

Mapování potřeb odvětví kulturních a kreativních průmyslů HUDBA

Materiál zpracován na základě zadání Institutu umění v rámci výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR (2011-2015).

Potřeby/priority svého oboru definovali vybraní zástupci dle následující šablony:

- a) **Stručné označení tématu potřeby/priority** - dle tematických okruhů¹:
 - Podpora zvýšení konkurenceschopnosti (podpora podnikání),
 - Podpora vzdělávání, dovedností a celoživotního učení
 - Podpora zaměstnanosti a podpora mobility pracovních sil
 - Posílení výzkumu, technologického rozvoje a inovací
 - Zlepšení přístupu, využití a kvality informačních a komunikačních technologií
 - Podpora přechodu na nízkouhlíkové hospodářství ve všech odvětvích
 - Podpora přizpůsobení se změně klimatu, předcházení a řízení rizik
 - Ochrana životního prostředí a podpora účinného využívání zdrojů
 - Podpora sociálního začleňování a boj proti chudobě
 - Posilování institucionální kapacity a účinné veřejné správy
- b) **Zdůvodnění důležitosti dané potřeby/priority** – proč by mělo být dané téma - priorita – potřeba podporována, případně doložte příklady z praxe, daty, odkazy na data, analýzy apod.
- c) **Jak by mohla být daná potřeba/priorita podporována** – např. návrh konkrétního programu či projektu, který by mohl být strategicky podpořen z veřejných či jiných zdrojů (včetně strukturálních fondů)
- d) **Kdo by mohl projekty (program) realizovat** (např. ministerstvo, město, veřejná či státní agentura, základní, střední či vysoká škola, zastřešující organizace, jiná konkrétní organizace) a **jaké jsou cílové skupiny podpory** (např. podnikatelé, studenti, zaměstnanci apod.)
- e) Pokuste se formulovat **indikátory pro vyhodnocení konkrétních projektů, programů** (např. počet osob/podniků zapojených do projektu/programu, počet nově vzniklých firem/podnikatelů, počet odběratelů newsletteru, počet vyškolených osob, počet studentů, kteří absolvují daný projekt/program apod.)

¹ Jedná se o tematické cíle návrhu jednotného strategického rámce 2014 -2020 Evropské komise (Thematic Objectives of the Commission's proposal for the Common Strategic Framework 2014–2020)

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part2_en.pdf

Mapování potřeb v hudebním průmyslu

Verze: leden 2014
Autoři: Lenka Dohnalová

1. Podpora zvýšení konkurenceschopnosti (podpora podnikání)

Je potřeba vytvořit ucelený politický rámec pro existenci a prezentaci české hudební kultury v součinnosti více dotčených resortů.

o Zahrnutí kultury/hudby do Exportní strategie České republiky

Ministerstvo kultury ČR nebylo připomínkujícím subjektem aktuálně platné Exportní strategie České republiky. Kultura v tomto oficiálním strategickém materiálu není chápána jako brandová hodnota České republiky, přičemž v rámci kultury je zejména klasická hudba celosvětově reflektována jako pátá nejznámější (po italské, německé, francouzské a ruské) díky jménům Dvořák, Janáček, Smetana, Martinů ad. Hudba tak může sloužit jako objekt investic i podpůrný prostředek investic v ostatních oborech průmyslu. Dosud tak není politicky vnímána. Spadá do tzv. inovativního a kreativního sektoru.

- Je tedy potřeba motivovat vládu prostřednictvím resortu MK ČR a politických stran k součinnosti resortů (MK, MZV, MMR, MPO, MŠMT) za účelem vytvoření ucelené strategie prezentace kultury/české hudby do zahraničí.
- Tato strategie by měla být provázána s dalšími strategickými koncepcemi podpory umění a kultury, a to pro oblast tvorby, šíření i zahraniční prezentace. Návaznost jednotlivých koncepčních kroků je mimořádně důležitá, reálně spoří finanční prostředky, přičemž je potřeba reflektovat všechny segmenty (hudebního) umění i (hudebního) průmyslu, který má zásadní vliv na úroveň konkurenceschopnosti na mezinárodním hudebním trhu.
- K tomu je třeba průběžné vyhodnocování aktuálních potřeb obecnějšího rázu. Vhodným formátem jsou meziresortní konference (viz vzor MK ČR – MŠMT v r. 2012,13,14) s účastí politických zástupců resortů a odborníků na aktuální dotčená témata ve vazbě na strategické koncepce. Konference mohou být svolány p.o. resortů, výstupy by měly být formulovány s jasnými cíli a termíny. Pro podporu podnikání v oblasti kultury/hudby je mimořádně významná součinnost resortů MK-MZV-MMR-MPO.
- Významná je návaznost na platformy a konference zahraniční, do kterých je potřeba se zapojovat, což je vázáno i na možnosti finanční podpory takových aktivit.

- Podpora domácí tvorby a její šíření
 - Pro motivaci tvorby a kvality podnikání je vhodné budovat v součinnosti se soukromým sektorem systém formátů, které by podporovaly domácí tvorbu a její šíření – např. soutěže, státem dotované ceny nejen pro oblast tvorby, ale také pro firmy hudebního průmyslu.
- Evaluace
 - Tento systém je vázán na vytvoření vhodného modelu evaluace, respektujícího specifikum uměleckých organizací (v oblasti orchestrů se lze inspirovat např. evaluačním modelem Německa (www.orchetermanagement.de)).
- Podporovat propojování systému péče o kulturní dědictví hmotné a nehmotné (využití kulturních památek pro hudební festivaly, vzdělávání, expozice apod.) s vazbou na praxi MMR, popř. MPO.

Oblasti možného rozvoje a potřeby podpory v hudebním průmyslu



Verze: srpen 2013
Autoři: Jakub Nový na základě připomínek rady profesního sdružení Svazu autorů a interpretů o.s.

Hudbu a s ní spojený hudební průmysl potkáváme na řadě veřejných míst – restaurační zařízení, hotely, čekárny, obchody a mnoho dalších. Hudba zvyšuje atraktivitu prostředí a nepřímo tak pomáhá generovat provozovatelům těchto míst vyšší zisk. Stejně tak na různé hudební akce (jednorázové koncerty v klubech, divadlech, festivaly jednodenní i vícedenní atd.) jsou navázány další ekonomické faktory, které mohou generovat zisk nejen lidem přímo spojeným s hudebním průmyslem (tzv. multiplikační efekty). V současné době je však podpora tohoto velmi potenciálního segmentu ze strany státu velmi slabá. Zejména v klasické hudbě zdělila Česká republika silnou tradici, následující řádky se však týkají zejména současné hudby populární a s ní spojených okrajových žánrů.



1. Podpora podnikání

- Sjednocení základních principů fungování autorských ochranných organizací – tento krok přispěje k zjednodušení orientace v byrokratickém prostředí pro manažery i hudební umělce.
- Podpora profesních organizací, agentur a manažerů, kteří jsou schopní vytvořit pracovní příležitost a možnost důstojného výdělků umělcům.
- Podpora agentur a manažerů, kteří se věnují mladým umělcům, jejich managementu a marketingu.
- Podpora vzdělávání, dovedností a celoživotního učení

Kromě Konzervatoře a Vyšší odborné školy Jaroslava Ježka není v ČR škola, která by se věnovala výuce populární hudby a jazzu. Všechny ostatní státní výuková zařízení jsou zaměřena pouze na výuku klasické hudby.

Vzdělávání hudebních manažerů a produkčních v oblasti autorských práv a marketingu. Pro úspěšnou distribuci, prodej a následný výdělek pro kreativce, manažery a produkční je třeba komplexního vzdělání nebo alespoň základních znalostí autorských práv a marketingu. Tyto informace by měly být dostupné nejen pro studenty oborů Arts Management, ale také pro již aktivní manažery a produkční, protože současný stav je velmi špatný – v branži pracují lidé, kteří nevědí nic o OSA, Intergram, propagaci koncertu, festivalu atd.

Z tohoto důvodu Svaz autorů a interpretů o.s. vydal příručku Muzikantův průvodce byrokracií (zdarma ke stažení zde: <http://www.sai.cz/media/mpb.pdf>) a systematicky pracuje na vydání dalšího dílu – Muzikantův průvodce praxí. Dále občanské sdružení SAI pořádá semináře s výše popsanou tematikou.

2. Podpora zaměstnanosti a podpora mobility pracovních sil

- Po vzoru zemí západní Evropy by měla ČR systematicky podporovat možnosti účasti na zahraničních stážích a účast manažerů a mladých kvalitních kapel na mezinárodních hudebních veletrzích. V současné době zde chybí podpora v této oblasti. Výměnou zkušeností se může zkvalitnit produkce a podnikatelské prostředí v hudebním sektoru. Tím se zlepší konkurenceschopnost a zvýší se zisk.

3. Zlepšení přístupu, využití a kvality informačních a komunikačních technologií

- Podpora seminářů a vzdělávání o distribuci a ochraně hudebních děl v prostředí internetu. Zároveň vyvolání hlubší diskuse mezi uživateli internetu, internetovými distributory, manažery a umělci. V tomto ohledu mají výše zmíněné skupiny v ČR mezery ve vzdělání, které brání většímu rozvoji internetové distribuce a marketingu, a tím propagace české hudby do zahraničí a úniky zisku umělců, manažerů a distributorů.
- Podpora výuky elektronické hudby, programů s tím souvisejících. V současné době tato oblast výuky vzniká a je třeba ji podporovat, aby v ČR mohla fungovat scéna elektronické hudby schopná konkurovat zbytku světa a mohla se tak stát reprezentativním exportním artiklem ČR.