

Shrnutí analytické části

Následující text shrnuje dvanáct zásadních potenciálů a patnácti zásadních problémů pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví v Brně, které zasazuje do šesti tematických oblastí:

- **Podmínky pro rozvoj kvality**
- **Kultura a vzdělávání**
- **Spolupráce a propojování**
- **Renomé**
- **Publikum**
- **Dostupnost a soužití**

Kapitola je výstupem všech předchozích analytických kroků (viz předchozí kapitola “Jak strategie vznikala”). Staví především na aktualizaci SWOT analýz Mapování kultury a kreativních odvětví v Brně, které doplňuje závěry plynoucími z dalších podkladových materiálů:¹

- **Mapování kultury a kreativních odvětví města Brna (JIC pro Statutární město Brno, 2014)**
- **Program rozvoje kultury města Brna (DHV pro Statutární město Brno, 2012)**
- **Kultura a kreativní odvětví v Brně - Aktualizace SWOT analýz z Mapování kultury a kreativních odvětví v Brně**
- **Evaluace Plánu rozvoje kultury města Brna**
- **Přehled financování kultury městem Brnem**

¹ Všechny dokumenty jsou ke stažení na

<http://kulturniparlament.brno.cz/strategicke-planovani-kultury/analyticke-podklady/>

Podmínky pro rozvoj kvality

Brněnská kulturní a kreativní obec si vetkla do vize být v roce 2050 špičkovou, unikátní a mezinárodně uznávanou. Taková kvalita je závislá mimo jiné na podmínkách pro rozvoj odvětví. Z analýz vyplývá, že Brno má rozhodně na čem stavět. Má pestrou a širokou kulturní a kreativní scénu aktivní ve všech odvětvích, jsou zde silné instituce i tisíce malých a středních subjektů. Může ve většině odvětví navazovat na bohatou tradici včetně pro Brno specifického experimentátorství, inovátorství a nadhledu.

Na druhé straně ale analytické kroky ukázaly řadu problémů, které bude potřeba řešit, aby se brněnská scéna opravdu špičkovou mohla stát. Jde o nedostatečné a neadekvátně zacílené financování, obecně nevyužitý potenciál mnoha akcí, lidí či trendů, nekoncepčnost města v oblasti managementu kultury, nedostupnost prostor pro tvorbu a prezentaci a nefunkční územní plánování.

Pozn.: Personální podmínky jsou zde řešeny pouze z pohledu finančního ohodnocení, výrazněji se jim pak věnuje další tematický celek "Kultura a vzdělávání".

Potenciál 1: Množství nabídky i subjektů, silná institucionální základna, žánrová rozmanitost

- **Velké množství zavedených kulturních institucí, akcí, souborů**
- **Vybudovaná silná institucionální infrastruktura (příspěvkové organizace města, Jihomoravského kraje a Ministerstva kultury ČR, soukromé instituce)**
- **Více jak 11 tisíc ekonomicky aktivních subjektů v oblasti kultury a kreativních odvětví, 10 % všech ekonomických subjektů ve městě**
- **Celková odhadovaná zaměstnanost v KKO je 20 779 osob, odhadovaný obrat subjektů KKO v Brně je okolo 24 038 mil. Kč**
- **Žánrová rozmanitost všech KKO**
- **Výrazné kulturní památky (zejm. Vila Tugendhat zapsaná v roce 2001 na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO), Členství ve sdružení České dědictví UNESCO**

Detailněji jsou celkové ukazatele za KKO, jednotlivé oblasti a jejich úspěchy i silné subjekty v rámci jednotlivých odvětví rozpracovány v Mapování kulturních a kreativních odvětví v Brně (JIC, 2014). Zde tedy jen shrneme, že Brno má velmi pestrou, žánrově rozmanitou nabídku na poli kultury, silné velké instituce a početnou a pestrou nezřizovanou scénu. Má tedy o co pečovat a z čeho vybírat. Není potřeba nic stavět od začátku, jen brněnské scéně dodat "vítr do plachet". Na rozdíl od jiných měst nemá Brno jasně dominantní oblast kulturních a kreativních odvětví. Mnohé z nich jsou na velmi vysoké úrovni, navzájem se propojují a doplňují. I s těmi menšími potom dohromady vytváří svébytnou mozaiku kultury a kreativity.

Základem páteřní infrastruktury jsou veřejné kulturní příspěvkové organizace:

- Statutární město Brno
 - Národní divadlo Brno
 - Filharmonie Brno
 - Dům umění města Brna
 - Centrum experimentálního divadla (HaDivadlo, Divadlo Husa na provázku, Divadlo U stolu)
 - Městské divadlo Brno

- Divadlo Radost
- Knihovna Jiřího Mahena v Brně
- Muzeum města Brna
- Hvězdárna a planetárium Brno
- Turistické informační centrum²
- Filmová kancelář Brno (vznik 2017, součást Turistického informačního centra)
- Jihomoravský kraj
 - Ústav archeologické památkové péče Brno
 - (školy jsou uvedeny v kapitole Kultura a vzdělávání)
- Ministerstvo kultury
 - Moravské zemské muzeum
 - Moravská galerie v Brně
 - Technické muzeum v Brně
 - Muzeum Romské kultury v Brně
 - Moravská zemská knihovna v Brně

Aktéři kulturní a kreativní scény se nicméně shodují, že by páteří sítě neměla být koncipována pouze jako souhrn příspěvkových organizací, ale měla by zahrnovat i další subjekty v podstatě ve všech odvětvích.

Bohatou nabídku vnímají také obyvatelé města. Dle nedávno provedeného výzkumu “Jaké chcete Brno” (Focus, 2017) je **celková míra spokojenosti s vybaveností města Brna pro kulturní a společenské vyžití vysoká**. 91 % všech respondentů je s nabídkou a možnostmi v této oblasti spokojeno (67 % nicméně “spokojeno s výhradou”). Obyvatelé Brna navíc uvádí právě **dostatek kulturních a společenských akcí** a dobré **kulturní vyžití** spontánně na prvním místě mezi výhodami života v Brně. Až v závěsu za nimi jsou udávány například nabídka pracovních příležitostí nebo relevantní blízkost a fungující a dostupná MHD.

Potenciál 2: Tradiční inovace s nadhledem

- **Tradice mnoha uměleckých a kreativních odvětví**
- **Tradiční centrum uchování a rozvoje moravských tradic, lidových umění, folklorismu a kulturního dědictví**
- **Přívlastek “nové” přiřknutý Brnu díky mimořádné modernistické progresi ve dvacátých a třicátých letech minulého století (Leoš Janáček, Erich Wolfgang Korngold, Pavel Haas, světová premiéra baletu Romeo a Julie Sergeje Prokofjeva, brněnský funkcionalismus, rozvoj masových médií, živá hudba v kavárnách a barech i divoké výstřelky brněnské pobočky skupiny Devětsil)**
- **Tradičně experimentální hudební a divadelní scény**
- **Silná literární tradice i současné experimentální a/či satirické aktivity**
- **Zmenšující se, přesto stále velký počet industriálních brownfields s nezaměnitelnou atmosférou**
- **Propojování výtvarného umění a herního průmyslu**
- **Výrazné aktivity v oblasti nových médií**

² K 1. 1. 2017 nastaly dvě zásadní změny: Hvězdárna a planetárium Brno přechází z resortu kultury pod Oddělení spolupráce a rozvoje a naopak nově je odbor kultury odvětvovým odborem kulturní divize Turistického informačního centra.

Ačkoliv mají v podstatě všechny umělecké a kreativní obory v Brně silnou tradiční základnu, a zároveň je město přirozeným centrem uchování a rozvoje okolního lidového umění a tradic, brněnské kulturní a kreativní scény velmi silně tíhnou k experimentování s novými formami i obsahy a snaží se držet krok s posledním vývojem odvětví ve světě. Tradice a inovace nejenže v Brně umí žít vedle sebe, ony se synergicky propojují do celku, který dělá z inovace tradici. Celý tento mix je navíc okořeněn pro Brno typickým nadhledem, humorem a nadsázkou. Je to perfektní základ pro udržení a rozvoj unikátnosti brněnských kulturních a kreativních scén.

Potenciál 3: Kultura jako motor rozvoje / revitalizace

- **Ekonomický rozvoj města**
- **Revitalizace brownfields a přes ní podpora ekonomického rozvoje města**
- **Dočasně volné prostory**
- **Veřejná prostranství**
- **Kreativní centrum Brno a Janáčkovo kulturní centrum**
- **Vila Tugendhat na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO jako jedno z hlavních turistických lákadel města**
- **Brno jako Kreativní město hudby UNESCO a Evropské hlavní město kultury (2028)**
- **Brněnská kultura jako rozvojový faktor celé metropolitní oblasti**

Tento potenciál je implicitně obsažen v celé analytické části strategie, nicméně na tomto místě je zapotřebí explicitně vyzdvihnout potenciál kultury coby nástroje, motoru rozvoje města. Kultura může výrazně pomoci ekonomickému růstu, ale také revitalizaci konkrétních území, objektů dlouhodobě či dočasně nevyužívaných, oživovat veřejná prostranství a zvyšovat tak kvalitu života ve městě apod. Specifickým potenciálem v tomto ohledu jsou projekty Kreativního centra Brno a Janáčkova kulturního centra jako významných zdrojů pro ekonomický rozvoj města i zvyšování jeho renomé. Janáčkovo kulturní centrum samozřejmě nabídne rozvoj samotné Filharmonii Brno a dalším aspektům brněnského kulturního života (viz další části analytického shrnutí). Podobně bude pro renomé města i jeho kulturní scény přínosem, pokud získá prestižní tituly jako je Kreativní město hudby UNESCO, nebo Evropské hlavní město kultury. Již nyní město těží ze zapsání Vily Tugendhat na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Vila Tugendhat bude bezesporu i nadále jednou z hlavních turistických atrakcí města.

Problém 1: Nevyváženost financí v kultuře, podfinancované organizace, nehospodárnost

- **Nevyhovující struktura dotačních programů (různé důvody a směry kritiky), nesystematičnost, nestrategičnost, absence evaluace efektu/dopadu**
- **Nedostatek prostředků v dotačních programech, nevyváženost prostředků pro zřizovanou a nezřizovanou scénu**
- **Neuspokojivé legislativní nastavení provozu příspěvkových organizací v kultuře (nevyhovující právní forma příspěvkové organizace, nemožnost spoluzřizování organizací krajem a státem, absence zásadnějšího kofinancování velkých příspěvkových organizací ze strany státu a kraje)**
- **Obtížné získávání kofinancujících zdrojů (nedostatečná filantropie, nedostatek dalších grantových zdrojů či nedostatečný přehled o nich)**

- **Nedostatečné platové ohodnocení v rámci celého odvětví**
- **Nedostatek lobbingu za posílení financování kultury jak z veřejného, tak ze soukromého sektoru**
- **Absence komplexního řešení financování kultury**

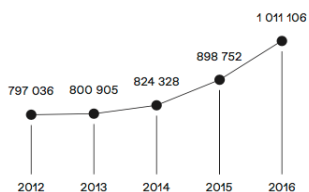
Finanční otázka se táhla jako červená nit všemi jednáními Advokačních skupin, SWOT analýzami i rozhovory s jednotlivými zástupci KKO. Ačkoliv město na kulturu vydává téměř 9 % svého rozpočtu (v roce 2016 činily výdaje města Brna na kulturu 1 011 106 tis. Kč), přesto se dlouhodobě nedaří vyřešit základní problémy. I přes vysoká čísla rozpočtu je dle odvětví dlouhodobě podfinancováno. Zásadním důvodem je nevyhovující legislativní prostředí, které neumožňuje spoluzřizování kulturních organizací více subjekty samosprávy/státní správy. “Velké” kulturní organizace, jako jsou Filharmonie Brno, Národní divadlo Brno či Městské divadlo Brno jsou tak téměř stoprocentně financovány z městského rozpočtu, což limituje možnosti města v ostatních oblastech.

Proběhla transformace dotačních programů, ale stále je dle kritiky možné programy vylepšovat směrem k multižánrovosti, tematicnosti, podpoře začínajících subjektů a jednotlivců, zmenšování administrativní zátěže apod. Jako velký problém je vnímán nízký objem prostředků v dotačních programech, resp. nevyvážený poměr mezi prostředky plynoucími zřizovaným institucím a nezřizované scéně. S tím úzce souvisí často zmiňovaná potřeba “odlehčit” městskému rozpočtu zásadnějším zapojením státu a kraje do financování některých významných příspěvkových organizací. Z úst zástupců některých městských částí také zaznívá kritika nízkého objemu prostředků, které jim magistrát poskytuje na kulturu.

Jedním z hlavních problémů v oblasti finančních prostředků jsou nízké mzdy pracovníků v kultuře. Průměrné platy zaměstnanců příspěvkových organizací každoročně rostou, přesto se stále nacházejí pod průměrnou mzdou České republiky (viz Tabulka 2).

Graf 1 a Tabulka 1: Celkové výdaje statutárního města Brna na kulturu

Součet běžných a kapitálových výdajů v tis. Kč.



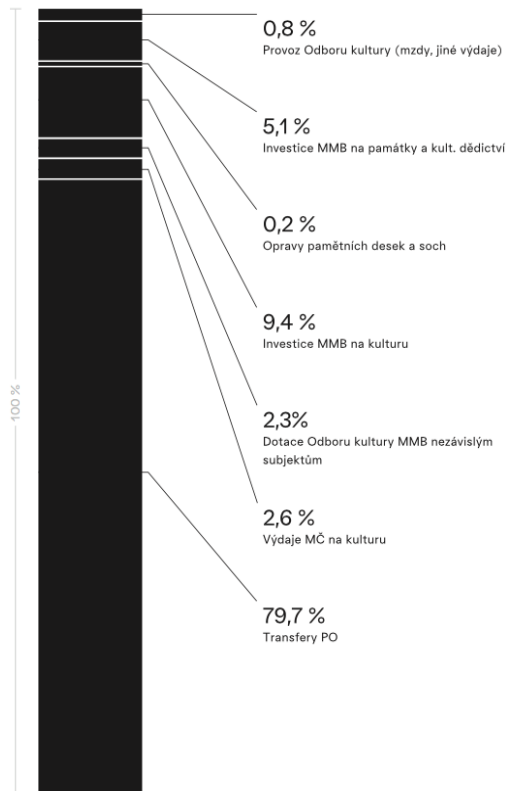
	2012	2013	2014	2015	2016	celkem
Divadelní činnost	528 461	525 873	558 051	585 847	700 161	2 898 393
Hudební činnost	64 409	80 660	71 163	84 984	88 025	389 241
Filmová tvorba, distribuce, kina a archiválie	273	258	951	1 900	6 494	9 876
Činnosti knihovnické	49 110	48 967	81 889	70 864	70 880	321 710
Činnosti muzeí a galerií	108 770	44 454	64 868	59 062	62 963	340 117
Vydavatelská činnost	0	0	1042	1 800	1 412	4 254
Výstavní činnosti v kultuře	13 667	15 886	17 118	19 759	20 125	86 555
Ostatní záležitosti kultury	32 346	84 807	29 246	74 536	61 046	405 0146
Kultura celkem	797 036	800 905	824 328	898 752	1 011 106	

Tabulka 2: Průměrné mzdy zaměstnanců příspěvkových organizací v Brně

Zdroj: Přehled financování kultury městem Brnem v letech 2012–2016.

Přísp. org.	2012		2013		2014		2015		2016	
Průměr ČR	25 067 Kč		25 035 Kč		25 768 Kč		26 467 Kč*		-	
	Celkem	Um.	Celkem	Um.	Celkem	Um.	Celkem	Um.	Celkem	Um.
NdB	19 122	20 458	19 543	21 208	20 009	21 766	21 506	24 286	23 722	27 141
CED	15 272	17 055	15 553	17 447	19 110	20 563	21 150	23 743	23 624	23 684
MdB	20 526	23 135	21 095	23 667	21 022	23 525	22 354	24 771	23 093	25 909
Divadlo Radost	18 055	20 591	17 968	20 740	18 782	22 390	19 885	23 167	20 236	22 105
Filharmonie Brno	21 040	20 917	21 665	21 530	21 774	21 505	24 114	23 862	25 219	25 403
Knihovna J.M. v Brně	17 258	17 496	17 845	17 798	18 514	18 047	19 040	18 558	18 883	18 609
Muzeum m. Brna	-		-		18 419		19 059		19 969	
Dům umění m.B.	18 109		18 403		18 467		19 408		18 837	
Hvězdárna a planet. Brno	24 066		23 825		24 015		26 136		25 910	

Graf 2: Rozložení celkových výdajů statutárního města Brna na kulturu 2012—2016)



Problém 2: Nevyužitý potenciál

- Nevyužitá významná jména, akce a další počiny pro podporu rozvoje scény i marketing města a brněnské kultury za jeho hranicemi
- Zánik či odchod akcí a subjektů, které byly unikátní (např. Marketing Festival, Design centrum)
- Nedostatečné využití výrazné kulturní minulost Brna a kulturního dědictví
- Nedostatečné využití specifik brněnské kultury (experiment, nadsázka atd.)
- Neschopnost (nebo neochota) zabránit ztrátám architektonického dědictví 20. století a industriálního dědictví
- Dosud nevyužitá možnost vytvořit ve městě kreativní centrum (hub) saturující některé z potřeb kreativní scény a případně oživující některý z brownfields (příklad stále nedořešeného Kreativního centra Brno v objektu bývalé káznice na ul. Cejl)

Zástupci brněnské kulturní a kreativní obce opakovaně mluví o nevyužitém potenciálu. Jako by Brnu stále něco utíkalo mezi prsty. Problém je spojen s faktem, že neexistuje definice jasných cílů kulturní politiky, ani definice kvality (resp. definování, jak kvalitu město posuzuje). Neexistuje ani promyšlený systém, který by kvalitní projekty podporoval, ani způsob, jak obecně rozeznávat potenciály a reagovat na ně.

Problém 3: Nekompetence a nesystematičnost města v oblasti kultury

- **Nesystematičnost, nekompetence města v oblasti kultury (chybí strategické činnosti, koordinace a iniciace rozvoje brněnské kultury, tvorba systému naplňujícího strategické cíle)**
- **Absence jasné a transparentní kulturní politiky města**
- **Absence proaktivního přístupu města ke kultuře a kreativním odvětvím**
- **Neschopnost využít potenciálu kultury a kreativních odvětví k rozvoji města ve všech nabízejících se rovinách: kulturní, ekonomické, sociální, urbanistické, budování renomé atd., vč. řešení specifických problémů typu ožívování brownfields**
- **Nedostatečné napojení kultury a kreativních odvětví s prioritami v oblasti výzkumu, vzdělávání a inovaci v rámci Strategie pro Brno**
- **Absence pravidelného mapování kultury a kreativních odvětví (proběhlo pouze v roce 2013) a systematického sběru dat**
- **Absence pravidelné odborné evaluace naplňování účelu, za kterým jsou kulturní příspěvkové organizace zřizovány**
- **Nízký význam kultury v očích volených zástupců, ale i vyšších úředníků z ostatních městských odborů, absence přehledu o kvalitě**
- **Absence veřejných debat, špatná komunikace úřadů s občany, minimální participace odborné veřejnosti města na tvorbě kulturní politiky, nedořešený status/role a struktura Brněnského kulturního parlamentu**
- **Nezájem města o nezřizovanou scénu pocíťovaný zástupci všech odvětví**
- **Absence podpory masovějšího vzniku uměleckých děl ve veřejném prostranství (“procenta z investice” apod.)**
- **Vypisování veřejných zakázek městem s krátkými termíny (nelze je pak kvalitně zpracovat a participativně řešit) či s neadekvátním nastavením**

Aktéři KKO shodně kritizovali neschopnost města adekvátně, systematicky a odborně zabezpečovat management kultury a spojená témata na úrovni města. Město nemá jasnou a transparentní kulturní politiku. Odbor kultury se omezuje v podstatě pouze na administrativní výkon správy a kontroly nad příspěvkovými organizacemi (čemuž odpovídá i složení rozpočtu) a i v tomto ohledu je kritizován za absenci evaluace a širšího zadání pro příspěvkové organizace. Nefunguje strategická role odboru ani role iniciátora rozvoje). Město neumí využít potenciálu kultury a kreativních odvětví k rozvoji města (jak se stalo v první polovině 20. století). Další kritika se týkala stále se měnících podmínek pro spolupráci či podporu města, podceňování významu a přínosu kultury, pocitu nezájmu ze strany politiků, zadávání veřejných zakázek v oblasti KKO, atd. Město jednoduše není velkou částí kulturní a kreativní obce považováno za fundovaného a spolehlivého partnera a po minulých zkušenostech už od města něco kvalitativně odlišného nečeká.

Problém 4: Nedostatek vyhovujících prostor pro tvorbu a prezentaci

- **Vysoké nájem, i v městských objektech**
- **Velké množství prázdných a nevyužívaných objektů (tzv. Brownfields, ale i dočasně prázdné objekty, obchodní plochy, veřejná prostranství, proluky apod.)**
- **Absence sdílení prostor zřizovaných institucí s nezřizovanou scénou**
- **Nevyhovující sál Filharmonie Brno**

- **Absence stagiony pro současný tanec, pohybové divadlo, nový cirkus**

Pro velkou část, zejména začínajících subjektů v KKO jsou nájmy ateliérů, zkušeben, tanečních či divadelních sálů apod. nedostupné. Nedostupné jsou ale i nájmy v obecních nemovitostech, a to dokonce i ty nekomerční. Nezřizovaná scéna tak pociťuje obecný nedostatek vyhovujících prostor.

V Brně je také velký počet městem a městskými částmi vlastněných a stále nevyužívaných brownfields, často s neopakovatelnou industriální atmosférou či kulturně-památkovou hodnotou. Pro kulturu a kreativní odvětví to mohou být vhodné a dostupné prostory pro tvorbu, prezentaci apod., stejně jako naopak kulturní a kreativní aktivity mohou opuštěné prostory oživit, pomoci s revitalizací objektů i celých území. Aktuálním příkladem jsou aktivity oživující objekt bývalé káznice mezi ulicemi Cejl a Bratislavská, kde je plánován vznik Kreativního centra Brno.

Často zmiňovaným tématem je také absence sdílení různých zkušeben, sálů a dalších prostor příspěvkových organizací. Nezřizovaná scéna často nedosáhne ani na nekomerční ceny těchto organizací.

Zcela specifickým nedostatkem brněnské zejména hudební scény je zvukově a kapacitně nevyhovující sál, ve kterém hraje Filharmonie Brno. Tento problém je již nyní řešen přípravou stavby nového Janáčkova kulturního centra s moderním sálem, ve kterém by Filharmonie Brno měla působit.

Problém 5: Nefunkční územní plánování

- **Neaktuální a složitý územní plán**
- **Nejasné (nepředvídatelné) účelové vymezení částí města, budov, pozemků**

Brněnský územní plán není dostatečně aktualizovaný, nejsou jasná účelová vymezení jednotlivých částí města nebo konkrétních budov, objektů, pozemků. Situace omezuje možnosti adekvátního plánování, provazování architektury s dopravní infrastrukturou a občanskou vybaveností (vč. kultury) či revitalizace jednotlivých území.

Kultura a vzdělávání

Tato tematická oblast shrnuje potenciály a problémy na hranici mezi kulturou, kreativními odvětvími a vzděláváním. Množství a kvalita nabízeného vzdělávání je jeden z charakteristických rysů Brna. Výchozím bodem je vybudovaná silná základna vzdělávacích institucí zaměřených na kulturní a kreativní odvětví na všech vzdělávacích stupních, která poskytuje obyvatelům Brna kvalitní a pestrou nabídku oborového vzdělávání. Vysoko nadprůměrné je potom zastoupení vysokých škol, jejichž absolventi jsou uplatitelní v rámci kulturních a kreativních odvětví (viz Tabulka č. 2). Na druhé straně jako strategicky významné byly detekovány problémy se slabými znalostmi absolventů některých oborů (např. v oblasti managementu, finančního řízení, sebe prezentace apod.), nedostatečná spolupráce a komunikace, jak v rámci akademické sféry, tak i s budoucími potenciálními zaměstnavateli a subjekty kulturní a kreativní scény a omezené možnosti spolupráce s městem. Důraz byl kladen na využívání moderních přístupů ve výuce, možnosti multižánrového propojování a mezioborové spolupráce, zkvalitnění podmínek stáží studentů.

Pozn: Vzdělávání publika je řešeno v tematické oblasti Publikum

Potenciál 4: Silný, pestrý, na inovace orientovaný vzdělávací sektor s výrazným zastoupením uměleckých a kreativních oborů

- **13 vysokých škol, výzkumná a inovační centra**
- **Silný inovační potenciál zejména v IT a technologiích**
- **Silné sociální, humanitní obory**
- **Silné umělecké a kreativní obory**
- **Janáčkova akademie múzických umění, Masarykova univerzita, Mendelova univerzita a Vysoké učení technické nabízející vysokoškolské vzdělání v uměleckých a kreativních odvětvích**
- **17 středních škol se 70 obory a 4 vyšší odborné školy vyučující v kulturních a kreativních oborech³**
- **20 základních uměleckých škol**

Z pohledu kulturních a kreativních odvětví jde o možnosti spolupráce se silnými obory z oblasti IT technologií i humanitních či sociálních věd, které jsou silně inovativně orientované, mají vybudovanou mezinárodní prestiž atd., o produkci absolventů v oborech uplatňujících se v kreativních odvětvích a silné zastoupení samotného uměleckého vzdělávání pokrývající v podstatě všechny umělecké obory.

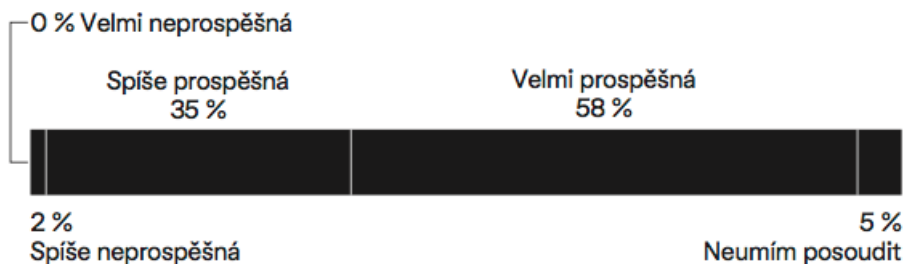
S vysokou kvantitou vysokoškolského vzdělávání souvisí i fakt, že pro velkou většinu (81 %) obyvatel Brna je otázka kvalitního a dostupného vzdělávání ve městě Brně důležitou oblastí a hodnotí přítomnost vysokých škol a univerzit jako prospěšné. (Graf 3).

Vzdělávání v uměleckých oborech zabezpečuje na nejnižším stupni síť (ve světě zcela unikátní) základních uměleckých škol, kterých je v Brně 20. Navazuje na ni 17 středních a vyšších odborných škol s kulturními a kreativními obory a poté řada oborů vysokoškolského vzdělání (viz Tabulka 3).

³ Mapování kulturních a kreativních odvětví v Brně, JIC 2014.

Graf 3: Hodnocení přítomnosti vysokých škol a univerzit v Brně

Zdroj: Sociologický průzkum „Jaké chcete Brno“ (Focus, 2017)



Tabulka 3: Vysoké školy s obory uplatňujícími se v kultuře a kreativních odvětvích

Zdroj: Mapování kultury a kreativních odvětví v Brně (JIC 2014)

Odvětví	Fakulty VŠ s vhodnými obory
Architektura	Fakulta architektury VUT Stavební fakulta VUT Zahradnická fakulta a Lesnická fakulta MZLU (zahradní a krajinářská architektura)
Literatura	Filozofická fakulta MU Fakulta sociálních studií MU
Reklama	<i>neexistuje přímé vzdělávání v Brně, pracovníci se rekrutují z celé škály fakult včetně:</i> Ekonomicko-správní fakulty MU Fakulty sociálních studií MU Fakulty informačních technologií VUT Filozofické fakulty MU Hudební i Divadelní fakulty JAMU
Výtvarné umění a trh s uměním	Fakulta výtvarných umění VUT Filozofická fakulta MU (dějiny umění) Fakulta informatiky VUT (multimédia) Pedagogická fakulta MU
Hudba	Hudební fakulta JAMU Filozofická fakulta MU (Ústav hudební vědy) Pedagogická fakulta MU
Design	Lesnická a dřevařská fakulta MZLU (design nábytku)

	<p>Fakulta strojního inženýrství VUT (průmyslový design)</p> <p>Fakulta výtvarných umění VUT (grafický design, průmyslový design)</p> <p>Fakulta informatiky MU (Počítačová grafika a zpracování obrazu)</p> <p>Fakulta informačních technologií VUT (počítačová grafiky a multimédia)</p>
Film a video	<p>Divadelní fakulta JAMU (Rozhlasová, televizní dramaturgie a scenáristika, Audiovizuální tvorba a divadlo), Hudební fakulta JAMU</p> <p>Filozofická fakulta MU (Ústav filmu a audiovizuální kultury)</p> <p>Fakulta sociálních studií MU (Mediální a komunikační studia)</p>
Scénická umění	<p>Divadelní fakulta JAMU</p> <p>Hudební fakulta JAMU</p> <p>Filozofická fakulta MU (Katedra divadelních studií)</p> <p>Fakulta výtvarných umění VUT (performance)</p>
Rozhlas a televize	<p>Divadelní fakulta JAMU (Rozhlasová, televizní dramaturgie a scenáristika)</p> <p>Hudební fakulta JAMU + VUT (mezioborové studium Audio inženýrství)</p> <p>Fakulta sociálních studií MU (Mediální a komunikační studia)</p>
Videohry a hry	<p><i>neexistuje přímo obor napříč ČR, ale fakulty ze kterých se vývojáři videoher často rekrutují jsou následující:</i></p> <p>Fakulta informačních technologií VUT</p> <p>Fakulta informatiky MU</p> <p>Filozofická fakulta MU (Teorie interaktivních médií)</p> <p>Fakulta výtvarných umění VUT (intermediální a digitální tvorba)</p> <p>Hudební fakulta JAMU</p>

	Střední a vyšší odborné školy
Střední odborné učiliště tradičních řemesel a Vyšší odborná škola, spol. s r.o.	Umělecké obory (Design interiéru, Design starého umění – starožitník, Uměleckořemeslné zpracování kamene, Umělecký keramik, Umělecký kovář a zámečnický, pasíř, Umělecký truhlář a řezbář, Vlášenkář a maskér)
Konzervatoř Brno, příspěvková organizace	Šestileté vyšší odborné vzdělání v oborech Hudba, Zpěv a Dramatické umění
Taneční konzervatoř, příspěvková organizace	Osmileté souběžné odborné a všeobecné vzdělání
Střední škola grafická, příspěvková organizace	Obory Polygrafie, Obalová technika, Reprodukční grafik pro média, Tiskař na polygrafických strojích a Technik dokončovacího zpracování tiskovin. Tyto obory jsou realizovány jako čtyřleté
Střední škola uměleckomanažerská, s.r.o	Multimediální tvorba
Střední škola umění a designu a Vyšší odborná škola Brno, příspěvková organizace	Malířství, lustrace, Fotografie, Nová média, Design oděvu, Ekotextil design, Motion design, Grafický design, Produktový design, Design interiéru, Design interiéru a textilu, Obchodní podnikání a propagace

Problém 6: Nízká či špatně profilovaná kvalifikace u absolventů některých oborů kulturních a kreativních odvětví, chybějící mezioborové znalosti

- **Nepřipravenost mladých umělců na vlastní propagaci a marketing (nedostatečná příprava ve škole i vlastní pasivita)**
- **Obecná kvalita absolventů v oblasti kultury vnímaná zástupci KKO jako nízká**
- **Slabá znalost manažerských dovedností, finančního řízení, autorského práva u absolventů**
- **Často nedostatečné dovednosti/znalosti resp. špatná úroveň i v základních oborech studia/uplatnění**
- **Slabá jazyková vybavenost absolventů**
- **Nízké povědomí o tematice interkulturního dialogu a diverzity managementu**
- **Nízká otevřenost škol akceptovat a učit nejnovější mezinárodní trendy**
- **Nedostatečná propojenost teoretických a praktických VŠ oborů**
- **Častá neschopnost kulturního sektoru definovat potřebný profil absolventa u jednotlivých profesí**
- **Neschopnost podfinancovaného kulturního sektoru ohodnotit kvalitní lidi (hledá se "Ferda Mravenec" za nízkou mzdou)**

Často zmiňovanými chybějícími či nedostatečnými znalostmi u absolventů jsou z pohledu zaměstnavatelů v kulturních a kreativních průmyslech uváděny: nedostatečná schopnost sebe prezentace, slabé marketingové dovednosti, nedostatek propojenosti teoretických a praktických oborů, chybí znalosti z finančního řízení a autorského práva, chybějící praxe a špatná jazyková úroveň (ať už v rodném, či cizím jazyce).

Zástupci vzdělávacích institucí naopak akcentují častou neschopnost odvětví definovat, jaké schopnosti, dovednosti a znalosti má absolvent konkrétního oboru mít. Šikovné lidi pak podfinancovaný kulturní sektor neumí zaplatit a tedy ani motivovat ke studiu daného oboru. Motivace pro profesní/profilové schopnosti se navíc vytváří v rámci práce s publikem na ZŠ a SŠ (zmíněno v částech Publikum a Dostupnost).

Problém 7: Nedostatečná spolupráce škol a praxe

- **Slabá spolupráce vzdělávacích institucí (všech stupňů) a kulturních institucí, resp. subjektů kreativních odvětví**
- **Málo a nekvalitní praxe během studia (v kulturních i kreativních odvětvích)**
- **Nedostatek zahraničních praxí**
- **Absence kvalitní supervize během praxí**

Jako nedostatečná je hodnocena spolupráce mezi školami a institucemi z praxe, neexistuje pro ni žádná formalizovaná platforma ani subjekt, který by ji zajišťoval. Nefungují dobře praxe během studia ani koordinace obsahu vzdělávání a sladování potřeb praxe a nabídky vzdělávacích institucí. Existují zde sice příklady dobré praxe (studentská produkce festivalu Encounter, Orchestrální akademie a Manažerská akademie Filharmonie Brno apod.) obecně je ale oblast vnímána za velmi podceněnou. Výsledek má zásadní vliv na uplatnitelnost absolventů v oboru.

Problém 8: Nedostatečné kompetence stávajících pracovníků, nedostatečné celoživotní vzdělávání

- **Specifické nedostatky v jednotlivých oborech**
- **Obecně artikulovaný nedostatek jazykových kompetencí, soft skills, kompetencí v oblasti řízení, managementu, marketingu apod.**
- **Málo specialistů (obzvláště kvalitních) uvnitř některých oborů (např. specialisté v architektuře, editoři v literatuře, některé filmařské profese, kreativci v reklamě, zvukaři, osvětlovači atd.)**
- **Nedostatek autorů (kvalitních zvláště) v některých oborech (literatura)**
- **Absence podporovaného systému celoživotního vzdělávání**
- **Absence systematické aktivity města v této oblasti**
- **Nedostatečná nabídka dalšího vzdělávání (v rozsahu i obsahu)**

Zástupci kulturních a kreativních odvětví artikulovali nedostatky v profesních dovednostech, kompetencích a dalších aspektech u stávajících pracovníků (tedy nikoliv absolventů), některé obory si stěžují na nedostatek specialistů a jednotlivých profesí (architektura, literatura, film...) či nedostatek mladých autorů (literatura). Spojeným problémem je absence dostupného celoživotního vzdělávání v daných oborech, stejně jako absence podporovaného a ideálně městem iniciovaného systému celoživotního vzdělávání.

Spolupráce a propojování

V Brně působí široké spektrum subjektů, které vytváří bohatou rozmanitou nabídku kultury a kreativity nejen pro jeho rezidenty, ale také pro návštěvníky města. Při tak velkém počtu subjektů je zjevná potřeba vzájemné koordinace, spolupráce, propojování a sdílení. Zástupci kulturní a kreativní scény v této souvislosti zmiňovali obrovský potenciál Brna spočívající v kombinaci jeho bohaté a pestré scény, a zároveň poměrně kompaktní velikosti města, kde se nakonec všichni tak trochu znají. Propojování lidí, žánrů apod. je v takové konstelaci mnohem jednodušší. Brno je také svou polohou, kdy z tří okolních hlavních měst je možné být v Brně během několika málo hodin, doslova předurčeno k bohatému propojování se scénami v Praze i okolními zeměmi. Na druhé straně je v této oblasti potřeba zmínit minimálně dva identifikované problémy. Prvním je pochopitelně samotný nedostatek platforem pro sdílení a spolupráci, uvnitř scény i mezi ní a městem. Druhým je konkurence Prahy a dalších měst vedoucí k odlivu šikovných a/či úspěšných lidí, nedostatku zakázek, vynechávání Brna na trasách turné světových interpretů apod. Třetí problémem je určitá izolovanost brněnské scény artikulovaná jako nedostatek importu i exportu kultury.

Potenciál 5: Propojování lidí, žánrů, odvětví, kultury a byznysu

- **V Brně se všichni známe**
- **Spolupráce a sdílení mezi subjekty, spolupracující komunita tvůrců**
- **Propojování žánrů a odvětví**
- **Nezávislost, neřízenost, decentralizovanost, flexibilita, transparentnost a přehlednost scény**
- **Možnosti pro propojování kultury a byznysu**
- **Potenciál v Brně žijících cizinců a menšin**

Souvisí to s velikostí Brna, kompaktností jeho centra a vysokým počtem lidí a subjektů aktivních v kultuře a kreativních odvětvích. V Brně se zkrátka všichni znají, potkávají se na koncertech, vernisážích či v kavárnách a všichni ve své profesi tak trochu tuší, kdo dělá co, jak a s kým spolupracuje. Navazují se více či méně spontánní spolupráce, vznikají projekty spojující různé žánry i odvětví a propojující umění a podnikatelské aktivity. Ačkoliv je tato oblast považována již nyní za silnou stránku Brna, je zde evidentně prostor pro další rozvoj. Ještě širší a aktivnější propojování a spolupráce je potenciálem pro vytváření nových neobvyklých projektů s ambicí překračovat hranice města i země. Potenciál k propojování nabízí také početné komunity cizinců a menšin žijících v Brně a jejich "skryté" kulturní dění.

Potenciál 6: Geografická poloha

- **Blížkost a dobré napojení významných kulturních center jako je Praha, Vídeň, Bratislava, Krakow**
- **Blížkost dalších "kreativních" měst jako je Ostrava, Zlín, Uherské Hradiště, Napajedla, Jihlava, Olomouc, Trenčín atd.**
- **Dostupnost turistům navštěvujícím širší okruh Střední Evropy**

Brno je vzdáleno od tří okolních hlavních měst jen pár hodin cesty. Praha je přirozeným partnerem druhého největšího města republiky, Bratislava - byť oddělená státní hranicí - je jazykově i kulturně blízká jaks automaticky a historické napojení na Vídeň se po čtyřicetileté nucené pauze pomalu obnovuje. Pro brněnské kulturní a

kreativní odvětví je to potenciál pro vzájemnou spolupráci a propojování i šance napojit se na širší kulturně motivovaný či kulturou obohacený turismus.

Problém 9: Nedostatečnost / absence platforem pro sdílení, propagaci a podporu

- Absence koordinace, sdílení
- Absence jednotného informačního systému
- Absence nástrojů pro společnou prezentaci a marketing brněnských kulturních organizací
- Nedostatek komunikace mezi kulturními institucemi navzájem i směrem k veřejnosti
- Nedostatek komunikace a koordinace mezi městem a kulturní/kreativní scénou
- Absence výrazné role / nekompetence města ve facilitaci spolupráce a propojování
- Absence platformy pro koordinaci naplňování potřeb MŠ, ZŠ a SŠ z hlediska obsahu a potřeb vzdělávacích plánů s kulturní scénou (dramaturgie a marketing)
- Nedořešený status, kompetence a struktura Brněnského kulturního parlamentu
- Nemožnost cizinců a menšin participovat na tvorbě kulturní politiky města
- Izolovanost uvnitř scény a neproniknutelnost pro nové subjekty (negativní efekty faktu, že “v Brně se všichni známe”)
- Absence podpory odvětvových asociací

Brněnská kulturní a kreativní scéna pociťuje nedostatek koordinace, komunikace a sdílení informací týkající se řady témat, jako je propagace, společné akce, koordinace termínů, nastavení grantového systému apod. Chybí adekvátní platforma jak uvnitř jednotlivých odvětví, tak pro celou scénu či pro koordinaci, komunikaci a sdílení mezi scénou a městskými orgány. Existuje a setkává se sice tzv. Brněnský kulturní parlament, ale stále mu chybí ustálená struktura, formalizace napojení na město, definování jeho role apod. Obecně pak chybí aktivní role města ve facilitaci (nebo outsorcování facilitace). Úspěšnými nástroji / projekty, které propojují kreativní odvětví navzájem, či kreativní odvětví s ostatními odvětvími a které mohou být posilovány, či rozvíjeny jsou tzv. Kreativní vouchery, facebooková platforma a portál Kreativní Brno či Filmová kancelář Brno⁴.

Fakt, že v Brně se všichni znají, identifikovaný v předchozích bodech jako potenciál, je vnímaný také jako riziko, kdy přílišná blízkost aktérů vede některé k izolaci a práci “na vlastním písečku”, nebo vytváří prostředí, do kterého jen těžko pronikají nové subjekty.

Problém 10: Konkurence Prahy a zahraničí (odchod talentů, nedostatek velkých zakázek...)

- Centralizace obchodních aktivit do Prahy
- Centralizace zásadních kulturních a státních aktivit do Prahy
- Zvyšující se centralizace mediálního trhu vč. veřejnoprávních médií (ČT a ČRo)
- Omezený přístup ke kapitálu
- Očekávání nižších cen

⁴ Kreativní vouchery: <https://www.jic.cz/kreativni-voucher/>, Kreativní Brno: <http://www.kreativnibrno.cz/>, Filmová kancelář Brno: <http://ticbrno.cz/cs/filmova-kancelar-brno>

- **Odchod kvalitních pracovníků do Prahy a dále do zahraničí**
- **Nízká návratnost těchto lidí**

Brno jen velmi těžko konkuruje Praze a dalším metropolím. V obratu, množství nadnárodních institucí a firem, množství pracovních příležitostí atd. V Brně zadavatelé automaticky očekávají nižší náklady, ale stejný výkon. Tvůrci a kvalitní pracovníci odcházejí z Brna do Prahy i dalších evropských a světových měst za zkušenostmi. Kvůli vyššímu ohodnocení, lepším podmínkám pro práci, většímu množství obchodních příležitostí či lepšímu napojení na odborné kruhy se ale málokdy do Brna vracejí. Jejich úspěšné jméno či značka už zpravidla nejsou spojovány s Brnem a samotné brněnské scéně již kvalitu nezvyšují.

Problém 11: Izolovanost brněnské kulturní a kreativní scény

- **Nedostatek zahraničních hostujících tvůrců, slabý import pocítovaný v některých odvětvích**
- **Na druhou stranu slabý zájem brněnského publika o kvalitní zahraniční produkce**
- **Slabý export brněnské kultury**
- **Nedostatečné propojení a spolupráce se zahraničím, s okolními centry jako jsou Vídeň, Bratislava, Budapešť, Krakov, s Českými centry**
- **Nedostatečný počet brněnských rezidenčních programů a nedostatek dlouhodobě působících zahraničních tvůrců**
- **Nedostatečná prezentace Brna jako kulturního města (hudebního apod.)**

Brnu se nedaří dostatečně lákat špičkové tvůrce, interprety, akce apod. Situace se bezpochyby liší v jednotlivých odvětvích a v posledních letech se stále zlepšuje, nicméně z úst odborné veřejnosti i publika zaznívá poptávka po energičtějším importu špičkového umění. Podobná situace je v oblasti exportu brněnských tvůrců, značek i produktů. Město v tomto ohledu nedokáže využít potenciálu partnerských měst či členství v mezinárodních sítích a usnadňovat mobilitu. Přestože má město velmi dobrou geografickou polohu mezi Prahou, Vídní a Bratislavou, je zde evidentní poptávka po užším, dlouhodobějším a produktivnějším propojování se scénami v Praze i v zahraničí. Jako nedostatečný je vnímán počet brněnských rezidenčních programů přitahujících do města mladé zahraniční tvůrce stejně jako není dostatek zahraničních tvůrců, kteří by v Brně tvořili dlouhodoběji.

Renomé

Tato tématická oblast shrnuje potenciály a problémy týkající se prezentace Brna, brněnské kultury a kreativních odvětví. Město může stavět na již etablovaných jménech (akcí, souborů, tvůrců, institucí...), tradičních a ceněných oborech apod., které mají již dnes nadregionální renomé. Má také šanci úzce propojit kulturní a kreativní odvětví s marketingem města a oběma stranám propojení výrazně pomoci.

Mezi potenciály pro renomé brněnské kultury bylo identifikováno opět poměrně snadné napojení na okolní velká města, které je využitelné pro nalákání návštěvníků.

Naopak mezi problémy vystupují v současnosti slabý mediální ohlas brněnské kultury a kreativních odvětví v celostátních i zahraničních médiích a značná nepřehlednost brněnské kulturní nabídky.

Potenciál 7: Nadregionální renomé stávajících subjektů, akcí, odvětví apod.

- **Za hranicemi regionu vnímané a ceněné brněnské akce, subjekty, skupiny/soubory, jednotliví tvůrci či celá odvětví**
- **Úspěšné produkty**
- **Stálíce i vycházející hvězdy**
- **Možnost využít místních menšinových komunit, jejich kultury a kultury vznikající na hranicích mezi menšinovými a majoritní kulturou k vytvoření renomé otevřeného pestrého města**
- **Potenciál Janáčkova kulturního centra pro renomé města**

V Brně působí řada souborů, subjektů i jednotlivců, kteří svými aktivitami oslovují širší publikum i odbornou veřejnost za hranicemi regionu. Podobný ohlas má řada brněnských produktů či dokonce celých odvětví. Pro celý sektor jsou to vývozcí, propagátoři brněnského kulturně-kreativního prostředí. Lákají pozornost k Brnu a vyváží jeho jméno za hranice. Potenciál a specifičnost brněnské scény se tak dostává do širší pozornosti nejen v Praze a dalších blízkých metropolích, ale i v dalších částech světa. Specifickým potenciálem v této oblasti bude nové Janáčkovo kulturní centrum.

Množství místních menšinových komunit, jejich kultura a případná masovější produkce vznikající na hranicích mezi menšinovými a majoritní kulturou jsou v tomto ohledu potenciálem k vytvoření renomé otevřeného pestrého města, dobrého příkladu v dnešní době stížené vyhocenou diskusí o soužití různých kultur.

Potenciál 8: Získání titulů Kreativní město hudby (UNESCO) a Evropského hlavního města kultury

- **Brzké získání titulu Kreativní město hudby UNESCO**
- **Získání titulu Evropské hlavní město kultury v roce 2028**
- **Odpovídající příprava obou přihlášek a adekvátní realizace projektů jako potenciál pro ekonomiku i renomé města.**

Ačkoliv se kulturní a kreativní scéna udržuje k oběma zmíněným titulům jistou ostražitostí, akceptuje je jako možnost pro rozvoj samotného sektoru i celého města a zejména možnost využít titulů pro marketing města a

jeho kultury. Podmínkou nicméně je kvalitní naplánování přípravných fází i samotné realizace konkrétních projektů, aby se předešlo nehospodárnosti, nesystematickým obřím investicím apod., jak se stalo v minulosti v mnoha jiných městech s danými tituly.

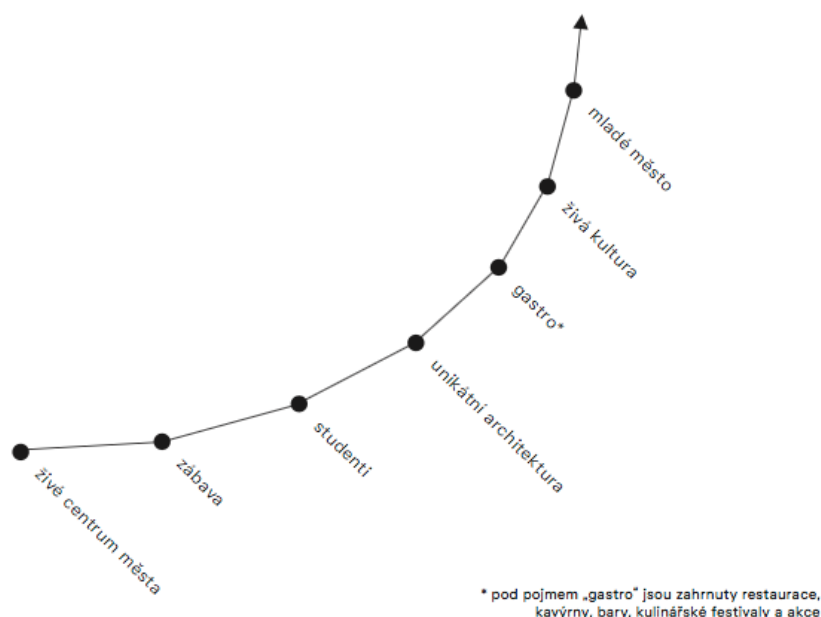
Potenciál 9: Efektivní oboustranné propojení kultury a kreativních odvětví s marketingem města

- **Premisa: Kultura a město si mohou vzájemně výrazně pomoci v oboustranném posilování renomé**
- **Úzké napojení strategických dokumentů v kultuře, cestovním ruchu a marketingu**
- **Úzké napojení managementu marketingu a kultury na úrovni města**
- **Propojení s marketingem České republiky**
- **Vyřešení efektivního marketingu kultury uvnitř města (vč. transparentního a dostupného systému propagace v ulicích města)**

Brněnská kultura a kreativní odvětví mohou výrazně pomoci propagaci samotného města za jeho hranicemi i za hranicemi země a naopak efektivní marketing podpořený z úrovně města může pomoci brněnské kultuře. Strategické dokumenty v obou oblastech by měly být ve vzájemném souladu a management obou oblastí na úrovni města by měl být úzce propojen. S Programem rozvoje cestovního ruchu města Brna by mělo dojít k propojení v těchto prioritách: **Priorita 1. - Marketing a značka, Priorita 2. - Vyšší systematičnost spolupráce a vzájemné komunikace při řízení značky Brna, Priorita 3. - Podmínky rozvoje.** Potenciálem je pochopitelně také vzájemné napojení zahraničního marketingu města a jeho kultury s marketingem České republiky.

Graf 4: Klíčová slova charakterizující Brno v oblasti cestovního ruchu

Zdroj: Program rozvoje cestovních ruchů 2016—2020



Potenciál 10: Geografická poloha

- **Možnost využití stávajících přímých napojení na Prahu, Londýn, Eindhoven, Mnichov, Vídeň, Bratislavu atd.** Tento potenciál byl podrobněji rozveden v předchozí oblasti "Spolupráce a propojování". Zde je jako potenciál zmíněn v souvislosti s možností relativně lehce do Brna přivést návštěvníky kulturních akcí zejména z měst s přímým napojením. Podmínkou je samozřejmě dostatečně kvalitní nabídka a cílené "dohánění" těchto metropolí.

Problém 12: Slabý mediální ohlas a prezentace brněnské kultury v celostátních a zahraničních médiích

- **Neschopnost brněnských aktivit/subjektů proniknout do celostátních či zahraničních médií**
- **Neschopnost města identifikovat top akce pro marketing města (na základě transparentních pravidel zahrnujících odborné hodnocení) a efektivně je využívat k oboustrannému posílení renomé**
- **Splývání Brna z Prahou v zahraniční prezentaci**
- **Oslabení brněnských studií České televize a Českého rozhlasu**

V Brně nesídlí žádné celostátní či kulturní noviny. I přesto, že má Česká televize v Brně pobočku, tak regionální reportáže, především ty kulturní, se do celorepublikového vysílání většinou nedostanou, spíše se objevují v rámci speciálu zaměřeného pouze na kulturu, nebo v regionálních pořadech. To má dle zástupců kulturní a kreativní scény přímý vliv na klesající renomé města a opakovaně artikulují očekávání vůči politické reprezentaci, že bude v tomto ohledu s oběma institucemi jednat. Obecným trendem, netýkajícím se jen Brna, je dle zástupců KKO rušení kulturních příloh a s tím spojený nedostatek kvalitních recenzentů a arbitrů. Město Brno naopak nemá jasně a transparentně nastavený výběr hlavních akcí, které by za adekvátní podpory mohlo využít k oboustrannému posilování značky Brna i značek vybraných top akcí. Brněnská kultura tak jen velmi obtížně získává mediální prostor mimo úzce zaměřená kulturní (zejm. internetová) média. Analogická situace panuje v případě zahraničních médií. Zde navíc Brno splývá z Prahou a celou ČR.

Navíc dle zástupců brněnských kulturních a kreativních odvětví platí obecná premisa, že dobře financovaná kvalitní scéna získá renomé sama a "vrátí" městu investice ve zvýšeném zájmu o město jako celek - viz kapitola Podmínky pro rozvoj kvality.

Problém 13: Nepřehlednost nabídky

- **Absence jednotného informačního zdroje o brněnské kultuře**

Brněnská kultura je sice velmi pestrá, nicméně je velmi obtížné mít přehled o všech akcích, výstavách, koncertech apod. Neexistuje jeden informační zdroj, kde by občané i návštěvníci města získali informace o pokud možno veškeré kultuře. V tento moment jsou odkázáni na desítky, ne-li stovky facebookových stránek i klasických webových prezentací. Nadějně se v tomto smyslu zdá již rozběhnuté vylepšení portálu Go to Brno spravovaného Turistickým informačním centrem (www.gotobrna.cz).

Publikum

Pro management kultury a tedy i pro strategii města v oblasti kultury je zásadní oblast práce s publikem. V analytické části tvorby strategie byl identifikován jeden výrazný potenciál a jeden problém. Potenciálem je mladé, početné a v menšinových žánrech relativně náročné publikum. Problémem je naopak nedostatečný přehled o kvalitní kultuře a neochota jí vyhledávat v řadách většinové společnosti.

Potenciál 11: Mladé, početné, náročné a odvážné publikum

- **Brno jako studentské město (83 000 studentů na 400 000 obyvatel města)**
- **23,6 % vysokoškolsky vzdělaných obyvatel**
- **Náročné a věrné publikum jednotlivých subžánrů**
- **Tvůrčí potenciál publika**

Brněnské publikum je díky přítomnosti 13 vysokých škol velmi mladé, poměrně početné a v jednotlivých subžánrech také náročné a odvážné. Pro kulturu a kreativní odvětví to může znamenat vysokou poptávku po kultuře, tlak na kvalitu, inovaci a tvorbu trendů, ochotu experimentovat. Početná a stále se obnovující základna mladých vzdělaných lidí navíc umožňuje stále oslovovat nové publikum.

Věrné publikum mají v Brně vybudovány jak tradiční, tak alternativní žánry, existuje zde několik stálých spolků okolo etablovaných institucí (Klub přátel opery a baletu NdB, Spolek přátel hudby), mnoho dalších spontánně vzniká a zaniká, lidé se sdružují za účelem věnování se kulturním činnostem nebo provozují amatérské či poloprofesionální umění.

Problém 14: Nedostatečný přehled o kultuře, nízká vzdělanost široké veřejnosti v oblasti kultury, nízká motivace ke studiu uměleckých oborů

- **Široká veřejnost navštěvuje kulturu relativně málo, nemá dostatečný přehled, nevyhledává a nepožaduje kvalitu**
- **Velmi malá skupina participujícího (požadujícího, mobilizujícího, náročného) publika**
- **Absence aktivní role MMB v této oblasti**
- **Malý důraz na kvalitní kulturní vzdělávání na mateřských, základních i středních školách, slabé propojení kulturního a vzdělávacího sektoru, absence koncepce a koordinační role ze strany města**
- **Nízká nabídka kvalitní kultury pro malé děti, rodiny s dětmi apod.**
- **V publiku některých žánrů téměř zcela uniká generace ve věku 15-25 let**
- **Nedostatečná motivace dětí a žáků ke studiu uměleckých oborů a aktivní tvorbě**
- **Absence koncepce i systematické praxe (podpora, financování atd.) vzdělávacích aktivit mimo školní systém, chybějící prostředky na lektorské a pedagogické aktivity v kulturních organizacích**
- **Pouze pomalu se zvyšující počet uměleckých počinů ve veřejném prostoru**
- **Absence vzájemné propagace institucí**
- **Absence kvalitního, akčního ale lifestyle média typu portálu či rádia, aktivně budujícího lokální kulturní patriotismus v dobrém slova smyslu, propagující lokální kulturu atd.**

Nejedná se pouze o problém Brna. Většinová společnost nemá příliš zájem o kvalitní a náročnou kulturu. Početná studentská komunita v Brně tento nedostatek mírně vyrovnává, přesto návštěvnosti nejsou takové, jaké by mohly být. Dokládá to i aktuální sociologické šetření (viz Graf č. 5). Dle něj například 43 % dotázaných obyvatel Brna nechodí nikdy do knihovny, 33 % nechodí nikdy na výstavy. Graf lze číst také opačně: pouze 35 % dotázaných chodí nejméně jednou za půl roku do divadla, 21 % na koncert, 17 % do muzea, 18 % na výstavy...

Zřejmě jde o efekt jednoho z problémů českého školství obecně. Málo prostoru a důrazu se klade na vzdělávání zaměřené na práci s informacemi, kritické myšlení či mediální gramotnost, které jsou důležitou podmínkou nejen pro vnímání kultury. Nedostatečné je i vzdělávání o kultuře samotné. Žáci a studenti nejsou schopni se patřičně orientovat v pestré nabídce, neumí rozeznat kvalitu, vyhledávat a požadovat ji.

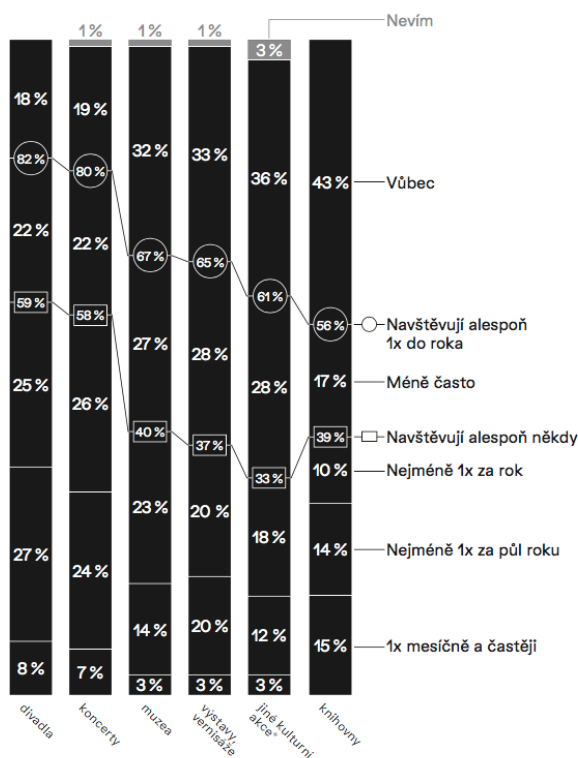
V Brně existuje poměrně široká nabídka kulturních programů a pořadů pro děti, které školy a školská zařízení využívají, avšak neexistuje jednoduchý informační portál, který by učitelům umožňoval jednoduše vybírat z bohaté nabídky konkrétních akcí. Město jako zřizovatel většiny MŠ a ZŠ má možnost ovlivnit, do jaké míry budou žáci a žákyně, studenti a studentky vedeni k rozvoji vědomostí a orientaci v kultuře (soutěže, podpora aktivní účasti na kultuře, podpora zážitkového a interaktivního vzdělávání, podpora propojování teorie a praxe atd.).

Školy navíc většinou nemají vhodné (speciální) prostory pro kulturní a společenské akce.

Nedostatečné je pak s dětmi, žáky a mladými lidmi pracováno i ve smyslu motivace ke studiu uměleckých oborů, k vlastní tvorbě apod.

Graf 5: Frekvence návštěv kulturních akcí a zařízení v Brně

Zdroj: Sociologický průzkum „Jaké chcete Brno“ (Focus 2017)



* např. autorská čtení, happeningy, performance, cirkusy, lidevové show apod.

Dostupnost a soužití

Poslední tematickou oblastí potenciálů a problémů je široce chápáná dostupnost kultury. Analýza zde identifikovala dva hlavní potenciály, které činí kulturu v Brně dostupnou v současnosti a lze na nich stavět při dalším zpřístupňování v budoucnosti. Prvním potenciálem je obecně kvalita a pohodlí života, druhým je živé kulturní prostředí. Z analýzy ale také vyplývají dva zásadní problémy. Prvním je časová a prostorová nerovnoměrnost nabídky a druhým existence různých bariér v přístupnosti pro různé specifické skupiny obyvatel Brna.

Potenciál 12: Kvalita a pohodlí života

- **Malé velké město**
- **Pěší dostupnost širšího centra**
- **Relativně dobrá dopravní obslužnost**
- **Relativní klid a "pomalost" města**

Brno je přiměřeně velké počtem lidí, rozlohou, šíří nabídky svých služeb atd. Lidé v Brně chtějí žít, protože poskytuje všechny výhody velkého města (práce, instituce, služby, sociální, kulturní i sportovní zázemí apod.), ale zároveň je zde blízko do přírody, život tu oproti metropolím plyne klidněji, lidé se navzájem znají, "všude" dojdou pěšky a centrum města žije bohatým a místním dostupným životem.

Potenciál 13: Živé kulturní prostředí

- **Kompaktní a živé centrum**
- **Nadšení tvůrců i návštěvníků**
- **Akce ve veřejném prostoru**

Opět to souvisí s velikostí a pestrostí brněnské scény, kompaktností centra, mládím a početností publika. V Brně se pořád něco děje, při procházce centrem potkáte vystupující muzikanty nebo se můžete obdivovat umění ve veřejném prostoru, stále vznikají nové projekty a akce. Umění a kultura jsou každodenní součástí života obyvatel skrze různorodé happeningy, festivaly a akce, které probíhají takřka po celý rok. Takový kulturní "kvas" mohou Brnu závidět mnohá jiná města a je rozhodně potenciálem, na kterém může město stavět.

Potenciál 14: Kultura jako motor sociální soudržnosti brněnské společnosti

- **Kultura menšin**
- **Přítomnost téměř 30 tis. cizinců ze 144 zemí světa**
- **Kulturní tvorba na pomezí minority a majority jako prostor pro setkávání posilování soudržnosti**

Jedním z často popisovaných, avšak velmi slabě podporovaných potenciálů kultury, je její sociálně integrační schopnost. Brno hostí téměř 30 tisíc cizinců ze 144 zemí světa, početnou Romskou komunitu a další menšiny. Jejich kultura a především pak kultura fúzující vlivy z minoritních i majoritních zdrojů může být výrazným

nástrojem pro posilování sociální soudržnosti městské společnosti. Brno tak může kulturu aktivně použít s cílem stát se hrdou multikulturní metropolí, jakou bývalo v minulosti.

Podmínkou úspěchu zde je posílení a adekvátní nastavení podpory aktivit, které nebudou zaměřené pouze na uchování tradičních forem minoritních kultur, ale především na všechny možné fúze na pomezí majoritní a minoritní kultury, nové přístupy k tradičním formám apod. a to jak v oblasti amatérské tvorby, tak v oblasti profesionálního umění.

Problém 15: Nerovnoměrnost nabídky

- **Nerovnoměrnost v čase (“hluchá” místa v průběhu roku)**
- **Nerovnoměrnost v prostoru (nedostatek kultury v městských částech)**

Ačkoliv je brněnská kulturní nabídka považována za pestrou, není v průběhu roku vyrovnaná. Podzimní a jarní měsíce jsou doslova přeplněné koncerty, výstavami a dalšími akcemi, zatímco leden, únor a zejména pak období letních prázdnin jsou měsíce víceméně “mrtvé”. Z města mizí studenti, místní odjíždí na dovolené a o víkendech mimo město (a to i za kulturou na různé festivaly), velké instituce mají divadelní prázdniny. Výsledkem je nedostatek kulturních akcí, na které by mohli obyvatelé i návštěvníci chodit. Zlepšením je aktuální umístění dvou výrazných akcí Turistického informačního centra do letních měsíců, speciální letní program některých institucí apod.

Brněnská kulturní nabídka je také nerovnoměrně zastoupená v prostoru. Naprostá většina aktivit se odehrává v centru města či jeho blízkém okolí. V některých městských částech fungují kulturní zařízení, která alespoň omezenou nabídku poskytují, v jiných se kulturní vyžití omezuje na ojedinělé události typu hodů apod. Chybí systematická podpora spontánně vznikajících kulturních aktivit v městských částech.

Problém 16: Bariéry v přístupu ke kultuře pro vybrané skupiny

- **Fyzická bezbariérovost kulturních akcí**
- **Finanční náročnost pro nízkopříjmové skupiny (rodiny s dětmi, senioři, samoživitelky a samoživitelé, skupiny ohrožené sociálním vyloučením apod.)**
- **Jazykové a další bariéry pro cizojazyčné obyvatele a návštěvníky Brna, rostoucí (a nenaplněvaná) potřeba kultury pro brněnské expaty**
- **Kultura etnických a národnostních menšin**
- **Bariéry v přístupu k možnostem tvorby u specifických skupin**
- **Absence pravidelné analýzy dostupnosti vstupenek, repertoáru, budov apod. Pro různé cílové skupiny**
- **Bariéry pro kulturní tvorbu obecně (svazující pravidla užívání veřejného prostoru, “policejní hodina” apod.)**

Druhým problémem v rámci dostupnosti je existence různých bariér v přístupu ke kultuře. V předchozím bodě byla zmíněna prostorová nevyváženost kulturní nabídky, která může být považována také za jednu z bariér.

Jasně identifikovatelnou rovinou je bezbariérovost v nejtradičnějším smyslu tohoto slova. Tedy fyzická přístupnost jednotlivých akcí, budov apod. pro lidi s omezenými možnostmi pohybu. Ačkoliv se v této oblasti v poslední době bezesporu hodně zlepšilo, stále jsou některé kulturní prostory nedostupné, např. vozíčkářům. Bariéry v přístupu k brněnské kultuře jsou také finančního charakteru. Mnohé sociální skupiny (samoživitelé a samoživitelky, rodiny s dětmi, senioři, nezaměstnaní, osoby ohrožené sociálním vyloučením atd.) si potřebné kulturní vyžití nemohou dovolit. Nedostupnost kultury pro takové skupiny znamená nižší šance z bludného kruhu chudoby/sociálního vyloučení vystoupit. V rámci výzkumu Jaké chcete Brno (Focus, 2017) byla položena i

doplňující otázka ohledně možnosti zlepšení kulturní nabídky v Brně. Většina z dotázaných neměla žádné konkrétní podněty, avšak ti, kdo spontánně nějaký podnět či podněty uvedli, nejčastěji zmiňovali snížení cen vstupného na kulturní akce (5 %) a zvýšení finanční podpory kulturním institucím (4,8 %).

V dnešní době poměrně často artikulovaným problémem je nedostupnost brněnské kultury cizojazyčným obyvatelům města. Jde především o tisíce zahraničních zaměstnanců, kteří působí v brněnských firmách a kteří by bezesporu ocenili, kdyby například všechna divadelní představení měla anglické titulky.

Kultura hraje také jednu z ústředních rolí v otázce sociální soudržnosti. V tomto ohledu je potřeba se zabývat otázkou, jak dostupná je kultura národnostním menšinám, a to, jak jejich svébytná vlastní kultura, tak kultura ostatní.

Zcela samostatnou otázkou prostupující všemi výše uvedenými bariérami je otázka dostupnosti aktivní tvorby. Ačkoliv má ČR zcela ojedinělou síť základního uměleckého vzdělávání, již zde se objevují zejména finanční bariéry. Problém ale pokračuje např. v přístupu k nástrojům, zkušebnám atd.