitám organizace či instituce na trhu a produkty prodané v rámci sponzorských výměnných transakcí.
3. **Financování prostřednictvím třetího sektoru** představuje soubor mechanismů, jako jsou individuální dárcovství nebo dárcovství soukromé sféry. Třetí sektor je v Evropě na vzestupu. (Ministerstvo kultury, 2008)

Konkrétní finanční mechanismy na podporu kultury a umění jsou následující:

Veřejná přímá podpora poskytovaná centrálními a lokálními vládami je přidělována ve formě subvencí, cen, grantů a loterijských fondů. Vyspělé evropské země věnují kulturnímu resortu přibližně 1 % ze státního rozpočtu, v některých zemích, např. v Estonsku, je tato částka dokonce mnohonásobně vyšší. České republice se dlouhodobě nedaří zvýšit státní dotaci z celkového rozpočtu na evropský standard minimálního 1 %. Kulturní sektor potřebuje nové, decentralizované mechanismy, které by přispěly k jeho oživení a dynamizaci rozvoje. (Ministerstvo kultury, 2008)

Veřejná nepřímá podpora obsahuje daňové úlevy pro kulturní instituce v daňových systémech centrálních či lokálních vlád. V České republice neexistuje žádný systém daňových výhod či úlev vysloveně pro kulturní oblast, mechanismus je nastaven shodně pro všechny nestátní neziskové organizace bez ohledu na sféru, ve které působí. Tato zvýhodnění nejsou příliš významná a tedy ani výrazněji motivační, zejména s ohledem na současný stav nemovitých kulturních památek, jejich velmi časté „ztrátové využití“. (Ministerstvo kultury, 2008)

Soukromou podporu pro kulturní sektor zprostředkovávají neziskové organizace, privátní firmy a individuální dárci. Dvě hlavní alternativy způsobu podpory kulturního sektoru jsou dárcovství a sponzorství. Sekundárně lze hovořit také o organizovaném fundraisingu, kurátorství a dobrovolnictví. (Ministerstvo kultury, 2008)

Podstatou **dárcovství** je věnování materiální pomoci bez zpětné materiální či nemateriální odměny vyjma osobního uspokojení a zvýšení občanského sebevědomí dárce. (Kesner, 2005) Dárcovství si u české veřejnosti našlo své místo, stále více lidí přispívá na veřejně prospěšné účely či do speciálních sbírek. Tato forma pomoci vyžaduje minimální osobní angažovanost a neklade na rozdíl od dobrovolnictví žádné nároky na čas dárce. (Ministerstvo kultury, 2008)

Sponzoring je na rozdíl od dárcovství založen na poskytnutí propagační a reklamní služby neziskovou organizací sponzorovi – právnické osobě. V praxi se objevuje také pojem „sponzorský dar“. Je potřeba rozlišit právní podstatu vztahu mezi „dárce / sponzorem“ a příjemcem. Pokud je vztah upraven smlouvou, která neobsahuje poskytnutí protislužby, jde z daňového hlediska o dar, ale pokud je vztah upraven smlouvou zahrnující protislužbu, jde o sponzoring. (Ministerstvo kultury, 2008)

Fundraising je systematická činnost v neziskovém sektoru zaměřená na cílené získávání finančních či jiných prostředků na chod a aktivity organizace. Nejedná se pouze o vyhledávání možností zisku dotací z veřejných rozpočtů, nýbrž o činnost vyžadující maximálně profesionální přístup, zpravidla využívající nástroje marketingu. Znalosti a dovednosti se v této oblasti v České republice zlepšují, přesto je ale stále velké množství organizací, jejichž úspěšnost je v samostatném získávání zdrojů a prostředků nedostatečná. (Ministerstvo kultury, 2008)

Kurátorství se uplatňuje především v oblasti výtvarného umění. Jedná se o komplexní systém péče o daný kulturní statek či jejich soubor, od ochrany a propagace přes socializaci a prezentaci na základě původní kurátorské koncepce až fundraising, kulturní publicistiku a kritiku. (Ministerstvo kultury, 2008)

Dobrovolnictví je jedním z tradičních pilířů neziskového sektoru. V rámci dobrovolnictví vykonává dobrovolník pracovní činnost ve prospěch druhé osoby či instituce bez nároku na odměnu. (Ministerstvo kultury, 2008)

4 MUZEA

Muzea jsou instituce, které získávají, uchovávají, zkoumají a vystavují hmotné doklady o člověku a jeho prostředí. Pojem muzeum lze ztotožnit až s institucemi zakládanými v průběhu 19. století, tedy zemská a národní muzea počátkem století a regionální a odborná jeho koncem. (Kesner, 2005) Až do roku 1959 nelze nalézt jasnou definici muzea. Ve všech teoretických pracích a stanovách muzeí a muzejních spolků jsou pouze obecné charakteristiky úkolů a poslání těchto institucí. (Sandell a Janes, 2007)

Sandell a Janes (2007) ve své knize uvádí, že pracovníci muzea často vtipkují o tom, jak okolní svět vnímá jejich práci. Veřejnost se domnívá, že muzea jsou ideálním místem pro práci, klidné, elegantní, čisté, zkrátka úplně jiné než ostatní pracoviště. Po zjištění složitostí a požadavků, kladených na muzejní práce, však bývá nemuzejní svět překvapen. Stručně řečeno, řada problémů a tlaků, kterým čelí muzea ve 21. století, je stejná jako u ostatních odvětví.

4.1 Vznik muzeí

Předchůdcem muzeí byly sbírky antických chrámových pokladnic, královské a městské poklady a soukromé sbírky jedinců. Tematické sbírky dokladové hodnoty, jako jsou herbáře apod., vznikaly později. Od poloviny 18. století se začaly sbírky zpřístupňovat veřejnosti. Jako první se začaly vystavovat především sbírky umělecké. (Šebek, 2000)

Muzea začaly vznikat na počátku 19. století. V této době se především v Evropě objevuje myšlenka národního uvědomění související s pěstováním národního jazyka, dějin a kultury národa. Každý národ se snažil dokladovat svoji minulost a k tomu bylo potřeba soustředit sbírky i odborníky, kteří je budou studovat a zpřístupňovat lidem. (Šebek, 2000)

První muzea v českých zemích začala vznikat od konce 18. století v intencích osvícenského racionalismu a posléze i zemského patriotismu. První vlna zakládání regionálních muzeí v 70. a 80. letech 19. století souvisela s hlubokými proměnami rakousko-uherské monarchie. Na 150 muzeí v českých zemích na přelomu 19. a 20. století představovalo tak hustou síť, že především vlastivědná muzea začala být výjimečným fenoménem v evropském kontextu. (Šebek, 2000)

4.2 Typologie muzeí

Muzea je možné rozdělit do několika skupin. Pokud bychom chtěli rozdělit muzea podle sbírek, rozlišujeme:

- obecná muzea (v českém prostředí je užíván spíše termín „vlastivědná muzea“) – dokumentují konkrétní region
- umělecká muzea – uchovávají sbírky obrazů, fotografií, soch atd.
- historická muzea – dokladují dějiny národa nebo etnik, např. archeologické sbírky, doklady o způsobu života lidí v minulosti apod.
- přírodovědná muzea – obsahují sbírky různého odborného zaměření přírodovědného charakteru, např. sbírky hornin, brouků, rostlin apod.
- muzea technická – obsahují sbírky nástrojů, technických výrobků, např. psací stroje, auta, letadla, motocykly, kola aj.
- specializovaná muzea – např. loutkářství, vojenství, divadelnictví aj.
- průmyslová muzea – shromažďují předměty užitého umění, tj. předměty denní potřeby jako oblečení, nábytek, nádobí apod. (Asociace muzeí a galerií ČR, © 2011)

Mezi instituce, které mají stejné úkoly, jako muzea patří skanzeny, národopisné vesničky, ZOO, botanické zahrady, akvária, planetária a přírodní rezervace. (Asociace muzeí a galerií ČR, © 2011)

Muzea lze rozdělit také podle zřizovatele, a to na muzea státní; krajská či městská muzea, univerzitní muzea; nezávislá nebo soukromá muzea a muzea komerčních společností. Dle akviziční oblasti se muzea člení na národní muzea, regionální muzea a místní muzea. (Asociace muzeí a galerií ČR, © 2011)

4.3 Financování muzeí

Muzea jsou financována vícezdrojově, což znamená kombinací vlastních a cizích zdrojů.

Ve většině případů platí, že vlastní zdroje tvoří jen část příjmové stránky rozpočtu, která zpravidla nepřesáhne 20 %. Zvýšit příjmy z vlastních zdrojů lze zvětšením počtu návštěvníků, ale také dalšími produkty, které mohou muzea nabízet. Největší část finančních

prostředků získávají muzea od státu, krajů a obcí, tedy z veřejných zdrojů. Avšak objem disponibilních prostředků ve veřejných rozpočtech je omezený a příliš se nezvyšuje. (Bačuvčík, 2012)

Organizací, které získávají prostředky z veřejných zdrojů je mnohem méně než těch, které se o to pokoušejí. Je zde tedy silné konkurenční prostředí. Muzea jsou státem dále podporována prostřednictvím Státního fondu kultury a speciálním dotačním řízením Ministerstva kultury. Kulturní aktivity je v některých případech možné financovat také z dotačních řízení vyhlášených jinými ministerstvy. (Bačuvčík, 2012)

Mezi další způsoby získávání finančních prostředků můžeme zařadit nadace, nadační fondy, firemní a individuální dárcovství. (Bačuvčík, 2012)

4.4 Návštěvníci muzeí

Publikum kulturních destinací je velice různorodé, od turistů a prázdninových návštěvníků, kteří přijímají kulturní nabídku spíše náhodně a váhavě, jako vedlejší produkt své cesty, po milovníky umění či znalce vedené hlubokým zaujetím pro dané téma či objekty, pro něž účast na kultuře nabývá podoby životní potřeby. (Kesner, 2005)

Pro poznání profilu publika a činností na poli budování návštěvnosti mají velký význam výzkumy a studie prováděné s publikem muzeí, galerií a uměleckých organizací. Dle výsledků výzkumů se publikum pro umění, kam patří i muzea, se ve svých základních sociodemografických charakteristikách od celkové populace výrazně odlišuje:

- je vzdělanější;
- má vyšší příjmy;
- má vyšší sociální status, např. vyšší střední třída, manažeři, studenti;
- podíl žen převažuje nad muži;
- etnické menšiny jsou jen marginálně zastoupeny. (Kesner, 2005)

Vliv vzdělání na návštěvnost uměleckých institucí však nebylo nikdy přesvědčivě podáno, spíše odkazuje na skutečnost, že lidé s vyšší úrovní vzdělání bývají od dětství více vystaveni různým formám kulturní a umělecké nabídky, také mají díky svému vzdělání

rozvinutější abstraktní schopnosti a dovednosti, které v obecném smyslu zvyšují kompetenci k prožitku kulturních forem. (Kesner, 2005)

Procesy segmentace trhu představují základní marketingovou strategii. V případě muzeí slouží segmentace k rozdělení publika do vzájemně odlišitelných skupin, které sdílejí podobné charakteristiky a specifické potřeby či preference ve vztahu k produktu. (Kesner, 2005)

Nabízí se několik skupin kritérií, na jejichž základě je možno jednotlivé segmenty publika definovat:

- geografické místo – místo, odkud návštěvník přijíždí;
- demografické – věk, pohlaví, stav, příjem, sexuální orientace, fáze životního cyklu;
- psychografické – životní styl, vzdělání, hodnotové orientace;
- behaviorální – způsob využití nabídky;
- zájmové;
- podle četnosti návštěvy. (Kesner, 2005)

Pro praxi muzeí jsou přínosné především geografické kritéria segmentování. Jedním ze základních způsobů segmentace návštěvníků muzeí obecně je dělení na domácí publikum a turisty, kteří do daného místa přichází nebo přijíždějí, aniž by zde museli přenocovat. (Kesner, 2005)

Segment turistů je tak možné členit na další skupiny:

- domácí a zahraniční turisté;
- turisté, kteří v místě přenocují a turisté, kteří přijíždějí na jednodenní výlet;
- v případě muzea, kde zahraniční turisté tvoří naprostou většinu publika, je užitečné rozdělit je do několika skupin podle národnosti;
- turisté, přicházející v rámci organizované skupiny, a individuální turisté. (Kesner, 2005)

Výsledky segmentace se promítají do procesu tvorby produktu, profilování doprovodných služeb, marketingové strategie, komunikace a propagace. (Kesner, 2005)

Ve světě dlouhodobě dochází ke stagnaci celkové návštěvnosti muzeí a galerií. Návštěvnost tuzemských muzeí a galerií je ve srovnání s návštěvností v řadě vyspělých zemí hluboko pod svojí kapacitní úrovní. Zřejmá je však poměrně výrazná koncentrace, kdy několik muzeí či galerií v České republice navštíví ročně přes 500 tis. návštěvníků. (Galvasová, 2008)

Friča (2009) na konferenci Muzeum a změna v Technickém muzeu v Brně varoval před stárnutím populace. V celkovém počtu obyvatel sice nastane vlivem stárnutí populace krátkodobý nárůst počtu obyvatel v roce 2020 na 10,7 mil., počet dětí ale klesne na 1,4 mil., dále v roce 2030 na 1,3 mil. a v roce 2050 na 1,2 mil. Pro muzea takový vývoj přinese zásadní změnu. V budoucnu bude potřeba realizovat takové muzejní programy, které budou odpovídat nepříznivému demografickému vývoji. Expozice pro děti budou méně využívány, což bude mít za následek změny ve struktuře financování a v příjmech a výdajích.

4.5 Profesionální organizace muzejnictví

Mezi profesionální organizace muzejnictví se řadí Asociace muzeí a galerií v České republice, Mezinárodní rada muzeí ICOM, Rada galerií České republiky a Český komitét Modrý štít.

4.5.1 Asociace muzeí a galerií v České republice

Asociace muzeí a galerií v České republice je dobrovolným nepolitickým sdružením muzeí, galerií, případně jiných fyzických a právnických osob, působících v muzejnictví. Usiluje o rozvoj muzejnictví a zajištění svobodné tvůrčí práce v muzeích a galeriích a hájí společné zájmy a práva muzeí a galerií, sdružených v asociaci. Členy se mohou stát muzea, galerie či jiné právnické osoby působící v muzejnictví. Příjmy Asociace muzeí a galerií v České republice tvoří členské příspěvky, příjmy z vlastní činnosti, dotace z veřejných rozpočtů a příspěvky a dary právnických a fyzických osob. (Asociace muzeí a galerií v České republice, © 2011)

Gloria Musaealis

Asociace muzeí a galerií České republiky společně s Ministerstvem kultury České republiky každoročně pořádají Národní soutěže muzeí Gloria Musaealis. Cena je udělována projektům, které významně přispěly k mezinárodní spolupráci, rozvoji edukačních činností muzeí či zpřístupnění kulturního dědictví handicapovaným občanům. V rámci XI. Ročníku

Národní soutěže Gloria Musaealis 2012 byla cena udělena Památníku Lidice za Stálou expozici Lidické sbírky. (ICOM ČR, © 2010)

4.5.2 Mezinárodní rada muzeí ICOM

Mezinárodní rada muzeí ICOM (International Council of Museums) je mezinárodní profesní nevládní organizací se statutem konzultanta UNESCO založená roku 1946. Od založení se rozrostla na téměř 13 000 individuálních a institucionálních členů ve 148 zemích. Zastoupeny jsou nejen všechny druhy muzeí., ale také instituce podobného zaměření, např. zoologické zahrady, akvária, botanické zahrady. Cílem ICOM a jejich regionálních sdružení je podpora muzeí a muzejních pracovníků při jejich vědecké práci, v péči o sbírky a jejich uchování, při prezentaci materiálu i při zvyšování vědecké kvalifikace muzejních pracovníků. Tyto cíle jsou naplňovány koordinační činností, šířením informací, sjednáváním spolupráce, poskytováním stipendií a zastupováním zájmů oboru jak na mezinárodním poli, tak na domácí půdě. Členem ICOM se může stát každý odborný pracovník muzea, nebo student příslušné odborné školy, který sdílí program organizace, platí pravidelně stanovené roční příspěvky a je ochoten se podřídit jejímu statutu a etických zásadám. (ICOM ČR, © 2010)

4.5.3 Rada galerií České republiky

Rada galerií České republiky je profesní unie českých muzeí umění, která za účelem koordinace činností při tvorbě, správě, ochraně a zveřejňování sdružuje umělecké sbírky. Spolu s orgány státní správy a samosprávy usiluje o existenci optimálních podmínek pro práci galerií. (Rada galerií České republiky, © 2013)

4.5.4 Český komitét Modrý štít

Český komitét Modrý štít je neziskovou národní společností Mezinárodního komitétu Modrý štít. Mezinárodní komitét Modrý štít ICBS byl vytvořen v roce 1996 za účelem koordinace činnosti výkonných orgánů ICOM, ICOMOS, IFLA a ICA. Posláním Českého komitétu Modrý štít je preventivní ochrana, zmírňování rizik a pomoc při záchraně kulturního dědictví. (ICOM ČR, © 2010)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 MUZEA V ČESKÉ REPUBLICE

„Muzea a galerie představují vedle nemovitých památek základní součást nabídky kulturního cestovního ruchu.“ Muzejní sbírky v České republice jsou sice bohaté a některé obsahují světové unikátní soubory, avšak ve srovnání s Evropou nejsou nijak výjimečné. (Kesner, 2005)

Pro vývoj českého muzejnictví je charakteristickým rysem skutečnost, že značná část muzeí působí v objektech, které jsou národní kulturní památkou, z nichž drtivá většina byla původně postavena pro jiné účely. Provoz těchto objektů nebývá ekonomicky nejvýhodnější, vyžadují podstatně vyšší náklady na údržbu, často limitují možnost využít efektivní a moderní technologie muzejního provozu. Často je však umístění muzea sem jednou z nejvýhodnějších alternativ, jak tyto objekty kulturních památek využít. V roce 2011 užívala a spravovala muzea v České republice 712 památkově chráněných nemovitých objektů. Z nich vykazující muzea přímo hospodařila s 519 objekty. (NIPOS, 2013)

Rezervy českých muzeí leží především v možnosti využití sbírek veřejností. Velká část českých sbírek je uložena v depozitářích, a tak není vůbec fyzicky přístupná. Na rozdíl od situace ve světě nebyla v České republice po roce 1989 postavena žádná významná muzejní budova, dochází pouze k rekonstrukcím stávajících objektů. Stěžejní podmínkou pro úspěšné fungování muzea je dostatečně rozvinutá infrastruktura a doprovodné služby, což většině českých muzeí chybí. (Galvasová, 2008)

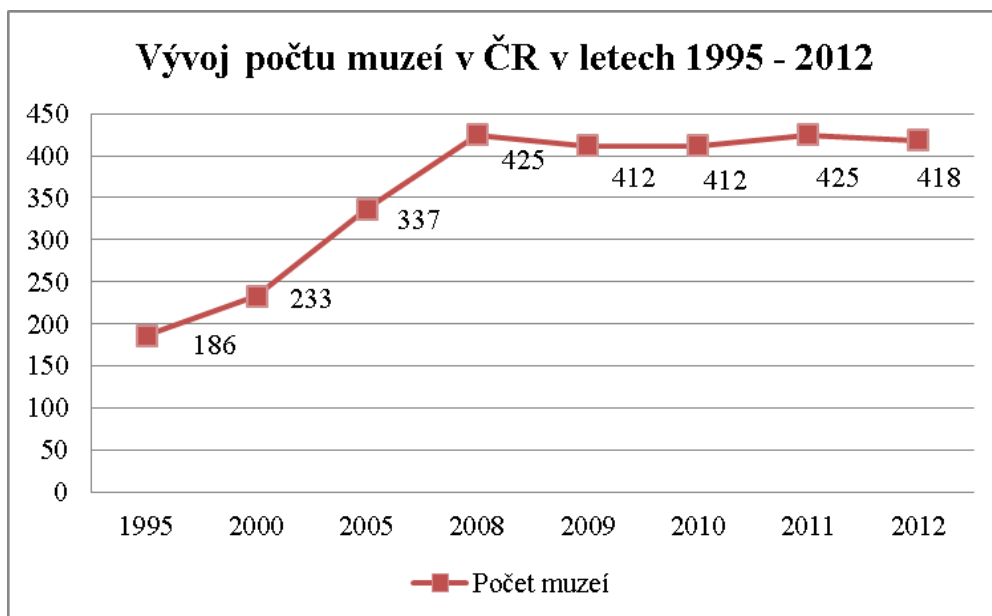
Za posledních patnáct let učinily české muzea pokrok v komunikaci s veřejností. Obracejí se na své potenciální publikum prostřednictvím televize, billboardů a ostatních reklamních médií. Většina kulturních organizací má rovněž své internetové stránky. Zkvalitňuje se i struktura nabídky, s jakou se tyto instituce obracejí na veřejnost, od nových expozic a výstav až po různé edukační a zábavné programy, workshopy, představení, publikace a suvenýry. (Kesner, 2005)

5.1 Vývoj počtu muzeí v ČR

V posledních třech desetiletích se svět muzeí, galerií a památníků zásadně změnil. Po revoluci v roce 1989 zanikla muzea propagující komunistický režim. Začala se osamostatňovat některá městská muzea, která byla v 70. a 80. letech 20. století sloučena s muzei okresními

nebo krajskými, případně došlo k obnově některých dříve zaniklých městských muzeí. (NIPOS, 2013)

Zatímco v roce 1995 registrujeme v České republice 186 muzeí, o deset let později jich bylo 337, což je skoro o polovinu víc. Začala též vznikat soukromá muzea a drobná muzea občanských sdružení. Počet muzeí se tak zase rozrostl o další stovku. Jednalo se o největší boom zakládání muzeí v novodobé historii České republiky. Posledních pět let se ukazuje, že růst počtu muzeí se zastavil kolem 420, některá muzea také začala zanikat. Razantně se ovšem proměnila struktura těchto institucí co do právních forem, struktury zřizovatelů a také struktura jejich zaměření. (NIPOS, 2013)

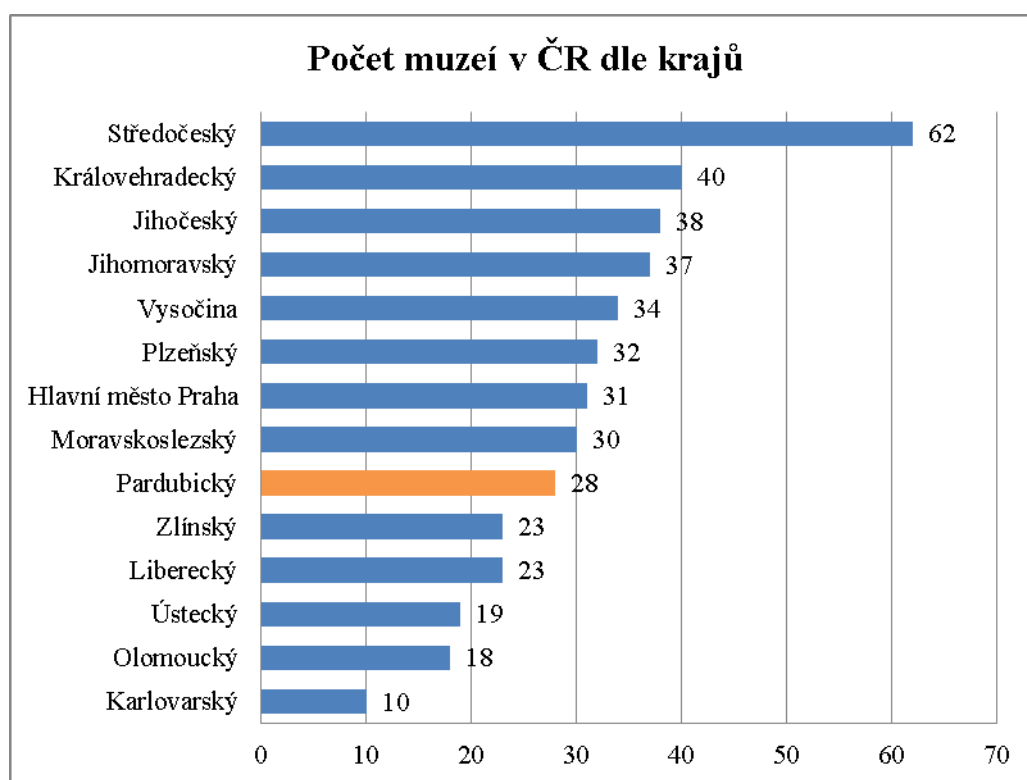


Graf 1 Vývoj počtu muzeí v ČR (NIPOS, 2013)

Z hlediska zaměření činnosti muzeí lze konstatovat, že nejpočetnější skupinou jsou muzea víceoborová neboli všeobecná. V České republice jsou víceoborová muzea označovaná jako „muzea vlastivědná.“ Jedná se o 41 % z celkového počtu muzejních institucí. Mezi specializovanými muzei představují nejpočetnější skupinu muzea výtvarných umění a uměleckoprůmyslová muzea. Celkem jde o 16%. Mezi specializovanými muzei je dále 11% samostatných památníků, které jsou zaměřeny na osobnosti, události nebo místa. Výraznější skupinou jsou také muzea zaměřená na vědu a techniku, celkem 6%. (NIPOS, 2012)

5.1.1 Počet muzeí v ČR dle krajů

Dle Českého statistického úřadu je největší počet muzeí ve Středočeském kraji, a to celkem 62, na druhém místě je se svými 40 muzei Královehradecký kraj a za ním následuje kraj Jihočeský, ve kterém se nachází 38 muzeí. Ve Středočeském kraji došlo za posledních deset let k nárůstu počtu muzeí o 30 %, což může být způsobeno zvyšujícím se počtem turistů a tím i potencionálních návštěvníků muzeí. Naopak nejméně muzeí najdeme v Karlovarském kraji, Olomouckém a Ústeckém kraji. V Karlovarském kraji se nachází spousta jiných turistických atrakcí, muzea tedy nejsou primárním cílem návštěv turistů, a proto nedochází k tak velkému nárůstu jejich počtu. Pardubický kraj je se svými 23 muzei na 9. místě. Až na výjimky lze konstatovat, že muzea jsou ve všech krajích rozmístěna rovnoměrně.



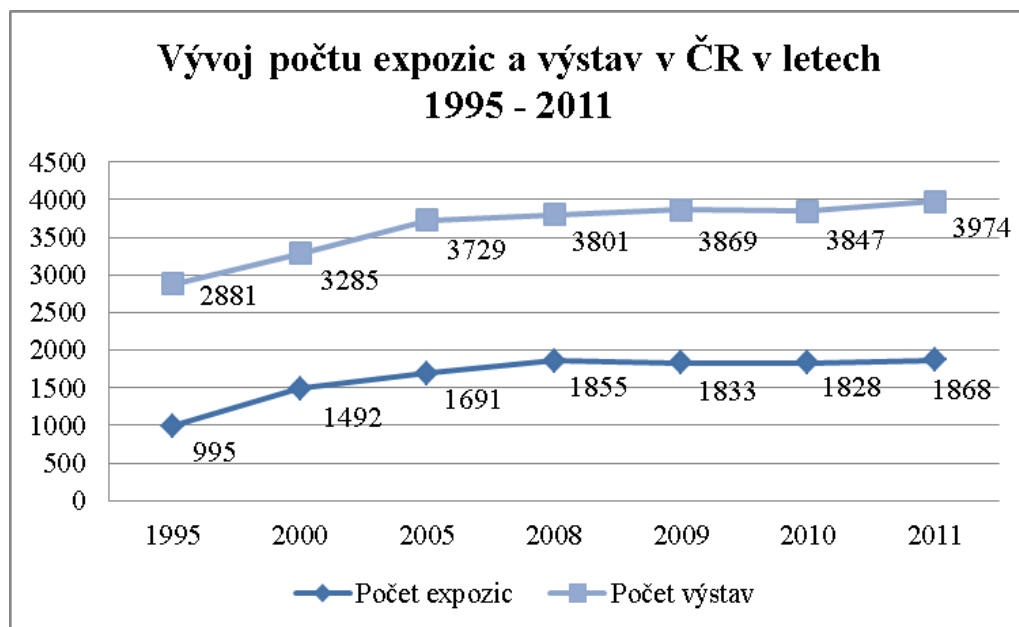
Graf 2 Počet muzeí v ČR dle krajů (ČSÚ, 2012)

5.2 Vývoj počtu expozic a výstav muzeí v ČR

Údaje o výstavní činnosti jsou v rámci celkového přehledu velmi důležité, neboť stálé expozice a výstavy byly a vždy zůstanou základní a ničím nenahraditelnou formou prezentace muzeí vůči veřejnosti. Jsou nejdůležitějším výstupem, k němuž směřuje jejich

sbírkotvorná i vědecko-výzkumná práce. Zároveň jde o specificky muzejní formu, protože obdobným aktivitám se jiné instituce nevěnují cíleně a soustavně. (Šebek, 2000)

S růstem počtu muzeí rostl počet stálých expozic. Po roce 2005 sice počet expozic a výstav poklesl, ale od roku 2010 začal stoupat. Muzea v České republice zpřístupňovala v roce 2011 celkem 1 868 stálých expozi. Uspořádala 3 974 výstav, z toho tvořilo 48 % výstav výtvarného umění a 52 % výstav s ostatní tradičně muzejní tematikou. V roce 1995 bylo v České republice zpřístupněno 995 expozic a uspořádáno 2 881 výstav. Za posledních 16 let se tedy počet expozic zvýšil skoro o polovinu. V případě výstav se jedná o nárůst v podobě 28 %. (ČeskéNoviny.cz, 2012; NIPOS, 2012)

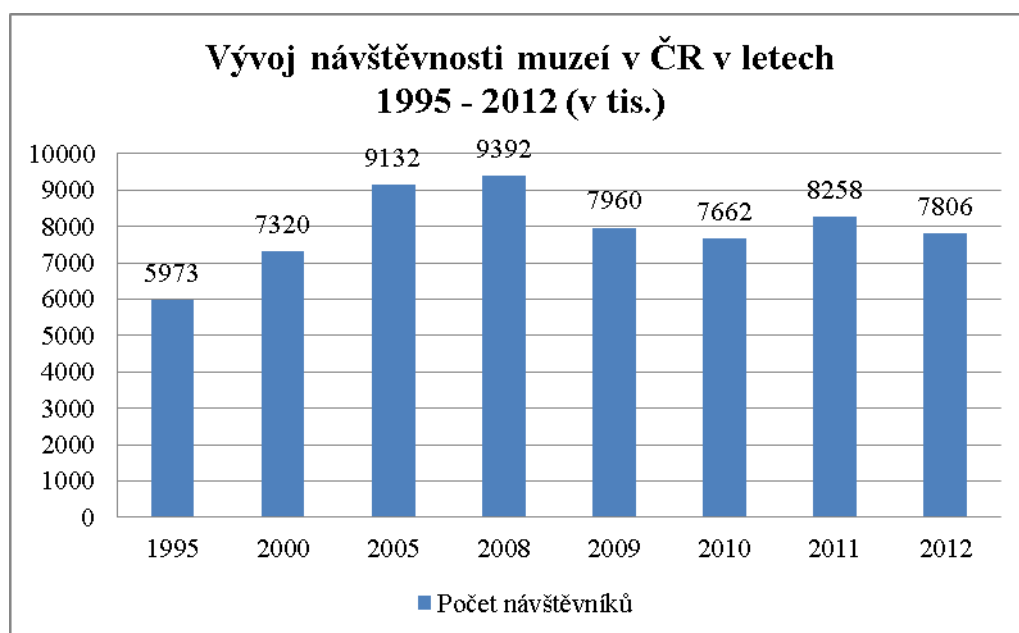


Graf 3 Vývoj počtu expozic a výstav v ČR (NIPOS, 2012)

Z celkové výstavní plochy, zpřístupňované muzei v České republice veřejnosti, je pouze 27 % vybaveno bezbariérovým přístupem. Potěšitelné je, že se v roce 2011 zdvojnásobil rozsah plochy výstavních prostor mající bezbariérový přístup. (NIPOS, 2012) Během posledních let se procento přístupnosti výstavních prostor muzeí pro imobilní občany sice zvýšilo, přesto nelze považovat celkový stav přístupnosti muzeí za uspokojivý. (NIPOS, 2011)

5.3 Vývoj návštěvnosti muzeí v ČR

Návštěvnost muzeí po revoluci 1989 prudce poklesla z 15 mil. osob v roce 1980 na 6 mil. v roce 1995, protože přestala působit organizovaná návštěvnost na politicky agitační výstavy. Poté ale zase začala poněkud vzrůstat. Od roku 2000 se návštěvnost muzeí pohybuje mezi 7 až 10 mil. návštěvníků ročně s občasnými výkyvy. Česká muzea zaznamenala největší počet návštěvníků podle Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu v roce 2008, celkem 9,4 mil. (NIPOS, 2013) Průměrná návštěvnost muzeí v letech 2008 až 2012 činí 8 215 tis. osob za rok.



Graf 4 Vývoj návštěvnosti muzeí v ČR (NIPOS, 2013)

Údaje o návštěvnosti muzeí vypovídají o tom, že průměrný obyvatel ČR navštíví muzeum nejméně jednou za rok. Svědčí to o tom, že i v náročném konkurenčním prostředí televize a internetu, nové a živé moderní muzejní formy umí přilákat návštěvníky.

V každém případě však vytvoření nových expozic a růst počtu uspořádaných výstav nemá vliv na vyšší návštěvnost. Návštěvníci jdou za kvalitou. (Šebek, 2000)

Úroveň návštěvnosti je dlouhodobě ovlivněna růstem životní úrovně, mobility a rozsahu volného času a také vzdělanosti, které ovlivňují zájem o aktivní poznávání kulturního dědictví. Krátkodobě se uplatňují makroekonomické cykly, ale i sezónní vlivy, jakým je především počasí. Je možno také zmínit obecně rostoucí popularitu akcí typu muzejní noci

apod., kde je primární zájem o samotné objekty a jejich inventář a až na druhém místě možnost vstupu zdarma. (ČSÚ, 2011)

Mezi patnáct nejnavštěvovanějších muzeí a památníků v České republice za rok 2012 patří:

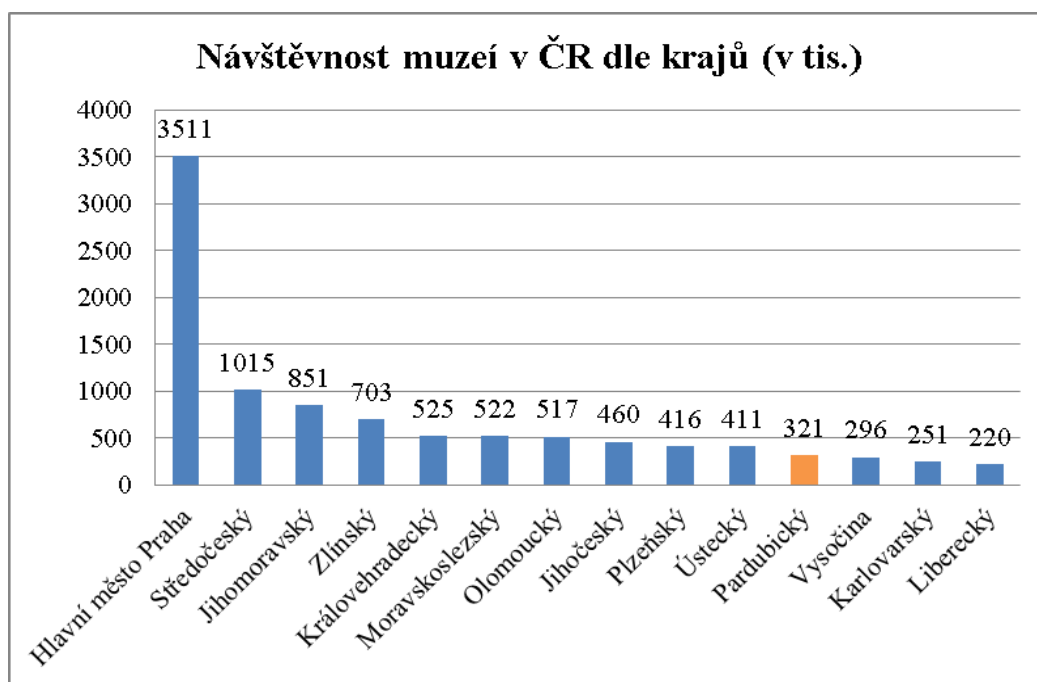
1. Židovské muzeum v Praze
2. Vojenský historický ústav, Praha
3. Valašské muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm
4. Památník Terezín
5. Národní muzeum, Praha
6. Národní technické muzeum, Praha
7. Národní zemědělské muzeum, Praha
8. Muzeum regionu Valašsko, Vsetín
9. Muzeum města Brna
10. Hornické muzeum Příbram
11. České muzeum stříbra, Kutná hora
12. Moravské zemské muzeum Brno
13. Vlastivědné muzeum v Olomouci
14. Husitské muzeum v Táboře
15. Regionální muzeum v Kopřivnici (NIPOS, 2013)

5.3.1 Návštěvnost muzeí v ČR dle krajů

Bezkonkurenčně nejvyšší návštěvnost má podle Českého statistického úřadu za rok 2011 hlavní město Praha, kterou navštíví polovina z celkového počtu turistů přijíždějících do České republiky. Praha je rovněž cílem školních výletů základních a středních škol, kdy vedle typických památek hlavního města navštěvují i nejrůznější muzea. Muzea v Praze ročně navštíví 3 511 tis. návštěvníků.

Praha nabízí dlouhý seznam muzeí, z nichž nejnavštěvovanější zůstává Židovské muzeum. Do Židovského muzea zavítá každoročně kolem půl milionu návštěvníků. Pozadu nezůstává ani Národní muzeum nebo Národní technické muzeum. Asi polovinu návštěvníků pražských muzeí tvoří Češi, z cizinců převládají Rusové a Němci. (Lidovky.cz, 2013)

Návštěvnost muzeí v ostatních krajích České republiky se pohybuje od 220 tis. do 1 mil. návštěvníků za rok. Konkrétní čísla týkající se návštěvnosti všech krajů obsahuje graf 5. Nejméně návštěvníků v roce 2011 zaznamenal Liberecký kraj, i přesto, že nemá nejnižší počet muzeí. Zlínský kraj je se 703 tis. návštěvníky v celkovém pořadí čtvrtý. Ve Zlínském kraji se nachází dvě z patnácti nejnavštěvovanějších muzeí v České republice, je to Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm a Muzeum regionu Valašsko ve Vsetíně. (ČSÚ, 2012) V roce 2011 byla průměrná návštěvnost kraje České republiky 715 tis. osob.



Graf 5 Návštěvnost muzeí v ČR dle krajů za rok 2011 (ČSÚ, 2012)

Inspirací pro zvýšení návštěvnosti muzeí ve všech krajích České republiky byla evropská města. Muzejní noci ve velkých evropských metropolích jsou již řadu let oblíbenou prezentací kulturního dědictví. Muzea a galerie nabízejí nočním návštěvníkům kromě prohlídek stálých expozic a výstav také doprovodné a kulturní programy. Tím se stávají místy mimořádných a nečekaných zážitků a setkávání. Po vzoru evropských měst se v roce 2004 Národní muzeum rozhodlo zorganizovat první Pražskou muzejní noc. Velký zájem muzeí

o tuto novou formu propagace a popularizace muzejnictví, ale především nečekaný ohlas u široké veřejnosti spontánně vyústil ve vznik celorepublikového Festivalu muzejních nocí. Od roku 2005 se organizace ujímá Asociace muzeí a galerií České republiky ve spolupráci s Ministerstvem kultury a Národním muzeem. Díky festivalu se původně solitérní akce některých muzeí spojily do jednoho společného a téměř měsíc trvajících svátku muzejních nocí. Jeho úspěch je mimořádný a každým rokem se k němu připojuje stále více měst a institucí. Festival se tak stal významným kulturním a společenským fenoménem, který nemá svým rozsahem v Evropě obdoby. (Asociace muzeí a galerií ČR, © 2011)

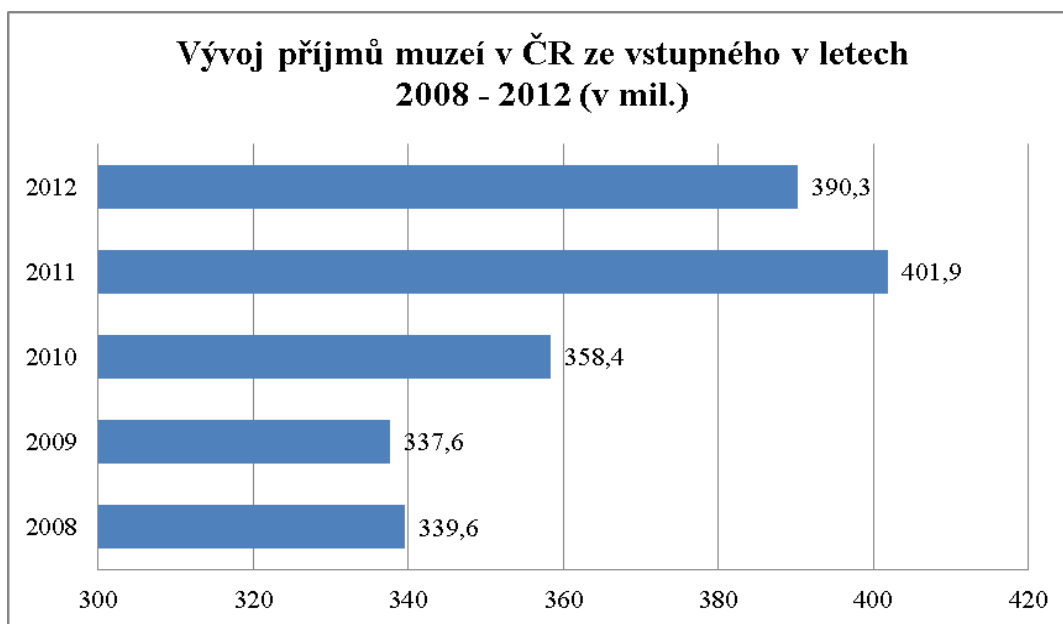
5.4 Vývoj příjmů a výdajů muzeí v ČR

Výdaje na kulturu a sport jsou ve statistikách České republiky sledovány společně z důvodu nízkého procentního podílu těchto odvětví na celkovém rozpočtu České republiky. Jsou zvlášť sledovány výdaje na kulturu a sport ze státního rozpočtu, a zvlášť z územních rozpočtů samosprávných celků. Celkem bylo z veřejných rozpočtů vynaloženo v roce 1999 téměř 19,2 mld. Kč (Friča, 2009), zatímco v roce 2011 to již bylo 40,7 mld. Kč, to je o téměř 53 % více. (ČSÚ, 2013)

Vzhledem k tomu, že muzea jsou zpravidla institucemi, které nehospodaří za účelem dosažení zisku, v muzeích téměř platí rovnice „příjmy = výdaje“. (Friča, 2009)

Příjmy z vlastní činnosti sledovaných muzeí a galerií vzrostly ze 408 mil. Kč v roce 1999 (Friča, 2009) na 713 mil. Kč v roce 2011. To je více o necelých 43 %. (ČSÚ, 2013) Příjmy ze vstupného, které jsou v tomto údaji zahrnuty, činily 132,5 mil. Kč v roce 1997, a vzrostly na 390,3 mil. Kč v roce 2008, to je nárůst o 60 %. Graf 6 znázorňuje vývoj příjmů muzeí ze vstupného v posledních pěti letech. Nejvyšší částka byla vybrána v roce 2011, která činila 401,2 mil. Kč. (NIPOS, 2011; 2013)

Přibývá muzeí, která vstupné zdražují, a to se odráží v růstu příjmů muzeí z vybraného vstupného. Je legitimní zamýšlet se nad tím, zda zdražování vstupného vede vždy k ekonomickým efektům. V řadě zemí Evropy a Ameriky je naopak patrná tendence rozšiřování báze volného nebo velmi levného vstupu do muzeí, které jsou dotovány z veřejných rozpočtů. Jde o snahu přiblížit autentické hodnoty kulturního dědictví co nejširší škále populace. (NIPOS, 2012)



Graf 6 Vývoj příjmů muzeí v ČR (NIPOS, 2011; NIPOS 2013)

Rozdíl mezi příjmy z vlastní činnosti a celkovými výdaji muzeí lze nazvat „ostatními prostředky vloženými do muzeí“. Může se jednat o příspěvky nebo dotace z veřejných zdrojů, ale také ze zdrojů soukromých nebo dobročinných sbírek. (Friča, 2009) V roce 1999 ostatní vložené prostředky do muzeí a galerií činily 1,8 mld. Kč, zatímco v roce 2011 již 3,5 mld. Kč, což znamená nárůst téměř o polovinu. (ČSÚ, 2012)

6 MUZEA V PARDUBICKÉM KRAJI

6.1 Základní charakteristika kraje

Pardubický kraj leží ve východní části Čech. Jeho polohu dále určují sousedící kraje – Středočeský, Královéhradecký, Olomoucký, Jihomoravský a Vysočina. Spolu s krajem Královéhradeckým a Libereckým tvoří region soudržnosti NUTS II Severovýchod. Část severovýchodní hranice kraje je zároveň státní česko-polskou hranicí. Svou rozlohou 4 519 km² je Pardubický kraj pátým nejmenším krajem České republiky. Pardubický kraj je složen ze čtyř okresů – Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí. K 1. 1. 2012 měl Pardubický kraj celkem 451 obcí, což je 6. nejvyšší počet obcí mezi kraji České republiky. Dle údajů Regionálního informačního servisu žilo k 1. 1. 2012 v kraji 516 411 obyvatel. Nejlidnatějším okresem Pardubického kraje je okres Pardubice. (BusinessInfo.cz, 2011)



Obrázek 1 Pardubický kraj (Regionální informační servis, © 2012)

Kvalita životního prostředí Pardubického kraje je rozdílná z důvodu rozmanitostí přírodních podmínek, osídlení i průmyslové a zemědělské výroby. V Pardubické aglomeraci dochází k poškození životního prostředí především chemickým průmyslem a energetikou (Paramo, Synthesia, elektrárny Opatovice a Chvaletice). Pardubický kraj je však mimořádně významnou oblastí s přebytky vodních zdrojů nadregionálního významu, a to jak vod podzemních, tak odběrů vody povrchové z vodních toků. (BusinessInfo.cz, 2011)

Výhodná poloha z hlediska dopravního spojení představuje příslib pro další rozvoj Pardubického kraje. Pardubický kraj má také mnohé předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu zahrnující krásnou přírodu rovinného i horského charakteru, příznivé klima a množství příležitostí ke koupání, provozování vodních sportů, pro cykloturistiku, pěší turistiku a zimní sporty. Kulturní aktivity a kulturní zařízení směřují převážně do měst. Pro okres Chrudim je nejvýznamnější Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi, státní zámek Slatiňany a Soubor lidových staveb Vysočina. Okres Pardubice je známý pardubickým zámekem s expozicemi Východočeského muzea a Východočeské galerie a Africkým muzeem věnovaným cestovateli dr. Emilu Holubovi. K turisticky atraktivním místům okresu Svítavy patří hrad Svojanov a zámecký areál v Litomyšli, který je součástí seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. V okrese Ústí nad Orlicí návštěvníky přilákají zříceniny hradů Lanšperk, Litice, Žampach a historická jádra měst. Co se týče sportu, nejznámější je areál pardubického závodiště – místo konání Velké pardubické steeplechase. (BusinessInfo.cz, 2011)

6.2 Struktura muzejnictví v Pardubickém kraji

Muzejní síť v Pardubickém kraji je tvořena několika typy subjektů s rozdílnými zřizovateli a zároveň rozdílnou úlohou v celém systému:

- a) Muzea zřizovaná Pardubickým krajem
 - a. Východočeské muzeum v Pardubicích – muzeum s působností pro celý kraj, je hlavním garantem metodické a odborné práce v Pardubickém kraji, sbírky muzea jsou zapsány v CES;
 - b. Regionální muzea – pro každý okres kraje je zřízeno jedno regionální muzeum, sbírky zapsány v CES;
- b) Muzea zřizovaná obcemi – shromažďují a prezentují doklady lidské činnosti v místě svého působení a jeho nejbližším okolí, sbírky jsou zapsány v CES;
- c) Muzea zřizovaná státem – specializují se na konkrétní obor lidské činnosti, sbírky mají zapsány v CES;
- d) Ostatní subjekty prezentující historické a kulturní dědictví – soustřeďují a specializují se na konkrétní obor lidské činnosti, většinou nemají sbírky zapsány v CES

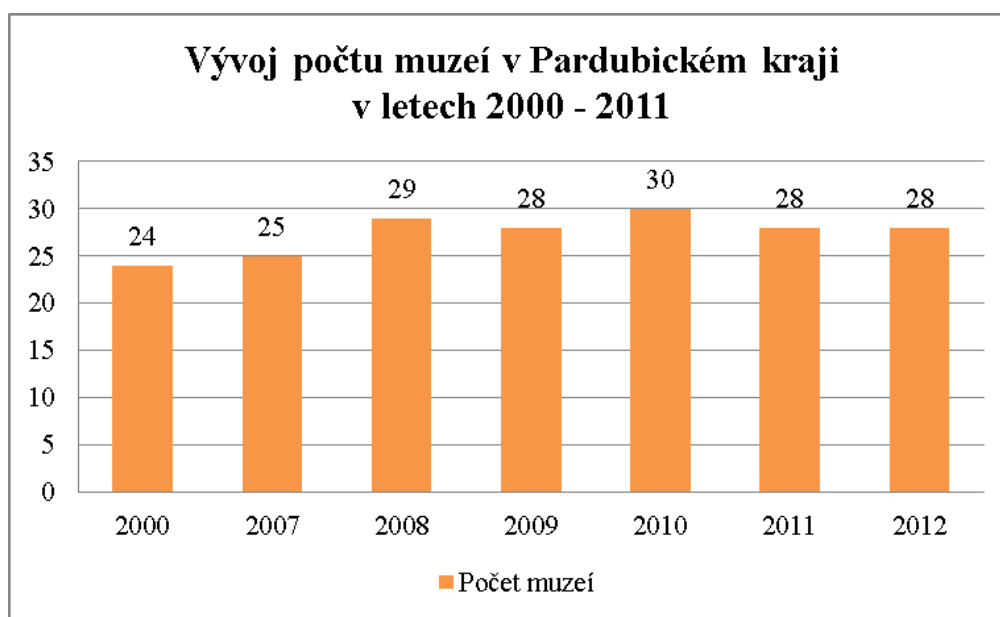
a podle toho je také přístupováno k jejich konkrétní podpoře. (Pardubický kraj, © 2011)

V Pardubickém kraji v současnosti působí 28 muzeí. Z tohoto počtu je 22 muzeí zřizovaných územními samosprávnými celky a 2 muzea zřizovaná státem. Na území kraje je jinými subjekty dále provozováno 20 expozic zaměřených na prezentaci kulturně-historického dědictví. Muzea Pardubického kraje shromáždila cca 1 mil. sbírkových předmětů a expozice a výstavy v roce 2011 shlédlo přes 300 tis. návštěvníků. V muzeích pracuje přibližně 240 pracovníků v přepočtu na plně zaměstnané osoby. (Pardubický kraj, © 2011) Podrobné statistice a analýze muzeí se věnují v následujících podkapitolách.

Také bych ráda zmínila Koncepti rozvoje muzejnictví Pardubického kraje v letech 2010 – 2015, která vychází z dlouhodobého strategického rozvoje Pardubického kraje. Koncepte má charakter střednědobého programu a navazuje na Koncepti rozvoje muzejnictví Pardubického kraje v letech 2003 – 2008. Dle koncepte je od všech muzeí kraje očekávána řádná péče o shromažďování a trvalé uchování historického dědictví, která vyžaduje jasnou definici pravidel tvorby sbírky každého muzea, elektronickou dokumentaci sbírek, řádné ošetření a uložení sbírkových předmětů podle nejnovějších muzejních a vědeckých poznatků a veřejnou digitální prezentaci sbírkových předmětů. Muzea by měla vytvářet přitažlivé a atraktivní expozice podtrhující výjimečnost místa a regionu. Pomocí řádné prezentace a marketingového využití práce muzeí bude muzejnictví jako celek pozitivně vnímáno širokou veřejností a zároveň bude definovat Pardubický kraj jako atraktivní destinaci domácích i zahraničního turistického ruchu. (Pardubický kraj, © 2011)

6.3 Vývoj počtu muzeí v Pardubickém kraji

V roce 2012 bylo v Pardubickém kraji statistickými výkazy registrováno 28 muzeí. Ve srovnání s vývojem předcházejících let se ukazuje, že růst počtu muzejních institucí se patrně zastavil. V období od roku 2000 do roku 2012 se počet muzeí zvýšil celkem o 4 muzea, což činí nárůst o 14,3 %. Ostatní nepatrné rozdíly je možné vysvětlit změnami víceméně administrativního rázu.



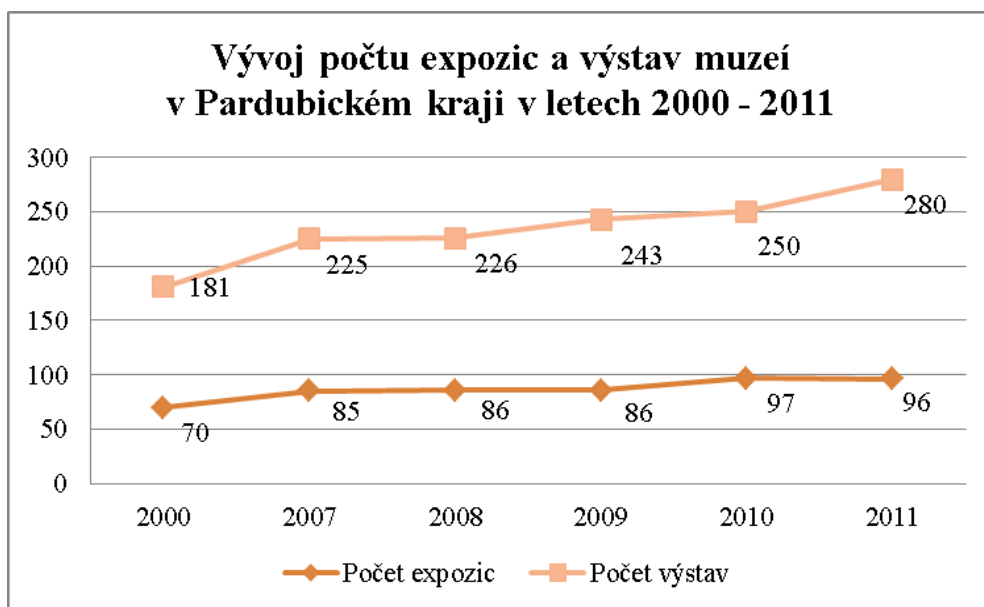
Graf 7 Vývoj počtu muzeí v PK (NIPOS, 2012; 2010; 2008; 2001)

6.4 Vývoj počtu expozic a výstav muzeí v Pardubickém kraji

Muzea v Pardubickém kraji zpřístupňovala veřejnosti v roce 2011 celkem 96 expozic. Jejich počet se nijak zásadně v posledních pěti letech nezměnil. Vznikaly sice expozice nové, ale ve většině případů nahrazovaly ty, které byly z různých důvodů rušeny, často pro jejich zastarání, nebo nutnost modernizace. Celkový počet expozic za rok 2011 ve srovnání s rokem 2000 vzrostl o 26, což je nárůst o 27 %.

Za posledních pět let byl celkový počet výstav muzeí v Pardubickém kraji nejvyšší v roce 2011, celkem 280. Počet výstav, které muzea uspořádaly, každým rokem roste. Nárůst počtu výstav od roku 2000 činí 35,4 %, to je o 99 výstav více. Tato skutečně může být částečně způsobena mírným zvýšením počtu muzeí od roku 2000, ale také zvyšujícím se zájmem o kulturu.

Údaje o počtu expozic a výstav, stejně jako návštěvnosti muzeí Pardubického kraje, za rok 2012 nebyly v době zpracování diplomové práce k dispozici.



Graf 8 Vývoj počtu expozic a výstav muzeí v PK (NIPOS, 2012; 2010; 2008; 2001)

6.4.1 Počet muzeí v Pardubickém kraji dle okresů

Tabulka 2 obsahuje počty muzeí v jednotlivých okresech Pardubického kraje, názvy muzeí a obce, ve kterých nachází. Pro sestavení tabulky byly použity údaje Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu z roku 2013.

Z celkového počtu 28 muzeí se jich 11 řadí do okresu Ústí nad Orlicí. Jde o nejvyšší počet muzeí ze všech čtyř okresů. Zbýlých 17 muzeí je rozděleno do tří okresů – 7 muzeí v okrese Svitavy, 6 muzeí v okrese Chrudim a 4 v okrese Pardubice. I přes nejnižší počet muzeí přitáhne okres Pardubice v čele s krajským městem mnoho turistů. Tato skutečnost se projeví vyšší návštěvností muzeí oproti ostatním okresům. Jako příklad mohou uvést Východočeské muzeum v Pardubicích nebo Památník dr. Emila Holuba – Africké muzeum v Holicích, které si ročně prohlédne přes 20 tis. návštěvníků a právem tedy patří mezi pět nejnavštěvovanějších muzeí Pardubického kraje.

Většinu muzeí Pardubického kraje tvoří městská muzea dokumentující konkrétní region.

Tabulka 2 Muzea v Pardubickém kraji (NIPOS, 2013)

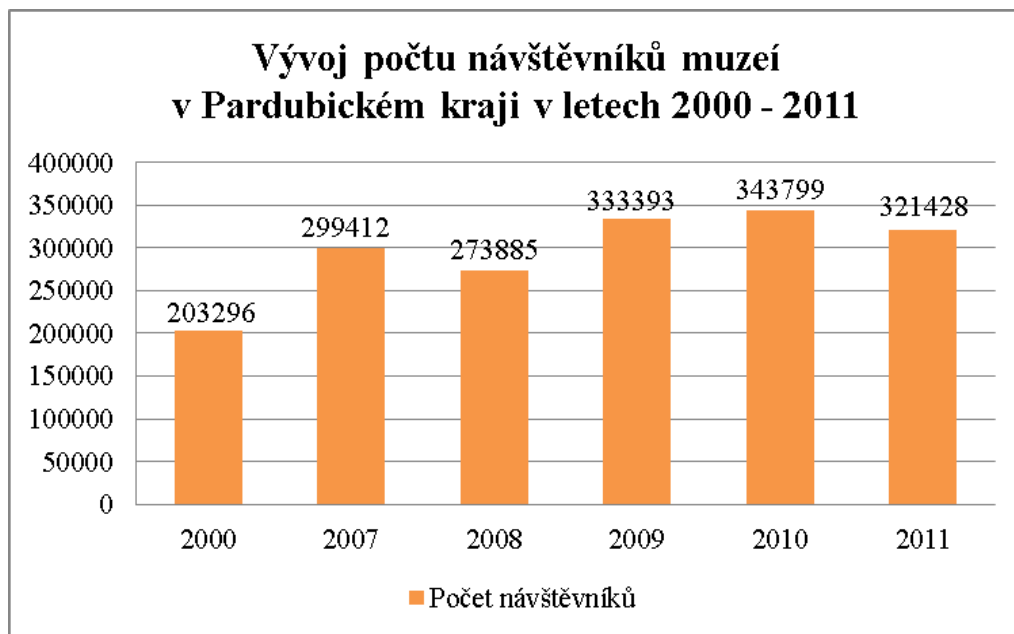
Okres	Počet muzeí	Název muzea	Obec
<i>Chrudim</i>	6	Městské muzeum Chrast u Chrudimi	Chrast u Chrudimi
		Městské muzeum ve Skutči	Skuteč
		Městské muzeum a galerie v Hlinsku	Hlinsko
		Muzeum dýmek	Proseč
		Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi	Chrudim
		Regionální muzeum v Chrudimi	Chrudim
<i>Pardubice</i>	4	Městské muzeum v Přelouči	Přelouč
		Památník dr. Emila Holuba – Africké muzeum	Holice
		Vlastivědné muzeum Choltice	Choltice
		Východočeské muzeum v Pardubicích	Pardubice
<i>Svitavy</i>	7	Městské muzeum Jevíčko	Jevíčko
		Městské muzeum Moravská Třebová	Moravská Třebová
		Městské muzeum a galerie v Poličce	Polička
		Městské muzeum a galerie ve Svitavách	Svitavy
		Portmoneum – Muzeum Josefa Váchala	Litomyšl
		Průmyslové muzeum Mladějov	Mladějov na Moravě
		Regionální muzeum vesnice	Dolní Újezd

Okres	Počet muzeí	Název muzea	Obec
Ústí nad Orlicí	11	Městské muzeum Česká Třebová	Česká Třebová
		Městské muzeum Králíky	Králíky
		Městské muzeum Lanškroun	Lanškroun
		Městské muzeum Letohrad	Letohrad
		Městské muzeum Ústí nad Orlicí	Ústí nad Orlicí
		Městské muzeum Žamberk	Žamberk
		Muzeum opevnění – dělostřelecká tvrz Hůrka	Králíky
		Muzeum řemesel – Galerie na sýpce	Letohrad
		Orlické muzeum	Choceň
		Regionální muzeum ve Vysokém Mýtě	Vysoké Mýto
		Vojenské muzeum Králíky	Králíky

6.5 Vývoj návštěvnosti muzeí v Pardubickém kraji

Počet návštěvníků muzeí v Pardubickém kraji v roce 2011 představoval 321 428 osob. To znamená nárůst návštěvnosti ve srovnání s rokem 2010 o 18,7 %. V delším časovém srovnání se návštěvnost pohybuje v intervalu od 200 do 350 tis. osob ročně. (NIPOS, 2012; 2010)

Návštěvy muzeí jsou součástí cestovního ruchu, který má důležitý ekonomický přínos pro obce a regiony. Úroveň a výkyvy návštěvnosti muzeí ovlivňuje, stejně jako v celé České republice, životní úroveň, mobilita, volný čas, ale také vzdělanost. Dalším vlivem je počasí. Deštivé počasí může zvyšovat návštěvnost muzeí stejně jako zvýšená nezaměstnanost regionu. Média v čele s televizními cestopisy a internetem mohou rovněž osobní návštěvu buď významně povzbudit, nebo nahradit. (ČSÚ, 2011)



Graf 9 Vývoj počtu návštěvníků muzeí v PK (NIPOS, 2012; 2010; 2008; 2001)

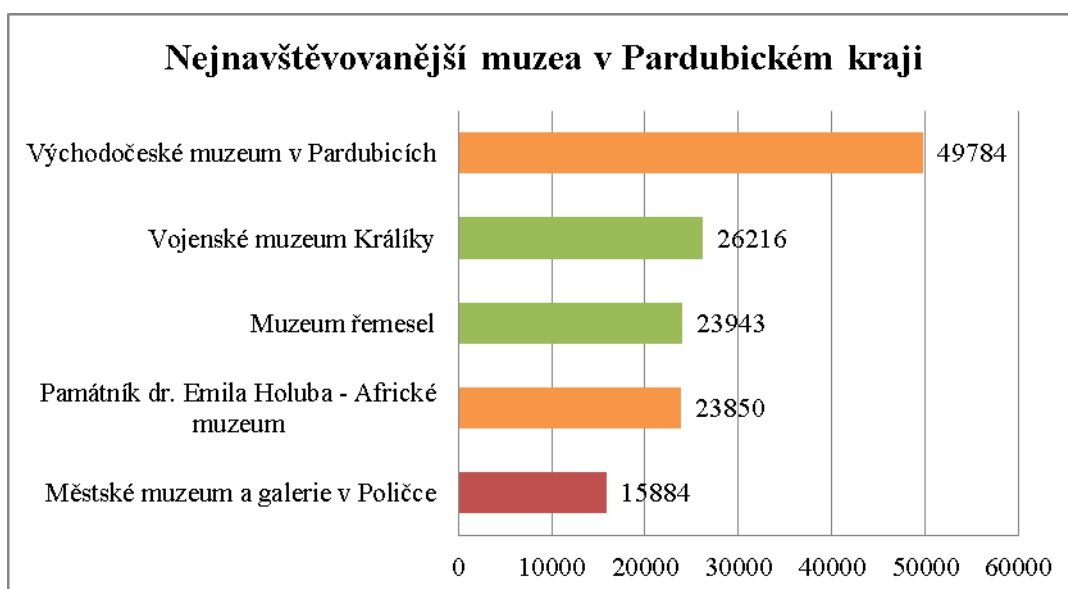
Také Pardubický kraj se každoročně zapojuje do celorepublikového Festivalu muzejních nocí za účelem zvýšení atraktivnosti a návštěvnosti muzejních institucí. Volné vstupy na výstavy, komentované prohlídky, tvůrčí dílny či speciální programy nabízelo v květnu tohoto roku deset muzeí. Africké muzeum pojalo festival netradiční noční prohlídkou expozic s vystoupením bubeníků a tanečníků a tvořivým zastavením pro děti. Večerní putování městem se spoustou soutěží a ukázkami řemesel nebo prací žáků uměleckých škol si připravilo Městské muzeum a galerie Polička. Městské muzeum a galerie ve Svitavách se věnovalo historii včelařství spojené s jarmarkem včelařských produktů. Chaloupka Maxe Švabinského Městského muzea Česká Třebová byla přístupná při nočním osvětlení s hudbou v přilehlé zahradě. Městské muzeum Moravská Třebová spojilo ochutnávku indické kuchyně s módní přehlídkou, přednáškami a besedami. Návštěvníci Městského muzea Žamberk shlédli archeologické sbírky a kovářské práce, nechyběly pohádky o koních, country tance nebo lasování. Cílem Muzea opevnění bylo poskytnout návštěvníkům nevšední možnost prohlídky podzemních prostor Pěchotního srubu K-S 14 ve večerních a nočních hodinách s bohatým kulturním hudebním programem pro děti i dospělé. Chrudimská muzea se rozhodla pro společnou propagaci, volné vstupy a soutěžní kvíz. Východočeské muzeum v Pardubicích využilo moderních projekčních technologií k nevšední prezentaci pardubického zámku a muzea. (Asociace muzeí a galerií ČR, © 2011)

6.5.1 Nejnavštěvovanější muzea v Pardubickém kraji

Graf 10 představuje nejnavštěvovanější muzea Pardubického kraje. Jednotlivé okresy jsou, stejně jako předchozí tabulka, barevně rozlišeny. Zelená barva značí okres Ústí nad Orlicí, červená okres Svitavy, oranžová patří okresu Pardubice a okres Chrudim se vyznačuje modrou barvou.

Pro sestrojení grafu byly použity údaje o návštěvnosti muzeí za rok 2012 vypracované Národní informačním a poradenským střediskem pro kulturu.

Jednoznačně nejslavnější a nejoblíbenější muzeum Pardubického kraje patří do okresu Pardubice. Jedná se o Východočeské muzeum v Pardubicích, které v roce 2012 navštívilo celkem 49 784 osob.



Graf 10 Nejnavštěvovanější muzea v PK (NIPOS, 2013)

Východočeské muzeum v Pardubicích bylo založeno v roce 1880. Sídlí v zámku, v němž se nachází několik stálých expozic. V současné době jsou zpřístupněny sbírky „Česká sklářská tvorba“, sbírky zbraní, sbírka pohlednic Orbis Pictus, numismatická sbírka „Peníze v Čechách 1520 – 1620“, expozice „Příroda východního Polabí“ a výstava historických hraček s názvem „Bylo nebylo...“ (Národní informační centrum pro mládež, 2009)

Muzea, která svým počtem návštěvníků obsadila druhé a třetí místo, spadají pod okres Ústí nad Orlicí. Ve Vojenském muzeu Králíky se nachází stálá výstava zbraní, uniforem, dokumentů, vojenských vozidel a těžké bojové techniky, tj. tanky, samohybná děla, bojová vo-

zidla pěchoty, obrněné transportéry, polní děla, protiletadlová děla, minomety, nákladní automobily, ženijní a logistická technika. Sbírkové předměty Vojenského muzea Králíky v roce 2012 přilákaly přes 26 tis. návštěvníků. Muzeum řemesel Letohrad „nové“ vzniklo v roce 2000 a zahrnuje více než 40 ucelených expozic řemeslných dílen z doby 1889 – 1930. Muzeum řemesel je svým obsahem i uspořádáním v České republice unikátní. Jsou zde představeny známé profese, jako je truhlář či řezbář, ale také práce kovotlačiče, koláře, šindeláře, bednáře a mnoha dalších. (Národní informační centrum pro mládež, 2009) Návštěvnost Muzea řemesel za rok 2012 činila 23 943 osob.

Památník dr. Emila Holuba neboli Africké muzeum v Holicích je se svou návštěvností 15 884 osob čtvrtým nejnavštěvovanějším muzeem Pardubického kraje. Památník je rozdělen do tří částí, z nichž první expozici tvoří pracovna dr. Holuba. Druhá, největší část, je věnována africké přírodě zastoupené vycpaninami velkých savců, drobnými ptáky, trofejemi, mořskými živočichy, zkamenělinami a nerosty. Třetí – etnografická část – představuje malou domorodou vesnici s původními obyvateli Afriky. V muzeu jsou také místnosti určené úzkému okruhu badatelů. (Národní informační centrum pro mládež, 2009)

Posledním z pěti nejnavštěvovanějších muzeí Pardubického kraje je Městské muzeum a galerie v Poličce. Do stálé expozice v muzeu patří památník Bohuslava Martinů, hudební sál a rodná světnička Bohuslava Martinů. Expozice galerie v barokní budově radnice na náměstí obsahuje staré umění na Poličsku, obrazovou galerii rodu Hohenemsů, moderní umění na Poličsku a Bohuslava Martinů ve výtvarném umění. (Národní informační centrum pro mládež, 2009) Tyto expozice ročně shlédne necelých 16 tis. návštěvníků.

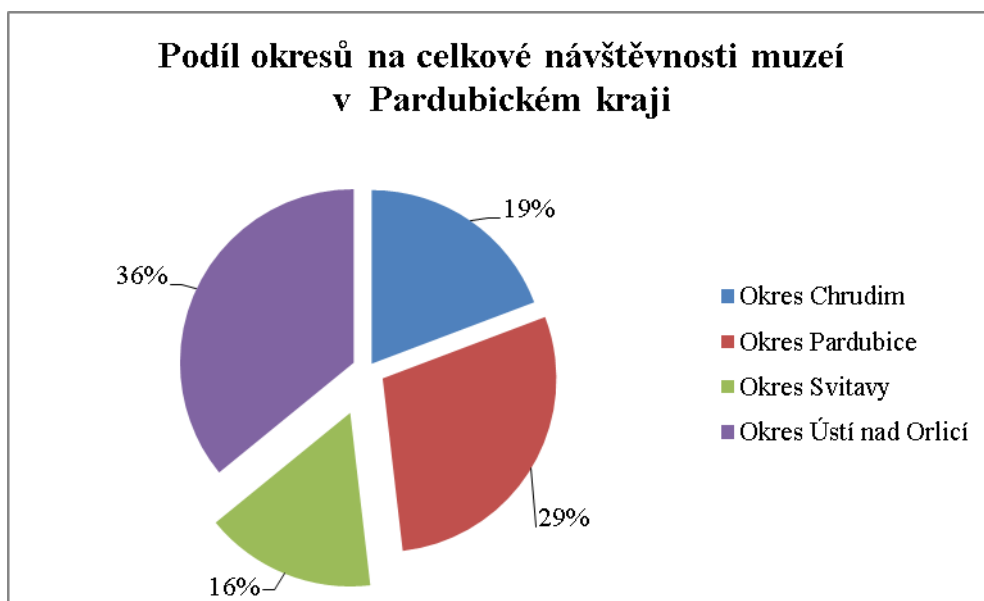
Přes hranici 10 tis. návštěvníků ročně se v roce 2012 dostalo Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi, Regionální muzeum ve Vysokém Mýtě, Regionální muzeum v Chrudimi a Městské muzeum a galerie v Hlinsku.

Naopak nejméně navštěvovanými muzei jsou Regionální muzeum vesnice – v roce 2012 pouhých 379 návštěvníků – a Městské muzeum Jevíčko se svými 590 návštěvníky. Ostatní muzea se svou návštěvností za rok 2012 pohybují v rozmezí od 2 do 9 tis. návštěvníků ročně. Překvapením je pro mě nízká návštěvnost Portmonea – Muzea Josefa Váchala. Expozice muzea představuje unikátní nástěnné malby a vyřezávaný nábytek grafika a spisovatele Josefa Váchala. Interiér Váchal vyzdobil ve 20. letech 20. století na přání svého přítele Josefa Portmana (odtud název Portmoneum). Expozice je doplněna také dobovými fotogra-

fiemi, drobnými grafikami a korespondencí. (Národní informační centrum pro mládež, 2009) Z mého pohledu se jedná o velmi inspirující prostory, které mě zaujaly svou extravagancí a složitou strukturou.

Dvě muzea nesouhlasila s uvedením údajů o návštěvnosti v roce 2012. Jedná se o Průmyslové muzeum Mladějov a Městské muzeum Česká Třebová. Dle publikace Národního informačního a poradenského centra pro kulturu činila návštěvnost Průmyslového muzea v Mladějově v roce 2011 celkem 8 962 osob a v případě Městského muzea Česká Třebová 4 949 osob za rok. Nejedná se tedy o muzea, která by vynikala počtem návštěvníků.

Na následujícím grafu je zachycen podíl okresů na celkové návštěvnosti Pardubického kraje. Pro vypracování grafu byly použity údaje z publikace Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu s názvem Návštěvnost muzeí a galerií v krajích ČR v roce 2012. U dvou výše zmíněných muzeí byly použity údaje z roku 2011 s tím, že rozdíl v návštěvnosti nemohl být velký a tudíž neměl zásadní vliv na výsledný graf.



Graf 11 Podíl okresů na celkové návštěvnosti muzeí v PK (NIPOS, 2013)

Největší podíl na celkové návštěvnosti muzeí Pardubického kraje patří okresu Ústí nad Orlicí, což je způsobeno jak nejvyšším počtem muzeí ze všech okresů Pardubického kraje, tak přítomností Vojenského muzea a Muzea řemesel, jejichž expozice a výstavy ročně shlédne více než 20 tis. návštěvníků. Zároveň se řadí mezi 5 nejnavštěvovanějších muzeí Pardubického kraje. Celkem shlédne expozice a výstavy muzeí v okrese Ústí nad Orlicí

85 826 osob za rok. Za dvaceti devítiprocentní podíl vděčí okres Pardubice Východočeskému muzeu v Pardubicích, přitáhne téměř 50 tis. návštěvníků z celkových 75 tis. ročně. Okres Pardubice v čele s krajským městem vděčí za vysokou návštěvnost muzeí velkému počtu turistů, kteří volí kvůli počtu turistických atraktivit větší města. Rozdíl mezi dvěma zbývajícími okresy není tak velký, muzea v okrese Chrudim navštívilo 51 246 osob a muzea v okrese Svitavy zvolilo 43 121 návštěvníků.

7 ANALÝZA MUZEA LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR V CHRUDIMI

7.1 Město Chrudim

Chrudim je město střední velikosti ležící na rozhraní Železných hor a Polabské nížiny, 110 km východně od Prahy, hlavního města České republiky, 10 km jižně od krajského města Pardubic a 33 km od Hradce Králové. Chrudim se rozkládá na 3 315 ha plochy, území má v převážné míře charakter půdy pro zemědělské využití. Díky své poloze na jižním okraji České tabule patří město k oblastem s vydatnými zásobami podzemních vod. Polohu města Chrudim v rámci Pardubického kraje lze hodnotit jako velmi exponovanou, což je dáno blízkostí a dostupností krajského města, které je populačním a ekonomickým centrem kraje. Význam polohy jako rozvojového faktoru umocňuje fakt, že se Chrudim nachází v těsném zázemí metropolitního areálu hradecko-pardubické aglomerace, který je podle počtu obyvatel pátým nejlidnatějším urbanizovaným prostorem v ČR. (Chrudim, 2011) K 1. lednu 2013 činil počet obyvatel 23 182. (Regionální informační servis, © 2012)

Chrudim je příjemným místem, které stojí za to navštívit, skýtá pestrou mozaiku atraktivních příležitostí pro široké spektrum návštěvníků hledajících zábavu i poučení, sport i kulturu, historii i současnost. (Chrudim-návštěvník.cz, © 2008-2013)



Obrázek 2 Typické panorama města Chrudim (Chrudim, 2011)



Obrázek 3 Poloha města Chrudim (Regionální informační servis, © 2012)

7.2 Muzeum loutkářských kultur

Muzeum loutkářských kultur je příspěvkovou organizací. Zřizovatelem se v roce 1972 stal český kraj. Po zrušení krajů ho nahradilo v roce 2000 Ministerstvo kultury České republiky. Muzeum shromažďuje, získává, trvale uchovává, eviduje, odborně zpracovává a zpřístupňuje široké veřejnosti doklady o vývoji českého i světového loutkového divadla. Muzeum sídlí v Chrudimi ve třech spojených historických domech. V nejkrásnějším z nich – v renesančním Mydlářovském domě – je umístěna stálá expozice. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)



Obrázek 4 Mydlářovský dům (Chrudim, 2011)

V muzeu pracuje 15 zaměstnanců, sbírka čítá přibližně 50 000 sbírkových předmětů.

Ročně navštíví muzeum přibližně 15 000 návštěvníků. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.1 Vývoj muzejních sbírek

Dávná myšlenka o založení muzea dokumentujícího loutkářské kultury celého světa se poprvé objevila už v roce 1929 při ustavujícím sjezdu mezinárodní loutkářské organizace UNIMA v Praze. Městští radní se pro myšlenku muzea loutek nadchli a dali pro budoucí muzeum k dispozici renesanční Mydlářovský dům v blízkosti náměstí postavený v letech 1573 – 1577. Muzeum mělo vzniknout pod záštitou mezinárodní organizace UNIMA. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

První sbírkové předměty byly získány v roce 1969 na kongresu UNIMA. Později přibýly dary z Bulharska, Belgie, Finska, Itálie, Maďarska, NDR, Polska, Rumunska, SSSR, Velké Británie. V roce 1973 se začaly uskutečňovat první nákupy a převody do sbírky muzea. Šlo o velmi různorodý materiál. První skupina zahrnovala české i zahraniční loutky a masky. Ve druhé skupině byly dekorace pro loutkové divadlo, scénické makety, diapozitivy, fotografie, plakáty, programy a pozvánky. Třetí skupina zahrnovala soubor gramofonových desek s loutkářskými náměty. Čtvrtá skupina byla reprezentována filmy s loutkářskou tematikou. Další skupinu předmětů tvořila výtvarná díla týkající se loutkářství. Poslední část sbírky tvořil archivní materiál výstřižků a listin. K nejstarším sbírkám muzea patří soubor loutek z konce 18. století – tradiční české marionety¹. První polovina 19. století je ve sbírce zastoupena více, a to jak loutkami, tak písemnými dokumenty. Ve sbírce jsou loutky neznámých řezbářů, ale také řezbářů známých jako byli Allesi, Zach, Flachs, Chochol, Krob, Mikoláš či Sychrovský. Tito řezbáři vyráběli loutky i pro kočovné loutkářské rody obstarávající divadelní loutkovou produkci na českém venkově. Velké oblibě se začátkem 20. století těšila průmyslově i podomácku vyráběná rodinná loutková divadla. Ve sbírce muzea jsou rodinná loutková divadla a loutky k nim bohatě zastoupeny. V prvních desetiletích 20. století se projevoval vliv impresionismu, objevovaly se kubizující tendence, loutky

¹ Loutka ovládaná shora tenkými provázky

nabývaly podobu karikatur. Vysoká stylizace zásadně měnila doposud vžitou podobu loutek. Přicházely první soustružené loutky v duchu funkcionalismu. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

V důsledku divadelního zákona došlo v Čechách k profesionalizaci loutkových scén, vznikala první loutková „kamenná divadla“. Muzeum dokumentuje převážně vývoj českého loutkářství. Zahraniční část se bohužel nerozrůstá. V budoucnu by se muzeum chtělo obrátit ke staré myšlence, a to být skutečně muzeem, které dokumentuje loutkářství celého světa. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

V současné době muzeum získává sbírkové předměty především formou darů a nákupů, sběrem a vlastní tvorbou. Za účelem nákupu a doplňování sbírkového fondu je zřízena pětičlenná sbírkotvorná komise scházející se podle potřeby, většinou však 1 – 2x ročně. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.2 Expozice

V muzeu se nachází celkem čtyři expozice – stálá, sezónní, krátkodobá a putovní.

Stálá expozice s názvem Magický svět loutek návštěvníkům představí loutky kočovných loutkářů, varietní loutky, rodinná loutková divadla a dekorace českých umělců. Nechybí zde ani Spejbl a Hurvínek. Součástí stálé expozice jsou také zahraniční loutky zahrnující stínové loutky z Indonésie, výběr loutek z Indie, Japonska, Číny nebo Barmy a vietnamská vodní loutka. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)



Obrázek 5 Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi (iDNES.cz, 2012)

Od 20. prosince 2012 je v muzeu k vidění krátkodobá výstava „Kašpárci celého světa“, která představuje výběr loutek představitelů smíchové kultury nejen z tuzemska, ale i ze zahraničí. V různých zemích se proměňuje význam a chování této postavy, mění se jméno i vzhled. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Muzeum chystá také putovní výstavy. Prozatím se jedná o výstavu Kašpárci celého světa. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Sezónní výstava s názvem „Pavel Kalfus a Alois Tománek: Společně, každý svou cestou“ prezentuje tvorbu dvou významných scénografů posledních 50 let Aloise Tománka a Pavla Kalfuse. Na výstavě, konané od 2. října 2012 do 10. ledna 2014 návštěvníci mohou vidět loutky z nejvýznamnějších inscenací, návrhy scén nebo i plakáty. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.3 Členství v organizacích

Členství v mezinárodních organizacích

Muzeum je kolektivním členem Českého střediska mezinárodní loutkářské organizace UNIMA. Členství v organizaci pomáhá při navazování kontaktů a spolupráce se zahraničními loutkáři, divadly a dalšími specializovanými institucemi. Členství muzeu pomáhá také při získávání informací a předmětů do sbírek, výměně zkušeností a dalších společných oborových aktivitách. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Muzeum je kolektivním členem Českého střediska mezinárodní organizace divadelních knihoven a muzeí SIBMAS. Členství je prospěšné pro výměnu informací mezi organizacemi. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Členství v národních organizacích

Muzeum je kolektivním členem Asociace muzeí a galerií České republiky. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.4 Služby

Pro školy jsou v muzeu připraveny různé doprovodné programy spojené s tvorbou nebo vzděláváním. Programy probíhají v ateliéru, kde si děti mohou kolektivně vyrobit skládací divadlo s kulisami a loutkami, které si s sebou odnesou a mohou v něm hrát příběhy ve své třídě, klubovně apod. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Muzeum připravuje doprovodné akce také pro veřejnost. Sobotní odpoledne patří workshopům. Vernisáže a přednášky se konají ve středu v podvečer. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Další službou muzea je muzejní knihovna se specializovaným fondem obsahující přes 18 tis. knižních svazků, periodik a loutkových her. Muzejní knihovna je přístupná veřejnosti pouze po domluvě s knihovnicí. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

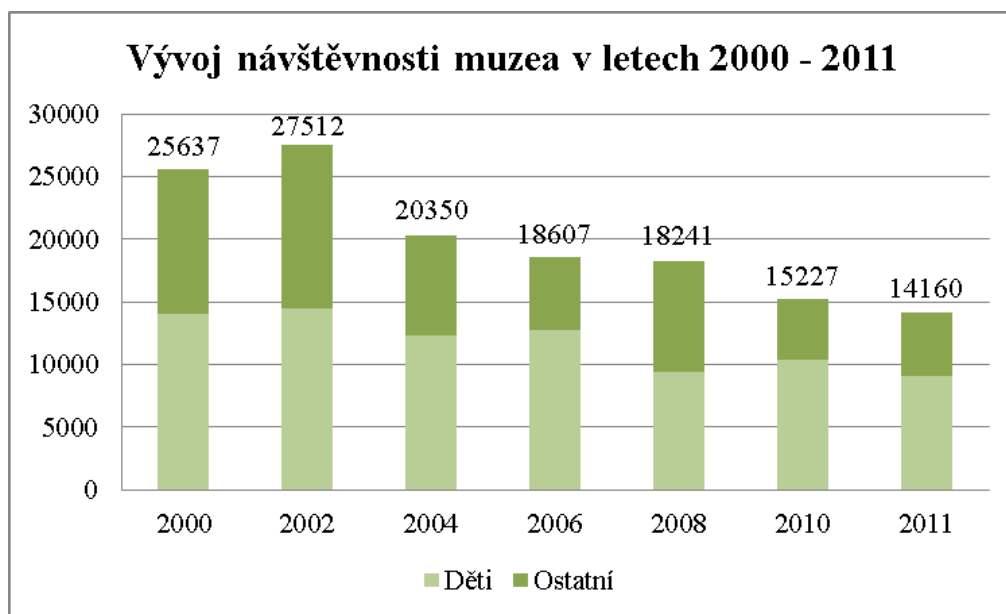
Každoročně dochází k vydávání plakátů skládaček k expozicím a výstavám. K 25. výročí založení muzea byla vydána publikace ve třech jazycích s názvem „Svět loutek včera a dnes“. Ostatní ediční činnost spojená s vydáváním pohledů, fotografických leporel, vystřihovánkami a pexesem je nepravidelná. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

V přízemních prostorách se nachází obchod se suvenýry, kde je možné zakoupit pohlednice, knihy, puzzle, loutky, odznaky apod. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Pod názvem "Dotýkati se dovoleno" existovala v muzeu od roku 1995 herna s loutkami, v níž obvykle končila prohlídka muzea. Zde si mohli návštěvníci vyzkoušet, jak se ovládají marionety a maňásky. V říjnu 2011 byly prostory herny přeměněny na výstavní prostory, herní prvky byly přesunuty do jiného sálu a vznikl tak ateliér pro workshopy a doprovodné programy. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.5 Vývoj návštěvnosti

Doby, kdy muzeum navštěvovalo ročně 35 tis. návštěvníků, jsou pryč. Počet návštěvníků muzea je sice každým rokem nad hranicí 10 tis., ale neustále klesá. V období od roku 2000 do 2011 byla návštěvnost nejvyšší v roce 2002, a to 27 512 návštěvníků. Od roku 2002 se počet návštěvníků snížil téměř o polovinu. Příčinou může být snížený zájem obyvatel o kulturu, ale také menší množství volného času. Limitující je také jeho umístění stranou velkých měst. Při loutkových divadlech v posledních letech vznikly výstavní galerie, které prezentují jejich tvorbu a Muzeum loutkářských kultur má v těchto galeriích velkou konkurenci. Průměrný počet návštěvníků v letech 2008 až 2011 činí 15 876 osob ročně.



Graf 12 Vývoj návštěvnosti muzea v letech 2000 – 2011 (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Z grafu 12 lze vyčíst, že z celkového počtu návštěvníků patří nadpoloviční většina dětem. Pro dětské a mladé návštěvníky jsou v muzeu připravovány zábavné a vzdělávací programy určené převážně pro školy, v nichž je potřeba zapojit více lidských smyslů, pohyb těla a využít fantazii. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

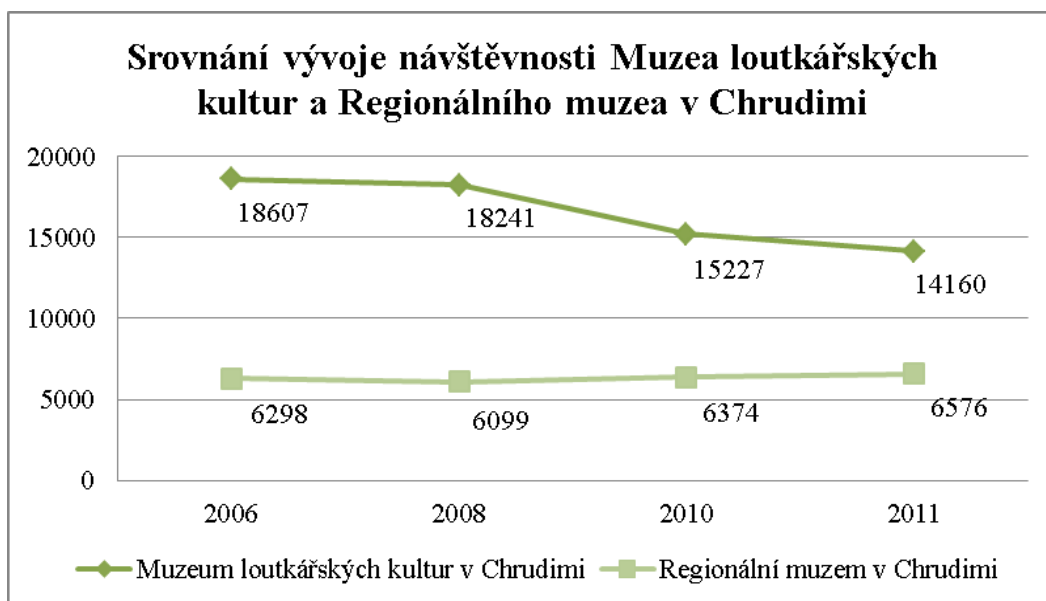
Vzhledem k růstu rodin s dětmi ve skladbě turistů je skupina tvořená dětmi, které doprovázejí rodiče či rodiče, v současnosti zastoupena výrazněji než tomu bylo v minulých letech. Je zde však třeba zohledňovat možné finanční znevýhodnění, zvláště u vícečlenných rodin. Senioři představují demografickou skupinu, jejíž podíl v naší společnosti roste. Tato skupina návštěvníků zatím není cíleně oslovována a nejsou pro ni vytvářeny specifické produkty. Jedná se přitom o perspektivní cílovou skupinu především proto, že seniorská turistika upřednostňuje návštěvy kulturních zařízení.

Ve školním roce 2010/2011 pracoval při muzeu 1 výtvarně-loutkářský kroužek. Kroužek probíhal 1x týdně a pravidelně ho navštěvovalo 7 dětí. Aktivita byla zaměřena na výrobu loutek a postaviček z pohádek. Ve školním roce 2011/2012 kroužek neprobíhal z důvodu malého zájmu. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Náplní programů pro kolektivy byla především výroba jednoduchých loutek pod vedením pedagogické pracovnice muzea, pohádky, povídání o loutkovém divadle apod. Těchto pro-

gramů se v roce 2011 zúčastnilo 57 skupin, celkem 1009 dětí a 152 dospělých. V srpnu 2011 proběhl v muzeu už podruhé prázdninový příměstský tábor pro děti. Zúčastnilo se celkem 13 dětí a 1 instruktorka. Pod vedením pedagogické pracovnice muzea vyráběly děti loutky, hrály divadélka, sportovaly apod. Jednorázových akcí pro veřejnost se v roce 2011 účastnilo 1806 osob. Jednalo se o Den loutek Vánoce, Chrudimská muzejní noc, Loutkářská Chrudim, Den otevřených dveří památek a Hororové Vánoce. Sobotní workshopy a nedělní divadelní představení navštívilo v roce 2011 celkem 189 osob, z toho 174 dětí. Příjmy ze vstupného činily 8 090 Kč. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

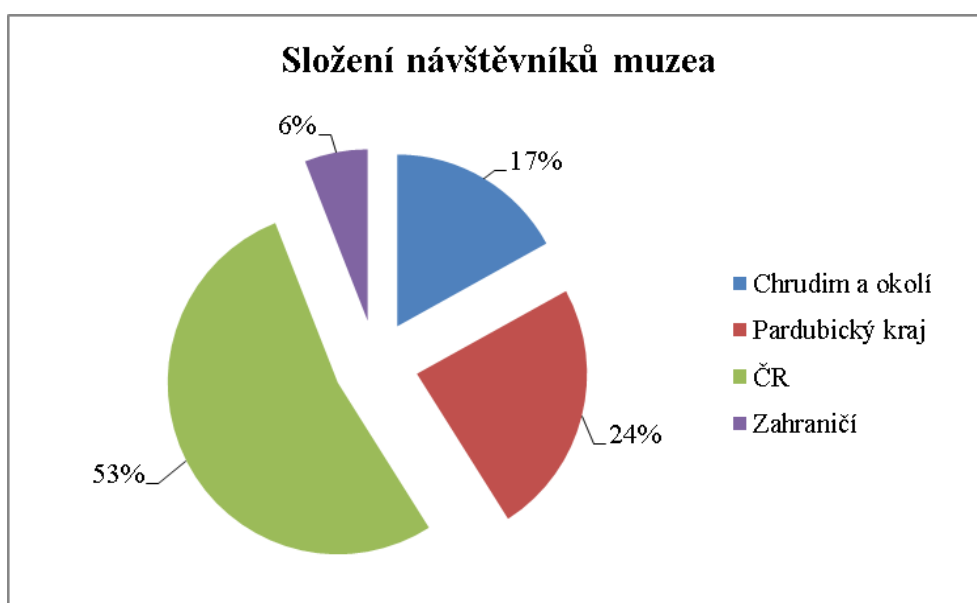
Pro srovnání je v grafu 13 zachycen vývoj návštěvnosti Muzea loutkářských kultur a Regionálního muzea v letech 2006 – 2011. Obě muzea se nachází v Chrudimi. Regionální muzeum spravuje bohatý sbírkový fond z oboru regionální vlastivědy, přírodních věd a výtvarného umění. (Muzeum regionu Valašsko, © 2009) Oproti Regionálnímu muzeu, jehož návštěvnost se od roku 2006 pohybuje stále okolo 6 300 návštěvníků ročně, se návštěvnost Muzea loutkářských kultur snížila o necelých 24 %. I přesto je však návštěvnost Regionálního muzea v roce 2011 přibližně o polovinu nižší. Co se týče rozdílu v ceně vstupného – jak plná, tak poloviční vstupenka do Regionálního muzea vyjde levněji o 20 Kč. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)



Graf 13 Srovnání vývoje návštěvnosti Muzea loutkářských kultur a Regionálního muzea v Chrudimi (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Graf 14 ukazuje, odkud pocházejí návštěvníci muzea. Jsou zde uvedeny průměrné hodnoty za poslední tři roky. Největší zastoupení mají návštěvníci z celé České republiky s výjimkou Pardubického kraje. Necelých 25 % tvoří návštěvníci z Pardubického kraje mimo Chrudim, 6 % zahraniční turisté a návštěvníci z Chrudimi a blízkého okolí tvoří přibližně 20 % celkové návštěvnosti muzea. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Obyvatelé města Chrudim se dělí na tři skupiny. První skupinou jsou příznivci a pravidelní návštěvníci muzea. Druhou skupinu tvoří příležitostní návštěvníci, kteří si akce nabízené muzeem vybírají dle svého zájmu. Poslední skupina je zastoupena veřejností, pro kterou aktivity muzea nejsou zajímavé nebo dokonce o muzeu vůbec neví. Jsou zde tedy potenciální návštěvníci, které se muzeum musí snažit získat. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)



Graf 14 Složení návštěvníků muzea (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Vzhledem k potenciálu turistických atraktivit v Chrudimi je potřeba vzbudit zvýšený zájem turistů o návštěvnické služby muzea a zapojit se do spolupráce se subjekty v oblasti cestovního ruchu.

Následující tabulka obsahuje ceny vstupného. Základní vstupné činí 60 Kč, snížené vstupné určené pro seniory, studenty a děti v hromadných výpravách přijde na 40 Kč, rodina s dětmi zaplatí za vstup celkem 160 Kč a skupinové vstupné činí 50 Kč za osobu. Děti

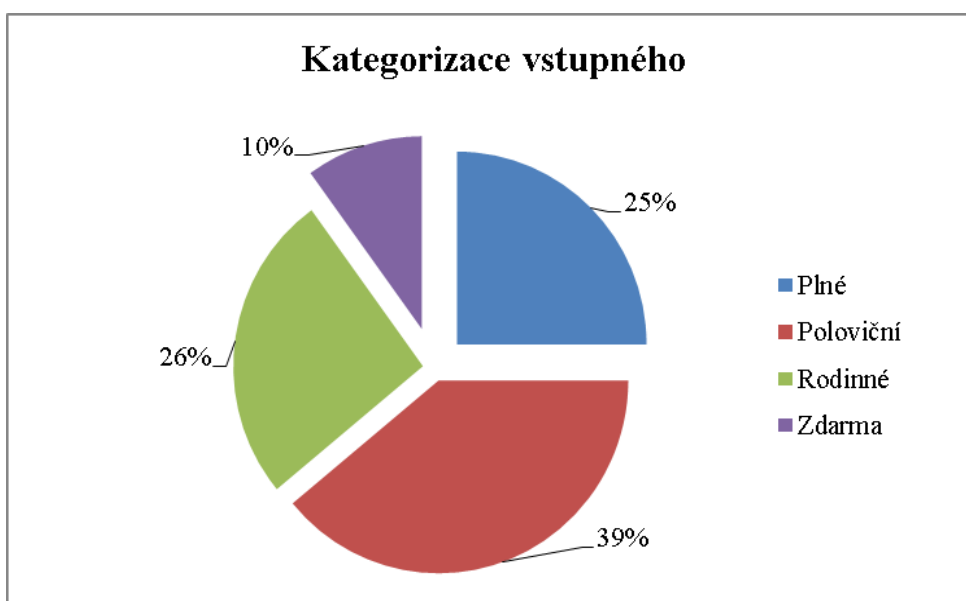
do 6 let mají vstup zdarma. Pokud mají návštěvníci zájem pouze o prohlídku krátkodobé expozice, zaplatí 20 Kč. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Zvýšení cen vstupného zapříčinilo i přes pokles počtu návštěvníků mírné zvýšení příjmů muzea.

Tabulka 3 Vstupné (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Druh vstupného	Cena
Základní	60 Kč
Snížené	40 Kč
Rodinné (2 dospělí + 2 děti)	160 Kč
Skupinové	50 Kč/osoba
Děti do 6 let	zdarma
Pouze krátkodobá výstava	20 Kč/osoba

Graf 15 znázorňuje kategorizaci vstupného. Z celkových příjmů ze vstupného tvoří 39 % poloviční vstupné, 26 % vstupné zdarma pro děti do 6 let, 25 % plné vstupné a rodinné vstupné zbývajících 10 %. Jedná se opět o průměrné hodnoty za poslední tři roky. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

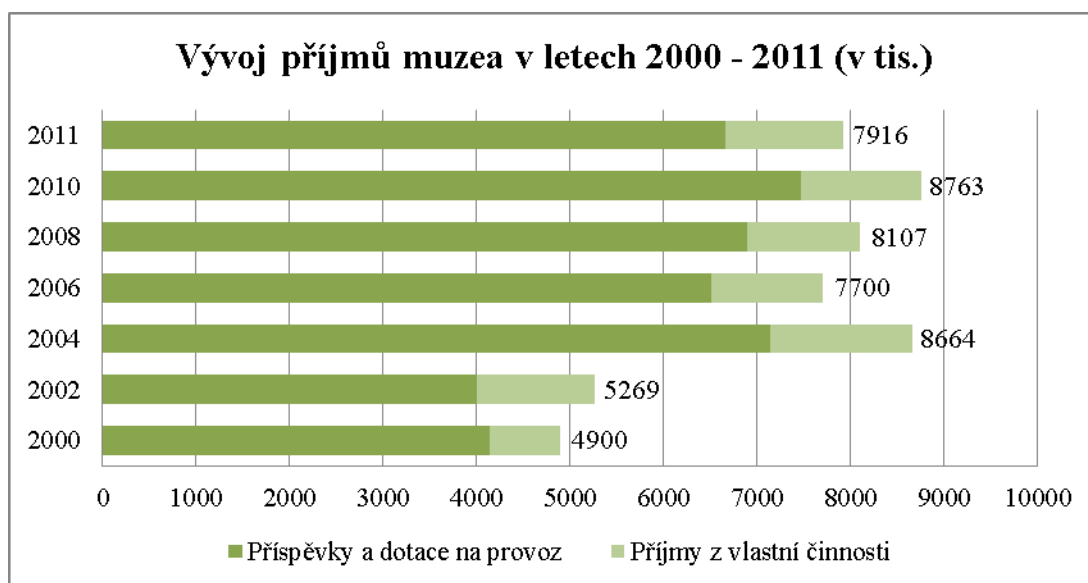


Graf 15 Kategorizace vstupného (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.6 Vývoj příjmů muzea

Muzeum Loutkářských kultur v Chrudimi je příspěvkovou organizací Ministerstva kultury České republiky. Příjmy muzea jsou tvořeny z 85 % příspěvků zřizovatele a z 15 % vlastními příjmy. Příjmy z vlastní činnosti tvoří ze 47 % tržby z prodeje zboží a služeb. Největší část příjmů z prodeje zboží a služeb je ze vstupného. Z celkové částky rozpočtu tvoří největší díl mzdové náklady. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Dle grafu 16 byly příjmy muzea nejvyšší v letech 2004 a 2010. V roce 2010 příjmy činily 8 763 tis., což bylo téměř o polovinu více než v roce 2000. V období 2000 – 2011 se rovněž zvýšily příspěvky zřizovatele, a to přibližně o 38 %. Průměrná výše příspěvků zřizovatele činí 6 117 tis. Kč ročně a průměrné příjmy z vlastní činnosti muzea jsou ve výši 1 213 tis. Kč.

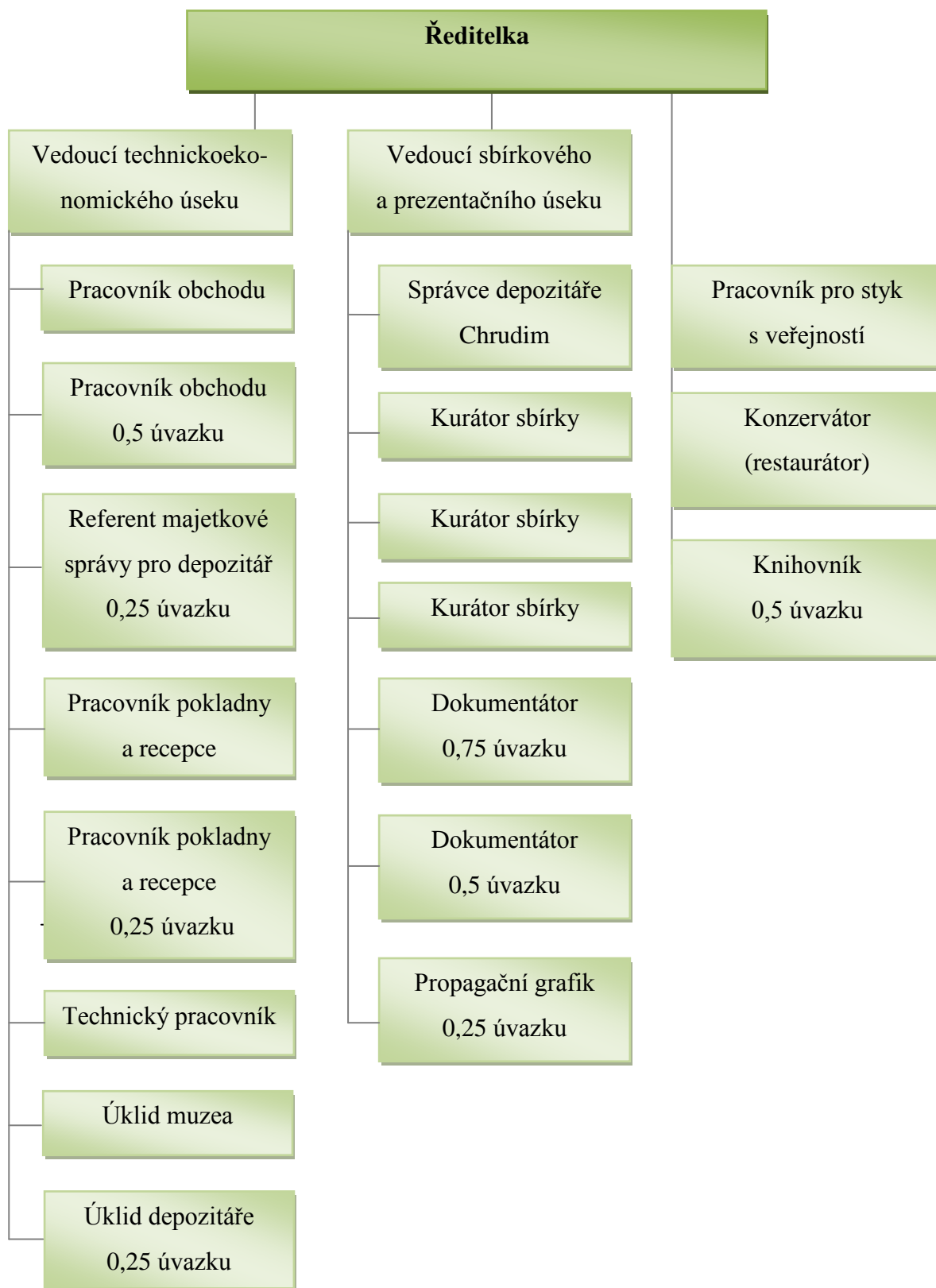


Graf 16 Vývoj příjmů muzea v letech 2000 – 2011 (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

7.2.7 Zaměstnanci

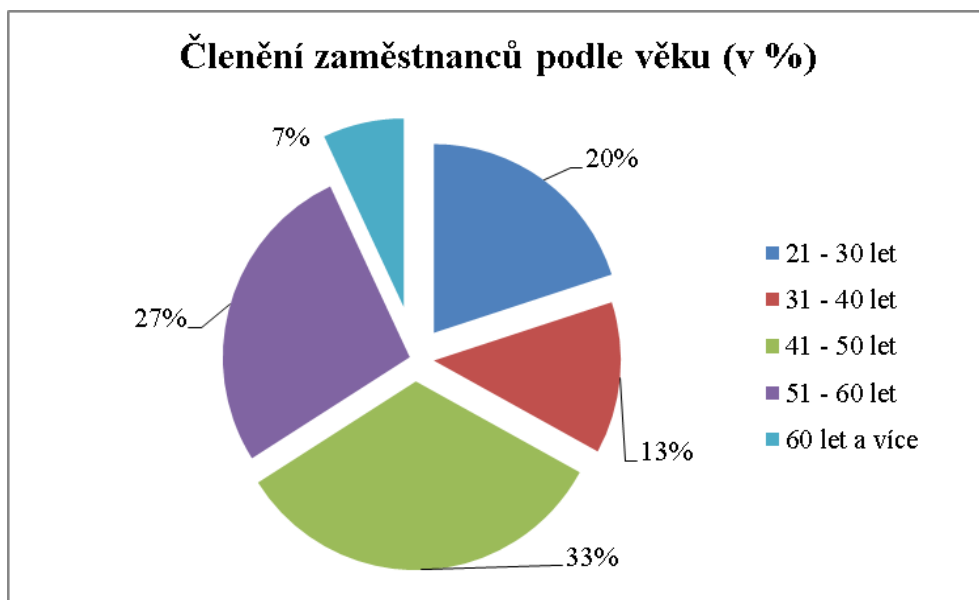
V muzeu pracuje 15 zaměstnanců, z toho 14 žen a 1 muž. Nejvyšší podíl zaměstnanců se řadí do věkové kategorie od 41 do 50 let. Vysokoškolské vzdělání má 6 zaměstnanců, úplné střední odborné celkem 5 zaměstnanců, 1 zaměstnanec má střední odborné vzdělání a zbývající 3 zaměstnanci jsou vyučeni. Průměrný hrubý měsíční plat zaměstnance muzea činí 19 278 Kč. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Na následujícím obrázku je znázorněno organizační schéma muzea v čele s ředitelkou, pod kterou spadají vedoucí technickoekonomického, sbírkového a prezentačního úseku.



Obrázek 6 Organizační schéma muzea (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Jak již bylo zmíněno výše, v muzeu pracuje 15 zaměstnanců, z nichž je nejvíce ve věku 41– 50 let, a to celkem 5 zaměstnanců. Muzeum dále zaměstnává 3 osoby ve věku 21 – 30 let a 2 osoby ve věku 31 – 40 let. Nad 50 let je 4 zaměstnancům a více než 60 let má 1 osoba. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)



Graf 17 Členění zaměstnanců muzea podle věku (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

Znalosti jazyků jsou požadovány na úrovni běžné ústní a písemné komunikace, u žádného místa nejsou stanoveny požadavky standardizované jazykové zkoušky. (Muzeum loutkářských kultur, © 2011)

8 SWOT ANALÝZA MUZEA LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR V CHRUDIMI

Silné stránky

- Dlouhodobá existence muzea
- Sídlo v krásném renesančním domě
- Odborní pracovníci
- Silný a stabilní zřizovatel
- Spolupráce se školskými institucemi
- Dlouhodobě příznivá cena vstupenek
- Kvalitní expozice a výstavy muzea
- Podpora ze strany města Chrudimi a Pardubického kraje
- Zrekonstruovaná budova a výstavní prostory
- Částečně bezbariérový přístup
- Snadná dostupnost muzea z centra města Chrudimi

Slabé stránky

- Zvyšující se náklady na provoz muzea
- Specifické vymezení muzea
- Financování velké části z příspěvků zřizovatele
- Webové stránky na nižší úrovni
- Částečný a zdoluhavý proces digitalizace sbírkových předmětů muzea
- Absence kavárny uvnitř budovy
- Absence motivačního programu pro zaměstnance muzea
- Nevyužitý ateliér z důvodu nezájmu školáku o výtvarné kroužky
- Omezené možnosti při prohlídkách expozic a výstav muzea

- Nedostatečná propagace muzea

Příležitosti

- Výhodná poloha muzea v centru města Chrudimi
- Propojení kulturních institucí kraje
- Navázání spolupráce se zahraničními institucemi
- Využití vzdělávacího potenciálu muzea
- Rozvoj turismu a s tím spojené zvýšení počtu návštěvníků
- Zvýšení zájmu veřejnosti prostřednictvím digitalizace sbírek muzea

Ohrožení

- Neschopnost konkurovat ostatním kulturním statkům
- Nedostatečné využívání sbírek
- Neschopnost zaplatit kvalitní odborníky
- Snižování příspěvků zřizovatele
- Nezájem občanů o kulturně společenský život
- Zvyšující se počet osob v důchodovém věku
- Negativní legislativní změny týkající se muzeí

9 STRATEGIE ROZVOJE MUZEA LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR V CHRUDIMI

9.1 Vize muzea

Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi se stane atraktivní veřejnou institucí, která nabízí nesčetné množství kulturních zážitků. Muzeum bude příjemným a vstřícným místem pro rodiny s dětmi, seniory, handicapované osoby a studenty. Nabídne pestrou směsici kulturních akcí nejen loutkářského formátu široce spjatou s loutkářským odvětvím, například výstavy tematických obrazů, vernisáže uměleckých děl a místo pro podporu mladých umělců. Muzeum se stane vyhledávaným turistickým cílem z širokého okolí s cílem rozšiřování nabídky volnočasových aktivit, udržování kulturních tradic a společenských akcí pro veřejnost.

9.2 Strategický cíl č. 1: Rozvoj kulturního a společenského zázemí

Rozvoj kulturně společenského zázemí je jednou z významných příležitostí nejen pro rozšíření a zlepšení nabídky těchto služeb, ale také pro iniciaci lidského potenciálu. Úspěch těchto aktivit je významným předpokladem pro rozvoj komunitní společnosti zlepšení mezilidských vztahů a dobrým příkladem mladší generaci.

9.2.1 Priorita 1: Výstavba kavárny

S výstavbou kavárny se počítá již delší dobu. Stane se důležitou součástí muzea a jeho společenského a kulturního zázemí. Bude místem, kde se budou setkávat herci, umělci, mladí lidé. Svou výzdobou bude kavárna odkazovat na aktuální muzejní program. V prostoru kavárny se mohou konat hudební vystoupení typu vážné hudby a jazzových koncertů, knižní večery, přednášky, firemní a společenské večírky menšího počtu osob.

Opatření:

- zvýšení příjmů muzea
- zvýšení povědomí o muzejním programu
- vytvoření dvou pracovních míst

- místo k odpočinku a relaxaci

9.2.2 Priorita 2: Modernizace ateliéru

Modernizace ateliéru je nutná k následnému rozšíření nabídky společenských aktivit a kroužků nabízených muzeem. Současné zázemí a vybavení nabízí pouze omezené možnosti zájmového využití, což vedlo k nezájmu dětí o kroužek výtvarné výchovy a následnému ukončení činnosti kroužku. Po dokončení modernizace prostory nabídnou širokou škálu využití od možnosti pořádání keramických a uměleckých kroužků až po výrobu loutek. Nabídka kurzů bude pod vedením externích vedoucích, kteří si budou místnost pro dané kurzy pronajímat od muzea.

Opatření:

- využití nevyužitých prostor
- zvýšení nabídky společenských aktivit ve městě
- zintenzivnění a posílení spolupráce se vzdělávacími institucemi
- příjmy z pronájmu prostor
- přilákání potenciálních návštěvníků muzea

9.2.3 Priorita 3: Audio průvodcovský systém

Díky pořízení audio průvodcovského systému mohou prohlídky probíhat za účasti průvodce i bez něj. Audio průvodcovský systém, který bude v anglickém, německém, polském a českém jazyce provázet návštěvníka celým muzeem. Kromě základních jazykových verzí mohou být pro návštěvníky připraveny také specializované komentáře pro odborníky či zábavné verze pro děti. Muzeum bude vybaveno automatickým průvodcovským systémem s mobilními sluchátky, která návštěvník obdrží na požádání při vstupu, a stanovišti s namluvenými komentáři rozmístěnými v expozicích. Systém bude umožňovat opakované spouštění. Návštěvníci se nebudou vzájemně vyrušovat. Pro návštěvníky, kteří nebudou chtít použít systém, bude připraven tištěný průvodce.

Opatření:

- zvýšení atraktivnosti muzea nejen pro zahraniční turisty

- konkurenceschopnost v boji o návštěvníka
- zvýšení návštěvnosti
- lepší orientace v expozicích

9.2.4 Priorita 4: Digitalizace muzea

Pro zachování všech umělecky hodnotných předmětů, kterých se v muzeu nachází nepřeborné množství, doporučuji dokončit a zrychlit proces digitalizace a dokumentace sbírkových předmětů ve vlastnictví muzea. Samotná digitalizace se skládá z následujících bodů:

- přepsání starých evidenčních karet do elektronické podoby;
- fotografická dokumentace všech sbírkových předmětů;
- elektronická prezentace sbírek na internetových stránkách muzea formou katalogu a virtuální prohlídky.

Převod evidence na kartách do počítače probíhá v Muzeu loutkářských kultur od roku 1997. Zatím je počítačově vedena jen část sbírky čítající přibližně 18 tis. sbírkových předmětů. Je tedy potřeba celý proces zrychlit a zdokonalit, digitalizovat zbývající sbírkové předměty, pořídit rovněž jejich obrazovou dokumentaci a následně vytvořit virtuální prohlídky muzea.

Elektronická prezentace sbírek navazuje na obrazovou digitalizaci, umožní porovnání s jinými sbírkami a následné vyhodnocení kvality sbírky muzea. Digitalizace sbírkového předmětu neovlivňuje jeho hodnotu, ale umožňuje nalézat nové významy a kontexty.

Pomocí virtuálních výstav by byly předměty zpřístupněny širšímu publiku, rozvíjely by a posouvaly interpretační funkci muzea a stimulovaly zájem o návštěvu muzea. Virtuální prezentace také umožňuje ukázat předměty, které by jinak nemohly být vystaveny z důvodu poškození nebo ceny. Úkolem virtuální prezentace není nahrazení skutečného prožitku, ale jeho doplnění a rozšíření.

Opatření:

- zachování uměleckých děl pro budoucí generace
- zajištění řádné správy a evidence sbírek

- snadná dohledatelnost a orientace
- zvýšení návštěvnosti
- získání informací z pohodlí domova nebo pracoviště

9.3 Strategický cíl č. 2: Reklama a propagace

V dnešní uspěchané době jsou lidé naučeni informace získávat, a to nikoliv formou hledání, ale formou nabídky. Tomuto trendu se musí přizpůsobit i veškeré veřejné instituce, tedy i Muzeum loutkářských kultur. Všeobecně lidem a možným potencionálním návštěvníkům je potřeba pravidelně podávat informace a upozorňovat je o aktualitách a skutečnostech probíhajících v muzeu. Základem všech reklamních kampaní musí být jasné sdělení „Co, kde, kdy“. Lidem musí být nabídnuto něco navíc než ostatními kulturními organizacemi v kraji. V tomto směru musí být muzeum aktivní, jak na poli marketingu, tak i na straně spolupráce. Muzeum se musí snažit využít co nejvíce bezúplatných případně méně cenově zatěžujících způsobů reklamy typu inzerce v městských prostorech, využití veřejného prostoru, podpora kulturního dění v regionu a v neposlední řadě billboardové a rádiové reklamy. Pro tyto účely lze navázat spoluprací se Střední uměleckoprůmyslovou školou v Ústí nad Orlicí.

9.3.1 Priorita 1: Propojení kulturních institucí v rámci kraje

Možnost zakoupení vstupenky opravňující ke vstupu do kulturních organizací v rámci Pardubického kraje, případně zlevněných vstupenek. Vzájemná propagace mezi jednotlivými organizacemi na připravované nebo probíhající výstavy a expozice. V rámci zjednodušení nabídky a koupě vstupenek do vybraných kulturních organizací v celém pardubickém kraji by bylo dobré vytvořit webový portál www.krajpardubice-kultura.cz, který bude fungovat na principu online nákupů vstupenek případně rezervace míst do vybraných kulturních institucí kraje, jako jsou muzea, kina, galerie, hrady a zámky. Výhodou tohoto portálu bude sumarizace potřebných informací a sjednocení informačního systému pro nákup vstupenek.

Opatření:

- sjednocení marketingových aktivit organizací
- zvýšení návštěvnosti

- zvýšení povědomí o existenci muzea

9.3.2 Priorita 2: Spolupráce se školskými institucemi v kraji

V rámci úspory peněžních prostředků doporučuji navázat užší spolupráci se studenty vybrané vysoké školy zabírajícími se grafikou, kde studenti v rámci své praxe budou vytvářet grafické prvky billboardů, letáků, vstupenek, plakátů či bannerů určených pro reklamní účely muzea. Tímto muzeum ušetří značné množství peněžních prostředků, které by jinak muselo tyto služby hradit reklamním agenturám.

Opatření:

- snížení nákladů na reklamu a propagaci
- rozšíření povědomí o muzeu ve studentské komunitě
- zajímavá náplň studentské praxe

9.3.3 Priorita 2: Reklamní kampaň

Zde bych doporučila realizaci nového vizuálního stylu muzea a s tím související redesign webových stránek, které budou pravidelně aktualizovány tak, aby byly zajímavé a navštěvované širokou veřejností. Volila bych také upozornění na probíhající výstavy a expozice prostřednictvím billboardů umístěných na přístupových cestách k Chrudimi, místního deníku, soutěží v rádiu o vstupenky zdarma, roznosem reklamních letáků a výlepem programů v Chrudimi a okolí. Důležitá je distribuce propagačních materiálů do informačních center Pardubického kraje a na místa atraktivní z hlediska cestovního ruchu, jako jsou například hotely či cestovní kanceláře. V rámci tvorby nových expozic by měly být rozesílány nabídky s propagací pro školy a školská zařízení. Dále bych pokračovala s propagací v rámci společenských akcí se spolupracujícími subjekty a dalšími partnery. Zajímavým zpestřením by byla akce na podporu návštěvnosti muzea prostřednictvím nejrozličnějších loutkových představení pro děti i dospělé na náměstí Chrudimi a s tím spojený zlevněný vstup do muzea.

Opatření:

- zvýšení počtu návštěvníků

- informovanost potenciálních návštěvníků muzea
- navýšení finanční spoluúčasti (město Chrudim, Pardubický kraj apod.)

9.3.4 Priorita 3: Mezinárodní spolupráce

Navázání mezinárodní spolupráce s potenciálními partnerskými organizacemi s možností vzájemné výměny a zapůjčení exponátů, prvků a pomůcek. Cílené směřování příslušných partnerských organizací do nejzajímavějších destinací a zemí, v kontextu turistické návštěvnosti kraje dle jednotlivých národností, navštěvujících Pardubický kraj. Spolupráci je možné směřovat rovněž do míst, kde žijí komunity českých občanů a také do míst, kde je sledován každoroční nárůst počtu turistů.

Opatření:

- zvýšení počtu organizací spolupracujících s muzeem
- rozmanitost vystavovaných exponátů
- zvýšení počtu návštěvníků
- oslovení zahraničních návštěvníků

9.4 Strategický cíl č. 3: Lidské zdroje

Ve vnitřní organizaci muzea bude vhodné volit ve vztahu k pracovním úkolům i pracovníkům pružnější a dynamičtější přístup adekvátní potřebám muzea ve směru rozvoje těchto metod ve společnosti. Jedná se především o navazování dočasných nebo účelových pracovních vztahů s vybranými odborníky, jejichž práci a znalosti lze optimálně využít v daném období. V důsledku těchto opatření bude dlouhodobě sledována zvyšující se odbornost, samostatnost a dobré pracovní výsledky. V této rovině je optimální posilovat svobodu rozhodování všech pracovníků patřičně vázanou osobní odpovědností za vykonanou práci. V dlouhodobém horizontu, v případě splněných očekávání zmiňovaných výše, lze uvažovat o změnách v organizaci práce, například pružná pracovní doba, práce doma apod.

9.4.1 Priorita 1: Vzdělávání zaměstnanců muzea

Zaměstnanci muzea by se měli účastnit nejrůznějších školení a vzdělávacích kurzů včetně systematického doplňování vzdělání. Dobrá je také participace zaměstnanců na výměnných pobytech apod. Silným motivačním faktorem budou vyšší odměny za významné pracovní výsledky nebo publikační aktivitu. V pravidelných intervalech by se měly konat pracovní porady a důležité je také transparentní a srozumitelné nastavení vnitřní kultury. Doporučila bych zveřejňování a uplatňování nápadů zaměstnanců a vytvoření metodiky motivace zaměstnanců.

Opatření:

- motivovaní zaměstnanci
- vyšší odbornost zaměstnanců
- atraktivnější a uznávanější muzeum v odborných kruzích

9.4.2 Priorita 2: Spolupráce s odborníky a dobrovolnictví

V případě spolupráce s poradci a odborníky, se kterými není potřeba osobního setkání, bych preferovala komunikaci po síti. Tento kontakt je rychlý, operativní, levný, technicky kvalitní a umožňuje průběžné doladování výsledků prací. Komunikaci po síti bych volila také v případě pracovníka pro styk s veřejností a propagačního grafika.

Pro další rozvoj muzea je důležitá dobrovolnická činnost. Pro muzeum by bylo vhodné navázat bližší spolupráci s vysokými školami za účelem uplatňování studentů humanitně zaměřených oborů blízkých muzejnictví v rámci vysokoškolských praktik.

Opatření:

- Snížení celkových výdajů muzea
- Snížení mzdových nákladů muzea
- Moderní přístup ke vztahu zaměstnanec – zaměstnavatel

10 NÁVRH PROJEKTOVÝCH ŘEŠENÍ PRO MUZEUM LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR V CHRUDIMI

Návrhy dvou projektů jsou vypracovány na základě SWOT analýzy Muzea loutkářských kultur v Chrudimi. Prostřednictvím navrhovaných projektů lze dosáhnout zvýšení atraktivity muzea a následného nárůstu počtu návštěvníků.

Projekt č. 1: Digitalizace Muzea loutkářských kultur v Chrudimi

Název projektu:	Digitalizace Muzea loutkářských kultur v Chrudimi
Žadatel:	Muzeum loutkářských kultur
Místo realizace projektu:	Chrudim
Celkové náklady:	179 000,- Kč
Termín zahájení projektu:	12/2013
Termín ukončení projektu:	7/2015

Cíl projektu

Cílem projektu je zlepšení a zrychlení procesu digitalizace sbírkových předmětů Muzea loutkářských kultur v Chrudimi včetně kvalitní obrazové dokumentace a jejich zpřístupnění veřejnosti prostřednictvím internetu pomocí katalogů a virtuálních výstav. Díky realizaci projektu dojde k trvalému uchování záznamů o sbírkových předmětech a snadnější a přehlednější práci se sbírkami. V případě tvorby virtuálních prohlídek dojde také ke zvýšení návštěvnosti muzea. Virtuální prohlídky lákají pozornost návštěvníků, představují moderní a interaktivní formu prezentace.

Cílová skupina

Cílovou skupinu projektu tvoří zaměstnanci muzea a široká veřejnost v rámci České republiky i mimo ni.

Popis a zdůvodnění potřeby projektu

Počet sbírkových předmětů je přibližně 44 637 a lze je rozdělit do několika skupin. První skupina zahrnuje loutky a masky, ve druhé skupině jsou tištěné nebo originální dekorace pro loutkové divadlo, scénické makety, fotografie, plakáty, diapozitivy, programy a pozvánky. Další skupinu tvoří soubor gramofonových desek s loutkářskými náměty. Do čtvrté skupiny patří filmy s loutkářskou tematikou. Poslední skupinu reprezentují výtvarná díla týkající se loutkářství zahrnující obrazy, grafiky, plastiky, medailóny a reliéfy. Samostatnou částí je odborná knihovna čítající přes 10 000 svazků. Všechny předměty jsou evidovány druhým stupněm evidence převážně na kartách. Od roku 1997 postupně dochází k převodu evidence do počítače. Převedeno je však pouze necelých 19 000 sbírkových předmětů a dosud není evidována a zpracována část sbírky věnující se materiálům převzatých z redakce časopisu Loutkář, fotoarchivu převzatého od ARTAMA Praha a pozůstalosti dr. Jana Malíka.

Na základě těchto skutečností je proto potřeba proces digitalizace zrychlit a usnadnit tak tvorby katalogů, průvodců, virtuálních výstav apod.

V rámci projektu bude ke všem sbírkovým předmětům pořízena obrazová dokumentace. V případě sbírkových předmětů cizího původu bude docházet také k jejich reintegraci do původních kulturních oblastí, kde vznikly. Zároveň projekt digitalizace umožní výraznější prosazení české kultury v mezinárodním prostředí. Digitalizace také přispěje k ochraně sbírkových předmětů před poškozením v důsledku časté manipulace nebo dlouhodobé prezentace a uchování úplných informací o předmětu v případě jeho poškození, krádeže nebo ztráty.

Realizace projektu

Projekt bude rozdělen do dvou částí, kdy první část bude zaměřena na dokončení převodu evidence sbírek do počítače a pořízení jejich obrazové dokumentace a druhá část bude věnována tvorbě virtuálních výstav a katalogů.

Muzeum disponuje počítači s připojením na internet, tiskárnami, scannerem, kopírkou, reprodukční technikou pro videa, gramofony či magnetofony, digitálním fotoaparátem a kamerou. Za poskytnuté finanční prostředky bych doporučila dokoupit příslušenství k digitálnímu fotoaparátu typu trvalých světél, stativu a bílých plachet. Odhadovaná cena

příslušenství činí 15 000 Kč. Co se týče softwarového vybavení, bude potřeba pořídit počítačový program pro úpravu a správu pořízených fotografií a dat. Za účelem úspory financí navrhuji použití grafického softwaru Gimp dostupného zdarma. Drahý software by nebyl plně využit. Posledním krokem bude ukládání všech takto vzniklých dokumentů na externí harddisk. Nákup tří 4 TB harddisků by vyšel na 14 000 Kč. V rámci zabezpečení dat doporučuji disky propojit technologií Raid 5, který si dokáže poradit s výpadkem nebo poruchou jednoho ze tří disků. V případě potřeby dalšího prostoru, lze připojit další harddisky.

Pro zpracování rozsáhlé agendy digitalizace zbývajících muzejních předmětů budou vyčleněni dva pracovníci z řad zaměstnanců muzea, kterým tato činnost bude jejich hlavní náplní práce po celou dobu trvání. Měsíční odměny zaměstnanců budou ve výši 3 000 Kč za osobu.

Druhá část projektu je zaměřena na tvorbu virtuálních výstav a katalogů.

Nejvzácnější a nejzajímavější loutky nacházející se ve sbírce muzea budou i se svým popisem, historií a fotografií umístěny na webové stránky muzea ve formě katalogu.

Podkladové fotografie určené pro tvorbu virtuálních výstav budou pořízeny zaměstnanci muzea vyčleněnými pro zpracování agendy digitalizace. Snímky musí být nafoceny tak, aby byl pokryt prostor v zorném úhlu 360 x 180°. K tvorbě virtuální prohlídky bude využit student bakalářského studia Fakulty elektrotechniky a informatiky Univerzity Pardubice, který podkladové fotografie složí dohromady, čímž vznikne jedna velká fotografie. Ta bude poté pomocí programů převedena do formátu virtuální prohlídky a doplněna ovládacími prvky. Do prohlídky lze umístit tzv. hotspoty, které povedou na jinou virtuální prohlídku. Za tvorbu jedné velké fotografie převedené do formátu virtuální prohlídky s ovládacími prvky student dostane 1 000 Kč. Spolupráce se studenty je levnější a často také rychlejší variantou. Pro zobrazování virtuálních prohlídek bude použita technologie Flash nebo HTML5.

Zpřístupnění digitalizovaných dat a umístění virtuálních prohlídek na internetu bude řešeno následovně.

Celkem bude zapotřebí vytvoření 10 virtuálních prohlídek:

- Přízemí – krátkodobé výstavy, v současnosti „Kašpárci celého světa“ (1)



Obrázek 7 Loutky tzv. smíchové kultury (Divadlo.cz, 2013)

- 1. patro – počátky tradice českého loutkářství (3)



Obrázek 8 Loutkářství 19. století (Ministerstvo kultury, 2013)

- 2. patro – umělecké loutkové scény z první poloviny 20. století a loutky rodinného a spolkového divadla (3)



Obrázek 9 Loutky rodinného a spolkového divadla (Divadlo.cz, 2013)

- 3. patro – světelná expozice asijských stínových loutek (3)



Obrázek 10 Asijské stínové loutky (Divadlo.cz, 2013)

Tabulka 4 obsahuje položkový rozpočet projektu digitalizace. Jedná pouze o odhady cen na základě průzkumu cen na internetu. S problematikou virtuálních výstav mi pomohl student bakalářského studia Fakulty informačních technologií Vysokého učení technického v Brně.

Předpokládaná cena projektu zahrnuje jak všechny softwarové, tak hardwarové vybavení zmiňované výše včetně příplatkových mzdových nákladů pro pracovníky pracující na digitalizaci sbírek muzea. Jedná se pouze o odhadní ceny, a to v případě trvání samotné digitalizace v délce trvání dvaceti měsíců. V případě prodloužení této lhůty budou vznikat dodatečné náklady, zejména pak mzdové. K celkové částce jsou připočteny i ceny spotřebních materiálů a také je zde započtena částka 20 000 Kč formou nečekaných nákladů.

Tabulka 4 Položkový rozpočet digitalizace (vlastní zpracování)

Položka	Celkem	%
Příslušenství k digitálnímu fotoaparátu	15 000 Kč	8,4
Harddisky	14 000 Kč	7,8
Odměny zaměstnanců	120 000 Kč	67
Tvorba virtuálních prohlídek	10 000 Kč	5,6
Nečekané náklady	20 000 Kč	11,2
Celkem	179 000 Kč	100

Financování projektu

Reklamní kampaň muzea není možné financovat z fondů Evropské unie z důvodu její nízké finanční náročnosti z pohledu měřítek Evropské unie a jejích fiskálních nástrojů. Z tohoto titulu je možné získat dotace prostřednictvím Ministerstva kultury České republiky.

Projekt č. 2: Reklamní kampaň Muzea loutkářských kultur v Chrudimi

Název projektu:	Reklamní kampaň Muzea loutkářských kultur v Chrudimi
Žadatel:	Muzeum loutkářských kultur
Místo realizace projektu:	Chrudim
Celkové náklady:	285 500,- Kč
Termín zahájení projektu:	4/2014
Termín ukončení projektu:	9/2014

Cíl projektu

Cílem projektu je zvýšení návštěvnosti muzea a upozornění potencionálních návštěvníků muzea o jeho existenci, ale také vyvrácení tvrzení, že loutky jsou určené pouze dětem.

Cílová skupina

Cílovou skupinu projektu tvoří obyvatelé Pardubického kraje.

Popis a zdůvodnění potřeby projektu

Reklamní kampaň je, stejně jako předchozí projekt, rozdělena do dvou částí, kdy první z nich obsahuje klasické prvky reklamy nezbytné pro zvýšení povědomí o probíhajících expozicích a výstavách muzea typu billboardy, letáky apod. Druhá část má za úkol přilákat a zaujmout co nejvíce potencionálních návštěvníků muzea prostřednictvím hraných představení na chrudimském náměstí.

Ve vybraném měsíci bude spuštěna reklamní kampaň v předem odsouhlasené délce trvání, a to nejúčinnějšími způsoby reklamy v dostupné cenové hladině. Reklama se zaměří zejména na veřejný prostor ve formě eurobillboardových, ploch. Budou využity všemožné stojany s letáky v městských a krajských institucích případně spřízněných organizacích a na místech atraktivních z hlediska cestovního ruchu. Tento způsob reklamy se dá se vyu-

žít celoročně. Dalším zdrojem reklamy bude místní deník a rádio. V těchto médiích může muzeum flexibilně reagovat a reklamy dle potřeby velmi rychle upravovat.

Zájem potencionálních návštěvníků muzea rovněž vzbudí celkem čtyři představení na chrudimském náměstí s názvem „Víkend s Muzeem loutkářských kultur“. Pro děti budou připraveny dvě pohádky a pro dospělé dvě komedie. Do jednotlivých představení, jak pro děti, tak pro dospělé, budou zakomponovány loutky různých velikostí, ale také živí herci. Tímto dojde ke zpestření a netradičnímu pojetí celého představení. Prostřednictvím představení pro dospělé bych ráda vyvrátila mýtus o tom, že loutky jsou určeny pouze dětem. Zároveň by představení pomohlo navrátit loutkám jejich zašlou slávu, která byla odsunuta na umělecký okraj rostoucí dominancí živých herců v divadlech.

V případě kladných ohlasů by mohlo muzeum uvažovat o rozšíření hraných představení do všech větších měst Pardubického kraje i mimo něj.

Realizace projektu

Před spuštěním samotné reklamní kampaně navrhuji aktualizovat webové stránky muzea, a to v duchu moderní doby a zejména aktuálnosti grafického stylu tvorby webových stránek. Tato agenda bude, stejně jako grafika veškerých tiskovin, zpracována studenty vybrané vysoké školy zabírající se grafikou a designem. Maximálně vynaložená částka v tomto případě bude 10 000 Kč. Zároveň budou mít studenti možnost uvádět tyto práce ve svém portfoliu prací.

Tisk většího množství letáků upozorňujících na aktuální výstavy a expozice, určeného pro umístění na veřejná místa, např. 30 000 ks formátu A5 vyjde zhruba na 15 000 Kč. Po schválení ucelené koncepce reklamní kampaně a všech prvků použitých při této kampani navrhuji délku trvání minimálně 3 měsíce. Celá kampaň bude držet jednotný vizuální styl a jednotnou grafickou podobu. Lidé si tak budou moci spojit jednotlivé reklamní prvky zejména pomocí jednotné grafické identity. Při střednědobém pronájmu billboardových ploch o rozměru 510 x 240 cm budou dohodnuty výrazné množstevní slevy. Cena za 1 ks billboardového plakátu je 500 Kč, pronájem a výlep plochy činí 3 000 Kč. Celkem tedy 1 billboard v nákladu 3 500 Kč měsíčně. Takto bude využito dvacet exkluzivních a dobře viditelných billboardových ploch v celém Pardubickém kraji po dobu tří měsíců. U této formy reklamy lze počítat s možnými dodatečnými náklady na případný dotisk poškozených papírů na billboardech. Uvažovaná částka na dotisk a následný výlep činí

10 000 Kč. Dále bych volila místní deník a rádio. V rádiu se budou konat soutěže o volné vstupenky do muzea. Otázky v soutěžích nebudou pouze informativního, ale i aktivního charakteru, tzn., že posluchač bude muset vyvinout nějakou aktivitu, např. zaslat fotografii apod. Cena za 5 spotů denně je 15 000 Kč měsíčně. Dále by se muzeum mělo zaměřit na nejčtenější krajské medium s informacemi o dění v Pardubickém kraji. Zde na sebe může muzeum upozornit formou vloženého reklamního letáku formátu A5, případně článkem o probíhajících výstavách a expozicích. Cena je odhadována na 15 000 Kč za měsíc.

V případě akce „Víkend s Muzeem loutkářských kultur“ se bude jednat o čtyři představení v sobotu a v neděli – každý den jedno představení pro děti v délce 40 minut se začátkem v 15:30 hodin a jedno pro dospělé v délce 70 minut se začátkem v 19:30 hodin.

V souvislosti s touto událostí bude možné navštívit expozice a výstavy muzea za snížené vstupné ve výši 10 Kč za osobu starší 6 let. Výhodou je, že Muzeum loutkářských kultur se nachází pouhých 110 metrů od Resselova náměstí, které je místem konání všech představení. Otevírací doba muzea bude ve dnech konání akce prodloužena do 23:00 hodin.



Obrázek 11 Resselovo náměstí v Chrudimi (iTRAS, © 2009–2013)



Obrázek 12 Trasa od Muzea Loutkářských kultur na Resselovo náměstí v Chrudimi
(Google Mapy, © 2013)

O herecké výkony se postará 10 studentů z řad Divadelní fakulty Akademie múzických umění, se kterou muzeum dlouhodobě spolupracuje. Celková maximální výše odměn určená pro studenty bude ve výši 30 000 Kč. Pro ubytování studentů Akademie múzických umění má muzeum k dispozici ubytovací kapacity v podobě 3 garsoniér.

Pro realizaci této části reklamní kampaně bude dále potřeba zajistit tisk 500 ks plakátů formátu A2 a 3 000 ks letáků formátu A5. Odhadovaná cena za tisk plakátů je ve výši 9 000 Kč a cena za letáky činí 1 500 Kč. Pro rychlejší rozšíření informací mezi veřejností bych doporučila také založení události na sociálních sítích, které je zdarma. Po dobu tří týdnů před zahájením akce budou lidé na jednotlivá představení upozorňováni prostřednictvím rádia.

Posledním důležitým bodem pro realizaci akce je zajištění pronájmu ozvučení a osvětlení včetně mobilního podia a jeviště pro diváky. Celkový odhad za zapůjčení materiálně technického vybavení činí 30 000 Kč za den s tím, že za každý další den je poskytnuta sleva.

V následující tabulce jsou obsaženy ceny za jednotlivé položky reklamní kampaně Muzea loutkářských kultur. Kalkulace byla vytvořena za pomoci zaměstnanců reklamní agentury Motýl Media s. r. o.

Tabulka 5 Položkový rozpočet reklamní kampaně (vlastní zpracování)

Položka	Celkem	%
Grafika	10 000 Kč	3,5
Letáky A5	16 500 Kč	5,8
Plakáty A2	9 000 Kč	3,2
Billboardy 510 x 240 cm	80 000 Kč	28
Tisk	45 000 Kč	15,8
Rádio	45 000 Kč	15,8
Materiálně technické vybavení	50 000 Kč	17,5
Herci	30 000 Kč	10,4
Celkem	285 500 Kč	100

Financování projektu

Reklamní kampaň muzea není, stejně jako předchozí projekt, možné financovat z fondů Evropské unie z důvodu její nízké finanční náročnosti. Finanční prostředky na realizaci reklamní kampaně lze získat prostřednictvím účelové neinvestiční dotace od Ministerstva kultury České republiky, jakožto zřizovatele muzea.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo navrhnout strategii rozvoje Muzea loutkářských kultur v Chrudimi včetně návrhu projektových řešení. Strategie rozvoje Muzea loutkářských kultur má za úkol především zvýšit povědomí o existenci muzea, a tím i jeho návštěvnost. Zároveň by měla pomoci dosáhnout konkurenceschopnosti muzea vůči ostatním kulturním zařízením v kraji, a tím dosáhnout jednoznačného vymezení muzea jakožto svébytného jedinečného a moderního kulturního subjektu v rámci celé České republiky.

V praktické části diplomové práce bylo analýzou muzejního sektoru České republiky zjištěno, že růst počtu muzeí se v posledních pěti letech prakticky zastavil. Necelou polovinu všech muzeí v České republice tvoří muzea vlastivědná, která jsou zaměřena na lokální historické a zeměpisné události z let minulých. Nejvyšší počet muzeí se nachází ve Středočeském kraji. V případě počtu expozic došlo v letech 1995 – 2011 k nárůstu téměř o polovinu. Průměrná návštěvnost muzeí v České republice činí 8 215 tis. osob ročně. Návštěvníky nejvyhledávanějším muzeem je Židovské muzeum v Praze. Příjmy ze vstupného v roce 2012 dosahovaly 390,3 mil. Kč.

Samostatnou kapitolu tvořila muzea v Pardubickém kraji. V Pardubickém kraji působí 28 muzeí, z nichž 22 je zřizovaných územními samosprávnými celky a 2 zřizovaná státem. Dále je v kraji provozováno 20 expozic prezentujících kulturně-historické dědictví. Expozice a výstavy muzeí Pardubického kraje v roce 2011 shlédlo přes 300 tis. návštěvníků. Nejvíce muzeí se řadí do okresu Ústí nad Orlicí. Nejvyšším počtem návštěvníků se může pochlubit Východočeské muzeum v Pardubicích. Právě díky Východočeskému muzeu tvoří okres Pardubice téměř třicet procent celkové návštěvnosti kraje.

Další část diplomové práce se zabývala analýzou Muzea loutkářských kultur v Chrudimi. Sbírkou Muzea loutkářských kultur čítá přibližně 50 000 sbírkových předmětů, které si ročně prohlédne přibližně 15 000 návštěvníků. Od roku 2000 došlo ke snížení návštěvnosti muzea téměř o polovinu. Návštěvníci z Pardubického kraje tvoří jednu třetinu z celkového počtu návštěvníků, největší část patří návštěvníkům z ostatních krajů. Muzeum připravuje nejrůznější programy jak pro děti, tak pro dospělé v podobě workshopů, přednášek apod. Z celkových příjmů muzea ze vstupného tvoří necelých čtyřicet procent poloviční vstupné, necelých třicet procent vstupné rodinné. Deset procent návštěvníků má vstup zdarma. Plné vstupné tedy v průměru platí jedna čtvrtina návštěvníků, což svědčí o tom, že muzeum není

pro dospělé publikum příliš atraktivní. Muzeum je kolektivním členem Českého střediska mezinárodní loutkářské organizace UNIMA, Českého střediska mezinárodní organizace divadelních knihoven a muzeí SIBMAS a rovněž je členem Asociace muzeí a galerií České republiky. V muzeu pracuje 15 zaměstnanců, z nichž tvoří naprostou většinu ženy. Příjmy muzea jsou tvořeny z velké části příspěvky zřizovatele. Průměrné příjmy z vlastní činnosti muzea činí 1 213 tis. Kč. Největší část vlastních příjmů pochází ze vstupného. Z celkové částky rozpočtu tvoří největší díl mzdové náklady.

Na základě výročních zpráv a všech dostupných informací z médií byla sestavena SWOT analýza Muzea loutkářských kultur. Následně byl vypracován návrh strategie rozvoje muzea, díky níž by se mělo Muzeum loutkářských kultur stát atraktivním a vyhledávaným turistickým cílem všech věkových kategorií s pestrými nabídkou nejrůznějších kulturních akcí. Muzeum by mělo rozvíjet kulturní a společenské zázemí, dostatečně se věnovat reklamě a propagaci a v neposlední řadě se také zaměřit na vnitřní organizaci muzea.

V závěrečné části byly vytvořeny dva návrhy projektových řešení. Jedním z projektů byla digitalizace muzea spočívající v přepsání starých evidenčních karet do elektronické podoby, fotografické dokumentaci sbírkových předmětů a elektronické prezentaci sbírek na internetových stránkách muzea formou katalogu a virtuální prohlídky. Sofistikovaná reklamní kampaň byla mým druhým projektem, přičemž oba vedou ke stejnému cíli, a to zvýšení povědomí o existenci muzea a následnému růstu počtu návštěvníků.

Existenci muzea vidím dlouhodobě jako velmi zdárnou a věřím, že na české kulturní scéně bude i nadále upevňovat svou pevnou pozici.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ V ČESKÉ REPUBLICE, © 2011. *Adresář muzeí a galerií* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/adresar/>

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ V ČESKÉ REPUBLICE, © 2011. *AMG se představuje* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/web/amg/amg-se-predstavuje>

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ ČR, © 2011. *Festival muzejních nocí 2013* [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: http://www.cz-museums.cz/web/festival_muzejnich_noci/titulni

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ V ČESKÉ REPUBLICE, © 2011. *Materiály ke studiu: Typologie muzeí* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: http://www.cz-museums.cz/amg/UserFiles/File/propedeutika/zakladni%20kurs/Typologie_muzei.ppt

ASOCIACE MUZEÍ A GALERIÍ ČR, © 2011. *Pardubický kraj: Přihlášená muzea a tematické akce* [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: http://www.cz-museums.cz/forms/festival_muzejnich_noci/pardubicky-kraj

BUSINESSINFO.CZ, 2007. *Hlavní faktory regionálního rozvoje ČR – Kulturní potenciál, Cestovní ruch a Veřejná správa* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/factory-regionalniho-rozvoje-cr-kultura-1845.html>

BUSINESSINFO.CZ, 2011. *Charakteristika Pardubického kraje* [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/charakteristika-pardubickeho-kraje-7262.html>

BAČUVČÍK, Radim, 2011. *Kultura jako faktor volného času: nákupní chování na trzích vybraných volnočasových aktivit 2010*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 116 s. ISBN 978-80-87500-11-8.

BAČUVČÍK, Radim, 2012. *Marketing kultury: divadlo, koncerty, publikum, veřejnost*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 198 s. ISBN 978-80-87500-17-0.

CZECHTOURISM, 2003. *Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

ČECH, Tomáš, 2009. Volný čas a způsob jeho trávení školáky v Brně. In: *Fakulta stavební VUT v Brně* [online]. [cit. 2013-06-28]. Dostupné z: www.fce.vutbr.cz/SPV/huv/doplnujiciStudium/071_volny_cas_deti.doc

ČESKÉNOVINY.CZ, 2012. *Počty muzeí a divadel rostly v ČR i SR, Češi do divadla chodí častěji* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pocty-muzei-a-divadel-rostly-v-cr-i-sr-cesi-do-divadla-chodi-casteji/859286>

ČESKO, 1992. Zákon číslo 239 ze dne 14. dubna 1992 o Státním fondu kultury České republiky. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. [cit. 2013-06-28]. Dostupné z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kATrMjYG4jsJ:www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/statni-fond-kultury-cr/Zakon-o-statnim-fondu-kultury-CR-v-aktualnim-zneni.rtf+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2011. *Návštěvnost památkových objektů* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/570022D0B1/\\$File/a-331711a1.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/570022D0B1/$File/a-331711a1.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2012. *Vybrané údaje o muzeích a galeriích v jednotlivých regionech České republiky v roce 2011* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/700041472D/\\$File/3302122b.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/700041472D/$File/3302122b.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2013. *Příjmy a výdaje kulturních institucí podle poskytovatelů kulturních služeb v roce 2011*. [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/7F001CEA3E/\\$File/3318134b.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/7F001CEA3E/$File/3318134b.pdf)

DIVADLO.CZ, 2013. *Nová stálá expozice Magický svět loutek v Muzeu loutkářských kultur v Chrudimi* [online]. [cit. 2013-08-06]. Dostupné z: <http://www.divadlo.cz/nova-stala-expozice-magicky-svet-loutek-v-muzeu-lo>

FRIČA, Štefan, 2009. Financování muzeí a galerií v národohospodářských souvislostech. In: *Asociace muzeí a galerií v České republice* [online]. [cit. 2013-06-28]. Dostupné z: http://www.cz-museums.cz/web/muzea_zmeny/archiv/konference-2009/prispevky-a-prezentace

GALVASOVÁ, Iva, 2008. *Průmysl cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 262 s. [cit. 2013-06-27]. ISBN 978-808-7147-061. Dostupné z: http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf

GOOGLE MAPY, © 2013. [online]. [cit. 2013-08-07]. Dostupné z: <https://maps.google.com/>

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

HOFBAUER, Břetislav, 2004. *Děti, mládež a volný čas*. Vyd. 1. Praha: Portál, 176 s. ISBN 80-717-8927-5.

CHRUDIM, 2011. *Základní informace* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.chrudim.eu/mesto/o-chrudimi/zakladni-informace.html>

CHRUDIM-NÁVŠTĚVNÍK.CZ, © 2008-2013. *Procházka po městě Chrudim*. [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.chrudimsky.navstevnik.cz/o-meste/prochazka-po-meste/>

ICOM, © 2010. *Co je ICOM* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://network.icom.museum/icom-czech/icom/co-je-icom/>

ICOM ČESKÁ REPUBLIKA, © 2010. *Gloria Musaealis* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://network.icom.museum/icom-czech/muzea/gloria-musaealis/>

ICOM ČESKÁ REPUBLIKA, © 2010. *Modrý štít* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://network.icom.museum/icom-czech/partneri/modry-stit/>

IDNES.CZ, 2012. *Loutkářské muzeum po 40 letech hledá logo, staré vypadalo jako flek* [online]. [cit. 2013-07-07]. Dostupné z: http://pardubice.idnes.cz/muzeum-loutkarskych-kultur-v-chrudimi-hleda-nove-logo-vizualizace-1fx-/pardubice-zpravy.aspx?c=A120718_124314_pardubice-zpravy_klu

ITRAS, © 2009–2013. *Resselovo náměstí se starou radnicí v Chrudimi* [online]. [cit. 2013-08-07]. Dostupné z: <http://itras.cz/penzion-market/galerie/4913/>

KESNER, Ladislav, 2005. *Marketing a management muzeí a památek: od přípravy expozice k prožitku návštěvníka, budování publika, strategický management, komunikace a propagace, rozvoj finančních zdrojů, kultura a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 304 s. ISBN 8024711044.

LIDOVKY.CZ, 2013. *Praha láká na památky. Kam chodí návštěvníci nejčastěji?* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: http://cestovani.lidovky.cz/praha-laka-na-pamatky-kam-chodi-navstevnici-nejcasteji-ppm-/aktuality.aspx?c=A130228_104428_aktuality_mc

MINISTERSTVO KULTURY, 2001. *Kulturní politika* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: http://www.nulk.cz/files/kestazeni/kulturni_politika.pdf

MINISTERSTVO KULTURY, 2006. *Koncepce účinnější podpory umění na léta 2007-2013* [online]. [cit. 2013-06-28]. Dostupné z: http://www.mkcr.cz/assets/umeni/Koncepce___inn_j___podpory_um_n__na_l_ta_2007-2013.doc

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, 2006. *Strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007 - 2013* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-na>

MINISTERSTVO KULTURY, © 2007 *Príspevkové organizace* [online]. [cit. 2013-06-28]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/prispevkove-organizace/default.htm>

MINISTERSTVO KULTURY, 2008. *Komparace systémů finanční podpory kultury v ČR s vybranými vyspělými státy* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/Studie-a-analyzy/Komparace-systemu-financni-podpory-kultury-v-CR-s-vybranymi-vyspelymi-stat.pdf>

MINISTERSTVO KULTURY, 2008. *Koncepce účinnější péče o movité kulturní dědictví v České republice na léta 2010 – 2014* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/.../koncepce/KONCEPCE.doc

MINISTERSTVO KULTURY, 2008. *Meziresortní koncepce aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity do roku 2015* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/vyzkum-a-vyvoj/Koncepce---finalni-verze.pdf>

MINISTERSTVO KULTURY, 2009. *Podkladová studie ke státní kulturní politice* [online]. [cit. 2013-07-05]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/priprava-kulturni-politiky/4.priloha.doc

MINISTERSTVO KULTURY, 2009. *Státní kulturní politika České republiky 2009-2014* [online]. 108 s. [cit. 2013-06-28]. ISBN 978-80-86310-83-1. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf>

MINISTERSTVO KULTURY, 2010. *Koncepce rozvoje knihoven ČR na léta 2011 - 2015* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: http://www.mkcr.cz/assets/literatura-a-knihovny/Koncepce_rozvoje_knihoven_2011-2015.pdf

MINISTERSTVO KULTURY, 2013. *Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi* [online]. [cit. 2013-08-06]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/zpravodajstvi/kalendar-akci/muzea/muzeum-loutkarskych-kultur-v-chrudimi-76577/>

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ, 2004. *Strategie udržitelného rozvoje České republiky* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: [http://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/strategie_uzrzelneho_rozvoje/\\$FILE/KM-SUR_CR-20100114.pdf](http://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/strategie_uzrzelneho_rozvoje/$FILE/KM-SUR_CR-20100114.pdf)

MUZEUM LOUTKÁŘSKÝCH KULTUR, © 2011. [online]. [cit. 2013-07-07]. Dostupné z: <http://www.puppets.cz/>

MUZEUM REGIONU VALAŠSKO, © 2009. [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.muzeumvalassko.cz/>

NÁRODNÍ INFORMAČNÍ CENTRUM PRO MLÁDEŽ, 2009. *Muzea a galerie v Pardubickém kraji*. [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: <http://www.nicm.cz/muzea-a-galerie-v-pardubickem-kraji>

NIPOS, 2013. *Kultura České republiky v číslech za rok 2012* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/Kultura_v_cislech_2013_web.pdf

NIPOS, 2013. *Návštěvnost muzeí a galerií v krajích ČR* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_muzei_2012.pdf

NIPOS, 2012. *Základní statistické údaje o kultuře v České republice: Kulturní dědictví* [online]. [cit. 2013-07-06]. ISBN 978-80-7068-022-3. Dostupné z: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Statistika_kultury_2011_I.KULTURNI-DEDICTVI_web.pdf

NIPOS, 2011. *Základní statistické údaje o kultuře v České republice: Kulturní dědictví* [online]. [cit. 2013-07-06]. ISBN 978-80-7068-245-6. Dostupné z: http://www.niposmk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Statistika-2009_1dil_100922.pdf

NIPOS, 2008. *Základní statistické údaje o kultuře v České republice: Kulturní dědictví* [online]. [cit. 2013-07-06]. ISBN 978-80-7068-224-1. Dostupné z: http://new.niposmk.cz/wp-content/uploads/2009/03/statistika_kultury_2007en.pdf

NIPOS, 2001. *Základní statistické údaje o kultuře v České republice: Kulturní dědictví* [online]. [cit. 2013-07-06]. ISBN 80-7068-160-8. Dostupné z: http://new.niposmk.cz/wp-content/uploads/2009/03/statistika_kultury_2001.zip

PARDUBICKÝ KRAJ, © 2011. *Koncepce rozvoje muzejnictví Pardubického kraje v letech 2010 – 2015* [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: <http://www.pardubickykraj.cz/viewDocument.asp?document=18741>

PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ, 2008. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 199 s. ISBN 978-80-7357-347-8.

PÁVKOVÁ, Jiřina, 2002. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Portál, 231 s. ISBN 8071787116.

PETROVÁ, Pavla, 2012. *Czech republic: Country Profile* [online]. [cit. 2013-06-27]. Dostupné z: http://www.culturalpolicies.net/down/czechia_ol_072012.pdf

RADA GALERIÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2013. *O nás* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: http://www.radagalerii.cz/frame_rada_cz.html

RADA PRO VÝZKUM, VÝVOJ A INOVACE, 2005. *Strategie hospodářského růstu* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.vyzkum.cz/storage/att/2E19C964AA2946D68D17482DC5DDFA0D/SHR%20Expert%20Final.pdf>

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVIS, © 2012. *Chrudim* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=571164>

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVIS, © 2012. *Pardubický kraj* [online]. [cit. 2013-08-02]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/pardubicky-kraj>

REGIONÁLNÍ MUZEUM V CHRUDIMI, © 2009. *Historie muzea* [online]. [cit. 2013-07-06]. Dostupné z:

http://www.muzeumcr.cz/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=31&Itemid=54

SANDELL, Richard a Robert R. JANES, 2007. *Museum Management and Marketing*. 1. vyd. London: Routledge, 420 s. ISBN 978-0-415-39629-5.

SPOUSTA, Vladimír et al., 1996. *Kapitoly z pedagogiky volného času*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 37 s. ISBN 80-210-1274-9.

ŠEBEK, František, 2000. *Regionální muzea v době reformy veřejné správy v ČR*. Praha: Asociace českých a moravskoslezských muzeí a galerií, 69 s. ISBN 80-238-6630-3.

VÁŽANSKÝ, Mojmír et al., 1995. *Základy pedagogiky volného času*. 1. vyd. Brno: Paido, 176 s. ISBN 80-901-7379-9.

ŽÁKOVÁ, Eva et al., 2011. *Kulturní a kreativní průmysly v České republice* [online]. [cit. 2013-06-28]. ISBN 978-80-7008-009-2. Dostupné z: <http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-ceske-republice.pdf>

Osobní konzultace:

Ing. Martin Kořenek – zaměstnanec reklamní agentury Motýl Media s. r. o.

Petr Vizina – student Fakulty informačních technologií Vysokého učení technického v Brně

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
Atd.	A tak dále
Č.	Číslo
Cca	Cirka
CES	Centrální evidence sbírek
Cm	Centimetr
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EHP	Evropský hospodářský prostor
ICA	Mezinárodní rada archivů
ICBS	Mezinárodní komitét Modrý štít
ICOM	Mezinárodní rada muzeí
ICOMOS	Mezinárodní rada pro památky a sídla
IFLA	Mezinárodní federace knihovnických asociací
Kč	Koruna česká
Km	Kilometr
Ks	Kus
Mil.	Milion
MK	Ministerstvo kultury
Mld.	Miliarda
Např.	Například
NIPOS	Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
NUTS	Nomenklatura územních statistických jednotek

PK	Pardubický kraj
Popř.	Popřípadě
ROP	Regionální operační program
TB	Terabyte
Tis.	Tisíc
Tzv.	Takzvaný
UNESCO	Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Pardubický kraj.....	49
Obrázek 2 Typické panorama města Chrudim	61
Obrázek 3 Poloha města Chrudim	62
Obrázek 4 Mydlářovský dům	62
Obrázek 5 Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi	64
Obrázek 6 Organizační schéma muzea	72
Obrázek 7 Loutky tzv. smíchové kultury.....	86
Obrázek 8 Loutkářství 19. století.....	86
Obrázek 9 Loutky rodinného a spolkového divadla	87
Obrázek 10 Asijské stínové loutky	87
Obrázek 11 Resselovo náměstí v Chrudimi.....	91
Obrázek 12 Trasa od Muzea Loutkářských kultur na Resselovo náměstí v Chrudimi.....	92

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Příspěvkové organizace MK ČR.....	28
Tabulka 2 Muzea v Pardubickém kraji	54
Tabulka 3 Vstupné	70
Tabulka 4 Položkový rozpočet digitalizace	88
Tabulka 5 Položkový rozpočet reklamní kampaně	93

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Vývoj počtu muzeí v ČR	41
Graf 2 Počet muzeí v ČR dle krajů	42
Graf 3 Vývoj počtu expozic a výstav v ČR	43
Graf 4 Vývoj návštěvnosti muzeí v ČR	44
Graf 5 Návštěvnost muzeí v ČR dle krajů za rok 2011	46
Graf 6 Vývoj příjmů muzeí v ČR	48
Graf 7 Vývoj počtu muzeí v PK	52
Graf 8 Vývoj počtu expozic a výstav muzeí v PK	53
Graf 9 Vývoj počtu návštěvníků muzeí v PK	56
Graf 10 Nejnavštěvovanější muzea v PK	57
Graf 11 Podíl okresů na celkové návštěvnosti muzeí v PK	59
Graf 12 Vývoj návštěvnosti muzea v letech 2000 – 2011	67
Graf 13 Srovnání vývoje návštěvnosti Muzea loutkářských kultur a Regionálního muzea v Chrudimi	68
Graf 14 Složení návštěvníků muzea	69
Graf 15 Kategorizace vstupného	70
Graf 16 Vývoj příjmů muzea v letech 2000 – 2011	71
Graf 17 Členění zaměstnanců muzea podle věku	73