

PREZENTACE MAGISTERSKÝCH PROJEKTŮ

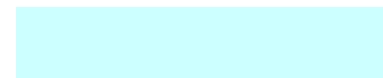
KATEDRY PRODUKCE DAMU

2010

3.-4.6.2010

Hallerův sál DAMU

Karlova 26, Praha 1



Hlavní předměty magisterského studia oboru produkce se od akademického roku 2008/2009 rozdělily na tři specializace – Divadelní producentství, Ekonomie, právo a provozování divadla a Arts Management a Arts Marketing. Každý ze studentů v rámci své specializace řeší teoretický projekt, který v kolektivu pedagogů a posluchačů svého „ateliéru“ celoročně konzultuje.

V rámci veřejných závěrečných prezentací, které letos proběhnou podruhé, studenti přednesou stručnou zprávu o průběhu práce na projektu a jeho závěrech. Prezentace jsou tak jedinečnou příležitostí seznámit se s tématy aktuálně rezonujícími v našem oboru, který řečeno politickým slovníkem není možná pro každého dostatečně „čitelný“.

Proto bych kohokoliv, kdo má zájem o intenzivní komunikaci mezi jednotlivými obory v oblasti umění a zejména divadla, rád pozval ve dnech 3. a 4. 6. 2010 do Hallerova sálu DAMU.

MgA. Michal Lázňovský

PROGRAM

ČTVRTEK 3. 6.

09:20

Zahájení prezentací

09:30–10:45

Blok A: Arts Management a Arts Marketing I.

Branding európskych miest: Berlín, Bratislava, Praha (N. Vlahyová)
Priestory pre umenie (L. Šimášková)
Administrativní podpora nezávislých kulturních subjektů
(K. Kalivodová)

11:00-13:00

Blok B: Arts Management a Arts Marketing II.

Marketingový výskum v kultúre (S. Geregayová)
Audience development (T. Sochová)
Analýza zdrojů pro CRM (O. Chalupský)
Virální marketing v kultúre (M. Moudrá)

14:00-16:00

Blok C: Ekonomika, právo a provozování divadla

Aplikace pracovně právních předpisů v divadelním provozu
(E. Košařová)
Možnosti a specifika auditingu NO v kultúre (A. Mysliveček)
Fundraising v ČR, projekt Winton Train (O. Menzlová-Kelymanová)
Mecenášství v USA a Velké Británii (T. Novotný)

PÁTEK 4. 6.

9:30-11:30

Blok D: Divadelní producentství I.

Realizace nezávislého kulturního centra v Ostravě, EHMK 2015 (D. Mírek)
SauerSack – meetingpoint budoucnosti (V. Gondová)
Zpřístupňování kultury na regionální úrovni (E. Patzelová)
Rozvoj velkoměsta a jeho částí prostřednictvím kulturních aktivit (J. Vlčková)

12:30-14:30

Blok E: Divadelní producentství II.

Dovoz zahraničních kapel do ČR (G. Málková)
Využití prostorů klasických kin ke kulturním účelům (A. Švecová)
Gustav Schmoranz a jeho éra v ND v letech 1900-1906 (V. Schmoranzová)
Činoherní divadlo pro neslyšící (A. Juščíková)

BLOK A: ARTS MANAGEMENT A ARTS MARKETING I.

/ Čtvrtek 3.6. / 09:30–10:45 /

Absolvent specializace management a marketing (v) umění /volně přeloženo/ má být schopen tvořit, iniciovat a vést kulturní projekty (včetně marketingových strategií), zadávat a využívat marketingový výzkum a pracovat s databázemi, komunikovat s médii a veřejností a umět projekty efektivně prezentovat. Měl by být schopen kriticky hodnotit, diskutovat a analyzovat strategie a nástroje kulturních politik na regionální, národní i mezinárodní úrovni. Je příjemné zjistit, že letošní magisterské prezentace jako celek pokrývají téměř bezvýtku celou škálu vytčeného profilu absolventa, a do jisté míry jdou dokonce i nad něj.

O nakreslení mapy využívání marketingového výzkumu v kulturních institucích se v práci „Marketingový výzkum v kultúre“ pokouší Salome Geregayová. Zajímá ji, jak manažeři kulturních institucí (ne)využívají ve své práci nástroje, které sice původně vytvořil komerční sektor sám pro sebe, zároveň se ale staly inspirací pro práci v neziskovém sektoru (v našem případě jeho kulturní větvi). Práce věnovaná „Audience development“ (rozvoji, možná raději práci s publikem) Terezy Sochové se vhodně doplňuje s bádáním Ondřeje Chalupského o „Client Relationship Management“ (řízení vztahů se zákazníky). Obě práce mohou po stránce teoretické i praktické směle obohatit knihovny většiny divadelních manažerů různých úrovní.

Kristýna Kalivodová se v práci „Administrativní podpora nezávislých kulturních subjektů“ zaměřila na zkoumání managementu a administrativní podpory divadelního umění; cenný je zejména pokus o vytvoření modelu organizace, která by v Česku mohla fungovat na principech obdobných práci britského ArtsAdmin. Zajímavým a praxí dobře využitelným příspěvkem k marketingu „bez peněz“ může být „Virální marketing v kultúre“ Martiny Moudré.

Ke strategii a nástrojům kulturní politiky se obrací práce Niny Vlahyové a Lucie Šimáškové. Zatímco se první jmenovaná v projektu „Branding európskych miest“ zaměřila na důležitost značky pro vytváření marketingových, komunikačních, rozvojových a jiných strategií evropských metropolí (konkrétně Prahy, Bratislavy a Berlína), projekt „Priestory pre umenie“ uceleně mapuje různé typy prostorů (od původně sakrálních památek až po kamenolomy), které dnes neslouží původnímu účelu, jsou ale (nebo mohou být) hostiteli nejrůznějších typů kulturních projektů.

Absolvent/ka oboru by po absolutoriu neměl/a mít sebemenší potíže v pozicích manažera kulturních aktivit, šéfa marketingu či pracovníka státní správy na úrovni řízení kulturních aktivit a kulturní politiky. Letošní práce tyto schopnosti potvrzují po teoretické stránce. Zároveň však přinejmenším naznačují, že jejich autorkám či autorům nechybí schopnost kreativního přístupu, bez kterého se v praxi života neziskové kultury (s požadavkem hodně marketingu za málo peněz) neobejdou.

Mgr. Vlastimil Ježek

Branding európskych miest: Berlín, Bratislava, Praha aneb Kultúra ako hlavný nástroj branding

Zpracovateľ: Bc. Nina Vlahyová /1. ročník MA/

Garant: MgA. Jiří Sulženko

Cieľom magisterského projektu je na základe prípadových štúdií dokázať, že na to, aby boli aj európske mestá dostatočne konkurencie schopné, mali by si vedieť vybudovať silné značky - rovnako ako to poznáme u produktov. Sila značky má vplyv na zvyšovanie cestovného ruchu, rozvoj kultúrneho turizmu, prílev nových investorov, atď. Taktiež má charakter a sila značky zmysel pri územnom rozvoji mesta a vytváraní jeho charakteru, s čím sa spája budovanie kultúrnych klastrov a rozvoj/vznik kreatívnych miest.

Samotná téma kultúry ako hlavného nástroja branding má za cieľ naznačiť jej dôležitosť pri vytváraní a hlavne pri udržiavaní značiek jednotlivých miest. Odvetvie kultúry je zároveň jedným z najdôležitejších pri vytváraní rôznych stratégií miest – marketingových, komunikačných, rozvojových a podobne. Ako subjekty svojich prípadových štúdií som si vybrala mestá Berlín, Bratislava a Praha.

Priestory pre umenie

Zpracovateľ: Bc. Lucia Šimášková /1. ročník MA/

Garant: Mgr. Vlastimil Ježek

Magisterský projekt Priestory pre umenie je stručným zmapovaním priestorov, v ktorých sa dokážu etablovať a fungovať kultúrne centrá. Ponúka príklady úspešných konverzií na kultúrne účely odlišných typov budov v rôznych krajinách a podmienkach – od dnes už bežnej konverzie industriálnych objektov, cez sakrálne pamiatky až po kameňolomy či horárne. Venuje sa histórii týchto objektov, ich ceste k novému využitiu a modelu fungovania.

Ambíciou tohoto projektu je jednak rozpovedať príbeh priestorov už existujúcich, jednak hľadať nové možnosti konverzie tých, ktoré na svoju príležitosť ešte len čakajú.

Administrativní podpora nezávislých kulturních subjektů

Zpracovatel: Kristýna Kalivodová /2. ročník MA/

Garant: MgA. Jiří Sulženko

Magisterský projekt na téma „Administrativní podpora nezávislých kulturních subjektů“ se zabývá problematikou managementu a administrativní podpory hlavně divadelního umění (herec, performer, skupina). První část se věnuje detailnímu popisu londýnské organizace ARTSADMIN a okrajově i dalším podobným organizacím ve světě.

Druhá část je zaměřena na situaci v České republice (hlavně zmapování současných možností). Pro zkoumání bylo vybráno několik organizací, prostorů a divadelních skupin a jednotlivých performerů, a to hlavně z Prahy a některých dalších větších měst v České republice. Pozornost je věnována jejich postupům práce a přístupům k administrativě a produkčnímu zajištění. Třetí část má za úkol vymezit možnosti a pokusit se vytvořit model organizace, která by mohla fungovat v ČR.

BLOK B: ARTS MANAGEMENT A ARTS MARKETING II.

/ Čtvrtek 3.6. / 11:00-13:00 /



Marketingový výskum v kultúre

Zpracovateľ: Bc. Salome Geregayová /2. ročník MA/

Garant: MgA. Michal Lázňovský

Konzultant: PhDr. Kateřina Gillárová

Cieľom práce bolo zmapovať využívanie marketingového výskumu v kultúrnych inštitúciách. Sledovali sme aké má predmetný marketingový nástroj, typický pre komerčnú sféru, postavenie v nekomerčnej oblasti. Ako dokážu manažéri kultúrnych inštitúcií využívať k práci nástroje, ktoré primárne neboli vytvorené pre nekomerčné účely.

K tomu, aby sme sa dopátrali k čo najpresnejším informáciám, sme zvolili formu prípadových štúdií, na ktorých sme zisťovali využitie už spomínaného marketingového výskumu v kultúrnej sfére. Najväčším nepriateľom marketingového výskumu v nekomerčnej sfére je jeho finančná náročnosť. Preto sme sa v práci zamerali aj na využitie dát z alternatívnych zdrojov. Predovšetkým sme skúmali využiteľnosť a relevantnosť údajov, ktoré poskytujú Český štatistický úrad, Nipos či Centrom pre výskum verejnej mienky Sociologického ústavu AV ČR. Ďalej sme zmapovali a rozanalyzovali informácie poskytované štatistickým úradom európskeho spoločenstva Eurostatu - Eurobarometer.

V teoretickej časti popisujeme vo všeobecnosti marketing a jeho špecifiká pre marketing v kultúre a využitie marketingového výskum v kultúrnom prostredí.

Audience development neboli rozvoj publika v českých podmínkách

Zpracovateľ: BcA. Tereza Sochová /2. ročník MA/

Garant: MgA. Michal Lázňovský

Cílem mého magisterského projektu je nastudovat a představit, v České republice méně známý marketingový nástroj zvaný audience development, neboli rozvoj publika. Jedná se o důležitý, nejen marketingový, ale i manažerský proces, jenž je přesně plánován, zacílen a zapojuje všechny důležité prvky od klasického marketingu po edukaci a plnění sociálních potřeb. Rozvoj publika popisuje praktiky, které mohou být využity k různým účelům a záměrům a když se aplikují správným způsobem, mohou pomoci organizaci dosáhnout konkrétního cíle.

Magisterský projekt se věnuje zmapování stavu povědomí a používání nástrojů audience developmentu ve vybraných pražských divadlech, realizaci vlastního diváckého průzkumu, a studii teorie nástrojů a strategií audience developmentu tak, jak je znají a aplikují v jiných zemích.

Analýza zdrojů pro CRM

Zpracovatel: BcA. Ondřej Chalupský

Garant: MgA. Michal Lázňovský

Client Relationship Management (dále jen CRM) - řízení vztahů se zákazníky patří k moderním metodám marketingu pro podporu prodeje a řízení „firem“ a představuje softwarové řešení pro sběr a vyhodnocení informací získaných komunikací se zákazníkem.

Koncový zákazník se setkává s konkrétním komunikačním kanálem CRM například v podobě telemarketingového hovoru, nabídky produktů zasílané poštou nebo e-mailem, prodejem produktů prostřednictvím e-shopů. Tyto formy oslovení zákazníka si většinou spojujeme s reklamními aktivitami komerčních subjektů. V posledních letech však můžeme sledovat trend zavádění marketingových metod a nástrojů do nonprofitní sféry (newslettery, e-shopy, on-line prodej vstupenek apod.).

V rámci svého magisterského projektu se proto zabývám průzkumem zdrojů dat a nástrojů použitelných pro CRM pro neziskové subjekty působící v oblasti kultury. Cílem MA projektu je analyzovat zdroje, ze kterých aplikace CRM získává data o zákaznících k dalšímu vyhodnocení, se zaměřením na automatizované a elektronické způsoby získávání dat.

Virální marketing v kultuře

Zpracovatel: Bc. Martina Moudrá /1. ročník MA/

Garant: Mgr. Vlastimil Ježek

Magisterský projekt Virální marketing v kultuře si klade za cíl potvrdit tezi, že jeho předmět je jednou z nosných variant marketingové komunikace. Pro kulturní sektor je možností s velkým potenciálem z hlediska povahy oboru, specifik cílové skupiny a jejího chování a díky faktu, že sdělení, která kultura předává, jsou hromadně šířena. Virální marketing pracuje na stejném principu jako marketing klasický, ale díky využívání nových technologií má tato varianta komunikace dříve netušený rozměr.

Projekt hodnotí využívání virálního marketingu českými kulturními organizacemi a zároveň představuje názor marketingových manažerů z reklamních agentur na potenciál kulturního virálu. Z výzkumů plyne, že hlavním současným problémem jsou přehnaná očekávání zadavatelů, malá iniciativa, mizivá odvaha a lidské zdroje. Potenciálem pak je právě kulturní statek jako předmět prodeje.

BLOK C: EKONOMIKA, PRÁVO A PROVOZOVÁNÍ DIVADLA

/ Čtvrtek 3.6. / 14:00-16:00 /

Na první pohled se dle názvu magisterské specializace „Ekonomika, právo a provozování divadla“ má obecně za to, že tento magisterský obor má výlučně praktický rozměr. Není tomu tak. Všechny tři směry tohoto oboru mají i svou obecnou nadstavbu, vyjádřenou třeba u ekonomiky a provozování divadla obecnými zákonitostmi a u práva platnou a účinnou legislativou. Rezonance mezi těmito obecnými zákonitostmi a prostou praxí je u těchto oborů pravděpodobně větší než u ostatních. Ve zkratce řečeno jde na straně jedné o to, jak je obecná zákonitost či platná legislativa aplikována, či jak se projevuje v praxi a na straně druhé pak o to, jak konkrétní a velké praktické detaily tuto nadstavbu ovlivňují či neovlivňují nebo jak ji ovlivňovat mohou. Pokud by tato vzájemná komunikace neprobíhala, dostali bychom se z hlediska těchto oborů do slepých uliček. Koneckonců již dnes v právu známe mnoho ustanovení, která mají tzv. obsolentní charakter v tom smyslu, že „nedopadají na žádnou praxi“. Hovoří se též o právním vakuu.

Zkoumání této vzájemné komunikace mezi zvláštním, tedy praktickým a obecným, dejme tomu zákonitým, je úhelným segmentem shora uvedené magisterské specializace. A tomuto základnímu vymezení by měly odpovídat i dnešní prezentace magisterských projektů či výstupů magisterské diplomové práce. Zatímco Eva Košařová bude rozebírat nejdůležitější ustanovení zákoníku práce v relaci k divadelní praxi, Adam Mysliveček se pokusí vymezit obecnou kontrolní činnost ve vztahu k výsledkům kontrolních zpráv z divadel z nedávné a aktuální historie. Jak lze vůbec kontrolovat divadla v jejich navýsost specifické činnosti ve vztahu k obecnému rámci nejrůznějších kontrolních činností až po tolik proklamované audity? Jak lze dodržovat nebo nedodržovat bazální ustanovení zákoníku práce ve vztahu k provozu divadla, který není ani továrnou a už vůbec ne úřadem či obchodní společností.

Ke shora uvedené problematice neméně jistě přispěje Tomáš Novotný v prezentaci nám vzdálené, ale zajímavé problematiky individuálního dárcovství zvláště pak s přihlédnutím k anglosaským zvyklostem. Určitě posluchače zaujme i Olga Menzelová se svým výtahem z již skoro dokončené magisterské diplomové práce na téma „fundraising v praxi“, kdy obecné zákonitosti práce fundraisera úspěšně uplatňuje ve své každodenní práci a pod pokličku této zkušenosti chce posluchače nechat nahlédnout.

Byl bych rád, kdyby uvedené prezentace přispěly k vyváženosti mezi obecným a konkrétním, jinak řečeno mezi deduktivním a induktivním způsobem uvažování. Řekněme si otevřeně, že právě převaha obecného, nijak nezakotveného v praxi, je největším nebezpečím kontinentálního, tedy evropského způsobu rozmyšlení. V obecné vědní hantýrce se tomu říká sociální inženýrství. Ale o tom rozhodně probíhající magisterské prezentace nebudou.

doc. JUDr. Jiří Srstka

Aplikace pracovně právních předpisů v divadelním provozu

Zpracovatel: BcA. Eva Košařová /2. ročník MA/

Garant: doc. JUDr. Jiří Srstka

Při mnohých seminářích na katedře produkce DAMU a zejména při rozhovorech s vybranými divadly jsem se přesvědčila, že aplikace pracovně právních předpisů činí divadlům často velké problémy. Zdálo se mi také, že chybí studijní dokument, který by poskytoval návod, jak postupovat při implementaci zákoníku práce, jelikož mám dojem, že ani mnozí divadelní manažeři se v této oblasti neorientují. Mým cílem bylo postihnout hlavní části zákoníku práce, ve stručnosti zmínit jejich obsah a povinnosti z nich vyplývající a připomenout ustanovení, kvůli nimž jsou divadla nucena překračovat zákon či se pohybovat na jeho hraně.

Velkou část mého projektu pak tvoří způsoby řešení problémů, jež zákoník práce přímo nabízí nebo která většina divadel využívá, přestože nejsou zcela legální. Zmiňuji i některá nepopulární řešení navrhovaná auditory. Zároveň jsem se snažila sledovat dopad takových postupů na provoz organizace. Projekt zpracovává pouze okruh týkající se zaměstnaneckého poměru, jelikož převážná většina pracovníků v kultuře se v zaměstnaneckém poměru nachází.

Možnosti a specifika auditingu NO v kultuře se zaměřením na transformující se příspěvkové organizace pražské divadelní scény

Zpracovatel: BcA. Adam Mysliveček /1. ročník MA/

Garant: ing. Jiří Pokorný

Tento projekt vznikl jako reakce na externí audit, kterým magistrát hl. města Praha nechal v roce 2009 prověřit hospodaření svých příspěvkových organizací, týkající se samozřejmě i divadelních institucí. Projekt se v první části věnuje auditingu ve své obecné rovině, rozdílnému procesu a funkci externího a interního auditu, stejně tak jako snaze nalezení jeho možných specifíků pro neziskové organizace, potažmo divadelní instituce.

Druhou, avšak logicky spjatou, linií projektu je snaha zmapovat různé druhy kontrol či jim podobných mechanismů, s nimiž divadelní provozy přicházejí při své každodenní činnosti do styku.

Fundraising v České republice, projekt Winton Train

Zpracovatel: BcA. Olga Menzelová Kelymanová /2. ročník MA/

Garant: ing. Tamara Čuříková

Konzultant: ing. Jana Ledvinová

Tématem magisterské práce je „Fundraising v České republice, projekt Winton Train“. První část je teoretická a zabývá se možnostmi získávání finančních prostředků pro různé kulturní aktivity z grantů a fondů neveřejných zdrojů, poskytovaných organizacemi a výbory soustředěnými u orgánů Evropské Unie, z fondů jednotlivých krajů a ministerstev ČR i jednotlivých měst EU i ČR. Druhou částí magisterské práce je rozbor mezinárodního projektu Winton Train s důrazem na fundraising této sociálně-kulturní akce. Třetí a závěrečnou částí jsou mé čerstvé praktické zkušenosti fundraisingu na aktuální venkovní instalaci fotografické výstavy v Praze na Kampě s názvem „Karlův most 2010“.

Mecenášství v USA a Velké Británii

Zpracovatel: BcA. Tomáš Novotný /1. ročník MA/

Garant: ing. Jiří Pokorný

Cílem magisterského projektu bylo prozkoumat dobrovolné financování neziskového sektoru včetně kultury v USA, Velké Británii a České republice z méně obvyklého úhlu, ze strany donátorů a mecenášů. Zajímají mě hlavně možnosti ekonomické a právní. Chtěl jsem zjistit, jak jednotliví zástupci euroatlantického prostoru chápou hodnotu individuální participace na dění ve společnosti. Víím, že zvolený nástroj, jímž je finanční podpora, je jen částí z možností, jak může člověk umění a neziskový sektor rozvíjet.

Nezastírám, že téma je mnohostranné a kromě poznání principů a možností souvisí i s řízením bohatství (wealth management), kde lze podporu neziskového sektoru proměnit na daňově odečitatelnou položku. Může se zdát, že správa majetku se týká pouze velmi bohatých lidí. Nemyslím si to. Financovat umění a ušetřit na daních může prakticky každý. V rámci svého projektu chci poznat pokud možno všechny možnosti a pro jaká finanční rozpětí se hodí. Samozřejmě včetně poznání jejich kladů a rizik.

BLOK D: DIVADELNÍ PRODUCENTSTVÍ I.

/ Pátek 4.6. / 9:30-11:30 /

Divadelní producent jako prvotní inspirátor a hybatel původních uměleckých projektů, jako rovnocenný partner umělce a jako postava schopná zajistit životaschopnost kulturních aktivit, má být klíčovou profesí, která pomůže českému divadlu znovu nalézt důstojnou roli v životě společnosti. Je schopen objevovat nové souvislosti a možnosti v oblastech (míněno jak místně, tak tematicky), které jsou na první pohled zdánlivě vyčerpané nebo alespoň již dlouhodobě stabilizované a nejeví tendenci k dalšímu rozvoji.

Mluvíme o producentství jako o způsobu myšlení.

Obecně tuto tendenci v rámci letošních magisterských prezentací zastupuje osm příspěvků, které spojuje tvůrčí pohled na problematiku provozování kulturních a zejména pak divadelních aktivit a snaha ukázat a zmapovat jiné než tradiční modely fungování kulturních projektů:

Vysoce aktuální téma Ostravy jako kandidátského města na titul Evropské hlavní město kultury v roce 2015 a příklady konkrétních projektů, které mají v rámci tohoto projektu vzniknout. Na katedře produkce DAMU zcela ojedinělý pokus o zmapování problematiky dovozu zahraničních hudebních těles v oblasti populární hudby do ČR. Pokus o zpracování komplexní kulturní vize a politiky v menším městě na konkrétním příkladu Milevska. Mapování a plán kulturního rozvoje pražské čtvrti Karlín včetně konkrétních projektů realizovaných v bývalých továrních halách ČKD Karlín. Využití nedivadelních prostor (jako jsou např. stará kina, která jsou v každém menším městě a často zejí prázdnotou) jako platformy pro další existenci kulturních projektů a pro přiblížení kultury různým sociálním skupinám a málo rozvinutým regionům.

Všechna tato témata, vedle řady dalších, s divadelním producentstvím úzce či obecněji souvisí a diskuse nad nimi může účastníkům pomoci zformulovat si vlastní názory a otevřít nové pohledy na zdánlivě dobře známé skutečnosti a fenomény.

Mgr. J. Pittermann

doc. PhDr. J. Dvořák

MgA. Petr Prokop

Realizace nezávislého kulturního centra v Ostravě, Evropském hlavním městě kultury 2015

Zpracovatel: BcA. David Mírek /2. ročník MA/

Garant: MgA. Petr Prokop

Projekt Evropských hlavních měst kultury (EHMK) začal v roce 1985, kdy se jím poprvé staly Atény. Od té doby se jím stalo dalších čtyřicet dva měst Evropy. Projekt se neustále vyvíjí, objevují se nové nápady, inovace a cesty rozvoje a za čtvrtstoletí existence se stal nejúspěšnějším projektem Evropské komise. Narozdíl od svých začátků je dnes jasná představa, jak má EHMK vypadat. Pozitivní i negativní zkušenosti čtyřiceti dvou měst jsou kvalitním zdrojem inspirace jak pro kandidátská města, tak pro města, která se chtějí rozvíjet v oblasti kreativity a inovace. EHMK do sebe zpracovává ekonomickou, sociální, kulturní a ekologickou oblast. Město, které dokáže tyto oblasti dát do harmonie, se může nazývat dobrým městem pro život.

8. září 2010 se rozhodne, které město z Česka bude EHMK pro rok 2015. Přihlásila se tři města (Hradec Králové, Ostrava a Plzeň), z nichž postoupila Ostrava a Plzeň do posledního kola. Ostrava vsadila např. na kulturní infrastrukturu, realizaci klastru Černá louka nebo přeměnu "nalezeného" prostoru pro experimentální centrum s názvem Provoz Hlubina. Plzeň se nazývá branou do Evropy, multikulturním městem a vsadila na práci s komunistou a mění "nalezený" prostor Světovar v centrum umění. Tato dvě města nejsou první ani poslední, kdo začleňuje revitalizaci prostor do projektu EHMK. Jak dopadla nová kulturní centra ve zbytku Evropy a co pro ně znamená titul EHMK?

SauerSack - meetingpoint budoucnosti aneb konverze továrního objektu na multifunkční platformu

Zpracovatel: BcA. Veronika Gondová /1. ročník MA/

Garant: doc. PhDr. Jan Dvořák

Představte si postkulturní krajinu, která dodnes žije stigmatem největší sociodemografické události našich novodobých dějin. Pohraniční drama spojené s odsunem bezmála tří milionů lidí bezprostředně postihlo nejen politický vývoj a ekonomiku státu, ale především sociální a kulturní tradice celé oblasti. Zmizely drobné kreativní průmysly, vytratila se pospolitost, cit k místu, půdě, okolnímu prostředí a krajině. Po bouřlivých dekádách komunismu a bizarním období ranného kapitalismu 90. let přichází do Sudet etapa ticha a klidu. Etapa zdánlivě snadno zaměnitelná za nicotu a nečinnost.

Nyní si představte, že atmosféru všeobecně panující pitoreskní, leč těžko uchopitelné a zpracovatelné melancholie pohraničního života naruší intervence, která má potenci vtisknout celé lokalitě nový ráz. Může být jedna továrna inspirací rozvoje?

Zpřístupňování kultury na regionální úrovni na příkladu mikroregionu Milevsko

Zpracovatel: BcA. Eliška Patzelová /1. ročník MA/

Garant: MgA. Petr Prokop

Magisterský projekt se věnuje tématu zpřístupňování kultury na regionální úrovni. Snahou mé práce bylo dokázat, že i na malém městě lze realizovat zajímavé projekty, zaujmout místní publikum a rozvinout samostatnou snahu o další kulturní rozvoj. Zkoumala jsem situaci v regionu jižních Čech, konkrétně širší okolí města Milevska. Analyzovala jsem kulturní potenciál dané oblasti, historické tradice a jejich vývoj, skupiny obyvatel a jejich priority a bariéry v přístupu k umění a současnou kulturní nabídku. Hledala jsem nejlepší model pro rozvoj kultury v regionu a zapojení místních obyvatel do společenského života.

Cílem mé práce bylo předložit návrh řešení nejen pro Milevský region, ale i pro další místa podobného rozsahu. Výsledkem je snaha aplikovat zavedený zahraniční model komunitního umění do českého prostředí.

Rozvoj velkoměsta a jeho částí prostřednictvím kulturních aktivit

Zpracovatel: BcA. Jovanka Vlčková /1. ročník MA/

Garant: Mgr. Jiří Pittermann

Ve svém magisterském projektu jsem se věnovala fenoménu kulturních aktivit, které mohou přispět k většímu rozvoji města po stránce kulturní, umělecké, sociální, ale také ekonomické. Zajímá mě práce se sociálními vazbami a návyky obyvatel a využívání veřejných i soukromých prostranství, industriálních i historických budov ke kulturním akcím a sociálnímu podnikání.

Tento rok jsem se věnovala pražské čtvrti Karlín, především její kulturní historii a sociodemografické situaci. Přímou jsem se zaměřila na industriální prostor staré tovární haly v Karlíně, studovala její situaci, možnosti, současnou kulturní nabídku. Sama jsem v hale uspořádala festival originální módy a doplňků s doprovodným programem, abych na vlastní kůži zkusila, jak lidé ve čtvrti reagují, co se děje v okolí, zda má vůbec pořádání kultury ve čtvrti smysl.

Závěrem mohu říci, že Karlín má velký potenciál místa, kde může skrze kulturní a podnikatelské aktivity vzniknout platforma pro setkání, aktivní trávení volného času, vytvoření komunity, rozvoj veřejného prostoru, zvýšení kvality života.

BLOK E: DIVADELNÍ PRODUCENTSTVÍ II.

/ Pátek 4.6. / 12:30-14:30 /



Dovoz zahraničních kapel do ČR

Zpracovatel: BcA. Gabriela Málková /2. ročník MA/

Garant: MgA. Petr Prokop

Pořádání koncertů se nezasvěcenému pozorovateli může jevit jako poměrně jednoduchá akce, kterou si podnikatel zpříjemňuje setkáváním s hudebními celebritami, pro běžného smrtelníka nedostupnými. Ve skutečnosti je to ale velmi rizikový byznys, kde ztráta z pořádané akce není nic neobvyklého.

Vyprodaná hala plná tleskajících fanoušků, kteří si užívají vystoupení oblíbeného umělce. Z tohoto pohledu znají koncerty jejich návštěvníci. Pro pořadatele je ale chvíle, kdy zpěvák či kapela nastoupí na pódium, už jen třesničkou na dortu a zakončením dlouhodobého snažení. Co všechno zážitku živého koncertu předchází? To by měla obsáhnout má práce „Dovoz zahraničních kapel do ČR“.

Využití prostorů klasických kin ke kulturním účelům

Zpracovatel: BcA. Aneta Švecová /2. ročník MA/

Garant: Mgr. Jiří Pittermann

Konzultant: ing. Tamara Čuříková

V prezentaci svého magisterského projektu bych chtěla všechny zúčastněné seznámit s dosavadním vývojem tématu své budoucí diplomové práce a s principy pracovního postupu. Stěžejní částí prezentace bude představení mého zaměření se na prostory kin, které dnes slouží jako divadelní či jinak kulturně využitý sál.

Ve svém zkoumání jsem se zaměřila na hlavní město Prahu, ve kterém byl po 2. světové válce největší počet kin. Výsledky dosavadního výzkumu jsou opravdu zajímavé. Zaměřit bych se chtěla také na prostory bývalých kin, které jsou stavebně v původním stavu a nijak nevyužité. Součástí prezentace budou dvě případové studie kin, z nichž první zastupuje přeměnu kina v divadlo. Druhá studie je o kinu, jehož prostory jsou nevyužité a chátrají.

Gustav Schmoranz a jeho éra v Národním divadle v letech 1900–1906

Zpracovatel: BcA. Viktorie Schmoranzová /2. ročník MA/

Garant: doc. PhDr. Jan Dvořák

Konzultant: Mgr. Doubravka Svobodová

Ve svém magisterském projektu se zabývám profesionální dráhou Gustava Schmoranze - osobnosti, která v čele Národního divadla strávila dvaadvacet let. Snažím se analyzovat z dochovaných archiválií především problematiku správy divadla, personální agendu a organizaci práce velké divadelní instituce v dané době.

Zároveň se ovšem věnuji i tématům, jež s osobností Gustava Schmoranze přímo nesouvisejí, ale která mi přijdou důležitá pro pochopení společenského kontextu a dokreslení kulturních souvislostí dané doby. S tímto dalším okruhem mé práce souvisí i téma mé prezentace o zabrání Stavovského divadla Němcům a připojení této budovy k Národnímu divadlu. Jednalo se o čin, který silně poznamenal vývoj ND jako kulturní i politické instituce a navždy změnil mapu divadelní sítě u nás.

Činoherní divadlo pro neslyšící

Zpracovatel: BcA. Aneta Juščíková /2. ročník MA/

Garant: Mgr. Jiří Pittermann

Konzultant: MgA. Eva Kejkrťová - Měřičková

V rámci své prezentace bych vás ráda seznámila s jednou z kapitol mé diplomové práce na téma „Činoherní divadlo pro neslyšící“, která se týká přípravy tlumočeného představení do znakového jazyka. Úvodem nahlédneme do problematiky uměleckého tlumočení se zaměřením na jednotlivé druhy či typy tlumočení divadelního představení.

Dále se budu věnovat statistickému přehledu tlumočených představení v Praze od roku 2003. Druhá část prezentace bude zaměřena na konkrétní přípravu tlumočeného představení (počínaje dramaturgickým výběrem přes samotnou realizaci představení, propagaci, četnost repríz, návštěvnost a finančními otázkami konče).

Akademie múzických umění v Praze
Divadelní fakulta
Katedra produkce

<http://www.damu.cz/katedry-a-kabinety/katedra-produkce/>

Prezentace magisterských projektů 2010
3.-4. června 2010 / Hallerův sál DAMU