



Financováno
Evropskou unií
NextGenerationEU

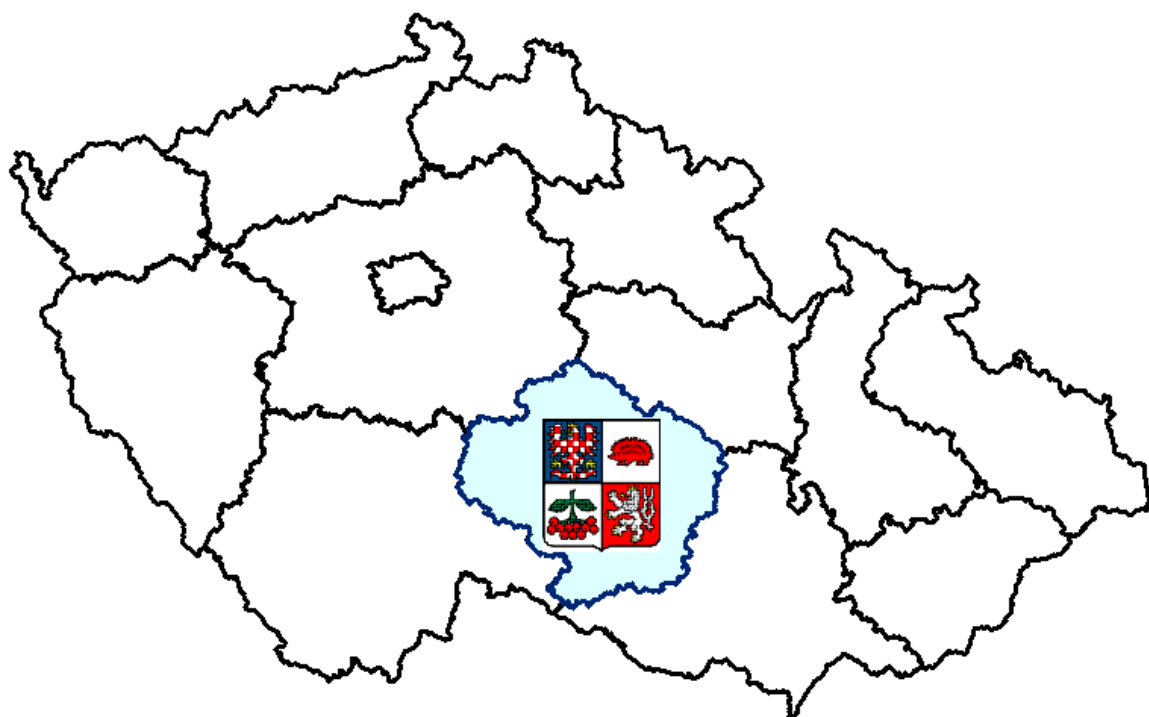


Národní
plán
obnovy



MINISTERSTVO
KULTURY

Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina do roku 2035



Kraj Vysočina, 2025

Obsah:

I. Úvod	4
I.1. Základní informace o Strategii	4
I.2. Kontext vzniku a existence Strategie	4
I.3. Účel Strategie	6
I.4. Uživatelé Strategie	7
I.5. Základní používané pojmy	7
I.6. Ostatní relevantní strategické dokumenty	8
II. Analytická část	9
II.1. Definice a analýza řešeného problému	9
II.2. Prostředí a očekávaný budoucí vývoj	11
II.2.1. Situační analýza socioekonomického prostředí Kraje Vysočina	11
II.2.2. Situační analýza kulturní infrastruktury v Kraji Vysočina	19
II.2.2.1. Zdroje dat a metodika práce	20
II.2.2.2. Památky	20
II.2.2.3. Muzea, galerie a výstavy	22
II.2.2.4. Divadla	25
II.2.2.5. Festivity	25
II.2.2.6. Ostatní kulturní infrastruktura v Kraji Vysočina	27
II.2.3. Kvantitativní analýza výsledků mapování KKO v Kraji Vysočina	28
II.2.3.1. Zdroje dat a metodika mapování KKO v Kraji Vysočina	28
II.2.3.2. Analýza subjektů působících v Kraji Vysočina dle oblastí KKO	32
II.2.3.3. Analýza agregovaných kvantitativních dat za vybrané oblasti KKO	52
II.2.4. Finanční analýza výdajů na kulturu v Kraji Vysočina v letech 2019 - 2023	59
II.2.5. Kvalitativní analýza KKO	70
II.2.5.1. Dotazníkové šetření mezi firmami a OSVČ	71
II.2.5.2. Dotazníkové šetření spolků	82
II.2.5.3. Dotazníkové šetření u ostatních subjektů	89
II.2.5.4. Shrnutí výsledků řízených rozhovorů	93
II.2.7. Analýza současného stavu dle metodiky PESTLE	101
II.2.8. Očekávaný budoucí vývoj KKO	104
II.3. Revize stávajících opatření	105
II.4. Vývoj při tzv. nulové variantě	106
II.5. Souhrn výsledků klíčových analýz	108
III. Strategická část	110
III.1. Vize a základní strategické směřování	111
III.1.1. Logika intervence, hierarchie cílů	111
III.1.2. Vize, globální cíl a strategické oblasti	112
III.1.3. Strategické cíle Strategie	113
III.2. Popis specifických cílů a opatření v jednotlivých strategických oblastech	117

III.3. Výsledky a výstupy realizace jednotlivých opatření.....	134
IV. Implementační část	136
IV.1. Implementační struktura a systém řízení implementace	136
IV.1.1. Implementační struktura.....	136
IV.1.2. Systém řízení implementace.....	137
IV.2. Plán realizace aktivit	137
IV.3. Časový harmonogram	138
IV.4. Rozpočet a zdroje financování	138
IV.5. Systém monitorování a evaluace realizace Strategie.....	138
IV.5.1. Způsob monitorování implementace Strategie	138
IV.5.2. Evaluační plán implementace Strategie.....	139
IV.6. Systém řízení rizik a předpoklady realizace strategie	139
IV.6.1. Systém řízení rizik	139
IV.6.2. Předpoklady úspěšné implementace strategie	140
IV.7. Komunikační plán	140
V. Postup tvorby strategie.....	143
V.1. Autoři strategie a zúčastněné strany.....	143
V.2. Popis postupu tvorby strategie	143
VI. Přílohy	144
Příloha č. 1: Seznam doporučených odvětví (dle CZ-NACE), která by měla být řazena do KKO při dalším průběžném mapování	144
Příloha č. 2: Seznam a definice pojmů	146
Příloha č. 3: Seznam zkratk.....	148

I. Úvod

I.1. Základní informace o Strategii

Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina do roku 2035 (dále též jen „Strategie“) je prvním uceleným analytickým a strategickým dokumentem kraje zaměřeným na kulturní, umělecké a kreativní oblasti činnosti ekonomických subjektů působících v Kraji Vysočina, ať už se jedná o organizace ze soukromého nebo veřejného sektoru, tedy o firmy, spolky, příspěvkové organizace či fyzické osoby. Tvorbě tohoto dokumentu předcházelo v roce 2023 a 2024 mapování jednotlivých aktérů ovlivňujících úroveň kulturního a kreativního prostředí v Kraji Vysočina, jejichž struktura je popsána v další části dokumentu. Dotazníkové šetření mezi zjištěnými aktivními podnikateli, veřejnými institucemi a spolky, prezentované ve formě kvalitativní analýzy, pak přispělo k formulaci návrhové (strategické) části Strategie, tedy hlavních strategických oblastí, cílů a opatření. Jde o střednědobý dokument, který bude dle potřeb aktualizován, např. na základě pokračujícího mapování subjektů působících v kulturních a kreativních odvětvích (dále též jen „KKO“) a jejich potřeb nebo v souvislosti s implementací či následnou evaluací Strategie.

I.2. Kontext vzniku a existence Strategie

Strategie je jedním z klíčových výstupů systémového projektu **„Mapování a tvorba strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina“** (dále též jen „projekt“), který Kraj Vysočina realizoval v letech 2023 – 2025 s finanční podporou Národního plánu obnovy (dále též jen „NPO“), komponenty 4.5 Rozvoj kulturního a kreativního sektoru v rámci výzvy č. 0232/2022. Tato výzva, garantovaná Ministerstvem kultury ČR (dále též jen „MK ČR“), byla určena na podporu sběru dat a mapování KKO v regionech za účelem tvorby regionálních strategických a koncepčních materiálů či kulturních politik s přímou vazbou na KKO. Výzva si dále kladla za cíl získat datové analýzy, které budou sloužit veřejné správě pro rozvoj dalších aktivit zaměřených na podporu KKO na regionální či národní úrovni, např. síťování ekonomicky činných subjektů, rozvoj dotační politiky, infrastruktury či podporu konkrétních KKO.

Kulturní a kreativní odvětví (dále též jen „KKO“) se podílejí přibližně 7 % na tvorbě světového hrubého domácího produktu a tvoří tak významnou součást ekonomiky s vysokým potenciálem dalšího růstu. Za území Kraje Vysočina však doposud nebyla k dispozici ucelená a aktuální data o struktuře a odvětvovém členění KKO či jejich podílu na zaměstnanosti a výkonnosti ekonomiky.

Prostřednictvím výše uvedeného projektu získal Kraj Vysočina komplexní informace o stavu KKO na svém území a možnostech využití jejich potenciálu pro rozvoj jak kulturního, tak podnikatelského prostředí v regionu s vazbou na zvyšování jeho konkurenceschopnosti. To v praxi znamenalo zjištění struktury KKO dle jednotlivých oblastí, získání informací o případném dominujícím odvětví nebo o diverzifikaci celého sektoru, o zaměstnanosti a ekonomické síle oblastí a v neposlední řadě také o hlavních aktérech působících v konkrétních odvětvích.

Na základě provedeného kvantitativního a kvalitativního zmapování sektoru KKO následně došlo ke zpracování strategického materiálu pro oblast KKO, vč. vytyčení žádoucích směrů dalšího rozvoje KKO a určení vhodných nástrojů jejich podpory. V souladu s podmínkami podpory v rámci výzvy č. 0232/2022 jsou konkrétními výstupy materiálu sestavené dle metodických šablon Ministerstva pro místní rozvoj (dále též jen „MMR ČR“) a fází Metodiky tvorby strategických materiálů číslo 3 (aktivity 1, 3 a 4), 5 (aktivity 1 až 5) a 6 (aktivity 1 až 10). Při zpracování Strategie dále Kraj Vysočina vycházel z Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR (dále též jen „Aktualizace Metodiky“), kterou zpracovalo MK ČR pro účely výše uvedené výzvy s využitím starších publikací, jejichž výčet je uveden v podkapitole I.6.

Strategie navazuje na relevantní koncepční dokumenty ČR platné v době realizace projektu, tedy v letech 2023 - 2025. Těmi jsou:

- **Státní kulturní politika 2021 - 2025**, konkrétně cíl 4: Rozvoj kulturních a kreativních odvětví. Dokument akcentuje podporu tvorby regionálních strategií KKO a slouží v mnoha ohledech jako opora návrhové části Strategie. KKO se stala středem pozornosti kulturní politiky vlivem dopadů

pandemie COVID-19, která je zasáhla extrémně tvrdě, ale vedla zároveň k jejich začlenění do inovačního systému. Pandemie zapříčinila nestabilní pracovní prostředí pro mnoho aktérů, kteří se ocitli v ohrožení existenční jistoty a na nové podmínky se adaptovali velmi těžce. Díky běžné veřejné podpoře byly v ČR příspěvkové organizace odolnější oproti zemím, které obdobným způsobem kulturu nepodporují. KKO mají podle uvedeného dokumentu pozitivní dopad na zaměstnanost žen a mladých lidí, nabízejí silně specializované produkty a služby a využívají velké množství talentu a profesionálních dovedností českých občanů. Kreativita se nedá nahradit robotizací. Znakem rozvinuté společnosti je zapojení umění a kreativity do každodenního života.

Z výše uvedených důvodů je nezbytné oblasti KKO dále rozvíjet. Vzdělávání v KKO je nutné podporovat od nejmladšího věku, a to formálním i neformálním způsobem, ale také tzv. „gamifikací“. Vytvořeny by měly být stipendijní programy pro začínající umělce a kreativce. Regionální diverzitu posilují amatérské umělecké aktivity, které je třeba podporovat, a to včetně zahraničních výjezdů. Dalším z možných nástrojů podpory jsou také kreativní vouchery, tedy forma mikropodpory pro spolupráci kreativců s malými i středními podniky, což již několik let na státní úrovni funguje. Do rekvalifikačních i do sociálních programů by měly být zařazeny kreativní kurzy.

- **Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví** (dále též jen „Strategie KKO v ČR“) – dokument z roku 2021 navazuje na výše uvedenou Státní kulturní politiku. Definuje vizi, strategické cíle a opatření vedoucí k jejich naplnění. Implementační část tvoří **Akční plán Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví na léta 2021 - 2023**.
- **Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021 - 2030** – cestovní ruch je zde chápán jako širší součást kulturních a kreativních průmyslů, která zároveň pomáhá rozvíjet další odvětví kreativní ekonomiky. Na oblast KKO má vazbu zejména opatření 2.2: Zachování potenciálu kulturního, technického a přírodního dědictví, kulturní krajiny a využití kulturních a kreativních průmyslů v cestovním ruchu.

V Kraji Vysočina dosud samostatný strategický dokument na podporu KKO neexistoval. Kulturní sektor byl mapován, analyzován a podporován v rámci strategického dokumentu regionálního rozvoje celého kraje. Aktuálně platný dokument s názvem **Strategie rozvoje Kraje Vysočina 2021 - 2027** definuje podporu kultury v rámci prioritní oblasti 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, konkrétně prostřednictvím opatření 5.2. Ochrana a zachování kulturních památek a 5.3. Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury. Cílem je modernizace kulturní infrastruktury, rozšíření a zatraktivnění nabídky kulturních aktivit a služeb a rozvoj kreativních projevů.

Ve vazbě na KKO Strategie rozvoje Kraje Vysočina 2021 - 2027 zmiňuje, že „v posledních letech se velmi zvyrazňuje význam tzv. kulturních a kreativních odvětví, která mají značný socioekonomický potenciál, vytvářejí pracovní místa, stimulují inovativnost a zlepšují image celého regionu. Tato odvětví zahrnují nejrůznější složky kultury, jsou založeny především na kreativních projevech a opírají se o duševní vlastnictví. Nejvýznamněji se toto projevuje v architektuře, designu, filmu, reklamě, audiovizí, tisku, software, výtvarném umění, uměleckých řemeslech atd. V návaznosti na dosavadní rozvoj kulturní oblasti a rozšiřování rozmanitosti kulturních aktivit je hlavním cílem definovaným v Strategii rozvoje Kraje Vysočina modernizace kulturních institucí, zejména muzeí, galerií a knihoven za účelem zkvalitňování poskytovaných veřejných služeb, efektivní využití a rozvoj kulturního potenciálu kraje a přímá podpora živé kultury reprezentované formou neprofesionálního i profesionálního umění.“

Současný stav kultury a její finanční podpory v Kraji Vysočina je podrobně analyzován v kapitole II. V Kraji Vysočina v současnosti není finančně systematicky podporován kreativní sektor¹ a do zahájení výše uvedeného projektu nebyl tento segment ani mapován. Strategické materiály kraje uvedené výše termíny „kreativita“, „kreativní“ či „kreativec“ (resp. tvůrčí, tvůrce apod.) téměř nezmiňují. Výjimkou nejsou ani aktuální strategické materiály měst v regionu, i když zde sekundární analýza (viz též kapitola II.) určité náznaky podpory zjistila, především v souvislosti se vzděláváním a volnočasovými aktivitami

¹ Kreativní sektor chápáný jako jeden ze tří sektorů KKO – kulturní jádro, kulturní odvětví a kreativní odvětví, do něhož patří reklama, architektura a design.

děti a mládeže. Průkopníky v oblasti kreativity tedy v regionu tvoří především samotní tvůrci, kvalifikovaní profesionálové, také studenti středních uměleckých škol, spolky, ale i pracovníci příspěvkových organizací zaměřených na kulturu i vzdělávání. Na potřeby dalšího rozvoje těchto aktérů působících v oblastech KKO se zaměřilo kvalitativní šetření, jehož výsledky jsou shrnuty v analytické části Strategie.

I.3. Účel Strategie

Kulturní a kreativní odvětví se již před globální pandemií COVID-19 podílela na tvorbě HDP v rámci EU 5,3 % a na zaměstnanosti pracovní síly EU 7,5 %. Jedná se o třetí největší sektor, který tak tvoří významnou součást ekonomiky s vysokým potenciálem dalšího růstu². Kultura a obecněji činnosti založené na kreativitě, talentu a dovednostech nehrají pouze roli společenskou a uměleckou, ale také ekonomickou, neboť napomáhají růstu a rozvoji regionální ekonomiky, vytvářejí přidanou hodnotou z tvorby duševního vlastnictví, generují pracovní místa a stimulují inovační potenciál. V kontextu vývoje společnosti a současných trendů automatizace a digitalizace lze očekávat, že hodnota intelektuálního vlastnictví bude stoupat a s tím se bude zvyšovat i význam a role kreativity a talentu v ekonomice. Za Kraj Vysočina však do současnosti nebyla k dispozici ucelená a aktuální data o struktuře a odvětvovém členění KKO či jejich podílu na zaměstnanosti a výkonnosti ekonomiky. Zmapování subjektů působících v KKO v území a vyhodnocení stávající situace tedy patřilo k hlavním cílům tvorby tohoto dokumentu, neboť bez znalosti výchozí situace nelze dopad Strategie na rozvoj KKO v čase vyhodnocovat.

Z pohledu potenciálu rozvoje KKO disponuje Vysočina bohatým kulturním dědictvím a pestrou nabídkou kulturních služeb, akcí a aktivit nejen lokálního a regionálního, ale také nadregionálního významu. Působí zde síť početných a rozmanitých subjektů z řad podnikatelů i organizací zřizovaných obcemi a krajem, které se podílejí na rozvoji nabídky kulturních aktivit, služeb a rozvoji kreativních projevů. Tyto činnosti současně mají přesahy i do dalších odvětví, jako např. vzdělávání, podnikání a cestovní ruch.

Rozvojový potenciál odvětví KKO v Kraji Vysočina lze do budoucna spatřovat především v oblasti přínosů pro tvorbu HDP a přidané hodnoty, ve vztahu k podpoře zaměstnanosti a rozvoje podnikání v území. Obzvláště významnou příležitost nese rozvoj KKO pro ty části Vysočiny, které jsou zařazeny mezi tzv. hospodářsky a sociálně ohrožená území, tedy v současnosti osm z 15 správních obvodů s rozšířenou působností (dále SO ORP). Další potenciál lze spatřovat v oblasti propagace KKO a provázání těchto odvětví na cestovní ruch, což je příležitostí pro zlepšení image regionu a posílení konkurenceschopnosti regionu v celorepublikovém i mezinárodním měřítku.

Přínos vzniku Strategie pro Kraj Vysočina lze proto spatřovat především v systémovém nastavení rámce podpory a rozvoje KKO v Kraji Vysočina, vytyčení směrů a priorit dalšího rozvoje s ohledem na specifika Vysočiny a v navržení opatření a typových aktivit.

² EUROPEAN COMMISSION. Report from the Commission to the European Parliament and the Council. Mid-term evaluation of the Creative Europe. [on-line] European Commission. 2018. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/GA/TXT/?uri=CELEX:52018DC0248>.

I.4. Uživatelé Strategie

Strategie je určena, obdobně jako jiné dokumenty stejného typu, orgánům odpovědným za rozvoj území Kraje Vysočina, především samosprávě kraje a pracovníkům relevantních úseků Krajského úřadu Kraje Vysočina (Odbor regionálního rozvoje, Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu, Odbor školství, mládeže a sportu), kteří se budou podílet na její implementaci a svou činností budou přispívat k naplnění cílů Strategie.

Mezi dalšími subjekty dotčenými Strategií lze jmenovat především obyvatele Kraje Vysočina, ekonomické subjekty působící v regionu, školy, příspěvkové organizace zabývající se činnostmi souvisejícími s KKO a případně další typy subjektů, o jejichž zapojení nejsou v době tvorby tohoto materiálu dostupné informace. Pro kulturně kreativní scénu v Kraji Vysočina by realizace Strategie, do jejíž tvorby se aktéři KKO mohli aktivně zapojit, měla přinést prospěch.

I.5. Základní používané pojmy

KKS – Kulturní a kreativní sektor

Jako KKS definuje Státní kulturní politika (dále též jen „SKP“) ty oblasti, jejichž aktivity jsou založeny na kulturních hodnotách nebo uměleckých a jiných individuálních či kolektivních kreativních vyjádřeních. Může se jednat o aktivity zahrnující vývoj, tvorbu, produkci, šíření nebo uchování zboží a služeb, které představují kulturní, umělecká nebo jiná kreativní vyjádření. Stejně tak se jedná o související aktivity v oblasti vzdělávání nebo managementu. Vše zmíněné má potenciál vytvářet inovace a pracovní místa zejména na základě tvorby duševního vlastnictví. Tento sektor zahrnuje zejména architekturu, archivnictví, knihovny a muzea, umělecká řemesla, audiovizuální oblast, kulturní dědictví, design, festivaly, hudbu, literaturu, živé umění, tisk a nakladatelství, rozhlasovou tvorbu a výtvarné umění. Strategie neřeší celý KKS, nicméně vzhledem k omezenému množství synonym ke KKO se v textu může vyskytovat např. „sektor KKO“, „KKO jako sektor ekonomiky“, „kulturně kreativní sektor“ apod., čímž jsou vždy myšlena kulturní a kreativní odvětví.

KKO – Kulturní a kreativní odvětví

SKP považuje KKO za podoblast KKS. Jako KKO definuje ekonomické činnosti v rámci KKS, jejichž základem je lidská kreativita a jsou založeny na kulturních hodnotách nebo uměleckých vyjádřeních. KKO využívají kreativity, dovedností, kultury či umění k tvorbě bohatství zejména skrze duševní vlastnictví, které dále inovativními způsoby komercializují. Kreativita je klíčovým vstupem a nejedná se o její pouhé přeprodávání. Distribuční řetězce jsou podstatnou součástí rozvoje KKO a patří k přidruženým činnostem.

MK ČR prostřednictvím certifikované metodiky³ dále definuje KKO jako: „...ekonomické činnosti, jejichž základem je tvořivost a talent. Oproti jiným oblastem kultury nejsou KKO závislé na veřejných zdrojích, tj. jsou z více než 50 % finančně soběstačné a jsou podstatnou součástí moderní kreativní ekonomiky. Mezi KKO řadíme zejména následující oblasti s potenciálem generovat zisk: audiovizualizace, hudba, knihy a tisk, reklama, architektura, design a móda, tradiční a umělecká řemesla a dále některé oblasti scénického umění, výtvarného umění a kulturního dědictví. Tento prostý výčet však nemůže zachytit pestrost KKO⁴.“⁵

Ostatní používané pojmy, které nejsou běžné nebo by nemusely být chápány správně, jsou vysvětleny v rámci přílohy č. 2 v kapitole VI.

³ Metodika mapování kulturních průmyslů na lokální a regionální úrovni je výstup projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, přiděleného Ministerstvem kultury ČR (dále jen „MK“) 17. 12. 2010 v rámci programu aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity (NAKI), číslo projektu DF11PO10VV031. Uvedená metodika byla certifikována Ministerstvem kultury ČR 23. 3. 2016 osvědčením číslo 110.

⁴ např. na <https://www.mk.gov.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-cs-1301>

⁵ Zde je možné poznamenat, že v rámci celé Strategie jsou pod pojem KKO zahrnovány i zřizované organizace, tzn. ty, které jsou financovány mj. i z veřejných rozpočtů z více než 50 %; byly také zahrnuty do agregované finanční analýzy v kapitole II.2.3.3. (z celkového počtu subjektů spadajících do KKO tvořily asi 3,4 %, ale na odhadované zaměstnanosti se podílely asi 30 %).

I.6. Ostatní relevantní strategické dokumenty

Bednář, P., Dubová M., Kraus, M., Návrat, P. a Žáková, E. (2016): Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR

Bednář, P., Dubová M., Kraus, M., Návrat, P. a Žáková, E. (2022): Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR pro účely výzvy č. 0232/2022 na tvorbu strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví

Bednář, P., Dubová M., Kraus, M., Návrat, P. a Žáková, E. (2022): Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR: Pokyny pro aplikaci

Žáková, E., Bednář, P. a kol. (2015): Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, I. svazek

Další zdroje informací, které byly v průběhu zpracování Strategie použity a citovány, jsou uvedeny v odkazech formou poznámky pod čarou přímo v textu.

II. Analytická část

II.1. Definice a analýza řešeného problému

Ve Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví Ministerstva kultury ČR jsou KKO definována jako „ekonomické činnosti v rámci širšího kulturního a kreativního sektoru, které využívají talentu a dovedností občanů a jsou založeny na kulturních hodnotách nebo uměleckých vyjádřeních. KKO slouží mj. k tvorbě bohatství zejména skrze využití duševního vlastnictví. Kreativita je klíčovým vstupem a nejedná se o její pouhé přeprodávání.“. K těmto odvětvím patří architektura, archiv, knihovny a muzea, umělecká řemesla, audiovizuální odvětví (například kinematografie, televize, videohry a multimédia), hmotné a nehmotné kulturní dědictví, design (včetně módního návrhářství), festivaly, hudba, literatura, scénická umění (divadlo), knihy, tisk a vydavatelská činnost, rozhlas a výtvarné umění/trh s uměním.

Tato kapitola popisuje problém řešený Strategií, tedy **prostředí** určující a ovlivňující postavení KKO v Kraji Vysočina. To bude charakterizováno prostřednictvím základních **socioekonomických ukazatelů** (situační analýza aktuálního stavu z hlediska vybraných demografických a ekonomických ukazatelů), díky nimž lze analyzovat rozdíly v čase a prostoru. Průběžné sledování vývoje stejných ukazatelů dopomůže v budoucnu k zaznamenávání změn socio-ekonomického i kulturně kreativního prostředí v letech implementace Strategie.

Dále se tato kapitola věnuje shrnutí nejdůležitějších provedených **analýz** klíčových pro pochopení stávajícího stavu, očekávaného vývoje a logiky intervence uvedené v návrhové části Strategie (priorit, cílů, opatření a aktivit zaměřených na řešení popsaného problému). Jedná se o hlavní závěry postavené na **kvantitativní analýze**, konkrétně časové a prostorové komparativní analýze území Kraje Vysočina, veřejně dostupných dat týkajících se kultury a kreativity, a to včetně stavu a vývoje jejich financování. Analýze je podroben také datový soubor subjektů působících v KKO, pořízený v rámci **mapování** v průběhu let 2023 a 2024.

Podstatnou část této kapitoly tvoří **kvalitativní analýza** postavená na dotazníkovém šetření a řízených rozhovorech mezi výše uvedenými subjekty působícími v kraji v KKO. Posledním bodem je shrnutí hlavních silných a slabých stránek současného kulturně kreativního sektoru v kraji a případných nových výzev či hrozeb, které mohou souviset s dalším vývojem tohoto segmentu ekonomického i společenského života v Kraji Vysočina.

Definice řešeného problému

Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina do roku 2035 (dále též jen „Strategie“) řeší stávající problém neexistence systémového nastavení rámce podpory KKO v kraji. Aktuálně platné dokumenty uvedené v kapitole I. se oblastí KKO specificky nezabývají, popřípadě se jí dotýkají jen okrajově. Dosud zcela chybí přesné vytyčení směrů a priorit rozvoje KKO s ohledem na specifika Kraje Vysočina a nejsou navržena opatření a aktivity vedoucí k podpoře rozvoje kulturně kreativního segmentu v kraji. Tato oblast tedy není v podmínkách Kraje Vysočina dosud uceleně uchopena a koncepčně řešena.

Příčinou tohoto problému jsou především chybějící komplexní, aktuální a validní data o subjektech působících v KKO, a to především o těch soukromých. Přestože mezi kulturními a kreativními aktéry výrazně převažují podnikatelé nad veřejnými organizacemi, nebyly dosud zmapovány a tedy ani známy potřeby či bariéry jejich dalšího rozvoje. Rovněž chybí informace o možnostech využití jejich potenciálu pro rozvoj jak kulturního, tak podnikatelského prostředí v regionu s vazbou na zvyšování jeho konkurenceschopnosti.

Jak potvrzují výsledky níže uvedené komparativní analýzy Kraje Vysočina s ostatními kraji ČR, nepatří region, resp. zdejší památky či kulturní a paměťová zařízení mezi ta nejnavštěvovanější v ČR. Rovněž nelze říci, že by KKO, na základně dostupných informací, v úhrnu představovala významného hráče na trhu práce. Agregovaná data za ekonomickou výkonnost KKO pak dokazují, že v Kraji Vysočina není ve srovnání s ostatními kraji velký ani hospodářský dopad zdejších subjektů působících v KKO.

Hodnoty socio-ekonomických ukazatelů vyplývajících z níže uvedené situační analýzy, resp. z analýzy agregovaných údajů za oblasti KKO v Kraji Vysočina jasně svědčí o tržním selhání týkajícím se KKO jako celku v Kraji Vysočina. Toto tržní selhání opravňuje k intervenci veřejného sektoru, neboť nedojde k narušení tržní rovnováhy a nezhorší se postavení ostatních ekonomických subjektů působících v kraji. Argumentem pro veřejnou intervenci do KKO by však nemělo být, jako tomu bylo v době ekonomických krizí po roce 2008 (v kultuře proběhla až v letech 2011 – 2013 a zasáhla zejména její tržní část⁶) nebo v období pandemie COVID-19, to, že „se nejedná o podporu, ale o investici, která se navrátí do HDP a bude se multiplikovat“⁷.

Podle některých odborníků⁸ by šlo o „diskurzivní změnu, která znamená, že nepodporujeme kulturu jakožto důležitou součást společnosti, ale jako odvětví s vysokou návratností v turistice, technologiích atd. V nezávislé kultuře a v živém umění vznikají myšlenky, které pak všechny větší instituce a další kreativní průmysly přejímají. Ale právě tato oblast živého umění je ta nejméně výdělečná.“ Dle jiných⁹ „kultura není lukrativní, ale má pozitivní dopady pro místo, udržuje společenské vztahy mezi lidmi, dává prostor pro kreativitu a inovace a je nezbytná pro fungování společnosti.“ Obdobně lze pojímat i kreativitu ve svých počátcích, neboť ta je postavena na talentu jednotlivců a za jejich produkty či výstupy jsou ostatní ochotni ihned zaplatit (komerční výstupy) nebo je ocenit (výstavy, soutěže) spíše výjimečně. Bez vstupních investic ze strany veřejných financí by se takto řada talentů nikdy neprosadila.

Stručná charakteristika hospodaření vybraných odvětví kultury v ČR v období 2019 - 2023

Odborných materiálů a publikací týkajících se vývoje KKO jako celku v období pandemie COVID-19 je v současné době stále nedostatek, ale přesto existují některé věnující se alespoň hospodaření ve vybraných odvětvích kultury v letech 2019 - 2023¹⁰. Vývoj hospodaření **tradiční kultury** v období před pandemií probíhal v zásadě pozitivně, od roku 2015 do roku 2019 se tržby z vlastní činnosti (dále též jen „tržby“) zvýšily o třetinu. Až rok 2020 přinesl hluboký propad návštěvnosti a s ním i tržeb o více než polovinu. Naopak vzrostly provozní dotace (zejména z veřejných prostředků), a to o více než 14 %. V roce 2021 se meziročně zvýšila návštěvnost pouze o 3 %, tržby stouply zanedbatelně (o 1,5 %) a provozní dotace o 4 %. Rok 2022 již přinesl meziroční zvýšení všech uvedených ukazatelů, v případě tržeb až o 80 %, úroveň roku 2019 však stále nebylo dosaženo.

Porovnání vývoje hospodaření v oblasti kulturního dědictví a ve scénickém umění ukazuje, že i přes závažnější počáteční dopady na scénické umění se tato oblast s následky pandemie vyrovnala o něco rychleji. Zejména kulturní domy se po nejhlubším propadu návštěvnosti v rámci celé tradiční kultury (o téměř 67 %) dokázaly v roce 2022 vrátit až k 84 % předpandemické úrovně. Rychlý pokrok je patrný také v případě pandemií výrazně zasažených profesionálních hudebních souborů. Uvedené příznivé výsledky lze nejspíše vysvětlit rozšířením aktivit v pandemických letech. Např. hudební soubory v daleko větší míře pořádaly koncerty a jiná vystoupení online či prostřednictvím klasických nahrávek.

Z hlediska individuálních ztrát projevujících se na odměnách za provedenou práci konkrétních osob lze říci, že ke ztrátám na mzdách zaměstnanců v zásadě nedošlo, ale postižení byli ostatní příjemci odměn za práci, především ti ze scénického umění. Co se týče podnikatelů v tradiční kultuře, z nichž velkou část tvoří osoby samostatně výdělečně činné (dále též jen „OSVČ“) a malé podniky, z údajů za rok 2020 je zřejmé, že byli pandemií zasaženi podobně jako jiní provozovatelé kulturních zařízení (stát, církev, spolky aj.). Úroveň návštěvnosti jim však poklesla nejvíce (o 58,1 %) a jejich tržby z vlastní činnosti dosáhly jen 43,1 % úrovně roku 2019. Na druhé straně se jim nejvýrazněji zvýšil objem dotací z veřejných zdrojů. Současně měli možnost čerpat prostředky z programů vyhlášených v souvislosti s pandemií a její dopady tak částečně kompenzovat. V období tzv. finančně ekonomické krize poklesly

⁶ Novák, J.: Pandemický účet kultura snadno nevyrovná. Statistika & my, časopis Českého statistického úřadu, 2024, dostupné na <https://statistikaamy.csu.gov.cz/pandemicky-ucet-kultura-snadno-nevyrovna>

⁷ Pražáková, K.: Udržitelnost v kultuře: Role kulturních institucí a umění v době klimatické krize, Diplomová práce, Ústav hudební vědy, Brno, 2022

⁸ Remešová, A.: Osobní rozhovor o environmentální problematice v kultuře. Pražáková, K., Praha, 2022

⁹ Šupová, T.: Osobní rozhovor s Marií Kinskou, Žďár nad Sázavou, 2022; dostupné na <https://reportermagazin.cz/6142/kultura-neni-tresnicka-na-dortu-ale-nezbytnost/>

¹⁰ Výtah z článku Novák, J.: Pandemický účet kultura snadno nevyrovná. Statistika & my, časopis Českého statistického úřadu, 2024, dostupné na <https://statistikaamy.csu.gov.cz/pandemicky-ucet-kultura-snadno-nevyrovna>

finanční ukazatele v jednotkách procent, v letech 2020 – 2022 to bylo až v desítkách procent. V návštěvnosti překonala pandemická krize i tzv. návštěvnickou krizi z poloviny 90. let 20. století. Zatímco pokles návštěvnosti tehdy dosahoval 30 – 40 %, v letech pandemické krize se návštěvnost propadla o více než 60 %.

Finanční a jiné ekonomické ztráty lze považovat za přímé a více či méně vyčíslitelné. Tradiční kultura v pandemických letech však utrpěla i další, nepřímé a nemateriální ztráty. Mezi ně patří přerušení kontaktů s publikem a kontinuity aktivit, pokles motivace tvůrců či oslabení tradic apod. Se všemi se bude muset kultura a společnost postupně vyrovnávat.

II.2. Prostředí a očekávaný budoucí vývoj

Následující kapitola shrnuje výsledky **socioekonomické analýzy** Kraje Vysočina z hlediska několika vybraných ukazatelů a možné **varianty budoucího vývoje**. Analýza zpracovává všechna dostupná data charakterizující postavení Kraje Vysočina v komparaci s ostatními kraji či průměrem ČR, a to nejen v současnosti, ale také s ohledem na předchozí vývoj poznamenaný pandemií COVID-19. Kde to bylo možné, zaměřuje se analýza také na situaci v KKO. Pracuje nejen se statistickými, administrativními či expertními daty, ale též s informacemi získanými od zainteresovaných stran formou dotazníků a řízených rozhovorů. Statistická data byla využita pro definování ukazatelů, na jejichž základě lze nejen prognózovat budoucí vývoj KKO v Kraji Vysočina, ale také jej reálně sledovat v průběhu implementace Strategie.

II.2.1. Situační analýza socioekonomického prostředí Kraje Vysočina

Kraj Vysočina zaujímá v rámci ČR centrální polohu a svou rozlohou (6,8 tis. km²) spadá spíše mezi větší kraje (5. největší), zatímco počtem obyvatel (518 tis.) mezi ty menší (3. nejmenší) a řídce zalidněné regiony (2. nejnižší hustota zalidnění). Vysočinu rovněž charakterizuje největší podíl malých obcí ze všech krajů (334 ze všech 704 obcí má méně než 200 obyvatel), což souvisí i s nejmenší průměrnou velikostí obce (736 obyvatel).

Tab. 1. Věková struktura obyvatel Kraje Vysočina a ČR v roce 2019 a 2023¹¹

Území/věková kategorie/ukazatel		2019		2023	
		abs.	%	abs.	%
Kraj Vysočina	0–14 let	79 274	15,5	81 172	15,7
	15–64 let	326 248	64,0	325 800	62,9
	65 a více let	104 291	20,5	110 988	21,4
	celkem	509 813	100,0	517 960	100,0
	index stáří	131,6		136,7	
	index ekonomického zatížení	56,3		59,0	
Česká republika	0–14 let	1 710 202	16,0	1 727 758	15,9
	15–64 let	6 852 107	64,1	6 935 475	63,6
	65 a více let	2 131 630	19,9	2 237 322	20,5
	celkem	10 693 939	100,0	10 900 555	100,0
	index stáří	124,6		129,5	
	index ekonomického zatížení	56,1		57,2	

Zdroj: Veřejná databáze, ČSÚ, 2024; vlastní výpočty

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že v Kraji Vysočina žije nadprůměrný podíl obyvatel starších 65 let, ale odlišnosti ve věkové struktuře obyvatel oproti ČR nejsou příliš výrazné. Zřetelnější je již rozdíl dle indexu stáří, který poměřuje počet seniorů nad 65 let s počtem dětí do 15 let; v Kraji Vysočina je jich v průměru o 7,2 více než na úrovni celé ČR a za posledních 5 let se tento rozdíl navíc ještě mírně navýšil. Index

¹¹ Index stáří – poměr počtu dětí ve věku 0–14 let a počtu seniorů ve věku 65 a více let vynásobený 100; index ekonomického zatížení – poměr součtu dětí ve věku 0–14 let a seniorů ve věku 65 a více a počtu ekonomicky aktivních osob ve věku 15–64 let vynásobený 100; údaje za rok 2024 nebyly v době zpracování zprávy k dispozici

ekonomického zatížení, dávající do poměru předproduktivní a poproduktivní složku populace jako celek a produktivní složku obyvatel ve věku 15-64 let, je v kraji rovněž o něco vyšší než v průměru v celé ČR. I v případě tohoto ukazatele se od roku 2019 jeho hodnota zvýšila, a to výrazněji než na republikové úrovni, což není pro budoucí populační a ekonomický vývoj pozitivní informace.

Příznivý je alespoň vývoj vzdělanosti, neboť stále ještě klesá počet obyvatel s nejvýše základním vzděláním, v Kraji Vysočina dokonce s vyšší intenzitou než v jiných krajích, a roste počet vysokoškoláků, který však stále nedosahuje průměrných hodnot za celou republiku. Nejsilnější skupinou na Vysočině stále zůstávají osoby vyučené bez maturity, zatímco na úrovni celé ČR již převažují středoškoláci s maturitou. Podíl vysokoškoláků nebyl v roce 2021 v kraji o mnoho vyšší než v celé ČR v roce 2011. Dle změny indexu vzdělání se Vysočina ani nepřibližuje republikovému průměru, což opět nelze hodnotit příznivě.

Tab. 2. Vzdělanostní struktura obyvatel Kraje Vysočina a ČR v roce 2011 a 2021; index vzdělání¹²

Území/vzdělanostní kategorie/ukazatel		2011		2021	
		abs.	%	abs.	%
Kraj Vysočina	základní a bez vzdělání	84 272	19,5	56 257	13,4
	střední bez maturity	166 760	38,6	160 291	38,3
	střední s maturitou a VOŠ	138 409	32,1	143 111	34,2
	vysokoškolské	42 325	9,8	58 804	14,1
	celkem	431 767	100,0	418 463	100,0
	index vzdělání	61,5		76,4	
Česká republika	základní a bez vzdělání	1 704 811	19,1	1 235 492	14,0
	střední bez maturity	3 118 238	34,8	2 905 187	32,9
	střední s maturitou a VOŠ	2 947 122	32,9	3 043 915	34,5
	vysokoškolské	1 177 461	13,2	1 647 812	18,7
	celkem	8 947 632	100,0	8 832 407	100,0
	index vzdělání	72,4		90,4	

Zdroj: Veřejná databáze – Sčítání lidu, domů a bytů, ČSÚ, 2025; vlastní výpočty

Z demografických charakteristik lze zmínit rovněž pohyb obyvatelstva, a to přirozený i mechanický. Přirozený pohyb, tedy rozdíl mezi počtem živě narozených a zemřelých, byl v Kraji Vysočina od roku 2014 vždy mírně kladný, a to až do roku 2019. Především pandemie COVID-19 přispěla k výraznému nárůstu počtu zemřelých, v posledních letech tedy Kraj Vysočina obyvatele přirozenou měnou výrazně ztrácel (přibližně tisíc osob ročně). Zatímco počet zemřelých byl v roce 2023 již nižší než před pandemií, počet narozených za roky 2022 a 2023 dosahoval velmi nízkých hodnot obdobně jako v celé ČR. Příčinu lze hledat v geopolitickém i ekonomickém dění v Evropě i ve světě.

Migrace začala pozitivně přispívat ke zvyšování populace kraje v roce 2018 a stejně jako ve všech krajích se v roce 2022 po vypuknutí války na Ukrajině počet přistěhovaných výrazně navýšil na dosud nejvyšší hodnoty v historii samostatné ČR. Vysoký byl také v roce 2023, za tyto 2 roky se tedy celkový počet obyvatel kraje zvýšil stěhováním o téměř 16 tis. osob. Situace v Kraji Vysočina nebyla z hlediska přirozeného ani mechanického pohybu nijak výjimečná ve srovnání s ostatními kraji.

Z **ekonomického** hlediska lze stručně charakterizovat podnikatelskou aktivitu změnou počtu subjektů mezi roky 2019 a 2023. Kromě přirozeného vzniku a zániku podniků zasáhla do poklesu jejich počtu měřitelného jak na úrovni kraje, tak celé ČR legislativní úprava. Za poklesem stála skutečnost, že za účelem digitalizace veřejné správy byly v roce 2023 všem podnikatelům povinně přiděleny datové schránky a řada neaktivních subjektů po tomto kroku zrušila svoji registraci¹³. V Kraji Vysočina byl pokles intenzivnější než v průměru v celé ČR. Při zaměření na podniky s výkonem činnosti souvisejícím

¹² Index vzdělání = trojnásobek podílu vysokoškoláků + podíl středoškoláků s maturitou (dle Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J. a kol.: Ekonomická a sociální geografie, Plzeň, 2008)

¹³ Viz např.: <https://www.businessinfo.cz/clanky/zivnostniku-stale-ubyva-rychle-panika-kvuli-datovym-schrankam-ale-polevuje/>

s kulturními a kreativními odvětvími lze však konstatovat pozitivní vývoj charakterizovaný nárůstem jejich počtu o téměř 4 % v kraji a o 9 % v celé ČR. Také podíl těchto subjektů na celkovém počtu subjektů se zjištěnou ekonomickou aktivitou, který byl v obou sledovaných letech v kraji o něco nižší než v ČR, se od roku 2019 zvýšil, a to o 10 % v kraji, resp. 13 % na republikové úrovni. To by mohlo v případě zachování obdobných vnitřních i vnějších podmínek avizovat pozitivní vývoj v blízké budoucnosti.

Tab. 3. Počet ekonomických subjektů celkem, počet a podíl subjektů působících v odvětvích souvisejících s KKO (definice viz níže – tab. č. 4) v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2019 a 2023; index změny (IZ)

Rok/území	Kraj Vysočina			ČR		
	celkem	KKO	% KKO	celkem	KKO	% KKO
2019	110 786	8 095	7,3	2 800 728	225 843	8,1
2023	103 691	8 396	8,1	2 700 882	246 208	9,1
IZ 2023/2019	93,6	103,7	110,8	96,4	109,0	113,0

Zdroj: Veřejná databáze, ČSÚ, 2025; vlastní výpočty

Dalším důležitým zdrojem informací o společensko-ekonomickém významu KKO jsou informace o **zaměstnanosti**, alespoň v některých oblastech. Orientačně lze vývoj zaměstnanosti v odvětví tradiční kultury sledovat prostřednictvím výsledků Výběrového šetření pracovních sil, resp. publikace ČSÚ „Trh práce ČR 1993-2023“. Kultura je zde zahrnuta v agregovaném odvětví Kulturní, zábavní a rekreační činnosti. V celé ČR v tomto odvětví v roce 2023 pracovalo 90 tis. osob, což bylo o 26,7 tis. více než před 30 lety (tj. o 42,2 % více). Podíl na celkové zaměstnanosti činil 2,8 % a příliš se od roku 1993 nezvýšil (2,7 %). V Kraji Vysočina se jednalo o 3,6 tis. osob, což byl oproti roku 1993 téměř 2,5násobek. Podíl na celkové zaměstnanosti v kraji však činil pouze 1,5 %, i přesto však šlo o výrazné navýšení, neboť v roce 1993 představoval podíl tohoto odvětví pouze 0,6 %. Na základě těchto informací lze tedy shrnout, že počet i podíl zaměstnaných v oblasti kultury se za posledních 30 let v Kraji Vysočina zvýšil mnohem znatelněji než na úrovni celé ČR, ale stále zůstává výrazně poddimenzován ve srovnání s průměrem ČR.

Poněkud jiný pohled na zaměstnanost v oblastech KKO nabízí Sčítání lidu, domů a bytů realizované Českým statistickým úřadem (dále též jen „ČSÚ“) v roce 2011 a 2021. Na základě metodiky užívané Národním informačním poradenským střediskem pro kulturu (dále též jen „NIPOS“) poskytla tato organizace pro analýzu zaměstnanosti data ze sčítání za rok 2011 a 2021 za vybraná odvětví a profese, která uvádí tabulka č. 4.

Níže uvedená odvětví CZ-NACE v celé ČR koncentrovala v roce 2021 celkem 174,8 tis. zaměstnaných, což je téměř dvojnásobný počet zaměstnaných v KKO, než uvádějí údaje z Výběrového šetření pracovních sil (dále též jen „VŠPS“). Skutečnost se pravděpodobně bude pohybovat mezi těmito hodnotami. Některé činnosti řazené do těchto odvětví však s KKO nesouvisí, např. inženýrské činnosti (CZ-NACE 71) či spolky vykonávající jinou než kulturní činnost (CZ-NACE 94). Na druhé straně zde chybí např. maloobchod s novým či použitým zbožím, kam patří v rámci KKO knihkupectví, antikvariáty, dále průmysl, kam by spadali umělečtí řemeslníci pracující např. v oděvním, sklářském, kovozpracujícím a ostatním zpracovatelském průmyslu, nebo umělecké vzdělávání (zaměstnanci uměleckých škol tvoří cca 3 % všech pracovníků ve vzdělávání). Z níže uvedené analýzy by tedy spíše měly vyplynout určité změny, které nastaly mezi jednotlivými sčítáními lidu a do kterých se již promítla pandemie COVID-19, dále význam jednotlivých odvětví a profesí souvisejících s KKO pro zaměstnanost v krajích a v ČR, případně poklesy či nárůsty významu jednotlivých odvětví během sledovaných 10 let vyjádřené indexem změny relativního zastoupení.

Tab. 4. Přehled vybraných odvětví a profesí KKO zahrnutých do analýzy zaměstnanosti dle Sčítání lidu, domů a bytů 2021 a 2011

Kód CZ-NACE	Popis	Kód CZ-ISCO	Popis
58	Vydavatelské činnosti	216	Architekti, specialisté v oblasti územního plánování, návrháři a příbuzní pracovníci
59	Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	235	Ostatní specialisté v oblasti výchovy a vzdělávání
60	Tvorba programů a vysílání	262	Specialisté v knihovnách, archivech a v příbuzných oblastech
71	Architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy	264	Spisovatelé, novináři a jazykovědci
73	Reklama a průzkum trhu	265	Výkonní umělci a příbuzní specialisté
90	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	343	Odborní pracovníci v oblasti umění a kultury, šéfkuchaři
91	Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení	352	Technici v oblasti telekomunikací a vysílání
94	Činnosti organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů	441	Ostatní úředníci
		731	Pracovníci v oblasti uměleckých a tradičních řemesel

Zdroj: NIPOS, 2024

Tab. 5. Počet zaměstnaných v roce 2011 a 2021 podle vybraných odvětví souvisejících s KKO a jejich podíl na celkové zaměstnanosti v krajích ČR

Kraj	Zaměstnaní 2011			Zaměstnaní 2021		
	celkem	z toho v KKO	podíl KKO	celkem	z toho v KKO	podíl KKO
Hlavní město Praha	668 469	56 407	8,4	733 840	56 452	7,7
Středočeský kraj	629 504	20 364	3,2	726 887	22 810	3,1
Jihočeský kraj	307 084	9 864	3,2	314 154	7 746	2,5
Plzeňský kraj	280 560	7 904	2,8	295 810	7 183	2,4
Karlovarský kraj	148 030	3 666	2,5	130 956	2 567	2,0
Ústecký kraj	376 978	9 666	2,6	369 950	7 623	2,1
Liberecký kraj	207 755	5 526	2,7	213 877	5 272	2,5
Královéhradecký kraj	263 485	7 039	2,7	266 948	6 330	2,4
Pardubický kraj	245 443	6 114	2,5	255 984	5 821	2,3
Kraj Vysočina	239 435	5 251	2,2	246 077	5 041	2,0
Jihomoravský kraj	550 013	20 270	3,7	603 968	20 471	3,4
Olomoucký kraj	292 785	7 385	2,5	301 779	7 084	2,3
Zlínský kraj	274 665	7 533	2,7	278 753	6 963	2,5
Moravskoslezský kraj	559 872	15 352	2,7	551 088	13 432	2,4
ČR	5 044 078	182 341	3,6	5 290 071	174 795	3,3

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022; NIPOS, Praha, 2024; vlastní výpočty

Z výše uvedené tabulky je zřejmé, že ve vybraných odvětvích souvisejících s KKO došlo v úhrnu v celé ČR za posledních 10 let k poklesu počtu zaměstnaných osob a také ke snížení jejich významu na celkové zaměstnanosti (z 3,6 na 3,3 %), což je možné již považovat za negativní dopad pandemie COVID-19, která v době sčítání lidu v roce 2021 omezovala podnikání v ČR již druhým rokem. Zatímco celková zaměstnanost ve všech krajích s výjimkou Karlovarského, Ústeckého a Moravskoslezského ve

sledovaném období vzrostla, v případě odvětví souvisejících s KKO došlo až na 3 kraje k poklesu počtu zaměstnaných, u 5 krajů pak o více než desetinu. K poklesu významu, tedy podílu sledovaných odvětví na celkové zaměstnanosti, však došlo již ve všech krajích, nejvýrazněji v kraji Jihočeském.

Kraj Vysočina ve vybraných odvětvích souvisejících s KKO zaměstnával v roce 2011 bezmála 5,3 tis. osob, což představovalo 2,2 % všech zaměstnaných v kraji. To byla ve srovnání s ČR velmi podprůměrná hodnota a také nejnižší ze všech krajů. Přestože se počet všech zaměstnaných do roku 2021 zvýšil v Kraji Vysočina asi o 6,5 tis. (2,8 %), ve sledovaných odvětvích souvisejících s KKO klesl o 4,0 % a jeho podíl na celkové zaměstnanosti dokonce téměř o desetinu, tedy o něco více než v průměru v celé ČR. Činil již pouze 2 % a byl tak opět nejnižší mezi všemi kraji.

Tab. 6. Index změny zaměstnanosti mezi roky 2011 a 2021 podle **vybraných odvětví** souvisejících s KKO a jejich podílu na celkové zaměstnanosti v krajích ČR

Kraj	Index změny 2021/2011		
	zaměstnaných celkem	zaměstnaných v KKO	podílu KKO na celkové zaměstnanosti
Hlavní město Praha	109,8	100,1	91,7
Středočeský kraj	115,5	112,0	96,9
Jihočeský kraj	102,3	78,5	78,1
Plzeňský kraj	105,4	90,9	85,7
Karlovarský kraj	88,5	70,0	80,0
Ústecký kraj	98,1	78,9	80,8
Liberecký kraj	102,9	95,4	92,6
Královéhradecký kraj	101,3	89,9	88,9
Pardubický kraj	104,3	95,2	92,0
Kraj Vysočina	102,8	96,0	90,9
Jihomoravský kraj	109,8	101,0	91,9
Olomoucký kraj	103,1	95,9	92,0
Zlínský kraj	101,5	92,4	92,6
Moravskoslezský kraj	98,4	87,5	88,9
ČR	104,9	95,9	91,7

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012, vlastní výpočty; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

Tab. 7a. Počet a podíl zaměstnaných **ve vybraných odvětvích** souvisejících s KKO na celkové zaměstnanosti v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2021 a 2011, podíl jednotlivých odvětví na celkové zaměstnanosti ve vybraných odvětvích souvisejících s KKO, index změny (IZ) významu odvětví (2021/2011)

Kraj	Počet zaměstnaných v odvětvích KKO	Podíl KKO (v %)	z toho odvětví KKO (v %)			
			vydav. činnosti	film, video, TV, hudba	tvorba progr. a vysílání	arch. a inž. činnosti
Kraj Vysočina 2011	5 251	2,2	7,2	1,7	2,5	34,5
Kraj Vysočina 2021	5 041	2,0	5,4	1,9	1,7	38,4
IZ Kraj Vysočina	96,0	90,9	75,0	111,8	68,0	111,3
ČR 2011	182 341	3,6	8,7	3,5	5,5	27,6
ČR 2021	174 795	3,3	7,1	4,6	4,4	30,5
IZ ČR	95,9	91,7	81,6	131,4	80,0	110,9

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022; NIPOS, Praha, 2024; vlastní výpočty

Tabulky 7a a 7b nabízejí pohled na jednotlivá odvětví související alespoň určitou činností s KKO a na jejich význam pro zaměstnanost Kraje Vysočina a ČR. Z těchto dat vyplývá značná poddimenzovanost audiovizuálního a mediálního sektoru v Kraji Vysočina, ale také nižší podíl tvůrčích, uměleckých a

zábavních činností, přičemž význam tohoto odvětví do roku 2021 klesl mnohem výrazněji než na celorepublikové úrovni. Podstatně vyšší než v průměru v ČR je v kraji dlouhodobě podíl architektonické činnosti, která navíc nebyla pandemií negativně ovlivněna, obdobně jako činnosti knihoven, archivů a muzeí a také spolkové činnosti.

Tab. 7b. Počet a podíl zaměstnaných **ve vybraných odvětvích** souvisejících s KKO na celkové zaměstnanosti v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2021 a 2011, podíl jednotlivých odvětví na celkové zaměstnanosti ve vybraných odvětvích souvisejících s KKO, index změny (IZ) významu odvětví (2021/2011)

Kraj	Počet zam. v odvětvích KKO	z toho odvětví KKO (v %)				
		reklama	tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	činnosti knihoven, archivů, muzeí aj.	prosazov. společ. zájmů	celkem
Kraj Vysočina 2011	5 251	14,2	14,2	12,2	13,5	100,0
Kraj Vysočina 2021	5 041	10,5	11,7	14,5	15,9	100,0
IZ Kraj Vysočina	96,0	73,9	82,4	118,9	117,8	-
ČR 2011	182 341	15,6	18,3	9,6	11,2	100,0
ČR 2021	174 795	10,8	17,8	10,9	13,9	100,0
IZ ČR	95,9	69,2	97,3	113,5	124,1	-

Zdroj: Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

V **profesích** uvedených v tabulce č. 4. bylo v roce 2021 v celé ČR zaměstnáno celkem 244,4 tis. osob, ale i zde řada profesí chybí, a naopak naddimenzovány vzhledem k souvislosti s KKO jsou např. profese Ostatní specialisté v oblasti výchovy a vzdělávání, Ostatní úředníci a další (viz dále). Jinak však i tato analýza potvrzuje velmi slabé postavení KKO v Kraji Vysočina.

Tab. 8. Počet zaměstnaných v roce 2011 a 2021 podle **vybraných profesí** souvisejících alespoň částečně s KKO a jejich podíl na celkové zaměstnanosti v krajích ČR

Kraj	Počet zaměstnaných 2011			Počet zaměstnaných 2021		
	celkem	z toho v KKO	podíl KKO	celkem	z toho v KKO	podíl KKO
Hlavní město Praha	668 469	49 464	7,4	733 840	57 253	7,8
Středočeský kraj	629 504	28 759	4,6	726 887	32 356	4,5
Jihočeský kraj	307 084	12 359	4,0	314 154	12 673	4,0
Plzeňský kraj	280 560	11 237	4,0	295 810	11 244	3,8
Karlovarský kraj	148 030	5 846	3,9	130 956	5 679	4,3
Ústecký kraj	376 978	13 840	3,7	369 950	13 977	3,8
Liberecký kraj	207 755	9 739	4,7	213 877	9 383	4,4
Královéhradecký kraj	263 485	10 511	4,0	266 948	10 978	4,1
Pardubický kraj	245 443	9 561	3,9	255 984	9 855	3,8
Kraj Vysočina	239 435	8 814	3,7	246 077	9 174	3,7
Jihomoravský kraj	550 013	25 811	4,7	603 968	28 201	4,7
Olomoucký kraj	292 785	11 325	3,9	301 779	11 510	3,8
Zlínský kraj	274 665	10 230	3,7	278 753	10 898	3,9
Moravskoslezský kraj	559 872	20 609	3,7	551 088	21 172	3,8
ČR	5 044 078	228 105	4,5	5 290 071	244 353	4,6

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012, vlastní výpočty; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

I zde byl podíl zaměstnaných ve vybraných profesích na celkové zaměstnanosti jak v roce 2011, tak o 10 let později v kraji výrazně podprůměrný a zároveň nejnižší ze všech krajů (3,7 %). Zatímco však v roce 2011 na tom byly podobně další 3 kraje (Ústecký, Zlínský a Moravskoslezský), v roce 2021 zůstal Kraj Vysočina na konci pomyslného žebříčku sám. Na rozdíl od výše uvedených odvětví byl z hlediska profesí zaznamenán nárůst počtu zaměstnaných v KKO, a to téměř o 17 tis. v celé ČR (tj. 7,1 %). V Kraji Vysočina šlo o necelých 400 osob (4,1 %), ale v kraji Libereckém a Karlovarském došlo v počtu zaměstnaných v profesích souvisejících s KKO k poklesu. Relativní význam souboru těchto profesí se

v Kraji Vysočina téměř nezměnil na rozdíl od 6 jiných krajů, v nichž došlo k poklesu podílu KKO na celkové zaměstnanosti.

Tab. 9. Index změny zaměstnanosti mezi roky 2011 a 2021 podle **vybraných profesí** spadajících do KKO a jejich podílu na celkové zaměstnanosti v krajích ČR

Kraj	Index změny 2021/2011		
	zaměstnaných celkem	zaměstnaných v KKO	podílu KKO na celkové zaměstnanosti
Hlavní město Praha	109,8	115,7	105,4
Středočeský kraj	115,5	112,5	97,4
Jihočeský kraj	102,3	102,5	100,2
Plzeňský kraj	105,4	100,1	94,9
Karlovarský kraj	88,5	97,1	109,8
Ústecký kraj	98,1	101,0	102,9
Liberecký kraj	102,9	96,3	93,6
Královéhradecký kraj	101,3	104,4	103,1
Pardubický kraj	104,3	103,1	98,8
Kraj Vysočina	102,8	104,1	101,3
Jihomoravský kraj	109,8	109,3	99,5
Olomoucký kraj	103,1	101,6	98,6
Zlínský kraj	101,5	106,5	105,0
Moravskoslezský kraj	98,4	102,7	104,4
ČR	104,9	107,1	102,1

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012, vlastní výpočty; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

Následující 2 tabulky zachycují postavení jednotlivých profesí souvisejících s KKO na celkové zaměstnanosti v tomto sektoru. Na rozdíl od výše analyzovaných odvětví KKO zde nejsou zřejmé výrazné odchylky od průměru ČR. Mírně poddimenzované jsou profese spisovatelů, novinářů a jazykovědců a také výkonných umělců, jichž je v Kraji Vysočina pouze okolo 3, resp. 5 % z celkového počtu zaměstnaných v KKO, kdežto v ČR přibližně dvojnásobek.

Tab. 10a. Počet a podíl zaměstnaných **ve vybraných profesích** souvisejících s KKO na celkové zaměstnanosti v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2021 a 2011, podíl jednotlivých profesí na celkové zaměstnanosti ve vybraných profesích souvisejících s KKO, index změny (IZ) významu profesí (2021/2011)

Kraj	Počet zaměstnaných v profesích souvisejících s KKO	Podíl KKO (v %)	z toho profese KKO (v %)			
			architekti	ostatní specialisté v oblasti výchovy a vzdělávání	specialisté v knihovnách, archivech apod.	spisovatelé, novináři a jazykovědci
Kraj Vysočina 2011	8 814	3,7	5,1	21,8	4,4	2,8
Kraj Vysočina 2021	9 174	3,7	8,4	33,0	4,8	3,4
IZ Kraj Vysočina	104,1	100,0	164,7	151,4	109,1	121,4
ČR 2011	228 105	4,5	6,3	18,0	4,6	5,4
ČR 2021	244 353	4,6	9,9	28,2	4,6	6,3
IZ ČR	107,1	102,2	157,1	156,7	100,0	116,7

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012, vlastní výpočty; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

Silnou kategorií s více než 50% nárůstem mezi roky 2011 a 2021 tvoří ostatní specialisté v oblasti výchovy a vzdělávání, kam lze řadit učitele základních a středních uměleckých škol, pracovníky středisek volného času apod., jejichž význam v Kraji Vysočina vzrostl z pětínového na třetinový a tyto profese tak zaměstnávaly výrazně větší podíl osob než v průměru v celé ČR.

Tab. 10b. Počet a podíl zaměstnaných **ve vybraných profesích** souvisejících s KKO na celkové zaměstnanosti v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2021 a 2011, podíl jednotlivých profesí na celkové zaměstnanosti ve vybraných profesích souvisejících s KKO, index změny (IZ) významu profesí (2021/2011)

Kraj	z toho profese KKO (v %)					
	výkonní umělci	odborníci v oblasti umění a kultury	technici v oblasti telekom. a vysílání	ostatní úředníci	pracovníci v oblasti uměl. a tradičních řemesel	celkem
Kraj Vysočina 2011	5,5	4,0	1,3	42,7	12,4	100,0
Kraj Vysočina 2021	6,7	12,9	1,5	17,7	11,6	100,0
IZ Kraj Vysočina	121,8	322,5	115,4	41,5	93,5	-
ČR 2011	10,7	4,4	2,8	39,7	8,1	100,0
ČR 2021	13,0	12,7	3,0	15,2	7,1	100,0
IZ ČR	121,5	288,6	107,1	38,3	87,7	-

Zdroj: Počet zaměstnaných osob k 26. 3. 2011, ČSÚ, 2012, vlastní výpočty; Sčítání 2021, ČSÚ, 2022, vlastní výpočty; NIPOS, Praha, 2024

Z hlediska **nezaměstnanosti** patří Kraj Vysočina dlouhodobě mezi méně problematická území v ČR. V roce 2019 byla situace na trhu práce v kraji velmi příznivá. Počet uchazečů o zaměstnání klesl pod 10 tis., což bylo nejméně od první poloviny 90. let, naopak počet volných pracovních míst vzrostl nad 10 tis., jejich nabídka tedy poprvé překročila poptávku (v ČR tato situace nastala již o rok dříve)¹⁴. Podíl nezaměstnaných osob byl pouze o něco nižší než v ČR (o 0,2 procentního bodu), ale v následujících letech se rozdíl zvětšoval a na konci roku 2023 dosáhl 0,7 procentního bodu ve prospěch Kraje Vysočina. Během posledních pěti let se počet uchazečů zvýšil cca o 11 %, a to jak na úrovni Kraje Vysočina, tak v průměru v ČR. Zatímco počet volných pracovních míst v kraji výrazně poklesl (téměř na ¾ stavu z roku 2019), v ČR se zvýšil o více než čtvrtinu. Poměr mezi počtem uchazečů a volných pracovních míst (dále též jen „VPM“) byl však stále co do počtu vyrovnaný. Nesoulad však přetrvával z hlediska odvětvového či profesního. Index změny byl sice vysoký, nicméně při minimálních hodnotách obou nejdůležitějších ukazatelů nezaměstnanosti.

Tab. 11. Hlavní charakteristiky nezaměstnanosti v Kraji Vysočina a v ČR v letech 2019-2023 (vždy k 31. 12.); index změny 2023/2019

Rok	Kraj Vysočina				ČR	
	Uchazeči o zaměstnání	VPM	PU/VPM	PNO (%)	PU/VPM	PNO (%)
2019	9 642	10 615	0,9	2,7	0,6	2,9
2020	11 443	9 647	1,2	3,3	0,9	4,0
2021	10 413	10 713	1,0	3,0	0,8	3,5
2022	10 688	8 865	1,2	3,1	0,9	3,7
2023	10 773	8 368	1,3	3,0	1,0	3,7
Index změny	111,7	78,8	144,4	111,1	166,7	127,6

Zdroj: Měsíční nezaměstnanost – vývoj na trhu práce ve vybraném roce, MPSV ČR, 2025

VPM = volná pracovní místa, PU/VPM = počet uchazečů připadajících na jedno volné pracovní místo, PNO = podíl nezaměstnaných osob

Na základě údajů Úřadu práce ČR (dále též jen „ÚP ČR“) lze analyzovat soulad mezi nabídkou a poptávkou po pracovní síle až do úrovně konkrétních profesí. Následující tabulka zachycuje počet uchazečů o zaměstnání a volných pracovních míst v profesích souvisejících s KKO v Kraji Vysočina a v ČR (dle výčtu v tabulce č. 4). Větší problémy s uplatněním měli na konci roku 2023 v kraji aranžéři, naopak postavení výtvarných umělců bylo i přes nedostatečnou poptávku o něco lepší než v průměru v celé ČR. Obdobně na tom byli i překladatelé a tlumočníci a z uměleckých řemesel také skláři. Pro

¹⁴ Je však třeba poznamenat, že vysoký počet VPM byl způsoben také špatnými administrativními procesy souvisejícím s evidencí VPM na ÚP ČR.

designéry a módní návrháře nebyla v Kraji Vysočina na konci roku 2023 evidována žádná volná pracovní místa, ačkoli jinde v ČR jich bylo relativně dost. Obtížná byla situace na trhu práce v profesích knihovník i fotograf, a to v celé ČR.

Tab. 12. Soulad mezi nabídkou a poptávkou po vybraných profesích KKO v Kraji Vysočina a v ČR v roce 2023 (k 31. 12.; 5 a více uchazečů nebo VPM v Kraji Vysočina)

Kód CZ-ISCO	Popis	Kraj Vysočina			ČR		
		PU	VPM	PU/VPM	PU	VPM	PU/VPM
3432	Aranžéři a příbuzní pracovníci	15	1	15,0	556	66	8,4
2651	Výtvarní umělci	12	1	12,0	412	25	16,5
7317	Tradiční zpracovatelé dřeva, proutí a příbuzných materiálů	5	2	2,5	59	28	2,1
2643	Překladaelé, tlumočníci a jazykovědci	14	10	1,4	520	90	5,8
7315	Skláři, brusiči skla, výrobci bižuterie a skleněných ozdob	1	10	0,1	95	81	1,2
2163	Průmysloví a produktoví designéři, módní návrháři	6	0	-	245	85	2,9
4411	Knihovníci	11	0	-	277	6	46,2
3431	Fotografové	7	0	-	328	16	20,5
Ostatní		30	6	5,0	1 627	401	4,1
Celkem KKO		101	30	3,4	4 119	798	5,2
Celkem		10 773	8 368	1,3	279 227	271 788	1,0

Zdroj: Analýza poptávky po pracovní síle a nabídky pracovní síly, MPSV ČR, 2025

PU = počet uchazečů o zaměstnání, VPM = volná pracovní místa, PU/VPM = počet uchazečů připadajících na jedno volné pracovní místo,

Na počtu uchazečů v profesích souvisejících s KKO se pětinou podílejí absolventi místních středních uměleckých škol (20 osob), tedy mladí lidé, kteří jsou k danému dni evidováni na ÚP ČR a od skončení školní docházky jim neuběhly více než 2 roky. Až na výjimky jde však pouze o jednotlivce. 4 evidovaní absolventi vystudovali multimediální tvorbu (Animace a game art), 3 absolventi grafický design (Grafický design) a 2 absolventi scénickou a výstavní tvorbu (Grafika a média), ostatních 11 pak většinou umělecká řemesla (6 absolventů). V úhrnu tito nezaměstnaní absolventi tvořili pouze 3 % ze všech nezaměstnaných absolventů registrovaných na ÚP ČR v Kraji Vysočina (675 absolventů). Míra nezaměstnanosti absolventů uměleckých středních škol v kraji pak byla na úrovni 5,5 %, což bylo méně než v průměru u všech absolventů středních škol (více než 8 %).

II.2.2. Situační analýza kulturní infrastruktury v Kraji Vysočina

Jak uvádí celostátní Strategie KKO v ČR,¹⁵ definic kultury a kreativity, potažmo kulturních či kreativních odvětví, sektorů, průmyslů apod. lze v odborné literatuře nalézt velké množství. Vzhledem k současné globální politické situaci je možné zdůraznit především následující:

- „Je duchovním základem, který zvyšuje kvalitu života a podílí se na tvorbě respektovaných hodnot a zároveň je předpokladem udržitelného rozvoje. Kultura patří k mezinárodně uznávaným ukazatelům úrovně vyspělosti společnosti.“
- „...kultura zahrnuje ... také způsoby života, způsoby soužití, hodnotové systémy, tradice a přesvědčení.“

¹⁵ Podrobnou kompilaci zdrojů definic nabízí Bakule, J., Marošková, T., Peřinka, P. a kol.: Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví. Praha, 2021; [online]. Dostupné z: <https://www.mk.gov.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-cs-1301>.

- „... může se podílet na oslabování vlivů destabilizujících sociální prostředí a na kultivaci obyvatel ve smyslu zkvalitňování občanské společnosti.“

Vyzdvihnout je třeba rovněž ekonomickou roli KKO, pro jejíž kvantifikaci je nezbytné průběžně mapovat subjekty působící v KKO a dopady jejich činnosti na společnost. Jak však uvádí i tvůrci Strategie KKO v ČR, nejsou informace o ekonomických dopadech KKO v současnosti dostatečné. Bez nich není možné důkladně analyzovat potřeby subjektů v KKO. Jakékoli aktivity realizované v oblasti mapování KKO na územně nižších úrovních, např. krajů, však mohou přispět k objektivnímu vyjádření přínosu KKO.

Následující situační analýza je zaměřena především na kulturní infrastrukturu, o které existují veřejně dostupné údaje a jejíž ekonomický potenciál lze charakterizovat alespoň z hlediska velikosti cílové skupiny, na kterou má dopad. Měla by tedy být alespoň určitým výchozím bodem pro následné sledování případných změn v budoucnosti, tedy v období implementace této Strategie.

II.2.2.1. Zdroje dat a metodika práce

Následující časová a územní komparativní analýza krajů vychází z nejaktuálnějších dat zveřejněných NIPOS¹⁶ (za rok 2023), avšak jde pouze o údaje zjištěné za subjekty, které daly svolení s jejich zveřejněním a jejichž účast na šetření se může rok od roku lišit. Velký vliv na sledování jednotlivých ukazatelů má také případná rekonstrukce památkových objektů a kulturních zařízení nebo jejich nepřístupnost veřejnosti z jiných důvodů (např. natáčení filmů), které však nebyly v rámci analýzy zkoumány. V některých případech údaje o návštěvnosti rovněž chybí zcela, neboť je daný subjekt neposkytl. I tak jsou jediným zdrojem dat pro analýzu tohoto typu. Na závěr metodických poznámek je ještě možné upozornit, že výstava je vždy započtena do aktivit zařízení pouze v tom roce, ve kterém byla zahájena, nikoli v letech následujících, nicméně návštěvníci jsou započteni v každém roce probíhající výstavy. Ukazateli významu kultury, se kterými následující analýza pracuje, jsou především počty zařízení (památky, divadelní soubory, muzea aj.), počty akcí (výstavy, koncerty aj.) a jejich návštěvnost, a to v krátkodobém pohledu let 2019 až 2023. Pro komparaci krajů byly použity jejich průměrné či relativní hodnoty.

II.2.2.2. Památky

Předmětem statistického zjišťování ze strany NIPOS jsou památkové objekty zpřístupněné návštěvníkům za vstupné. Památkové objekty (zámky, kláštery, kostely, zříceniny, mlýny, věže apod.) představují významnou součást kulturního dědictví, zároveň však mají nemalý význam pro současný společenský a kulturní život měst a obcí (pořádání výstav, koncertů, divadelních představení apod.). Nejvíce památek v ČR spravuje Národní památkový ústav (119). V Kraji Vysočina se z nich nachází 4, a to Státní hrad Lipnice v Lipnici nad Sázavou, Státní zámek Telč, Státní zámek Jaroměřice nad Rokytnou a Státní zámek Náměšť nad Oslavou. Celkem 17 památkových objektů na území ČR je v současné době zapsáno na seznamu UNESCO, z toho 3 v Kraji Vysočina (Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáru nad Sázavou, historické jádro města Telč a židovská čtvrť, bazilika sv. Prokopa a zámek v Třebíči).

¹⁶ Metodika statistických zjišťování realizovaných prostřednictvím Národního informačního a poradenského střediska pro oblast kultury (dále NIPOS) je zpracována v publikaci „Systém účtu kultury“.

Tab. 13. Průměrná návštěvnost památek v krajích ČR v roce 2019, 2022 a 2023

Kraj	2019	2022	2023	Index změny 2023/2022	Index změny 2023/2019
Hlavní město Praha	231 672	114 360	151 744	132,7	65,5
Středočeský kraj	57 137	38 356	42 076	109,7	73,6
Jihočeský kraj	38 917	32 566	33 250	102,1	85,4
Plzeňský kraj	21 803	20 872	18 125	86,8	83,1
Karlovarský kraj	21 372	12 280	28 492	232,0	133,3
Ústecký kraj	12 879	9 472	10 304	108,8	80,0
Liberecký kraj	42 394	26 723	28 767	107,6	67,9
Královéhradecký kraj	39 048	28 219	25 097	88,9	64,3
Pardubický kraj	31 292	25 624	30 738	120,0	98,2
Kraj Vysočina	19 782	11 655	13 342	114,5	67,4
Jihomoravský kraj	33 605	32 418	32 367	99,8	96,3
Olomoucký kraj	23 938	25 826	23 814	92,2	99,5
Zlínský kraj	34 679	43 526	38 034	87,4	109,7
Moravskoslezský kraj	24 532	26 086	23 376	89,6	95,3
ČR	46 986	34 731	38 310	110,3	81,5

Zdroj: Statistické údaje o kultuře v České republice – Kulturní dědictví, NIPOS, 2020, 2024, vlastní výpočty

V roce 2023 mapovalo šetření NIPOS v Kraji Vysočina 26 památek, jejichž úhrnná návštěvnost činila necelých 347 tis. osob, šlo tedy o druhou nejnižší návštěvnost v ČR po Ústeckém kraji. Na 1 památku připadalo v průměru více než 13,3 tis. návštěvníků, což bylo o téměř 15 % více než v roce 2022. Jednalo se o nadprůměrný nárůst, přičemž vyšší byl pouze ve 2 krajích (Pardubickém a Karlovarském) a také v Praze. Přesto i z hlediska tohoto ukazatele patří Kraj Vysočina mezi 2 nejméně navštěvované kraje v ČR (průměr ČR činil 38,3 tis. návštěvníků 1 památky), s velkým odstupem před třetím Plzeňským krajem.

Tab. 14. Vývoj návštěvnosti vybraných památek v Kraji Vysočina v letech 2019 - 2023 (alespoň v jednom roce návštěvnost nad 3 tis. osob)

Název památky	2019	2020	2021	2022	2023
Státní zámek Telč*	72 949	24 509	18 897	18 508	48 417
Poutní kostel sv. J. Nepomuckého na Zelené hoře*	33 648	24 937	20 246	31 200	41 549
Státní hrad Lipnice, Lipnice n. S.	31 033	22 332	30 492	28 742	30 403
Státní zámek Jaroměřice n. R.	32 950	21 680	20 648	25 041	30 367
Hrad Ledec n. S.	22 390	17 207	16 309	21 341	24 265
Zadní synagoga, Třebíč	29 256	9 576	10 153	12 626	20 410
Bazilika sv. Prokopa, Třebíč	44 759	10 409	26 537	34 233	19 710
Kan. Premonstrátů, Želiv	16 420	9 437	10 494	17 380	19 280
Státní zámek Náměšť n. O.	17 335	13 493	10 998	19 952	16 220
Hrad Orlík nad Humpolcem	18 952	13 300	17 989	18 310	15 743
Věž kostela sv. Jakuba v Telči	4 999	17 300	8 500	9 900	10 200
Zámek Červená Řečice*	--	--	--	--	10 018
Věž kostela sv. Martina, Třebíč	11 280	7 149	8 459	11 564	8 100
Vyhlídková věž kostela sv. Bartoloměje, Pelhřimov	6 402	6 488	7 454	6 573	5 832
Brána Matky Boží, Jihlava	12 890	4 529	7 365	4 720	5 255
Věž kostela sv. Ducha, Telč	6 100	6 526	7 988	3 110	4 738
Zámek Police	2 850	4 091	3 244	2 469	3 050

Zdroj: Návštěvnost památek v krajích ČR 2019-2023, NIPOS, 2020-2024

* Státní zámek Telč byl v letech 2020-2023 rekonstruován (přístupná byla pouze 1 ze 3 prohlídkových tras), Poutní kostel sv. J. Nepomuckého na Zelené hoře v letech 2019 - 2020 rovněž. Zámek Červená Řečice byl návštěvníkům zpřístupněn až v roce 2023.

V ČR bylo v roce 2023 sečteno 81 památek, které v daném roce navštívilo, resp. vstupenku si koupilo více než 40 tis. osob. Zámek v Telči je jednou z 2 nejnavštěvovanějších památek ČR lokalizovaných v Kraji Vysočina – v roce 2023 si zde vstupenku koupilo 48,4 tis. návštěvníků (68. místo v návštěvnosti památek v ČR), což bylo 2,5krát více než v přechozím roce, kdy po celou dobu probíhala rekonstrukce části objektu. Druhou nejnavštěvovanější památkou v Kraji Vysočina byl kostel sv. Jana Nepomuckého na 77. místě se 41,5 tis. návštěvníky (meziroční nárůst o 10 %). Ani se 3 památkami UNESCO nemůže Kraj Vysočina konkurovat Praze nebo Středočeskému kraji, kde je v úhrnu lokalizována více než třetina všech nejnavštěvovanějších památek v ČR.

V památkových objektech neprobíhají pouze prohlídky, ale také další aktivity, především kulturního charakteru, jako jsou samostatné výstavy, koncerty, dramatická vystoupení, kulturní akce při prohlídkách či akce tradiční lidové kultury. Jak vyplývá z následující tabulky, může se návštěvnost těchto akcí z roku na rok podstatně měnit pravděpodobně v souvislosti s charakterem, ale i propagací daných akcí. To dokazuje např. prudký meziroční pokles v Karlovarském kraji, a naopak nárůst v kraji Ústeckém. Kraj Vysočina zaznamenal v posledních 2 letech mírný pokles průměrné návštěvnosti kulturních akcí ve zdech místních památek, obdobně jako 5 dalších krajů. Navíc se pozice kraje z hlediska tohoto ukazatele o 1 místo zhoršila a Kraj Vysočina měl průměrnou návštěvnost kulturních akcí v objektech památek 3. nejnížší ve srovnání s ostatními kraji ČR.

Tab. 15. Průměrná návštěvnost kulturních akcí konaných v prostorách památek v krajích ČR v roce 2019, 2022 a 2023, index změny

Kraj	2019	2022	2023	Index změny 2023/2022	Index změny 2023/2019
Hlavní město Praha	719	445	707	159,1	98,4
Středočeský kraj	204	183	184	100,6	90,1
Jihočeský kraj	537	602	569	94,6	105,9
Plzeňský kraj	515	516	531	102,9	103,1
Karlovarský kraj	796	1 193	312	26,2	39,2
Ústecký kraj	221	138	341	247,5	154,0
Liberecký kraj	661	575	583	101,4	88,2
Královéhradecký kraj	170	132	116	87,7	68,2
Pardubický kraj	1 037	444	679	152,9	65,5
Kraj Vysočina	444	286	260	90,8	58,5
Jihomoravský kraj	633	762	882	115,7	139,3
Olomoucký kraj	96	568	374	65,8	389,1
Zlínský kraj	570	894	940	105,2	165,0
Moravskoslezský kraj	939	562	519	92,4	55,3
ČR	350	370	404	109,3	115,3

Zdroj: Statistické údaje o kultuře v České republice – Kulturní dědictví, NIPOS, 2020, 2024, vlastní výpočty

Nejvíce kulturních akcí konaných v památkových objektech v Kraji Vysočina souviselo ve sledovaných letech s vlastními prohlídkami. Průměrná návštěvnost jedné akce pořádané v prostorách památky však byla v roce 2022 i 2023 nejvyšší v případě samostatných výstav, které mívají dlouhodobější charakter, např. ve srovnání s jednorázovými koncerty. Zatímco v roce 2022 připadalo na jednu samostatnou výstavu v prostorách památek pouze 1,4 tis. návštěvníků, v roce 2023 to bylo 3,3 tis. (viz metodická vysvětlivka výše). Průměrná návštěvnost koncertů v památkových objektech zůstává stabilní a dosahuje přibližně 300 - 350 návštěvníků na akci.

II.2.2.3. Muzea, galerie a výstavy

V roce 2023 bylo v ČR v rámci šetření NIPOS evidováno 477 muzeí a galerií, z toho 34 v Kraji Vysočina, což mu vyneslo 7. místo ze všech krajů.¹⁷ Meziročně stoupl počet stálých expozic i krátkodobých výstav,

¹⁷ Muzea stále nemají povinnost se do statistického zjišťování přihlásit sama, proto se jejich počet neustále zpřesňuje, ačkoliv mnohá jsou v provozu několik let.

v ČR o 2,2 % a v Kraji Vysočina o téměř 5 %. Návštěvnost výstav se v ČR v roce 2023 zvýšila o více než milion návštěvníků (15 %), čímž se přiblížila úrovni návštěvnosti před pandemií COVID-19. Průměrně na jednu výstavu připadalo již více návštěvníků než v roce 2019 (o 2,1 %).

V Kraji Vysočina bylo v roce 2023 uspořádáno 249 výstav (o 11 víc než o rok dříve), kterých se zúčastnilo 297,5 tis. osob. Na jednu výstavu tedy připadalo necelých 1,2 tis. návštěvníků, tedy stále o něco méně než v roce 2019 a také o 6,4 % méně než v roce 2022. Následující tabulka zachycuje průměrnou návštěvnost jedné výstavy v krajích ČR. Je patrné, že v Kraji Vysočina je počet návštěvníků jedné výstavy dlouhodobě nejnižší (nižší měl jen v roce 2022 Královéhradecký kraj).

Tab. 16. Průměrná návštěvnost výstav v muzeích a galeriích v letech 2019, 2022 a 2023, index změny

Kraj	2019	2022	2023	Index změny 2023/2022	Index změny 2023/2019
Hlavní město Praha	17 377	13 192	14 026	106,3	80,7
Středočeský kraj	2 150	2 050	2 394	116,8	111,3
Jihočeský kraj	2 315	2 293	2 555	111,4	110,4
Plzeňský kraj	1 565	1 608	1 914	119,1	122,3
Karlovarský kraj	3 376	3 907	3 778	96,7	111,9
Ústecký kraj	1 873	2 398	3 257	135,9	173,9
Liberecký kraj	2 090	1 512	1 743	115,3	83,4
Královéhradecký kraj	1 681	1 254	1 612	128,6	95,9
Pardubický kraj	1 296	1 484	1 685	113,5	130,1
Kraj Vysočina	1 209	1 277	1 195	93,6	98,8
Jihomoravský kraj	2 687	3 193	3 508	109,9	130,5
Olomoucký kraj	2 817	2 599	2 632	101,3	93,4
Zlínský kraj	4 030	5 346	4 781	89,4	118,6
Moravskoslezský kraj	1 969	2 908	2 760	94,9	140,2
ČR	3 608	3 280	3 685	112,3	102,1

Zdroj: Statistické údaje o kultuře v České republice – Kulturní dědictví, NIPOS, 2020, 2024, vlastní výpočty

Na návštěvnosti muzeí a galerií se podílí nejen výstavy, ale rovněž pořádání přednášek a jiných kulturně výchovných akcí, jejichž počet meziročně v celé ČR rovněž vzrostl, a to o 6,5 %. Jejich návštěvnost se zvýšila mnohem výrazněji (téměř o pětinu). V Kraji Vysočina sice počet přednášek a dalších akcí klesl téměř o desetinu na 703, nicméně návštěvnost vzrostla téměř o 5 %. Na jednu přednášku nebo jinou akci průměrně připadalo 69 návštěvníků, což byla 3. nejnižší hodnota po Ústeckém a Královéhradeckém kraji.

Dle statistiky NIPOS působilo v roce 2023 v ČR celkem 59 muzeí, které navštívilo více než 40 tis. osob, a 35 galerií s návštěvností vyšší než 1 000 osob, z nichž 4 byly lokalizovány v Kraji Vysočina (3. nejhorší umístění mezi kraji ČR). Nejnavštěvovanějším muzeem na Vysočině bylo Muzeum Vysočiny Jihlava, které se s 41,8 tis. návštěvníky umístilo na 58. místě mezi všemi muzei v ČR. Mezi galeriemi šlo o Oblastní galerii Vysočiny v Jihlavě (15. místo mezi galeriemi, 26,3 tis. návštěvníků), Galerii výtvarného umění v Havlíčkově Brodě (20. místo, 13,4 tis. návštěvníků) a o Horáckou galerii v Novém Městě na Moravě (31. místo, 4,1 tis. návštěvníků), vždy se tedy jednalo o příspěvkovou organizaci kraje. Přehled všech muzeí a galerií v Kraji Vysočina, za něž byly v období 2019 - 2023 získány údaje, nabízí následující tabulka. Z hlediska výše návštěvnosti pronikly mezi příspěvkové organizace Kraje Vysočina pouze 3 zařízení, a to Městské muzeum Bystřice nad Pernštejnem, Muzeum rekordů a kuriozit a Regionální muzeum města Žďár nad Sázavou. Všechna ostatní muzea měla v roce 2023 méně než 10 tis. návštěvníků.

Tab. 17. Vývoj návštěvnosti ve vybraných muzeích a galeriích v Kraji Vysočina v letech 2019 - 2023 (nad 2 tis. návštěvníků v roce 2023; tučně příspěvkové organizace kraje)*

Název		2019	2020	2021	2022	2023
Muzeum Vysočiny Jihlava		97 172	72 527	47 384	52 293	47 042
<i>Pobočky</i>	<i>Hrad Roštejn</i>	54 234	54 246	40 321	37 551	33 166
	<i>Třešť</i>	3 208	1 923	1 078	3 058	2 126
	<i>Telč</i>	916	249	476	481	2 997
	<i>Sídlo v Jihlavě</i>	38 814	16 106	5 509	11 203	8 753
Muzeum Vysočiny Třebíč		40 572	35 628	17 336	41 046	38 967
<i>Pobočky</i>	<i>Muzeum M. Budějovice (Muzeum řemesel)</i>	101	6	99	6 332	5 422
	<i>Muzeum Jemnice</i>	933	766	703	584	432
	<i>Sídlo v Třebíči</i>	39 538	34 856	16 534	34 130	33 113
Oblastní galerie Vysočiny v Jihlavě		27 422	10 195	10 852	20 501	27 212
Městské muzeum Bystřice n. Pernštejnem		16 230	16 780	13 100	21 098	26 395
Muzeum Vysočiny Pelhřimov		29 173	35 393	20 452	27 222	25 290
<i>Pobočka</i>	<i>Hrad Kámen</i>	20 189	31 483	16 963	19 266	17 288
	<i>Sídlo v Pelhřimově</i>	8 984	3 910	3 489	7 956	8 002
Muzeum rekordů a kuriozit, Pelhřimov		24 992	20 010	17 408	22 000	24 423
Regionální muzeum města Žďár n. S.		13 577	6 026	7 269	15 398	20 243
Galerie výtvarného umění v Havl. Brodě		7 349	4 155	6 235	14 286	15 410
Horácká galerie v Novém Městě na M.		16 715	5 880	9 645	12 095	11 202
Muzeum Vysočiny Havl. Brod		17 753	4 203	9 183	10 140	10 159
Městské muzeum Zámek Žirovnice		13 120	5 902	6 665	6 479	9 164
Městské muzeum v Kamenici nad Lipou		15 449	6 229	11 685	12 470	8 637
Muzeum strašidel Pelhřimov		8 473	7 325	7 373	9 105	8 615
Horácké muzeum, Nové Město na Moravě		8 712	34 090	41 496	32 977	7 941
Městské muzeum Polná		8 227	6 512	5 565	8 007	7 292
Památník Jaroslava Haška, Lipnice n. S.		3 142	1 770	2 232	4 170	7 098
Muzeum Dr. Aleše Hrdličky, Humpolec		5361	2 651	4 853	5 319	6 694
Muzeum Velké Meziříčí		11 151	4 047	4 835	7 614	6 421
Dům Gustava Mahlera, Jihlava		2 334	1 059	1 099	1 079	3 484
Městské muzeum Antonína Sovy v Pacově		4 769	659	740	2 676	2 986
Městské muzeum Počátky		1 888	1 537	1 633	1 864	2 212

Zdroj: Návštěvnost v muzeích a galeriích v krajích ČR 2019-2023, NIPOS, 2020-2024

*za účelem srovnatelnosti návštěvnosti jsou za kulturní zařízení zřízená Krajem Vysočina použity údaje Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Kraje Vysočina, která jsou o něco vyšší než data z NIPOS

Do sekce týkající se muzeí a galerií lze začlenit také oblast výstav konaných mimo tato zařízení. Je pro ně charakteristická vysoká koncentrace organizátorů **výstav** a provozovatelů výstavních síní do 2 destinací. Přibližně 30 % z nich se nachází v Praze a 10 % v Jihomoravském kraji, ostatní kraje za nimi výrazně zaostávají. V Kraji Vysočina je registrováno pouze 8 subjektů organizujících výstavy v celkem 9 výstavních síních. V roce 2023 v nich proběhlo 52 výstav, jichž se zúčastnilo 16,6 tis. návštěvníků (průměrně cca 320 návštěvníků jedné výstavy, v ČR průměrně 600). I zde platí, že COVID-19 výrazně zasáhl do počtu pořadatelů i výstav, který v ČR v roce 2023 dosahoval pouze 85 % stavu z roku 2019 a návštěvnost necelých 57 %. Nejvíce výstav je dlouhodobě zaměřeno na malbu a také na fotografie. V Kraji Vysočina se počet výstav oproti roku 2019 snížil o 5, v případě počtu návštěvníků činil index změny 58 %, tedy obdobně jako v ČR.

II.2.2.4. Divadla

V ČR došlo mezi roky 2002 a 2019 k výraznému růstu počtu divadel, představení i návštěvníků (počet divadel se téměř zdvojnásobil, počet představení vzrostl o 50 % a návštěvnost se zvýšila obdobným způsobem, a to ze 4,5 mil. na 6,8 mil.). Tento v zásadě pozitivní trend dosud nevídaným způsobem zasáhla pandemie COVID-19, která snížila návštěvnost divadel tak výrazně, že se ani v roce 2023 nevrátila na předpandemickou úroveň (86 % celkové návštěvnosti, 94 % průměrné návštěvnosti na jedno představení). V případě Horáckého divadla Jihlava (dále též jen „HDJ“), jediného profesionálního divadla v Kraji Vysočina, byl dopad ještě zřetelnější. Jeho celková návštěvnost činila v roce 2023 pouze 64 % stavu z roku 2019 a průměrná návštěvnost jednoho představení klesla z 220 na 151 diváků, tedy rovněž o téměř třetinu.

HDJ je příspěvkovou organizací Kraje Vysočina od roku 2003. Dlouhodobým cílem jeho činnosti je mj. rozšíření marketingových aktivit cílených na mladé diváky, zvyšování uměleckých výsledků a vzdělávacího i společenského přínosu pro region. Mezi jeho priority patří také zintenzivnění mezinárodní spolupráce a zviditelnění divadla na celostátní úrovni. Zatímco v počtu uváděných titulů se HDJ drží stabilně kolem 25 ročně, což představuje nejvýše 40. místo mezi všemi divadly v ČR, která souhlasila se zveřejněním dat, v případě představení v zahraničí a titulů a představení pro děti došlo ve srovnání s dobou před pandemií k výraznému zvýšení aktivity a posunu HDJ ve srovnání s ostatními divadly v ČR na vyšší příčky.

Tab. 18. Základní výkonnostní ukazatele Horáckého divadla Jihlava v roce 2019 a 2023

HDJ	2019		2023		IZ 2023/2019
	Počet	Umístění v ČR	Počet	Umístění v ČR	
Uváděné tituly	25	42. - 44.	26	40. - 41.	104,0
Odehraná představení	279	43.	261	33.	93,5
Návštěvníci (tis.)	61,4	40.	39,3	42.	64,0
Průměrná návštěvnost jednoho představení	220	-	151	-	68,6
Představení v zahr.	pod 6	-	9	21.-24.	-
Tituly pro děti	4	66.-71.	5	43.-52.	125,0
Představení pro děti	65	62.-63.	84	28.	129,2
Děti návštěvníci (tis.)	10,6	61.	9,8	34.	92,5

Zdroj: Statistické údaje o kultuře v České republice – Umění, NIPOS, 2024, vlastní výpočty

II.2.2.5. Festivaly

Festivaly v roce 2023 meziročně přilákaly v České republice výrazně více návštěvníků než v předchozím roce, a to i v případě těch konaných v Kraji Vysočina. Zatímco v roce 2022 bylo v celé ČR uspořádáno pouze 64 festivalů, kterých se zúčastnilo alespoň 5 tis. návštěvníků a zároveň byly statisticky mapovány, o rok později jich bylo 106. Nejvíce velkých akcí se konalo v Praze, která významně dominuje ve srovnání se všemi ostatními kraji. Nejvíce jí konkuruje Moravskoslezský kraj, kde se v roce 2023 uskutečnilo více než 10 velkých festivalů, následuje kraj Královéhradecký a Plzeňský. Na opačném konci žebříčku stojí Ústecký a Liberecký kraj, pouze 3 velké akce proběhly v roce 2023 ve Středočeském kraji a o 1 více v Kraji Vysočina.

Z festivalů konaných v Kraji Vysočina obsazuje dlouhodobě nejvyšší příčky v návštěvnosti **Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava**. Koná se každý podzim v Jihlavě a běžně se jej účastní více než 85 tis. osob (v roce 2022 to bylo 86 tis., o rok později 88 tis.). Hlavním organizátorem je DOC.DREAM – Spolek pro podporu dokumentárního filmu. V roce 2023 obsadil tento festival 5. místo ze všech festivalů konaných v ČR. Dalším, v celkovém pořadí 28. nejnavštěvovanějším festivalem s 20 tis. návštěvníky, byl v roce 2023 **Landscape festival**¹⁸ konaný na více místech v kraji (Jihlava, Brtnice, Humpolec a další) a organizovaný spolkem Architectura se sídlem v Praze ve spolupráci s Bránou Jihlavy, příspěvkovou organizací Statutárního města Jihlavy, a mj. i pod záštitou Kraje Vysočina. 3.

¹⁸ více na <https://www.kr-vysocina.cz/jihlava-letos-hosti-landscape-festival-mesto-ozivi-pres-tricet-umeleckych-instalaci/d-4120640>

nejvyšší návštěvnost (bezmála 7 tis. osob) zaznamenal festival současného tance, pohybového divadla a nového cirkusu **KoresponDance**, který na zámku ve Žďáru nad Sázavou pořádá Centrum choreografického rozvoje SE.S.TA, z.s. se sídlem v Praze. V celorepublikovém žebříčku tato akce v roce 2023 obsadila 74. místo a o 3 příčky níže se díky 6,5 tis. návštěvníků umístily **Folkové prázdniny** pořádané Městským kulturním střediskem v Náměšti nad Oslavou.

Je třeba zmínit, že v Kraji Vysočina probíhají především v letních měsících další velké, převážně hudební festivaly, které však nejsou statisticky sledovány, z nejvýznamnějších např. Vysočina Fest s více než 20 tis. diváky organizovaný společností YASHICA EVENTS a.s.

Z menších, ale dlouholetých tradičních festivalů je možné uvést **Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského**, jehož 26. ročníku se v roce 2024 zúčastnilo cca 3 tis. posluchačů. Po 25 letech došlo ke změně organizačního týmu festivalu¹⁹ s cílem výrazné inovace, která měla spočívat v posunu propagace a vizuálního obrazu festivalu do moderního 21. století. Byly připraveny multimediální výstupy a systém komunikace s mladou generací, kterou je třeba s klasickou hudbou oslovovat jejím jazykem. Festival trval 7 dní a měnil místa svého konání od zámku a chrámu sv. Markéty v Jaroměřicích nad Rokytnou přes nádvoří Horácké galerie v Novém Městě na Moravě, kostel sv. Jana Nepomuckého ve Žďáru nad Sázavou až po zámek ve Valči. V jednotlivých částech programu vystoupili umělci z Ukrajiny, Číny, Koreji, Brazílie a Slovenska.

Každoročně se také na území Kraje Vysočina koná **Mezinárodní hudební festival Concentus Moraviae** – v roce 2024 již po 29. Organizátoři²⁰ oslovují každý rok nového dramaturga se silnou programovou vizí. Festival se tedy pokaždé soustřeďuje na nové téma a je vysoce hodnocen pro svůj přínos pro obor. V tématech jednotlivých ročníků se zrcadlí významná hudební výročí i současné hudební a společenské trendy. Program festivalu nabízí posluchačům během měsíce června téměř 40 koncertů převážně klasické hudby, které navštíví kolem 15 tis. návštěvníků, nicméně převážně v Jihomoravském kraji. V Kraji Vysočina se v roce 2024 do festivalu zapojila města Bystřice nad Pernštejnem, Náměšť nad Oslavou, Telč, Velké Meziříčí a Žďár nad Sázavou.

Město Jihlava bylo v letech 1957 – 2021 spojeno s prestižním soutěžním Festivalem sborového umění. V současné době působí na Vysočině i přímo v Jihlavě několik amatérských pěveckých sborů. Za všechny lze zmínit například **Pěvecké sdružení Campanula Jihlava, z.s.**, jehož pravidelnou činnost lze datovat od září roku 1985 a které získalo mnoho významných ocenění, zejména pod sbormistrem Pavlem Jirákem. Sdružení se může pyšnit i dlouholetou uměleckou spoluprací s významnými sbormistry a dirigenty, hudebními skladateli, sólisty, pěveckými tělesy, orchestry i instrumentálními uskupeními.

K naplnění kulturních potřeb obyvatel Kraje Vysočina v oblasti klasické hudby přispívá také hudební soubor **Filharmonie G. Mahlera** v Jihlavě, který podle návštěvnosti 20 koncertů ve vlastní režii zaujímá s 1,9 tis. diváky za rok 2023 pozici v první dvacítky nejnavštěvovanějších hudebních souborů v ČR (v roce 2022 to však bylo 3,1 tis. návštěvníků). Toto hudební těleso v současnosti nesplňuje parametry profesionálního hudebního souboru pravidelně finančně podporovaného ze strany státu, neboť jeho složení je variabilní, od komorního smyčcového orchestru až po velký symfonický orchestr. Vlastní profesionální hudební sbor chybí z krajských měst pouze v Liberci, kde je zastoupen tělesem Severočeské filharmonie Teplice, která reprezentuje i Ústecký kraj.

Občanské sdružení MAHLER 2000 – společnost Gustava Mahlera z.s. se sídlem v Praze pořádá každoročně festival **Mahler Jihlava – Hudba tisíců**, v roce 2024 pod názvem Rok české hudby „Gustav Mahler – české stopy“, a to nejen v Jihlavě, ale i v Kališti u Humpolce nebo v Nové Říši. Vzhledem k tomu, že se festival odehrává od května do září a zapojuje do doprovodného programu další aktéry z oblasti hudby, lze předpokládat účast několika tisíc diváků.

Město Pelhřimov je každoročně dějištěm festivalu **Pelhřimov – město rekordů**, který organizuje Agentura Dobrý den, s.r.o. Prezentují se zde lidé, kteří jsou ve svých oborech výjimeční. Představovaných oborů je široká škála, na festivalu proto vznikají desítky českých i světových rekordů.

¹⁹ Do roku 2023 byla organizátorem akce společnost ARS / KONCERT, spol. s r.o. se sídlem v Brně, od roku 2024 C.E. management s.r.o. se sídlem ve Žďáru nad Sázavou.

²⁰ Hlavním organizátorem je společnost Mezinárodní centrum slovanské hudby Brno, o.p.s.

Festival je zdrojem neobvyklých situací, postřehů a námětů, které v návštěvnicích zanechají hluboký zážitek. Součástí festivalu jsou také koncerty, taneční vstupy apod.

V roce 2024 se v Jihlavě poprvé uskutečnil festival kreativních nadšenců **Maker Faire**. Jde o soubor workshopů a interaktivních aktivit, které propojují nadšence a odborníky a slibují chytrou zábavu pro celé rodiny, neboť v sobě kombinují moderní technologie, tradiční řemesla, vědu a design. Tento festival je součástí celosvětové sítě Maker Faires původem z USA a po premiéře v Praze v roce 2018 se začal konat také v dalších menších městech po celé ČR. Organizátoři vždy kladou důraz na zapojení místních tvůrců (makerů), firem a start-upů. V Jihlavě je festival pořádán ve spolupráci s organizací Brána Jihlavy a za podpory Kraje Vysočina a proběhl i v roce 2025.

II.2.2.6. Ostatní kulturní infrastruktura v Kraji Vysočina

Důležitým prvkem kulturní infrastruktury, který lze nalézt často i v těch nejmenších obcích či v jejich částech, jsou **knihovny** a jejich pobočky. Dlouhodobě usilují o rozšíření svých služeb od běžného půjčování knih směrem k vytváření informačních, vzdělávacích a kulturních center. Jejich počet v ČR však postupně mírně klesá (od roku 2019 přibližně o 2,5 %) a ještě výrazněji se snižuje počet registrovaných čtenářů (o 9 %).

Kraj Vysočina v roce 2002 zřídil **Krajskou knihovnu Vysočiny**, která sídlí v Havlíčkově Brodě a svou činností naplňuje úlohu regionálního centra knihovnických, bibliografických a informačních služeb pro síť veřejných knihoven v Kraji Vysočina. Nová budova knihovny, jejíž výstavba započala v roce 2018, byla veřejnosti zpřístupněna po zmírnění omezení souvisejících s pandemií COVID-19 v červnu 2021. Počet návštěvníků knihovny následující rok činil 365,2 tis. a v roce 2023 pak 381,6 tis. (nárůst o 4,5 %).

Tab. 19. Počet a podíl obcí s alespoň jednou knihovnou, počet knihoven či jejich poboček a počet obyvatel na jednu knihovnu v krajích ČR v roce 2023

Kraj	Počet knihoven*	Počet obyvatel na 1 knihovnu*	Počet knihovnických jednotek (KJ, v tis.)	Počet KJ na 1 obyv. kraje	Podíl registrovaných čtenářů z obyvatel (%)
Hlavní město Praha	91	15 216,8	9 955,2	7,2	14,9
Středočeský kraj	772	1 885,9	5 465,5	3,8	8,6
Jihočeský kraj	613	1 067,7	4 082,0	6,2	13,0
Plzeňský kraj	503	1 219,4	4 599,5	7,5	11,8
Karlovarský kraj	130	2 269,8	1 454,2	4,9	10,5
Ústecký kraj	320	2 534,9	3 678,4	4,5	8,1
Liberecký kraj	223	2 021,2	2 731,1	6,1	9,7
Královéhradecký kraj	393	1 417,2	4 128,7	7,4	13,5
Pardubický kraj	418	1 269,3	2 825,2	5,3	11,3
Kraj Vysočina	605	856,1	2 893,3	5,6	12,3
Jihomoravský kraj	691	1 775,3	8 693,3	7,1	11,9
Olomoucký kraj	481	1 315,7	4 436,7	7,0	11,3
Zlínský kraj	387	1 500,6	2 789,6	4,8	13,9
Moravskoslezský kraj	404	2 943,6	4 954,1	4,2	10,9
ČR	6 031	1 807,4	62 686,8	5,8	11,5

Zdroj: Statistické údaje o kultuře v České republice – Knihovny a vydavatelé, NIPOS, 2024, vlastní výpočty

*počet knihoven a jejich poboček; zahrnuje všechny typy veřejných knihoven, Moravskou zemskou knihovnu a všechny krajské vědecké knihovny.

V Kraji Vysočina bylo podle statistik NIPOS v roce 2023 evidováno 605 knihoven a jejich poboček, což představovalo 856,1 obyvatel na jednu knihovnu či její pobočku (průměr ČR činil 1 807,4). Jednalo se o nejnižší hodnotu ze všech krajů, která však odpovídá sídelní struktuře kraje, tedy velkému počtu malých obcí, nízké hustotě zalidnění a tím i ve srovnání s ostatními kraji husté síti knihoven a lepší dostupnosti pro obyvatelstvo (např. v Moravskoslezském kraji připadaly na jedno zařízení bezmála 3 tis. obyvatel, v Praze přes 15 tis.). Kromě městských a obecních knihoven existuje v kraji ještě několik

desítek dalších registrovaných knihoven působících pod různými institucemi, jako jsou školy, farnosti, muzea a galerie, kulturní zařízení či nemocnice. V Kraji Vysočina se nachází také 5 odborných knihoven, které však v úhrnu mají pouze 101 registrovaných čtenářů.

Knihovní fond ČR čítal v roce 2023 téměř 62,7 mil. jednotek a Kraj Vysočina spadal mezi 5 krajů, v nichž bylo koncentrováno méně než 5 % tohoto fondu (v Praze a Středočeském kraji to byla v úhrnu čtvrtina, v Jihomoravském kraji pak 13,9 %). V přepočtu na počet obyvatel však Kraj Vysočina vykázal průměrné hodnoty, neboť na jednoho obyvatele připadalo 5,6 knih, obdobně jako v celé ČR (5,8)²¹. Největší knihovní fond i počet registrovaných čtenářů lze nalézt v okrese Havlíčkův Brod (přes 687 tis. jednotek, 14 tis. čtenářů), což jistě souvisí s přítomností Krajské knihovny Vysočiny. Z hlediska výpůjček na jednoho čtenáře nicméně dominuje okres Žďár nad Sázavou, který je v tomto ukazateli zároveň 6. nejúspěšnějším okresem v celé ČR.

Nadprůměrně příznivé údaje vykazuje Kraj Vysočina v případě **registrovaných čtenářů**. Z celkového počtu obyvatel jich bylo v roce 2023 v knihovnách zapsáno 12,3 % (v ČR 11,5 %, nejméně v Ústeckém kraji – 8,1 %, nejvíce kromě Prahy, kde je však registrována řada mimopražských občanů, pravděpodobně zejména studentů, ve Zlínském kraji – 13,9 %). **Průměrný počet výpůjček** na jednoho čtenáře dosahoval v kraji téměř 37 knihovních jednotek za rok (v ČR 38,5), což byla 4. nejvyšší hodnota v krajském srovnání (nejvyšší ve Zlínském kraji – 42 knih).

Kromě půjčování knih pořádají knihovny rovněž **kulturní akce**, u kterých lze situaci analyzovat i z hlediska okresů. V knihovnách v Kraji Vysočina bylo v roce 2023 uspořádáno 3 740 kulturních akcí (z toho nejvíce v okrese Havlíčkův Brod – 800, tj. 21,4 %), kterých se zúčastnilo 155,3 tis. návštěvníků (41,5 na akci), z toho téměř třetina v okrese Jihlava. Aktivita knihoven v Kraji Vysočina však byla v této oblasti nejnižší ze všech krajů ČR (6,2 kulturních akcí na knihovnu či její pobočku ročně, průměr ČR 11,9).

Knihovny jsou závislé na produkci českých **vydavatelů**, mezi něž patří organizace, které vydávají publikace prostřednictvím určitého nakladatelství, a také nakladatelství samotná, a to na základě vydavatelského oprávnění. Statisticky sledována jsou jen ta, která v případě neperiodických publikací vydají ročně alespoň 5 titulů. U tohoto odvětví je zřejmá velmi výrazná koncentrace v Praze, kde sídlí téměř polovina všech českých vydavatelů, kteří v úhrnu produkují bezmála dvě třetiny všech titulů vydaných v ČR. V Kraji Vysočina je dle statistik NIPOS registrováno pouze 16 vydavatelů neperiodických publikací, kteří v roce 2023 vydali v úhrnu 66 titulů s celkovým nákladem necelých 70 tis. výtisků, což odpovídá polovině celorepublikového průměrného nákladu na jeden titul (1 060 výtisků, v ČR 2,3 tis.). Žádný z vydavatelů na Vysočině nevydal více než 25 titulů za rok. Informace nejsou k dispozici za vydavatele novin a časopisů, kteří se pohybují v řádu jednotek subjektů v celém Kraji Vysočina.

Posledním prvkem kulturní infrastruktury, který lze zmínit, jsou **kina**. V roce 2023 se podle ČSÚ nacházelo v Kraji Vysočina 85 kin, avšak pouze 14 se stálým provozem (1 multikino situované v Jihlavě se 4 sály). Nadpoloviční většina kin (45) měla pouze letní, venkovní provoz a 26 kin promítalo filmy nepravidelně. Na jedno kino tak vychází něco přes 6 tis. obyvatel, což je nejméně ze všech krajů ČR (nejvíce Zlínský kraj – 11,4 tis. a Moravskoslezský kraj – 10,7 tis.). Obdobně jako v případě knihoven tedy lze konstatovat relativně hustou síť těchto kulturních zařízení v kraji.

II.2.3. Kvantitativní analýza výsledků mapování KKO v Kraji Vysočina

II.2.3.1. Zdroje dat a metodika mapování KKO v Kraji Vysočina

Některé z níže analyzovaných oblastí KKO jsou charakterizovány dle publikace ČSÚ²², která člení KKO na 3 sektory (aktuálně ve spolupráci s NIPOS jsou terminologicky mírně upraveny). Vymezení celkové

²¹ Podle Standardu pro dobrý knihovní fond (Metodický pokyn MK ČR, viz <https://ipk.nkp.cz/legislativa/normy-standardy-doporuceni>) jsou doporučovány 2-3 knihy na obyvatele. Knihovny využívají možnosti dodávek knih z tzv. výměnných fondů knihoven pověřených výkonem regionálních funkcí, což je pro ně nejen ekonomicky výhodnější, ale současně mají čtenáři k dispozici větší a aktuálnější výběr.

²² ČSÚ: Audiovizuální a mediální sektor v ČR 2021, Praha, 2023

oblasti kultury pochází z trojsektorového schématu převzatého zejména z dokumentu *Ekonomika kultury v Evropě* z roku 2006, který si nechala zpracovat Evropská komise. Kultura je zde dělena na odvětví tradiční (neprůmyslová), u nichž produkty a služby nelze reprodukovat a jsou konzumovány obvykle na místě (např. výtvarné umění, divadlo, tanec, kulturní dědictví), a odvětví průmyslová, u kterých je kulturní zboží určeno k reprodukci a hromadnému užití (např. kniha, film, reprodukováná hudba). Průmyslová a neprůmyslová odvětví jsou pak doplněna o 3. odvětví – tvůrčí (kreativní) sektor. Pro tyto 3 sektory budou nově z důvodu lepší uživatelské přehlednosti a jasnosti používány termíny **tradiční a umělecký** sektor (původně tradiční odvětví/kulturní sektor), **audiovizuální a mediální** sektor (původně kulturní průmysly) a **kreativní** sektor (původně kreativní průmysly, produkující také „ne-kulturní“ zboží za pomoci kulturních vstupů).

Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR pro účely výzvy č. 0232/2022 přinesla změnu názvosloví sektorů i oblastí KKO, nicméně řazení jednotlivých odvětví zůstalo stejné. Porovnání obou přístupů k trojsektorovému členění KKO zachycuje následující tabulka.

Tab. 20. Trojsektorové členění kultury podle metodiky ČSÚ, resp. NIPOS a podle Aktualizace Metodiky používané při mapování KKO v Kraji Vysočina v letech 2023 - 2024

Sektor ČSÚ/Aktualizace 23	Oblast KKO dle ČSÚ/Aktualizace	CZ-NACE
Tradiční a umělecký sektor/Kulturní a umělecké jádro	Kulturní dědictví	47.79 (část), 47.78 (část), 91.01, 91.02, 91.03
	Scénická umění/Scénické um.	90.01, 90.02, 90.04
	Výtvarná umění/Výtvarné um.	74.20, 90.03
	Kulturní a umělecké vzdělávání/Umělecké vzděl.	85.52
	Umělecká řemesla	část sekce C
Audiovizuální a mediální sektor/Kulturní odvětví	Film a video	47.63 (část), 59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 77.22
	Hudba	47.63 (část), 59.20
	Rozhlas	60.10
	Televize	60.20
	Knihy a tisk	47.61, 47.62, 58.11, 58.13, 58.14, 63.91, 74.30
	Videohry	58.21
Kreativní sektor/Kreativní odvětví	Architektura	71.11
	Reklama	73.11
	Design	74.10
Správa a podpora kulturní činnosti*		84.11, 84.12 (část), 94.99.2

Zdroj: ČSÚ: Audiovizuální a mediální sektor v ČR 2021, Praha, 2023

*tato oblast KKO není v Aktualizaci Metodiky použita, ale mapováním spolků byla jejich část spadající do CZ-NACE 94.99 začleněna do Scénického umění a část do Kulturního dědictví; CZ-NACE 84 nebylo mapováno

Kromě výše uvedeného členění oblastí a odvětví KKO bývá v zahraničí používána **metodika NESTA** (National Endowment for Science, Technology and the Arts)²⁴. Cílem je rozdělit KKO na 4 klastry dle podobnosti v business modelech, hodnotových řetězcích, struktuře trhu atp.:

²³ Terminologie dle Aktualizace Metodiky navazuje na oblasti kultury využívané ČSÚ v Satelitním účtu kultury a ve Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví, MK ČR, 2021

²⁴ Creating growth. How the UK can develop world class creative businesses. [online] NESTA Research Report, 2006. Dostupné z: https://media.nesta.org.uk/documents/creating_growth.pdf

1. Poskytovatelé kreativních služeb (design, reklama, architektura)
2. Poskytovatelé kreativního obsahu (audiovizí, scénická umění, hudba, tisk, móda)
3. Poskytovatelé kreativních zážitků (živé umění, živá hudba)
4. Tvůrci kreativních originálů (výtvarné umění, řemesla, designové originály)

Výhodou tohoto členění je možnost širších opatření pro větší oblast, lepší chápání fungování a principů klastrů, případně zaměření se na komerční stránku KKO. Vzhledem k požadavkům na průběh mapování obsaženým v Aktualizaci Metodiky byla při následující analýze použita výše popsaná trojsektorová metoda, nikoli metoda NESTA, nicméně v případě dalšího a případně i podrobnějšího mapování v budoucnu by bylo možné zvážit sledování vývoje i v jednotlivých výše definovaných klastrech.

Mapování a verifikace dat dodaných ČSÚ probíhaly s využitím pomocí internetového vyhledávání, e-mailového dotazování, řízených rozhovorů a dotazníkového šetření. Na základě výsledků mapování vznikla kvantitativní analýza verifikovaných dat, a to jak pro celý segment KKO, tak pro každou významnou oblast KKO zvlášť. Analyzována byla struktura souboru subjektů dle jejich právní formy, kategorie počtu zaměstnanců a roku vzniku, vč. zpracování prostorové analýzy do úrovně správních obvodů obcí s rozšířenou působností (dále též jen „SO ORP“). Součástí následující analýzy (kapitola II.2.3.3.) jsou dále také agregovaná data za zaměstnanost a vybrané ekonomické údaje o jednotlivých oblastech KKO v Kraji Vysočina, které zpracovateli Strategie na základě zmapovaného souboru dodal ČSÚ.

Za účelem opakovatelnosti verifikace dat v budoucnu lze na tomto místě uceleně shrnout postup prací při tvorbě databáze subjektů se sídlem či provozovnou v Kraji Vysočina, které lze řadit do KKO. ČSÚ, resp. MK ČR dodal ke komplexnímu prověření a opravě údajů soubor subjektů o cca 6 tis. záznamech ve formátu Microsoft Excel. Mezi nejdůležitější údaje k ověření patřily především číselný kód odvětví činnosti dle klasifikace CZ-NACE, název a adresa sídla a rozhodování o zařazení subjektu do konkrétního odvětví KKO se řídilo následujícím klíčem:

- hlavním cílem bylo určení převažující činnosti subjektu a stanovení kódu CZ-NACE v rozsahu 4 míst nebo zařazení subjektu do kategorie „Není KKO“, pokud nebyla prokázána činnost související s některou z oblastí KKO;
 - pokud zjištěná činnost odpovídala původnímu odvětví CZ-NACE a oblasti KKO, byla takto ponechána;
 - pokud zjištěná činnost původnímu odvětví CZ-NACE a oblasti KKO neodpovídala, byla revidována, tzn. bylo do nového sloupce uvedeno 4místné CZ-NACE zjištěného odvětví a subjekt byl podle toho zařazen do nové oblasti KKO. Tento postup byl aplikován i tehdy, pokud původní oblast KKO byla správná, ale zjištěné odvětví CZ-NACE odlišné;
- součástí každého záznamu je uvedení popisu činnosti za účelem vysvětlení, proč subjekt byl nebo nebyl zařazen mezi KKO v jednom sloupci;
- při určení preference subjektů pro verifikaci byla zohledněna jejich velikostní kategorie počtu zaměstnanců a právní forma: nejprve byly „čištěny“ subjekty s jedním a více zaměstnanci bez ohledu na právní formu, poté zbývající právnické osoby spadající dle klasifikace ČSÚ do kategorie „bez zaměstnanců“ či „neuvedeno“. Zbývající fyzické osoby (OSVČ včetně zahraničních) spadající do kategorie „bez zaměstnanců“ či „neuvedeno“, kterých bylo nejvíce, byly prověřovány v závěrečné fázi;
- spolu s odvětvím činnosti byla zjišťována také místa výkonu činnosti daného subjektu (i v rámci Kraje Vysočina, a to až do úrovně obcí);
- požadavkem MK ČR bylo dle Aktualizace Metodiky také stanovení podílu KKO na zaměstnanosti a obratu daného subjektu:
 - pokud subjekt spadal svou hlavní činností do některého ze 4místných CZ-NACE uvedených v Aktualizaci Metodiky a neměl provoz mimo Kraj Vysočina, byl stanoven podíl 100 %;
 - pokud subjekt měl provoz i mimo Kraj Vysočina, byl podíl odhadnut dle počtu provozů (např. knihkupectví) nebo referenčních zakázek (např. architektonická studia);
 - pokud bylo některé z odvětví KKO v subjektu realizováno jako vedlejší činnost, byl podíl odhadnut podle počtu uvedených činností spadajících do KKO na celkovém počtu činností daného subjektu (šlo převážně o spolky s původním CZ-NACE 94.99);

- pokud byly k dispozici aktuální údaje, došlo k doplnění kontaktních údajů (web, e-mail, telefon, jméno statutárního zástupce) do databáze;
- při práci se subjekty spadajícími do zpracovatelského průmyslu, které mohly být teoreticky vyhodnoceny např. jako „Umělecká řemesla“, byl aplikován následující přístup: všechny subjekty působící v oblasti zpracovatelského průmyslu primárně nebyly považovány za KKO a pro jejich zařazení do databáze musel být nalezen jednoznačný důkaz; zjištěná činnost subjektu související s KKO musela být dominantní – ideálně nejméně 50 % činnosti subjektu muselo spadat do KKO;
- subjekty ze zpracovatelského průmyslu byly mezi KKO zahrnovány většinou do oblasti „Umělecká řemesla“²⁵, ve výjimečných případech do „Designu“. Šlo o subjekty, u nichž se potvrdila ruční práce za pomoci tradičních nástrojů, metod či mechanik na originálních výrobcích, které měly navíc umělecký potenciál (např. výroba dutého skla, umělecké kovářství, výroba hraček aj.). Vyřazeny byly téměř všechny z velké řady oděvních a nábytkářských firem, jejichž finální výrobky byly určeny pouze k běžnému funkčnímu využití a neměly umělecký potenciál (ponožky, pracovní oděvy, běžné svrchní oděvy, nábytek do ložnic, kuchyní, pohovky apod.);
- subjekty, u nichž nebyly nalezeny webové stránky (nepočítaje webové srovnávače typu www.kurzy.cz) a které nefigurovaly ani na sociálních sítích či v katastru nemovitostí na místě svého sídla či provozovny, byly mezi subjekty spadajícími do KKO ponechány pouze tehdy, pokud měly ve sbírce listin zveřejněny aktuální finanční výkazy; pokud povinnost zveřejňování neměly (OSVČ), tak pouze tehdy, pokud původní kód CZ-NACE byl 4místný a zároveň jejich název či vysokoškolský titul jednatele/podnikatele odpovídal některému názvu odvětví KKO (např. obsahoval slova „arch.“, design, reklamní, Ing. arch. apod.); zbývající byly zahrnuty do kategorie „Není KKO“;
- nad rámec původní databáze požadovalo MK ČR její doplnění o subjekty evidované v rejstříku spolků, které měly původní kód CZ-NACE jiný, než ty uvedené v Aktualizaci Metodiky jako související s KKO (většinou 9499). Pokud byla u těchto spolků zjištěna aktivita v oblasti KKO, byl jim kód CZ-NACE ponechán a řazeny byly do oblasti KKO „Kulturní dědictví“ nebo „Scénická umění“, neboť v jejich činnosti šlo především o šíření povědomí o kulturních a tradičních hodnotách jejich obce, o práci s dětmi a mládeží v oblasti umění a kultury apod., nebo také o pořádání kulturních akcí;
- zařazení subjektů do odvětví KKO prostřednictvím určení 4místného CZ-NACE bylo následně konfrontováno s informacemi uvedenými respondenty v dotazníku nebo získanými z řízených rozhovorů;
- pod oblast „Výtvarné umění“ nebyly zahrnuty všechny subjekty s CZ-NACE 90.03, konkrétně činnosti jednotlivých spisovatelů všech žánrů, včetně fikcí a činnosti nezávislých novinářů (zahrnuty pod oblast „Knihy a tisk“);
- z mapování vyplynuly další kódy CZ-NACE, které by bylo vhodné v rámci dalšího mapování zahrnout do KKO, neboť souvisí s kulturou či uměleckou kreativitou (viz seznam v Příloze č. 1).

Při mapování byla zjištěna velmi **vysoká chybovost** při původním zařazení subjektů do odvětví KKO ze strany ČSÚ. Ta spočívala především v následujícím:

- chyba v odvětví – verifikace prokázala, že 60 % subjektů označených ze strany ČSÚ jako spadající do KKO, ve skutečnosti činnost spadající do KKO nevykonává (nejvíce v případě oblasti „Umělecká řemesla“); v původní databázi naopak chybělo více než 300 subjektů, které byly identifikovány jako KKO z jiných zdrojů informací. Důvodem nepřesného vyplňování odvětví činnosti do Registru ekonomických subjektů (dále též jen „RES“) může být na jedné straně skutečnost, že nově vzniklý subjekt nemá na počátku podnikání dosud jasno v tom, čeho všeho se jeho činnost bude týkat, ale na druhé straně také preferencí co nejširšího záběru činností z důvodů obav z případné kontroly souladu podnikání a vybraných živnostenských oprávnění ze strany Živnostenského úřadu;

²⁵ Definice uměleckého řemesla není nikde (legislativně) zajištěna, pouze v již zrušeném zákoně č. 56/1957 je uvedeno, že „Umělecká řemeslná práce je rukodilné provádění uměleckých děl výtvarného, dekorativního a stavebního umění pracovníky z povolání, kteří tato díla vytvářejí na základě klasických metod mistrovskými technikami přímo nebo podle návrhů.“ Dále zde figuruje „Lidová umělecká výroba je zhotovování užitkových umělecky ztvárněných předmětů, převážně z přírodního materiálu, pracovníky, kteří při své tvůrčí práci pokračují v lidové umělecké tradici a uplatňují při ní zkušenosti rukodilné výroby minulosti.“

- chyba v lokalizaci – RES disponuje pouze adresou sídla, v Registru živnostenského podnikání (dále též jen „RŽP“) není vždy uvedena adresa provozu/-ů, u fyzických osob je sídlem často jejich trvalé nebo dočasné bydliště, které ani nemusí být ve vlastnictví zkoumaného subjektu a skutečnou adresu provozovny/místa výkonu práce tak zjistit nelze. Ani na základě dat z komerčních databází nelze dohledat subjekty, které mají sídlo v kraji, ale vlastní činnost vykonávají mimo kraj (takovýto i opačný případ se staly během mapování řešitelnými prostřednictvím zavedení algoritmů v rámci komerční databáze Prospector);
- v mnoha případech subjekty vykonávají více činností a lze pouze odhadovat, jaký podíl na obratu či zaměstnanosti se týká KKO, a to i ze strany manažerů daných subjektů. To je problém týkající se budoucí spolupráce s ČSÚ na tvorbě agregovaných matic jednotlivých oblastí KKO a souhrnných ekonomických údajů, které by výše popsany odhad měly odrážet;
- do databáze subjektů vykonávajících činnost spadající do KKO nejsou řazeny obce a města, která kulturní aktivity zajišťují bez zřizovaných příspěvkových organizací, což podhodnocuje především oblasti KKO „Kulturní dědictví“, případně „Scénická umění“ (provoz knihoven, muzeí, kulturních sálů, kin, podpora realizace uměleckých vystoupení apod.).

Z výše uvedených důvodů lze míru zkreslení, a to i přes velmi podrobný prvotní průzkum území, považovat za vysokou, a to především z důvodu nadprůměrného podílu mikropodniků a OSVČ v sektoru KKO, o jejichž ekonomické aktivitě nelze získat informace. Údaje prezentované v následujícím textu lze tedy považovat spíše za orientační pohled na strukturu subjektů z KKO v Kraji Vysočina a jako první krok pro podrobnější mapování v budoucnu, tedy jako „odrazový můstek“ pro průběžný monitoring, další verifikaci a pravidelnou aktualizaci dat v následujících letech.

Zdroje dat a informací pro verifikaci souboru dat dodaných ČSÚ:

- o Registr živnostenského podnikání
- o Veřejný rejstřík – sbírka listin
- o Registr dotací
- o Registr smluv
- o Ministerstvo kultury ČR – databáze příjemců dotací (2019 - 2023, Kreativní vouchery)
- o Ministerstvo spravedlnosti ČR – data ze spolkového rejstříku
- o Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
- o Galerie kreativců
- o Asociace muzeí a galerií ČR
- o Asociace kulturních center
- o Česká unie vydavatelů
- o Česká komora architektů
- o Svaz českých knihkupců a nakladatelů
- o DILIA, divadelní, literární, audiovizuální agentura, z.s.
- o Soundczech
- o Institut umění – Divadelní ústav
- o Krajská ocenění v Kraji Vysočina
- o Krajské dotace z programů „Regionální kultura“, „Bavíme se na Vysočině“
- o databáze členů Českého umění skla, Spolku výtvarných umělců Vysočiny, Sdružení pro hračku a hru aj.

II.2.3.2. Analýza subjektů působících v Kraji Vysočina dle oblastí KKO

Následující kapitola stručně charakterizuje soubor subjektů spadajících do KKO vzešlý z mapování realizovaného v letech 2023 a 2024, a to z hlediska právní formy, velikostních kategorií, roku vzniku a prostorového uspořádání. Mapováním bylo prověřeno více než 6 tis. subjektů, z nichž 2 388 bylo svou činností zařazeno do některé oblasti KKO (tj. cca 40 %). Z procesu verifikace dat nevyplynula **žádná dominantní oblast** KKO, která by v Kraji Vysočina byla zastoupena výrazně více než jiné. Jak naznačují data z ČSÚ analyzovaná výše, je sektor KKO z hlediska zaměstnanosti v Kraji Vysočina relativně malý. Nicméně pro odolnost tohoto sektoru vůči krizím všeho druhu (pandemie, ekonomické krize) se diverzifikace činností jeví spíše příznivější než dominance jednoho odvětví či oblasti KKO. Jak bude uvedeno v popisu jednotlivých oblastí KKO dále, ne všechny reagovaly na pandemickou krizi stejně, ať už v ekonomických ukazatelích nebo v zaměstnanosti.

Z 2 388 subjektů zařazených v rámci mapování do KKO jich nejvíce spadalo do oblasti „Scénické umění“ (357, tj. 14,9 %) a pouze o něco méně do oblasti „Reklama“ (351, tj. 14,7 %). Přes 300 subjektů koncentrovala ještě oblast KKO „Knihy a tisk“, do níž patří také překladatelé a tlumočníci, a „Výtvarné umění“, kam se řadí kromě malířů, sochařů apod. rovněž velký počet fotografů. Více než desetina subjektů příslušela do oblasti KKO „Umělecká řemesla“ (279, tj. 11,7 %) a „Kulturní dědictví“ (263, tj. 11,0 %). Ostatní oblasti již byly zastoupeny nižším podílem („Architektura“, „Design“) a pod 5 % subjektů bylo soustředěno do oblasti KKO „Umělecké vzdělávání“ (93, tj. 3,9 %), které nicméně zaměstnává vlivem velkých základních a středních uměleckých škol nejvíce pracovníků ze všech KKO (odhadem přibližně 1,0 tis. ve fyzických osobách, tj. pětina všech osob zaměstnaných v subjektech KKO zjištěných během mapování²⁶). V Kraji Vysočina má sídlo či provoz zanedbatelný počet subjektů z audiovizuálního a mediálního sektoru, tedy oblasti KKO „Film a video“, „Hudba“, „Rozhlas“, „Televize“ a „Videohry“ – v úhrnu 44 subjektů, tj. 1,8 %.

Tab. 21. Struktura subjektů dle oblastí KKO a právní formy

Oblasti KKO/právní forma	fyzické osoby vč. zahr.		s.r.o.		spolky vč. pobočných		příspěvkové organizace a ostatní		celkem	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Architektura	159	9,0	31	15,6	0	0,0	3	2,7	193	8,1
Design	148	8,4	23	11,6	0	0,0	1	0,9	172	7,2
Film a video	13	0,7	5	2,5	3	1,0	1	0,9	22	0,9
Hudba	11	0,6	3	1,5	1	0,3	0	0,0	15	0,6
Knihy a tisk	298	16,9	22	11,1	5	1,6	2	1,8	327	13,7
Kulturní dědictví	101	5,7	10	5,0	122	38,9	30	27,3	263	11,0
Reklama	318	18,0	32	16,1	0	0,0	1	0,9	351	14,7
Rozhlas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,8	2	0,1
Scénické umění	165	9,3	18	9,0	155	49,4	19	17,3	357	14,9
Televize	0	0,0	1	0,5	0	0,0	1	0,9	2	0,1
Um. řemesla	229	13,0	43	21,6	2	0,6	5	4,5	279	11,7
Um. vzdělávání	22	1,2	5	2,5	22	7,0	44	40,0	93	3,9
Videohry	3	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,1
Výtvarné umění	298	16,9	6	3,0	4	1,3	1	0,9	309	12,9
Celkem	1 765	100,0	199	100,0	314	100,0	110	100,0	2 388	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

Z hlediska **právní formy** mezi subjekty KKO jasně dominují fyzické osoby (včetně zahraničních), které tvoří bezmála ¾ všech subjektů zjištěných mapováním. Nejvíce z nich se věnuje oblasti „Reklama“ (18 %), dále „Knihy a tisk“ (již zmiňovaní překladatelé a tlumočníci) a „Výtvarné umění“ (16,9 %) včetně fotografů. 2. nejsilnější skupinou jsou spolky (314 subjektů, tj. 13,1 %) a třetí pak společnosti s ručením omezeným (199, tj. 8,3 %). Ostatní právní formy, jako např. příspěvkové organizace, tvoří v úhrnu již méně než 5 % z celého souboru subjektů působících v KKO (110, tj. 4,6 %).

Zatímco téměř polovina spolků působí v oblasti „Scénické umění“, fyzických osob do této oblasti spadá pouze necelá desetina, obdobně jako s.r.o. Výrazné rozdíly z hlediska právní formy panují také v oblasti „Kulturní dědictví“, kam byly zařazeny dvě pětiny spolků, ale pouze 5 - 6 % OSVČ či firem s.r.o. V oblasti „Umělecké vzdělávání“ logicky dominují příspěvkové organizace (40 %). Naopak firmy s.r.o. působí nejčastěji v oblasti „Umělecká řemesla“ (více než pětina firem zařazených mapováním do KKO), „Reklama“ (16,1 %) a „Architektura“ (15,6 %).

Následující tabulka zachycuje strukturu subjektů z KKO dle **velikostních kategorií** počtu zaměstnanců. Problémem při práci s RES je vysoký podíl subjektů, které neudávají kategorii počtu svých zaměstnanců. V celém souboru subjektů se sídlem v Kraji Vysočina je to 48 % subjektů, v souboru vzešlém z mapování KKO jde o 531 subjektů, tedy pouze 22,2 %. Podíl subjektů bez zaměstnanců,

²⁶ Podle Výroční zprávy o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy v Kraji Vysočina za školní rok 2022/2023 a kalendářní rok 2023 pracovalo na 25 základních a 3 středních uměleckých školách v kraji 621,47 osob v přepočteném stavu.

tedy především OSVČ, činí v celém kraji 42 %, ale mezi KKO to je 63 %. Zbývající subjekty KKO lze sledovat podle 3 velikostních kategorií: 1 - 5 zaměstnanců mělo 202, tj. 8,5 % všech subjektů, 6 - 9 zaměstnanců 42 subjektů, tzn. 1,8 %, a nad 10 zaměstnanců zbývajících 105 subjektů, tzn. 4,4 %. Lze tedy jednak říci, že subjekty z KKO jsou disciplinovanější při uvádění kategorie zaměstnanosti než jiné subjekty v kraji, ale především to, že podíl jednotlivců a mikropodniků (pod 10 zaměstnanců) činil v rámci KKO více než 95 %.

Tab. 22. Struktura subjektů dle oblastí KKO a kategorie počtu zaměstnanců (bez kategorie „Neuvedeno“)

Kategorie počtu zam.	Bez zaměstn.		1 - 5		6 - 9		10 a více		Celkem
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	135	83,9	18	11,2	6	3,7	2	1,2	161
Design	132	87,4	14	9,3	1	0,7	4	2,6	151
Knihy a tisk	251	87,9	25	8,7	1	0,3	9	3,1	286
Kulturní dědictví	76	50,3	47	31,1	9	6,0	19	12,6	151
Reklama	282	89,7	25	8,0	3	1,0	4	1,3	314
Scénické umění	136	81,0	12	7,1	7	4,2	13	7,7	168
Umělecká řemesla	195	76,5	39	15,3	5	2,0	16	6,3	255
Uměl. vzdělávání	18	25,0	10	13,9	10	13,9	34	47,2	72
Výtvarné umění	260	97,0	7	2,6	0	0,0	1	0,4	268
Ostatní	23	74,2	5	16,1	0	0,0	3	9,7	31
Celkem	1 508	81,1	202	10,9	42	2,3	105	5,7	1 857

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023 - 2024, vlastní výpočty

*ostatní KKO zahrnují oblasti „Umělecké vzdělávání“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“ a „Videohry“

Z hlediska hodnocení subjektů dle oblastí KKO a kategorie **počtu zaměstnanců** bylo zjištěno, že subjektů s více než 10 zaměstnanci působí relativně nejvíce v oblasti KKO „Umělecké vzdělávání“ (téměř polovina všech subjektů v této oblasti KKO). Vyšší než 10% je jejich podíl také v oblasti KKO „Kulturní dědictví“. Subjektů s 6 - 9 zaměstnanci je velmi málo a v žádném odvětví netvoří významnou skupinu. Těch s 1-5 zaměstnanci je relativně nejvíce v oblasti KKO „Kulturní dědictví“ (přes 30 %) a nadprůměrný podíl je jich také v oblasti „Umělecká řemesla“. Subjekty bez zaměstnanců převažují ve „Výtvarném umění“ a téměř 90 % všech subjektů představují i v „Reklamě“, „Designu“ a oblasti „Knihy a tisk“, kam spadají zejména překladatelé a tlumočníci.

Následující tabulka ukazuje strukturu jednotlivých oblastí KKO dle **roku vzniku** jednotlivých subjektů. Je logické, že čím více času uplynulo od roku jejich vzniku, tím vyšší je podíl zaniklých subjektů. Z těch, které fungovaly až do roku 2022, jich před rokem 1999 vznikla čtvrtina, na začátku milénia pětina a v 10. letech tohoto století 37 %, tedy nejvíce. Zbývající subjekty vznikly v posledních 3 letech před zahájením mapování (před rokem 2023), přičemž je evidentní, že COVID-19 neměl negativní vliv na zakládání podniků v období pandemie a platnosti restriktivních opatření v podnikání, ale spíše až poté v roce 2022, kdy počet nově vzniklých subjektů řazených do KKO klesl až k hranici jednoho sta (meziročně téměř o čtvrtinu).

Tab. 23. Struktura subjektů dle oblastí KKO a roku vzniku v období 1990 - 2019

Rok vzniku	do roku 1999		2000 - 2009		2010 - 2019		Celkem
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	55	28,5	40	20,7	74	38,3	193
Design	20	11,6	45	26,2	71	41,3	172
Knihy a tisk	85	26,0	80	24,5	107	32,7	327
Kulturní dědictví	92	35,0	54	20,5	80	30,4	263
Reklama	47	13,4	41	11,7	154	43,9	351
Scénické umění	67	18,8	90	25,2	136	38,1	357
Um. řemesla	127	45,5	54	19,4	80	28,7	279
Umělecké vzdělávání	20	21,5	33	35,5	33	35,5	93
Výtvarné umění	75	24,3	53	17,2	131	42,4	309
Ostatní	15	34,1	8	18,2	19	43,2	44
Celkem	603	25,3	498	20,9	885	37,1	2 388

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

*ostatní KKO zahrnují oblasti „Umělecké vzdělávání“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“ a „Videohry“

Tab. 24. Struktura subjektů dle oblastí KKO a roku vzniku v období 2019 - 2022

Rok vzniku	2019		2020		2021		2022		Celkem
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	10	5,2	15	7,8	6	3,1	2	1,0	193
Design	7	4,1	6	3,5	15	8,7	14	8,1	172
Knihy a tisk	19	5,8	14	4,3	27	8,3	13	4,0	327
Kulturní dědictví	12	4,6	7	2,7	4	1,5	6	2,3	263
Reklama	32	9,1	33	9,4	43	12,3	33	9,4	351
Scénické umění	22	6,2	21	5,9	15	4,2	16	4,5	357
Umělecká řemesla	9	3,2	9	3,2	6	2,2	3	1,1	279
Um. vzdělávání	3	3,2	6	6,5	1	1,1	0	0,0	93
Výtvarné umění	20	6,5	17	5,5	13	4,2	15	4,9	309
Ostatní	1	2,3	0	0,0	1	2,3	0	0,0	44
Celkem	135	5,7	128	5,4	131	5,5	102	4,3	2 388

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

*ostatní KKO zahrnují oblasti „Umělecké vzdělávání“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“ a „Videohry“

Na základě mapování lze sledovat i **prostorové uspořádání** subjektů z jednotlivých oblastí KKO v rámci Kraje Vysočina. Nejvíce jich bylo zjištěno v SO ORP Jihlava, a to přes 500, přičemž obdobně jako v celém kraji je struktura dle jednotlivých oblastí KKO poměrně vyrovnaná a žádné odvětví nedominuje. Přes 300 subjektů spadá do KKO v SO ORP Třebíč a pouze o něco méně v SO ORP Havlíčkův Brod. V SO ORP Žďár nad Sázavou jich bylo identifikováno výrazně méně; více se jich do KKO řadí i v SO ORP Pelhřimov. V 8 SO ORP bylo zjištěno pak již méně než 100 subjektů KKO, z toho nejméně na Pacovsku (40).

Tab. 25. Počet subjektů dle správních obvodů obcí s rozšířenou působností (SO ORP) a nejčteněji zastoupených oblastí KKO

SO ORP	Kulturní dědictví	Scénické umění	Výtvarné umění	Umělecká řemesla	Knihy a tisk	Archit.	Reklama	Design a ostatní*	Celkem
Bystřice nad Pernštejnem	9	11	14	9	10	6	11	5	75
Havl. Brod	35	44	44	30	46	18	48	33	298
Humpolec	5	18	9	7	12	9	13	16	89
Chotěboř	13	7	13	10	6	10	14	13	86
Jihlava	52	86	45	60	89	44	84	80	540
Moravské Budějovice	17	16	8	12	15	4	22	7	101
Náměšť nad Oslavou	5	8	9	4	11	11	6	9	63
Nové Město na Moravě	6	12	12	8	10	12	9	6	75
Pacov	4	8	6	2	7	3	3	7	40
Pelhřimov	22	30	33	33	23	12	27	24	204
Světlá nad Sázavou	15	10	14	18	7	2	15	12	93
Telč	14	11	14	14	8	7	8	9	85
Třebíč	35	60	46	24	40	23	41	45	314
V. Meziříčí	9	17	24	25	17	11	17	19	139
Žďár n. S.	22	19	18	23	26	21	33	23	185
Kraj Vysočina	264	357	309	279	327	193	351	309	2 388

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

*ostatní KKO zahrnují oblasti „Umělecké vzdělávání“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“ a „Videohry“

V následující tabulce je zvýrazněna oblast KKO, která je v daném SO ORP zastoupena největším podílem. V případě 4 SO ORP se jedná o oblast „Umělecká řemesla“ (Světlá nad Sázavou, Velké Meziříčí, Telč a Pelhřimov) a také „Scénické umění“ (Humpolec, Pacov, Třebíč a Nové Město na

Moravě). Ve 3 SO ORP jde o oblast „Reklama“ a „Knihy a tisk“ a ve 2 pak o oblasti „Výtvarné umění“ a „Architektura“. Oblast KKO „Kulturní dědictví“ není nejvyšším podílem z celkového počtu subjektů zastoupena v žádném SO ORP a ani žádné odvětví z kategorie „Ostatní“ nikde nedominuje.

Tab. 26. Struktura subjektů dle nejčteněji zastoupených oblastí KKO v jednotlivých správních obvodech obcí s rozšířenou působností (SO ORP) v Kraji Vysočina

SO ORP	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scénické umění	Umělecká řemesla	Výtvarné umění	Architektura	Ostatní*
Bystřice nad Pernštejnem	13,3	12,0	14,7	14,7	12,0	18,7	8,0	6,7
Havl. Brod	15,4	11,7	16,1	14,8	10,1	14,8	6,0	11,1
Humpolec	13,5	5,6	14,6	20,2	7,9	10,1	10,1	18,0
Chotěboř	7,0	15,1	16,3	8,1	11,6	15,1	11,6	15,1
Jihlava	16,5	9,6	15,6	15,9	11,1	8,3	8,1	14,8
Moravské Budějovice	14,9	16,8	21,8	15,8	11,9	7,9	4,0	6,9
Náměšť n. O.	17,5	7,9	9,5	12,7	6,3	14,3	17,5	14,3
Nové Město na Moravě	13,3	8,0	12,0	16,0	10,7	16,0	16,0	8,0
Pacov	17,5	10,0	7,5	20,0	5,0	15,0	7,5	17,5
Pelhřimov	11,3	10,8	13,2	14,7	16,2	16,2	5,9	11,8
Světlá n. S.	7,5	16,1	16,1	10,8	19,4	15,1	2,2	12,9
Telč	9,4	15,3	9,4	12,9	16,5	16,5	8,2	11,8
Třebíč	12,7	11,1	13,1	19,1	7,6	14,6	7,3	14,3
V. Meziříčí	12,2	6,5	12,2	12,2	18,0	17,3	7,9	13,7
Žďár n. S.	14,1	11,9	17,8	10,3	12,4	9,7	11,4	12,4
Kraj Vysočina	13,7	11,0	14,7	14,9	11,7	12,9	8,1	13,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

*ostatní KKO zahrnují oblasti „Umělecké vzdělávání“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“, „Videohry“ a tentokrát i „Design“

Následující text popisuje **nejvýznamnější oblasti** KKO v Kraji Vysočina, a to nejen z hlediska počtu a podílu subjektů zjištěných mapováním. Doplnuje také další skutečnosti, které o příslušné oblasti vyplynuly ze sekundární analýzy nebo z řízených rozhovorů, případně nejvýznamnější aktéry a jejich činnosti. Speciální pozornost je věnována popisu průběhu pandemie COVID-19 v jednotlivých oblastech, a to buď obecně, nebo v případě informací od aktérů i s uvedením konkrétních příkladů.

Oblasti KKO jsou v následujícím textu řazeny sestupně podle jejich podílu na celkovém počtu subjektů KKO zjištěných mapováním.

a) Scénické umění

Oblast KKO „Scénické umění“ je vymezena následujícími odvětvími CZ-NACE:

Tab. 27. Počet a podíl subjektů podle odvětví CZ-NACE spadající do oblasti KKO „Scénické umění“

CZ-NACE	Popis odvětví	Počet subjektů	Podíl subjektů
90.01	Scénická umění	120	33,6
90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění	212	59,4
90.03	Umělecká tvorba (část)	3	0,8
90.04	Provozování kulturních zařízení	22	6,2
Celkem	Oblast KKO „Scénické umění“	357	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

Nevíce subjektů z této oblasti (212, tj. téměř 60 %) vykazovalo jako převažující „**Podpůrné činnosti pro scénická umění**“, tedy činnosti související s produkcí živých divadelních představení, koncertů, oper,

tanečních a jiných jevištních vystoupení (činnosti režisérů, producentů, jevištních výtvarníků, jevištních dělníků, osvětlovačů atd.), včetně pořadatelů živých uměleckých vystoupení. Roli pořadatelů často zastávají i kulturní organizace zřizované městy a obcemi nebo organizace bez vlastní právní subjektivity, které působí přímo pod samosprávami a zaměřují na pořádání vystoupení, aniž by samy disponovaly nějakým uměleckým souborem nebo umělce zaměstnávaly, ale často využívají odborníky z řad dramaturgů. Z nejvýznamnějších aktérů v tomto odvětví lze jmenovat např.:

- DKO, s.r.o. v Jihlavě, vybavený 3 sály s celkovou kapacitou přibližně 1,4 tis. míst a pořádáním až 300 akcí v roce;
- Kultura Žďár, p. o., nabízející kulturní vyžití pro zájemce všech věkových kategorií včetně mládeže (Batyskaf klub), pro niž nově chystá v roce 2025 koncerty alternativní hudby;
- Yashica Events a.s., pořádající kromě živých uměleckých vystoupení také eventové akce.²⁷

Další městská kulturní střediska pak spadají do odvětví „Provozování kulturních zařízení“ a převažuje u nich spíše správa kulturních zařízení (např. při provozu kin apod.) než organizace kulturních akcí. Takovýto středisek bylo zjištěno 22 (6,3 %).

Zatímco podpůrné činnosti pro scénická umění soustřeďují především organizátory a technické odborníky, jejichž práce souvisí s uměleckými vystoupeními, odvětví „**Scénická umění**“ zahrnuje řadu uměleckých povolání – například hudebníky či herce, kteří nespádají do statisticky vymezené oblasti KKO „Hudba“, resp. „Film a video“, ale objevují se právě v rámci tradičních odvětví. Do tohoto odvětví spadala třetina všech subjektů z oblasti KKO „Scénické umění“. Konkrétně jde o produkci živých divadelních představení, koncertů, oper, tanečních a jiných jevištních vystoupení (činoherní skupiny, cirkusy, orchestry nebo hudební skupiny, performační aktivity a dále činnosti jednotlivých umělců jako herců, tanečníků, hudebníků, recitátorů nebo hlasatelů/moderátorů). Patří sem také činnosti kaskadérů, ale nikoli pokud jde o osoby zaměstnané filmovou produkční společností. Do scénických umění ani podpůrných činností pro ně naopak nepatří činnosti uměleckých agentů nebo agentur ani castingové činnosti, i když ty by obecně do KKO pravděpodobně začleněny být mohly.

Kromě Horáckého divadla Jihlava do scénických umění částí své činnosti spadá také Tělocvičná jednota Sokol Jihlava, neboť mj. organizuje vystoupení dětského folklorního oddílu a nového cirkusu (druh dramatického umění, propojení tance, divadla a cirkusu). V Kraji Vysočina stejně jako v jiných částech ČR existuje řada **amatérských divadelních souborů**, které spadají nejčastěji mezi činoherní skupiny a tedy i do odvětví „Scénická umění“ (zmapováno bylo přibližně 50 ochotnických spolků). Účastní se mj. např. také každoročních činoherních krajských přehlídek nebo krajských postupových přehlídek divadel pro děti a mládež, z nichž mohou postoupit do celostátního kola. V Třebíči se každoročně odehrává tzv. Třebíčské loutkářské jaro, přičemž loutkové divadlo se hraje v Kraji Vysočina i v Havlíčkově Brodě, Třebíči a Humpolci a někteří umělci realizují svá vystoupení kdekoli (Divadlo eMILLIon Emila Navrátila).

Podle MK ČR²⁸ byla oblast „Scénické umění“, která je charakteristická vzájemnou provázaností a závislostí jednotlivých aktérů, narušena pandemií COVID-19 ze všech oblastí KKO nejvíce, a to především z hlediska zaměstnanosti. Největším dopadům čelili jednotlivci, neboť jim krize znemožnila plnohodnotně plnit jejich roli zdroje inspirace a inovací. Kromě ekonomické zátěže se umělci potýkali i s emocionálními a tvůrčími problémy. Podle řízeného rozhovoru s ředitelem HDJ byly dopady na herce spíše psychického než finančního charakteru, neboť omezení trvala velice dlouho. Izolace narušila spolupráci v umělecké tvorbě a ovlivnila tvůrčí proces. Negativní vliv měla krize i na technické či administrativní zaměstnance či dodavatele služeb působící v této oblasti, kteří si mnohdy museli hledat přechodnou práci v jiných odvětvích a po skončení krize výrazně zvýšili ceny svých původních služeb. Kulturní zařízení často řešila inventarizace a připravovala se technicky na obnovení činnosti po ukončení pandemie a vládních opatření. Cílem příspěvkových organizací kraje i měst bylo udržet zaměstnanost, ale zároveň nezvyšovat nároky na veřejné rozpočty, což se ve většině případů podařilo.

²⁷ Event = akce, která se snaží zvýšit povědomí o značce, přilákat nové zákazníky, upevnit vztah se stávajícími zákazníky, zlepšit vztahy se zaměstnanci nebo obchodními partnery. Cílem je pozitivní, nezapomenutelný zážitek cílové skupiny spjatý s pořadatelem této akce nebo jeho výrobkem či službou.

²⁸ Státní kulturní politika 2021-2025, MK ČR, 2021

b) Reklama

Tato oblast KKO zahrnuje poskytování celé škály reklamních služeb (buď s využitím vlastní kapacity podniku, nebo prostřednictvím subdodavatele), včetně poradenství, kreativních služeb, výroby propagačních materiálů, vytváření a realizace propagačních/reklamních kampaní nebo provádění marketingových kampaní a jiných reklamních služeb s cílem získat a udržet si zákazníka. Zahrnuty do KKO by však měly být pouze subjekty, které reklamu samy vytvářejí, nikoli ji pouze tisknou, distribuují nebo instalují. Do této oblasti KKO dále nepatří ani publikování propagačních materiálů, výroba reklamních vysílání pro televizi, film a rozhlas, průzkum trhu, pořizování reklamních fotografií a zásilková činnost.

Podle údajů NIPOS je oblast KKO „Reklama“ největším příjemcem finančních prostředků ze soukromých zdrojů ze všech oblastí KKO (cca 40 % všech soukromých výdajů do KKO směřovalo před pandemií COVID-19 do reklamy). Zahrnuje pouze jedno odvětví, v němž mapování v Kraji Vysočina zjistilo 351 subjektů, z toho 90 % fyzických osob bez zaměstnanců a pouze 4 subjekty s více než 10 zaměstnanci. Ve většině případů je reklamní činnost propojena i s činností grafického designu, marketingu a u větších firem i s komplexními službami klientům (od návrhu po výrobu on-line i off-line reklamy).

Reklamní agentury pandemie COVID-19 postihla zpočátku velmi výrazně. Významným způsobem jim klesl počet objednávek, a to nejenom v důsledku nejistoty klientů týkající se jejich dalšího podnikání, ale především z důvodu vládních omezení zaměřených na zákaz shromažďování osob a cestování. Ta vedla k uzavření prodejen, gastronomických provozů, turistických atrakcí i všech kulturních a sportovních zařízení, kde se lze s tištěnou reklamou setkat nejčastěji. Nárůst v té době (2020) zaznamenala pouze televizní a internetová reklama. Na základě zkušeností z řady historických ekonomických recesí odborníci doporučují s investicemi do reklamy nepolevovat ani během krize, neboť po jejím skončení se efekt projeví získáním vyššího podílu na trhu. Řízené rozhovory se zástupci oblasti reklamy ukázaly, že kvůli pandemii nedošlo k přerušení dlouhodobých smluv či vztahů s klienty, nicméně problémem byla druhotná platební neschopnost a v jejím důsledku i krátkodobý výpadek příjmů reklamních společností. Odvětví reklamy také podle respondentů velmi citlivě reaguje na nejistoty ve společnosti a přicházející krize v různých odvětvích (např. v ČR ve stavebnictví od roku 2021) se vždy projeví určitým poklesem poptávky nebo jejího odsunutí. Nelze přímo říci, že by reklamní agentury byly na krize více zvyklé než jiné oblasti KKO, nicméně mohou mít více zkušeností s jejich zvládnutím a problémy s nimi spojené se jim tak řeší lépe.

c) Knihy a tisk

Oblast KKO „Knihy a tisk“ je vymezena následujícími odvětvími CZ-NACE:

Tab. 28. Počet a podíl subjektů podle odvětví CZ-NACE spadající do oblasti KKO „Knihy a tisk“

CZ-NACE	Popis odvětví	Počet subjektů	Podíl subjektů
47.61	Maloobchod s knihami	32	9,8
47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím	6	1,8
58.11	Vydávání knih	21	6,4
58.13	Vydávání novin	5	1,5
58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	6	1,8
63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	3	0,9
74.30	Překladačské a tlumočnické činnosti	246	75,2
90.03*	Umělecká tvorba (část – činnosti spisovatelů)	8	2,4
Celkem	Oblast KKO „Knihy a tisk“	327	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

* odvětví 90.03 včetně bylo dle Aktualizace Metodiky celé řazeno do oblasti KKO „Výtvarné umění“, nicméně v rámci mapování byli spisovatelé a novináři (v řádu jednotek) přefazeni do této oblasti KKO

Tlumočnictví a překladatelství, ale také tisk knih, novin a jiných periodických či neperiodických publikací patří mezi nejstarší sofistikované ekonomické činnosti v historii lidstva. Trh s knihami a novinami se začal v novodobé historii ČR velmi rychle rozvíjet v 90. letech minulého století společně s vysokou poptávkou po dosud zakazovaných a cenzurovaných domácích i zahraničních titulech. S tím souvisel i rozvoj překladatelské činnosti. S následným přechodem na on-line způsob předávání informací, zpravodajství a na elektronické knihy a audioknihy význam této oblasti KKO postupně klesá, resp. snižují se zde příjmy i zaměstnanost (dle NIPOS na úrovni celé ČR za posledních 10 let o 15 % u příjmů a o 25 % u zaměstnanosti, a to především v relativním vyjádření v případech vydavatelů časopisů).

Mapování KKO v Kraji Vysočina zjistilo celkem 327 subjektů spadajících do oblasti „Knihy a tisk“, z nichž největší byl počet **tlumočnicků a překladatelů** (246, tj. 75,2 %). Jde především o skupinu podnikatelů – živnostníků, kteří nemají žádné zaměstnance a nelze o nich zjistit žádné další podrobnější informace (pouze 8 z nich disponovalo alespoň webovou prezentací) včetně kontaktních údajů. Často se jedná o zahraniční podnikatele s dalšími činnostmi realizovanými v rámci živnostenského oprávnění nebo také o učitele na jazykových školách, kteří byli z mapování vyřazeni. Rovněž nelze zjistit, zda jejich činnost spadá do kulturního sektoru, nebo se uskutečňuje mimo kulturní sféru (překladatelé knih vs. tlumočníci při obchodních jednáních apod.). Proto v rámci návrhů na úpravu Metodiky často znějí hlasy pro vyřazení tohoto odvětví z KKO. Pokud by k tomu došlo, představovala by oblast „Knihy a tisk“ pouze 3,8 % ze všech subjektů působících v KKO v Kraji Vysočina a řadila by se tak na úroveň oblastí zahrnutých do kategorie „Ostatní“.

Druhé nejsilnější odvětví představuje **„Maloobchod s knihami“** (32 subjektů, téměř 10 % subjektů) a následně **„Vydávání knih“** (21 subjektů, 6,4 %), jejichž činnost se často spojuje s dalšími aktivitami typu fotografování, grafika, výtvarné umění apod. Subjektů působících v ostatních odvětvích této oblasti KKO bylo zjištěno pak vždy méně než 10. Přestože se nejvíce subjektů spadajících do oblasti „Knihy a tisk“ nachází v SO ORP Jihlava (89, tj. 27 % ze všech subjektů v kraji), nadprůměrný podíl této oblasti KKO lze pozorovat také v SO ORP Náměšť nad Oslavou (17,5 % všech zde zmapovaných subjektů spadá do KKO Knihy a tisk) a Havlíčkův Brod (15,4 %).

Pouze 10 subjektů spadajících v Kraji Vysočina do oblasti KKO „Knihy a tisk“ zaměstnává větší počet pracovníků (nad 5). Jde např. o celostátně působící vydavatelství novin VLTAVA LABE MEDIA a.s., které na Vysočině prodává své noviny pod názvem Třebíčský deník, Havlíčkobrodský deník, Jihlavský deník, Pelhřimovský deník a Žďárský deník. Jihlavu a okolí mapují dále Jihlavské listy vydávané společností PAROLA, spol. s r.o. a Třebíčsko, Jihlavsko, Žďársko a mimo Kraj Vysočina také Znojemsko, Jindřichohradecko a západní část Brněnska pak představují region působnosti Horáckých novin vydávaných společností YASHICA s.r.o. Pod 5 zaměstnanců mají drobná nakladatelství či vydavatelství, kde se kromě soukromých firem jedná také o spolky (např. jedno z mála nakladatelství v ČR zaměřených na vydávání poezie – Dobrý důvod, z.s. se sídlem v Nové Říši, které se může pochlubit i nedávným obdržením ceny Magnesia Litera²⁹ za poezii). Překladatelé a tlumočníci působí především jako OSVČ bez zaměstnanců. Celkově lze odhadnout, že celá oblast KKO „Knihy a tisk“ dává v Kraji Vysočina práci více než 500 osobám.

Dle MK ČR patří i tato oblast KKO k těm, které pandemie COVID-19 ekonomicky zasáhla velmi silně, a to opět především pokud jde o jednotlivce, tedy spisovatele, kterých se mohly dotknout odklady vydávání nových děl i pokles prodeje knih vlivem uzavření knihkupectví a zákazu konání knižních veletrhů. Malá vydavatelství v kraji však významné změny nezaznamenala a ani v případě vydávání novin se nic podstatného ve fungování redakcí nezměnilo, vyjma zavádění home office pro novinářskou část zaměstnanců.

²⁹ Bínová, T. (2024): Červený obr, Odeon/EMG, Praha / 72 stran

d) Výtvarné umění

Oblast KKO „Výtvarné umění“ je vymezena následujícími odvětvími CZ-NACE:

Tab. 29. Počet a podíl subjektů podle odvětví CZ-NACE spadající do oblasti KKO „Výtvarné umění“

CZ-NACE	Popis odvětví	Počet subjektů	Podíl subjektů
74.20	Fotografické činnosti	208	67,3
90.03	Umělecká tvorba	101	22,7
Celkem	Oblast KKO „Výtvarné umění“	309	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

Absolutní většinu subjektů z této oblasti KKO tvořili **fotografové**, přičemž většina z nich se při prezentaci své činnosti považuje za umělecké fotografy, i když pouze zlomek jich uvádí přehled výstav, kterých se úspěšně účastnili. Fotografická činnost je definována jako profesionální a komerční fotografická produkce, zpracování pořízených záznamů, ale i jako činnost fotoreportérů. Fotografická činnost je také často spojena s jinými odvětvími, především s reklamou, designem, ale i výrobními odvětvími, pokud producenti potřebují zdokumentovat své výrobní prostory, materiály nebo konečné výrobky za účelem jejich prodeje (průmyslová či produktová fotografie v letácích, katalogích, na webových stránkách firem apod.). Pouze 65 % subjektů věnujících se fotografické činnosti mělo zřízeno webové stránky, z nichž se dalo usoudit, zda jejich činnost souvisí s KKO či nikoli. Důvodem může být i to, že propagace jejich činnosti tímto způsobem není nutná, neboť jim k naplnění kapacit stačí doporučení klientů novým potenciálním zákazníkům, pro něž se navíc mohou stát celoživotními „rodinnými“ fotografy. Téměř třetina z celkového počtu fotografů/-ek zjištěných mapováním se věnuje focení svateb a dalších společenských událostí, např. plesů.

Druhým odvětvím spadajícím do „Výtvarného umění“ je „**Umělecká tvorba**“, charakterizovaná činností jednotlivých výtvarných umělců (sochařů, malířů, kreslířů, rytců, grafiků atd.) bez výroby kamenných soch, které nejsou uměleckými originály. Dále se sem řadí restaurátoři uměleckých děl, např. obrazů, avšak nikoli hudebních nástrojů s historickou hodnotou či nábytku (kromě restaurování nábytku muzejního typu), ačkoli i tyto by do KKO mohly být řazeny. V Kraji Vysočina bylo zmapováno téměř 40 malířů, 20 restaurátorů, 15 sochařů a 26 dalších výtvarných umělců. Také toto odvětví je často propojeno s jinou činností, především s designem, reklamou, kulturním dědictvím apod. Mapování v této oblasti bylo ve srovnání s jinými snadnější proto, že řada výtvarných umělců je v Kraji Vysočina zapojena do akce „Dny otevřených ateliérů“, která slouží jako způsob propagace odvětví a účastnit se jí mohou i fyzické osoby, pro něž umění není hlavním způsobem obživy, ale pouze koníčkem³⁰.

Dle MK ČR některé oblasti tradiční kultury zaměřené na publikum, mezi něž spadá i výtvarné umění, krize způsobená pandemií COVID-19 zasáhla primárně, neboť oborům závislým na živých prezentacích s publikem (výstavách) byla zcela znemožněna jejich výdělečná činnost a mnoho osob se tak ocitlo v tíživé situaci. Subjekty působící v odvětví fotografování byly pandemií postiženy velmi výrazně vzhledem k vládním omezením a často musely volit i jiný způsob výdělku, např. pořádání on-line kurzů fotografování nebo shromažďování fotografií v terénu pro využití do později vydaných knih či jiných projektů. Nicméně po oživení na jaře 2022 došlo, vzhledem k odkládání řady společenských událostí včetně svateb, k výraznému nárůstu poptávky po činnosti fotografů. Pandemie změnila rovněž dlouhodobé návyky snoubenců, kteří nově využívají pro konání své svatby i všedních dnů. Rychlý technologický rozvoj a digitalizace nejen v rámci fotografie používaného softwaru, ale i v komunikaci s klienty a v jejich požadavcích na digitální výstupy namísto analogových přispívají v poslední době k výrazně rychlejší postprodukční práci fotografů, což je přínosné pro obě strany.

Výtvarníků jako jednotlivců se pandemie COVID-19 nemusela dotknout přímo omezením jejich činnosti, ale obdobně jako u spisovatelů spíše ekonomicky – snížením prodeje výtvarných děl, neboť privátní galerie byly nuceny zrušit část výstavního programu, a především se nemohla konat většina veletrhů umění, které jsou naprosto zásadním hráčem na poli obchodu s uměním. V některých případech tvoří

³⁰ více na <https://doavysocina.cz/>

příjmy z prodejů na veletrzích umění 30 - 40 % celkových příjmů galerie³¹, a tedy i samotných umělců. Výtvarné umění je navíc často závislé nejen na poptávce ze strany veřejné správy, ale také na donátorství a filantropii jednotlivců a firem. Ekonomické problémy související s pandemií a ovlivňující i tyto jindy štědré skupiny proto mohly v řadě případů vést k úsporným opatřením a negativně tak ovlivňovat tuto oblast KKO.

e) Umělecká řemesla

Mapování uměleckých řemesel je velmi obtížné, což zmiňuje již samotná Aktualizace Metodiky. Důvodem je jednak roztříštěnost jejich klasifikace v rámci CZ-NACE, ale také složitost provedení kvalifikovaného odhadu toho, které subjekty v rámci řemesel skutečně odpovídají svou ekonomickou činností definici KKO. Vysoké riziko chybného odhadu by mohlo znehodnotit celkové analytické závěry, a proto umělecká řemesla nejsou zahrnuta do analýzy KKO dle agregovaných hodnot ekonomických ukazatelů v kapitole II.2.3.3.

Umělecká řemesla byla mapována s ohledem na doporučení Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci, konkrétně Katedry podnikové ekonomiky a managementu, jejíž zástupci k tématu uspořádali kulatý stůl a diskutovali s odborníky z oblasti uměleckého a výtvarného vzdělávání. Jako zvažované **indikátory** pro definici uměleckého řemesla brali v úvahu následující:

1. tradiční/specifické techniky a technologie
2. prvky originality (osobitý rukopis)
3. specifické materiály, suroviny
4. umělecká hodnota (vědomá umělecká tvorba)
5. individuální zakázky/specifičnost zákazníků
6. řemeslná organizace výroby, realizovaná zakázka z hlediska celého výrobního procesu
7. konečný produkt nevstupuje do další výroby
8. estetická kvalita z hlediska životního stylu v dané době
9. mistrovství v daném řemesle (lze hodnotit např. na základě realizovaných výstav)
10. vytvořený produkt/dílo má trvanlivou podobu, nejedná se o produkt krátkodobé spotřeby (např. z potravin nebo květin)

Původní soubor cca 6 tis. subjektů k ověření, zda se jedná o subjekty spadající do KKO, obsahoval přes 2 tis. záznamů o subjektech řazených dle hlavní nebo vedlejší činnosti do oblasti „Umělecká řemesla“. Pouze u 279 subjektů bylo potvrzeno, že alespoň určitá část činnosti skutečně spadá do uměleckořemeslné oblasti. Nejvíce uměleckých řemeslníků se věnovalo sklářství, keramice a kamenictví (přes 80 subjektů, tj. 28,7 %), druhou nejsilnější byla skupina zabývající se činnostmi patřícími do ostatního zpracovatelského průmyslu (přes 70, např. výroba klenotů, bižuterie, hudebních nástrojů, 25,1 %) a třetí pak do kovozpracujícího průmyslu (přes 50, např. umělečtí kováři, 17,9 %).³² Naopak absolutní většina oděvních a nábytkářských firem byla z původního souboru vyřazena.

Celkem kategorie „Není KKO“ čítá přes 800 subjektů původně řazených do „Uměleckých řemesel“, které po ověření a nebyly vyhodnoceny jako jakékoli KKO. O dalších více než 900 subjektech s CZ-NACE řazených do vybraných odvětví zpracovatelského průmyslu souvisejících s KKO nebyla zjištěna žádná informace ani kontakt. Existuje tedy možnost, že oblast „Umělecká řemesla“ hraje v Kraji Vysočina významnější roli, než vyplynulo z mapování, na druhé straně určitě ne takovou, jakou jí přisuzovala původní databáze MK ČR, resp. ČSÚ (třetinový podíl). V mapování této oblasti jsou jistě ještě velké rezervy, proto Strategie ve své návrhové části mj. doporučuj v monitorování území pokračovat i nadále.

Tradiční řemesla a techniky jsou po tisíce let jedním z nejdůležitějších prvků definujících konkrétní kultury v určitých oblastech světa, a pokud budou podporovány správným směrem, budou moci vymezovat kulturní bohatství i dalším generacím. Např. řemeslné cechy lze z dnešního pohledu chápat jako centra inovací, neboť skýtaly prostor pro vzdělávání, předávání znalostí a nehmotného dědictví, a v neposlední řadě i z důvodu rozvíjející se specifikace řemesel a diverzifikace výrobního procesu, k čemuž přispíval každý mistr či učeň. V průběhu 20. století se tradiční řemesla stala obětí

³¹ Podle studie Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crises, dostupné na <https://www.rebuilding-europe.eu/>

³² Příklady zařazování subjektů do odvětví KKO jsou uvedeny v příloze č. 7.

ekonomického vývoje. Industrializace a globalizace vedly ke snižování poptávky po ručně vyrobených produktech a řemeslné komunity byly postupně vytlačeny na okraj společnosti.³³

Dopady pandemie COVID-19 na umělecká řemesla nebyly v rámci ČR dosud analyzovány a/nebo zveřejněny, nicméně obdobně jako u ostatních uměleckých činnosti prezentovaných výše lze i zde předpokládat pokles poptávky po uměleckých výrobcích z důvodu změny spotřebitelského chování a odkládání nákupu zbytných statků na dobu po krizi. Samotní řemeslníci se však s případnými negativními finančními dopady mohli vyrovnat cestou přechodného zaměstnání v průmyslu, kde kvalifikované profese stále chybí, a to po celé ČR.

f) Kulturní dědictví

Hmotné kulturní dědictví, tedy především knihovny, muzea, galerie, kulturní zařízení a kulturní památky, bylo analyzováno z hlediska návštěvnosti v kapitole II.2.2. Následující tabulka zachycuje strukturu subjektů v Kraji Vysočina zjištěnou mapováním.

Tab. 30. Počet a podíl subjektů podle odvětví CZ-NACE spadajících do oblasti KKO „Kulturní dědictví“

CZ-NACE	Popis odvětví	Počet subjektů	Podíl subjektů
47.78	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách	41	15,6
47.79	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách	65	24,7
91.01	Činnosti knihoven a archivů	5	1,9
91.02	Činnosti muzeí	37	14,1
91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	20	7,6
94.99.2*	Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti	95	36,1
Celkem	Oblast KKO „Kulturní dědictví“	263	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023-2024, vlastní výpočty

*dle původní Metodiky i její Aktualizace není toto CZ-NACE mezi KKO řazeno, nicméně vzhledem k činnosti spojené s péčí, výchovou, vzděláváním i výkonem jiné činnosti týkající se udržitelnosti kulturních hodnot v území byly tyto spolky zařazeny právě do této oblasti

Více než třetinu všech zmapovaných subjektů v Kraji Vysočina tvoří spolky, tedy **organizace podporující** alespoň částí své činnosti **kulturu** v místě svého působení. Čtvrtina všech subjektů jsou **maloobchody s použitým zbožím**, především starožitnictví, antikvariáty či bazary, které se mj. zaměřují i na předměty s kulturní hodnotou. Spadá sem i činnost aukčních síní, které se však v Kraji Vysočina nenacházejí. Ostatní **maloobchod s novým zbožím** zahrnuje zejména prodejny s fotografickými potřebami, se suvenýry a rukodělnými výrobky, dále činnosti komerčních uměleckých galerií, maloobchod s poštovními známkami a mincemi či rámování obrazů. Těchto subjektů bylo identifikováno 41, tj. 15,6 %.

O něco nižší je počet **muzeí** (37, tj. 14,1 %), jejichž činnost v menších městech určitým způsobem zastávají i spolky, soukromí sběratelé nebo speciálně zaměřené kluby. **Provozovatelů kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí** bylo nalezeno 20 (7,6 %) a zařazen sem byl rovněž spolek Zámek Žďár, z.s., který je nositelem projektu **Kulturně kreativní centrum Vysočina** (dále též jen „KKC Vysočina“) financovaného z NPO a také z rozpočtu Kraje Vysočina. Přístup NPO se formoval během pandemie COVID-19, souběžně s tvorbou strategického dokumentu MK ČR v oblasti KKO,³⁴ a vychází z předpokladu, že budování regionálních kulturních a kreativních center zvyšuje dostupnost kultury. Důraz přitom klade na projekty, které posilují mezisektorové partnerství kultury s dalšími oblastmi jako součást celospolečenské odolnosti (resilience). Související kooperativní financování těchto center, která v současnosti s podporou NPO

³³ Proč v Evropě mizí umělecká řemesla a jaké jsou jejich vyhlídky do budoucna? Dostupné na <https://www.materialtimes.com/tema/remesla-1-dil-proc-v-evrope-mizeji-umelecka-remesla-a-jake-jsou-jejich-vyhledky-do-budoucnosti.html>

³⁴ Státní kulturní politika 2021-2025, MK ČR, 2021

vznikají v každém kraji ČR, by mělo přispět k dlouhodobé udržitelnosti kulturní infrastruktury. Předmětem projektu ve Žďáru nad Sázavou je přestavba konventu bývalého cisterciáckého kláštera v areálu zámku a jeho následné využívání jako místa produkce a prezentace současného tance, pohybového divadla, nového cirkusu, hudby a dalších tvůrčích oborů. Součástí bude i dětská tvořivá rezidence. Projekt řeší také mezioborovou spolupráci, a to nejen v rámci umění, ale i s přesahem do kreativního sektoru, či inovativních a „smart“ firem. Projekt KKC Vysočina je v současnosti v realizaci a dokončen by měl být v roce 2026.

I v současné době však na zámku probíhá řada akcí podporujících kulturní dění v regionu. Především zde od roku 2015 funguje ojedinělé **Muzeum nové generace**, na jehož expozici se podíleli profesionálové z oblasti historie, architektury, výtvarného umění, hudby, audiovizualizace a další. Již více než 10 let se zde v létě koná taneční festival KoresponDance, který bývá druhou nejnavštěvovanější akcí v Kraji Vysočina. Festival je součástí evropského projektu realizovaného z iniciativy Centra choreografického rozvoje SE.S.TA a je přenášen do zahraničí ve spolupráci s Českými centry. Spolek Zámek Žďár se rovněž zaměřuje na rozvoj znalostí a dovedností lektorů a dalších profesionálů, kteří následně přispívají k rozvoji kreativity a zájmu o umění u svých klientů, vč. dětí a mládeže. Prostory zámku dále slouží k pořádání koncertů, k edukačním činnostem, jako umělecké dílny pro děti i umělecké rezidence pro domácí i zahraniční profesionály. Kulturní představení, která tvoří vrcholný výstup déle trvajících uměleckých projektů připravovaných v rámci uměleckých rezidencí, jsou koncipována tak, aby přilákala i znevýhodněné skupiny návštěvníků, např. seniory nebo zdravotně postižené. Tím přispívají k inkluzi a mají pozitivní sociální dopad.

Specifickou oblast kulturního dědictví představuje **nehmotné kulturní dědictví**, například ve formě tradic, zvyků nebo i řemeslných postupů. Na rozdíl od sbírek muzeí a nemovitých památek se vyznačuje tím, že je živé, snadno zranitelné a hraje nezastupitelnou roli v identifikaci každého jedince s lokalitou a místní komunitou. Nehmotné kulturní dědictví je proto součástí každé obce ČR a tvoří klíčový prvek soudržné společnosti i dostupné kultury. V Kraji Vysočina se nachází 11 nositelů nemateriálních statků tradiční lidové kultury, z nichž první byl na seznam zapsán v roce 2014 a poslední v roce 2023.

Tab. 31. Přehled nemateriálních statků tradiční lidové kultury v Kraji Vysočina včetně jejich nositelů

Poř. číslo položky	Název statku	Nositel
1/2014	Běh o Barchan	Město Jemnice
2/2014	Skřipácká muzika na Jihlavsku	Pramínek Jihlava, z.s.
3/2014	Betlémská cesta v Třešti	Spolek přátel betlémů v Třešti
4/2015	Obchůzka královniček na Velkobítešsku	Muzejní spolek Velkobíteška
5/2016	Historický morový průvod v Brtnici	Město Brtnice, Římskokatolická farnost Brtnice
6/2017	Jihlavský havířský průvod	Jihlavský havířský průvod, z. s.
7/2018	Karmelská pouť ve farnosti Heřmanov	Římskokatolická farnost Heřmanov a obce Heřmanov, Nová Ves, Radňoves a Vidonín
8/2019	Dudáctví na Vysočině	Muzeum Vysočiny Třebíč
9/2021	Svatováclavské hody v Rouchovanech	Obec Rouchovany
10/2022	Křemešnická pouť	Římskokatolická farnost Pelhřimov, Matice Křemešnická o.p.s.
11/2023	Tradiční herálecká maskara pod Žákovou horou	Obec Herálec (ZR)

Zdroj: Seznam nemateriálních statků tradiční lidové kultury Kraje Vysočina, dostupné na <https://www.kr-vysocina.cz/seznam-nematerialnich-statku-tradicni-lidove-kultury-kraje-vysocina/d-4065534>

Do mapování byly jako samostatné subjekty zahrnuty pouze **profesionální knihovny**, jejichž zřizovateli jsou bývalá okresní města v kraji, tedy 5 subjektů. O statistice a návštěvnosti všech knihoven v Kraji Vysočina pojednává kapitola II.2.2. V Kraji Vysočina je k dispozici platný koncepční dokument³⁵, který

³⁵ Koncepce výkonu regionálních funkcí knihoven v Kraji Vysočina na léta 2021 – 2027 s výhledem do roku 2030, dostupný na https://www.kr-vysocina.cz/assets/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4107434

spatřuje budoucnost zdejších knihoven v možnostech jejich fungování jako míst setkávání široké veřejnosti s nabídkou volnočasových a vzdělávacích činností, ale také v nutnosti jejich digitalizace a v nástupu nové knihovnické, informačně gramotné generace. Primární hrozbu vnímá v poddimenzovaném financování knihoven a tlaku zřizovatelů na snižování jejich rozpočtů.

V období pandemie COVID-19 bylo dle MK ČR uzavřeno 98,5 % všech muzeí a galerií. Zároveň se ukázalo, jak jsou muzea málo odolná vůči obdobným krizím, a to právě vlivem nízkého stupně **digitalizace**. I subjekty na Vysočině byly nuceny neprodleně investovat do digitalizace, aby si alespoň prostřednictvím on-line prostředí udržely kontakt se svými návštěvníky. Krize sice akcelerovala využití digitalizace, ale málokterá zařízení disponovala kvalifikovanou pracovní silou schopnou ji realizovat. Hlavním cílem digitalizace je jak v prostředí muzeí a galerií, tak i knihoven vždy zpřístupnění kulturního dědictví buď v zajímavější formě či většímu množství obyvatel, a to odkudkoli a kdykoli (on-line zpřístupnění ve formě 7/24, tedy 24 hodině denně a 7 dnů v týdnu). Další, neméně významnou motivací je také ochrana a záchrana ohrožených, zanikajících, jedinečných nebo významných fyzických dokumentů. Jde však o dlouhodobý proces, do něhož je potřeba investovat významné finanční prostředky i specializovanou pracovní sílu, které je v současnosti spíše nedostatek.

g) Architektura

Tato oblast KKO (CZ-NACE 71.11) zahrnuje poskytování poradenské činnosti při plánování staveb a vypracování projektů a také územní plánování měst a obcí a architekturu krajiny. Nespádají sem činnosti dekoratérů (aranžérů) interiéru, které jsou řazeny pod „Design“. Podle údajů NIPOS je oblast KKO „Architektura“ 4. největším příjemcem finančních prostředků ze soukromých zdrojů ze všech oblastí KKO (cca 12 % všech soukromých výdajů do KKO před pandemií COVID-19).

Oblast KKO „Architektura“ zahrnuje pouze jedno odvětví. Mapováním v něm bylo v Kraji Vysočina zjištěno 193 subjektů (tj. 8,1 %), z nichž 70 % tvořily fyzické osoby bez zaměstnanců a pouze 2 subjekty měly více než 10 zaměstnanců. Ve většině případů je činnost architektů v rámci větších firem propojena i s dalšími, především stavebními a projektovými činnostmi. Architekti jsou často zaměstnáváni v projektových kancelářích jako externí odborníci nebo podnikají ve větším počtu pod společným názvem, ale každý na své IČO. Občas poskytují i návrhy interiérových řešení, které jsou již řazeny do oblasti „Design“. Činnost architektů rovněž není vázána hranicemi kraje a má působnost po celé ČR. Odhadem lze říci, že v Kraji Vysočina má sídlo nebo zde pracuje přibližně 250 architektů.

V Jihlavě vznikl, jako součást komplexní obnovy Stříbrného domu na Masarykově náměstí 21, **Jihlavský architektonický manuál** (dále též jen „JAM“). Tento odborně popularizační projekt realizuje příspěvková organizace Brána Jihlavy z prostředků Fondů EHP a Statutárního města Jihlavy. JAM, tedy elektronická a částečně i tištěná databáze odborných textů zaměřených na historickou architektonickou tvorbu Jihlavy, zde vytváří architektonickou badatelnou, v rámci které se budou mapovat, katalogizovat i prezentovat místní architektonické hodnoty, a to s důrazem na jejich ochranu i další rozvoj. To vše s přidanou hodnotou v podobě workshopů pro veřejnost a vzdělávacích programů pro školy.

h) Design, Umělecké vzdělávání a Audiovize (oblasti KKO Hudba, Film a video, Videohry)

Oblast KKO „**Design**“ zahrnuje pouze jedno odvětví, a to CZ-NACE 74.10 Specializované návrhářské činnosti, do níž spadá módní design textilií, oděvů, bot, šperků, nábytku a ostatních interiérových dekorací a jiného módního zboží zejména pro osobní potřebu nebo pro domácnost, dále pak průmyslový design (návrh a vývoj designů a specifikací, které optimalizují hodnotu a vzhled výrobků, včetně stanovení materiálů, mechanismu, tvaru, barvy a povrchového zpracování s přihlédnutím k charakteristikám a potřebám lidí, bezpečnosti, tržním požadavkům prodeje, využití a údržbě), činnosti grafiků a také činnosti dekoratérů (aranžérů) interiéru. Nepatří sem naopak návrh a programování webových stránek.

Mapování v tomto odvětví v Kraji Vysočina zjistilo 172 subjektů (tj. 7,2 %), z nichž 76 % byly fyzické osoby bez zaměstnanců a pouze 4 subjekty měly více než 10 zaměstnanců, nicméně ani v jednom případě nezaměstnávaly výlučně designéry. Ti byli ve větších firmách zastoupeni maximálně z 20 %, tedy v řádu jednotlivců. Je možné odhadnout, že v kraji pracuje v oblasti designu řazeného do KKO více

než 200 osob, nicméně řada dalších se pravděpodobně uplatňuje spíše v rámci odvětví souvisejících s výpočetní technikou (webdesign, UX design, průmyslový/produktový design apod.).

Kromě grafického designu zaměřeného např. na práci pro firmy v oblasti branding, tedy návrhu a tvorby vizuálního manuálu a vizuální identity, log, značek apod., byli do této oblasti KKO řazeni i módní návrháři (včetně návrhářů módních doplňků), interiéroví bytoví návrháři, dekoratéri, návrháři reklamních předmětů, případně návrháři působící v průmyslu, např. v oboru sklářství, které je však obtížné oddělit od výtvarných umělců či uměleckých řemesel. Velkou skupinu zjištěnou mapováním (32 subjektů) však tvořili právě grafičtí designéři, jejichž hlavní činností je předávání informací vizuální cestou. Ti často nabízejí komplexnější služby spojené s reklamou, tiskem, natáčením videí či fotografováním.

Průzkum trhu v Kraji Vysočina odhalil převažující poptávku po službách grafiků nad její nabídkou, a to i ze strany subjektů působících v jiných odvětvích KKO (reklama, fotografické činnosti). Výhodou daného odvětví je možnost prezentace výsledků práce i v zahraničí, pro niž i čeští tvůrci využívají např. přední on-line platforma pro prezentaci a objevování tvůrčí práce Behance, na které světová kreativní komunita efektivně sdílí svoji práci se širokým publikem. Pandemie COVID-19 měla na designéry dopad především z důvodu zákazu pořádání festivalů designérů, které však v Kraji Vysočina neprobíhají. Na vlastní práci v této oblasti KKO mohla mít pandemie dopad podobný jako na reklamní činnosti (viz výše).

Počet kvalitních designérů v Kraji Vysočina ovlivňují i zdejší umělecké školy, a to jak základní (výtvarné obory), tak střední, které byly zařazeny do oblasti KKO „**Umělecké vzdělávání**“ (CZ-NACE 85.52),³⁶ přestože v rámci klasifikace škol jsou evidovány jako běžné střední školy. Design v souvislosti s vizuální komunikací, ale i klasický grafický design, kde základní stavební jednotkou je tvorba loga a s tím spojené budování firemního stylu, branding, tvorba plakátů, billboardů, designu webových stránek a různých forem reklamy, patří mezi obory vyučované na **Střední uměleckoprůmyslové škole Jihlava-Helenín**. Absolventi těchto oborů se mohou uplatnit právě především v grafických a designérských studiích, reklamních a produkčních agenturách, vydavatelstvích, jako editoři tiskovin apod.

I ostatní obory této střední umělecké školy vychovávají budoucí umělce, podnikatele, kreativce či zaměstnance působící v dalších oblastech KKO. Obor „Malba a ilustrace“ se zaměřuje na zvládnutí kreslířských a grafických technik stejně jako na práce v grafických programech a profilují se zde budoucí ilustrátoři, grafici či malíři divadelních kulis. Obor „Design oděvu a módních doplňků“ se orientuje na navrhování, figurální kreslení a tvorbu módní fotografie, s uplatněním absolventů jako módních návrhářů, návrhářů v oděvních firmách, na pozici konstruktérů, technologů nebo při realizaci historických a scénických kostýmů pro divadlo, film a televizi. Posledním uměleckým oborem je „Design interiéru a bytových doplňků“ (výtvarná příprava, návrhový ateliér, počítačová grafika, interiérová architektura, řešení konkrétního prostoru a design), jehož absolventi mohou nalézt uplatnění v činnostech interiérových návrhářů, v nábytkářských firmách a studiích.³⁷

Celková kapacita školy v uměleckých oborech³⁸ činí 305 žáků, přičemž v roce 2023 v nich studovalo 235 žáků. Především z iniciativy žáků školy vznikl v Jihlavě klub **MB24** jako místo ke sdílení umění a kreativity, které funguje jako školní experimentální, propagační a vzdělávací dílna, otevřená i pro veřejnost jako miniaturní coworkingové centrum.³⁹ Konají se zde výstavy studentských prací, přednášky o umění, hudební a literární večery či workshopy.

Žáci v rámci všech oborů spolupracují a připravují se na praxi pořádáním uměleckých výstav, kde si mohou vyzkoušet i aktivity související s uměleckým managementem, marketingem, kurátorstvím apod.

³⁶ CZ-NACE 85.52 zahrnuje poskytování výuky v oblasti výtvarného, dramatického a hudebního umění. Jednotky, které tento druh výuky poskytují, mohou být označovány jako „školy“, „studia“, „kurzy“ atd. Poskytují formálně organizovanou výuku, určenou zejména k uspokojení zájmů, naplnění volného času nebo rozvoje vlastní osobnosti. Spadají sem činnosti učitelů hry na klavír a jinou hudební výuku, uměleckou výuku, výuku tance, taneční studia a školy, dramatické školy, umělecké a uměleckoprůmyslové školy, herecké školy a fotografické školy (kromě komerčních). Nespádají sem jazykové školy ani žádné vysoké školy.

³⁷ více na <https://www.helenin.cz/uvod/>

³⁸ dle Resortního číselníku oborů vzdělání (AKSO) vzdělávací obory začínající číslem 82, viz [http://stistko.uiv.cz/katalog/cslnk.asp?idc=RASO&ciselnik=Resortn%ED%20%E8%EDseln%EDk%20obor%F9%20vzd%ECI%E1n%ED%20\(AKSO\)&aap=on](http://stistko.uiv.cz/katalog/cslnk.asp?idc=RASO&ciselnik=Resortn%ED%20%E8%EDseln%EDk%20obor%F9%20vzd%ECI%E1n%ED%20(AKSO)&aap=on)

³⁹ více na <https://www.helenin.cz/mb24/>

Škola bývá častým partnerem jiných institucí v Kraji Vysočina a je zapojena do řady velkých akcí typu festivalu Landscape (viz výše). Je rovněž členem Unie škol inovativních, která spojuje pokrokové žáky, pedagogy i vedení za účelem sdílení dobré praxe nebo organizace nejrůznějších akcí, jež mohou jak studenti, tak pedagogy posunout v jejich tvůrčí činnosti.

Druhou uměleckou střední školou v Kraji Vysočina s poněkud jiným zaměřením je **Akademie Světla nad Sázavou, střední škola a vyšší odborná škola**⁴⁰ (dále též jen „Akademie“), která nabízí v rámci výtvarného a uměleckořemeslného vzdělávání jak učňovské, tak maturitní obory. Z oborů bez vyučení a s maturitou se jedná o průmyslový design, design interiérů, kamenosochařství, konzervování – restaurátorství a 3 obory výtvarného zpracování (i) kovů a drahých kamenů, (ii) keramiky a porcelánu a (iii) skla a světelných objektů. 4 maturitní obory s vyučením se týkají uměleckořemeslného zpracování (i) kovů, (ii) dřeva, (iii) kamene a keramiky a (iv) skla, v rámci něhož existují specializace na malbu skla, hutní tvarování, umělecké vitráže a broušení a rytí skla. Učební obory umožňují získat výuční list ve 4 uměleckých oborech: (i) zlatník a klenotník, (ii) umělecký kovář a zámečník, (iii) umělecký truhlář a řezbář a (iv) umělecký keramik. Kapacita středního vzdělávání na Akademii činí přes 550 žáků (v uměleckých oborech 473), ale v roce 2023 se jich v uměleckých oborech vzdělávalo pouze 291. Kromě toho rozšiřuje Akademie střední umělecké vzdělávání o 2 ekonomické obory v rámci vyšší odborné školy (Řízení výroby zpracování kamene, Řízení sklářské a keramické výroby – řídící, kontrolní, ekonomické, obchodní a administrativní činnosti), které mají v úhrnu kapacitu 75 studentů a v roce 2023 v nich studovalo 29 osob.

Akademie má pracoviště v Lipnici nad Sázavou, a sice kamenosochařské středisko, které je organizátorem řady akcí známých pod názvem **Sekání na hradě Lipnice**. Vznikají zde cenná umělecká díla, která je již po řadu let možné spatřit na četných výstavách či ve stálých expozicích, a restaurují se zde nejrůznější kamenné objekty kulturního dědictví. Akademie také ve spolupráci s Vysokou školou chemicko-technologickou v Praze zajišťuje praktickou část výuky bakalářského vzdělávacího programu „Konzervování a restaurování objektů kulturního dědictví – uměleckořemeslných děl“.

Z řízených rozhovorů se zástupci obou výše uvedených škol vyplynulo, že pandemie COVID-19 měla na jejich činnost obdobný dopad jako na jiné vzdělávací instituce. Školy musely hledat nové nástroje pro práci a dostávat je do výuky on-line cestou. Nedaly se nahradit práce, které měly probíhat na dílnách či v ateliérech, což byl v některých oborech velký problém. Vzrostly však především nároky na digitalizaci činnosti, což bylo pro řadu vyučujících velmi náročné, především časově (natáčení videí s výukou včetně některých lekcí z umělecké tvorby, pořizování fotografií, vlastní práce s videokonferenčními programy apod.). Změnil se i přístup k žákům, stal se více individuálním. Zároveň se nedá říci, že by výstupy v rámci závěrečných nebo ročníkových prací žáků byly méně kvalitní než při běžném režimu, jen poněkud více depresivní, což odráželo dlouhodobě přerušovaný a tedy nedostatečný osobní kontakt jak se spolužáky, tak s vyučujícími.

Atraktivita oborů uměleckých škol pro žáky je úzce spjatá s všeobecným povědomím o jejich společenském významu, úspěchu ve světě či prestiži nebo také s různými společenskými událostmi prezentovanými v médiích. Právě o design v jakékoli oblasti spojený s novými technologiemi je v současnosti velký zájem, oproti tomu zřetelný byl v minulosti pokles atraktivity řemeslných (manuálních) oborů (kamenictví, keramika, porcelán). Tento trend nicméně pandemie COVID-19 zvrátila a naopak povzbudila kreativitu i zájem o rukodělnou činnost. Znatelný dopad na obory týkající se sklářství měl zánik firem v době ekonomické krize v roce 2008 a později. Alternativu pro studijní obory týkající se sklářství představovaly keramické obory, ale i zde byl problém s uplatněním, což se projevilo opět v poklesu zájmu. Naopak dlouhodobě stabilně jsou poptávány obory zlatnictví, restaurování kamene a průmyslový design. Podle názoru zástupců obou škol není v Kraji Vysočina prozatím prostor pro vznik vysokoškolských oborů uměleckého zaměření, neboť právě pobyt na vysokých školách ve velkých městech považují studenti za velký přínos a nové vysokoškolské obory např. na Vysoké škole polytechnické Jihlava (dále též jen „VŠPJ“) by pro ně, navzdory snazší dostupnosti v rámci regionu, nemusely být dostatečně atraktivní.

⁴⁰ více na <https://www.akademie-svetla.cz/informacni-portal>

Obě umělecké školy jsou velmi aktivní směrem k uchazečům o studium, ať už pořádáním náborových kampaní ve školách či na třídních schůzkách, dnů otevřených dveří, talentových zkoušek nanečisto, přípravných kurzů, exkurzí, tvorbou aktuálních propagačních materiálů apod. Ačkoli by v současnosti uvítaly navýšení kapacity některých oborů, uvědomují si, že v blízké budoucnosti dojde vlivem demografických poměrů ke snížení počtu žáků, o které budou muset intenzivněji soupeřit.

Obě školy shodně projevily nespokojenost s obecným povědomím o jejich činnosti, které je i přes aktivní propagaci stále zkreslené a spojené s minulostí (např. označení jihlavské střední školy jako „textilka“, přesvědčení o Akademii jako o gymnáziu, k němuž se umělecké obory později připojily, což neplatí, nebo zahrnování obou škol pod termín „ostatní střední školy“ v oficiálních krajských dokumentech apod.). To vedlo i ke změně názvu a vizuálního stylu Akademie v roce 2023 z původního názvu Akademie – Vyšší odborná škola, Gymnázium a Střední odborná škola uměleckoprůmyslová Světlá nad Sázavou, který tuto vzdělávací instituci v komunitě uměleckých škol dlouhodobě degradoval.

Obdobné zkušenosti mají obě školy s pracovníky, z nichž vysoký podíl tvoří jejich bývalí absolventi. Umělecké nadání však nebývá vždy doprovázeno odpovídajícími pedagogickými schopnostmi, a proto výuka probíhá za přítomnosti jiného, tzv. uvádějícího pedagoga. Často je nutné zaměstnávat odborníky dojíždějící z jiných krajů a vycházet jim vstříc kumulací předmětů do kratšího časového rámce, např. 2 dnů nebo blokové výuky. Složitě je také najít zaměstnance na částečný úvazek nebo v určité kombinaci umělecké a všeobecné výuky. V souhrnu lze obě školy označit jako významná centra kulturního a kreativního dění v Kraji Vysočina, a to rovněž vlivem jejich dopadu na mládež ve věku 15 - 19 let. Pro tuto věkovou skupinu není, jak bylo ověřeno vícero řízenými rozhovory, v současnosti v Kraji Vysočina dostatek příležitostí pro kulturní a kreativní využití.

Obdobně přínosná pro výchovu budoucí generace umělců a kreativců je také činnost třetí umělecké střední školy, kterou je **Soukromá vyšší odborná škola grafická a Střední umělecká škola grafická, s.r.o.**⁴¹ Ta nabízí 2 obory VOŠ v rámci programu Multimediální umělecká tvorba: Animovaná a triková tvorba (tvorba audiovizuálního díla, zejména však zaměřená na technologie klasické a digitální animace ve 2D i 3D, a na trikovou animaci, s možností uplatnění absolventů ve studiích 3D grafiky a animace, televizních a filmových ateliérech a herních studiích) a Herní tvorba (herní designér, grafik, programátor, 3D modelář, animátor, s uplatněním v herních studiích, studiích 3D grafiky a animace), čímž je v podmínkách vyššího odborného vzdělávání v Kraji Vysočina jedinečná. Středoškolské obory jsou následující:

- Grafický design - široká oblast vizuálního umění, moderní trendy, kresba, malba, grafika, fotografie, s uplatněním absolventů jako výtvarníků, grafických designérů, fotografů, pracovníků v tiskárnách, novinách, divadle, galeriích a v reklamních agenturách;
- Klasická umělecká tvorba orientovaná na kresbu, malbu, sochařskou tvorbu, uměleckou grafiku a uměleckou fotografii - absolventi oboru mohou nalézt uplatnění jako samostatní výtvarníci, výtvarníci reklamních agentur, propagačních oddělení, v tiskárnách a copy centrech, pomocní restaurátoři, ilustrátoři v tištěných médiích nebo nakladatelstvích či kulturní pracovníci;
- Animace a Game Art zaměřená na rozvoj počítačové grafiky, počítačového modelování a animace a tvorbu animovaných počítačových her a simulací, kreslenou a loutkovou animaci, počítačové modelování, digitální a klasickou fotografii, grafický design, zvukovou tvorbu, práce v nahrávacím studiu a tvorbu jednoduchých počítačových her – absolventi oboru se mohou uplatnit jako výtvarníci animovaného filmu, animátoři, game artisté (návrháři herní grafiky), výtvarníci, grafici reklamních agentur nebo podnikových propagačních oddělení, designéři či modeláři ve vývojových odděleních podniků;
- Fotografická a filmová tvorba – fotografie a navazující audiovizuální obory, jako je video, film nebo např. televizní a filmová grafika, reklamní, produktové a umělecké fotografie, příprava a realizace filmových reportáží a propagačních videí – absolventi oboru mohou pracovat jako fotografové, televizní a filmový grafici, pracovníci audiovizuace, asistenti kameramana, režie, výtvarníci, grafičtí designéři reklamních agentur.

Kapacita středoškolských oborů činí 300 žáků a v roce 2023 se jich v uměleckých oborech vzdělávalo 258, zatímco na VOŠ s kapacitou 60 žáků jich studovalo 44. Škola nabízí také kurzy pro veřejnost (Letní

⁴¹ více na <https://www.susg.cz/>

výtvarná akademie – výuka krajinomalby), dálkové vzdělávání jako přípravu na přijímací zkoušky, ale i pro jiné zájemce z řad veřejnosti, a přípravné kurzy animace.

Umělecké obory nabízí také **Střední průmyslová škola Třebíč**, a to umělecký kovář a zámečník a uměleckořemeslné zpracování kovů s celkovou kapacitou 140 žáků, které však v roce 2023 navštěvovalo pouze 42 žáků. Z výše uvedených statistik vyplývá, že v roce 2023 se ve **středoškolských uměleckých oborech v kraji vzdělávalo 826 žáků, což představovalo 3,6 %** z celkového počtu žáků studujících v Kraji Vysočina na středních školách. Obdobné údaje za celou ČR nelze z veřejných zdrojů získat, neboť poslední statistiky dostupné za obory vzdělávání jsou z roku 2010. Tehdy činil podíl žáků v uměleckém vzdělávání v celé ČR z celkového počtu žáků ve středoškolském vzdělávání přibližně 5 %.

Následující tabulka zachycuje personální a mzdové poměry na uměleckých středních školách v Kraji Vysočina. Pedagogičtí pracovníci na těchto školách v přepočteném počtu 141,47 tvoří 7,6 % všech úvazků na středních a vyšších odborných školách v kraji, zatímco z hlediska finančního (mzdové náklady) jde o 6,9 %. Průměrné mzdy pedagogických pracovníků jsou tedy v součtu o něco nižší, než činí krajský průměr středních škol, a výrazně nižší než v případě vyšších odborných škol. Srovnatelné s průměrem všech středních škol jsou pouze na umělecké škole v Jihlavě - Heleníně.

V případě nepedagogických pracovníků je situace poněkud odlišná. Na školách pracuje v úhrnu 33,11 nepedagogických pracovníků v přepočteném stavu, tedy 7,4 % všech nepedagogických pracovníků působících na středních a vyšších odborných školách v kraji. Celkové měsíční náklady na mzdy tvoří 7,5 % průměrných nákladů v kraji a na jednu osobu tak vychází průměrná měsíční mzda 34 820 Kč. Nejvyšší mzda nepedagogických pracovníků byla zjištěna opět u helenínské střední školy, u ostatních dvou byly nižší než na jiných středních školách v kraji, ale stále vyšší než na zdejších vyšších odborných školách.

Tab. 32. Střední školy s uměleckým zaměřením v Kraji Vysočina – počet pracovníků a jejich mezd; průměrné přepočtené stavy zaměstnanců na středních školách a VOŠ v Kraji Vysočina a jejich mzdy

Zkrácený název středních škol	Pedagogičtí pracovníci			Nepedagogičtí pracovníci		
	přepočtený počet osob	průměrné měsíční náklady na mzdy (Kč)	průměrná mzda (Kč)	přepočtený počet osob	průměrné měsíční náklady na mzdy (Kč)	mzdy průměr (Kč)
SUPŠ Helenín	41,13	2 175 963	52 905	9,07	347 329	38 294
Akademie	65,42	3 062 297	46 810	16,91	571 418	33 792
SŠ Grafická	34,92	1 478 102	42 328	7,13	234 141	32 839
Střední školy	1 844,0	96 077 068	52 102	444,7	15 210 878	34 205
VOŠ	10,8	740 206	68 538	4,2	126 752	30 179

Zdroj: Výroční zpráva o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy v Kraji Vysočina za školní rok 2022/2023 a kalendářní rok 2023, Kraj Vysočina, 2024, vlastní výpočty

V Kraji Vysočina se nachází 25 **základních uměleckých škol** (dále též jen „ZUŠ“), z nichž 2 jsou soukromé (Základní umělecká škola Folklorika Vysočina, s.r.o. v Jihlavě a Soukromá základní umělecká škola spol. s r.o. v Havlíčkově Brodě) a ostatní jsou zřízeny městy (ZUŠ v Lipnici nad Sázavou je součástí běžné základní školy). Celkem do nich na konci roku 2023 docházelo 12,5 tis. žáků, což bylo o 2,5 % více než na konci roku 2022. Ředitelství ZUŠ sídlí ve větších městech, nicméně řada ZUŠ má svá detašovaná pracoviště i v menších obcích (cca polovina ZUŠ má pobočky celkem ve 26 dalších obcích).

Nejvyšší počet žáků navštěvuje hudební obory (dlouhodobě přibližně 7 tis., tzn. 56 %), dále výtvarné obory, přičemž lze sledovat pozvolný nárůst žáků nad hranici 3,5 tis. (28 %). Nad tisíc žáků koncentruje ještě obor taneční. Podíl žáků k uchazečům o studium zůstává dlouhodobě stejný a pohybuje se kolem 18 % (nižší byl v období pandemie COVID-19, kdy klesl na 17,6 %). Ve všech ZUŠ bylo v roce 2023 zaměstnáno celkem 452,7 osob v přepočteném stavu, z toho 399,6 pedagogických pracovníků (88,3 %). Průměrná mzda řadových pedagogických pracovníků ZUŠ dosahovala 47 315 Kč, což bylo o 4,3 % více než v roce 2021. Průměrná mzda pedagogických pracovníků v roce 2023 činila 50 153 Kč, u nepedagogických pracovníků pak 35 700 Kč.

Obecně platí, že síť ZUŠ je v ČR ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi velmi hustá. ZUŠ působí na území ČR celkem 510 a navštěvuje je přes čtvrt milionu žáků.⁴² Ve světovém měřítku představují české ZUŠ zcela unikátní vzdělávací systém. Dle Asociace ZUŠ však chybí učitelé hry na některé hudební nástroje (klavír, akordeon, kytara, housle). Absolutně nevyhovující byla distanční výuka za doby pandemie, během níž odcházeli někteří žáci a docházelo ke snižování úvazků učitelů,⁴³ ale současně se projevila i solidarita domácností se školami, neboť odchody žáků a s nimi spojené přerušení plateb školného nebyly nijak masivní.

V rámci běžného vzdělávání je kreativita v Kraji Vysočina rozvíjena také v rámci kroužků, a to jak na základních, tak i středních školách. Kroužek „Podnikavost, iniciativa, kreativita“ je v kraji realizován sice zatím pouze na jedné základní škole v rozsahu 16 hodin a v roce 2023 se ho účastnilo 8 žáků, ale zato již na 17 školách středních v celkovém rozsahu 453 hodin a s kapacitou 247 žáků. V rámci neformálního vzdělávání jsou jak umění, tak kreativita podporovány ve **střediscích volného času** (dále též jen „SVČ“), resp. domech dětí a mládeže. V roce 2023 jich v kraji existovalo 22 (18 obecních, 3 církevních a jedno SVČ má právní formu obecně prospěšné společnosti, přičemž zřizovatelem je Český svaz ochránců přírody). Pravidelnou zájmovou činností těchto školských zařízení navštěvovalo přes 14 tis. účastníků. Mapováním bylo odhadnuto, že tato zařízení se věnují oblastem souvisejícím s KKO, z pohledu počtu kroužků a zaměstnanců v nich působících, průměrně z více než třetiny.

Pod termínem **audiovize**, resp. audiovizuální a mediální tvorba lze v souhrnu označit oblasti KKO „Film a video“, „Videohry“, „Hudba“, „Rozhlas“ a „Televize“, které jsou v Kraji Vysočina dle výsledků mapování zastoupeny velmi nízkým počtem subjektů.⁴⁴

Tab. 33. Počet a podíl subjektů podle odvětví CZ-NACE spadajících do oblasti KKO pod souhrnný název „audiovize“

CZ-NACE	Popis odvětví	Počet subjektů	Podíl subjektů
47.63	Maloobchod s audio a videozáznamy	5	11,4
58.21	Vydávání počítačových her	3	6,8
59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	16	36,4
59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	2	4,5
59.14	Promítání filmů	4	9,1
59.20	Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	10	22,7
60.10	Rozhlasové vysílání	2	4,5
60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání	2	4,5
Celkem		44	100,0

Zdroj: Mapování subjektů KKO, Kraj Vysočina, 2023 - 2024, vlastní výpočty

Klasifikace CZ-NACE byla naposledy výrazně revidována v roce 2008. Právě v oblasti audiovize od té doby nastal výrazný posun a činnosti zahrnované pod jednotlivá odvětví jsou tedy již značně terminologicky i fakticky zastaralé. **Maloobchod s audio a videozáznamy** zahrnuje maloobchod s hudebními nahrávkami, audiopásky, kompaktními disky, kazetami, s videokazetami a DVD. Hudební nosič CD, který na konci minulého století započal digitální revoluci v hudebním průmyslu, oslavil v roce 2024 již 45 let působení na trhu. Fyzické nosiče jsou však od začátku 2. dekády 21. století rychle nahrazovány digitálními platformami. Celosvětový trh s nahrávkami táhnou především příjmy ze streamingu, tedy přenášení audiovizuálních sdělení po internetu.

Do odvětví **produkce filmů** atd. patří i televizní seriály, dokumentární filmy a televizní reklamy. **Postprodukce** zahrnuje činnosti jako montáž, přehrávání filmu na pásek, opatření filmu úvodními a

⁴² <https://www.rizeniskoly.cz/aktuality/msmt-se-nechysta-rusit-ani-omezit-zus.a-17909.html>

⁴³ https://www.idnes.cz/jihlava/zpravy/vysocina-zakladni-umelecka-skola-vyuka-online-skolne-ruseni.A210222_595688_jihlava-zpravy_epsal

⁴⁴ NIPOS, z jehož publikace je charakteristika tohoto agregovaného sektoru použita, zahrnuje pod tento termín také oblast KKO „Knihy a tisk“, která je však vzhledem k počtu subjektů analyzována výše samostatně

závěrečnými titulky, titulkování, počítačovou grafiku, animace a speciální efekty, vyvolávání a zpracovávání filmů, stejně jako činnosti filmových laboratoří a speciálních studií pro animované filmy. **Promítání filmů** se týká i jiných videozáznamů prezentovaných v biographech, ostatních promítacích sálech nebo venku, a činnosti filmových klubů.

Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti zahrnuje výrobu originálních (masterových) zvukových záznamů, jejich zveřejňování, propagaci a distribuci velkoobchodům, maloobchodům nebo přímo zákazníkům, dále pořizování nahrávek v nahrávacích studiích i mimo ně, včetně nahrávek pořadů pro rozhlasové vysílání a vydávání hudby, tzn. získávání a registrace práv k hudebním skladbám, propagace, udělování povolení k užívání těchto skladeb a jejich využívání v nahrávkách, v rozhlase a v televizi, v kinofilmech, při živých vystoupeních, v tištěných a ostatních médiích. Spadá sem též vydávání hudby a notového materiálu.

Rozhlasové vysílání představuje vysílání zvukových signálů prostřednictvím rozhlasových vysílacích studií a zařízení pro přenos poslechových programů pro veřejnost, členy nebo předplatitele. **Televizní vysílání** pak obnáší výrobu kompletních programů televizních kanálů z nakoupených programových složek (hraných a dokumentárních filmů apod.), ze samostatně vyprodukovaných programových složek (lokálního zpravodajství, živých reportáží apod.) nebo kombinací obou těchto složek. Tato třída zahrnuje jak programy dostupné zdarma, tak ty placené, a také přenos dat, která jsou součástí televizního vysílání.

Audiovizuální sektor jako agregace výše uvedených odvětví dle MK ČR ekonomicky velmi rychle roste, a to hlavně díky rapidnímu rozvoji **herního vývojářství**, jehož obrat se v posledních 5 letech před pandemií COVID-19 zvyšoval v průměru téměř o 30 % ročně, což pokračovalo v mírnějším tempu i během krize. Výdaje na audiovizuální a interaktivní techniku ze soukromých zdrojů byly před pandemií druhé nejvyšší po reklamě a činily více než pětinu všech soukromých výdajů na kulturu. Audiovize a herní vývojářství patří k oblastem, které koronavirová krize ohrozila nejméně. Podstatnou roli hrála i změna společenských návyků způsobená domácí izolací, kdy došlo k nárůstu zájmu o vysílání širšího kulturní obsah. Ačkoli byla přerušena nebo omezena výroba nového obsahu, jednotlivé subjekty se dokázaly adaptovat díky využití staršího obsahu nebo skrze vývoj nových forem. Dopady se pak opět zásadně lišily s ohledem na využití digitalizace.

Omezení volného pohybu osob a uzavření mnoha podniků v důsledku pandemie COVID-19 dopadlo v rámci agregovaného odvětví audiovize zejména na provozovatele kinosálů, filmovou produkci a také na hudební vydavatele. Příznivý vývoj **návštěvnosti kin** z posledních let před krizí ukončil meziroční propad na třetinové hodnoty z roku 2019 jak u návštěvnosti, tak u příjmů, navíc ani v roce 2024 při přibližně stejném počtu představení nebylo „předcovidových“ hodnot v případě kin dosaženo (stále pouze zhruba 70 % návštěvnosti a 86 % příjmů z roku 2019 i při zdražení průměrného vstupného o 20 %).

Napříč celou českou populací se v rámci tzv. „lockdownu“ navýšila naopak doba věnovaná různým typům **médií**, sledování, poslechu a četbě zpravodajství. Vzrostl také podíl zpravodajských programů, což bylo zřejmě dáno větší poptávkou diváků po aktuálních informacích týkajících se vývoje a dopadů pandemie. Podle dat Asociace televizních organizací byla v roce 2021 sledovanost televize rekordní – v průměru na osobu dosáhla o 20 minut více než v roce 2019. Vzrostla také ochota lidí platit za audiovizuální služby na internetu (např. za videotéky typu Netflix, HBO MAX nebo za tzv. sdílené služby YouTube, Vimeo, Soundcloud). V roce 2022 je využívalo 60 % obyvatel starších 15 let, což představovalo zvýšení o cca 20 procentních bodů ve srovnání s obdobím před krizí. Stejně jako hudební nahrávky jsou také filmy a seriály stále častěji vyhledávány prostřednictvím streamingových platform. Již v roce 2019 představoval streaming dlouhodobě rostoucí segment v oblasti audiovize a v následujícím roce se počet předplatitelů opět zvýšil ještě téměř o polovinu⁴⁵. Celosvětové posílení streamování během krize vytvořilo značnou konkurenci právě provozovatelům kin.

Vzhledem k odolnosti audiovizuálního sektoru proti vnějším vlivům působícím v dobách ekonomických krizí by mělo být zájmem veřejné správy podílet se na jeho intenzivním rozvoji. Klíčovým nástrojem je

⁴⁵ FEP, 2021. European publishing at the time of COVID-19, dostupné na <https://fep-fee.eu/European-publishing-at-the-time-of>

Státní fond kinematografie, který se od ledna 2025 přejmenoval na Státní fond audiovizuální tvorby s širší působností v oblastech KKO a měl by reagovat na potřeby nových odvětví. Z tohoto fondu by měly být podporovány i regionální aktivity.

Významnou aktivitou Kraje Vysočina, spojující v současnosti několik rovin pro pozitivní rozvoj území, bylo v roce 2017 zřízení filmové kanceláře **Vysočina Film Office**⁴⁶ při příspěvkové organizaci Vysočina Tourism. Hlavním posláním Vysočina Film Office je propagovat Vysočinu jako atraktivní destinaci pro audiovizuální natáčení. V roce 2018 dosahoval její rozpočet pouze čtvrt milionu Kč, přičemž šlo o náklady na propagaci kraje a provoz kanceláře. Státní fond kinematografie tehdy podpořil filmovou kancelář obnosem 150 tis. Kč a o rok později ještě o něco vyšší částkou (165 tis. Kč), nicméně dopady pandemie COVID-19 praktickou činnost filmové kanceláře podstatně omezily.

Znovu se kancelář aktivizovala v listopadu 2023 a začala pracovat na novém systému činností, jejichž cílem byla také podpora audiovizuální tvorby v kraji v rámci propagace Kraje Vysočina jako atraktivní turistické destinace. Zájem filmařů o natáčení na Vysočině se od té doby zvyšuje. V roce 2024 se Vysočina stala kulisou hned 7 audiovizuálních děl vznikajících s podporou filmové kanceláře. Filmové štáby zde natáčely dokumenty, historickou minisérii, studentské filmy, ale také sitkom. Kancelář je otevřena i novým výzvám, jako je např. podpora vzniku videoher odehrávajících se v krajině a reáliích lokalizovaných v Kraji Vysočina. Chystá se rovněž spolupracovat s organizátorem Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů Ji.hlava.

Vzhledem k rostoucímu zájmu filmařů se Kraj Vysočina rozhodl podporu audiovizuální tvorby zdvojnásobit z 1 na 2 miliony korun pro rok 2025,⁴⁷ nicméně poptávka ze strany filmařů je téměř čtyřnásobná. O výběru snímků k podpoře rozhoduje filmová komise, která zohledňuje mj. i počet natáčecích dnů v regionu (čím více, tím lépe). Systém podpory audiovizuální tvorby je založen na podpoře nejen filmařů, ale zároveň i místních dodavatelů služeb a tedy ekonomiky, turismu a kultury jako celku v Kraji Vysočina. Kromě dodavatelů gastronomických a ubytovacích služeb pro filmový tým nebo pronajímatelů nemovitostí, v nichž se snímky natáčejí, mohou být finančně podpořeni i umělci a kreativci z řad místních fotografů, zvukařů, kameramanů či animátorů, pokud není při natáčení využit vlastní filmový štáb. Maximální zapojení místních kreativců do tvorby snímků je důležitým cílem činnosti kanceláře přispívajícím k podpoře KKO v Kraji Vysočina.

Do produkce jednoho ze snímků natáčených v roce 2024 se aktivně zapojilo i Horácké divadlo Jihlava a jeho herci, přičemž vznikl také nový subjekt zaměřený na filmovou produkci, jichž je v Kraji Vysočina velmi málo. Novou aktivitou plánovanou do blízké budoucnosti a umocňující atraktivitu Vysočiny pro filmaře je motivace k tvorbě příběhů provázaných se zajímavými lokalitami v kraji (tvorba scénářů). Finanční částky na podporu příjemců se pohybují prozatím mezi 30 a 300 tis. Kč. Důležitým přínosem pro filmovou kancelář je mj. získání krátkých videí pořízených na území kraje (tzv. beauty shots), která lze volně použít pro propagaci cestovního ruchu na Vysočině. V současnosti jsou velmi žádaná videa pořízená drony.

Natáčení filmů představuje především dlouhodobou investici do rozvoje regionu. Figurují-li objekty, např. kulturní památky, ve filmech, stávají se turistickou atrakcí pro fanoušky, kteří chtějí místa vizualizovaná na plátnech kin navštívit osobně. Tím se otevírá nový zdroj příjmů pro místní podnikatele, kteří provozují hotely, restaurace, obchody s upomínkovými předměty apod. Výhodou pro obyvatele mohou být i předpremiéry v místě natáčení, jichž se často účastní tvůrci filmu a jsou jistým poděkováním kraji i místním obyvatelům, kteří tak dostanou možnost zhlédnout snímek jako jedni z prvních diváků.

Z dalších významných počinů, tentokrát ze strany města Jihlavy, lze zmínit zřízení **Centra dokumentárních filmů** (dále též jen „CDF“) prostřednictvím příspěvkové organizace Brána Jihlavy, které sídlí v nově zrenovovaném objektu zvaném Stříbrný dům. Cílem je vytvořit zde audiovizuální digitální archiv či mediátéku kulturního dědictví města, provozovat tvůrčí dílny a prezentovat projekty či filmové přehlídky reflektující kulturu menšin žijících ve městě. CDF bude také mapovat zajímavá místa

⁴⁶ https://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4130545&p2=-1

⁴⁷ více na <https://www.filmvysocina.cz/cs/aktualne/126-spoluprace-s-filmovou-kancelari-v-roce-2025>

regionu a poskytovat lokační servis profesionálům, tedy vyhledávat a nabízet lokace pro natáčení filmů. Zaměří se také na vzdělávání a programy pro školy, a to zejména v oblasti mediální gramotnosti.

Rovněž některé ZUŠ chtějí reagovat na poptávku po nových uměleckých oborech a chystají rozšíření svých vzdělávacích programů o **multimediální tvorbu**, např. ve Žďáru nad Sázavou nebo v Novém Městě na Moravě, s důrazem na tvorbu zvukovou. V Bystřici nad Pernštejnem již obor Multimédia a grafika (výtvarné umění ve fotografii, videu, animaci a grafickém zpracování) funguje. ZUŠ v kraji disponují v několika případech (Humpolec, Žirovnice) i nahrávacími studii, která mohou být k dispozici i veřejnosti a tvoří tak významnou infrastrukturu pro rozvoj audiovizí.

Pro potřeby studentů Katedry technických studií VŠPJ, ale i dalších zájemců je možné využít **laboratoř zpracování signálu a multimédií**, což je komplex 5 místností (nahrávací studio, režie-kancelář, sklad techniky, zvukotěsná komora a počítačová učebna), z nichž 2 jsou akusticky optimalizovány. Vybavení laboratoří zahrnuje studiovou a měřicí zvukovou techniku, zvukově izolovanou komoru a profesionální videokameru včetně příslušenství a odpovídajícího softwaru. Jde v podstatě o nahrávací studio, které studenti v současnosti využívají mj. k nahrávání podcastu Polytechnicast. Vznik nových vysokoškolských oborů navázaných na oblasti KKO, jako je právě např. audiovizí, však VŠPJ v blízké budoucnosti neplánuje.

II.2.3.3. Analýza agregovaných kvantitativních dat za vybrané oblasti KKO

Kvantitativní data v tzv. datasetech, která kraje v celé ČR získaly mapováním v rámci svých projektů, využil ČSÚ jako jeden z podkladů pro vytvoření finální databáze subjektů, pro něž v další fázi dodaly různé instituce data potřebná k analýze **zaměstnanosti a ekonomické výkonnosti** jednotlivých kulturních a kreativních odvětví v ČR a oblastí KKO v krajích. Druhým zdrojem pro ČSÚ byly informace od oborových asociací o členství daných subjektů v příslušné asociaci. Postup ČSÚ při následném „dočišťování“ datasetů dodaných kraji a asociacemi vedl na jedné straně k navýšení počtu subjektů oproti výstupům zjištěným ze strany krajů (alespoň v případě Kraje Vysočina), ale na druhé straně také k vyřazení subjektů působících v KKO a zároveň zřizovaných veřejnou správou nebo spadajících do nestátního neziskového sektoru. I když byla agregovaná data zpracována i za roky 2021 a 2022, nedoporučil ČSÚ údaje přímo srovnávat, proto se následující analýza věnuje pouze roku 2023.

Celkem ČSÚ za celou ČR shromáždil 110,8 tis. subjektů, z nichž více než dvě pětiny (42,6 %) byly vyhodnoceny jako subjekty, které **nespadají do KKO**. Ke všem těmto subjektům získal ČSÚ data o počtu jejich zaměstnanců a sebezaměstnaných ve fyzických osobách i v přepočteném počtu, o celkových mzdových nákladech (bez ostatních osobních nákladů), tržbách, výnosech a účetní přidané hodnotě.⁴⁸ Tato data byla následně agregována za celou ČR do úrovně jednotlivých 4místných kódů CZ-NACE a za kraje pak za všech 14 oblastí KKO. Za Kraj Vysočina tak do agregace vstupovalo 2 912 subjektů, tzn. o 524 více než ve výše uvedené analýze postavené na mapování KKO v letech 2023 - 2024. Podíl subjektů vyloučených z databáze KKO činil ve finálním souboru za Kraj Vysočina 53 %, tedy výrazně více než v průměru v celé ČR.

Na základě doporučení NIPOS by měly být na úrovni krajů prezentovány pouze údaje za oblasti KKO „Výtvarné umění“, „Knihy a tisk“, „Hudba“, „Film a video“, „Rozhlas“, „Televize“, „Architektura“ a „Reklama“. Údaje o subjektech spadajících do oblastí KKO „Kulturní dědictví“ a „Scénické umění“ jsou podle názoru NIPOS neúplné ve srovnání s datasety využívanými pro jejich vlastní každoroční statistické vyhodnocování (Satelitní účet kultury).⁴⁹ Vzhledem k tomu, že jsou tyto oblasti v Kraji

⁴⁸ Tržby z prodeje výrobků, služeb a zboží snížené o Výkonovou spotřebu, Změna stavu zásob vlastní činnosti a Aktivací (názvy odpovídají stejnojmenným ukazatelům Rozvahy a Výkazu zisku a ztráty v pojetí českých účetních předpisů).

⁴⁹ Neobsahují údaje o subjektech řazených do nestátního neziskového sektoru či o těch zřizovaných veřejnou správou. Žádné doporučení NIPOSu o využitelnosti dat dodaných ze strany ČSÚ pro kraje se nevztahovalo k oblastem KKO „Umělecká řemesla“, „Umělecké vzdělávání“ a „Design“, nicméně podrobnější analýzou „Designu“ za Kraj Vysočina bylo zjištěno pravděpodobně významné pochybení týkající se zařazení jednoho průmyslového subjektu do „Designu“ v rozsahu jeho celkových ekonomických výsledků, nikoli pouze příslušného podílu. Z tohoto důvodu nebude „Design“ součástí analýzy, neboť by se ukazatele výrazně vymykaly a neodpovídaly realitě. Obdobně analýzou „Uměleckých řemesel“ za kraje bylo zjištěno, že mezi kraji existují velké rozdíly a že by podle dat ČSÚ mělo být v Kraji Vysočina zaměstnáno v této oblasti 7,7 tis. osob v přepočteném stavu, což by bylo nejvíce

Vysočina i přes výraznou redukci počtu subjektů zahrnutých do agregace stále relativně silné, budou v následující analýze rovněž uvedeny. Z výše zmiňovaných důvodů je však na následující analýzy potřeba pohlížet jako na **orientační přehled ekonomických ukazatelů komerční sféry KKO**. Oblasti KKO „Umělecké vzdělávání“ a „Hudba“ jsou vlivem nízkého počtu subjektů v příslušných tabulkách za kraje kumulovány do kategorie „Ostatní“.

V celé ČR spadalo do výše uvedených oblastí komerčního sektoru KKO podle ČSÚ celkem 54,0 tis. subjektů, z toho nejvíce do oblasti KKO „Reklama“ (13,8 tis., tj. 25,5 %), „Knihy a tisk“ (13,2 tis., tj. 24,5 %) a „Architektura“ (10,4 tis., tj. 19,2 %). Více než 10 % subjektů příslušelo také do oblasti KKO „Výtvarné umění“ (6,2 tis., tj. 11,5 %). Ve všech těchto odvětvích KKO bylo **zaměstnáno** 74,5 tis. pracovníků (ve fyzických osobách), a to nejvíce v oblasti KKO „Knihy a tisk“ (18,7 tis., tj. 25,1 %) a více než pětina osob také v oblasti „Reklama“ (16,1 tis., tj. 21,6 %). Přibližně desetina všech zaměstnaných byla koncentrována také v oblastech KKO „Architektura“ a „Kulturní dědictví“. V přepočteném počtu na plné úvazky šlo však pouze o 33,9 tis. osob, z čehož je zřejmé, že KKO využívají v hojném počtu zkrácených úvazků.

Průměrná hrubá měsíční **mzda**⁵⁰ na jeden celý přepočtený úvazek činila v roce 2023 42,7 tis. Kč, tedy přibližně stejně jako v celé ekonomice ČR (43 tis. Kč). V některých oblastech KKO zastoupených pouze několika málo desítkami subjektů byly mzdy výrazně nadprůměrné, např. v oblasti „Videohry“ a „Televize“ (vždy přes 65 tis. Kč), dále „Film a video“ a z robustních oblastí KKO také v „Reklamě“ (nad 45 tis. Kč). Nejnížší mzdy (pod 35 tis. Kč) byly podle údajů ČSÚ zjištěny v oblastech KKO „Výtvarné umění“, „Scénické umění“ a „Kulturní dědictví“ (zde pouze 30 tis. Kč).

Z hlediska **ekonomických údajů** jsou zřejmé velmi výrazné rozdíly mezi jednotlivými oblastmi KKO. Všechny v úhrnu vykázaly **tržby** z prodeje výrobků a služeb v celkové výši 160 mld. Kč. Průměrně na jeden subjekt KKO připadaly necelé 3 mil. Kč, ale zatímco v oblastech KKO „Kulturní dědictví“ a „Výtvarné umění“ šlo o méně než 1 mil. Kč, v oblasti KKO „Televize“ se jednalo o 327,8 mil. Kč a v oblastech KKO „Videohry“, „Film a video“ a „Rozhlas“ vždy o více než 10 mil. Kč⁵¹ v průměru na jeden subjekt.

Výnosy, kterými jsou míněny nejen tržby, ale také další příjmy, např. příjmy z pronájmu, úroky z investic apod., činily v úhrnu za všechny subjekty řazené do vybraných oblastí KKO 224,8 mld. Kč a pořadí oblastí KKO v přepočtu na jeden subjekt bylo přibližně stejné jako u tržeb. V případě nejnižších výnosů byla 2. v pořadí oblast „Scénické umění“, zatímco „Kulturní dědictví“ vykázalo 5. nejvyšší hodnotu z 12 oblastí KKO.

Účetní přidaná hodnota představovala v souhrnu 59,2 mld. Kč, ale u většiny oblastí KKO (7) byla v přepočtu na jeden subjekt nižší než 1 mil. Kč; absolutně nejnižší pak v „Uměleckém vzdělávání“, kde nečinila ani 55 tis. Kč. Výjimku tvořily výše uvedené oblasti s méně subjekty, neboť „Televize“ vykázala 122,3 mil. Kč na jeden subjekt a „Videohry“ 35,5 mil. Kč. Zbývající 3 oblasti KKO pak průměrně produkovaly přidanou hodnotu ve výši 1 - 10 mil. Kč na jeden subjekt.

Oblasti KKO s nejvyššími hodnotami ekonomických ukazatelů zjištěnými v rámci celé ČR nejsou v Kraji Vysočina reálně zastoupeny a vlivem jejich vysoké koncentrace v Praze je tomu tak ve většině krajů ČR, proto byly z následující komparativní analýzy struktury KKO v krajích vynechány („Televize“, „Rozhlas“, „Videohry“, „Film a video“). Po této redukci se počet subjektů vstupujících do analýzy snížil na 53,1 tis. Počtem subjektů KKO dominovala Praha (27,5 % všech zjištěných subjektů KKO), následovaná kraji Jihomoravským (13,7 %) a Středočeským (12,7 %). Ostatní kraje koncentrovaly již méně než 10 % z celkového počtu subjektů; v případě Kraje Vysočina jde o 2 082 subjektů, tj. 3,9 %.

ze všech krajů, a to je velmi málo pravděpodobné. O chybovosti mapování „Uměleckých řemesel“ je pojednáno v předchozích kapitolách a vzhledem k postupu ČSÚ při práci s datasey dodanými kraji (viz výše) bude tato oblast z dalšího ekonomického hodnocení rovněž vynechána. „Umělecké vzdělávání“ naopak analyzováno v následujícím textu bude.

⁵⁰ Mzdy poskytované zaměstnavateli zaměstnancům vedeným v evidenčním počtu včetně příplatků, doplatků ke mzdám, odměn, náhrad mezd a jiných složek mezd, ale bez ostatních osobních nákladů (např. odstupné, odměny poskytované na základě dohod konaných mimo pracovní poměr, odměny členům orgánů společnosti a družstva hrazené z nákladů i ze zisku).

⁵¹ Údaje nezahrnují ekonomická data za Český rozhlas ani za Českou televizi.

Celorepublikově nejsilnější oblast KKO „**Reklama**“ (25,9 %) byla nejvyšším podílem zastoupena ve většině krajů (7), ale ve 4 krajích včetně Kraje Vysočina spadalo nejvíce subjektů do oblasti „**Architektura**“. V Hlavním městě Praze převažovala oblast „**Knihy a tisk**“. Postup řazení firem do oblasti „**Architektura**“ ze strany ČSÚ byl důvodem navýšení počtu subjektů oproti původnímu datasetu v Kraji Vysočina téměř 3x. Oblast tak v kraji dle ČSÚ soustředila 27,5 % všech subjektů působících ve vybraných oblastech KKO, což bylo výrazně více než v průměru v ČR (19,5 %).

Tab. 34. Počet subjektů působících ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem	
								abs.	%
Hl. město Praha	1 929	4 645	586	4 210	1 247	1 436	542	14 595	27,5
Středočeský kraj	1 171	1 787	273	2 090	463	786	173	6 743	12,7
Jihočeský kraj	678	730	311	1 024	224	338	34	3 339	6,3
Plzeňský kraj	586	481	386	333	245	434	101	2 566	4,8
Karlovarský kraj	232	200	194	120	141	77	14	978	1,8
Ústecký kraj	480	505	489	578	176	307	39	2 574	4,8
Liberecký kraj	370	387	165	444	122	267	30	1 785	3,4
Královéhrad. kraj	557	457	296	437	146	283	41	2 217	4,2
Pardubický kraj	509	181	66	82	31	167	19	1 055	2,0
Kraj Vysočina	572	402	195	377	198	289	49	2 082	3,9
Jihomorav. kraj	1 673	1 814	582	1 915	489	655	124	7 252	13,7
Olomoucký kraj	526	649	274	749	259	520	64	3 041	5,7
Zlínský kraj	637	584	215	802	199	426	49	2 912	5,5
Moravskosl. kraj	449	386	117	607	134	210	39	1 942	3,7
Celkem počet	10 369	13 208	4 149	13 768	4 074	6 195	1 318	53 081	100,0
Celkem podíl	19,5	24,9	7,8	25,9	7,7	11,7	2,5	100,0	-

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Analýza potvrdila, že v oblastech KKO působí především malé subjekty, často se zkrácenými pracovními úvazky zaměstnanců, a podnikatelé bez zaměstnanců. V 53,1 tis. subjektech v ČR **pracovalo** v roce 2023 pouze 29,5 tis. osob v přepočteném stavu, v Kraji Vysočina pak v 2 082 subjektech 994 osob. Nejvíce osob v celé ČR pracovalo v oblasti „**Knihy a tisk**“ (9,3 tis., tj. 31,3 %), ale nebylo tomu tak ve všech krajích, jak ukazuje následující tabulka.

Tab. 35. Počet zaměstnaných osob v subjektech působících ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023 (přepočtené počty zaměstnaných a sebezaměstnaných na celé úvazky)

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kultur. dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem	
								abs.	%
Hl. město Praha	732,1	6 882,2	1 845,0	2 609,3	241,4	444,7	261,7	13 016,5	44,1
Středočeský kraj	163,3	262,9	310,2	66,6	214,2	41,9	245,9	1 305,0	4,4
Jihočeský kraj	154,0	139,4	458,7	79,7	10,8	166,3	55,6	1 064,6	3,6
Plzeňský kraj	303,6	118,3	279,3	485,6	68,2	16,4	39,1	1 310,5	4,4
Karlovarský kraj	112,0	29,5	141,2	101,8	12,9	0,0	0,0	397,5	1,3
Ústecký kraj	351,0	84,9	328,8	79,3	250,1	36,4	20,7	1 151,1	3,9
Liberecký kraj	80,4	76,7	12,3	109,7	69,3	8,4	23,4	380,2	1,3
Královéhrad. kraj	360,6	104,9	349,8	116,2	84,0	36,2	15,5	1 067,2	3,6
Pardubický kraj	389,7	220,1	166,9	56,5	31,9	22,2	9,9	897,3	3,0
Kraj Vysočina	157,9	260,9	274,7	162,8	66,2	21,2	50,1	993,9	3,4
Jihomorav. kraj	1 404,3	418,1	302,7	938,1	51,3	88,5	197,2	3 400,1	11,5
Olomoucký kraj	222,7	229,0	220,9	156,6	591,8	13,5	7,2	1 441,8	4,9
Zlínský kraj	371,4	155,9	70,5	204,9	32,8	34,3	157,4	1 027,3	3,5
Moravskosl. kraj	458,4	275,6	162,9	936,9	129,6	30,4	96,6	2 090,3	7,1
Celkem počet	5 261,5	9 258,4	4 923,8	6 104,1	1 854,5	960,6	1 180,3	29 543,3	100,0
Celkem podíl	17,8	31,3	16,7	20,7	6,3	3,3	4,0	100,0	-

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

V 5 krajích byla nejvyšší zaměstnanost v oblasti „**Architektura**“ a ve 4 krajích v oblasti „**Reklama**“. V Praze a Středočeském kraji dominovala oblast „**Knihy a tisk**“ a v Olomouckém kraji „**Scénické umění**“. V Kraji Vysočina, stejně jako v kraji Jihočeském, pracoval největší počet zaměstnaných v oblasti „**Kulturní dědictví**“ (275, tj. 27,7 %) a pouze o něco méně v oblasti „**Knihy a tisk**“ (261, tj. 26,3 %). Okolo 160 osob v přepočteném stavu zaměstnávala v kraji oblast KKO „**Reklama**“ a „**Architektura**“. Ostatní 3 oblasti byly zastoupeny pouze několika málo desítkami zaměstnaných osob.

Podle údajů ČSÚ činila průměrná hrubá **měsíční mzda** bez ostatních osobních nákladů na jeden plný přepočtený úvazek ve všech vybraných oblastech KKO v roce 2023 přibližně 39,7 tis. Kč, ale pouze Praha a Plzeňský kraj vykázaly výrazně vyšší než průměrné hodnoty mezd (v Plzeňském kraji dokonce vyšší než v Praze). Moravskoslezský kraj dosáhl v průměru pouze na 70 % průměrné mzdy v těchto oblastech KKO a další 4 kraje včetně Vysočiny nedosáhly ani 80 %.

Nejvyšší mzda byla zaznamenána v celé ČR v oblasti „Reklama“, ale pouze ve 2 krajích. Nadprůměrné mzdy vykazovala také oblast „Architektura“, v níž se nejvyšší mzdou prezentovala většina krajů (7). V Kraji Vysočina měly relativně vysokou mzdu osoby zaměstnané v oblasti „Umělecké vzdělávání“ (přes 54 tis. Kč), která je řazena do oblasti „Ostatní“. Jinak se mzda ve všech oblastech s výjimkou „Scénického umění“ pohybovala pod průměrem ČR, především v „Reklamě“.

Tab. 36. Výše průměrných hrubých měsíčních mezd na přepočtený počet zaměstnaných a sebezaměstnaných osob v subjektech působících ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023 (v tis. Kč)

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem
Hl. město Praha	56,6	44,6	34,1	61,9	32,1	35,6	55,2	46,9
Středočeský kraj	28,1	32,0	26,8	30,3	29,9	22,1	33,3	29,8
Jihočeský kraj	33,6	29,7	32,7	25,4	17,4	47,5	36,2	34,2
Plzeňský kraj	37,9	41,8	30,3	69,0	27,9	34,2	37,9	47,6
Karlovarský kraj	31,7	19,9	25,0	33,1	47,3	23,1	-	29,3
Ústecký kraj	41,9	27,9	27,2	21,4	27,3	23,1	32,7	31,3
Liberecký kraj	46,0	26,0	33,7	31,5	24,3	24,6	33,0	32,1
Královéhrad. kraj	36,3	31,5	26,5	42,7	30,8	18,5	21,9	32,1
Pardubický kraj	40,8	23,1	28,9	32,7	26,6	37,3	24,0	33,0
Kraj Vysočina	36,6	29,7	24,6	28,9	35,7	26,7	54,1	30,8
Jihomorav. kraj	42,6	32,0	26,5	34,4	29,7	30,2	39,9	36,9
Olomoucký kraj	32,0	28,2	22,4	25,1	37,5	25,5	38,8	31,4
Zlínský kraj	44,4	32,3	32,0	27,9	30,0	19,0	43,9	37,0
Moravskosl. kraj	37,5	30,5	25,5	24,2	32,8	20,8	33,4	29,0
Celkem počet	41,8	40,9	30,0	46,5	32,4	34,0	41,7	39,7

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Ekonomické údaje lze analyzovat na základě jejich absolutních hodnot, které odhalí robustnost KKO v příslušném kraji z hlediska podílu na celorepublikové produkci. Obdobně by šlo sledovat také jednotlivá odvětví nebo oblasti KKO a zjistit tak, jaké odvětví v příslušném kraji dominuje a nejvíce ekonomicky kumulativně přispívá k prosperitě území.

Pro přesnější pohled na ekonomickou výkonnost jednotlivých oblastí KKO v daném území je však možné využít informací o počtu subjektů, které byly do agregovaných údajů poskytnutých ČSÚ rovněž zahrnuty. Tím lze porovnávat význam jednotlivých oblastí pro celý segment KKO v daném kraji, definovat ty dominantní a nejvýkonnější a také zjistit případné odchylky mezi kraji. Např. ekonomický význam oblasti „Výtvarné umění“, jak bude prezentováno níže, má na ekonomickou výkonnost KKO zcela jiný dopad v Jihočeském kraji než v krajích ostatních. Následující tabulka nabízí tedy nejprve základní přehled o ekonomických údajích za jednotlivé kraje pomocí strukturální analýzy a přepočtu dat na jednoho obyvatele a vyplyne z ní postavení jednotlivých krajů z hlediska ekonomického významu KKO jako celku.

Z následující tabulky je zřejmé, že jak podílem na celkových hodnotách ekonomických ukazatelů za ČR, tak z hlediska přepočtu na jednoho obyvatele jasně dominuje Praha a Jihomoravský kraj. Z ostatních krajů se jim nejvíce přibližuje Plzeňský kraj, nicméně průměrných hodnot nedosahuje. V případě součtu všech pořadí je s velkým odstupem 4. v pořadí Jihočeský kraj, který je na tom obdobně jako Olomoucký kraj. V horní polovině pomyslného žebříčku se nachází ještě kraj Zlínský. Kraj Vysočina by se v rámci celkového pořadí umístil na **9. místě** před kraji Moravskoslezským a Ústeckým. Na konci pořadí by zůstaly kraje Karlovarský a Liberecký.

Tab. 37. Hodnoty tržeb, výnosů a účetní přidané hodnoty (ÚPH) v úhrnu za všechny vybrané oblasti KKO v krajích (v mil. Kč v přepočtu na 1 obyvatele a v % na celkové hodnotě daného ukazatele)

Kraj/ukazatel	Tržby		Výnosy		ÚPH	
	na 1 obyv.	%	na 1 obyv.	%	na 1 obyv.	%
Hl. město Praha	39,8	49,2	64,9	52,2	14,4	45,8
Středočeský kraj	4,5	5,9	6,1	5,2	1,7	5,8
Jihočeský kraj	7,2	4,2	10,0	3,8	3,2	4,8
Plzeňský kraj	8,6	4,7	13,1	4,7	4,2	5,9
Karlovarský kraj	3,7	1,0	5,4	0,9	1,8	1,2
Ústecký kraj	3,6	2,6	6,1	2,9	1,7	3,1
Liberecký kraj	2,6	1,1	3,8	1,0	1,2	1,2
Královéhradecký kraj	5,4	2,7	8,4	2,7	2,6	3,3
Pardubický kraj	4,1	2,0	6,3	1,9	2,0	2,4
Kraj Vysočina	4,7	2,2	7,6	2,3	2,2	2,7
Jihomoravský kraj	11,3	12,3	16,2	11,6	4,4	12,3
Olomoucký kraj	7,9	4,4	9,8	3,6	3,0	4,3
Zlínský kraj	7,4	3,8	10,5	3,5	2,6	3,5
Moravskoslezský kraj	3,6	3,8	5,5	3,8	1,3	3,6
Celkem počet	10,3	100,0	15,8	100,0	4,0	100,0

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data), vlastní výpočty

Z následující tabulky vyplývá, že nejsilnější odvětví z ekonomického hlediska představuje v Kraji Vysočina „**Architektura**“, která se na tržbách podílí 28,2 % a na celkové účetní přidané hodnotě 26,8 %, což byly vždy nejvyšší hodnoty. V případě výnosů jde sice o 3. nejvyšší podíl, nicméně v součtu pořadí v kraji jednoznačně dominuje. 2. místo zaujímá oblast „**Knihy a tisk**“, a to ve všech sledovaných ukazatelích. Ekonomicky výkonná je rovněž oblast „Kulturní dědictví“, i když nikoli v tržbách, ale především ve výnosech, kde byla dokonce nejsilnější oblastí. V úhrnu pořadí je na tom obdobně „Reklama“, která však z hlediska žádného ekonomického ukazatele nedominuje. Méně již k ekonomické výkonnosti KKO v Kraji Vysočina přispívá „Scénické umění“ a „Výtvarné umění“. Téměř bez ekonomického dopadu na KKO jsou pak oblasti „Umělecké vzdělávání“ a „Hudba“.

Tab. 38. Tržby, výnosy a účetní přidaná hodnota (ÚPH) všech vybraných oblastí KKO v Kraji Vysočina (v tis. Kč)

Oblast KKO/ukazatel	Tržby		Výnosy		ÚPH	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Architektura	693 212,1	28,2	754 425,6	19,2	312 764,3	26,8
Hudba	11 393,7	0,5	13 680,3	0,3	4 387,3	0,4
Knihy a tisk	637 334,6	26,0	873 795,5	22,3	248 668,1	21,3
Kulturní dědictví	161 953,2	6,6	982 676,0	25,1	217 850,9	18,7
Reklama	522 013,3	21,3	614 793,6	15,7	206 215,4	17,7
Scénické umění	244 037,4	9,9	402 409,0	10,3	99 205,6	8,5
Umělecké vzdělávání	19 464,0	0,8	75 869,9	1,9	2 760,1	0,2
Výtvarné umění	166 245,1	6,8	202 789,5	5,2	73 159,7	6,3
Celkový součet	2 455 653,4	100,0	3 920 439,4	100,0	1 165 011,4	100,0

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data), vlastní výpočty

Situace v Kraji Vysočina se mírně liší od celé ČR, kde dominantní oblast „Reklama“ následují oblasti „Knihy a tisk“ a „Architektura“. „Kulturní dědictví“ je s větším odstupem až na 4. místě, další 2 oblasti jsou stejné jako v Kraji Vysočina a na posledním místě je „Umělecké vzdělávání“.

Tab. 39. Průměrné tržby v přepočtu na jeden subjekt ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023 (v tis. Kč)

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem
Hl. město Praha	2 019,0	3 458,4	1 930,0	5 955,1	3 246,9	1 368,6	5 395,7	3 775,2
Středočeský kraj	1 084,4	1 147,4	661,6	784,4	1 319,7	571,1	2 136,4	974,3
Jihočeský kraj	1 392,7	711,5	3 032,4	700,5	632,9	4 249,0	808,1	1 416,4
Plzeňský kraj	2 114,4	672,8	534,7	7 665,5	2 244,7	561,2	1 801,9	2 064,4
Karlovarský kraj	2 062,7	586,8	657,5	1 952,0	592,2	531,2	530,7	1 114,0
Ústecký kraj	2 875,8	802,0	605,9	799,3	776,9	708,2	1 180,0	1 143,7
Liberecký kraj	859,5	213,4	40,5	1 135,1	1 292,4	329,7	597,9	658,2
Královéhrad. kraj	2 703,8	991,4	360,5	1 306,0	1 074,4	601,1	960,7	1 354,5
Pardubický kraj	2 849,4	1 194,7	584,6	2 542,7	1 487,2	1 049,4	2 771,6	2 073,6
Kraj Vysočina	1 211,9	1 585,4	830,5	1 384,7	1 232,5	575,2	629,7	1 179,5
Jihomorav. kraj	4 117,2	893,2	705,0	1 920,7	946,2	814,9	1 690,5	1 903,3
Olomoucký kraj	2 976,8	862,4	568,5	1 031,1	6 458,5	416,3	403,8	1 633,9
Zlínský kraj	4 131,7	535,4	92,5	1 190,4	692,1	503,4	571,0	1 476,4
Moravskosl. kraj	3 296,8	1 326,7	833,5	2 551,1	3 087,1	622,1	1 920,1	2 192,4
Celkem počet	2 482,4	1 807,6	935,7	2 864,3	2 175,6	976,1	3 062,3	2 107,7

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Nejvyšší tržby byly zjištěny v oblasti KKO „Ostatní“ (přes 3 mil. Kč na jeden subjekt), a to díky oblasti „Hudba“, která vykázala na jeden subjekt téměř 3,5 mil. Kč vysoké tržby, v Praze dokonce 5,7 mil. Kč. Dominovala však pouze ve Středočeském kraji. Následovala oblast „Reklama“, která převyšovala všechny ostatní oblasti KKO v Praze a v Plzeňském kraji. Nejvíce krajů však mělo maximální tržby v oblasti KKO „Architektura“ (7 krajů). V Kraji Vysočina šlo pak o oblast „Knihy a tisk“ a v Jihočeském kraji o oblast „Výtvarné umění“, v níž zde zároveň tržby byly nejvyšší ze všech krajů ČR, celkově však za celou ČR nedosahovaly ani 1 mil. Kč na subjekt. Liberecký a Olomoucký kraj vykázaly nejvyšší tržby ve „Scénickém umění“. Tržby v oblasti „Kulturní dědictví“ se ve většině krajů pohybovaly velmi nízko, ale zatímco v Jihočeském kraji přesahovaly 3 mil. Kč na jeden subjekt, v Libereckém činily 40 tis. Kč.

Jinak si „Kulturní dědictví“ vedlo z hlediska **výnosů**, které v celé ČR překračovaly v této oblasti 7,4 mil. Kč na jeden subjekt a byly tak nejvyšší ze všech oblastí KKO. V Praze dokonce činily 24 mil. Kč a v Pardubickém kraji 10 mil. Kč. Pouze 4 kraje vykázaly vyšší výnosy v jiné oblasti KKO, a to Zlínský kraj v „Architektuře“, Plzeňský kraj v „Reklamě“, Olomoucký kraj ve „Scénickém umění“ a Liberecký kraj v „Ostatních“ oblastech, zde konkrétně v „Hudbě“. Ta má celkově vysoké výnosy, 2. nejvyšší po „Kulturním dědictví“. Ani to Libereckému kraji nepomohlo, aby neobsadil poslední místo mezi kraji z hlediska výnosů ve vybraných oblastech KKO s necelým 1 mil. Kč na jeden subjekt. Na opačném konci pomyslného žebříčku stojí kromě Prahy také Moravskoslezský a Pardubický kraj následovaný Plzeňským krajem (všechny vykázaly výnosy vyšší než 3 mil. Kč na jeden subjekt).

Tab. 40. Průměrné výnosy v přepočtu na jeden subjekt ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023 (v tis. Kč)

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem
Hl. město Praha	2 140,4	5 706,4	24 214,5	8 242,5	3 681,5	1 634,6	6 342,2	6 159,7
Středočeský kraj	1 132,7	1 369,2	5 356,2	875,2	1 822,6	631,9	2 867,2	1 320,1
Jihočeský kraj	1 568,9	845,8	5 857,5	829,8	1 039,3	5 486,5	2 347,9	1 952,6
Plzeňský kraj	2 199,5	991,8	5 960,2	8 414,5	2 546,1	627,3	2 973,5	3 143,0
Karlovarský kraj	2 115,1	696,2	2 748,3	2 199,5	785,0	571,5	579,0	1 625,6
Ústecký kraj	3 134,7	1 090,8	3 728,6	890,1	1 682,3	764,4	1 471,8	1 935,3
Liberecký kraj	909,3	682,1	268,2	1 490,2	1 657,3	370,9	3 318,2	956,4
Královéhrad. kraj	2 768,5	1 193,8	4 956,7	1 397,5	1 640,1	708,2	1 339,4	2 102,1
Pardubický kraj	3 193,7	2 757,0	10 849,3	2 639,1	1 595,6	1 113,9	3 534,6	3 184,6
Kraj Vysočina	1 318,9	2 173,6	5 039,4	1 630,8	2 032,4	701,7	1 827,6	1 883,0
Jihomorav. kraj	4 406,3	1 167,3	5 833,4	2 859,7	1 171,8	904,7	3 093,4	2 745,4
Olomoucký kraj	3 116,9	1 092,5	2 934,6	1 202,9	7 037,7	496,8	609,4	2 030,1
Zlínský kraj	4 328,3	1 558,1	3 119,8	1 410,7	983,1	574,2	3 531,7	2 088,8
Moravskosl. kraj	3 445,8	4 048,8	4 705,4	3 330,1	3 983,6	839,4	4 689,1	3 385,6
Celkem počet	2 640,3	2 893,6	7 414,1	3 820,0	2 630,5	1 163,7	4 149,3	3 246,9

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Účetní přidanou hodnotu (dále též jen „ÚPH“) lze považovat za jeden z nejdůležitějších výkonových ukazatelů hospodaření firem, resp. zde oblastí KKO (v průměru na jeden subjekt). ÚPH může být i záporná, což se týkalo pouze „Uměleckého vzdělávání“ v případě 4 krajů, a ve Zlínském kraji to nenapravila ani „Hudba“, tudíž celkový výsledek za oblast „Ostatní“ zůstal záporný. Nejvyšší ÚPH vykázaly opět Praha a Plzeňský kraj (nad 1 mil. Kč na subjekt) a nad průměr se dostal rovněž Pardubický kraj. Naopak nejnižší průměrnou ÚPH na jeden subjekt měly kraje Liberecký a Středočeský, v nichž ÚPH nedosahovala za vybrané oblasti KKO ani 50 % průměrné hodnoty za všechny kraje. V Kraji Vysočina to bylo více než 68 %, ale jeho ÚPH byla 5. nejnižší ze všech krajů.

Jako nejúspěšnější se opět jeví oblast KKO „Kulturní dědictví“, přičemž rozdíl oproti průměru překračuje 50 %, zatímco v pořadí další 2 oblasti o méně než 10 %. „Kulturní dědictví“ dominuje ve 4 krajích. Ve 4 dalších byla nejvyšší ÚPH zjištěna v oblasti „Architektura“ a ve 2 v oblasti „Reklama“. Výrazně podprůměrnou přidanou hodnotu produkovala oblast „Výtvarné umění“, opět byla nejvyšší v Jihočeském kraji, a to jak ze všech krajů, tak i ze všech oblastí KKO. Ve Středočeském a Libereckém kraji dosahovala ÚPH nejvyšších hodnot v oblasti „Ostatní“, kterou pozitivně ovlivnila oblast „Hudby“.

Tab. 41. Průměrná účetní přidaná hodnota v přepočtu na jeden subjekt ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023 (v tis. Kč)

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.	Celkem
Hl. město Praha	842,5	1 647,2	3 587,6	1 485,4	564,8	618,2	1 230,4	1 362,9
Středočeský kraj	386,2	328,8	869,0	358,4	307,0	266,9	945,1	376,9
Jihočeský kraj	524,9	327,9	1 460,4	295,5	412,3	1 838,8	35,7	619,1
Plzeňský kraj	866,0	541,0	896,7	3 414,0	708,9	266,6	295,4	1 001,5
Karlovarský kraj	697,5	272,9	680,3	940,5	251,8	225,0	255,0	529,3
Ústecký kraj	1 034,2	442,9	643,5	351,1	137,1	261,4	593,2	530,4
Liberecký kraj	367,3	182,4	82,3	427,9	454,8	156,3	490,5	292,4
Královéhrad. kraj	950,3	529,4	965,7	596,7	220,6	262,7	523,1	652,2
Pardubický kraj	1 209,9	645,2	2 237,3	777,5	808,0	368,8	862,6	992,5
Kraj Vysočina	546,8	618,6	1 117,2	547,0	501,0	253,1	145,9	559,6
Jihomorav. kraj	1 246,3	420,2	993,4	782,4	309,8	346,9	517,3	740,0
Olomoucký kraj	677,2	447,7	547,5	401,0	2 603,6	205,4	146,6	620,7
Zlínský kraj	1 038,6	386,9	445,6	499,7	181,5	259,7	-177,6	522,7
Moravskosl. kraj	1 128,1	803,4	671,2	827,9	555,9	304,9	612,9	803,4
Celkem počet	848,9	854,3	1 242,2	884,7	569,6	434,5	786,5	818,9

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Tab. 42. Průměrné pořadí všech 3 ekonomických ukazatelů v přepočtu na jeden subjekt ve vybraných oblastech KKO v krajích ČR v roce 2023

Kraj/oblast KKO	Archit.	Knihy a tisk	Kulturní dědictví	Reklama	Scén. umění	Výt. umění	Ost.
Hl. město Praha	5,3	3,0	2,7	2,0	5,3	6,7	3,0
Středočeský kraj	4,0	4,0	3,0	5,0	3,7	7,0	1,3
Jihočeský kraj	3,3	5,3	1,7	6,3	5,3	1,3	4,7
Plzeňský kraj	3,7	5,3	3,7	1,0	3,3	6,7	4,3
Karlovarský kraj	2,0	4,7	2,3	1,7	4,7	6,7	6,0
Ústecký kraj	1,3	4,0	3,3	5,0	5,0	6,3	3,0
Liberecký kraj	3,7	5,3	7,0	2,3	2,0	5,7	2,0
Královéhrad. kraj	1,7	4,7	3,0	3,0	4,3	6,3	5,0
Pardubický kraj	1,7	5,0	3,3	4,3	4,7	6,7	2,3
Kraj Vysočina	4,7	1,7	2,3	3,3	3,7	6,7	5,7
Jihomorav. kraj	1,3	5,3	3,3	3,0	5,3	6,3	3,3
Olomoucký kraj	2,0	4,3	3,7	4,0	1,0	6,3	6,7
Zlínský kraj	1,0	4,3	4,3	3,0	5,0	6,0	4,3
Moravskosl. kraj	2,3	3,7	3,7	3,7	4,0	7,0	3,7
Celkem počet	4,0	4,0	3,0	2,3	5,3	6,7	2,7

Zdroj: ČSÚ, 2025 (neveřejná data)

Syntézou výše uvedených dat za jednotlivé kraje lze získat průměrné pořadí oblastí KKO s nejvyšším ekonomickým přínosem, přičemž je nutné brát v úvahu, že se jedná pouze o komerční subjekty. V 6 krajích byla oblast s největším přínosem pro ekonomiku „Architektura“, v případě 3 krajů včetně Prahy „Reklama“. Středočeskému kraji s obecně velmi nízkými hodnotami ekonomických ukazatelů dominovala „Hudba“ řazená do „Ostatních“ oblastí KKO a kraji Jihočeskému zase „Výtvarné umění“. V **Kraji Vysočina** jako jediném měla nejvýznamnější postavení oblast KKO „**Knihy a tisk**“⁵².

V závěru lze shrnout, že na základě analýzy agregovaných dat poskytnutých ČSÚ za komerční sféru subjektů působících v oblasti kultury a kreativity nelze považovat význam KKO pro ekonomiku či zaměstnanost v Kraji Vysočina v současnosti za příliš významný. Ekonomicky nejvýkonnější a zároveň nejprogresivnější jsou ty oblasti KKO, které v kraji téměř nejsou zastoupeny (tvorba filmů, videí a videoher). Pravděpodobně více než v jiných krajích by k významu KKO na Vysočině přispěly subjekty působící v oblasti „Umělecká řemesla“, za něž však nebyla dodána relevantní data. Ačkoli byl počet komerčních subjektů vstupujících do výpočtů ekonomických ukazatelů za KKO ze strany ČSÚ oproti zjištěním v rámci mapování výrazně navýšen (v některých odvětvích i třikrát), nehraje v úhrnu komerční sektor KKO v současné ekonomice kraje podstatnou roli. Jeho pozitivní dopady na region a přínosy pro obyvatele Kraje Vysočina však spočívají v jiných než ekonomických hodnotách a nedají se jednoduše kvantifikovat.

II.2.4. Finanční analýza výdajů na kulturu v Kraji Vysočina v letech 2019 - 2023

Strategie KKO v ČR zpracovaná pro celostátní úroveň definuje mj. i zdroje financování KKO⁵³. Zásadní zdroj představují pro financování KKO regionální a lokální samosprávy, nezmapované ekonomické dopady KKO ve většině krajů však u nich mohou mít za následek menší ochotu poskytovat na tuto oblast prostředky. Neznalost přínosů KKO také způsobuje, že tato odvětví nebývají dostatečně zohledněna v rámci ekonomických strategií, a výsledkem je obecně limitovaná infrastruktura pro podporu kreativity. Zároveň celostátní strategie KKO zdůrazňuje nutnost podporovat jak kulturu financovanou z veřejných zdrojů, tak i ziskový sektor komerční kultury. Nejedná se přitom o paradox, kdy je kultura jak dotovaná, tak i zisková, ale o spojitě nádoby, z nichž jedna bez druhé neexistuje.

Dle celostátní strategie jsou KKO obecně považována za odvětví s „chronickým nedostatkem kapitálu“. Především mikros subjekty jsou v rámci bankovního sektoru automaticky brány za rizikové a jen složitě dosáhnou na dostupné financování svého dalšího rozvoje. Banky mají obecně o KKO malé povědomí. Zásadní problém činí také neadekvátní ohodnocení majetku, kterým mohou tyto subjekty ručit, např. duševní vlastnictví v podobě autorských práv či licencí nemá uznatelnou hodnotu.

Obdobně obtížně jsou pro subjekty působící v KKO dostupné finanční prostředky z fondů EU. Především vlivem horizontálního charakteru KKO pro ně nejsou vyčleněny zvláštní prostředky a relativně vysoký je také podíl kofinancování případných projektů. V roce 2021 byla v celostátní strategii jako zcela nedostatečná vyhodnocena podpora na přípravu projektů v oblasti KKO (např. neexistující kreativní dílny nebo kreativní a kulturní centra). Podobně chybělo i financování pro sdílení dobré praxe a síťování aktérů, které jsou klíčové pro rozvoj úspěšných projektů v oblasti KKO. V neposlední řadě byly pak pouze minimální prostředky věnovány internacionalizaci KKO.

Jako vhodný zdroj financování se tehdy jevil NPO, který umožnil i financování KKO pro roky 2021 – 2025. Během tohoto období pak měla být připravena struktura pro vícezdrojové financování KKO. NPO si kladl za cíl přispět k zotavení odvětví KKO z dopadů pandemie COVID-19 a ke zvyšování jejich odolnosti vůči budoucím šokům, mj. prostřednictvím investic do digitalizace kulturního obsahu a modernizace kulturních institucí pro rozvoj péče o kulturní dědictví a investic do kvalifikovaných profesionálů (vč. zavedení Statutu umělce pro rozvoj živého umění). Smyslem a hlavním motivem podpory byla obnova kreativního ekosystému skrze bottom-up iniciativy.

Následující tabulka zachycuje změny ve financování vybraných oblastí kultury mezi roky 2019 a 2023 ze strany MK ČR. Zatímco v roce 2019 pracovalo MK ČR s rozpočtem 11,9 mld. Kč, v roce 2023 to bylo

⁵² Vzhledem k tomu, že ze strany ČSÚ nebyl dodán seznam subjektů zařazených do agregace, nelze zjistit, vlivem jakých firem jsou daná odvětví či oblasti tak významné.

⁵³ termíny „výdaje“ a „náklady“ jsou v následujícím textu používány jako synonyma

již 13,6 mld. Kč, tedy o 14,9 % více. Je zřejmé, že nejvíce finančních prostředků směřovalo v daných letech do příspěvkových organizací (dále též jen „p. o.“) zřízených MK ČR (přes 60 %). Z těch má na území Kraje Vysočina zastoupení **Národní památkový ústav** (Státní hrad Lipnice v Lipnici nad Sázavou a státní zámky Telč, Jaroměřice nad Rokytnou a Náměšť nad Oslavou), jemuž bylo v roce 2023 uvolněno ze všech p. o. nejvíce, a to 2,5 mld. Kč pro provoz objektů v rámci celé ČR. Česko-francouzské kulturní centrum Petrkov u Havlíčkova Brodu je součástí státní příspěvkové organizace **Památník národního písemnictví** (Muzeum literatury), Zámek v Kamenici nad Lipou pak pobočkou p. o. **Uměleckoprůmyslové museum v Praze**. Náklady na státní p. o. se od roku 2019 zvýšily o 11 %, což rozhodně nepokrývá inflaci, resp. růst provozních nákladů z let 2021 a 2022.

Tab. 43. Specifické výdaje státního rozpočtu v kapitole Ministerstva kultury ČR v roce 2019 a 2023, index změny (IZ)

Oblast	2019		2023		IZ 2023/2019
	abs.	%	abs.	%	
Příspěvkové organizace zřízené MK ČR	7 647,5	64,5	8 489,9	62,4	111,0
Státní fond kinematografie	1 496,0	12,6	1 599,7	11,7	106,9
Záchrana a obnova kulturních památek	811,2	6,8	707,0	5,2	87,2
Kulturní služby, podpora živého umění	841,2	7,1	1 816,4	13,3	215,9
Věda, výzkum, inovace	597,1	5,0	458,3	3,4	76,8
Plnění úkolů Ministerstva kultury	408,1	3,4	419,8	3,1	102,9
Materiálně technická základna regionálních kulturních zařízení	17,2	0,1	90,5	0,7	526,2
Podpora kultury národnostních menšin	33,4	0,3	34,5	0,3	103,3
Celkem	11 851,7	100,0	13 616,1	100,0	114,9

Zdroj: Závěrečný účet Ministerstva kultury za rok 2019 a 2023, MK ČR, 2024

Další nárůsty výdajů na jednotlivé oblasti financované MK ČR byly již menší, s výjimkou kapitoly „Kulturní služby, podpora živého umění“, v níž se výdaje více než zdvojnásobily a v roce 2023 se jednalo o 2. nejpodporovanější oblast kultury (13,3 % výdajů). Zmiňována není oblast podpory „Materiálně technické základny regionálních kulturních zařízení“, kde jde o relativně zanedbatelnou částku i přes pětinasobné zvýšení výdajů.

Přes 10 % výdajů z rozpočtu MK ČR bylo vynaloženo pak již pouze na účet Státního fondu kinematografie, u něhož došlo za posledních 5 let k nárůstu výdajů o necelých 7 %, což bylo oproti celé kapitole MK ČR relativně málo, obdobně jako u „Podpory kultury národnostních menšin“ (o 3,3 %), která je ve srovnání s ostatními oblastmi rovněž téměř zanedbatelná. Existovaly však zároveň oblasti, v nichž došlo od roku 2019 k výrazné redukci výdajů, konkrétně v případě „Záchrany a obnovy kulturních památek“ (pokles o téměř 13 %) a především v oblasti „Věda, výzkum a inovace“ (téměř o čtvrtinu). Vzhledem k velikosti kapitol se jednalo o redukci překračující v obou kapitolách 100 mil. Kč.

Státní výdaje představují dle celostátní Strategie KKO v ČR méně než 30 % veřejných výdajů na kulturu. Veřejné financování kultury má jasný územní rozměr, neboť zbývající výdaje vynakládají přibližně stejným podílem kraje a z více než 40 % obce.

Neméně důležité je financování ze soukromých zdrojů firem a občanů. To se často zaměřuje na odlišné oblasti než veřejné výdaje, a navíc je v podstatně nemožné je evidovat a vyčíslit.

Na regionální úrovni je pro dostupnost a přístupnost kultury zásadním tématem tzv. kooperativní financování kultury, jehož nejasné nastavení patří mezi podstatné překážky rozvoje vnímané z celostátní úrovně. Omezená spolupráce státu, krajů a měst snižuje kvalitu a dostupnost kulturních institucí. Kulturní participace následně není v ČR rozložena rovnoměrně a je třeba aktivně bojovat proti vzniku tzv. kulturních pouští, kde chybí přístup ke kultuře⁵⁴.

⁵⁴ viz Státní kulturní politika 2021-2025, MK ČR, 2021

Následující tabulka zachycuje výdaje na kulturu (rozpočtová kapitola č. 331⁵⁵) v krajích v roce 2019 a 2023 (bez Prahy, za kterou v posledních 5 letech nebyla v daném zdroji hodnota uvedena). V Kraji Vysočina bylo na kulturu v roce 2019 vynaloženo 314,5 mil. Kč, tj. 6,5 % všech výdajů na kulturu v ČR bez Prahy. To bylo více, než odpovídá podílu kraje na počtu obyvatel ČR bez Prahy (5,4 %). V roce 2023 činily výdaje již pouze 312,7 mil. Kč, tedy 5,3 %, a tento podíl byl 2. nejnižší po Karlovarském kraji. Pouze v případě 3 krajů došlo v daném období k poklesu výdajů na kulturu, nejvíce v Jihočeském kraji (o téměř 20 %), mírně pak rovněž v Kraji Vysočina a v Ústeckém kraji.

Tab. 44. Výdaje na kulturu v roce 2019 a 2023 v krajích ČR (mil. Kč), index změny (IZ), podíl výdajů na kulturu na celkových rozpočtových výdajích krajů (% všech výdajů) a přepočet výdajů na kulturu na jednoho obyvatele kraje v roce 2023 (tis. Kč na obyv.)

Kraj	2019		2023		IZ 2023/ 2019	2023	
	abs.	%	abs.	%		% všech výdajů	tis. Kč na obyv.
Středočeský kraj	509,4	10,5	682,3	11,6	134,0	1,4	468,7
Jihočeský kraj	614,3	12,6	493,7	8,4	80,4	2,1	754,3
Plzeňský kraj	455,0	9,4	746,0	12,6	164,0	3,2	1 216,2
Karlovarský kraj	182,3	3,8	246,3	4,2	135,1	1,9	834,6
Ústecký kraj	404,2	8,3	400,6	6,8	99,1	1,5	493,9
Liberecký kraj	264,2	5,4	315,8	5,4	119,5	2,0	700,7
Královéhradecký kraj	277,0	5,7	372,5	6,3	134,5	1,7	668,8
Pardubický kraj	280,1	5,8	371,4	6,3	132,6	1,8	699,9
Kraj Vysočina	314,5	6,5	312,7	5,3	99,4	1,5	603,7
Jihomoravský kraj	361,7	7,4	527,6	8,9	145,9	1,3	430,1
Olomoucký kraj	415,3	8,6	469,6	8,0	113,1	2,1	742,0
Zlínský kraj	300,5	6,2	461,7	7,8	153,7	2,3	795,0
Moravskoslezský kraj	478,0	9,8	500,5	8,5	104,7	1,3	420,8
Celkem (bez Prahy)	4 856,4	100,0	5 900,5	100,0	121,5	1,8	620,1

Zdroj: Ministerstvo financí ČR, 2024,⁵⁶ dostupné na <https://www.databaze-strategie.cz/cz/vys/indikatory-kraje/vydaje-na-kulturu-suma>; vlastní výpočty

Poněkud jiný pohled nabízí srovnání podílu výdajů na kulturu na celkových výdajích krajů v roce 2023, nicméně ani ten nevychází pro Kraj Vysočina příliš příznivě. Nejnižších hodnot tento ukazatel dosahuje v Jihomoravském, Moravskoslezském a Středočeském kraji, tedy v krajích s nejvyššími rozpočty a s částkou vynaloženou na kulturu přesahující 0,5 mld. Kč, a hned poté v Kraji Vysočina těsně následovaném Ústeckým krajem.

Obdobné je postavení krajů také z hlediska přepočtu výdajů na kulturu na jednoho obyvatele v roce 2023, ale zatímco 3 výše uvedené velké kraje nevynaložily ani 0,5 mil. Kč na obyvatele, Kraj Vysočina se s částkou přesahující 600 tis. Kč na obyvatele zařadil až na 5. nejnižší pozici a předstihl jej i Ústecký kraj. Je možné poznamenat, že nejlépe hodnocený Plzeňský kraj vynakládá na kulturu v posledních 4 letech velmi vysoké částky přesahující dvojnásobek finančních prostředků na jednoho obyvatele vynaložené v Kraji Vysočina. Velmi vysoko se z tohoto hlediska řadí také Zlínský, Jihočeský a Karlovarský kraj.

Výdaje na kulturu je možné na základě stejného zdroje dále členit podle odvětví. V roce 2019 směřovalo nejvíce finančních prostředků v Kraji Vysočina na činnosti **knihovnické** (41,3 %), což souviselo

⁵⁵ Odvětvové třídění výdajů podle druhu činnosti, na kterou se výdaje vynakládají, nebo zaměření právního subjektu, jemuž organizace finanční prostředky poskytuje za účelem jeho podpory. Výdaje se z tohoto hlediska třídí všechny. Nejnižšími jednotkami odvětvového třídění jsou rozpočtové paragrafy (čtyřmístné).

⁵⁶ Jde o výdaje krajů jako institucí, nikoliv součet všech výdajů na kulturu, které je v daném území profinancováno (nejde o výdaje obcí či soukromých subjektů); pro lepší srovnatelnost jde pouze o výdaje na oblast „Kultury“ (rozpočtová kapitola 331) bez zahrnutí kapitoly „Ochrana památek a péče o kulturní dědictví a národní a historické povědomí“ (rozpočtová kapitola 332) – viz [Kraj Vysočina - odvětvový rozklikávací rozpočet pro výdaje | Monitor](#)

s výstavbou nové budovy Krajské knihovny v Havlíčkově Brodě, kdežto v roce 2023 na činnost **muzeí a galerií** (58,6 %, nárůst o 46,4 %), za čímž stály především projekty na modernizaci expozic Muzea Vysočiny Jihlava a na optimalizaci evidence, digitalizace a ochrany sbírek Muzea Vysočiny Třebíč. Na knihovnické činnosti kraj v roce 2023 vynakládal již pouze 16,0 % všech výdajů na kulturu.

Tab. 45. Celkové výdaje na kulturní odvětví v roce 2019 a 2023 v Kraji Vysočina (v tis. Kč), index změny

Kulturní odvětví	2019		2023		Index změny 2023/2019
	abs.	%	abs.	%	
Divadelní činnost	48 395,84	15,4	70 381,78	22,5	145,4
Hudební činnost	4 300,00	1,4	3 680,07	1,2	85,6
Filmová tvorba, distribuce, kina a shromažďování audiovizuálních archiválií	1 590,00	0,5	1 827,50	0,6	114,9
Činnosti knihovnické	130 042,49	41,3	49 893,30	16,0	38,4
Činnosti muzeí a galerií	125 149,14	39,8	183 221,47	58,6	146,4
Výstavní činnosti v kultuře	208,21	0,1	224,09	0,1	107,6
Ostatní záležitosti kultury	4 823,47	1,5	3 478,72	1,1	72,1
Celkem	314 509,15	100,00	312 706,92	100,00	99,4

Zdroj: Ministerstvo financí ČR, 2024,⁵⁷ dostupné na [Kraj Vysočina – odvětvový rozklikávací rozpočet pro výdaje | Monitor](#)

Významně se navýšily výdaje na **divadelní** činnost (o více než 45 %), kde hrál podstatnou roli nárůst provozních nákladů v HDJ v důsledku zvyšování cen energií a růstu platů. Provozní náklady včetně mimořádných neinvestičních příspěvků rostly ze stejných důvodů v roce 2023 ve všech p. o. kraje, a to v rozmezí 23,5 až 67,0 % (viz níže). V případě **hudební činnosti** se roční výdaje snížily o téměř 15 %, kdežto spíše zanedbatelné prostředky vynaložené na filmovou tvorbu a shromažďování audiovizuálních archiválií se naopak o 15 % zvýšily, ale přesto činily necelých 1,9 mil. Kč (0,6 %).

Detailnější pohled na financování kultury lze získat z dat Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Kraje Vysočina (dále též jen „OKPPCR“) v členění na kapitoly tak, jak jsou definovány v rozpočtu a závěrečném účtu kraje. Následující tabulka zachycuje strukturu výdajů na kulturu a dále také souhrnné údaje za dotační programy Kraje Vysočina financované z Fondu Vysočiny zaměřené na oblast kultury.

Tab. 46. Souhrnné údaje o výdajích na kulturu dle jednotlivých kapitol rozpočtu v Kraji Vysočina v období 2019 - 2023

Kapitola rozpočtu/fond	Výdaje na kulturu celkem	Roční průměr výdajů na kulturu	Podíl (v %)	Index změny 2023/2019
Příspěvkové organizace – příspěvek na provoz + mimořádný příspěvek	895 016 159	179 003 232	62,9	143,7
Příspěvkové organizace – investiční mimořádný příspěvek	39 573 047	7 914 609	2,8	84,3
Individuální dotace kap. Kultura	5 443 298	1 088 660	0,4	63,8
Příloha M3 kapitoly Nemovitý majetek	205 472 044	41 094 409	14,4	7,5
Příspěvky pro p. o. dle zásad Odboru informatiky	1 394 209	278 842	0,1	20,3
EU projekty administrované OKPPCR	21 634 204	4 326 841	1,5	6,2
EU projekty administrované p. o. (zápůjčky)	120 614 048	24 122 810	8,5	102,3
Dary z kapitoly Kultura	1 330 000	266 000	0,1	118,5
Kap. Zastup. kraje (příloha Z2 kulturní a spol. akce) a individuální dotace	33 523 449	6 704 690	2,4	95,6
Ostatní související výdaje kap. Kultura	1 136 903	227 381	0,1	218,0
Fond Vysočiny	97 509 820	19 501 964	6,9	98,7
Celkem	1 422 647 181	284 529 436	100,0	87,1

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, ORR, Jihlava, 2025

Během sledovaného období 2019 - 2023 vynaložil Kraj Vysočina na kulturu více než 1,4 mld. Kč, průměrné roční výdaje tedy přesahovaly 284,5 mil. Kč. Absolutně nejvyšší položku z výdajů na kulturu tvoří každoročně **příspěvky na provoz** příspěvkových organizací kraje včetně mimořádných neinvestičních příspěvků, které průměrně ročně v období 2019 až 2023 činily 179 mil. Kč, tedy více než 60 % celkových průměrných ročních výdajů na kulturu. Za 5 sledovaných let se navíc zvýšily o 43,7 %, což je velmi výrazný zásah do rozpočtu kraje. Největší meziroční nárůst byl zaznamenán v roce 2023 a souvisel se skokovým zvýšením výdajů na energie a také na platy. Naopak v roce 2021 meziročně výdaje klesly, a to z důvodu snížení rozpočtů p. o. na základě zadání samosprávy. Příspěvkové organizace navíc získávají **mimořádné investiční příspěvky** na jednorázové akce, např. na zakoupení vozidla apod., které dosahují průměrně ročně zhruba 8 mil. Kč, tzn. 2,8 % všech výdajů na kulturu. Tyto výdaje během sledovaného období klesly o více než 15 %.

V rámci kapitoly „**Nemovitý majetek**“ lze identifikovat výdaje směřující na rekonstrukci budov v majetku Kraje Vysočina, které souvisejí s výkonem kulturní činnosti. Výše finančních prostředků v této kapitole je odvislá od právě probíhajících stavebních akcí, jež jsou plánovány i několik let dopředu, ale zahrnuje také nutné opravy nemovitostí neinvestičního charakteru. Tato skupina výdajů představuje v pořadí 2. finančně nejsilnější kapitolu. Průměrně ročně z ní jde na financování kultury 41 mil. Kč, tzn. 14,4 % všech průměrných ročních výdajů (za celé sledované období se jednalo o více než 205 mil. Kč). Výdaje z ostatních oblastí kultury již tvoří méně než 10 %, přičemž nejvyšší byly tzv. **zápůjčky** příspěvkovým organizacím kraje na projekty financované z fondů EU (8,5 %), které si p. o. administrují samy, a dále náklady na financování programů souvisejících s kulturou z **Fondu Vysočiny** (8,7 %), jejichž výše byla v rámci celého sledovaného období velmi stabilní.

Následující tabulka zachycuje dělení výdajů na kulturu z rozpočtu Kraje Vysočina na **investiční a neinvestiční**, resp. běžné a kapitálové, a to opět podle jednotlivých kapitol krajského rozpočtu (čerpaných prostředků) a na základě průměrných hodnot za období 2019 - 2023. Více než ¾ všech výdajů na kulturu včetně těch z Fondu Vysočina tvoří běžné, resp. neinvestiční výdaje (78,9 %). Zatímco v případě neinvestičních výdajů jednoznačně převažovala kapitola „Příspěvkové organizace“, která tvořila 80 % celkových neinvestičních výdajů, v případě kapitálových výdajů byla nejsilnější kapitola „Nemovitý majetek“, z níž bylo proplaceno téměř 60 % veškerých investic do objektů spojených s kulturou. Další více než pětina všech investičních výdajů na kulturu byla vynaložena na projekty financované z fondů EU, které realizovaly příspěvkové organizace kraje, a dalších 13,2 % na mimořádné investiční příspěvky těmto organizacím.

Tab. 47. Rozdělení výdajů na kulturu mezi neinvestiční a investiční, resp. běžné a kapitálové za období 2019 - 2023 celkem, průměrně ročně a podíl jednotlivých oblastí na celkových výdajích na kulturu

Kapitola rozpočtu/fond	Neinvestiční/běžné výdaje			Investiční/kapitálové výdaje		
	celkem	roční průměr	podíl (v %)	celkem	roční průměr	podíl (v %)
Příspěvkové organizace	895 016 159	179 003 232	79,8	39 573 047	7 914 609	13,2
Individuální dotace kap. Kultura	4 823 298	964 660	0,4	620 000	124 000	0,2
Příloha M3 kap. Nemovitý majetek	29 868 387	5 973 677	2,7	175 603 657	35 120 731	58,4
Příspěvky pro PO dle zásad Odboru informatiky	302 674	60 535	0,0	1 091 535	218 307	0,4
Evropské projekty administrované OKPPCR	4 371 039	874 208	0,4	17 263 164	3 452 633	5,7
Evropské projekty administrované PO (zápůjčky)	54 174 890	10 834 978	4,8	66 439 158	13 287 832	22,1
Dary z kapitoly Kultura	1 330 000	266 000	0,1	0	0	0,0
Kap. Zastup. kraje (příloha Z2 kulturní a spol. akce) a individuální dotace	33 523 449	6 704 690	3,0	0	0	0,0
Ostatní související výdaje kap. Kultura	1 110 203	222 041	0,1	26 700	5 340	0,0
Fond Vysočiny	97 509 820	19 501 964	8,7	0	0	0,0
Celkem	1 122 029 919	224 405 984	100,0	300 617 262	60 123 452	100,0

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, ORR, Jihlava, 2025

Z jednotlivých **příspěvkových organizací** z hlediska výdajů kraje na kulturní segment dominovalo Horácké divadlo Jihlava, které čerpá čtvrtinu všech provozních i mimořádných, investičních i neinvestičních prostředků, jak zachycuje další tabulka. Pětina prostředků pak v období 2019 - 2023 připadala na Krajskou knihovnu Vysočiny v Havlíčkově Brodě a přibližně 14 % na Muzeum Vysočiny Třebíč (14,3 %) a Muzeum Vysočiny Jihlava (14,0 %). Výdaje na ostatní příspěvkové organizace z této kapitoly již byly nižší než 10 %.

Tab. 48. Celkové výdaje na jednotlivé p. o. působící v oblasti kultury za období 2019 - 2023 v členění na příspěvky na provoz včetně mimořádných neinvestičních příspěvků a na investiční mimořádné příspěvky; relativní údaje v %

Název organizace*	Příspěvek na provoz + mimořádný příspěvek		Investiční mimořádný příspěvek		Celkem	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Horácké divadlo Jihlava, p. o.	226 057 000	25,3	11 688 978	29,5	237 745 978	25,4
Krajská knihovna Vysočiny	172 478 594	19,3	17 590 972	44,5	190 069 566	20,3
Galerie výtvarného umění v Havlíčkově Brodě	32 650 492	3,6	1 821 000	4,6	34 471 492	3,7
Horácká galerie v Novém Městě na Moravě	57 783 974	6,5	833 000	2,1	58 616 974	6,3
Oblastní galerie Vysočiny v Jihlavě	53 019 415	5,9	2 099 696	5,3	55 119 111	5,9
MV Havlíčkův Brod, p. o.	38 142 043	4,3	1 235 000	3,1	39 377 043	4,2
MV Jihlava, p. o.	130 760 777	14,6	521 000	1,3	131 281 777	14,0
MV Pelhřimov, p. o.	52 344 384	5,8	1 801 399	4,6	54 145 784	5,8
MV Třebíč, p. o.	131 779 477	14,7	1 982 000	5,0	133 761 477	14,3
Celkem	895 016 159	100,0	39 573 047	100,0	934 589 206	100,0

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, Jihlava, 2025

*MV = Muzeum Vysočiny

Provozní a mimořádné neinvestiční příspěvky tvoří u všech p. o. za období 2019 - 2023 minimálně 90 % celé částky na p. o. Největší podíl mimořádných investičních příspěvků (9,3 %) byl zaznamenán u Krajské knihovny Vysočiny, což souviselo s již zmiňovanou výstavbou nové budovy knihovny. Odrazilo se to rovněž v tom, že téměř 45 % všech mimořádných investičních výdajů za celé sledované období bylo vynaloženo právě na tuto p. o. (necelých 30 % pak na HDJ a u ostatních p. o. byly výdaje vždy nižší než 10 %).

Příspěvkové organizace realizují rovněž projekty financované z **fondů EU**. Tyto projekty si mohou administrovat samy a jsou předfinancovány tzv. zápůjčkami od zřizovatele, jak již bylo uvedeno výše, nebo je administruje sám zřizovatel, tedy Kraj Vysočina. Z výše uvedených tabulek vyplývá, že z hlediska objemu finančních nákladů převažuje první případ. Následující tabulka zachycuje všechny projekty administrované přímo příslušnou p. o. a realizované alespoň částečně v období 2019 - 2023 včetně částek, které byly v tomto období v úhrnu vyčerpany, a to jak investičních, tak neinvestičních.

Tab. 49. Financování projektů podpořených z fondů EU v příspěvkových organizacích Kraje Vysočina v letech 2019 - 2023, jejichž nositelem jsou samotné příspěvkové organizace

P. o.	Název projektu	Investice	Neinvestice	Celkem	Podíl (%)
Muzeum Vysočiny Jihlava	Přírodní dědictví rašeliništních krajů regionu Mühlviertel a Geoparku Vysočina jako chráněný přírodní prostor, místo zážitků a vzdělávání	4 675 000	2 300 000	6 975 000	5,8
	Muzeum Vysočiny Jihlava – modernizace expozic	25 748 590	8 001 410	33 750 000	28,0
	Digitalizace sbírkového fondu Muzea Vysočiny Jihlava, 1. část	1 300 000	1 100 000	2 400 000	2,0
	Optimalizace péče o sbírky a prezentace sbírek v Muzeu Vysočiny Jihlava	16 900 000	14 700 000	31 600 000	26,2
Muzeum Vysočiny Třebíč	Optimalizace evidence, digitalizace a ochrany sbírek Muzea Vysočiny Třebíč	4 200 000	1 000 000	5 200 000	4,3
	I-CULT: Mezinárodní kulturní platforma	1 334 369	8 867 038	10 201 407	8,5
	Lidová kultura / Volkskultur AT-CZ	568 300	7 916 553	8 484 853	7,0
	Modernizace a rozšíření expozic v pobočce Muzeu řemesel Moravské Budějovice	9 512 899	9 569 889	19 082 788	15,8
Oblastní galerie Vysočiny v Jihlavě – zefektivnění a optimalizace návštěvnického zázemí, expozic a ochrany sbírek		2 200 000	0	2 200 000	1,8
Muzeum Vysočiny Pelhřimov – Muzejní přeshraniční partnerství Pelhřimov – Eggenburg		0	600 000	600 000	0,5
Muzeum Vysočiny HB – Sklářská pec a tradice		0	120 000	120 000	0,1
Celkem		66 439 158	54 174 890	120 614 048	100,0

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, Jihlava, 2025

Z výše uvedených projektů patřily v období 2019 - 2023 mezi největší ty, které se týkaly Muzea Vysočiny Jihlava, p. o., konkrétně projekt modernizace expozic a projekt na optimalizaci péče o sbírky a prezentace sbírek, zahájený již v roce 2018 (oba s rozpočtem 30 - 40 mil. Kč).

Téměř 20 mil. Kč bylo ve sledovaném období vloženo do modernizace a rozšíření expozic v pobočce Muzea Vysočiny Třebíč v Moravských Budějovicích (Muzeum řemesel). Projekt započal realizaci v roce 2018. Přes 10 mil. především neinvestičních výdajů směřovalo na projekt „I-CULT: Mezinárodní kulturní platforma“ (tříletý společný projekt muzejních organizací z Kraje Vysočina, Jihočeského kraje, Jihomoravského kraje a spolkové země Dolní Rakousko). Ostatní projekty již byly menšího finančního rozsahu.

Kraj Vysočina jako zřizovatel dále v současnosti realizuje investiční projekty „Edukační centrum a zázemí Muzea Vysočiny Jihlava“, který se zaměřuje na vybudování odpovídajícího zázemí pro edukační činnost, tedy pro návštěvníky, odborné pracovníky apod. Celkový rozpočet činí 80 mil. Kč. V roce 2023 zahájil také projekty „Hrad Kámen – nové expozice a revitalizace objektu“ na majetku Muzea Vysočiny Pelhřimov s rozpočtem 90 mil. Kč a „Horácká galerie v Novém Městě na Moravě – rekonstrukce

hospodářského objektu a úprava na depozitář“, jehož celkové výdaje překračují hranici 30 mil. Kč. Všechny 3 projekty by měly být zrealizovány do konce roku 2026.⁵⁸

V neposlední řadě vstupují do výdajů na kulturu z rozpočtu Kraje Vysočina také příspěvky na zvyšování úrovně IT vybavenosti p. o. podle **zásad Odboru informatiky** v řádu několika set tis. Kč ročně a **ostatní související výdaje na kulturu**, vynakládané např. na projektovou dokumentaci pro velké projekty rekonstrukcí nemovitostí spravovaných p. o. či na další přípravné práce.

Finanční prostředky z rozpočtu kraje plynou i jiným než vlastním příspěvkovým organizacím. Zpravidla se jedná o prostředky poskytované formou **individuálních darů nebo dotací** (mimo dotační tituly Fondu Vysočiny) z kapitoly Kultura, např. na vlastní činnost organizací (jako příklad lze uvést Horácké folklorní sdružení, z.s. pečující o uchování a rozvoj horáckého lidového umění) nebo na konkrétní akce typu výstav, oslav výročí či vzdělávacích aktivit. V celkovém úhrnu se v období 2019 - 2023 jednalo o 5,4 mil. Kč, tedy průměrně ročně o 1,1 mil. Kč. Mezi nejvýznamnější příjemce (s 200 tis. Kč a více obdrženy v úhrnu v období 2019 - 2023) patří následující:

Tab. 50. Největší příjemci financování prostřednictvím kapitoly Individuální dary/dotace v období 2019 - 2023

Poř.	Příjemce	IČ	Projekty	Dar/dotace
1.	DOC.DREAM services s.r.o.	05386551	Centrum dokumentárního filmu – audiovizuální výchova v Kraji Vysočina 2022	1 070 000
2.	SE.S.TA z.s./Zámek Žďár z.s.	26537516	Umění baroka ze sbírek Národní galerie v Praze, stálá expozice; Baroko NGP v Muzeu nové generace	900 000
3.	Horácké folklorní sdružení, z.s.	60545721	Činnost Horáckého folklorního sdružení 2022	860 000
4.	Czech Architecture Week, s.r.o.	27872688	Pocta české památkové péči; Náš venkov 1990-2020; Alfabet, Česká moderní architektura; Česká a slovenská architektura	340 000
5.	Česká komora architektů	45769371	Česká cena za architekturu	300 000
6.	Havlíčkův kraj, o.p.s.	27493245	Cisterciácká kulturní krajina v Evropě; CISTERSCAPES – Cisterciácké krajiny spojující Evropu	289 798
7.	Národní památkový ústav, územní památková správa v Českých Budějovicích	75032333	Oprava pódia na divadelním ostrově v parku zámku Jaroměřice nad Rokytnou	200 000
8.	Putování za Santinim	22883363	Santiniho slavnosti – oslava 300. výročí	200 000

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, Jihlava, 2025, vlastní výpočty

Z tohoto zdroje byla v roce 2022 a 2023 financována rovněž soutěž Zlatá jeřabina, jejíž výherci získali v úhrnu dary ve výši 335 tis. Kč, a Podzimní knižní veletrh s rozdělenými finančními dary ve výši 300 tis. Kč. Pořízena byla také 3 vozidla pro potřeby kulturních zařízení. Na organizaci **nezřizované veřejným sektorem** (státem, kraji, městy, obcemi) vynaložil Kraj Vysočina v celém období 2019 - 2023 z tohoto zdroje téměř 3,9 mil. Kč, tzn. více než dvě třetiny (68,4 %) všech finančních prostředků.

Dalším způsobem podpory organizací nezřizovaných Krajem Vysočina jsou tzv. VIP akce financované na základě **Zásad Zastupitelstva Kraje Vysočina** (kapitola kulturní a společenské akce) v souhrnné výši 33,5 mil. Kč za období 2019 - 2023, z nichž lze jako příjemce s nejvyšší podporou uvést následující:

⁵⁸ více na <https://www.kr-vysocina.cz/programove%2Dobdobi%2D2021%2D2027/ds-305753/p1=152910>

Tab. 51. Největší příjemci financování prostřednictvím kapitoly „Zastupitelstvo kraje“ v období 2019 - 2023 (TOP 5 nad 1 mil. Kč)

Poř.	Příjemce	IČ	Projekty	Dotace
1.	ARS / KONCERT, spol. s r.o.	00542911	Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského	7 400 000
2.	DOC.DREAM services s.r.o.	05386551	Organizačně technická příprava Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů Ji.hlava	5 950 000
3.	Mezinárodní centrum slovanské hudby Brno, o.p.s.	26235064	Mezinárodní hudební festival měst Concentus Moraviae v Kraji Vysočina	3 350 000
4.	Občanské sdružení Mahler 2000 – Společnost Gustava Mahlera z.s.	70106673	Mezinárodní hudební festival Hudba tisíců – Mahler Jihlava	3 330 000
5.	Agentura Dobrý den, s.r.o.	25160508	Pelhřimov – město rekordů	1 075 000

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, Jihlava, 2025

Krajem nezřizované organizace z tohoto zdroje ve sledovaných 5 letech vyčerpaly přibližně 31 mil. Kč, tzn. přes 90 % všech výdajů z této kapitoly určených na kulturu.

Významný systémový nástroj financování kulturního dění v Kraji Vysočina představuje **Fond Vysočiny**, který prostřednictvím 5 každoročně vyhlašovaných programů (+ 1 vypisovaného jednou za 2 roky) podporuje kulturu dalšími přibližně 20 mil. Kč ročně. Následující tabulka zachycuje kromě finančních výdajů v rámci jednotlivých programů také strukturu dle počtu projektů realizovaných nezřizovanými organizacemi, tedy všemi subjekty kromě obcí, svazků obcí a příspěvkových organizací obcí. Tabulka uvádí pro informaci i údaje za rok 2024, ve kterém došlo v některých programech k navýšení alokace prostředků.

Tab. 52. Struktura dotací z Fondu Vysočiny (FV) podle jednotlivých programů zaměřených na kulturu v letech 2019 - 2024 a s důrazem na nezřizované organizace

Rok	Program (podprogram)	Vyplacená částka z FV			Počet schválených projektů		
		celkem	nezřizované org.*		celkem	nezřizované org.*	
			abs.	%		abs.	%
2019	Památky	14 500 000	9 603 736	66,2	91	63	69,2
	UNESCO	1 499 428	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	251 000	131 000	52,2	8	5	62,5
	Regionální kultura	1 796 520	1 229 800	68,5	36	29	80,6
	Učební pomůcky ZUŠ	989 917	0	0,0	15	0	0,0
	Jednorázové akce	301 360	132 160	43,9	7	3	42,9
	Celkem	19 338 225	11 096 696	57,4	157	100	63,7
2020	Památky	14 500 000	10 059 669	69,4	92	67	72,8
	UNESCO	1 500 000	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	253 000	193 000	76,3	8	6	75,0
	Regionální kultura	1 411 700	958 900	67,9	33	23	69,7
	Učební pomůcky ZUŠ	989 997	0	0,0	9	0	0,0
	Edice Vysočiny	1 172 693	560 000	47,8	15	7	46,7
	Jednorázové akce	338 800	76 400	22,6	9	2	22,2
	Celkem	20 166 190	11 847 969	58,8	166	105	63,3

pokračování

Rok	Program (podprogram)	Vyplacená částka z FV			Počet schválených projektů		
		celkem	nezřízované org.*		celkem	nezřízované org.*	
			abs.	%		abs.	%
2021	Památky	15 500 000	11 171 822	72,1	97	72	74,2
	UNESCO	300 000	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	102 000	42 000	41,1	3	2	66,7
	Regionální kultura	1 000 000	739 800	74,0	24	18	75,0
	Učební pomůcky ZUŠ	700 000	0	0,0	7	0	0,0
	Celkem	17 602 000	11 953 622	67,9	128	92	71,9
2022	Památky	15 500 000	11 633 202	75,1	93	67	72,0
	UNESCO	1 050 000	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	302 000	182 000	60,3	8	5	62,5
	Bavíme se na Vysočině (Kultura)	1 900 000	1 332 333	70,1	39	28	71,8
	Bavíme se na Vysočině (ostatní)	556 575	181 000	32,5	13	4	30,7
	Učební pomůcky	1 000 000	0	0,0	15	0	0,0
	Edice Vysočiny	1 000 000	465 250	46,5	16	8	50,0
	Celkem	21 308 575	13 793 785	67,9	194	112	57,7
2023	Památky	15 500 000	11 507 061	74,2	98	64	65,3
	UNESCO	1 050 000	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	263 000	123 000	46,8	7	4	57,1
	Bavíme se na Vysočině (Kultura)	1 900 000	976 360	51,4	39	21	53,8
	Bavíme se na Vysočině (ostatní)	381 830	191 720	50,2	8	4	50,0
	Celkem	19 094 830	12 798 141	67,0	152	93	61,2
	Celkem 2019-2024	121 493 668	77 360 173	63,7	970	610	62,9
2024	Památky	19 488 857	13 703 912	70,3	109	76	69,7
	UNESCO	1 049 143	0	0,0	0	0	0,0
	Postupové přehlídky v kultuře	273 000	193 000	70,7	7	5	71,4
	Bavíme se na Vysočině (Kultura)	1 900 000	1 345 400	70,8	40	28	70,0
	Bavíme se na Vysočině (ostatní)	272 848	159 648	58,5	5	3	60,0
	Edice Vysočiny	1 000 000	468 000	46,8	12	6	50,0
	Celkem	23 983 848	15 869 960	66,9	173	118	68,2

Zdroj: Fond Vysočiny, Kraj Vysočina, 2025

*nezřízované organizace – příjemci bez obcí, svazků obcí a příspěvkových organizací obcí

V pětiletém období 2019 - 2023 bylo celkově z Fondu Vysočiny vyčerpáno 97,5 mil. Kč na programy, které se týkaly kulturního dění. Z toho 61,5 mil. šlo na podporu projektů řešených subjekty nezřízovanými krajem, např. soukromými subjekty, spolky nebo o. p. s., tzn. 63,1 %. Největší podíl financí na kulturu Fond Vysočiny dlouhodobě uvolňuje na program **Památky**, a to především právě na památky mimo veřejné vlastnictví. Podíl takto čerpaných finančních prostředků se z celého programu od roku 2019 vyšplhal ze dvou třetin na tři čtvrtiny a v roce 2024 mírně klesl na 70 %. Vlivem výrazného navýšení alokace (o 4 mil. Kč, tj. o 23,2 %) to však znamenalo zvýšení finanční částky vyplacené příjemcům z řad organizací nezřízovaných krajem (cca o 2,2 mil. Kč). Tomu odpovídal i nárůst počtu podpořených projektů na 109, resp. 76 ze strany nezřízovaných subjektů, což bylo nejvíce za celé sledované období.

2. největší program tvoří **Regionální kultura**, resp. od roku 2022 podprogram **Kultura** v rámci programu **Bavíme se na Vysočině**, který zahrnuje také podprogram Ostatní akce. I z něj směřovaly některé projekty do oblastí kultury a byly tak započteny do celkového součtu, podobně jako v letech 2019 a 2020 projekty z programu Jednorázové akce. Podíl projektů i získaných finančních prostředků se meziročně z hlediska nezřizovaných organizací měnil. Zatímco v roce 2021 podali žadatelé z řad nezřizovaných organizací 3/4 všech schválených projektů a dosáhli tak na obdobné procento rozpočtu programu, v roce 2023 se jednalo přibližně o polovinu rozpočtu programu i podílu na celkovém počtu úspěšných projektů.

Jediným programem určeným i pro příjemce z řad neveřejných organizací, kde zůstává podíl vyplacené částky nezřizovaným organizacím dlouhodobě nižší než poloviční, je **Edice Vysočiny**. Z programu **UNESCO** je ročně vynaložen zhruba 1 mil. Kč, a to městům, v nichž se památky zapsané na seznam světového kulturního dědictví nachází. **Postupové přehlídky v kultuře** podporuje stejnojmenný program částkou více než 250 tis. Kč ročně, a zatímco v počtu schválených projektů v období 2019 – 2023 převažovaly krajem nezřizované organizace, v podílu finančních prostředků tomu tak vždy nebylo.

Jedna oblast KKO spadá do úseku **vzdělávání**, a to „Umělecké vzdělávání“. Realizují ho především velké organizace typu základních a středních uměleckých škol, které Kraj Vysočina určitým způsobem rovněž financuje. Z Fondu Vysočiny směřovala v letech 2019 - 2021 podpora pro ZUŠ prostřednictvím programu **Učební pomůcky ZUŠ**, v roce 2022 pod názvem Učební pomůcky, a to v úhrnu ve výši 700 tis. Kč až 1 mil. Kč ročně. Příjemci byly i přes změnu názvu programu stále ZUŠ. Podpora byla určena na zkvalitnění jejich materiálního vybavení, zejména na opravu již vlastněných učebních pomůcek nebo na pořízení nových, s cílem zkvalitnění a rozvoje hudebního oboru.

Kromě výše popsaného programu z Fondu Vysočiny přispíval kraj finančně do roku 2022 základním uměleckým školám prostřednictvím jejich zřizovatelů, tzn. obcí. V roce 2022 se z úsporných důvodů nevyplatily z rozpočtu kraje žádné finanční prostředky pro ZUŠ, ačkoli byly původně plánovány. V roce 2023 se způsob financování ZUŠ změnil a kraj nyní přispívá již přímo konkrétním organizacím, tedy základním uměleckým školám. Čerpáno v roce 2023 bylo celkem 1,26 mil. Kč, a to pouze organizacemi zřízenými městy. Dvěma soukromým ZUŠ ani jediné soukromé střední umělecké škole v kraji nebyl poskytnut žádný příspěvek ze strany kraje, a to ani v předchozích letech.

Střední umělecké školy zřizované Krajem Vysočina jsou, jak bylo výše analyzováno, 2, a to Střední uměleckoprůmyslová škola Jihlava-Helenín a Akademie Světlá nad Sázavou, střední škola a vyšší odborná škola. Prvně uvedená získávala do roku 2022 z Kraje Vysočina každoročně na provoz cca 8,2 mil. Kč, ale v roce 2023 se provozní výdaje výrazně zvýšily – meziročně se téměř zdvojnásobily na 15,2 mil. Kč. Stejně jako u kultury šlo o navýšení z důvodů růstu cen energií a platů. Investiční dotace škola dostala pouze v roce 2021 ve výši 100 tis. Kč. Během sledovaného období 2019 - 2023 realizovala škola 2 investiční akce týkající se nemovitého majetku, a to opravu tělocvičny a rekonstrukci domu mládeže, na což v úhrnu získala od kraje bezmála 40 mil. Kč. Do školy směřují pravidelně nízké desítky až stovky tisíc Kč z fondů EU na revitalizaci parků a zahrad u objektu školy (celkem v daném období 760 tis. Kč).

Rozpočtově větší je Akademie Světlá nad Sázavou, střední škola a vyšší odborná škola, jejíž průměrné provozní výdaje činily do roku 2022 téměř 15 mil. Kč a opět se v roce 2023 téměř zdvojnásobily. Investiční dotace zde byly v úhrnu výrazně vyšší než v případě helenínské střední školy a činily v období 2019 - 2023 celkem 1,9 mil. Kč. Nebyly zde však příliš vysoké investiční dotace do nemovitého majetku školy. Z celkové částky 6,2 mil. Kč směřovalo nejvíce peněz (cca 2 mil. Kč) na opravu sklářské pece v roce 2020 a na opravu dílen nebo zřízení studny v Lipnici nad Sázavou, kde má škola pobočku. Bezpečná 1 mil. Kč stála oprava tělocvičny. I tato střední škola má park nebo zahradu, na jejíž revitalizaci pravidelně přichází finanční prostředky z fondů EU, a to v úhrnné výši 500 tis. Kč za sledovaných 5 let.

V závěru této kapitoly lze shrnout, že krajem nezřizované kulturní organizace nebo subjekty působící v KKO jsou z rozpočtu Kraje Vysočina financovány ze 3 zdrojů, a to z Fondu Vysočiny, rozpočtových kapitol „Kultura – Individuální dary/dotace“ a „Zastupitelstvo kraje (dle Zásad)“. Z těchto 3 zdrojů směřovalo v období let 2019 - 2023 na kulturní aktivity celkem 136,7 mil. Kč, z toho 96,4 mil. Kč, tj. tj. 70,5 %, na podporu krajem nezřizovaných organizací. Pokud bychom tuto podporu vyjádřili z celkového počtu finančních prostředků, které šly v letech 2019 - 2023 na oblast kultury včetně uměleckého

vzdělávání, tedy i na základní a střední umělecké školy v kraji (cca 1,6 mld.), dalo by se odhadnout, že výdaje na neveřejné subjekty mírně přesahovaly 6 % všech výše analyzovaných výdajů.

Tab. 53. Souhrn zdrojů a výše financování nezřizovaných organizací působících v KKO z rozpočtu Kraje Vysočina

Zdroj financování	Výdaje celkem 2019 - 2023	Výdaje na nezřizované organizace 2019 - 2023	
		abs.	%
Fond Vysočiny	97,5	61,5	63,1
Zastupitelstvo kraje	33,5	31,0	92,5
Kultura - Individuální dotace/dary	5,7	3,9	68,4
Celkem	136,7	96,4	70,5

Zdroj: Kraj Vysočina, OKPPCR, ORR, Jihlava, 2025; vlastní výpočty

Bohužel neexistují nebo nejsou dosud zveřejněny obdobné výpočty za jiné kraje, s nimiž by se daly hodnoty za Kraj Vysočina porovnat. Nicméně např. ve strategickém dokumentu města Brna⁵⁹ je uvedeno, že v jeho případě proudí k nezávislým subjektům pouze 3 % z částky věnované na kulturu, zatímco v Praze je to 27 % a v Ostravě 9 %. Moravská metropole si v roce 2018 vytyčila cíl každoročně zvyšovat prostředky na podporu nezřizovaných organizací ve výši 5 - 10 % tak, aby podpora nezřizovaných subjektů tvořila do roku 2025 alespoň na 10 % z výdajů na kulturu.

Jako významný přínos pro rozvoj KKO v Kraji Vysočina lze ohodnotit podporu projektu Kulturně kreativního centra Vysočina ze strany Kraje Vysočina, který v roce 2024 na obnovu budovy bývalého konventu v areálu zámku ve Žďaru nad Sázavou přispěl částkou 27 mil. Kč formou individuální účelové dotace. To představovalo více než 12 % celkových nákladů projektu. Jak bude uvedeno v následujících kapitolách, jedná se o zcela výjimečný projekt na území kraje, který by měl přispět k naplňování opatření definovaných v rámci návrhové části Strategie.

II.2.5. Kvalitativní analýza KKO

Kvalitativní šetření si kladlo za cíl zjistit silné a slabé stránky subjektů působících v KKO na území Kraje Vysočina, identifikovat příležitosti a potenciál, případně bariéry a hrozby jejich dalšího rozvoje a porozumět současným potřebám různých typů subjektů napříč oblastmi a odvětvími KKO. Respondenti se dále v rámci šetření mohli vyjádřit k tomu, jaké kroky nebo nástroje podpory ze strany Kraje Vysočina by jim pomohly v dalším rozvoji. Neméně důležité bylo **zmapování** potenciálu a dynamiky rozvoje KKO v regionu, s důrazem na hlavní aktéry, kteří by se mohli stát partnery v budoucích rozvojových projektech a vytvářených strukturách pro koordinaci činností, ale také v rámci již fungujících či vznikajících partnerství a existujících podpůrných nástrojů a služeb pro subjekty působící v KKO.

Kvalitativní šetření probíhalo od června do prosince s využitím dotazníku ve 3 verzích, a to plné verze pro firmy a podnikatele, modifikované verze pro spolky a výrazně zkrácené verze pro příspěvkové organizace. Dalším nástrojem byly řízené rozhovory. Obsah dotazníku i řízených rozhovorů vycházel z Aktualizace Metodiky, doporučení ze strany MK ČR (metodické vedení) a podnětů koordinátorů mapování v jiných krajích, kteří již s terénním šetřením KKO mají zkušenosti. Otázky v rámci všech verzí dotazníku pokrývaly širší spektrum témat než následující řízené rozhovory. Otázky pro příspěvkové organizace byly formulovány na základě sekundární analýzy jejich výročních zpráv, plánů rozvoje a obdobných veřejně dostupných dokumentů, v nichž se organizace vyjadřovaly ke svému rozvoji.

K účasti na dotazníkovém šetření oslovil Kraj Vysočina všechny subjekty, na něž během mapování, verifikace a doplňování databáze subjektů KKO získal e-mailový kontakt. Veškeré získané informace o fungování subjektů KKO (stavu a potřebách) rozebírají v následující kapitoly, a to jak za KKO jako celek, tak s důrazem na rozdíly mezi jednotlivými oblastmi KKO, které byly ve výsledném vzorku zastoupeny vyšším počtem subjektů (nad 5 odpovídajících respondentů). Hlavní okruhy ve všech verzích dotazníku zahrnovaly následující témata:

- vnímání existence KKO všeobecně jako ekonomického sektoru;
- zhodnocení vlastní příslušnosti ke KKO;

⁵⁹ Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna, strategická a programová část, Brno, 2018

- zhodnocení vnějšího a vnitřního prostředí KKO:
 - silné a slabé stránky subjektů;
 - dostupná podpora subjektů ze strany kraje (granty, poradenství, propagace, ...);
 - bariéry rozvoje subjektů v kraji;
 - úroveň spolupráce subjektů s jinými partnery působícími v KKO;
 - postavení subjektů působících v KKO trhu (lokální až mezinárodní úroveň);
- dynamika očekávaného vývoje subjektů;
- potřebné kroky pro rozvoj subjektů působících v KKO v kraji aj.

Tab. 54. Struktura oslovených organizací v rámci dotazníkového šetření

Právní forma	Osloveno	Získáno (alespoň částečně vyplněno)	Návratnost (v %)
Firmy, FO, družstva	873	121	13,9
Příspěvkové organizace	99	26	26,3
Spolky	240	42	17,5
Celkem	1 212	189	15,6

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

II.2.5.1. Dotazníkové šetření mezi firmami a OSVČ

Dotazníkové šetření mezi firmami (právní forma s.r.o., a.s., družstva) a OSVČ (fyzické osoby podnikající dle živnostenského zákona, zahraniční podnikatelské osoby) probíhalo v červnu 2024. Osloveno bylo celkem 873 subjektů a alespoň částečně vyplněno se vrátilo 121 dotazníků (návratnost 13,9 %), nicméně většinu otázek zodpovědělo méně než 80 respondentů. Následující tabulky obsahují základní analýzu respondentů dle oblastí KKO, velikostních kategorií, územního zastoupení v SO ORP a návratnosti dotazníků.

Tab. 55. Struktura respondentů podle převažující oblasti KKO a návratnost dotazníků

Oblasti KKO	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Architektura	18	14,9	124	14,5
Design	14	11,6	94	14,9
Film a video	2	1,7	9	22,2
Hudba	4	3,3	10	40,0
Knihy a tisk	11	9,1	99	11,1
Kulturní dědictví	2	1,7	46	4,3
Reklama	12	9,9	49	24,5
Scénické umění	6	5,0	50	12,0
Umělecká řemesla	41	33,9	245	16,7
Výtvarné umění	11	9,1	120	9,2
Ostatní*	0	0,0	27	0,0
Celkový součet	121	100,0	873	13,9

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

*„Rozhlas“, „Televize“, „Umělecké vzdělávání“, „Videohry“

Absolutní většinu z celkového počtu 121 respondentů (85, tj. 70,2 %) tvořily OSVČ, zbytek firmy s různou právní formou. Celkem 42 subjektů (34,7 %) uvedlo, že vykonává více činností, které spadají do různých oblastí KKO. Předchozí tabulka zachycuje strukturu respondentů podle převažující oblasti KKO. Nejvíce respondentů spadalo mezi „Umělecká řemesla“ (41, tj. 33,9 %), naopak méně než 5 respondentů uvedlo jako hlavní činnost „Hudba“, „Kulturní dědictví“ a „Film a video“. Tyto činnosti KKO budou v dalších tabulkách sloučeny pod oblast KKO „Ostatní“. Kromě málo zastoupených oblastí „Hudba“ a „Film a video“ byla nadprůměrná návratnost dotazníků u oblasti „Reklama“ a „Umělecká řemesla“.

Všichni respondenti působili v Kraji Vysočina, nadto pak 9 z nich také v Jihočeském kraji, 8 v Praze, 7 v Jihomoravském kraji a další i v ostatních krajích. V rámci Kraje Vysočina jich nejvíce svoji činnost

vykonávalo v SO ORP Jihlava (23, tj. 19 %) a Třebíč (19, tj. 15,7 %). Každý SO ORP byl zastoupen alespoň 1 respondentem.

Tab. 56. Struktura respondentů podle lokalizace v SO ORP a návratnost dotazníků

SO ORP	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Bystřice nad Pernštejnem	6	5,0	21	28,6
Havlíčkův Brod	17	14,0	98	17,3
Humpolec	3	2,5	34	8,8
Chotěboř	2	1,7	26	7,7
Jihlava	23	19,0	196	11,7
Moravské Budějovice	3	2,5	35	8,6
Náměšť nad Oslavou	1	0,8	14	7,1
Nové Město na Moravě	6	5,0	29	20,7
Pacov	5	4,1	12	41,7
Pelhřimov	14	11,6	89	15,7
Světlá nad Sázavou	1	0,8	35	2,9
Telč	5	4,1	32	15,6
Třebíč	19	15,7	117	16,2
Velké Meziříčí	6	5,0	61	9,8
Žďár nad Sázavou	10	8,3	74	13,5
Celkový součet	121	100,0	873	13,9

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Tab. 57. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a lokalizace v SO ORP

SO ORP	Arch.	Design	Knihy a tisk	Reklama	Um. řemesla	Výtvarné umění	Ostatní	Celkem
Bystřice n. P.	1	0	0	0	4	0	1	6
Havl. Brod	1	3	3	2	6	1	1	17
Humpolec	0	1	0	1	0	0	1	3
Chotěboř	0	1	0	0	1	0	0	2
Jihlava	4	3	2	5	4	2	3	23
M. Budějovice	1	0	0	0	1	0	1	3
Náměšť n. O.	1	0	0	0	0	0	0	1
NMNM	2	1	0	0	3	0	0	6
Pacov	1	2	0	1	0	0	1	5
Pelhřimov	4	1	0	0	5	3	1	14
Světlá n. S.	0	0	0	0	0	0	1	1
Telč	0	0	2	1	1	1	0	5
Třebíč	2	1	2	2	7	2	3	19
Velké Meziříčí	0	1	0	0	4	0	1	6
Žďár n. S.	1	0	2	0	5	2	0	10
Celkem	18	14	11	12	41	11	14	121

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Z celkového počtu 873 oslovených subjektů jich bylo 518 bez zaměstnanců a tyto subjekty tvořily také největší část respondentů, i když jejich návratnost byla spíše podprůměrná (68 respondentů, tj. 56,2 %, návratnost 13,1 %). 10 a více zaměstnanců měly jen 4 subjekty z 22 oslovených v této velikostní kategorii. Přesný počet svých zaměstnanců pak v dotazníku uvedlo pouze 74 respondentů (61,1 %), kteří v úhrnu zaměstnávali 160 osob, tj. průměrně 2,2 zaměstnanců na 1 subjekt). Mezi větší organizace spadaly ty zabývající se scénickým uměním (průměrně 7 zaměstnanců) a architekturou (4). U větších firem platilo rovněž vyšší procento návratnosti.

Tab. 58. Struktura respondentů podle velikostní kategorie a návratnost dotazníků

Kategorie počtu zaměstnanců	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Neuvedeno	9	7,4	67	13,4
Bez zaměstnanců	68	56,2	518	13,1
1 – 5 zaměstnanců	16	13,2	104	15,4
6 – 9 zaměstnanců	2	1,7	11	18,2
10 a více zaměstnanců	4	3,3	22	18,2
bez uvedení kategorie	22	18,2	151	14,6
Celkový součet	121	100,0	873	13,9

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Respondenti odpovídali na otázku, zda svou současnou ekonomickou situaci považují za dobrou, špatnou či uspokojivou. Z celkového počtu 86 odpovědí jich nejvíce (55, tj. 64 %) uvedlo, že za uspokojivou, čtvrtina za dobrou a pouze 10 subjektů za špatnou (11,6 %). Pozitivně naladěni byli především designéři, kdežto všichni respondenti z oblasti „Reklama“ a „Výtvarné umění“ vidí svoji situaci „pouze“ uspokojivě.

Další otázky charakterizující sektor KKO z hlediska ekonomického významu se týkaly obrátu a podílu zisku na obrátu. Odpovědělo na ně 74 respondentů. Absolutní většina všech respondentů uvedla obrat nižší než 1 mil. Kč (56,8 %), pouze v oblasti „Scénické umění“ a „Knihy a tisk“ figurovaly vždy 3 organizace s obrátem vyšším než 5 mil. Kč. Finančně malí jsou především umělečtí řemeslníci, z nichž téměř ¾ mají obrat nižší než 1 mil. Kč, a také architekti (bezmála dvě třetiny).

Tab. 59. Výše obrátu respondentů z řad subjektů spadajících do KKO

Oblasti KKO	Do 1 mil. Kč		1,0 - 1,9 mil. Kč		2,0 - 4,9 mil. Kč		5 mil. Kč a více		Celkem odpovědí
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	7	63,6	2	18,2	1	9,1	1	9,1	11
Design	5	55,6	1	11,1	2	22,2	1	11,1	9
Knihy a tisk	2	28,6	0	0,0	2	28,6	3	42,9	7
Reklama	4	57,1	2	28,6	1	14,3	0	0,0	7
Scénické um.	0	0,0	0	0,0	1	25,0	3	75,0	4
Um. řemesla	19	73,1	5	19,2	1	3,8	1	3,8	26
Výtvarné um.	2	40,0	2	40,0	1	20,0	0	0,0	5
Ostatní	3	60,0	1	20,0	1	20,0	0	0,0	5
Celkem	42	56,8	13	17,6	10	13,5	9	12,2	74

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Nejvíce respondentů (27, tj. 36,5 %) odpovědělo, že jejich zisk činil více než 20 % obrátu, a to nejčastěji výtvarní umělci a designéři. Zisk menší než 5 % obrátu uvedlo cca 30 % respondentů, bezmála pětina pak zisk v rozsahu 5 - 20 % obrátu a nejméně (15 %) bylo těch, kteří neměli zisk žádný nebo skončili ve ztrátě, což je jistě pozitivní (ze subjektů se sídlem v Kraji Vysočina a zjištěnými ekonomickými údaji vykázalo za poslední rok ztrátu 17 % z nich⁶⁰). 6 subjektů, které uvedly žádný zisk nebo ztrátu, se přesto vyjádřilo, že svoji ekonomickou situaci považuje za uspokojivou. Naopak 5 subjektů se ziskem ji hodnotí jako špatnou.

⁶⁰ databáze Prospector, BizMachine s.r.o., 2025

Tab. 60. Výše podílu zisku na obrátu u respondentů z řad subjektů spadajících do KKO

Oblasti KKO	Žádný zisk nebo ztráta		do 5 %		5-20 %		20 % a více		Celkem odpovědí
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	1	9,1	5	45,5	2	18,2	3	27,3	11
Design	2	22,2	2	22,2	1	11,1	4	44,4	9
Knihy a tisk	1	14,3	3	42,9	0	0,0	3	42,9	7
Reklama	0	0,0	1	14,3	3	42,9	3	42,9	7
Scénické umění	1	25,0	2	50,0	1	25,0	0	0,0	4
Um. řemesla	3	11,5	7	26,9	5	19,2	11	42,3	26
Výtvarné umění	1	20,0	1	20,0	0	0,0	3	60,0	5
Ostatní	2	40,0	1	20,0	2	40,0	0	0,0	5
Celkem	11	14,9	22	29,7	14	18,9	27	36,5	74

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Následuje shrnutí hlavních závěrů vyplývajících z odpovědí na jednotlivé otázky, a to s důrazem na situaci ve vybraných oblastech KKO. Tři čtvrtiny respondentů **nikdy neslyšely** o KKO (90, tj. 74,4 %). Tento termín nebyl znám především subjektům z oblastí KKO „Výtvarné umění“, „Knihy a tisk“ a „Umělecká řemesla“. Průzkum prokázal spíše **regionální** než zahraniční **působnost** KKO: pouze minimální zlomek respondentů (4) uvedl, že působí i mimo evropské trhy, a to 2 umělečtí řemeslníci a po 1 podnikatelé z oblasti „Design“ a „Knihy a tisk“. Mimo ČR, ale v rámci Evropy vyvíjelo své aktivity 26 subjektů (přibližně pětina respondentů), a to polovina respondentů z oblasti „Hudba“ a více než třetina z oblastí „Knihy a tisk“ a „Umělecká řemesla“.

Téměř třetina respondentů podniká sice pouze v rámci ČR, ale i mimo Kraj Vysočina. Pouze na území kraje pak vykonávalo svoji činnost bezmála 45 % respondentů. Lze tedy shrnout, že subjekty působící v KKO jsou vázány spíše na domácí trh, i když právě schopnost některých kreativních činností sdělovat informace bez použití jazyka může lehce překonávat hranice států (např. výstupy grafického designu, architektury, reklamy, výtvarného umění, hudby apod.). Rozšiřování trhu působnosti místních a regionálních subjektů spadajících do KKO je tedy stále velkou výzvou a příležitostí pro rozvoj a lze mu dopomoci například posílením propagace.

Firmy a podnikatelé účastníci se šetření poskytovali své služby nebo prodávali své výrobky především domácnostem. Výjimku tvořily reklamní společnosti, které pracovaly především pro jiné firmy, a také subjekty z oblasti „Film a video“ a „Hudba“, jež produkovaly služby hlavně pro kulturní a veřejné subjekty. Dostí vyrovnaný byl poměr mezi klienty výtvarných umělců, kteří svá díla rovnoměrně dělili mezi domácnosti a firmy. Také pro designéry a architektky jsou hlavními klienty domácnosti, ale zatímco designéři nachází odbyt spíše mezi firmami než veřejnými nebo kulturními organizacemi, u architektů je tomu naopak. Více než ¾ uměleckých řemeslníků, vydavatelů a prodejců knih se rovněž zaměřuje především na domácnosti.

Tab. 61. Struktura klientely respondentů z řad subjektů spadajících do KKO

Oblasti KKO	Domácnosti		Firmy		Kulturní a veřejné subjekty		Celkem odpovědí
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	7	58,3	1	8,3	4	33,3	12
Design	7	58,3	3	25,0	2	16,7	12
Knihy a tisk	7	77,8	2	22,2	0	0,0	9
Reklama	0	0,0	7	100,0	0	0,0	7
Scénické umění	4	100,0	0	0,0	0	0,0	4
Umělecká řemesla	23	79,3	3	10,3	3	10,3	29
Výtvarné umění	4	57,1	3	42,9	0	0,0	7
Ostatní	1	20,0	1	20,0	3	60,0	5
Celkem	53	62,4	20	23,5	12	14,1	85

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Respondenti měli dle možností vyjádřit, v čem spatřují svůj **přínos pro rozvoj regionu**. Sesbíráno bylo 87 odpovědí, přičemž respondenti mohli zahrnout až 3 možnosti nebo formulovat odpověď vlastními slovy. Přestože se jednalo o podnikatelské subjekty, nejvíce z nich vidí svůj přínos pro rozvoj Kraje

Vysočina v oblasti zvyšování kulturní úrovně místních obyvatel (48, tj. 55,2 %). S výrazným odstupem následuje přínos ekonomický a přibližně stejný počet dotazovaných uvádí i přínos propagační, tedy v šíření povědomí o činnosti místních organizací nebo dobrého jména regionu (přes 30 % odpovědí). Méně než 20 subjektů pak vnímalo svůj přínos v oblasti vzdělanosti, práce či životního prostředí (pětina a méně). Z ostatních odpovědí zmiňovali respondenti uchovávaní a šíření tradic, historického odkazu či zvyšování kvality života.

Mezi svými **silnými stránkami** uváděli respondenti nejčastěji originalitu svých výrobků a návaznost na tradice (29 odpovědí, tj. 41 %), dále jejich kvalitu i kvalitu poskytovaných služeb (19), individuální přístup ke klientům (15) a také dlouholetou praxi a zkušenost s danou činností (10). Flexibilitu a také odborné znalosti v oboru považuje za svoji přednost 9 subjektů ze 71 odpovídajících. Žádný z respondentů nevyhodnotil jako svoji silnou stránku manažerské, marketingové nebo obecně podnikatelské schopnosti, které by zvyšovaly jeho konkurenceschopnost na trhu.

Následující tabulka zachycuje nejčastěji zmiňované **slabé stránky** subjektů působících v KKO. Nejvíce respondentů spatřuje slabé stránky v nízké finanční rezervě v rámci podnikání, jednalo se především o subjekty z oblasti KKO „Knihy a tisk“, dále více než třetina fotografů a také zástupci „Scénického umění“. Polovina z posledně zmiňovaných také pociťuje svoji slabou stránku v příliš vysokých nákladech, obdobně jako podnikatelé v KKO „Knihy a tisk“. Tuto slabinu vykazovala i třetina subjektů z „Výtvarného umění“. Téměř polovina uměleckých řemeslníků pak vnímá jako slabou stránku omezenou výrobní kapacitu a podobně na tom byla také třetina architektů účastnících se šetření.

Tab. 62. Nejčastěji uváděné slabé stránky subjektů spadajících do KKO

	nízká finanční rezerva		příliš vysoké náklady		omezená výrobní kapacita		celkem subjektů
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Architektura	4	22,2	2	11,1	6	33,3	18
Design	3	21,4	2	14,3	4	28,6	14
Knihy a tisk	6	54,5	5	45,5	0	0,0	11
Reklama	2	16,7	2	16,7	2	16,7	12
Scénické umění	2	33,3	3	50,0	0	0,0	6
Um. řemesla	11	26,8	8	19,5	18	43,9	41
Výtvarné umění	4	36,4	4	36,4	0	0,0	11
Ostatní	2	25,0	2	25,0	1	12,5	8
Celkem	34	28,1	28	23,1	31	25,6	121

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Kromě výše popsaných slabých stránek spatřovali respondenti svoje slabiny především v **nedostatečné propagaci**, na jejíž zintenzivnění mají sami málo času, či neschopnost přesvědčit potenciální klienty o výhodnosti využití produkovaných služeb, což rovněž může souviset s nízkou úrovní propagace. Mezery pociťují také ve vzdělání v oblasti propagace a marketingu, přičemž o vhodných kurzech vědí, ale jsou pro ně finančně nedostupné.

Stěžejní otázka dotazníkového šetření směřovala ke zjištění nejvýznamnějších **překážek rozvoje** v letech 2021 – 2023, a to z několika hledisek: poptávky po výrobcích a službách, finančních zdrojů, kvalifikované pracovní síly, dostupných prostor pro podnikání, dostatku informací a kvality infrastruktury v kraji. Průzkum neprokázal existenci významných překážek s výjimkou růstu cen, resp. **vysokých cen energií a dalších vstupů**, které téměř ¾ respondentů označila jako překážku rozvoje v nedávné minulosti. Negativní dopad měly vysoké ceny na všechna zastoupená KKO s výjimkou „Architektury“ a „Designu“. Jako 2. nejpalčivější problém vzešla z průzkumu pandemie **COVID-19**, kterou jako největší bariéru rozvoje v předchozích letech uvedlo 62 % respondentů a nejvíce se dotkla oblastí KKO „Výtvarné umění“, „Scénické umění“ a „Reklama“. Problém s pandemií neměli opět pouze architekti a designéři. Zástupci posledně uvedeného KKO v zásadě nevidí překážky rozvoje v ničem a architekti upozornili pouze na stávající **legislativu a nedostupnost kvalifikovaných a/nebo talentovaných pracovníků**.

Kromě vysokých cen energií a vstupů a pandemie COVID-19 spatřují respondenti z řad zástupců oblastí KKO „Knihy a tisk“ problém dalšího rozvoje také v **obtížně dostupné přímé veřejné podpoře**, na které je jejich práce často velmi závislá. Podobnou zkušenost mají i představitelé „Uměleckých řemesel“ a „Scénického umění“, kteří navíc bojují také s **nejistou nebo slabou poptávkou po výrobcích či službách na trhu**, stejně jako respondenti z oblasti KKO „Reklama“. Z jednotlivých odpovědí rovněž vyplývá povědomí respondentů o tom, že služby, které poskytují, patří z hlediska uspokojování potřeb domácností i firem mezi ty zbytné. Klienti se bez nich mohou v případě finančních krizí obejít nebo je odsouvají až na poslední místo. Přitom např. v případě reklamy je tento postup značně kontraproduktivní. Dále lze uvést komentáře respondentů, které alespoň určitým způsobem souvisely s kompetencemi Kraje Vysočina:

- *Ze strany státu/kraje nevidím a nevnímám podporu starých řemesel (vytvořit prostory a vybavit je, je téměř nerealné, o učení a nákladech zaměstnanců nemluvě – ze školy toho moc neumí a v provozu to trvá roky, než začnou být samostatní). V porovnání s jinými zeměmi na tom v tomto nejsme dobře.*
- *Amatérský pěvecký sbor – naši činnost nikdo nepodporuje. Obec nám zamítla jakákoliv příspěvek na činnost. Děláme vše zdarma s láskou k hudbě.*
- *Neochota veřejné správy platit za kvalitu.*
- *Podpora výstav začínajících umělců – kreativní a lepší vizualizace, motivace vůbec něco dělat. Tisky stojí velké množství peněz a zajímavé prostory jsou těžko dostupné a musí se také platit pronájem.*
- *Rostoucí poplatky z prodeje keramiky na výběrových řemeslných trzích.*
- *Umělecký kovář – dosažitelný dotační program pro modernizaci výroby, výměnu zastaralých strojů.*

S překážkami rozvoje interního charakteru často souvisí nedostatek finančních prostředků na investice. Pokud respondenti v minulých letech **investovali**, směřovaly peníze především do strojů a vybavení, avšak investice realizovala pouze polovina dotazovaných. Ještě o něco méně z nich zafinancovalo nákup výpočetní techniky a softwaru a necelé dvě pětiny vložily finanční prostředky do inovací produktů, služeb a procesů (vč. designu), což lze z dlouhodobého hlediska považovat za nejlépe vynaložené prostředky. Omezení investic v předchozích letech mohlo souviset s nejistotami způsobenými globální ekonomickou i geopolitickou situací, která vedla ke snížení spotřeby a navýšení úspor jak u obyvatelstva, tak u ekonomických subjektů.

Tab. 63a. Struktura výdajů na investice respondentů spadajících do KKO

KKO	stroje a vybavení		VT a SW		licence		celkem	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Architektura	1	9,1	10	90,9	7	63,6	11	14,1
Design	3	30,0	4	40,0	2	20,0	10	12,8
Knihy a tisk	4	50,0	3	37,5	2	25,0	8	10,3
Reklama	5	71,4	4	57,1	2	28,6	7	9,0
Scénické umění	1	25,0	2	50,0	0	0,0	4	5,1
Um. řemesla	21	77,8	5	18,5	0	0,0	27	34,6
Výtvarné umění	3	50,0	4	66,7	2	33,3	6	7,7
Ostatní	1	20,0	4	80,0	2	40,0	5	6,4
Celkem	39	50,0	36	46,2	17	21,8	78	100,0

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Investice do strojů a zařízení preferovaly především subjekty z oblastí KKO „Umělecká řemesla“ a „Reklama“, výpočetní techniku a software nakoupila většina respondentů z oblastí „Architektura“, „Film a video“ a „Hudba“ a také dvě třetiny výtvarných umělců, kteří investovali obdobným způsobem do inovací produktů, služeb a procesů (vč. designu). Tři čtvrtiny organizací spadajících do „Scénického umění“ vložily své finanční prostředky do vyhledávání nových trhů a zákazníků, např. do průzkumu trhů a reklamy, což se odvíjelo od nedostatku pracovních příležitostí během vládních omezení v době pandemie COVID-19. Za povšimnutí stojí ještě vysoký podíl architektů investujících do nákupu licencí (téměř dvě třetiny z nich).

Tab. 63b. Struktura výdajů na investice respondentů spadajících do KKO

KKO	rozvoj dovedností pracovníků či managementu		inovace produktů, služeb či procesů		vyhledávání nových trhů a zákazníků		celkem	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Architektura	4	36,4	4	36,4	1	9,1	11	14,1
Design	2	20,0	4	40,0	2	20,0	10	12,8
Knihy a tisk	2	25,0	4	50,0	4	50,0	8	10,3
Reklama	2	28,6	0	0,0	2	28,6	7	9,0
Scénické umění	1	25,0	1	25,0	3	75,0	4	5,1
Um. řemesla	6	22,2	13	48,1	5	18,5	27	34,6
Výtvarné umění	1	16,7	4	66,7	3	50,0	6	7,7
Ostatní	2	40,0	0	0,0	0	0,0	5	6,4
Celkem	20	25,6	30	38,5	20	25,6	78	100,0

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Další otázky se týkaly **pracovní síly**. Ze 76 respondentů odpovídajících na tento dotaz však absolutní většina zaměstnance v předchozím roce nehledala (51, tj. 67,1 %) a z těch, kteří měli zájem nové pracovníky přijmout, jich problémy s nalezením vhodných zaměstnanců mělo 15, tj. 60 %. Jednalo se především o subjekty z oblasti KKO „Umělecká řemesla“ a „Architektura“ a konkrétními postrádanými profesemi byli řemeslníci (sklář, kovář, truhlář, brašnář) a stavební projektanti, s nimiž architekti často spolupracují v rámci jakýchkoliv stavebních zakázek (rodinné či bytové domy).

Šetření dále zjišťovalo aktivity respondentů při navazování **partnerství** s jinými subjekty spadajícími do KKO, které zachycuje následující tabulka. 78 respondentů vytvořilo v minulosti 103 partnerství s jiným subjektem z KKO. Nejintenzivněji uzavíraly partnerství subjekty z oblasti „Film a video“, „Hudba“ a „Knihy a tisk“, a to s protějšky působícími ve stejné oblasti KKO, s výjimkou oblasti „Film a video“, která se nespecifikovala na žádnou oblast KKO. Tento trend, tedy navazování **partnerství se subjekty ze stejné oblasti KKO**, byl charakteristický pro většinu subjektů KKO s výjimkou „Designu“, který vykazoval určité vztahy také se subjekty z oblasti „Umělecká řemesla“ a „Architektura“. Bez specifikace na konkrétní oblast KKO při navazování partnerství se obešla také oblast KKO „Scénické umění“. Téměř s nikým nenavazovali partnerské vztahy výtvarní umělci, resp. fotografové, a také oblast „Umělecká řemesla“ jevila nižší intenzitu v navazování partnerství v rámci KKO.

Tab.64a. Struktura partnerů z hlediska oblastí KKO (zvýrazněna nejčtenější partnerství)

KKO/KKO partnera	Umělecká řemesla		Reklama		Architektura		Knihy a tisk	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Architektura	2	18,2	0	0,0	7	63,6	0	0,0
Design	4	40,0	3	30,0	4	40,0	1	10,0
Film a video	1	50,0	1	50,0	0	0,0	1	50,0
Hudba	1	33,3	2	66,7	0	0,0	1	33,3
Knihy a tisk	0	0,0	4	50,0	0	0,0	7	87,5
Reklama	1	14,3	6	85,7	0	0,0	1	14,3
Scénické umění	1	25,0	1	25,0	1	25,0	1	25,0
Um. řemesla	11	40,7	1	3,7	3	11,1	2	7,4
Výtvarné umění	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	16,7
Celkem	21	26,9	18	23,1	15	19,2	15	19,2

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Tab. 64b. Struktura partnerů z hlediska oblastí KKO (zvýrazněna nejčtenější partnerství)

KKO/KKO partnera	Hudba		Design		Výtvarné um.		Celkový počet		
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	partnerství	respond.	poměr*
Archit.	0	0,0	3	27,3	1	9,1	13	11	118,2
Design	1	10,0	2	20,0	0	0,0	15	10	150,0
Film a video	1	50,0	1	50,0	1	50,0	6	2	300,0
Hudba	2	66,7	0	0,0	1	33,3	7	3	233,3
Knihy a tisk	2	25,0	2	25,0	2	25,0	17	8	212,5
Reklama	2	28,6	1	14,3	0	0,0	11	7	157,1
Scénické um.	2	50,0	0	0,0	1	25,0	7	4	175,0
Um. řemesla	2	7,4	2	7,4	4	14,8	25	27	92,6
Výtvarné um.	0	0,0	0	0,0	1	16,7	2	6	33,3
Celkem	12	15,4	11	14,1	11	14,1	103	78	132,1

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

*poměr počtu uvedených partnerství a počtu respondentů (byla možnost uvést více partnerství)

Konkrétní způsob **motivace** k navazování partnerství uvedly téměř dvě pětiny respondentů. Partnerství bylo na jedné straně chápáno jako běžná podnikatelská spolupráce za účelem zisku, ale větší počet respondentů zmiňoval jako důvod spolupráce s jinými subjekty také snahu o inovaci vlastní činnosti, zajištění nabídky komplexnějších služeb, hledání nových směrů rozvoje a také sdílení zkušeností, novou inspiraci a oboustranný přínos.

Pouze zanedbatelná část respondentů přiznala, že v posledních 3 letech získala nějaké **veřejné prostředky** na svoji kulturní či kreativní činnost (9 ze 76, tj. 11,8 %). Šlo o dotace na vlastní činnost, na technické vybavení a školení. Spíše pasivní přístup umělců a kreativců k dotacím se potvrdil i v rámci následného šetření formou řízených rozhovorů, kdy se respondenti vyjadřovali v zásadě negativně již k samotné existenci dotačního systému. Na druhou stranu respondenti kvitovali finanční kompenzace státu pro podnikatele v době vládních omezení v průběhu pandemie COVID-19, tedy v krizové situaci.

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo získat názory respondentů na možné **způsoby podpory**, které by jim ulehčily podnikání a vedly k rozvoji jejich činnosti. Respondentům bylo nabídnuto 7 oblastí možné podpory a v rámci nich 13 konkrétních forem a vyjádřilo se k nim celkem 78 respondentů. Podporu by uvítali především v oblasti **propagace**, a to jak zviditelnění celého sektoru KKO, tak i konkrétních subjektů. Z forem podpory preferovali respondenti dotace na vytvoření moderních webových stránek, ale také vytvoření webové platformy, na které by bylo možné vyhledávat potenciální partnery, dodavatele či klienty, o nichž by se zároveň na stejném místě a rychle daly zjistit potřebné informace k ověření jejich spolehlivosti či solventnosti.

Na tomto místě je současně vhodné uvést skutečnost zjištěnou více než ročním mapováním subjektů působících v Kraji Vysočina v KKO. Velmi často docházelo k tomu, že webové stránky prověřovaných subjektů byly zastaralé, neprofesionální, neaktualizované nebo vůbec neexistovaly: z téměř 2,4 tis. subjektů, které byly mapováním vyhodnoceny jako spadající do KKO, jich více než 900, tj. téměř 40 %, nemělo vlastní webové stránky či profil na sociálních sítích ani na oborových platformách. Žádná informace ani kontakt nebyly na internetu dohledatelné ani o srovnatelném počtu subjektů, které mohly (jak je uvedeno výše) teoreticky spadat do oblasti KKO „Umělecká řemesla“. V rámci řízených rozhovorů bylo navíc zjištěno, že webové stránky považují respondenti za důležité pro své podnikání pouze výjimečně. Důvodem může být, že jsou např. dostatečně známí a nové klienty touto cestou nevyhledávají, získávají je doporučením od svých stávajících zákazníků a/nebo mají své kapacity zcela naplněny. Většina respondentů spíše uváděla, že na aktualizaci či tvorbu webu vlastními silami nemá čas a pomoc uvítala by pomoc profesionálů.

Následující tabulka byla sestavena na základě obodování odpovědí, zjištění rozdílového skóre mezi kladnými a zápornými odpověďmi a seřazením podle výsledného počtu bodů. Uvedeny jsou však přesné podíly kladných a záporných odpovědí na všech odpovědích celkem.

Tab. 65. Preferované způsoby podpory ze strany respondentů z řad firem a OSVČ spadajících do KKO

Poř.	Druh podpory	Rozhodně nevyužil/a		Spíše nevyužil/a		Spíše využil/a		Rozhodně využil/a	
		abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
1.	Zviditelnění odvětví KKO	10	12,8	17	21,8	23	29,5	28	35,9
2.	Dotace na vytvoření moderních webových stránek	15	19,2	13	16,7	16	20,5	34	43,6
3.	Zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace	13	16,7	14	17,9	26	33,3	25	32,1
4.	Podpora propagace konkrétních subjektů z oblastí KKO	13	16,7	15	19,2	27	34,6	23	29,5
5.	Dotace na provozní náklady (energie)	12	15,4	18	23,1	22	28,2	26	33,3
6.	Technologické vybavení	17	21,8	13	16,7	20	25,6	28	35,9
	o modernizace hardware	19	24,4	19	24,4	16	20,5	24	30,8
	o modernizace strojů a zařízení	17	21,8	22	28,2	13	16,7	26	33,3
	o modernizace software	21	26,9	17	21,8	16	20,5	24	30,8
7.	Rozvoj kompetencí (vzdělávací kurzy vč. zahraničních)	15	19,2	14	17,9	34	43,6	15	19,2
8.	Rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.	12	15,4	20	25,6	24	30,8	22	28,2
9.	Síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami	13	16,7	20	25,6	26	33,3	19	24,4
10.	Pořádání soutěží, výstav, jarmarků a jejich propagace	14	17,9	23	29,5	20	25,6	21	26,9

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

2. skupinu významně preferovaných forem možné podpory tvoří dotace na **provozní náklady**, především na energie, a technologické vybavení, zejména na pořízení hardwaru, softwaru či strojů a zařízení. Provozní náklady nicméně mohly z šetření vyplynout jako potřebné z hlediska určitých kompenzací z důvodu jejich skokového, ale přechodného zdražení v minulých letech. Vzhledem k vývoji situace na trhu, který se v současnosti vyznačuje spíše poklesem tarifů, by se provozní náklady v budoucnu nemusely jevit jako zásadní problém. Oproti nim technické vybavení je na v oblastech KKO velmi důležitým nástrojem pro růst či udržení konkurenceschopnosti, neboť stále vznikají nové vylepšené verze softwaru, rychlejší procesory i nové aplikace specializované na určité úzce vymezené činnosti využitelné právě v KKO. V těch je potřeba se orientovat a jejich pořízení může být finančně náročné, stejně tak i průběžné vzdělávání nezbytné pro jejich využití v praxi. Téměř dvě třetiny respondentů by uvítaly také podporu rozvoje svých kompetencí prostřednictvím vzdělávacích kurzů, včetně zahraničních. Z poznámek respondentů vyplynulo, že o relevantních kurzech mají povědomí, ale jsou pro ně cenově nedostupné.

3. skupinou forem podpory, které respondenti vnímají jako důležité, představuje rozvoj **spolupráce, síťování a vzájemné propojování**, např. v rámci podnikatelských klubů, ale také spolupráce s profesionálními umělci či kreativci. V Kraji Vysočina existuje např. neformální uskupení podnikatelek (Podnikavé ženy z Vysočiny⁶¹), které sdružuje přibližně 300 členek a nabízí jim setkávání na odborných

⁶¹ <https://www.facebook.com/podnikavezenyzyvysoctiny>

přednáškách k tématu podnikání, kde mohou i sami sdílet své zkušenosti, navazovat vztahy s novými potenciálními klienty či obchodními partnery, předávat si kontakty apod. Obdobnou funkci plní rovněž tzv. networkingové kluby BforB (Business for Breakfast⁶²), v nichž mají podnikatelé příležitost získávat nové kontakty, doporučení na nové zákazníky a partnery, aktuální informace z různých oborů na trhu a cenné zkušenosti od ostatních podnikatelů. V některých případech i sami kreativci poskytují své prostory svým partnerům a spolupracovníkům pro výkon či rozvoj jejich činnosti, neboť i náhled do činnosti profesionála z jiné oblasti jejich vlastní podnikání obohacuje.⁶³ Platformy tohoto typu vzniklé z vlastní iniciativy umělců či kreativců působících v regionu by tedy bylo důležité rozvíjet a případně je v roli partnerů přizvat ke komunikaci při formování politiky rozvoje KKO či hledání vhodných nástrojů jejich podpory.

Až na výjimky neprojevovali respondenti šetření zájem o aktivity, které by jim mohly pomoci prosadit se v **zahraničí**, jako např. propagace na zahraničních webech, veletrzích a jiných akcích (tyto formy podpory preferuje pouze oblast KKO „Umělecká řemesla“), dotace na prezentaci činnosti v jiných jazycích (zmiňuje jen oblast KKO „Reklama“) nebo na pořízení zahraničních webových domén (netýká se oblasti KKO „Výtvarné umění“). Subjekty v Kraji Vysočina ani nepociťují nedostatek vhodných prostor pro svoji činnost, jako jsou ateliéry, dílny, coworkingová centra apod., a jako formu podpory by nevyužily ani zvýhodněné nájmy nebo možnost prezentovat svá díla, výrobky či služby na veřejných plochách (s výjimkou oblasti KKO „Výtvarné umění“, která toto preferuje).

Následující tabulka zachycuje nejčteněji uváděné, resp. preferované druhy podpory u 7 oblastí KKO zastoupených větším počtem subjektů. 4 z nich by nejvíce uvítaly především dotace na provozní náklady. Umělcům z oblasti „Výtvarného umění“ by se hodila podpora téměř jakákoliv, na opačném konci spektra pak stojí designéři, kteří zmínili pouze 2 formy podpory.

Tab. 66. Přehled preferovaných forem podpory podle oblastí KKO

Architektura	Design	Knihy a tisk	Reklama	Scénické umění	Umělecká řemesla	Výtvarné umění
modernizace software	dotace na provozní náklady (energie)	dotace na provozní náklady (energie)	modernizace hardware	dotace na provozní náklady (energie)	zviditelnění odvětví KKO	dotace na provozní náklady (energie)
rozvoj kompetencí (vzdělávací kurzy vč. zahraničních)	dotace na vytvoření moderních webových stránek	pořádání soutěží, výstav, jarmarků a jejich propagace	dotace na vytvoření moderních webových stránek	technologické vybavení	podpora propagace konkrétních subjektů z oblastí KKO	podpora propagace konkrétních subjektů z oblastí KKO
zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace		dotace na vytvoření moderních webových stránek	technologické vybavení	dotace na vytvoření moderních webových stránek	propagace na zahraničních webech, veletrzích a jiných akcích	dotace na vytvoření moderních webových stránek
rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.		zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace	modernizace software	modernizace hardware	dotace na vytvoření moderních webových stránek	síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami
technologické vybavení		propagace na zahraničních webech, veletrzích a jiných akcích	modernizace strojů a zařízení	zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace	modernizace strojů a zařízení	zviditelnění odvětví KKO

⁶² <https://www.bforb.cz/kluby/bforb-vysocina>

⁶³ viz podcast Jitky Nagelové „Halíře dělají talíře“, dostupné na <https://www.haliredelajitalire.net/>

pokračování

Architektura	Design	Knihy a tisk	Reklama	Scénické umění	Umělecká řemesla	Výtvarné umění
modernizace hardware		zviditelnění odvětví KKO	rozvoj kompetencí (vzdělávací kurzy vč. zahraničních)		zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace	pořádání soutěží, výstav, jarmarků a jejich propagace
zviditelnění odvětví KKO		podpora propagace konkrétních subjektů z oblastí KKO	dotace na provozní náklady (energie)		pořádání soutěží, výstav, jarmarků a jejich propagace	rozvoj kompetencí (vzdělávací kurzy vč. zahraničních)
síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami		podpora při využití veřejných ploch	podpora propagace konkrétních subjektů z oblastí KKO		rozvoj kompetencí (vzdělávací kurzy vč. zahraničních)	rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.
		technologické vybavení	dotace na prezentaci činnosti v jiných jazycích		rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.	zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace
		modernizace software	zvýšení dostupnosti kvalitního internetového připojení		síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami	podpora při využití veřejných ploch
		síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami	zviditelnění odvětví KKO		dotace na provozní náklady (energie)	dostupné prostory (dílny, ateliéry, umělecké inkubátory, coworkingová centra, showroomy aj.)
		rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.	síťování a propojování s kreativními profesionály a profesionálkami			zvýhodněné pronájmy
		modernizace hardware	rozvoj spolupráce mezi kreativci na konkrétních aktivitách, v rámci oborových uskupení v oblasti KKO apod.			technologické vybavení
			zřízení a provoz společné webové platformy – tržiště, nové informace			propagace na zahraničních webech, veletrzích a jiných akcích a další

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Z dalších forem podpory, které mohli respondenti sami formulovat, v odpovědích zaznívaly např. finanční příspěvky mladým a začínajícím umělcům na výstavy, dále příspěvky na inovaci umělecké činnosti včetně využití služeb profesionálů nebo také na modernizaci prostor a vybavení pro výrobu či poskytování služeb.

Respondenti byli také dotazováni na to, jak vidí svůj **vývoj v následujících 12 měsících** z různých hledisek. Odpovědi byly v zásadě pozitivně laděné. Zásadním změnám celkové ekonomické situace by v roce 2025 neměla čelit absolutní většina respondentů (55 %), příznivý vývoj očekávají téměř dvě pětiny a pouze necelá desetina se obává vývoje negativního. Pozitivní pohled na blízkou budoucnost uvedlo i 10 subjektů (více než třetina), které na následující otázku odpovědělo, že jejich zisk je nulový nebo se propadly do ztráty. Z hlediska jednotlivých oblastí KKO jsou nejpesimističtější subjekty spadající do KKO „Scénické umění“, z nichž negativní vývoj předpokládá čtvrtina, nicméně zbytek se do budoucna dívá pozitivně, tedy obdobně vysoké procento jako v případě oblasti KKO „Reklama“ (75 %). Stabilně se z pohledu respondentů jeví situace v oblasti KKO „Knihy a tisk“, což je příznivé zjištění ve srovnání s celorepublikovým trendem poklesu příjmů i zaměstnanosti v tomto odvětví, o němž pojednává jedna z předchozích kapitol.

Podnikatelé v KKO vnímají pozitivně především vývoj v oblasti **získávání nových klientů** (44 %, nadpoloviční většina respondentů z KKO „Výtvarné umění“ a „Umělecká řemesla“) a obdobná je situace také v případě **zvyšování poptávky** po výrobcích a službách (více než dvě pětiny pozitivních odpovědí oproti desetině negativních). Změny v počtech zaměstnanců očekává pouze desetina respondentů, ale třetina z celkového počtu 75 počítá se zvyšováním kvalifikace svých pracovníků (především ti v KKO „Výtvarné umění“, „Film a video“ a „Hudba“).

Tab. 67. Podíl subjektů očekávajících pozitivní vývoj v roce 2025 z hlediska jednotlivých oblastí KKO a uvedených faktorů ovlivňujících podnikání

Oblasti KKO/ prognóza	Celková ekonom. situace	Poptávka po výrob. a/nebo službách	Získávání nových klientů	Počet zaměstnanců	Kvalifikační úroveň zaměstnanců	Celkem
Architektura	27,3	9,1	9,1	27,3	45,5	11
Design	33,3	33,3	44,4	0,0	33,3	9
Knihy a tisk	12,5	37,5	37,5	0,0	0,0	8
Reklama	71,4	28,6	42,9	14,3	42,9	7
Scénické um.	75,0	25,0	25,0	25,0	50,0	4
Um. řemesla	38,5	57,7	57,7	11,5	23,1	26
Výtvarné um.	20,0	60,0	60,0	0,0	60,0	5
Ostatní*	40,0	60,0	60,0	0,0	60,0	5
Celkem	37,3	41,3	44,0	10,7	33,3	75

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

II.2.5.2. Dotazníkové šetření spolků

Dotazníkové šetření mezi spolky proběhlo v září 2024. Osloveno bylo celkem 240 subjektů ze 6 oblastí KKO, alespoň částečně vyplněno se vrátilo 42 dotazníků z 5 oblastí (návratnost 17,5 %, tedy o něco vyšší než v případě firem a OSVČ). Následující tabulky obsahují základní analýzu respondentů dle oblastí KKO, velikostní kategorie, územního zastoupení v SO ORP a návratnosti dotazníků.

Tab. 68. Struktura respondentů podle převažující oblasti KKO a návratnost dotazníků

Oblasti KKO	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Film a video	1	2,4	3	33,3
Knihy a tisk	1	2,4	2	50,0
Kulturní dědictví	9	21,4	90	10,0
Scénické umění	29	69,0	119	24,4
Umělecké vzdělávání	2	4,8	22	9,1
Výtvarné umění	0	0,0	4	0,0
Celkový součet	42	100,0	240	17,5

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Spolky spadaly především do oblasti KKO „Scénické umění“, neboť šlo často o organizace podporující společenský život v obcích, kde sídlí, formou pořádání kulturních akcí. Dotazník se vrátil téměř od čtvrtiny těchto organizací. Vyšší byl i podíl spolků spadajících do oblasti KKO „Kulturní dědictví“, kam byly řazeny ty organizace, které dbaly o udržitelnost místních tradic a pečovaly o kulturní hodnoty především nemovitého charakteru. 2 dotazníky se vrátily od spolků zaměřených na umělecké vzdělávání a po 1 z oblastí „Film a video“ a „Knihy a tisk“; všechny 3 tyto oblasti jsou v další analýze řazeny pod skupinu „Ostatní“.

S uváděním počtu zaměstnanců do RES je u spolků ještě větší problém než v případě soukromých podnikatelů. Pouze 2 respondenti měli údaj o počet zaměstnanců v registru uveden, 2 byli bez zaměstnanců a zbývajících 38 kategorií neuvedlo. Ve skutečnosti však většina spolků žádnými zaměstnanci nedisponuje a potřebné činnosti zajišťuje skrze své členy.

Tab. 69. Struktura respondentů podle velikostní kategorie a jejich návratnost

Oblasti KKO	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Bez zaměstnanců	2	4,8	8	25,0
1 – 5 zaměstnanců	1	2,4	28	3,6
6 – 9 zaměstnanců	0	0,0	4	0,0
10 a více zaměstnanců	1	2,4	5	20,0
Neuvedeno	38	90,4	195	19,4
Celkový součet	42	100,0	240	17,5

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

S výjimkou 3 SO ORP byly všechny územní celky zastoupeny alespoň jedním spolkem, přičemž nadprůměrná návratnost z větších SO ORP byla pouze v případě Havlíčkova Brodu. Oblast „Kulturního dědictví“ byla zastoupena v 5 SO ORP, oblast KKO „Scénické umění“ pak v 10 SO ORP (bez Chotěboře a Žďáru nad Sázavou) a ostatní oblasti KKO pak pouze ve 4 SO ORP.

Tab. 70. Struktura respondentů podle lokalizace v SO ORP

SO ORP	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost
Bystřice nad Pernštejnem	3	7,1	8	37,5
Havlíčkův Brod	7	16,7	24	29,2
Humpolec	2	4,8	4	50,0
Chotěboř	1	2,4	12	8,3
Jihlava	9	21,4	56	16,1
Moravské Budějovice	4	9,5	14	28,6
Náměšť nad Oslavou	0	0,0	6	0,0
Nové Město na Moravě	0	0,0	3	0,0
Pacov	1	2,4	6	16,7
Pelhřimov	4	9,5	24	16,7
Světlá nad Sázavou	2	4,8	4	50,0
Telč	3	7,1	12	25,0
Třebíč	5	11,9	37	13,5
Velké Meziříčí	0	0,0	8	0,0
Žďár nad Sázavou	1	2,4	22	4,5
Celkový součet	42	100,0	240	17,5

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Tab. 71. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a lokalizace v SO ORP

SO ORP	Kult. dědictví		Scénické umění		Ostatní		Celkem	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Bystřice n. Pernštejnem	0	0,0	3	100,0	0	0,0	3	7,1
Havlíčkův Brod	3	42,9	4	57,1	0	0,0	7	16,7
Humpolec	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	4,8
Chotěboř	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	2,4
Jihlava	1	11,1	7	77,8	1	11,1	9	21,4
Moravské Budějovice	2	50,0	2	50,0	0	0,0	4	9,5
Pacov	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	2,4
Pelhřimov	0	0,0	3	75,0	1	25,0	4	9,5
Světlá nad Sázavou	0	0,0	1	50,0	1	50,0	2	4,8
Telč	1	33,3	2	66,7	0	0,0	3	7,1
Třebíč	1	20,0	4	80,0	0	0,0	5	11,9
Žďár nad Sázavou	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4
Celkem	9	21,4	29	69,0	4	9,5	42	100,0

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Největší počet spolků spadl do velikostní kategorie 10 - 49 členů (18, tj. 42,9 %). Více než 100 členy se mohlo pochlubit 7 spolků, např. Studentský klub Bystřicko, Historický radioklub československý nebo Společnost Otokara Březiny. Přesný počet členů udaly všechny spolky. Do dotazníkového šetření se zapojily spolky s celkovým počtem členů překračujícím hranici 2 tis., průměrně tedy na jeden spolek připadalo téměř 50 členů. Menší spolky působily v oblasti „Scénické umění“ (36 členů), větší v oblasti „Kulturní dědictví“ (78 členů) i v „ostatních“ oblastech (80 členů).

Tab. 72. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a počtu členů včetně velikostní kategorie

Oblasti KKO	Počet členů	Velikostní kategorie (počet členů)				Celkem	Průměr
		méně než 10	10 až 49	50 až 99	100 a více		
Kulturní dědictví	702	0	6	1	2	9	78,0
Scénické umění	1 052	11	12	3	3	29	36,3
Ostatní	319	2	0	0	2	4	79,8
Celkem	2 073	13	18	4	7	42	49,4

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Většina dotazovaných spolků nezaznamenala v předchozích letech významné změny ve velikosti členské základny. Přibližně stejná zůstala v případě téměř dvou třetin respondentů, u 9 subjektů se snížila (více než pětina) a u 6 zvýšila (14,3 %). Snížení zaznamenala zhruba polovina všech spolků pečující o kulturní dědictví, ale pouze necelá pětina těch věnujících se „Scénickému umění“. To může naznačovat snižující se zájem o péči o místní památky ze strany mladších ročníků, související také s generační obměnou členů spolků, resp. nedostatečným omlazováním členské základny.

Tab. 73. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a vývoje počtu členů v posledních 3 letech

Oblast KKO	Snížila	Zůstala zhruba stejná	Zvýšila	Celkový součet
Kulturní dědictví	4	2	3	9
Scénické umění	5	22	2	29
Ostatní	0	3	1	4
Celkem	9	27	6	42

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Význam akcí pořádaných v rámci své činnosti hodnotí respondenti především jako regionální, neboť účastníci akcí pochází i z širšího okolí místa konání akce (40,4 % subjektů). Celkem 14 respondentů realizuje i akce nadregionálního významu s diváky přijíždějícími z celé ČR (třetina subjektů). 8 účastníků šetření organizuje výhradně lokální akce, kterých se účastní převážně diváci z vlastní obce/města a blízkého okolí (pětina) a pouze 3 aktivity pořádané respondenty mají i mezinárodní charakter, neboť je ve značné míře navštěvuje i zahraniční publikum.

Kromě již zmiňovaného velkého spolku – Společnosti Otokara Březiny, který sídlí v Jaroměřicích nad Rokytnou, provozuje zde muzeum O. Březiny a pořádá přednášky, výstavy i koncerty s mezinárodní účastí, lze mezi spolky s mezinárodním dopadem jmenovat i Společenstvo Libertas. Tento spolek patří ke škole evropských bojových umění PARIDON a věnuje se rekonstrukcím evropských bojových umění, jako je šerm dlouhým mečem, rapírem, rapírem a dýkou, tesákem, tyčovými zbraněmi (kopí, halapartna) aj. Sídlí v Trnavě nedaleko Třebíče. Velmi aktivní je především o letních prázdninách „NEPŘÍZPŮSOBIVÍ – spolek pro umění, kulturu, filosofii a pomoc menšinám“, který v areálu Brázdův mlýn, resp. Skalákův mlýn nebo také v tzv. „Parku kultury a voddechu pro nepřízpůsobivé“ v obci Meziříčko nedaleko Želetavy pořádá letní víkendová setkání příznivců undergroundové kultury všeho druhu. Na tato setkání přijíždí i hosté ze zahraničí, především z Rakouska, a to v řádu i několika tisíc. Celý kulturní areál je tvořen komplexem budov v podobě repliky tvrze přebudované z objektu bývalého mlýna na řece Želetavce. V prostorách tvrze se nachází čajovna, antikvariát, kaple a ubytovna.

Tab. 74. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a významu pořádaných akcí

Oblast KKO	Pouze lokální význam	Regionální význam	Nadregionální význam	Mezinárodní	Celkem
Kulturní dědictví	2	2	4	1	9
Scénické umění	4	13	10	2	29
Ostatní	2	2	0	0	4
Celkem	8	17	14	3	42

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Struktura podle počtu pořádaných akcí je vcelku vyrovnaná. Respondenti za rok pořádají nejčastěji 5 až 10 akcí (40 % respondentů), 13 respondentů méně než 5 akcí a 12 více než 10 akcí (30 %), přičemž se jedná především o akce s počtem účastníků mezi 100 až 500 (23 subjektů, tj. nadpoloviční většina). Velkých akcí nad 500 účastníků registrují spolky pouze 6, a to až na 1 v oblasti „Scénického umění“. Akce nad 1 000 účastníků uvedly 3 subjekty: kromě výše zmiňovaných festivalů v Meziříčku jde o Jihlavský havířský průvod, spojený s nehmotným kulturním dědictvím v kraji, a o festival kovářského umění Brtnické kovadliny konaný na zámku v Brtnici, který v roce 2024 oslavil již 13. výročí. Festival cílí i na mladé adepty uměleckého kovářství, kteří zde získávají ocenění.

Tab. 75. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a počtu realizovaných akcí za rok

Oblast KKO	Méně než 5x	5x až 10x	Více než 10x	Celkem
Kulturní dědictví	2	4	3	9
Scénické umění	10	10	8	28
Ostatní	1	2	1	4
Celkem	13	16	12	41

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Tab. 76. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a průměrné velikosti realizovaných akcí

Oblast KKO	Méně než 100	100 až 500	500 až 1 000	Více než 1 000	Celkem
Kulturní dědictví	4	4	1	0	9
Scénické umění	5	18	2	3	28
Ostatní	3	1	0	0	4
Celkem	12	23	3	3	41

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Při organizaci akcí využívají spolky převážně své členy (v 90 % případů), ale často jim vypomáhají i dobrovolníci (v nadpoloviční většině akcí). Jiné místní spolky ani externí firmy zpravidla nejsou do organizace zapojovány; pokud ano, tak při pořádání aktivit spolků spadajících do oblasti KKO „Scénické umění“ (ve více než třetině případů).

Tab. 77. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a spolupráci při realizovaných akcích (možných více odpovědí)

Oblast KKO	Členové vlastní organizace	Dobrovolníci	Jiný místní spolek	Externí firma	Celkový součet
Kulturní dědictví	9	3	0	1	9
Scénické umění	25	18	4	8	29
Ostatní	4	3	1	0	4
Celkem	38	24	5	9	42

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Za největší **překážku rozvoje** v letech 2021 - 2023 považovaly spolky jednoznačně nedostatek finančních prostředků (problém u 28 respondentů, tzn. dvou třetin), dále dopady pandemie COVID-19 (62 %, kromě oblasti KKO „Kulturní dědictví“) a růst cen vstupů a energií (55 %). Nedostatek osob ochotných vykonávat činnost spolku (členové, zaměstnanci) uvedli pouze respondenti z oblasti „Kulturní dědictví“. Z ostatních odpovědí respondenti spíše konkretizovali, od koho necítí podporu a jakého druhu, rovněž postrádali vhodné dotační tituly ze strany kraje pro organizace jejich typu a jako překážku zmiňovali i vnitřní problémy ve svých organizacích.

I přes výše uvedené překážky musely spolky v předchozích letech investovat. Jednalo se především o nákup vybavení a zařízení nezbytného pro jejich činnost (24 respondentů, tj. 57 %), nejvíce v případě spolků z oblasti „Scénické umění“. Obdobný počet respondentů (18, tj. 42,8 %) investoval do nákupu potřeb pro členy organizace (např. úborů, kostýmů, pomůcek, nástrojů apod.) a do propagace (dvě třetiny spolků z oblasti „Kulturní dědictví“, ale jen třetina ze „Scénického umění“). Investice ve vyšších finančních objemech se netýkaly stavebních úprav, modernizace prostor pro kulturní činnost ani nákupu výpočetní techniky.

Tab. 78. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a investic v posledních 3 letech (možných více odpovědí)

Oblast KKO	Nákup vybavení a zařízení nezbytného pro kulturní činnost	Nákup potřeb pro členy organizace	Stavební úpravy, modernizace prostor pro kulturní činnost	Výpočetní technika a software	Propagace	Celkem
Kulturní dědictví	4	0	3	1	6	9
Scénické umění	18	16	2	1	10	29
Ostatní	2	2	1	1	2	4
Celkem	24	18	6	3	18	42

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Relativně aktivně navazují spolky **partnerství** s jinými subjekty působícími v KKO. Pouze 9 organizací uvedlo, že není součástí žádného partnerství (22 %). Průměrně má 1 spolek z KKO 2 až 3 partnery. Spolky z oblasti „Scénické umění“ se nebrání navázání partnerství s žádným obdobným subjektem. Nejčastěji se spojují s reklamními společnostmi a subjekty působícími v oblasti „Hudby“, nicméně toto propojení lze spíše chápat jako spolupráci spolků s hudebními skupinami, případně s dalšími subjekty, které podporují hudební vystoupení pořádaná spolkem (dle metodiky KKO spadají tyto subjekty rovněž do oblasti „Scénické umění“).

Tab. 79. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a partnerství s vybranými oblastmi KKO (možných více odpovědí)

Oblast KKO	Reklama	Rozhlas	Hudba	Kult. dědictví	Ostatní	Žádné	Celkem		
							partn.	respond.	poměr
Kulturní dědictví	1	4	0	4	13	1	22	9	244,4
Scénické umění	10	7	10	7	18	8	52	29	179,3
Ostatní	1	0	2	1	7	0	11	4	275,0
Celkem	12	11	12	12	38	9	85	41	207,3

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Spolky věnující se kulturnímu dědictví si, kromě subjektů s obdobnou činností, volí za partnery nejčastěji rozhlas, výtvarné umělce či knihkupectví (vždy 4 subjekty). Intenzita navazování partnerství je však u spolků výrazně zřetelnější než v případě soukromých podnikatelů.

Také spolky byly v rámci dotazníkového šetření tázány, jaký **druh podpory** by uvítaly. Z nabízených možností nejvíce respondentů uvedlo podporu nákupu vybavení na kulturní akce (přes 75 %), podporu partnerských projektů s českými subjekty (přes 70 %), modernizaci prostor pro pořádání kulturních akcí (57 %) a pořádání soutěží, přehlídek, celokrajských akcí a jejich propagaci (52 %). Naopak spolky necítí potřebu posílit své manažerské dovednosti ani podporovat spolupráci se zahraničními subjekty.

Tab. 80. Preferované způsoby podpory ze strany respondentů z řad spolků

Poř.	Druh podpory	Rozhodně nevyužila		Spíše nevyužila		Rozhodně využila		Spíše využila	
		abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
1.	Nákup vybavení pro kulturní akce	2	4,8	7	16,7	18	42,9	15	35,7
2.	Podpora partnerských projektů s českými subjekty	6	14,3	6	14,3	12	28,6	18	42,9
3.	Modernizace prostor pro realizaci kulturních akcí	8	19,0	11	26,2	14	33,3	9	21,4
4.	Pořádání soutěží, přehlídek, celokrajských akcí a jejich propagace	9	21,4	11	26,2	11	26,2	11	26,2

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Z dalších způsobů podpory, které formulovali sami respondenti, lze uvést následující:

- *Nabídka finanční podpory, u kterých není rozhodující kritérium velikost akce. Větší spolupráce a vstřícnost u vyúčtování. Zasilání informací o projektech, setkávání subjektů s podobnou náplní.*
- *Finanční podpora. Veškeré financování spolku je ze sponzorského daru.*
- *Větší finanční podpora – např. navýšení prostředků do grantových programů. Posuzování žádostí v grantovém systému je o rychlosti, ne o kvalitě.*
- *Podpora činnosti dětí a mládeže, podpora nákupu dopravního prostředku.*
- *Opravili jsme v evropském prostoru zcela unikátní Sladovnickou věž a nezbytně nutně potřebujeme zbudovat sociální zařízení, aby bylo možné realizovat rozsáhlejší akce pro návštěvníckou veřejnost.*
- *Víceleté granty, v grantovém programu dostávat peníze ihned, nikoliv až po vyúčtování.*
- *Podporu pro registraci Muzea v CME.*
- *Usilujeme o rekonstrukci objektu táborové základny v dlouhodobém pronájmu, plánujeme pořádání akcí celoročně, např. umělecké rezidence, tvůrčí setkání, sympozia (grant na projektovou dokumentaci).*
- *Dlouhodobý program podpory celoročních poskytovatelů kultury, kde nebudeme odkázáni na grantovou politiku pro jednotlivé akce, ale byla by dlouhodobější možnost plánování finančních toků od kraje.*

- *Zvýšení finanční podpory pro danou oblast kultury, neboť se zvýšily veškeré vstupy, které jsou pro potřebu pořádání Oblastního kola PORTA Vysočina potřeba. Ozvučení sálu, nájemné sálu, honoráře a cestovné.*

Tab. 81. Přehled preferovaných forem podpory podle oblastí KKO

Scénické umění	Kulturní dědictví	Film a video	Knihy a tisk	Umělecké vzdělávání
Modernizace prostor pro realizaci kulturních akcí	Modernizace prostor pro realizaci kulturních akcí	Modernizace prostor pro realizaci kulturních akcí	Nákup vybavení pro kulturní akce]	Modernizace prostor pro realizaci kulturních akcí
Nákup vybavení pro kulturní akce]	Nákup vybavení pro kulturní akce]	Nákup vybavení pro kulturní akce]	Rozvoj manažerských dovedností	Nákup vybavení pro kulturní akce]
Podpora spolupráce s jinými organizacemi	Podpora spolupráce s jinými organizacemi		Podpora spolupráce s jinými organizacemi	
Podpora partnerských projektů s českými subjekty	Podpora partnerských projektů s českými subjekty		Podpora partnerských projektů s českými subjekty	
	Podpora partnerských projektů se zahraničními subjekty		Pořádání soutěží, přehlídek, celokrajských akcí a jejich propagace	
	Pořádání soutěží, přehlídek, celokrajských akcí a jejich propagace			

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Obdobně jako podnikatelské subjekty také spolky vyhodnotily svoji **ekonomickou situaci** převážně jako uspokojivou (27 odpovědí, tj. 64,3 %), ačkoli u nich mírně převažoval pesimistický pohled na budoucnost (19 %) nad optimistickým (16,7 %). Negativně vidí svoji budoucnost zejména spolky z oblasti KKO „Kulturní dědictví“, ale přesto si žádný z nich nemyslí, že by v nejbližší budoucnosti zanikl např. vlivem nedostatečné poptávky po svých kulturních aktivitách. Spolky spadající do „Scénického umění“ hodlají navýšit počet kulturních aktivit oproti současnosti v případě 8 subjektů (30 %), ale dalším 4 bude pravděpodobně chybět mnohé vybavení potřebné k výkonu jejich činnosti.

Tab. 82. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a celkové ekonomická situace organizace

Oblast KKO	Dobrá		Špatná		Uspokojivá		Celkem
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	
Kulturní dědictví	2	22,2	3	33,3	4	44,4	9
Scénické umění	4	13,8	5	17,2	20	69,0	29
Ostatní	1	25,0	0	0,0	3	75,0	4
Celkem	7	16,7	8	19,0	27	64,3	42

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Tab. 83. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a podle odhadu budoucího vývoje

Oblast KKO	navýší počet kulturních aktivit	bude navyšovat počet svých členů	bude chybět mnohé vybavení potřebné k její kulturní činnosti	pravděpo- dobně zanikne	celkem
Kulturní dědictví	3	1	2	0	8
Scénické umění	8	3	4	1	27
Ostatní	1	0	1	0	2
Celkem	12	4	7	1	39

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Spolky působící v oblastech KKO jsou častějšími příjemci dotací než firmy a podnikatelé. Téměř 2/3 respondentů uvedly, že v minulých 3 letech (2021 - 2023) obdržely dotaci, z toho 78 % subjektů z oblasti „Kulturní dědictví“ a bezmála 60 % z oblasti „Scénické umění“. Ponejvíce dotace pocházely z místní a regionální úrovně: 60 % respondentů získalo dotaci především ze strany města nebo kraje. Z národní úrovně šlo pouze o 7 respondentů (šestina) a z úrovně evropské pouze o 2 dotace.

Dotace nicméně netvoří největší část příjmů spolků. V případě více než dvou pětín spolků jsou to členské příspěvky, dobrovolné příspěvky účastníků akcí, sponzorské dary, u další třetiny jde o vlastní hospodářskou činnost související s KKO a u šestiny o pravidelné příspěvky ze strany samosprávy. Příjmy spolků jsou v porovnání s podnikateli a firmami spíše nízké. Nejvíce spolků vykazuje příjmy pod 200 tis. Kč za rok (téměř 2/3 respondentů), do 500 tis. další téměř čtvrtina, zbytek (pouze desetina) pak příjem vyšší.

II.2.5.3. Dotazníkové šetření u ostatních subjektů

S krátkým dotazníkem zaměřeným na zjištění jejich aktuálních potřeb oslovil Kraj Vysočina dále i vybrané své příspěvkové organizace a organizace zřizované obcemi a městy a dále také výtvarné umělce (malíře, restaurátory). Návratnost dotazníků překročila 25 % a byla tak výrazně vyšší než u firem a OSVČ i u spolků. Respondenti příslušeli k oblastem KKO „Umělecké vzdělávání“ (domy dětí a mládeže, ZUŠ) a „Kulturní dědictví“ (kulturní zařízení, památky, knihovny a muzea), a to ve stejném počtu (9, tzn. 34,6 %). Zbytek tvořili výtvarní umělci, u nichž byla návratnost dotazníků nižší, ale i přesto poměrně vysoká (18,6 %). S dalšími 8 jinými subjekty z oblasti „Umělecké vzdělávání“ a „Kulturní dědictví“ byly provedeny řízené rozhovory.

Tab. 84. Struktura respondentů podle převažující oblasti činnosti a návratnost dotazníků

Oblasti KKO	Počet respondentů	Podíl respondentů	Obesláno	Návratnost	Řízené rozhovory
Umělecké vzdělávání	9	34,6	29	31,0	3
- z toho DDM	3	11,5	13	23,1	0
- z toho ZUŠ	6	23,1	16	37,5	1
Kulturní dědictví	9	34,6	27	33,3	5
- z toho muzea	2	7,7	4	50,0	1
- z toho knihovny	2	7,7	4	50,0	0
- z toho kult. zařízení	3	11,5	13	23,0	4
- z toho památky	2	7,7	6	33,3	0
Výtvarné umění	8	30,8	43	18,6	0
Celkem	26	100,0	99	26,3	8

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

Z hlediska **právní formy** šlo kromě 8 výtvarných umělců vykonávajících svoji činnost jako OSVČ o příspěvkové organizace zřizované krajem, městy a obcemi a o 2 objekty spadající pod Národní památkový ústav (hrad Lipnice, zámek Náměšť nad Oslavou). Výtvarní umělci patřili podle **počtu zaměstnanců** do kategorie „bez zaměstnanců“, z ostatních organizací 4 měly méně než 10 zaměstnanců, 4 mezi 10 a 25 zaměstnanci a 8 zaměstnávalo 25 až 100 pracovníků. Ve 2 případech nebylo možné velikostní kategorii počtu zaměstnanců určit, neboť se jednalo o organizace bez

vlastní právní subjektivity spadající pod Národní památkový ústav, který v celé ČR zaměstnává 2,0-2,5 tis. zaměstnanců.

Respondenti byli tázáni na to, zda v současnosti existují a/nebo očekávají, že v blízké budoucnosti vyvstanou nějaké **problémy či překážky pro fungování** jejich organizace, v případě umělců pro jejich uměleckou či kreativní činnost odvíjející se v Kraji Vysočina. Překážky respondenti uváděli spíše technického charakteru a souvisely s aktuální rekonstrukcí a modernizací objektů (mobiliář, digitalizace, úspory energií), s přesuny depozitářů aj., které mohou způsobit déletrvající návrat návštěvníků, než by bylo nezbytně nutné, omezení možností pořádání veřejných akcí a nutnost obnovovat dříve zavedené platformy. S modernizací výstavních prostor muzeí, ale i depozitářů úzce souvisí i digitalizace pracovišť, která může mít za následek přechodné omezení činnosti zařízení. Zde může Kraj Vysočina pomoci intenzivnější propagací obnovené památky či muzea za účelem informování potenciálních návštěvníků o opětovném zpřístupnění objektů.

ZUŠ čelí problémům s nedostatečnou kapacitou pro naplnění školního vzdělávacího programu. Stále pociťují převis poptávky nad nabídkou, a to i v menších městech kraje. Příznávají, že jim především nedostatek času neumožňuje realizovat vhodnou propagaci či prezentaci činnosti, ale i přesto je zájemců o docházku do ZUŠ více, než jsou školy schopny pokrýt ať už pedagogy, nebo vhodnými prostory. Zástupci ZUŠ vyjádřili rovněž obavu z plánovaného převodu nepedagogických pracovníků (včetně ekonomických) pod zřizovatele, což by jejich činnost mohl zkomplikovat např. snížením platového ohodnocení těchto pracovníků a jejich odchodem do jiné sféry. ZUŠ totiž zastávají mimo vzdělávací činnosti rovněž roli organizátorů kulturních akcí na velmi vysoké úrovni i ve velkém počtu a jsou vyhledávanými partnery pro další kulturní organizace nejen v Kraji Vysočina. Vzhledem ke zkušenostem organizačních týmů by pro ně personální ztráta znamenala citelný zásahem do realizace řady velkých akcí regionálního i nadregionálního charakteru.

Otázkou blízké budoucnosti je také problém s generační obměnou zaměstnanců kulturních zařízení i ZUŠ. Na nové mladé zaměstnance se postupně kladou stále vyšší nároky z hlediska počátečního i celoživotního vzdělávání, stoupá oborová a časová náročnost na výkon vlastní činnosti v kulturní oblasti. Stále nedostatečné zůstává jejich finanční ohodnocení, které se projevuje nezájmem o setrvání v oboru po dobu nezbytnou k tomu, aby dosáhli odpovídajícího růstu platů. Jakoukoli finanční podporu uvítají ZUŠ v Kraji Vysočina na obnovu používaných hudebních nástrojů. Ta představuje nikdy nekončící potřebu, na níž se shodli všichni respondenti z této oblasti KKO.

Respondenti pociťují také **nedostatek zaměstnanců** jednorázově vypomáhajících při pořádání kulturních akcí, a to především z důvodu zvýšení počtu těchto akcí a nízkých odměn, které si pořadatelé pro brigádníky mohou dovolit. Nárůst počtu akcí má dopad na vzájemnou konkurenci pořadatelů a snižování průměrné návštěvnosti na jednu akci. To následně vede k poklesu zájmu jak externích firem (např. o dodávky cateringu), tak i drobných prodejců a poskytovatelů dalších doprovodných služeb, kterým se menší akce nevyplatí. Velkou komplikací pro téměř všechny organizace zabývající se pořádáním menších i větších jednorázových akcí se stala výpomoc brigádníků zaměstnaných na DPP, a to vlivem nedávných úprav v zákoníku práce.⁶⁴ Hlavním důsledkem je nejen zvýšení nákladů na zaměstnance s DPP, ale především několikanásobně delší časová a administrativní zátěž pracovníků organizátora, především v případě akcí nadregionálního dopadu, při nichž je využíváno desítek brigádníků.

Ve skupině **výtvarných umělců** se projevuje zejména určitá frustrace z nedostatku finančních prostředků nejen na pokrytí zákonných pojištění, ale i na jejich vlastní odbornou práci (např. i při rekonstrukci památek ve vlastnictví kraje), kterou se většinou, podle jejich názoru, nelze uživit. Problémy mají výtvarní umělci rovněž při prezentaci vlastních děl na výstavách, především v případě mladých a začínajících umělců. Zde si však často chválí pozitivní přístup jednak komerčních subjektů (kavárny, restaurace, prodejny), ale i těch veřejných (komunitní a coworkingová centra, veřejné budovy), které jim často nabízí k vystavování uměleckých děl vlastní nevyužité prostory bez vysokých finančních nároků nebo i bezplatně. Z retrospektivního pohledu se v tomto situace velmi významně zlepšila a je

⁶⁴ Od 1. ledna 2024 zaměstnancům pracujícím na základě DPP a DPČ automaticky vzniká nárok na dovolenou, pokud pracovní právní vztah založený dohodou v tomto roce nepřetržitě trval po dobu alespoň 28 kalendářních dní a zaměstnanec odpracoval alespoň 80 hodin.

oboustranně přínosná. Problémem však zůstává prezentace v zahraničí, která je finančně náročná a pro jednotlivé umělce, kteří by v případě podpory mohli reprezentovat českou výtvarnou scénu, často nedosažitelná, a to i přes zájem zahraničních vystavovatelů a jejich pozvání.

Z dalších problémů, při jejichž řešení by se mohl Kraj Vysočina angažovat, je vyšší finanční podpora oblastních **organizací destinačního managementu** (dále též jen „DMO“), které hodnotí tu dosavadní ve srovnání se sousedními DMO mimo kraj jako nedostatečnou pro jakékoli posílení své konkurenceschopnosti.

Určité zanedbání pociťují také městské **knihovny** v roli garanta a vykonavatele regionálních funkcí pro menší knihovny v obcích. Ty dříve oceňovaly a nyní postrádají programy finanční podpory venkovských knihoven zaměřené na jejich vybavenost, především pro zapojení a motivaci dětských čtenářů k četbě (nábytek, hry, hračky, nástěnky). V případě vybavenosti regionálních knihoven pak vidí jako nutnost digitalizaci vlastního zařízení včetně tvorby webů, údržby a obnovy datových sítí, pořizování produktů umělé inteligence, robotických hraček apod.; to vše zároveň s vybudováním moderního zázemí pro technické zaměstnance.

I respondentům z řad příspěvkových či dalších veřejných organizací byly položeny otázky na jejich **silné a slabé stránky**. Odpovědělo na ně 10 subjektů. **Silné stránky** respondenti spatřují především ve schopnosti spolupráce s ostatními místními či regionálními zařízeními obdobného charakteru, v dlouhodobé kreativní práci se školami (interaktivní besedy, akční divadelní představení, programy v terénu) a také v nadprůměrné kvalitě, originalitě, úrovni a spektru služeb, které obyvatelům poskytují. ZUŠ si cení především svých učitelů, kteří často pochází z řad jejich absolventů. Stabilní, plně kvalifikovaný učitelský tým je nezbytným předpokladem dosahování výborných výsledků na celorepublikových i mezinárodních soutěžích a také pro dobrou pověst škol v území. Přestože ZUŠ považují právě dobré jméno a výsledky ze soutěží za nejlepší způsob prezentace, minimálně profesionalizace jejich webu nebo propagace činností a aktuálních akcí na sociálních sítích by neměla být zanedbávána, jak se v některých případech bohužel děje, což odhalilo právě mapování KKO. Velký přínos představuje rovněž zapojování profesionálů z nejvýznamnějších českých orchestrů, i jen krátkodobé, do výuky na ZUŠ v Kraji Vysočina. Školy jsou nakloněny i modernizaci výuky a pomocí nových technologií, inovací či moderních přístupů ke klasickému umění chtějí učinit studium atraktivnější pro nejmladší ročníky, z nichž bude vlivem demografických poměrů v ČR v následujících 5 letech přicházet do škol stále méně žáků.

Mezi **slabé stránky** respondenti zařadili personální poddimenzovanost vzhledem k tomu, jaký majetek mají ve správě, a také vyšší podíl starších pracovníků, za něž budou v následujících 5 letech potřebovat náhradu. Organizace ve veřejném vlastnictví obecně vykazují nadprůměrný podíl osob starších 55 let (více než čtvrtinový) ve srovnání se soukromou sférou (necelá pětina), ale některé organizace zřízené krajem či městy a působící v KKO uvedly podíl starších pracovníků dokonce vyšší než třetinový.⁶⁵

Další slabou stránkou, která souvisí s nedostatečným technologickým vybavením některých zařízení, je stále málo intenzivní využívání nových trendů, pro něž je důležitá výpočetní technika a dostatečné prostory. Někteří respondenti zejména z řad ZUŠ zmiňovali také vybavenost, především hudebními nástroji, nebo nedostatečné prostorové kapacity. V případě dlouhodobého vysokého převisu poptávky uchazečů o přijetí ke studiu nad kapacitami školy pak ZUŠ spatřují hrozbu v prudkém poklesu zájmu o přijímací řízení ze strany rodičů, kteří nebudou chtít své děti zbytečně vystavovat riziku neúspěchu v podobě nepřijetí při tak vysoké konkurenci, jaká panuje v současnosti.

Poslední sada otázek zjišťovala, které aktivity realizované Krajem Vysočina by organizace, resp. výtvarní umělci uvítali na podporu svého rozvoje. Výčet potenciálních oblastí podpory je následující:

1. Zřízení fondu pro sociálně slabé a umělecky nadané žáky na podporu jejich vzdělávání.
2. Podpora zavádění nových trendů v rámci stávajících uměleckých oborů, zatraktivnění aktivit, specializace na moderní/netradiční aktivity dle zájmu klientů (např. nové soutěže), specializace na moderní, multifunkční a interaktivní aktivity dle zájmu návštěvníků, zavádění prvků umělé inteligence, kreativního učení apod.

⁶⁵ Šetření ÚP ČR – Krajská pobočka v Jihlavě, 2024.

3. Modernizace budov, zařízení a vybavení např. za účelem zvýšení bezpečnosti měkkých cílů, bezpečnosti klientů a personálu či (kyber)bezpečnosti, energetických úspor a energetické soběstačnosti apod. Pořizování audiovizuální techniky za účelem vzdělávání a zveřejňování aktivit širšímu publiku (videokamery, vybavení nahrávacích studií, velkoformátové televizory pro prezentaci a výuku).
4. Intenzivnější propagace organizací v rámci Kraje Vysočina, v zahraničí, podpora tvorby a modernizace vlastních webových stránek i ve vícejazyčných verzích včetně zavedení monitoringu spokojenosti návštěvníků.
5. Zvyšování kvalifikace pracovníků organizací, vzdělávání pro ředitele v oblasti managementu či jiné.
6. Zřízení a provoz webové stránky pro sdílení informací mezi obdobnými organizacemi, navazování spolupráce nebo např. správa burzy knih, exponátů, kulis, kostýmů aj., správa databáze dodavatelů technického vybavení pro pořádání kulturních akcí, správa nabídky volných prostor pro umělecké aktivity apod.
7. Podpora projektů přeshraniční spolupráce k ochraně a prezentaci kulturního dědictví a kulturní činnosti.
8. Vyčlenění většího počtu veřejných prostor pro prezentaci výtvarných děl (fúze veřejného prostoru s uměním), oživení veřejných prostor.
9. Vytvoření katalogu výtvarných umělců působících v současnosti v Kraji Vysočina.

Tab. 85. Nabízené oblasti podpory ze strany Kraje Vysočina a zájem dle jednotlivých druhů příspěvkových organizací a výtvarných umělců (možných bylo více odpovědí; čím tmavší zvýraznění, tím větší zájem)

Zkrácená verze dotazu (viz text výše)	DDM	ZUŠ	Muzea, knihovny, kulturní zařízení	Výtvarní umělci	Celkem kladných odpovědí	
					abs.	%
1. Vytvoření fondu	0	4	-	-	4	44,4
2. Zvýšení atraktivity, nové trendy	0	3	7	-	10	55,5
3. Modernizace budov za účelem bezpečnosti a úspor energie	2	5	5	1	13	50,0
4. Propagace	2	5	6	7	20	76,9
5. Zvyšování kvalifikace pracovníků a managementu	2	3	3	-	8	44,4
6. Společná webová platforma	-	1	2	2	5	21,7
7. Přeshraniční spolupráce	-	3	3	-	6	40,0
8. Veřejné prostory pro umění	-	-	-	5	5	62,5
9. Katalog výtvarných umělců	-	-	-	5	5	62,5
Kladně odpovídající / celkový počet respondentů	3/6	6/24	9/26	8/20	26/76	-

Zdroj: Dotazníkové šetření mezi subjekty spadající do KKO, Kraj Vysočina, Jihlava, 2024

- = na otázku nebyla tato skupina subjektů dotazována

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že pomoc by organizace uvítaly především v oblasti propagace (kladně se vyjádřilo více než 75 % respondentů). Absolutní většina výtvarných umělců by zvolila formu katalogu, v němž by mohla prezentovat své dílo. Obdobný podíl výtvarníků by preferoval více veřejného prostoru pro prezentaci svých děl, naopak žádný z nich by nevyužil coworkingové a/nebo startovací dílny či ateliéry pro začínající umělce a kreativce (pravděpodobně vlivem toho, že se jednalo o zkušené umělce s vlastními prostory).

Zatímco domy dětí a mládeže (dále též jen „DDM“) se nestavěly pozitivně k zavádění nových trendů do svých programů, polovina oslovených ZUŠ a většina ostatních kulturních zařízení naopak podporu atraktivnějších činností o netradiční a multifunkční aktivity vítá. Polovina respondentů (převážně DDM a ZUŠ) by ocenila modernizaci budov, ve kterých působí, a to především za účelem zvýšení bezpečnosti personálu i dětí, ale také z důvodu nedostatečné vybavenosti nutné pro kvalitní výkon běžné činnosti

zařízení. Organizace tohoto typu a až na výjimky ani většina umělců významně neupřednostňuje podporu, která by směřovala na kvalitnější propagaci či četnější prezentaci jejich výstupů či výsledků v zahraničí.

II.2.5.4. Shrnutí výsledků řízených rozhovorů

S žádostí o řízený rozhovor oslovil Kraj Vysočina 41 subjektů. Jednalo se o subjekty, které nezaslaly vyplněný dotazník, nebo šlo o relativně významný subjekt působící ve svém odvětví dlouhou dobu, případně bylo možné důvodně předpokládat, že vzhledem k již existující spolupráci s Krajem Vysočina na dodavatelské bázi nebo jako zřizovaná organizace bude ochotný se rozhovoru účastnit. S rozhovorem souhlasilo 21 subjektů a v průběhu listopadu a prosince 2024 se uskutečnilo 20 rozhovorů. Rozhovor neproběhl s žádným subjektem z oblasti KKO „Design“, „Rozhlas“, „Televize“, „Film a video“, „Videohry“ ani „Umělecká řemesla“. Dalším doplňujícím zdrojem k získání informací o některých oblastech KKO byl podcast „Halíře dělají talíře“ (viz výše), v němž marketingová manažerka Jitka Nagelová pořádá rozhovory s podnikateli žijícími v Kraji Vysočina a zabývajícími se v některých případech uměleckou či kreativní činností.

Tab. 86. Struktura oslovených subjektů a počtu i podílu realizovaných rozhovorů dle oblastí KKO

Oblasti KKO	Počet oslovených	Počet rozhovorů	Podíl realizovaných rozhovorů
Architektura	3	1	33,3
Design	2	0	0,0
Knihy a tisk	3	2	66,7
Kulturní dědictví	5	4	80,0
Reklama	2	2	100,0
Scénické umění	7	4	57,1
Televize	1	0	0,0
Umělecká řemesla	7	0	0,0
Umělecké vzdělávání	8	5	62,5
Výtvarné umění	3	2	66,7
Celkový součet	41	20	48,8

Zdroj: Řízené rozhovory, Jihlava, 2024, vlastní výpočty

Řízené rozhovory zjišťovaly informace o následujících tématech:

1. Trendy v dané oblasti KKO podle doby působnosti respondenta v oboru nebo v posledních 5 letech s důrazem na období pandemie COVID-19 (jaké měla dopady, zda z ní vzešlo pro činnost subjektu něco pozitivního). Co ovlivňuje obor činnosti a vede k růstu či propadu odvětví? Co bylo v posledních letech největším problémem pro rozvoj činnosti/podnikání v daném odvětví?
2. Klienti, návštěvníci, žáci – jak se mění jejich požadavky, potřeby, zájmy, používané materiály apod.? Jak se prezentují, propagují, pomocí jakých distribučních kanálů získávají klienty, návštěvníky; převažuje poptávka nad kapacitami?
3. Pracovní síla – jsou uchazeči o práci dostatečně kvalifikovaní, chybějí v kraji některé profese, jsou noví zaměstnanci zdrojem inovací a kreativity, je nebo bude problémem generační obměna?
4. Prostory a vybavení pro činnost – je kapacita a kvalita vybavení, zařízení apod. dostatečná, co chybí, co by potřebovali?
5. Konkurence – pociťují subjekty v oboru konkurenci, nebo v rámci dané oblasti KKO spíše převažuje spolupráce? Pociťují nějaké silné nebo slabé stránky ve srovnání s konkurencí? Je těžké začít v současnosti podnikat v daném oboru?
6. Partnerství – spolupracují subjekty na společných projektech napříč oblastmi KKO nebo jen v rámci „své“ oblasti KKO; spolupracují s veřejnou správou, je zde potenciál pro hlubší spolupráci; existuje spolupráce se subjekty mimo region, v zahraničí?
7. Regionální podmínky – byl by výkon činnosti či podnikání snazší v jiném regionu v ČR než v Kraji Vysočina? Vidí nějaké nedostatky v infrastruktuře v kraji?
8. Potřeby – existuje něco, v čem by subjektu mohl Kraj Vysočina pomoci? Co v regionu chybí, co zde nefunguje apod.?

Následující textu shrnuje hlavní poznatky v rámci výše uvedených témat, které v odpovědích respondentů rezonovaly nebo se opakovaly u většího počtu subjektů, případě i napříč oblastmi KKO.

Tab. 87. Přehled rezonujících odpovědí získaných v rámci řízených rozhovorů

Poř.	Téma	Oblast KKO
1.	Trendy v oboru	Všechny oblasti KKO <i>Ve všech oblastech KKO respondenti ocenili rozvoj digitalizace během pandemie COVID-19, přičemž platilo, že čím byl obor více digitalizován a více využíval on-line nástroje, tím lépe se s krizí vyrovnal a přizpůsobil se novým podmínkám. Současně tato situace další digitální transformaci KKO urychlila a některé organizace u využívání zavedených nástrojů (on-line přenosů, on-line komunikace) zůstaly i po skončení pandemie s cílem sdělovat kulturní obsah, lidské interakce a zprostředkovávat tak zážitky co nejširšímu publiku přes internet, nebo jen komunikovat efektivněji. Lidé si v COVIDu uvědomili, jak důležité kultura a umění jsou. Umělci se obrátili na virtuální platformy, streamovací služby a on-line spolupráci, aby oslovili své publikum. Probíhaly virtuální koncerty, digitální výstavy a on-line workshopy, což byl často jediný způsob, jak zachovat určité akce alespoň v povědomí veřejnosti, aby bylo možné je po krizi obnovit. Tento posun sice umožnil alternativní způsoby navazování kontaktu s publikem, ale zároveň poukázal na digitální propast a problémy s efektivní monetizací digitálního obsahu (generování příjmů z on-line materiálů). Pandemie působila jako katalyzátor inovací ve virtuálním prostoru a podpořila nové způsoby uměleckého vyjádření. Pro některá kulturní zařízení přinesl bezkontaktní styk s diváky nutnost zavedení nového nebo modernizaci stávajícího rezervačního systému pro prodej vstupenek či komunikaci s externími subjekty při rezervaci prostor.</i> <i>Téměř všechny subjekty měly zaveden home-office a mnohé jej využívají alespoň částečně i v současnosti. Tento trend donutil vedení řady firem vymyslet spolehlivý systém kontroly práce zaměstnanců, který by vyhovoval oběma stranám, což mělo příznivý dopad na získání nového know-how k tomu, jak má fungovat pracovní tým v krizových situacích. Pracovníci v některých oborech KKO (reklama, kulturní dědictví) v době krize rovněž vykazovali nižší tendence ke změnám zaměstnání a snížila se tedy fluktuace, což zaměstnavatelé oceňovali. Pozitivem bylo také zefektivnění schůzek s klienty, zvýšení kvalifikace o práci v on-line prostředí a velká úspora času. Lockdown a omezení pracovních kontaktů vedlo mnohé profese v rámci KKO ke zjištění, že na uměleckém díle lze pracovat i dálkově, že se vše dá fázovat tak, jak to umožňují aktuální podmínky, čímž si osvojily nové postupy (know-how).</i> <i>Ačkoli převažovala negativa, zmiňují zejména umělecké školy z doby pandemie také některé pozitivní zkušenosti. I v současnosti např. využívají on-line komunikaci se žáky, kterou je pandemie donutila osvojit si velmi rychle (distribuce videí natočených za účelem výuky on-line a dalších studijních materiálů, komunikace s žáky dlouhodobě nepřítomnými apod.). COVID-19 podpořil podle názorů středních uměleckých škol zájem žáků o rukodělné činnosti. Pozitivní byl i přístup žáků a jejich rodičů k ZUŠ, které nemohly vykonávat svoji činnost v běžném režimu, avšak rodiče žáky přesto neodhlašovali a finančně tak školy podporovali.</i> <i>Obecně jsou příznivě hodnoceny finanční kompenzace ze strany státu a další programy vyhlášené na podporu oborů postižených pandemií. Respondenti se také cítí být mnohem zkušenější v oblasti krizového managementu a výskyt obdobné situace by jim již nečinilo takové problémy jako v roce 2020.</i> Architektura (zahradní) <i>Velká úspora nákladů na tisk a čas vlivem přechodu na elektronické verze dokumentů a virtuální úložiště.</i> Knihy a tisk <i>Postupný pokles počtu předplatitelů novin, jejichž věk se navíc zvyšuje.</i> Kulturní dědictví <i>Návštěvníci památek jsou stále náročnější na zážitek, nejen na poznání historie. Roste počet aktivit konaných v prostorách památek a zaměřených na rodiny s dětmi, včetně prohlídek bez průvodců, které umožňují procházet trasu vlastním tempem. Zřejmý je trend ve zpřístupňování památek i tras imobilním návštěvníkům a zlepšují se i podmínky pro nevidomé (např. opatřování objektů QR kódem se čteným textem, digitalizace tras nebo digitální audioprůvodci).</i>

Poř.	Téma	Oblast KKO
1.	Trendy v oboru	Reklama <i>Je znát výrazný přechod z off-line způsobů prezentace/propagace na on-line, upadá zájem o účast na veletrzích (katalogy), i vánoční PF se vyrábí převážně v elektronické podobě prostřednictvím kreativních kampaní nebo interaktivních her; především při cílení na mladou generaci, která si chce vše najít na webu nebo sociálních sítích.</i> <i>Současným trendem je nárůst cen reklamního prostoru vzhledem ke zvýšené poptávce ze strany velkých e-shopů. To má na běžné zájemce o využití reklamního prostoru, včetně těch z KKO i ze strany veřejných institucí a jimi zřizovaných organizací, dopad v podobě až trojnásobného nárůstu výdajů na reklamu.</i>
		Scénické umění <i>Při zajišťování vstupenek na představení se postupně upouští od předplatného a trendem je nákup vstupenek těsně před vystoupením (diváci plánují činnosti s menším časovým předstihem, jsou flexibilnější). Klade se velký důraz na kvalitní zážitek a menší na cenu. Obecně návštěvníci do kultury či zábavy investují více finančních prostředků než dříve.</i>
		Výtvarné umění (fotografické činnosti) <i>Technologie a software nejen pro pořizování fotografií, ale i postprodukční činnosti se rychle vyvíjejí. Je nutné jít „s dobou“ – trendem je např. pořizování fotografií a videí měst a krajiny pomocí dronů. Občas se trendy obrací zpět k minulosti, klienti např. krátkodobě jeví zájem o focení na diapositivy nebo o černobílé fotografie, které se již nyní běžně neprodukují (obdobně v oblasti hudby v současnosti roste zájem o vinylové gramofonové desky).</i>
2.	Požadavky klientů, zpětná vazba žáků, propagace	Kulturní dědictví <i>Nedostatečná propagace méně známých kulturně či historicky hodnotných objektů v periferních částech regionu (mimo památkové zóny a rezervace), chybějící pomoc při údržbě těchto objektů, které jsou často ve vlastnictví soukromých osob nebo spolků.</i>
		Reklama <i>Sezonní charakter práce – velký růst počtu zakázek v IV. čtvrtletí, pokles v I. čtvrtletí. Všichni nechávají výrobu propagačních a dárkových předmětů před Vánocemi na poslední chvíli. Bylo by vhodné, kdyby alespoň veřejná správa dokázala poptávku rozprostřít do celého roku.</i> <i>V požadavcích klientů nejsou zřejmé výrazné změny, trendy, ale mění se např. požadavky na materiál zohledňující životní prostředí (méně tištěného materiálu – např. převaha elektronických katalogů, úspora fólií, častější použití recyklovatelných materiálů aj.).</i> <i>Klienti často nechápou rozdíl mezi kvalitním a nekvalitním webem, např. i z hlediska ochrany dat a další správy webu, rozhodující je pro ně cena, ale nevidí za tím lidskou práci. Klienti by neměli podceňovat sílu loga či značky, což se v současnosti děje. Z tohoto hlediska by byla vhodná edukace (např. i malých obcí ze strany kraje).</i>
		Umělecké vzdělávání <i>Vedení středních škol uměleckého zaměření negativně vnímá, že jsou jejich školy zahrnovány pod termín „ostatní střední (odborné) školy“ (antipropagace). V rámci všech dokumentů a prezentací kraje by se naopak měla zdůrazňovat jejich jedinečnost mj. správným uváděním jejich názvu.</i> <i>Absolventi uměleckých SŠ mají talent rozvíjený od dětství buď samostatnou výukou či v rámci ZUŠ a kroužků, ale po opuštění SŠ nemají dostatek odvahy ani vědomostí k zahájení podnikání. Začínají spíše mimo obor, často naráží na obavy z konkurence, pokud chtějí získat praxi u již zavedených subjektů (např. uměleckých řemeslníků). Sami si následně musí zajistit další vzdělávání, včetně absolvování zahraničních kurzů – nutné vstupní výdaje. Nevěří si ve svých měkkých dovednostech, hlavně v komunikaci při získávání zákazníků. Přiznávají, že co do podnikatelských kompetencí ze středních škol moc nezískali. Do podnikání často vstupují s přesvědčením, že o jejich služby bude zájem i bez intenzivní propagace. Ta je nezbytná pro rozjezd, později již zákazníci přicházejí na doporučení svých známých (prvních klientů) nebo jsou dlouhodobými klienty (např. rodinní zlatníci). Považují za symbol nejvyšší kvality, pokud klient zveřejní jejich práci s pozitivním komentářem např. na sociálních sítích. Všichni jsou velmi aktivní v on-line prostoru, nejen provozem webových stránek, ale hlavně aktivitami na sociálních sítích (aktuální videa, Reels, Tik-Tok, specializované weby např. pro designéry nebo fotografy vero.co) a na jiných specifických on-line platformách.</i> <i>Školám v jejich pověsti velmi pomáhá účast na zahraničních akcích typu EXPO pod záštitou kraje, z nichž těží ještě dlouho po jejich skončení (prezentační materiály, videa, dobré jméno školy).</i> <i>Silnou komunitu napříč generacemi kolem sebe vytváří ZUŠ, které úzce spolupracují s rodiči a dalšími příbuznými žáků, kteří jim často v pozici dobrovolníků pomáhají při organizaci veřejných akcí (veřejná vystoupení, výstavy apod.).</i>

pokračování

Poř.	Téma	Oblast KKO
2.	Požadavky klientů, zpětná vazba žáků, propagace	Scénické umění <i>Návštěvníci kulturních akcí, divadelních představení apod. poskytují zpětnou vazbu většinou při své nespokojenosti. Kladou čím dále větší důraz na kvalitu představení i za vyšší cenu a ani čas konání (den, hodina) nehraje přílišnou roli, pokud jde o kvalitní vystoupení. Na druhé straně je potřeba uspokojit co nejširší publikum, což vede k prezentaci méně vážných témat. Návštěvníci divadelních představení mají zájem spíše o komornější formu a méně navštěvují velkou scénu, nechtějí se setkávat s velkým počtem lidí jiného názoru – i zde je společnost rozdělená. Stále výraznější je orientace na seniory.</i> <i>Příspěvkové organizace přiznávají nedostatek akcí zaměřených na mládež, např. vystoupení alternativních hudebních skupin, pořádání divadelních představení pro žáky středních škol nebo obecně jakékoli kulturní akce mimo mainstream, kterých se účastní málo diváků, proto jsou pro organizátory prodělečné apod. Důvodem jsou také nedostatečné personální kapacity (chybí dramaturgové zaměřené na mládež).</i>
3.	Pracovní síla	Architektura (zahradní) <i>Chybí arboristé.</i> Kulturní dědictví <i>Kulturní zařízení očekávají generační obměnu a obávají se nedostatku pracovníků. Chybí odborníci na digitalizaci.</i> Reklama <i>Nedostatek grafických designérů; naučí se profesi až při práci, není nutný talent. Mladí jsou schopní a ambiciózní, ale často mění zaměstnání, chtějí toho zkoušet více. Neumějí překonávat překážky, nejsou příliš spolehliví.</i> Scénické umění <i>Velký přebytek divadelních herců, je potřeba si je vybírat již na školách a podle potřeb konkrétních představení např. i 2 roky dopředu. V pandemii COVID-19 se projevila jejich zranitelnost v případě, že nesmějí vykonávat svoji činnost. Kulturní zařízení pocítují výrazně vyšší administrativní zátěž po novelizaci zákoníku práce při organizaci velkých akcí nebo i při průvodcovské činnosti za podpory brigádníků zaměstnaných na DPP (zohlednění dovolené aj.). Z uměleckých profesí chybí choreografové a režiséři, nutné řešit hostováním umělců z jiných krajů nebo přímo jejich přestěhováním.</i> Umělecké vzdělávání <i>Je stále těžké najít vhodné učitele uměleckých i všeobecných předmětů v jedné osobě; umělci mají pedagogický hendikep, musí mnohdy pracovat s asistujícími/uvádějícími pedagogy. Obě umělecké střední školy vyzdvihují významný podíl bývalých žáků ve svém pedagogickém sboru. Preferují mladé umělce, kteří jsou schopní jít s dobou a rozumí moderním technologiím, na druhé straně je pro vzdělání důležitá zkušenost s vystavováním, aby naučili žáky řešit komplikace s tím související. Mj. i z důvodu nedostatku profesionálních umělců není na místě zřizování konzervatoře nebo uměleckých oborů v rámci vysoké školy, neboť by vznikla další konkurence pro stávající umělecké školy, ale zájem by zřejmě nebyl vysoký vzhledem k relativně dobré dostupnosti konzervatoří a vysokých uměleckých škol ve velkých městech. Dlouhodobým problémem i v jiných odvětvích je dobrovolnická práce s dětmi a mládeží (např. v rámci letních táborů), kdy vyškolení dobrovolníci odcházejí na vysokou školu mimo region a většinou se k dobrovolnické práci již nevrací, ani po ukončení studia. ZUŠ – velké problémy by přinesl převod nepedagogických zaměstnanců pod zřizovatele (viz výše).</i> Umělecká řemesla <i>Nedostatečné znalosti čerstvých absolventů uměleckořemeslných oborů, dlouhá doba na zaučení, vysoké vstupní investice do nové pracovní síly, nízký zájem o manuálně náročné obory.</i>
4.	Prostory	Kulturní dědictví <i>Stále je co zlepšovat v oblasti investic do nemovitostí a vybavení (modernizovat, rozšiřovat kapacity, vybavovat technikou za účelem zvýšení atraktivity pro návštěvníky).</i> Výtvarné umění (Fotografické činnosti) <i>Nedostatečné prostory pro prezentaci výstupů, ale stále lepší podmínky než v minulosti – kooperace s komerčními subjekty (cukrárny, kavárny).</i>

pokračování

Poř.	Téma	Oblast KKO
5.	Konkurence	Architektura, Umělecká řemesla <i>Nepocítují ani tak konkurenci, spíše vyzdvihují spolupráci při nedostatku vlastní kapacity, doporučují se klientům navzájem, v případě využívání strojů (zahradní architektura) je sdílejí.</i>
		Knihy a tisk <i>Elektronická média jsou největším konkurentem tištěných knih a mají dopad na postupný zánik některých menších knihkupectví a vydavatelství. Vydavatelství novin nepocítuje konkurenci, trh je v Kraji Vysočina rozdělen, bulvár zde neměl nikdy regionální zastoupení a velké společnosti s celorepublikovou působností utlumily v regionech svoji činnost. Vnímají však pokles zájmu o inzerování v novinách, což může vést i k jejich zániku.</i>
		Reklama <i>Firmy jsou spíše uzavřené, nekomunikují navzájem, trh je především lokální, mají své klienty rozebrány a nelze říci, zda by se nové subjekty prosadily. Spolupracují mezi sebou např. jen tehdy, pokud se reklamní firma rozpadne a bývalí zaměstnanci začnou podnikat v oboru, ale ve své původní profesi vyžadující kooperaci s jinými.</i>
		Scénické umění <i>Konkurencí provozovatelů a organizátorů kulturních akcí jsou mnohdy i jejich vlastní zřizovatelé, pokud např. za podpory státní dotace (MK ČR) uspořádají akce s účastí významných umělců, jejichž vystoupení mají v blízké budoucnosti naplánováno právě jejich příspěvkové organizace nebo i jiné nezřizované subjekty, které v dané oblasti podnikají.</i>
		Umělecké vzdělávání <i>ZUŠ nepocítují konkurenci ze strany soukromých uměleckých škol ani středisek volného času, např. v tanečním oboru se spíše doplňují, neboť ZUŠ učí balet a klasické tance, zatímco soukromé školy se soustřeďují na moderní tance.</i>
6.	Partnerství	Reklama <i>Vysoké nároky na vzdělávání v nových SW vede k intenzivní spolupráci mezi grafiky přes sociální síť při podpoře hledání vhodných on-line vzdělávacích materiálů či kurzů.</i>
		Scénické umění, umělecké vzdělávání <i>Spolupráce mezi většinou kulturních institucí v rámci kraje – herci HDJ spolupracují s knihovnami, žáci ZUŠ vystupují v HDJ, vzájemné výpůjčky zařízení, kostýmů apod. Výjimkou je zapůjčování elektrotechniky a audiovizuální techniky, která se snadno ničí a kulturní zařízení pronajímající své vybavení organizátorům kulturních představení odehrávajících se v jejich zařízení jsou na jejich kvalitě existenčně závislí.</i>
		Výtvarné umění (Fotografická činnost) <i>V případě prosazení dobrého jména na trhu je spolupráce velmi častá, hlavně s veřejnou správou, reklamními agenturami, ale i s propagačními odděleními velkých firem. Spolupráce je často opakovatelná z důvodů aktualizace objektů zájmu. Fotografové společenských akcí na sebe váží další dodavatele služeb (catering, hudba, dekorace apod.), které tak lze považovat za partnery v podnikání.</i>
7.	Regionální podmínky	Všeobecná platnost pro podnikatele <i>Často postrádají kontakt v rámci komunity podnikatelů ve stejném oboru, proto si vytváří vlastní oborově pestřejší platformy (network, coworkingová studia, ateliéry). Z tohoto důvodu navazují partnerství v rámci skupin, jež spojuje stejný cíl: posun v podnikání nebo i získání odvahy k zahájení podnikání (pořádání společných snídaní, odborné přednášky nejen k podnikání, ale i k běžnému životu žen podnikatelek, vzdělávací akce, obecně propojování). Většinou tyto aktivity dotují ze svého (občerstvení, pronájem prostor), neboť vstupné musí být minimální, aby se udržel zájem. Vzájemně se podporují, vyměňují si kontakty, doporučují dodavatele. Přínosem oproti běžným vzdělávacím kurzům je komunita, sdílení zkušeností, názorů a diskuse ve známém prostředí.</i>
		Všechny oblasti KKO <i>Podmínky pro podnikání v Kraji Vysočina považují všichni oslovení za dobré, především vyzdvihují polohu kraje i Jihlavy v rámci ČR (uvítali by snad jen vyšší kvalitu gastronomických zařízení). Cítí zlepšování, zvelebování regionu vč. dopravní a technické infrastruktury, chválí kulturní a společenské akce v centrech měst. Nesouhlasí s vnějším pohledem na kraj či krajské město, podle kterého se v regionu z hlediska kulturního využití nic neděje, že kraj zaostává za ostatními. Problém vidí v tom, že pokud se někdo rozhodne k nové akci, zahájí nové podnikání apod., nevydrží, neboť ho lidé nepodporí, nepřijdou.</i> <i>Veřejná správa, resp. organizace zřizované krajem nebo městy by neměly být konkurencí podnikatelů a firem, což pocítují mimo již uvedená kulturní zařízení i firmy nabízející komplexní služby v oblasti grafického designu, reklamy, prezentace, propagace i jiné služby mimo KKO obcím (např. tvorba webových stránek).</i>

pokračování

Poř.	Téma	Oblast KKO
8.	Potřeby	Architektura (zahradní) <i>Nedostatek seminářů konaných v kraji k tématu zahradní architektury a designu – důležité pro výměnu informací a vzdělávání v moderních trendech, používaných materiálech, legislativních požadavcích např. na životní prostředí apod.</i>
		Reklama <i>Pomohl by portál nebo platforma, na které by byla zveřejněna databáze poskytovatelů reklamních služeb včetně referencí a garancí jejich spolehlivosti a klienti by si z ní mohli sami vybírat, což by byla pro všechny úspora času. Byl by zde prostor pro zpětnou vazbu typu „doporučte dodavatele“. Respondenti by uvítali organizaci veletrhů nebo workshopů zaměřených na nové trendy v oboru, nové technologie a materiály používané v reklamní činnosti, např. prezentace profesionálů ze zahraničí, zástupců výrobců a dalších odborníků.</i>
		Scénické umění, Kulturní dědictví <i>Vzdělávací kurzy zaměřené na řešení rizikových situací při velkých akcích (modelové situace – panika, požár), práce s problémovými diváky, kulturní management, workshopy pro výměnu zkušeností. Respondenti by ocenili podporu v oblasti modernizace audiovizuální technologie.</i>
		Knihy a tisk (Vydavatelství) <i>Větší intenzita zapojení veřejných institucí do poptávky po produktech místních vydavatelství (obdobně jako po výtvarných dílech regionálních autorů) – odkup části výtisků krajem a použití např. jako dárkových předmětů, odměn. Kraj by měl více podporovat propagaci a propojování autorů a nakladatelství, např. i překlady oceněných děl. Pokud se budou regionální politici nebo profesionální umělci v KKO účastnit kulturních akcí a podporovat místní produkty kultury, bude to jen pozitivní (musí se však jednat o osobnosti, nikoli ty, kteří společnost rozdělují).</i>
		Výtvarné umění (Fotografická činnost) <i>Nedostatek kurzů pro práci s grafickými programy pro úpravu fotografií, tvorbu katalogů, knih apod. Zájemci o fotografování nemají v regionu podporu ve vzdělávání, často se řeší jen v rámci kroužků nebo ve fotostřediscích, kde se setkávají dobrovolníci a nadšenci, kteří vychovávají další generaci. Nedostatek odborných konferencí a sympozií v oblasti fotografické činnosti v regionu zaměřených nejen na výstavy, ale zároveň na sdílení zkušeností s různými moderními technikami a postupy, na předávání zkušeností mladším generacím apod.</i>
		Všeobecná platnost <i>Napříč oblastmi KKO existují i relativně významní aktéři, kteří nemají prostor pro tvorbu a správu kvalitních a aktuálních webových stránek a dalších moderních informačních a distribučních kanálů. Příspěvkové organizace kraje i příjemci finanční podpory, darů a dotací poskytovaných krajem na konkrétní každoročně opakované akce by uvítali dlouhodobější záruky financování, min. na 3 roky dopředu. Negativně je hodnoceno rozhodování o podpoře žádostí o dotace na základě časového principu. Matoucí je i členění jednorázových akcí na kulturní a ostatní společenské (program Bavíme se na Vysočině), neboť v praxi se činnosti často překrývají a finanční výdaje jsou obtížně oddělitelné. Vysoká administrativní náročnost při zaměstnávání brigádníků vede některé subjekty i k ukončení aktivit, při kterých je dříve využívaly ve velkém počtu.</i>

Zdroj: Řízené rozhovory, Jihlava, 2024; podcast Jitky Nagelové „Halíře dělají talíře“, dostupné na <https://www.haliredelajitalire.net/>

II.2.6. Sekundární analýza KKO v Kraji Vysočina

Sekundární analýza dat neboli Desk Research zahrnuje sběr a analýzu dalších informací týkajících se jednotlivých oblastí KKO. Využít lze nejrůznější dostupné databáze, již zpracované výzkumy, vědecké studie, strategické materiály kraje, ale i měst a obcí v regionu, výroční zprávy příspěvkových organizací i firem působících v KKO, odborná periodika nebo denní tisk. Je třeba poznamenat, že Kraj Vysočina nedisponuje žádnými odbornými výzkumy a studii prohlubujícími znalost postavení KKO v regionu a před mapováním KKO v letech 2023 a 2024 nebyly uskutečněny ani žádné průzkumy veřejného mínění, např. o vybavenosti území kulturní infrastrukturou nebo o dostupnosti kultury.

Obdobně na tom jsou i města v kraji, která sice mohou v rámci aktualizace svých strategických dokumentů uspořádat šetření mezi obyvatelstvem a podchytit jeho názory na úroveň kultury ve městě, avšak v praxi se to děje spíše výjimečně (např. Moravské Budějovice, kde je podle názoru obyvatel

nedostatek kulturního vyžití, nebo Žďár nad Sázavou, kde anketu uspořádala p. o. Kultura Žďár a zjistila spokojenost s úrovní kultury ve městě).

Vzhledem k tomu, že zjištěné údaje by měly sloužit k efektivnějšímu nastavení vlastní strategie rozvoje KKO a ta musí být v souladu s již existujícími platnými strategiemi či (akčními) plány, má sekundární analýza podobu přehledu opatření či aktivit, které se objevují v platných dokumentech kraje i měst a týkají se podpory KKO.

Z existujících strategických materiálů Kraje Vysočina pro oblast kultury, které byly analyzovány z hlediska přístupu k podpoře KKO, lze uvést následující:

- **Strategie rozvoje Kraje Vysočina 2021 - 2027** – definuje podporu kultury v rámci prioritní oblasti 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, konkrétně prostřednictvím opatření 5.2 „Ochrana a zachování kulturních památek“ a 5.3 „Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury“, jejichž cílem je modernizace kulturní infrastruktury, rozšíření a zatraktivnění nabídky kulturních aktivit a služeb a rozvoj kreativních projevů.
- **Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017 - 2025** – v rámci opatření A.2 „Rozvoj a zkvalitnění atraktivit cestovního ruchu/turistických cílů“ jsou definovány typové aktivity týkající se podpory kulturních památek i kulturního dění/organizátorů.
- **Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Kraje Vysočina 2024 - 2028** – dokument zmiňuje podporu kreativity ve formě opatření B.3 „Zaměření výuky na kompetence a posílení efektivity výuky“, konkrétně podopatření B.3.1 „Podpora projektové, badatelsky orientované výuky, aktivit na podporu podnikavosti a aktivizace žáků a dalších moderních didaktických forem, snížení podílu frontální výuky. Na podporu podnikavosti, iniciativy a kreativity bude kraj realizovat aktivitu „Výcvik podnikavého učitele“ – teoretický i praktický výcvik podnikavých učitelů napříč předměty, inspirace k podnikavému přístupu žáků i kolegů.“

Dále byly analýze podrobeny strategie a koncepce rozvoje měst v Kraji Vysočina platné v době mapování KKO, výroční zprávy příspěvkových organizací Kraje Vysočina a měst v regionu a dokumenty obdobného charakteru v případě krajem a městy nezřizovaných organizací, všechny s důrazem na zjištění priorit dalšího působení či rozvoje subjektů v oblasti KKO. Z analýzy vyplývá, že ve strategických dokumentech samospráv se podpora kultury, ať už v rámci památkové péče nebo kulturních akcí, zařízení a jejich vybavení, kulturních aktivit či vzdělávání v kultuře, objevuje v určité formě vždy, ale jen velmi výjimečně je v nich zmínka o podpoře kreativity v oblasti kultury. Následující tabulka proto uvádí příklady toho, jak je v regionu tato oblast vnímána a jak bude v budoucnu rozvíjena.

Tab. 88. Přehled vybraných strategických dokumentů měst Kraje Vysočina platných v letech 2023 a/nebo 2024, které obsahují způsoby podpory kreativity

Lokalita	Dokument, oblast podpory, cíle, opatření/název zařízení	Podpora KKO s důrazem na kreativitu
Jihlava	Strategie pro kulturu, volný čas a cestovní ruch ve městě Jihlavě 2017 – 2024 , oblast Podmínky pro rozvoj kultury, cíle 2.1 až 2.7, např. opatření 2.3.5	Město zajistí dostupné prostorové zázemí pro tvorbu a spolkovou činnost. <i>Doporučeno je promyslet – krom „standardních“ kluboven a zkušeben – takéž prostory pro startovací ateliéry začínajících umělců a kreativců či prostor pro coworking a další „nové“ formy odpovídající současné poptávce.</i>
	Strategický plán rozvoje Statutárního města Jihlavy 2023 - 2032 , oblast Odolná Jihlava (O), opatření O1.3.	Systematický rozvoj a přizpůsobení městské infrastruktury k větší míře uplatnění oběhového hospodářství a sdílené ekonomiky – <i>podpora vzniku kreativních hubů, podpora kreativního vzdělávání, kreativní přístup k řemeslům.</i>
Chotěboř	Strategie rozvoje města Chotěboř na období 2023 - 2033 , priorita 1.3 Sport, kultura a aktivní život, specifický cíl 5	Podporovat pestrou kulturní nabídku jako nástroje pro výchovu, vzdělávání, rozvoj tvořivosti a udržování tradic; opatření a typová aktivita – <i>podpora kulturních a kreativních průmyslů například prostřednictvím kreativních dílen.</i>

pokračování

Lokalita	Dokument, oblast podpory, cíle, opatření/název zařízení	Podpora KKO s důrazem na kreativitu
Jaroměřice nad Rokytnou	Strategický plán rozvoje města Jaroměřice nad Rokytnou , strategický cíl 3, opatření 3.1	Aktivní podpora kulturních akcí, spolkové činnosti – <i>vyšší podpora spolků v grantovém programu s důrazem na kreativitu a tvůrčí schopnosti obyvatel.</i>
Ledeč nad Sázavou	Strategický plán Ledče nad Sázavou , strategická priorita 3. Aktivní život	<i>Zaměřeno na granty a dotace, sport, tradice, podporu a vytváření podmínek pro aktivní život, vzdělávání, spolkovou činnost, kulturu, sociální oblast, kreativitu a zlepšování podmínek pro podnikání, zdraví a zdravý životní styl, kulturní akce, slavnosti a zábavu.</i>
Moravské Budějovice	Strategický plán rozvoje města Moravské Budějovice na období 2022-2027	SWOT analýza, příležitosti – <i>zvýšení (podpora) kreativity zaměstnanců kulturních zařízení.</i>
Polná	Strategický plán rozvoje města Polná na období 2023 - 2034 , strategický cíl 3 Kvalitní vzdělání a odpovídající uplatnění obyvatel	<i>Polná je místem s moderním systémem vzdělávání, které klade důraz na podporu vlastní podnikavosti, kreativity a využití digitalizace.</i>
Velké Meziříčí	Koncepce rozvoje kultury města Velké Meziříčí na roky 2021-2025 (s výhledem do roku 2030) , priorita A, opatření A.2.2; cíl C.1: Vytvořit podmínky pro aktivity začínajících tvůrců, organizátorů a mladé generace, opatření C.1.3.; cíl C.2: Využívat kulturní aktivity jako nástroj vzdělávání a podpory kreativity, opatření C.2.1.	Opatření A.2.2. Revitalizace sýpky v centru – <i>revitalizace pro účely prezentace kulturního dědictví (např. expozice muzea), pro tvůrčí činnosti (kreativní odvětví, dílny, showroom) a trávení volného času.</i> Opatření C.1.3. Prověřit možnosti vytvoření zázemí pro kreativní obory a polytechnické vzdělávání – <i>prostory pro kreativní obory (kreativní hub a coworkingové centrum) a pro podporu polytechnického vzdělávání ve vazbě na místní školy, kreativce a umělce, živnostníky a malé firmy.</i> Opatření C.2.1 Zapojení ZŠ a SŠ do kulturního dění – <i>využití principů kreativního a místně zakotveného učení a propojování tvůrčí aktivity městských i mimoměstských aktérů v kultuře.</i>
Kulturní a volnočasová zařízení – výroční zprávy		
Chotěboř	Junior dům dětí a mládeže – středisko volného času Chotěboř	<i>Kreativní vánoční tvoření – ozdoby z keramiky (keramická dílna), rozvoj uměleckého projevu dětí (ateliér), vyhledávání a podpora talentovaných dětí vytvářením speciálních zájmových kroužků a klubů. Zavádění no-vých prvků a přitažlivějších forem práce se staršími dětmi a mládeží. Zvyšování kvalifikace pedagogických pracovníků a sledování jejich práce směrem k zavádění nových prvků a forem práce s dětmi, a především s mládeží.</i>
Polná	Základní umělecká škola Polná	<i>Zavést nové moderní metody výuky – hudební výukový software, grafický software; kromě „klasického“ vzdělání nabízet paralelně v jednotlivých uměleckých oborech možnost vzdělávání v „moderních“ stylech, žánrech, technikách (jazz, pop, rock, počítačová grafika, design).</i>
Žďár nad Sázavou	Zámek Žďár z.s. (projekt Kulturně kreativní centrum Vysočina)	<i>Bude profesionálním způsobem podporovat a podněcovat kreativitu všech zapojených aktérů a zároveň umožňovat jejich propojení a mezisektorovou spolu-práci. Kreativní rezidenční pobyty pro profesionální umělce. Zviditelnění a podpora regionálních umělců, kreativců a firem apod.</i>

Zdroj: Příslušné dokumenty obcí, měst a jimi zřizovaných organizací, Projekt Kulturně kreativní centrum Vysočiny, 2024

Sekundární analýza zjišťovala rovněž informace o potřebách organizací zřizovaných městy a obcemi a o jejich slabých stránkách a ohroženích. Tato zjištění byla zobrazena a využita v kapitole II.5 a také při formulaci aktivit v rámci příslušných opatření v Návrhové části Strategie za účelem jejich řešení v budoucnu.

II.2.7. Analýza současného stavu dle metodiky PESTLE

Analýza tohoto typu má za cíl identifikovat klíčové trendy a globální vývojové tendence ovlivňující KKO a dále klíčové mechanismy změn – tzv. PESTLE analýza, která hodnotí faktory působící na danou problematiku v ČR.

Aktuální společenské výzvy a **klíčové trendy** pro udržitelný rozvoj společnosti, další ekonomický rozvoj a zlepšení kvality života lidí, zajištění vnitřní i vnější bezpečnosti a překonávání potenciálních konfliktů a krizí v kontextu celé Evropské unie a její resilience jsou definovány v **Národní RIS3 strategii**⁶⁶ a týkají se potažmo rovněž KKO. Mohou posloužit tedy jako základ pro vyjádření hlavních tendencí ovlivňujících vývoj KKO:

- Geopolitická situace, válečný konflikt
Bezpečnostní rizika a hrozby vyplývající např. z geopolitických změn, terorismu, organizovaného zločinu, narůstající kriminality, migračních procesů aj. Některé oblasti KKO jsou vystaveny riziku spojenému s konáním masových kulturních akcí, infrastruktura je tvořena řadou měkkých cílů, u nichž není stále plně zajištěna bezpečnost, pracovníci nejsou vyškoleni v práci s rizikovými diváky a davem v případě ohrožení apod.
- Rozvoj digitální gramotnosti
Digitalizace světa a dopady rozvoje nových IT na ekonomiku, společnost i lidskou psychiku, na druhé straně ohrožení stability společnosti spojené s hrozbami kybernetických útoků, dezinformací aj. Digitalizace je nezbytným nástrojem pro většinu odvětví KKO, např. k zachování hodnotných děl kulturního dědictví dalším generacím (digitalizace sbírek) nebo k vytváření kvalitního kulturního obsahu (hudební nahrávací studia, postprodukční činnost při filmové tvorbě apod.) i kvalitních kulturních zážitků (využívání moderních technologií při produkci živého umění aj.). V některých profesích (design, architektura, výtvarné umění aj.) je znalost nejnovějších trendů v oblasti ICT přímo nezbytná pro vlastní tvůrčí práci.
- Rozvoj pracovní síly
Digitalizace a její dopad na ekonomiku a trh práce, jakožto i na její organizaci a management, proměna rozložení pracovní síly, její kvalifikace, otázka seberealizace pracovníků ve vztahu k práci, individuální identita a sociální integrita vymezovaná prací a případné sociálně-patologické jevy z toho plynoucí. Současné trendy kladou vysoké nároky i na pracovníky a podnikatele v KKO, od nichž je v některých oblastech vyžadován nejen talent, ale také vysoká kvalifikace a celoživotní vzdělávání v oboru, osvojení si podnikatelských kompetencí, znalostí z oblasti marketingu a propagace, odolnost proti krizovým situacím apod., přičemž řada odvětví a profesí je z pohledu mzdového, resp. platového ohodnocení stále finančně poddimenzována.
- Environmentální rizika
Prevence environmentálních katastrof způsobených lidskými aktéry, eliminace negativních zásahů lidstva do vývoje životního prostředí (klimatická změna, ztráta biodiverzity), ale i schopnost společnosti vyrovnávat se s přírodními a živelnými pohromami (povodně, zemětřesení). Některých oblastí KKO se environmentální témata týkají např. v souvislosti s používáním různých materiálů při tvorbě reklamy, v uměleckém řemesle, výtvarném umění atd., přičemž rychlý rozvoj v technologických oborech vyžaduje neustálé vzdělávání kreativců, a to i v oblastech zaměřených na kreativní udržitelnost (sledování uhlíkové stopy i v oborech KKO – reklamní kampaně, mediální nosiče, televizní produkce, tvorba z použitých materiálů⁶⁷ aj.)

⁶⁶ Národní RIS3 strategie, str. 74

⁶⁷ <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/12/kreativni-prumysl-muze-nasmerovat-pozornost-k-udrzitelnosti/>

- Nové technologie a s nimi spojená rizika – nové vzorce chování návštěvníků spojené s využíváním nových technologií, hrozba zneužití technologií mj. i v rámci oblastí KKO spojených s mediálním sektorem (rozhlas, televize, tisk), porušování autorských práv.
- Mezioborová spolupráce – v rámci KKO je mezioborová spolupráce jedním z hlavních nástrojů pro rozvoj celého sektoru, neboť při práci na uměleckém díle v jakékoliv podobě lze uplatnit řadu oborů kulturní a kreativní činnosti (divadlo, film, hudební vystoupení apod.).
- Rostoucí role kultury v životě občanů⁶⁸ – obecným trendem je růst kulturní participace i související nabídky kulturních služeb.

Potřeba změny je vyvolána dynamickým vývojem prostředí, který vede k nastolení nových podmínek pro úspěšné řešení dané problematiky. Vzhledem k tomu, že jednotlivé oblasti jsou vzájemně provázány, vyvolá například politická změna také změnu v legislativě a ta následně například v prostředí ekonomickém. Porozumění dynamice mechanismu změn a relací mezi nimi je důležité jak pro pochopení aktuální situace na poli dané problematiky, tak následně pro její řešení v budoucnosti. Výstupem je přehledná analýza faktorů působících na problematiku, kterou bude Strategie řešit.

Faktory působící na rozvoj KKO, které jsou zároveň impulsem (klíčovým mechanismem) **změn** v ČR a potažmo také v Kraji Vysočina, lze prostřednictvím PESTLE analýzy shrnout následovně:

- Politické faktory
Zpracování Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina po roce 2025 (s výhledem do roku 2035) probíhalo v roce 2025, tedy v roce voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Nové složení dolní komory parlamentu může vést i ke změně politické podpory KKO a není tak zajištěna stabilita legislativního rámce. Zároveň Strategie navazuje na dosud platné rozvojové dokumenty, které by v blízké budoucnosti měly být aktualizovány, což s sebou přináší určitá rizika potenciálního nesouladu strategického směřování. Obdobně nelze změny priorit vyloučit v případě výměny politického vedení v samotném Kraji Vysočina, které nastalo po volbách do zastupitelstva kraje v roce 2024. Geopolitická situace v Evropě mění dosavadní priority (růst výdajů na obranu) a KKO, jejichž význam začal být zdůrazňován v pandemii COVID-19 a po ní, může v tomto kontextu začít spíše ustupovat do pozadí a finanční podpora ze strany státu tak může klesat. Politickou otázkou je také řešení duševního vlastnictví a boj proti pirátství, které jsou pro některé oblasti KKO klíčové.
- Ekonomické faktory
V návaznosti na politické faktory začínají být některé oblasti kultury finančně opomíjeny, jak dokazuje např. v kapitole II.2.4 (Finanční analýza výdajů na kulturu) zmíněný pokles výdajů na výzkum, vývoj a inovace v kultuře ze strany MK ČR ve srovnání s rokem 2019. Financování kultury se sice v posledních letech v úhrnu zvýšilo, nicméně nenahradilo ztráty způsobené vysokou inflací v letech 2021 a 2022. V případě Kraje Vysočina byly tyto ztráty nahrazeny alespoň v některých případech (např. provozní náklady příspěvkových organizací). Pandemie COVID-19 prokázala vysokou citlivost KKO na krizové situace projevující se poklesem návštěvnosti památek, kulturních zařízení i kulturních akcí a v návaznosti na to také snížením příjmů ze vstupného a zvýšením závislosti na veřejných zdrojích, což v případě opakování může tomuto sektoru přinést další ekonomické problémy. Řadu oblastí KKO donedávna výrazně trápily ceny energií, které subjekty působící v KKO považovaly za vážnou překážku svého rozvoje. Zbytnost produktů většiny KKO pro spotřebitele jak ze strany domácností, tak firem i veřejného sektoru bude vždy hrozbou ovlivňující stabilitu těchto KKO. Větší existenční jistotu umělců a tvůrců „na volné noze“ by mohl do budoucna zajistit tzv. „status umělce“. Výhodou většiny KKO, která může mít i ekonomický dopad, je možnost prosadit se v zahraničí, na mezinárodních trzích, neboť jazyková bariéra v mnoha těchto odvětvích neexistuje a díky digitalizaci lze oslovit publikum i klienty kdekoli ve světě.

⁶⁸ Státní kulturní politika 2021-2025, MK ČR, 2021

- Sociálně kulturní faktory
ČR čelí v oblasti demografického vývoje zejména stárnutí populace a s ním spojenému nárůstu poptávky po nových typech služeb pro seniory, a to včetně služeb s kulturním obsahem. Senioři budou tvořit stále větší cílovou skupinu (za 10 let se do seniorského věku začne dostávat populace narozená v 70. letech), která však již bude ve srovnání s předcházejícími generacemi relativně technologicky gramotná. Dalším demografickým trendem je úbytek počtu dětí, který bude mít pravděpodobně dopad na naplněnost kapacit škol včetně těch uměleckých a na propad absolutního počtu umělců a kreativců, nedojde-li ke zvýšení atraktivity příslušných vzdělávacích programů tak, aby podíl studujících v oborech KKO byl vyšší než v současnosti. Mezi sociálně kulturní faktory lze zařadit také změnu spotřebitelského chování, která spočívá v rostoucí poptávce po on-line obsahu (streamovací služby, interaktivní umění a expozice, digitální produkty) a kterou významně podnítila pandemie COVID-19. Rovněž se zvyšuje různorodost v rámci KKO a poptávka po zastoupení menšinových skupin v KKO.
- Technologické faktory
Dynamika technologické změny vykazuje stále rostoucí trend. Společným jmenovatelem nových technologií je zejména digitalizace, která prostupuje napříč sektory a bude i do budoucna udávat směr vývoje. S digitálními inovacemi a ostatními trendy dochází k posouvání až stírání hranic mezi různými oblastmi ekonomiky a vznikají stále nová odvětví, která lze jen obtížně, pakliže vůbec zařadit do tradičních odvětvových kategorií, i v rámci KKO. Technologické změny jsou spojeny také s poptávkou po on-line produktech či obsahu. Stále více se v některých tvůrčích KKO využívá umělá inteligence (dále též jen „AI“) a další specializované softwarové nástroje, např. 3D modelování, hudební produkční nástroje apod. Virtuální realita proměňuje způsoby, jakým se produkty KKO vytváří a distribuují.
- Legislativní faktory
Aktuální legislativní změnou, která výrazně ovlivňuje KKO, je Zákon č. 263/2024 Sb. Zákon o veřejných kulturních institucích a o změně souvisejících zákonů (zákon o veřejných kulturních institucích) a novela zákona č. 203/2006 Sb., o některých druzích podpory kultury, která do českého právního řádu zavádí institut tzv. „statusu umělce“ jako nástroje podpory pro umělce se specifickým postavením na trhu práce. Palčivou otázkou jsou dlouhodobě autorská práva a duševní vlastnictví. Legislativní opatření se mohou týkat také různých regulací kulturních akcí, od nichž bylo po pandemii COVID-19 upuštěno, nicméně může vyvstat otázka jejich opětovného zavedení ve vazbě na geopolitické hrozby a bezpečnostní situaci ve světě. Stejně důvody mohou mít za následek regulaci mediálního obsahu za účelem eliminace dezinformací.
- Environmentální faktory
Ačkoli zdánlivě ochrana životního prostředí s KKO nesouvisí, opak je pravdou a zpřísnování podmínek v environmentální oblasti (cirkulární ekonomika, snižování uhlíkové stopy aj.) se nevyhne ani KKO. Témata environmentální udržitelnosti jsou však již nyní reflektována v mnoha oborech KKO i v Kraji Vysočina. Objevují se např. v dílech některých básníků vydávaných v Kraji Vysočina, módní návrháři v regionu využívají použité nebo přírodní materiálů (např. jablečný šrot) nebo módní doplňky dostávají v Kraji Vysočina možnost opětovného využití po odborném řemeslném zásahu (re-use), čímž se snižuje množství odpadu obdobně jako při používání vratných kelímků na akcích s vysokým počtem návštěvníků.

Závěrem lze shrnout, že KKO jsou výrazně ovlivněna technologickým pokrokem, změnami ve financování, poptávkou ze strany klientů a nově také geopolitickým vývojem. Především digitalizace přináší nové výzvy, ale také nové hrozby. Stále důležitější roli v činnosti KKO budou hrát ekologické a environmentální faktory.

II.2.8. Očekávaný budoucí vývoj KKO

Následující text přibližuje předpoklad budoucího vývoje KKO, a to formou tzv. foresightu,⁶⁹ založeného na metodě extrapolace trendů a faktorů, které byly popsány výše. Prognóza se mj. opírá o kulturní politiku prosazovanou organizací Culture Action Europe⁷⁰ pro období 2028 - 2034, podle níž existují 4 orientační priority týkající se mj. i budoucnosti KKO, a to:

1. Strategický rámec pro kulturu – vyvinout nový strategický rámec pro kulturní politiku EU a vypracovat silnou strategii EU pro mezinárodní kulturní vztahy;
2. Financování kultury – navýšit v období 2028 - 2034 finanční výdaje na podporu kultury, neboť ta utváří budoucí vize, stimuluje inovace, posiluje sociální soudržnost, blahobyt a základní hodnoty, jako je svoboda, demokracie a solidarita;
3. Pracovní podmínky – přijmout právní rámec EU pro sociální a profesionální situaci umělců a umělců pracujících v kulturních a tvůrčích odvětvích;
4. AI a digitální rozvoj – zajistit provádění zákona o umělé inteligenci, který podporuje práva tvůrců.

Prognóza vývoje KKO ani strategie jejich rozvoje po roce 2025 na úrovni ČR nebyly v kontextu událostí posledních 5 let vypracovány a/nebo zveřejněny. Lze předpokládat, že snahou patrně zůstane alespoň naplnit cíle Státní kulturní politiky na období 2021 - 2025 prostřednictvím Národního plánu obnovy. Rozvoj KKO je jedním ze 4 cílů Státní kulturní politiky a podle něj lze budoucnost KKO charakterizovat následovně:

- KKO budou na státní úrovni systematicky rozvíjena
- KKO budou součástí inovačního ekosystému ČR
- KKO budou na území ČR zmapovány a zanalyzovány
- KKO budou digitalizovány
- KKO budou vzájemně zasíťované (kreativci se budou propojovat nejen mezi sebou, ale i se vzdělávacími institucemi, s malými a středními podniky, s dalšími aktéry veřejné správy i se subjekty v zahraničí v rámci internacionalizace)
- u subjektů KKO bude podporován rozvoj dovedností
- výrazně lépe budou podporovány nestátní neziskové organizace (dále též jen „NNO“) podílející se na aktivní kulturní participaci, ať již profesionální nebo založené na dobrovolnickém přístupu, neboť mají značný potenciál zvýšit dostupnost a přístupnost kultury, přičemž veřejně nezřizovaná a nezávislá kultura je zásadní pro budoucnost KKO v ČR
- bude legislativně ukotven tzv. „status umělce“
- bude platit zákon o veřejných kulturních institucích
- kulturně kreativní vzdělávání bude dostupné pro všechny, a to již od dětství v rámci formálního i neformálního vzdělávacího procesu
- kulturní vzdělávání bude součástí aktivní participace na kultuře a bude tak přispívat k přístupnosti kultury
- hodnota intelektuálního vlastnictví bude vysoká
- role kreativity a talentu v ekonomice bude významná
- budou existovat kreativní klastry zaměřené na technologické inovace⁷¹
- využívání AI bude umožňovat levnější produkty KKO
- KKO budou klást důraz na udržitelnost

Na budoucnost KKO do roku 2030 je možné usuzovat také ze Strategie cestovního ruchu ČR, která očekává oproti současnosti větší podporu:

- start-up a spin-off projektů v cestovním ruchu a v KKO na ně navazujících
- zapojení KKO do snahy o zachování potenciálu kulturního, technického a přírodního dědictví
- projektů pracujících s architekturou 2. poloviny 20. století a se současnou architekturou

⁶⁹ Foresight je systematický přístup, zapojení relevantních aktérů s otevřeným myšlením orientovaným na možnosti budoucího vývoje a orientace na navržené opatření (Pazour et al 2017). Od tradičního prognózování se odlišuje svým důrazem na praktické využití a na rozhodování. Je důsledkem vývoje od jednorázových predikcí ke spojitým interakcím, k demokratizaci rozhodování a posunu k participativním metodám zapojování uživatelů.

⁷⁰ Culture Action Europe's Indicative Cultural Policy Priorities for the EU's 2024-2029 Policy Cycle, Culture Action Europe, 2024, dostupné na https://www.kreativnievropa.cz/zdroje/publikace-a-studie?wpag=1&filter_publication_category=kultura&filter_search=budoucnost

⁷¹ <https://vedavyzkum.cz/rozhovory/rozhovory/i-kreativni-prumysly-potrebuji-inovovat>

- o aktérů místní kultury, kulturních a kreativních průmyslů a rozvoje využití jejich potenciálu při tvorbě autentické nabídky cestovního ruchu v destinaci
- o povědomí o významu kreativního průmyslu v cestovním ruchu

Rozvojový potenciál odvětví KKO v Kraji Vysočina lze do budoucna spatřovat zejména ve zvýšení významu v oblasti:

- o přínosů pro tvorbu HDP a přidané hodnoty
- o zaměstnanosti a rozvoje podnikání v území
- o příležitostí rozvoje KKO pro ty části Vysočiny, které jsou zařazeny mezi tzv. hospodářsky a sociálně ohrožených území, tedy v současnosti 8 SO ORP z celkových 15
- o propagace KKO a provázání těchto odvětví na cestovní ruch, což bude příležitostí pro zlepšení image Vysočiny a posílení konkurenceschopnosti regionu v celorepublikovém i mezinárodním měřítku

Budoucnost některých KKO může významně ovlivnit legislativa. Např. Asociace profesionálních divadel dlouhodobě usilovala o prosazení zákona o **veřejné kulturní instituci**, který začal platit od 1. 1. 2025.⁷² Především osobám vykonávajícím uměleckou, tvůrčí nebo bezprostředně související činnost by měla výrazně pomoci novela zákona⁷³ spojená se „statusem umělce“, která vejde v platnost v 2. polovině roku 2025 a zaměřuje se na osoby, které se věnují umělecké činnosti mimo pracovněprávní vztahy (tzv. na volné noze). Zaručit by jim měla větší existenční jistoty, např. právě v době omezení jejich činnosti, jako tomu bylo během pandemie COVID-19. Status umělce by měl podle Státní kulturní politiky do budoucna přispět k rozvoji živého umění.

Výhled v Kraji Vysočina do konce platnosti Strategie, tedy do doby za 10 let, lze komentovat také na základě demografického vývoje. Dle projekce vývoje počtu a struktury obyvatelstva, vydané v roce 2024 Českým statistickým úřadem až do úrovně krajů, by měl počet obyvatel Kraje Vysočina (bez zohlednění migrace) postupně klesat a v roce 2034 nebude dosahovat ani 0,5 milionu. Pokles se týká jak předproduktivní (do 15 let), tak produktivní (15 - 64 let) složky obyvatelstva. V roce 2035 by mělo oproti roku 2024 v Kraji Vysočina žít o 20 % méně dětí a o 5 % méně obyvatel v produktivním věku, kdežto o 14 % seniorů více. Navíc půjde o rok, kdy se do seniorského věku začne dostávat populace narozená v 70. letech minulého století, tedy ta dlouhodobě nejpočetnější. Růst počtu i podílu seniorů na celkovém počtu obyvatel se tak ještě zrychlí.

Na závěr lze shrnout, že KKO budou i nadále čelit výzvám spojeným s digitalizací, se změnami v monetizaci a s ekologickými požadavky (snižování uhlíkové stopy, ekologicky šetrné produkty). Lze očekávat diskuse o zapojení AI do KKO a s tím spojenými autorskými právy. Kromě rostoucí poptávky po streamovacích službách poroste zájem publika o participaci na kulturních a kreativních projektech nebo o individualizaci kulturních zážitků prostřednictvím algoritmů doporučujících obsah zážitku „na míru“. Hovoří se rovněž o změnách financování umělců a kreativců formou přímé podpory od fanoušků (předplatné, mikrotransakce) přes digitální média.

II.3. Revize stávajících opatření

Jak již bylo zmíněno, strategický dokument zaměřený na KKO jako celek vzniká v Kraji Vysočina poprvé. Důvodem je především až donedávna nezmapovaný sektor v KKO v celé jeho šíři. Neexistují tudíž koncepční přístupy k řešení podpory KKO ani opatření v rámci jiných strategických dokumentů, která by se týkala KKO a mohly být Strategií revidována.

Naopak, vzhledem ke shodě nad pokračujícím způsobem podpory kulturních památek, zařízení a kultury jako takové, převzala Strategie 2 opatření ze Strategie rozvoje Kraje Vysočina 2021 - 2027, která pouze mírně upravila, resp. aktualizovala, a to přidáním vysvětlujícího textu k propojování péče o památky s KKO (opatření 1.1) a rozšířením počtu typových aktivit (opatření 1.2).

⁷² Zákon č. 263/2024 Sb. Zákon o veřejných kulturních institucích a o změně souvisejících zákonů (zákon o veřejných kulturních institucích).

⁷³ Novela zákona č. 203/2006 Sb., o některých druzích podpory kultury zavádí do právního řádu institut tzv. statusu umělce jako prostředek podpory pro umělce se specifickým postavením na trhu práce.

Ostatní opatření v rámci Strategie jsou zcela nová a neobjevují se v současnosti v žádném jiném strategickém dokumentu Kraje Vysočina.

II.4. Vývoj při tzv. nulové variantě

Tato podkapitola popisuje vývoj v oblasti KKO v případě, že Strategie nebude implementována, resp. nebudou-li realizována Strategií navržená opatření (je tedy simulován vývoj při zachování současného stavu). Některá opatření se alespoň částečně překrývají s aktivitami, jejichž podpora je zakotvena ve strategických dokumentech schválených na státní úrovni nebo v platných strategiích kraje. Určitým způsobem by se tedy dala rozvíjet i bez implementace Strategie jako celku, avšak s tím, že při současném nastavení indikátorů, které nesledují speciálně oblasti KKO, by nebylo ani evaluací zjištěné, jak se situace v oblastech KKO ve srovnání s výchozím stavem změnila. Podstata implementace Strategie, obdobně jako u jiných strategických dokumentů, však souvisí především se stanovením cílů a s následným posouzením jejich splnění v časovém horizontu určeném při formulaci vize, tvorbě návrhové části a pomocí indikátorů definovaných v rámci každé prioritní oblasti, resp. opatření.

Rozvoj KKO určitým způsobem akcentuje **Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+**, ale Kraje Vysočina by se týkala pouze typová aktivita „Napomáhat rozvoji a využití kulturního potenciálu regionálních center a jejich venkovského zázemí“, jejímž cílem je širší využití veřejných institucí (kulturní zařízení nejen jako statický prvek, ale jako lokální kreativní hub/centrum společenského života). V jiném kontextu KKO v této strategii řešena nejsou.

V obsahu **Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+** je význam „kreativity“ chápán v jiném smyslu než ve Strategii, a to jako jedna z klíčových kompetencí, které má žákům pomoci vypořádat se s různými životními situacemi (podobně jako např. kritické myšlení), a zároveň jako opak stereotypních postupů při řešení problémů. Dovednost v oblasti kulturního povědomí a vyjadřování je pak zmiňována jako jedna z kompetencí pro celoživotní učení. Zde tedy nemá rozvoj kulturně kreativního vzdělávání dostatečnou oporu k aplikaci, pokud by Strategie nebyla implementována.

Aktuálně platná **Strategie rozvoje Kraje Vysočina** (dále též jen „SRK“) má horizont platnosti do konce roku 2027 a Strategie, jak již bylo uvedeno výše, z ní přebírá 2 opatření. Pokud by po ukončení platnosti SRK nepokračovala podpora týkající se ochrany a zachování kulturních památek a rozvoje kultury a kulturní infrastruktury v rámci navazující SRK a nebyla by implementována ani Strategie, mohlo by docházet k zanedbávání údržby i propagace kulturních objektů, zařízení i akcí zde konaných, a tím také k poklesu návštěvnosti území, což by zhoršilo pozici Kraje Vysočina vůči ostatním krajům v ČR. Pravděpodobnost, že tato situace nastane, je však velmi nízká, neboť podpora kulturních témat je dlouhodobě stabilní součástí SRK.

Kraj Vysočina v rámci SRK cílí na zkvalitnění podmínek pro **rozvoj podnikatelských aktivit** v rámci opatření „Konkurenceschopné podnikatelské prostředí“, přičemž nespecifikuje žádné obory činnosti, kterých by se rozvoj měl týkat. Vzhledem k tomu se toto opatření rozhodně týká také subjektů spadajících do KKO a aktivně podnikajících, tedy již existujících, ale také nově vznikajících. K udržení konkurenceschopnosti podniků bude nutný rozvoj jejich **digitalizace**, kterou SRK rovněž zahrnuje, a to jak v oblasti ekonomiky, tak veřejné správy a jejich zákonných povinností.

Teoreticky je tedy možné, aby byly v rámci stávajících nástrojů podpory, např. v rámci Fondu Vysočiny, financovány také aktivity firem spadajících do KKO (např. v rámci připravovaného programu Digitální vouchery nebo dlouhodobě existujícího programu Rozvoj podnikatelů). Prakticky by se však do posledně jmenovaného programu mohli zapojit zřejmě pouze existující podnikatelé řazení do oblasti „Umělecká řemesla“, neboť s jeho podporou lze pořídit stroje a strojní zařízení pro činnosti spadající do zpracovatelského průmyslu, které subjekty z ostatních oblastí KKO nevykonávají. Pokud by tedy Strategie nebyla implementována, má rozvoj podnikání subjektů působících v KKO nebo nově vznikajících oporu v SRK a obdobně jako u památek a rozvoje kultury je nízká pravděpodobnost, že by při další aktualizaci SRK byla oblast podnikání vynechána. Finanční podpora při současném nastavení by se však týkala pouze minima subjektů z KKO.

Ostatní témata, která jsou obsahem návrhové části Strategie, již nemají přímou oporu v žádném strategickém dokumentu státu či kraje (kromě Státní kulturní politiky končící v roce 2025). Bez implementace Strategie by tedy nebyla v Kraji Vysočina řešena, resp. situace by se ve srovnání se současným stavem pravděpodobně příliš neměnila. Pokud by nedocházelo k realizaci dalšího **mapování subjektů působících v KKO** (především těch soukromých, případně spolků), které je rovněž jedním z opatření Strategie, bylo by možné tento segment ekonomiky rozvíjet pouze na základě znalostí problematiky zřizovaných kulturních a uměleckých organizací a na subjekty krajem či městy a obcemi nezřizované tak pouze aplikovat znalosti o potřebách subjektů působících v ostatních odvětvích podnikání v kraji. To by však mohlo vést k tomu, že by se reálné potřeby subjektů z KKO a nástroje k jejich uspokojení mohly výrazně míjet a případné finanční výdaje směřující k podpoře KKO by tak mohly být využity značně neefektivně.

Jak vyplynulo z kvalitativní analýzy subjektů působících v KKO, existuje ve společnosti velmi nízké povědomí nejen o tomto sektoru jako celku, ale také o tom, koho lze vlastně považovat za subjekt působící v KKO. Často zmiňovaným problémem omezujícím rozvoj firem a podnikatelů byla také neschopnost konkrétních subjektů vhodně se prezentovat, propagovat svoji mnohdy velmi originální činnost nebo přesvědčit potenciální klienty o výhodnosti svých služeb (např. v případě designérů či architektů). Jako vhodný nástroj sloužící ke zvyšování povědomí o KKO v Kraji Vysočina se jeví tvorba webového portálu, jehož součástí bude **komunikační platforma** využitelná existujícími subjekty z KKO k navazování partnerství, rozvoji jejich vzájemné spolupráce nebo i k budování nových dodavatelsko-odběratelských vztahů. Funkce webového portálu bude rovněž informační, propagační, poradenská a především v oblasti propojování nejvýznamnějších zdrojů kulturního a kreativního dění v Kraji Vysočina. Prostřednictvím této platformy, ale také využitím stávajících a vytvořením nových nástrojů by měla probíhat **kvalitní propagace** a prezentace KKO v kraji. Pokud by tyto aktivity nebyly realizovány, zůstalo by povědomí o existenci a funkci kulturního a kreativního sektoru ve veřejném prostoru velmi nízké a informace o něm nepřehledné a roztržité mezi mnoha zdroji.

V případě, že by Strategie nebyla implementována v oblasti rozvoje **kulturně kreativního vzdělávání**, formálním i neformálním způsobem, tedy např. zapojováním profesionálů z oblastí KKO do výuky i volnočasových aktivit, bylo by nutné vyčkat s formulací této oblasti rozvoje v rámci jiného strategického dokumentu orientovaného na školní i mimoškolní aktivity dětí a mládeže, a to buď na krajské úrovni ze strany Odboru školství, mládeže a sportu Kraje Vysočina, nebo z úrovně celostátní. To by mohlo pokrok v dané oblasti výrazně zpomalit i v kontextu toho, že tyto aktivity jsou již nyní v některých školách v jiných krajích aplikovány v rámci projektové výuky.

S rozvojem kulturně kreativního vzdělávání úzce souvisí také **vybavenost, dostatečné kapacity a kvalifikovaná pracovní síla** v zařízeních, která k výchově přispívají a která samozřejmě v současnosti poskytují kvalitní podmínky pro vzdělávání, nicméně kulturně kreativní oblasti jsou ještě stále poddimenzovány (nedostatek nástrojů a pomůcek pro uměleckou a kreativní výchovu, spíše výjimečné zapojování profesionálů do projektových hodin, stále ne zcela běžně využívané ICT a další moderní technologie ve výuce apod.). Při nedostatečném rozvoji tohoto typu vzdělávání je možné při nevyhnutelné generační obměně očekávat nižší zájem o profese organizátorů kulturních akcí, pracovníků pamětových institucí, mistrů uměleckého řemesla apod.

Obdobné je tomu i v případě společnosti jako celku v Kraji Vysočina, která si sice více než dříve uvědomuje rozdíl mezi různými kulturními, uměleckými i kreativními aktivitami z hlediska kvality, za niž je zároveň i ochotna více platit, ale na straně druhé je setkávání s profesionály z různých oborů a využívání jejich služeb stále málo časté a špatně dostupné. Neaktivní přístup v této oblasti by provázela přetrvávající nižší **úroveň kultivace společnosti** i v budoucnu. Specifickou skupinu zde tvoří **mládež**, pro niž v současnosti chybí alternativní nabídka k mainstreamovým akcím s kulturním obsahem. Mládež ve věku 15 - 19 let málokdy prožívá reálné umělecké zážitky či úspěch z vlastní tvorby, které by byly vhodnou alternativou k trávení volného času ve virtuálním prostoru sociálních sítí a počítačových her bez sociálního kontaktu se skutečnými lidmi.

V neposlední řadě lze blízkou budoucnost bez aplikace Strategie charakterizovat prostřednictvím výčtu překážek rozvoje, slabých stránek nebo vítaných způsobů podpory respondentů účastnících se dotazníkového šetření, který je součástí kapitoly II.2.5. V rámci návrhové části jsou jednotlivá opatření

doplněna podrobnějším zdůvodněním jejich potřeby, než výše uvádí popis situace při nulové variantě.

II.5. Souhrn výsledků klíčových analýz

Tato podkapitola přináší shrnutí pozitivních a negativních zjištění, která vyplynula z provedených klíčových analýz a jsou důležitá především pro pochopení a odůvodnění zvoleného řešení problému nebo způsobu naplnění nových výzev.

Pozitivní zjištění:

- bohaté kulturní dědictví kraje (památky UNESCO, národní kulturní památky – všechny přístupné veřejnosti)
- množství a rozmanitost subjektů poskytujících veřejné služby v oblasti kultury
- široká nabídka kulturních a kulturně společenských akcí a aktivit místního, regionálního i nadregionálního významu
- existující prostory pro konání mezinárodních kulturních akcí
- silící pozice Horáckého divadla Jihlava mezi českými profesionálními divadly
- fungující síť paměťových institucí
- hustá síť místních knihoven ve srovnání s jinými kraji ČR
- probíhající modernizace a digitalizace veřejných kulturních zařízení
- diverzifikovaná struktura KKO zvyšující odolnost (resilienci) sektoru v případě ekonomických krizí
- přítomnost 3 středních uměleckých škol s dostatečnými kapacitami pro vzdělávání ve výtvarných a uměleckořemeslných oborech
- stále významné zastoupení tradičních a uměleckých oborů a řemesel ve vzdělávání i podnikání

Negativní zjištění:

- nedostatečné povědomí o existenci KKO jako segmentu ekonomiky
- v Kraji Vysočina neprobíhá pravidelné mapování subjektů spadajících do KKO
- témata týkající se rozvoje KKO jsou ve strategických dokumentech samosprávných celků v Kraji Vysočina zmiňována pouze velmi okrajově
- podprůměrný podíl subjektů spadajících do KKO z celkového počtu ekonomických subjektů
- výrazně poddimenzovaný audiovizuální a mediální sektor KKO z hlediska počtu subjektů
- nedostatek pracovních sil v některých oblastech KKO
- dlouhodobě velmi nízká zaměstnanost v odvětvích souvisejících s KKO ve srovnání s ostatními kraji
- nízký kulturně-historický potenciál v některých částech kraje
- nedostatečná kvalita dokumentace nutné k ochraně památkového fondu
- nevyhovující stav části památkového fondu
- zanikání kulturních památek při nezájmu vlastníků o jejich obnovu, neadekvátní péči a necitlivém využívání památkových objektů
- podprůměrná návštěvnost památek ve srovnání s ostatními kraji ČR
- nedostatečné či nevyhovující prostorové, technické a technologické zázemí některých kulturních zařízení
- nejnižší návštěvnost výstav v muzeích a galeriích ve srovnání s ostatními kraji ČR
- stále nízká návštěvnost Horáckého divadla Jihlava ve srovnání s dobou před pandemií COVID-19
- omezené prostory pro realizaci základního uměleckého vzdělávání
- dlouhodobý převis počtu zájemců nad kapacitami některých hudebních oborů na ZUŠ
- nedostatečná propagace KKO jako celku v Kraji Vysočina
- vysoký podíl subjektů KKO, které se veřejně neprezentují
- nedostatečný počet subjektů zaměřených na ochranu a propagaci kulturního dědictví
- nedostatečná nabídka atraktivních služeb nabízených subjekty z KKO s ohledem na narůstající nároky návštěvníků a současné trendy
- nedostatečná propagace a provázanost kultury a kulturního dědictví na oblast cestovního ruchu
- nižší zapojení kulturních subjektů do národní a mezinárodní spolupráce

- absence vzdělávacích oborů zaměřených na rozvoj uměleckého nadání v rámci sekundárního vzdělávání (s výjimkou výtvarných oborů)
- nízký stupeň vzdělání subjektů působících v KKO v podnikatelských i měkkých dovednostech

Nové výzvy

- zvyšování povědomí veřejnosti o významu KKO pro kultivaci společnosti i pro ekonomiku
- zavádění nových a moderních postupů do interpretace kulturního dědictví (digitalizace, interaktivita)
- začleňování edukačních programů v kulturních institucích do Rámcových vzdělávacích programů škol
- prohlašování objektů za kulturní památky
- propojování a spolupráce subjektů působících v KKO v rámci společné platformy
- rozvoj nových kulturních a kreativních aktivit spojených s vybudováním Kulturně kreativního centra Vysočina ve Žďáru nad Sázavou
- rozvoj aktivit v oblasti živého umění a podnikání v oboru multimédií a audiovizí
- iniciace změny přístupu veřejnosti ke zdejším středním uměleckým školám a posilování vnímání jejich činnosti včetně mimoškolní práce s mládeží jako nepostradatelné pro rozvoj KKO v kraji
- propagace a prezentace úspěšných výstupů a výsledků žáků uměleckých škol za účelem zvyšování společenské prestiže uměleckých oborů
- zapojování kvalifikovaných profesionálů do uměleckého a kulturně kreativního vzdělávání a kultivace obyvatel všech věkových kategorií
- zvýšení počtu (mimo)školních aktivit pozitivně ovlivňujících kreativitu dětí a mládeže
- nastavení systému dlouhodobého a kooperativního financování KKO (systémové propojení státu, krajů a měst), který zajistí stabilní a předvídatelné financování zřizovaných i nezřizovaných organizací tak, aby mohly dobře plánovat svou činnost i několik let dopředu

Potenciální problémy

- vysoká chybovost při monitoringu subjektů spadajících do KKO z důvodu nejasné metodiky a vysokého počtu OSVČ a mikropodniků
- dopad nepříznivého ekonomického vývoje na pokles poptávky po službách nabízených subjekty z KKO
- snížení zájmu o tradiční formy kultury způsobený urbanizací, globalizací a technologickými změnami
- postupný zánik tradičních řemesel, která jsou nepostradatelná v procesu obnovy kulturních památek
- tlak na demolici historických objektů, které nejsou kulturními památkami, ale patří mezi architektonicky či urbanisticky významné objekty v sídlech regionu
- rezervy ve výkonu státní správy památkové péče
- legislativní prostředí ohrožující či omezující výkon památkové péče
- omezené využívání moderních technologií při poskytování kulturních služeb v souvislosti s legislativou (např. autorský zákon)
- pokračující současný trend růstu cen reklamního prostoru ohrožující propagaci menších ekonomických subjektů včetně těch z KKO
- pokračování trendu odlivu mladých lidí jako nositelů kreativity z regionu, nízká návratnost absolventů (uměleckých) vysokých škol po absolvování studia v jiných regionech
- zánik některých vzdělávacích oborů na ZUŠ a na středních uměleckých školách v důsledku očekávaného poklesu počtu dětí a mladistvých v blízké budoucnosti, v souvislosti s dlouhodobým demografickým vývojem v ČR
- pokles zájmu o manuálně náročné uměleckořemeslné obory na středních uměleckých školách (např. kamenictví, keramika)
- cenově nedostupné vzdělávací kurzy vhodné pro pracovníky působící v KKO
- nenaplnění konceptu udržitelné kreativity (důraz na minimalizaci uhlíkové stopy) v některých oblastech KKO

III. Strategická část

Celostátní Strategie rozvoje a podpory KKO, schválená usnesením Vlády ČR v roce 2021, definuje problémy jednotlivých sektorů KKO na národní úrovni a zároveň shrnuje, že odpovídají situaci v rámci jednotlivých regionů, ale nejsou zcela unikátní, neboť s časovým odstupem kopírují problémy jiných států. Problémy KKO dokument uvádí následující:

- nejasné vymezení KKO a absence vize podpory v ČR
- fragmentace aktérů KKO
- absence institucionálního zázemí podpory
- nedostatečný sběr a analýza dat v oblasti KKO
- nedostatečná podpora podnikání v KKO

Možnými způsoby podpory KKO mohou být dle stejného dokumentu následující nástroje:

- strategická a institucionální podpora (strategické dokumenty, pracovní skupiny, inovační centra, mapování, vzdělávání apod.)
- finanční podpora (operační programy, komunitární programy, finanční podpora samospráv, crowdfunding, kreativní vouchery apod.)
- nefinanční podpora (síťování, sdílení praxe, propagace apod.)
- prostory pro kreativní odvětví (umělecké rezidence, kreativní centra, kreativní čtvrti apod.)
- podpora podnikání v KKO (podpora exportu, kreativní inkubátory a akcelerátory, start-upová podpora, kreativní / podnikatelské klastry, události a akce, fond nebo kancelář pro audiovizí apod.)⁷⁴

Výše uvedená východiska, doporučené způsoby podpory a výstupy mapování, sběru dat, analýz dat a dalších informací byly podkladem pro tvorbu strategického materiálu v oblasti rozvoje a podpory KKO v Kraji Vysočina, který vytyčuje směry a priority dalšího rozvoje kulturního a kreativního sektoru s ohledem na specifika Vysočiny a navrhuje opatření a aktivity pro jejich naplnění. Časový horizont platnosti Strategie byl stanoven na rok 2035, s předpokladem možných aktualizací kdykoli dle potřeb vyplývajících z případných změn přístupu k problematice KKO. Implementace Strategie, podrobněji rozepsaná v následující kapitole, bude probíhat prostřednictvím 1-2letých akčních plánů a nepředpokládá potřebu ustavení žádného speciálního poradního orgánu. Akční plány budou předkládány přímo radě kraje jako řídicímu orgánu, který vydá doporučující stanovisko pro jejich schválení ze strany zastupitelstva kraje.

Vznikem konceptu kulturního a kreativního sektoru, kulturních a kreativních průmyslů, resp. odvětví došlo v přístupu k podpoře jejich rozvoje spíše ke komplikaci než k vyřešení problému. Mezi důvody patří jednak nejednotná definice KKO, ale také pestrost vykonávaných činností a vysoká převaha obtížně identifikovatelných mikropodniků a jednotlivců podnikajících v těchto odvětvích. Jako subjekty spadající do KKO byly v Kraji Vysočina během let 2023 a 2024 vyhodnoceny nejen velké kulturní instituce financované převážně ze strany státu, kraje nebo místních samospráv, ale také umělecké školy základní i střední, veřejné i soukromé, dále soukromé firmy a podnikatelé zastupující především výtěžný kreativní sektor a v neposlední řadě neziskové organizace, spolky a různá dobrovolná sdružení občanů usilujících o udržení kulturních hodnot v území.

Odvětví v sektoru kultury a kreativity se potýkají s různými problémy, každé čelí jiným výzvám a potřebuje odlišný typ veřejné intervence pro svůj další rozvoj.⁷⁵ Je tedy zřejmé, že pravděpodobně nebude existovat jeden společný přístup nebo nástroj intervence přispívající k rozvoji všech KKO současně. Návrhová část Strategie je proto sestavena na jedné straně na základě prioritních oblastí definovaných ve stávajících schválených a aktuálních strategických dokumentech kraje (oblast kultury a podnikání) a na druhé straně jako nový soubor možných intervencí vycházejících z monitoringu KKO, z kvantitativní analýzy území, z kvalitativního šetření a řízených rozhovorů realizovaných na vzorku subjektů působících v Kraji Vysočina v KKO, z návrhů typových aktivit vzešlých z Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Kraje Vysočina a z doporučení formulovaných týmem zpracovatelů Strategie.

⁷⁴ např. na <https://www.mk.gov.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-cs-1301>

⁷⁵ Bakule, J., Křížková, L.: Přehled opatření pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví, Praha, 2025, interní materiál

Tvorba návrhové části Strategie zahrnovala následující aktivity:

- zpracování dalších úrovní cílů strategie – formulace vize, globálního cíle a 5 strategických cílů provázaných s konkrétními opatřeními, u nichž je uveden podrobný popis a zdůvodnění cílů;
- nastavení soustavy indikátorů – ukazatelů sledujících stav plnění jednotlivých strategických cílů. V rámci jednotlivých opatření jsou definovány příslušné indikátory a žádoucí trend jejich vývoje (růst, stagnace, pokles) a v souhrnné tabulce v kapitole III.3 jsou pak nastaveny jak jejich výchozí hodnoty (tj. stav daného ukazatele v době tvorby Strategie), tak i hodnoty cílové, včetně data dosažení. V procesu tvorby Strategie prošla soustava původně navržených indikátorů důkladnou revizí, při které bylo mj. zjištěno, že řada z nich nemá oporu ve veřejně dostupných (externích) zdrojích a interní zdroje odborů krajského úřadu nemají nástroje, kterými by příslušné indikátory monitorovaly. Po proběhlé revizi již indikátory umožňují vyhodnocení implementace Strategie, mají dostatečnou vypovídací schopnost, jsou propojeny s dostupnými zdroji dat a obsahují přiměřeně nastavené cílové hodnoty;
- identifikace variantních opatření – opatření formulovaná ve Strategii byla původně vypracována ve variantách a následně hodnocena na základě stanovených kritérií, přičemž do návrhové části byla zahrnuta pouze ta opatření, která naplňují cíle Strategie nejlépe. Seznam opatření vznikl na základě brainstormingu, který vycházel ze souhrnu zjištěných pozitivních a negativních stránek týkajících se postavení KKO v Kraji Vysočina a možných budoucích výzev nebo potenciálních problémů souvisejících s jejich rozvojem (viz kap. II.5) a následně byl upraven do podoby realizovatelných, efektivních, hospodárných, nezbytných a přijatelných opatření, stále formulovaných v různých variantách. Výsledná opatření umožňují implementaci a naplňování cílů Strategie a mají podobu:
 - zajištění služeb poskytovaných zřizovanými kulturními organizacemi;
 - investic (např. do kulturní infrastruktury);
 - finančních nástrojů (např. dotace z Fondu Vysočiny);
 - informačních materiálů propagujících KKO nebo
 - vzdělávání (např. rozvoj klíčových a podnikatelských dovedností podnikatelů a zaměstnanců subjektů působících v KKO);
- hodnocení a výběr opatření – vyhodnocení variant jednotlivých opatření na základě stanovených kritérií (zejména na základě jejich dopadu a nákladnosti) a výběr těch nejvhodnějších. Při výběru variant byla brána v úvahu následující kritéria: účinnost, účelnost, užitečnost, politická průchodnost, administrativní uskutečnitelnost a proveditelnost, dále velikost cílové skupiny beneficentů majících přínos z realizace opatření a rizika spojená s realizací opatření;
- kompilace strategické části Strategie – ve finální fázi tvorby Strategie proběhla odborná redakce průběžných výstupů strategického směřování (opakované konzultace týmu zpracovatelů a koordinátora tvorby Strategie s vedoucí odboru regionálního rozvoje) a rozpracování strategie a kompilace do podoby strategické části Strategie. Předfinální verze dokumentu poté byla předložena ostatním zainteresovaným stranám v rámci Krajského úřadu Kraje Vysočina k připomínkám či k podnětům, které byly následně v případě relevance zapracovány.

III.1. Vize a základní strategické směřování

Tato kapitola popisuje základní logiku intervence, vize a cíle Strategie, včetně zdůvodnění a předpokládaného dopadu jejich naplnění.

III.1.1. Logika intervence, hierarchie cílů

Předkládaná Strategie řeší rozvoj KKO v Kraji Vysočina do roku 2035. Problém spočívá v nedostatečné podpoře tohoto sektoru ekonomiky na úrovni celé ČR, potažmo i v Kraji Vysočina, která pramení mj. z nízkého povědomí společnosti i veřejné správy o jeho existenci jako celku, jehož prvky jsou často propojeny velmi úzkými vazbami (např. v případě natáčení filmu se uplatní většina subjektů z KKO).

Cílem Strategie je změnit vnímání KKO a posílit jejich postavení v Kraji Vysočina, zdůraznit jejich ekonomickou i společenskou roli z různých hledisek a přispět tak k rozvoji celého sektoru KKO. Změny budou sledovány na základě výsledků a výstupů definovaných pomocí vybraných indikátorů v rámci 13 opatření a 5 strategických oblastí, z nichž 1 má horizontální charakter. Očekávané dopady by měly mít podobu dlouhodobého ekonomického růstu subjektů působících v KKO, dobré dostupnosti kulturního obsahu ve všech částech regionu a vnímání KKO jako běžné součásti života obyvatel Kraje Vysočina.

Hierarchie cílů pomáhá strukturovat činnosti související s implementací Strategie tak, aby bylo jasné, jak jednotlivé kroky přispívají k dosažení hlavního cíle. Struktura se řídí principy logického rámce (Logical Framework Approach – LFA) a zahrnuje následující úrovně:

1. Globální (dlouhodobý) cíl (1);
2. Strategické (hlavní) cíle (5) s vazbou na jednotlivé strategické/prioritní oblasti;
3. Specifické cíle (13) s vazbou na konkrétní opatření (konkrétní výsledky, které jsou měřitelné a přispívají k hlavnímu cíli).

III.1.2. Vize, globální cíl a strategické oblasti

Stanovená vize představuje především plánovaný stav rozvoje KKO v Kraji Vysočina v budoucnosti. Na tuto vizi navazuje globální cíl strategie, který stanovuje, čeho konkrétněji by se mělo realizací Strategie dosáhnout, aby došlo k naplnění vize.

Vize Strategie rozvoje kulturních a kreativních odvětví Kraje Vysočina do roku 2035:

„Kraj Vysočina – živý, inspirativní a propojený region, kde se kultura a kreativita stanou přirozenou součástí běžného života posilující komunitní soudržnost a přispívající k udržitelnému rozvoji“

Globální cíl:

Kraj Vysočina chce být v roce 2035 krajem s ekonomicky odolnou a odvětvově pestrrou kulturně kreativní základnou tvořenou nejen moderní, fungující a digitalizovanou infrastrukturou, ale také aktivními veřejnými organizacemi, inovativními soukromými firmami, tvůrčími podnikateli či tradičními spolky působícími v KKO. Akteři kulturního a kreativního sektoru budou společně vytvářet komplexní nabídku atraktivních zážitků vznikajících za podpory exkluzivních služeb reagujících na nejnovější požadavky klientů. Kultura a kreativita přispívá ke kultivaci společnosti a bude dostupná pro všechny, stane se součástí veřejného prostoru a běžného života rezidentů i návštěvníků. Mladá generace bude v rámci vzdělávání spolupracovat s kvalifikovanými profesionály a rozvíjet tak vlastní kulturně kreativní kompetence, které ji nasměrují ke společensky přínosným činnostem.

Struktura strategické části:

Strategická oblast 1: Kulturní a historické dědictví Kraje Vysočina

- o opatření 1.1: Ochrana a zachování kulturních památek
- o opatření 1.2: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury

Strategická oblast 2: Společenské povědomí o kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

- o opatření 2.1: Monitorování KKO
- o opatření 2.2: Zřízení a provoz komunikační platformy KKO
- o opatření 2.3: Propagace a prezentace KKO

Strategická oblast 3: Kulturně kreativní vzdělávání v Kraji Vysočina

- o opatření 3.1: Rozvoj kulturně kreativního vzdělávání dětí a mládeže
- o opatření 3.2: Kvalitní podmínky pro poskytování kulturně kreativního vzdělávání
- o opatření 3.3: Zapojení profesionálů do umělecké a kreativní kultivace společnosti

Strategická oblast 4: Ekonomické subjekty působící v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

- o opatření 4.1: Rozvoj stávajících subjektů působících v KKO
- o opatření 4.2: Posílení pozice audiovizuálního a mediálního sektoru KKO

- o opatření 4.3: Rozvoj kompetencí a zvyšování kvalifikace podnikatelů a zaměstnanců subjektů působících v KKO

Strategická oblast 5: Horizontální témata v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

- o opatření 5.1: Zaostrěno na mládež
- o opatření 5.2: Digitalizace subjektů působících v KKO

III.1.3. Strategické cíle Strategie

Všechny další úrovně cílů rozpracovávají stanovený globální cíl do větší podrobnosti, tj. do jisté míry obecný globální cíl zpřesňují a činí jej konkrétnějším. Tato podkapitola vymezuje strategické cíle Strategie, popisuje jejich vazbu na vizi a globální cíl Strategie, uvádí předpoklady jejich dosažení a specifikuje jejich dopady, přínosy a cílové hodnoty indikátorů. Dobře nastavené cíle:

- o stanoví, čeho musí být prostřednictvím realizace Strategie dosaženo;
- o umožní pochopit, jaká bude situace v dané oblasti po realizaci všech stanovených aktivit a opatření;
- o usnadní identifikaci a vytvoření vhodných opatření nutných pro naplnění stanovených cílů;
- o jsou vhodným prostředkem pro měření úspěšnosti realizace Strategie.

Strategická oblast 1: Kulturní a historické dědictví Kraje Vysočina

Strategický cíl: Zvýšit atraktivitu kulturního a historického dědictví v Kraji Vysočina za účelem růstu počtu návštěvníků, chránit jej a pečovat o zachování jeho hodnoty pro další generace. Posílit viditelnost, dostupnost a udržitelnost památek a dalších architektonicky významných objektů v Kraji Vysočina, zapojit je do kulturního dění a zatraktivnění nabídku kulturních aktivit a služeb i kreativních projevů s vazbou na tyto objekty.

Vazba strategického cíle na vizi a globální cíl: Tento strategický cíl naplňuje vizi i globální cíl tím, že propojuje kulturní infrastrukturu, služby a udržitelnost v rámci kulturních a kreativních projevů.

Předpoklady dosažení strategického cíle: stabilní finanční zajištění, spolupráce aktérů v oblasti památkové péče, organizátorů kulturních akcí a veřejné správy, udržitelný přístup k rozvoji kulturního dědictví, digitalizace aj.

Dopady strategického cíle:

- o zvýšení počtu revitalizovaných kulturních památek a historických objektů
- o posílení spolupráce mezi veřejným sektorem, odborníky a neziskovými organizacemi
- o zvýšení návštěvnosti kulturních akcí v regionu konaných v kulturně a historicky hodnotných objektech, památkách
- o posílení kulturní identity regionu a větší zapojení místních obyvatel do kulturních aktivit
- o zvýšení zájmu o kulturní a historické dědictví ze strany turistů
- o zlepšení infrastruktury kulturních zařízení a jejich modernizace
- o nárůst ekonomických přínosů z cestovního ruchu a kulturních aktivit
- o zachování a udržitelné využití kulturního dědictví pro budoucí generace
- o Kraj Vysočina v roli významné destinace pro kulturní a historický turismus
- o zlepšení image a prestiže regionu v národním i mezinárodním měřítku
- o dlouhodobé propojení kulturního sektoru s ekonomickým rozvojem kraje

Přínosy strategického cíle:

- o ochrana a revitalizace kulturního dědictví
- o zvýšení dostupnosti kulturních a historických objektů
- o oživení tradičních řemesel, zvyků a kulturních akcí
- o růst příjmů z cestovního ruchu (vyšší návštěvnost muzeí, hradů, zámků)
- o nové pracovní příležitosti v oblasti kultury, památkové péče a turismu
- o rozvoj lokálních podniků (ubytování, gastronomie, řemesla)
- o posílení komunitního života a zapojení občanů do péče o památky
- o digitalizace kulturních objektů a archivů

- modernizace expozic a využití interaktivních prvků
- inovativní metody prezentace (virtuální realita, audioprůvodci).

Cílové hodnoty strategického cíle:

- počet zrekonstruovaných památek
- počet digitalizovaných archivních materiálů a expozic
- počet modernizovaných muzeí, galerií a kulturních center
- výše investic do obnovy památek a infrastruktury
- nárůst počtu návštěvníků kulturních a historických památek
- počet účastníků kulturních akcí a festivalů
- zvýšení příjmů z kulturního turismu
- počet nových pracovních míst v oblasti kultury a památkové péče

Strategická oblast 2: Společenské povědomí o kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Strategický cíl: Zvýšit povědomí o KKO v Kraji Vysočina jako o významném ekonomickém a společenském pilíři regionu, posílit vnímání KKO mezi obyvateli, podnikateli i veřejnou správou jako sektoru přispívajícího k vyšší zaměstnanosti, inovacím, sociální soudržnosti a komunitnímu životu, zviditelnit KKO prostřednictvím cílené propagace, a to především mezi mladými lidmi.

Vazba strategického cíle na vizi a globální cíl: Tento strategický cíl naplňuje vizi i globální cíl tím, že se kultura a kreativita stanou přirozenou součástí běžného života posilující komunitní soudržnost.

Předpoklady dosažení strategického cíle: stabilní financování kulturních a kreativních projektů z veřejných i soukromých zdrojů (dlouhodobé kooperativní financování), aktivní zapojení všech aktérů kulturního a kreativního dění včetně médií, využití všech forem moderních způsobů propagace – sociálních sítí, webových portálů, komunikačních platforem, digitálních kampaní aj.

Dopady strategického cíle:

- zvýšení povědomí veřejnosti o KKO a jejich přínosu pro region
- rozšíření kulturního a kreativního obsahu ve veřejném prostoru
- větší zapojení mladé generace do kulturních aktivit
- vyšší prestiž a rozvoj kulturních a kreativních profesí
- Kraj Vysočina jako uznávané centrum kulturní kreativity

Přínosy strategického cíle:

- zvýšení počtu podnikatelských subjektů v KKO
- významný ekonomický přínos KKO pro region

Cílové hodnoty strategického cíle:

- nárůst sledovanosti a zapojení na sociálních sítích
- zvýšení podílu KKO na zaměstnanosti v kraji

Strategická oblast 3: Kulturně kreativní vzdělávání v Kraji Vysočina

Strategický cíl: Posilovat roli kulturně kreativního vzdělávání v rámci školních i mimoškolních aktivit v Kraji Vysočina jako klíčového prvku rozvoje talentů. Zapojit profesionální umělce a kreativce nejen do výuky za účelem jejího zkvalitnění a zvýšení inspirace a motivace mladých lidí k vlastním kulturním a kreativním počínům, ale také do společenského dění kultivujícího publikum v Kraji Vysočina.

Vazba strategického cíle na vizi a globální cíl: Tento strategický cíl naplňuje vizi i globální cíl tím, že mladá generace bude v rámci vzdělávání spolupracovat s kvalifikovanými profesionály a rozvíjet tak vlastní kulturně kreativní kompetence, které ji nasměřují ke společensky přínosným činnostem. Kultura

a kreativita přispívající ke kultivaci společnosti bude dostupná pro všechny, stane se součástí veřejného prostoru a běžného života rezidentů i návštěvníků.

Předpoklady dosažení strategického cíle: financování kulturně kreativního vzdělávání z veřejných i soukromých zdrojů (dlouhodobé kooperativní financování), aktivní zapojení škol, kulturních institucí, podnikatelů a kvalifikovaných profesionálů do výuky, partnerství s národními i mezinárodními organizacemi v oblasti kulturně kreativního vzdělávání, rozvoj interaktivních a zážitkových forem vzdělávání, podpora experimentálního a projektového učení, zvýšení povědomí o výhodách kulturně kreativního vzdělávání, aktivní zapojení rodičů, komunit a firem do jeho rozvoje aj.

Dopady strategického cíle:

- větší zapojení škol do spolupráce s kulturním sektorem
- zvýšený zájem žáků a studentů o kreativní profese
- rozvoj talentů a větší uplatnitelnost absolventů v kreativních odvětvích
- posílení role kreativních dovedností v ekonomice a společnosti
- silnější propojení vzdělávání s trhem práce v kulturním a kreativním sektoru
- větší konkurenceschopnost regionu díky rozvoji kreativních odvětví

Přínosy strategického cíle:

- vznik nových vzdělávacích subjektů zaměřených na kreativitu a inovace
- nárůst počtu vzdělávacích programů a kurzů v kulturně kreativních oborech
- nárůst počtu a podílu žáků zapojených do kulturně kreativního vzdělávání

Cílové hodnoty strategického cíle:

- počet škol zapojených do kulturně kreativního vzdělávání
- počet vzdělávacích institucí spolupracujících s kulturním sektorem
- počet účastníků workshopů a kurzů kreativního vzdělávání

Strategická oblast 4.: Ekonomické subjekty působící v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Strategický cíl: Vytvářet příznivé podmínky pro rozvoj podnikání v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina, tedy pro vznik nových subjektů především v dosud poddimenzovaných odvětvích, ale také posilovat konkurenceschopnost těch stávajících, např. zvyšováním podnikatelských i jiných měkkých kompetencí.

Vazba strategického cíle na vizi a globální cíl: Tento strategický cíl naplňuje vizi i globální cíl tím, že rozvíjí vznik ekonomicky odolné a odvětvově pestré kulturně kreativní základny tvořené aktivními veřejnými organizacemi, inovativními soukromými firmami, tvůrčími podnikateli či tradičními spolky působícími v KKO. Akteři kulturního a kreativního sektoru budou společně vytvářet komplexní nabídku atraktivních zážitků vznikajících za podpory exkluzivních služeb reagujících na nejnovější požadavky klientů.

Předpoklady dosažení strategického cíle: finanční podpora nově vznikajícím subjektům, spolupráce a navazování partnerství mezi subjekty z veřejného i soukromého sektoru působícími v KKO, vznik a spolupráce na úrovni podnikatelských platforem, networking, přístup k moderním technologiím a digitálním nástrojům umožňujícím inovativní rozvoj podniků aj.

Dopady strategického cíle:

- zvýšení počtu nových a podporovaných podniků v KKO
- rozšíření nabídky kulturních a kreativních produktů a služeb na trhu
- zlepšení povědomí o ekonomické hodnotě KKO mezi investory a veřejností
- posílení konkurenceschopnosti a udržitelného růstu subjektů působících v KKO
- Kraj Vysočina jako významné regionální centrum kulturní a kreativní ekonomiky
- udržitelný růst ekonomické aktivity a inovací v KKO
- propojení kulturní kreativity s regionálním rozvojem a celkovou ekonomickou prosperitou

Přínosy strategického cíle:

- růst počtu subjektů působících v KKO – růst investic a podnikatelské aktivity
- zvýšení počtu pracovních míst v KKO
- nárůst počtu digitalizovaných subjektů působících v KKO

Cílové hodnoty strategického cíle:

- počet projektů subjektů působících v KKO se zaměřením na digitalizaci a inovace
- zvýšení podílu subjektů působících v KKO, které využívají moderní technologie
- počet nových partnerství mezi subjekty působícími v KKO a dalšími podnikatelskými či vzdělávacími institucemi
- počet organizovaných networkingových a inovačních akcí
- nárůst mediální viditelnosti a zmínek o KKO, resp. o konkrétních subjektech
- počet regionálních kampaní a propagačních akcí

Strategická oblast 5: Horizontální témata v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Strategický cíl: Přispět ke komplexnímu a udržitelnému rozvoji KKO, zohlednit průřezová témata související s mladou generací žijící v Kraji Vysočina a také s digitalizací, která ovlivňuje celou řadu oborů a odvětví, resp. každodenní život obyvatel všech věkových skupin a profesí.

Vazba strategického cíle na vizi a globální cíl: Tento strategický cíl naplňuje vizi i globální cíl tím, že přispěje k existenci moderní, fungující a digitalizované infrastruktury v oblastech KKO v Kraji Vysočina a více zapojí mladou generaci více do KKO, a to jak na úrovni tvorby, tak i na úrovni spotřeby a účasti v kulturních a kreativních projevech odehrávajících se na území regionu.

Předpoklady dosažení strategického cíle: financování procesu digitalizace subjektů působících v KKO, dostupnost kvalitního vzdělávání v oblasti digitálních technologií využívaných v oblastech KKO, přístup k dostatečně vybaveným prostorům pro pilotní projekty mládeže v oblasti KKO, finanční pomoc začínajícím umělcům a kreativcům z řad mládeže, rozvoj mezinárodní mobility, přístup k moderním technologiím pro všechny aj.

Dopady strategického cíle:

- sdílení obsahu tvorby v rámci KKO on-line, což může mít globální dopad
- vznik nových digitálních formátů (např. virtuální výstavy, online koncerty, audiovizuální díla, digitální galerie) měnících tradiční způsoby tvorby a sdílení kulturního obsahu, včetně kulturně kreativního vzdělávání a propagace KKO
- zpřístupnění kultury, kulturního dědictví, historicky cenných dokumentů a jiných objektů široké veřejnosti cestou digitalizace
- reakce na nové výzvy spojené s rostoucí digitalizací, např. rozvoj vzdělávání personálu, ochrany autorských práv a bezpečnosti digitálního obsahu
- zvýšení účasti mladých lidí na kulturní tvorbě a spotřebě
- posílení digitálních dovedností mladých lidí v KKO, aby mohli využívat technologie pro tvorbu, distribuci a správu kulturního obsahu

Přínosy strategického cíle:

- zvýšení dostupnosti, konkurenceschopnosti a také globalizace kulturních a kreativních projevů vlivem digitalizace
- kvantitativní nárůst publika a generování vyšších příjmů pro umělce a kreativce vlivem digitalizace
- interaktivní zpětná vazba ze strany publika vlivem digitalizace
- zvýšení kompetencí mladých lidí v oblasti digitálních technologií
- zajištění rovnosti přístupu a podpora diverzity umožňující mladým lidem z různých prostředí realizovat svůj potenciál v KKO

Cílové hodnoty strategického cíle:

- o podíl digitalizovaného a on-line veřejně dostupného kulturního obsahu
- o růst návštěvnosti digitálních kulturních akcí
- o počet nových digitálních projektů, iniciativ a technologií implementovaných v KKO
- o počet digitalizovaných kulturních památek a dokumentů
- o počet a podíl mladých lidí zapojených do aktivit souvisejících s KKO
- o počet nových podnikatelů působících v KKO z řad mladých dospělých
- o počet kulturních a kreativních projevů organizovaných mládeží

III.2. Popis specifických cílů a opatření v jednotlivých strategických oblastech

Tato kapitola popisuje specifické cíle a opatření vedoucí k jejich naplnění. Dále přibližuje důvody, dopady a přínosy realizace daného opatření pro naplnění příslušného specifického cíle. Cíle nižší úrovně již nejsou ve Strategii stanoveny. Specifické cíle nejsou prioritizovány. Předpoklady pro naplnění specifických cílů jsou stejné jako v případě příslušných strategických cílů.

Strategická oblast 1: Kulturní a historické dědictví Kraje Vysočina

Specifický cíl 1.1: Systematická údržba a obnova kulturních památek, jejich využívání pro setkávání či konání různých akcí a zvýšení povědomí obyvatel o významu kulturního dědictví

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že se zaměřuje na zatraktivnění kulturního dědictví v Kraji Vysočina kvalitní péčí o objekty za účelem jejich udržitelnosti pro další generace a posílení viditelnosti a dostupnosti památek v Kraji Vysočina jejich zapojením do kulturního dění. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickým cílem 1.2.

Dopady na cílové skupiny:

- o subjekty působící v KKO – kvalitní podmínky pro realizaci jejich činnosti v zachovalých, udržovaných a veřejně přístupných památkových objektech
- o návštěvníci památkových objektů – více možností kulturního vyžití v udržovaných památkových objektech, které přispívají k prodloužení doby jejich pobytu v daných lokalitách
- o místní podnikatelé – zvýšená návštěvnost nebo delší pobyt návštěvníků v území může podpořit místní podnikatele, především v oblasti pohostinství a stravování

Rizika:

- o nárůst návštěvnosti zvýší nároky na parkovací plochy a na kapacitu i kvalitu služeb v dané lokalitě
- o pořádání masových kulturních akcí může zvýšit riziko újmy památkových objektů a tím způsobit nárůst finančních výdajů nezbytných na jejich ochranu a údržbu

Opatření	1.1: Ochrana a zachování kulturních památek
Popis, dopady a přínosy	Kraj Vysočina disponuje nesmírně bohatým a silným kulturním potenciálem, množstvím jedinečných movitých i nemovitých kulturních památek, z nichž mnohé přesahují svým významem hranice regionu. Na prestižní Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO jsou zapsány 3 památky. Skupinu nejvýznamnějších památek doplňuje 16 nemovitých národních kulturních památek a 3 movité národní kulturní památky. Výjimečným kulturním bohatstvím kraje jsou také městské a vesnické památkové rezervace, městské a vesnické památkové zóny, krajinné památkové zóny a ochranná pásma. S ochranou a zachováním památek souvisí kvalitní výkon státní památkové péče v Kraji Vysočina, který závisí zejména na odborných a personálních možnostech příslušných orgánů a organizací na úseku památkové péče (Kraj Vysočina, ORP a Národní památkový ústav, územní odborné

	pracoviště v Telči) a na jejich vzájemné spolupráci. Přínosné může být zapojení odborné veřejnosti a dalších subjektů. Pro zabezpečení a uchování nejvýznamnější části památkového fondu Kraje Vysočina je důležité památkový fond podrobně zdokumentovat, odborně zhodnotit, porovnat vůči jiným územím a celku (ČR) a vhodně prezentovat. Průzkumy a důkladná dokumentace jsou dnes nezbytným základem moderního přístupu k ochraně kulturního dědictví. Evidence památkového fondu v Kraji Vysočina však vykazuje v různých částech regionu odlišný stupeň kvality. K zásadním úkolům památkové péče v kraji i do budoucna patří zachování kulturního dědictví, a to včetně památek tzv. místního významu, které ačkoli nepožívají právní ochranu, jsou nositelem regionální historie. V plné míře je nutné zamezit zanikání kulturních památek způsobenému neadekvátní péčí, necitlivým využíváním památkových objektů a nezájmem vlastníků o jejich obnovu (nepřiměřené zásahy, modernizace bez akceptování zachování památkových hodnot či používání nevhodných materiálů a technologických postupů při obnovách). V souvislosti s péčí o památky nelze opomenout ani nutnost ochrany památek před vandalismem, případně odcizením. Jednou z aktuálních hrozeb, zejména ve smyslu společenského a estetického uplatnění kulturních památek, může být nadměrná a neregulovaná výstavba větrných nebo solárních elektráren, která zásadně mění charakter krajiny a v případě instalace solárních panelů na objekty nebo aplikací zateplovacích systémů také vzhled samotných kulturních památek. Další ohrožení mohou skýtat jiné individuální, s životním prostředím (přírodním i urbanizovaným) nekonzistentní zájmy. Nadále je potřebné zvyšovat povědomí obyvatel o kulturním dědictví v národním i mezinárodním rozsahu, posilovat společenské povědomí o jeho nenahraditelných hodnotách a prohlubovat vztah veřejnosti ke kulturnímu dědictví. Představit kulturní hodnoty památek veřejnosti patří ke klíčovým úkolům památkové péče a jde o celospolečenskou záležitost. Památkový fond kraje má také turistický potenciál, v současnosti však lze najít rezervy v jeho využívání. Kvalitní zhodnocení památkového fondu je v současnosti nezbytným předpokladem prezentace památek a jejich následného zapojení do cestovního ruchu, kdy poté část takto získaných příjmů může být využita na další obnovu památkového fondu. V neposlední řadě jsou kulturní památky prostorem pro setkávání návštěvníků toužících nejen po výkladu historických souvislostí, ale i po zážitcích spojených s bohatým kulturním programem, jako jsou např. koncerty, jarmarky, festivaly, šermířské zápasy, případně výstavy či další kulturní akce. Kulturní památky v Kraji Vysočina slouží rovněž často jako prostor pro filmový děj, především v případě pohádek. Při současném rozvoji audiovizuálních a mediálních odvětví pak mohou místní hrady a zámky vstupovat např. i do videoher.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Obnova kulturních památek a památkově chráněných území zejména za použití tradičních materiálů a technologických postupů b) Provádění průzkumů a důkladná dokumentace památkového fondu c) Zvyšování povědomí obyvatel o významu kulturního dědictví d) Zpřístupňování kulturních památek pro rozvoj cestovního ruchu a využívání jejich potenciálu jako míst pro setkávání či konání kulturních, společenských a jiných aktivit, vč. zřizování adekvátního zázemí pro návštěvníky e) Obnova památek místního významu f) Zkvalitnění spolupráce mezi gestory státní památkové péče v kraji
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Vlastníci dotčených objektů (města a obce, právnické a fyzické osoby, kraj, stát, církev) - o Subjekty zapojené do výkonu státní správy a do propagace kulturního dědictví (kraj, města, obce, Národní památkový ústav, NNO, ..).

	Role kraje – vlastník kulturních památek, výkon státní správy, dozor nad obnovou národních kulturních památek, podpůrná a koordinační role
Indikátor a žádoucí trend	Počet movitých a nemovitých národních kulturních památek (růst) Počet ohrožených památek na seznamu vedeném NPÚ (pokles)
Odpovědný odbor	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu

Specifický cíl 1.2: Modernizace kulturní infrastruktury, rozšíření a zatraktivnění nabídky kulturních aktivit a služeb a rozvoj kreativních projevů.

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že se zaměřuje na zatraktivnění nabídky kulturních aktivit a služeb, ale také kreativních projevů v modernizovaných kulturních zařízeních v Kraji Vysočina. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickým cílem 1.1.

Dopady na cílové skupiny:

- subjekty působící v KKO – kvalitní podmínky pro realizaci jejich činnosti v modernizovaných kulturních zařízeních poskytujících možnosti pro nové a moderní formy realizace kulturních aktivit a kreativních projevů
- návštěvníci kulturních zařízení a diváci kulturních akcí – budou mít k dispozici oživené veřejné prostory a více příležitostí ke kulturnímu vyžití v prostorách modernizovaných objektů. Nabídka kulturních akcí typu hudebních festivalů či vystoupení různých uměleckých souborů dopřeje účastníkům silné emotivní zážitky, což patří v současnosti k moderním trendům (zážitkový cestovní ruch apod.);
- místní podnikatelé – zvýšená poptávka po službách podnikatelů zajišťujících organizaci akcí nebo poskytujících ubytování a stravování pro návštěvníky akcí

Rizika:

- nárůst návštěvnosti zvýší nároky na parkovací plochy a na kapacitu i kvalitu služeb v dané lokalitě
- pořádání masových kulturních akcí může zvýšit riziko újmy veřejných prostor a tím způsobit nárůst finančních výdajů nezbytných na jejich ochranu i údržbu
- nedostatek lidských zdrojů i dodavatelů z řad podnikatelů pro zajištění masových akcí v oblasti cateringu či jiné materiální podpory scénického umění

Opatření	1.2: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Kraj Vysočina disponuje bohatou sítí kulturních subjektů poskytujících veřejné služby a množstvím zájmových organizací a uměleckých souborů šířících kulturu na místní, regionální i národní úrovni. Kraj Vysočina je současně přímým zřizovatelem významných organizací v této oblasti – krajské knihovny, divadla, 4 muzeí a 3 galerií. Obdobné organizace spíše s lokálním významem pak v regionu zřizují i další subjekty, zejména města a obce. Vysočina je také regionem s širokou nabídkou kulturních a kulturně společenských akcí a aktivit, tradičních festivalů všech žánrů a dochovanými četnými projevy tradiční lidové kultury. Některé z těchto akcí mají nadregionální význam. Slabou stránkou je nedostatečné nebo nevyhovující prostorové, technické a technologické zázemí řady kulturních subjektů způsobené dlouholetým podfinancováním modernizace kulturní infrastruktury (budovy, vnitřní vybavení, vč. výstavního mobiliáře, technického a technologického vybavení), ztráta atraktivnosti poskytovaných služeb vzhledem k narůstajícím nárokům návštěvníků a současným trendům, nedostatečná podpora rozvoje edukační činnosti a nedostatečná propagace a provázanost na oblast cestovního ruchu.

	V posledních letech se velmi zvyrazňuje význam tzv. kulturních a kreativních odvětví, které mají značný socioekonomický potenciál, vytvářejí pracovní místa, stimulují inovativnost a zlepšují image celého regionu. Tato odvětví zahrnují nejrůznější složky kultury, jsou založena především na kreativních projevech a opírají se o duševní vlastnictví. Nejvýznamněji se toto projevuje v architektuře, designu, filmu, reklamě, audiovizí, tisku, software, výtvarném umění, uměleckých řemeslech atd. V návaznosti na dosavadní rozvoj kulturní oblasti a rozšiřování rozmanitosti kulturních aktivit je hlavním cílem modernizace kulturních institucí, zejména muzeí, galerií a knihoven za účelem zkvalitňování poskytovaných veřejných služeb, efektivní využití a rozvoj kulturního potenciálu kraje a přímá podpora živé kultury reprezentované formou neprofesionálního i profesionálního umění.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Rozvoj a zkvalitnění kulturní infrastruktury b) Příprava, propagace a realizace kulturních a kulturně-společenských akcí c) Zachování, vytváření a předávání kulturních hodnot (publikační, výtvarná, fotografická, filmová a další estetická tvorba, ochrana sbírkových předmětů, edukační činnost ad.) d) Zviditelnění subjektů působících v KKO, např. prostřednictvím nákupu uměleckých děl vytvořených v regionu e) Zprostředkování výtvarného umění široké veřejnosti a jeho začlenění do každodenního života (např. formou artotéky) f) Zřízení krajské prodejní galerie uměleckých děl s kurátorským přístupem k nabízeným dílům g) Zavedení krajských výstav po vzoru „zemských výstav“
Hlavní zapojené subjekty a role kraje:	- o Obce a jejich příspěvkové organizace a svazky, NNO a další právnické a - o fyzické osoby - o Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (muzea, galerie, knihovna, divadlo), role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Návštěvnost v muzeích a galeriích zřizovaných Krajem Vysočina (růst) Počet knihoven v kraji (stagnace)
Odpovědný odbor	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu

Strategická oblast 2: Společenské povědomí o kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Specifický cíl 2.1: Systematický a dlouhodobý sběr informací o subjektech působících v KKO v Kraji Vysočina za účelem sledování vývoje a hlavních trendů v jednotlivých oblastech KKO, pořizování dílčích analýz a komparace jejich výsledků s výchozím stavem

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že přispívá k pokračování mapování kulturních a kreativních odvětví v kraji a tím také ke zjišťování jejich vývoje, hlavních trendů, problémů, potřeb apod. Shromažďováním údajů, tvorbou analýz a prezentací jejich výstupů tak bude docházet ke zvyšování povědomí zájemců z řad veřejných představitelů, odborníků, ale i širšího zainteresovaného publika o KKO jako o potenciálně významném segmentu ekonomiky a trhu práce. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 2.2 a 2.3.

Dopady na cílové skupiny:

- o subjekty působící v KKO – lepší přístup k informacím v případě spolupráce na mapování KKO v Kraji Vysočina, zakotvení problematiky podpory KKO ve strategických dokumentech státu, kraje, měst i obcí, možnost vyjádřit své potřeby a definovat překážky dalšího rozvoje
- o veřejní představitelé z řad politiků a dalších vůdčích osobností ovlivňujících rozvoj příslušného území (starostové měst a obcí) – přehled o subjektech působících na jejich zájmovém území v oblasti KKO a v případě aktivního zapojení do mapování těchto subjektů také další užitečné informace

- o veřejnost – prostřednictvím prezentace výstupů z mapování získá přehled o kulturních a kreativních projevech v Kraji Vysočina, které mohou lidé objevovat v rámci svého vzdělávacího procesu nebo volného času. Veřejnost se bude moci zapojit do mapování kulturního prostředí v Kraji Vysočina.

Rizika:

- o nedostatečná spolupráce subjektů působících v KKO s realizátory mapování a monitorování KKO
- o nedostupné informace o subjektech působících v KKO vlivem neexistujících webových stránek či dalších dostupných zdrojů informací
- o nízké procento zapojení veřejnosti do mapování kulturního prostředí v Kraji Vysočina
- o nízký zájem veřejnosti o činnosti související se subjekty působícími v KKO

Opatření	2.1: Monitorování KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	V rámci projektu „Mapování a tvorba strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví v Kraji Vysočina“, realizovaného v letech 2023 – 2025, vznikla během krátkého období databáze cca 2,4 tis. subjektů se zjištěnou aktivitou v oblastech spadajících do KKO. Tato databáze slouží rovněž jako soubor kontaktů, z nichž některé již byly využity v rámci dotazníkového šetření zaměřeného na zjišťování potřeb subjektů z KKO. Za účelem sledování vývoje a změn v kulturním a kreativním sektoru je nezbytné systematicky a dlouhodobě s databází pracovat a aktualizovat ji, a to včetně kontaktů, které umožní případnou aktivní komunikaci s vybranými subjekty. Navazující proces monitoringu by měl klást větší důraz na zjišťování potřeb subjektů působících v KKO, především nezřízovaných organizací s vyšším dopadem kulturních a kreativních aktivit na společnost, o nichž v současnosti nemá Kraj Vysočina stále ještě dostatečný přehled vzhledem k rozmanitosti a roztržitosti celého segmentu KKO. Obsahem průběžného monitorování situace mohou dále být průzkumy názorů zainteresovaných osob, např. žáků středních škol, za účelem zjišťování jejich pohledu na dostupnost kultury, umění a možností kulturního a kreativního využití v Kraji Vysočina nebo dosažitelnosti vzdělávání v oblastech KKO.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Průběžný systematický monitoring KKO, mapování bariér jejich rozvoje a potřeb pro růst efektivity jejich činnosti a ekonomického přínosu v území b) Aktualizace kontaktní databáze subjektů KKO c) Zpracování kvantitativní analýzy na základě zjištěných dat dle potřeby, minimálně na konci plánovacího období v roce 2035 d) Zmapování vybavenosti obcí infrastrukturou pro rozvoj KKO – přítomnost kulturních zařízení, pravidelně opakované významné kulturní akce apod. e) Zjištění působnosti nejvýznamnějších aktérů v území – analýza dopadů na kulturní dění v regionu, problémy, překážky, potřeb. f) Sledování vývoje financování KKO na území Kraje Vysočina
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Subjekty působící v KKO, obce, střední školy zapojené do terénních průzkumů - o Role kraje – hlavní realizátor
Indikátor (žádoucí trend)	Počet registrovaných subjektů působících v oblastech KKO (růst) Počet vytvořených analýz (růst) Počet realizovaných terénních šetření (růst)
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje

Specifický cíl 2.2: Vznik a provoz platformy určené pro potřeby subjektů působících v oblastech KKO v Kraji Vysočina k získávání informací o aktuálních tématech (možnosti podpory) a orientaci v současných trendech, k vlastní prezentaci, navazování partnerství a nových dodavatelsko-

odběratelských vztahů, ale využitelné také pro Kraj Vysočina ke komunikaci se subjekty z KKO, monitoringu a zjišťování jejich potřeb.

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že prostřednictvím komunikační platformy zviditelní KKO jako segment s vysokým společenským potenciálem a umožní vznik nových partnerství či obchodních vztahů prospívajících všem stranám a s pozitivními dopady na cílové skupiny. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 2.1 a 2.3.

Dopady na cílové skupiny:

- subjekty působící v KKO – komunikační platformu budou moci využívat k získávání informací a lepšího přehledu o stávajících formách podpory KKO, k vyjadřování svých námětů k dalším možnostem podpory kulturního a kreativního sektoru v kraji, k navazování partnerství a obchodních vztahů, snadnějšímu získávání referencí o potenciálních partnerech nebo k prezentování vlastní činnosti
- veřejnost – komunikační platformu bude moci využívat k získávání informací o službách nabízených ze strany subjektů působících v KKO, kontaktů či ke zvyšování povědomí o jednotlivých oblastech KKO a jejich aktivitách v regionu

Rizika:

- bezpečnostní rizika – únik dat, kybernetické útoky, nedostatečné šifrování
- nesoulad s GDPR/pravidly na ochranou osobních údajů
- technické výpadky a nedostupnost
- závislost na jednom dodavateli
- nedostatečný počet uživatelů komunikační platformy

Opatření	2.2: Zřízení a provoz komunikační platformy KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že by především firmy a podnikatelé uvítali vznik platformy, která by umožňovala hledání potenciálních partnerů, klientů i dodavatelů a zároveň by poskytovala údaje k ověření jejich spolehlivosti či solventnosti (např. reference). Registrace zájemců by probíhala obdobně jako v Galerii kreativců MK ČR. V případě vytvoření takovéto webové platformy přichází v úvahu její využití i k dalším potřebám, jako např. ke zvyšování povědomí o KKO jako celku i o jednotlivých odvětvích do tohoto sektoru řazených, o nichž, jak dotazníkové šetření prokázalo, absolutní většina subjektů působících v KKO neví. Prezentovány by byly také významné události, které se v souvislosti s KKO uskutečnily, a web by byl využit rovněž k informování zájemců o plánovaných akcích. Webová platforma by sloužila rovněž ke zveřejňování poptávky a nabídky prostor vhodných pro činnost subjektů KKO (nahrávací studia, zkušebny, prostory pro vystavování, nabídka volných veřejných prostor a ploch, umělecké rezidence), vybavení pro kulturní akce, podpůrných služeb apod. Z dalších možných funkcí lze uvést následující: ○ prezentace příkladů dobré praxe (společné projekty subjektů z KKO) ○ realizace anket zaměřených na řešení aktuálních problémů, zjišťování potřeb ○ prostor pro zpětnou vazbu ○ komunikační kampaně se subjekty z KKO za účelem zintenzivnění využívání webové platformy ○ zjišťování zájmu o kulturní a kreativní fóra, semináře, workshopy či fokusní skupiny zástupců jednotlivých oblastí KKO a distribuce pozvánek ○ mapová aplikace lokalizace subjektů z KKO, zobrazení základních kontaktních údajů (web, telefon, mail) ○ webová burza zařízení a vybavení nutných pro činnost KKO (hudební nástroje, notový materiál, kostýmy, nábytek, knihy apod.)

Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Tvorba a správa webové platformy a dalších komunikačních kanálů (sociální sítě) umožňujících subjektům KKO navazování partnerství a hledání potenciálních dodavatelů a odběratelů (intenzivnější spolupráce mezi subjekty z KKO v regionu).
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	○ Subjekty působící v KKO ○ Role kraje – hlavní realizátor
Indikátor a žádoucí trend	Počet uživatelů webové platformy z řad subjektů KKO (růst). Počet přístupů na webovou platformu (růst).
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje

Specifický cíl 2.3: Zvýšení povědomí veřejnosti o existenci KKO, jejich významu pro kultivaci společnosti a ekonomickém přínosu spočívajícím ve vysoké přidané hodnotě, kvalifikované pracovní síle a profesionalitě

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že propagací KKO prostřednictvím stávajících i nových nástrojů zvyšuje povědomí veřejnosti o významnosti tohoto sektoru jako o nezbytné součásti běžného života. Tento specifický cíl souvisí se specifickými cíli 2.1 a 2.2 a také se specifickým cílem 5.2, neboť propagace by měla probíhat především on-line formou.

Dopady na cílové skupiny:

- subjekty působící v KKO – zviditelnění KKO jako celku, zvýšení zájmu o služby a produkty nabízené touto cílovou skupinou, zapojení do nových partnerství a obchodních vztahů, získávání nových odbytišť, inovace stávajících postupů aj.
- veřejnost – lepší přístup k informacím o nabízených službách subjektů působících v KKO prostřednictvím existujících či nových nástrojů propagace, rozšíření povědomí o činnostech umělců a kreativců v regionu
- mladí lidé – inspirace, nalezení nových kariérních možností, které by bez vhodné (on-line) propagace nebyly této cílové skupiny zpřístupněny

Rizika:

- negativní reakce na propagaci konkrétních odvětví či subjektů na úkor jiných
- propagace umění či kulturních a kreativních aktivit realizovaných pouze organizacemi zřizovanými krajem
- nedostatečný zájem o propagaci ze strany některých odvětví KKO realizujících alternativní formy kulturních a kreativních projevů

Opatření	2.3: Propagace a prezentace KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Z dotazníkového šetření vyplynulo, že ani mezi subjekty řazenými do KKO nepanuje dostatečné povědomí o existenci kulturního a kreativního sektoru ekonomiky. Celkem 70 % respondentů z řad KKO si nebylo vědomo toho, co se pod souhrnným označením „kulturní a kreativní odvětví“ skrývá a že do tohoto sektoru sami spadají. Cílem tohoto opatření tedy je prezentace KKO jako celku ve všech vhodných propagačních materiálech a všemi vhodnými distribučními kanály využívanými Krajem Vysočina pro propagaci jiných oblastí. K dalším cílům patří informování veřejnosti o důležitosti tohoto sektoru, a to nejen z důvodu nezbytné kultivace společnosti, ale také za účelem jeho vnímání jako ekonomicky silného segmentu, nikoli jako oblasti, která vyžaduje finanční podporu ze strany veřejných rozpočtů. Náplní tohoto opatření je dále propagace výstupů a výsledků činnosti subjektů z KKO oceněných při různých oborových hodnoceních (soutěže, výstavy) včetně pořádání vlastních soutěží, přehlídek, výstav a poskytování vhodných veřejných prostor pro prezentaci umělců a kreativců ze strany Kraje Vysočina.

Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Zvyšování povědomí veřejnosti o KKO jako celku ze strany kraje existujícími i novými nástroji b) Zdůraznění důležitosti KKO v současném digitalizovaném světě – podpora kritického myšlení, připomínání etických hodnot, kultivace, estetika apod. c) Spolupráce s relevantními partnery (oborové asociace, cechy, spolky, muzea, uměleckořemeslné školy apod.) d) Inicie poptávky krajem zřizovaných organizací po produktech místních KKO za účelem oživení (nevyužitých) prostor e) Podpora akcí zaměřených na prezentaci a prodej výrobků a služeb subjektů z KKO (Dny otevřených ateliérů, trhy, jarmarky, výstavy apod.) f) Prezentace a propagace subjektů z KKO, jejich výrobků a služeb na základních školách za účelem motivace ke kulturně kreativnímu vzdělávání g) Zviditelnění poddimenzovaných oborů uměleckého vzdělávání (např. určité hudební obory, řemeslné obory) h) Větší propagace a koordinace značek na úrovni státu a regionů i) Vydávání propagačních a informačních materiálů s prezentací aktivních umělců a kreativců působících v kraji j) Informování veřejnosti o významných osobnostech působících v KKO v kraji a jejich dílech (podcasty, rozhovory, ukázky z díla) k) Zvyšování kvality prezentace kulturního dědictví v regionu, a to jak v případě zřizovaných, tak i nezřizovaných organizací
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Subjekty působící v KKO - o Role kraje – hlavní realizátor
Indikátor a žádoucí trend	Počet propagačních kampaní realizovaných Krajem Vysočina zaměřených na KKO jako celek nebo se zapojením prezentací subjektů spadajících do KKO (růst) Počet nově vzniklých propagačních materiálů vydaných Krajem Vysočina se zaměřením mj. i na KKO (růst)
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Odbor školství, mládeže a sportu

Strategická oblast 3: Kulturně kreativní vzdělávání v Kraji Vysočina

Specifický cíl 3.1: Inicie růstu počtu a kvality vzdělávacích oborů souvisejících s KKO a realizovaných ve zřizovaných i nezřizovaných organizacích mj. prostřednictvím zapojení profesionálních umělců a kreativců

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že se zaměřuje na posilování role kulturně kreativního vzdělávání jako klíčového prvku rozvoje talentů v rámci školních i mimoškolních aktivit, přičemž klade důraz na zapojení profesionálních umělců a kreativců. Tento specifický cíl souvisí se specifickými cíli 3.2 a 3.3 a také se specifickým cílem 5.1, neboť cílovou skupinou je rovněž mládež ve věku 15 - 19 let.

Dopady na cílové skupiny:

- o profesionálové působící v KKO – možnost uplatnění vlastních znalostí a zkušeností v rozvoji vzdělávání dětí a mládeže, jejich inspirace a zprostředkování praktické stránky umělecké a kreativní činnosti
- o Žáci základních škol – osobnostní rozvoj, podpora vlastního vyjádření prostřednictvím uměleckých či kreativních aktivit, získání nových dovedností v oblasti komunikace
- o mládež ve věku 15 - 19 let – nalezení nových alternativ k trávení volného času, zapojení marginalizovaných skupin, posilování sounáležitosti, motivace k dalšímu vzdělávání, příprava na vstup na trh práce

Rizika:

- o nedostatečný počet profesionálních umělců a kreativců v Kraji Vysočina nebo jejich kapacit ke vzdělávání
- o neefektivní přenos poznatků z oblastí KKO v případě nedostatečného pedagogického vzdělání či talentu profesionálních umělců nebo kreativců
- o nedostatečné propojení mezi subjekty poskytujícími kulturně kreativní vzdělávání a školními vzdělávacími programy
- o mylné chápání kulturně kreativního vzdělávání jako návštěvy kulturních zařízení
- o zneužití kulturně kreativního vzdělávání k manipulaci s myšlením žáků.

Opatření	3.1: Rozvoj kulturně kreativního vzdělávání dětí a mládeže
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Termín kulturně kreativní vzdělávání zahrnuje vzdělávání v oborech, které svým obsahem souvisí s KKO. Odehrává se nejen na středních uměleckých školách, které jsou v Kraji Vysočina 3, ale i na gymnáziích či odborných středních školách, a to prostřednictvím předmětů zaměřených na jakékoli formy kulturních a uměleckých projevů, ale i na využívání digitálních technologií a technických pomůcek za účelem vytvoření díla s uměleckým potenciálem či tvůrčího originálu (3D tisk, rukodělná činnost, grafický design, modelování prostoru ve speciálních počítačových programech apod.). Poskytovatelé tohoto typu vzdělávání jsou také domy dětí a mládeže nebo další nezřizované organizace obdobného zaměření. Mapování KKO v Kraji Vysočina poukázalo na skutečnost, že přibližně 40 % činností realizovaných domy dětí a mládeže směřuje do oblasti KKO. Jde však především o vzdělávání v hudebních, výtvarných, tanečních či divadelních oborech a méně v oborech ostatních, např. v oblasti multimédií, audiovizí či grafického designu. Právě v těchto oborech lze ve formálním či neformálním vzdělávání využít profesionálů z řad umělců a kreativců a zvýšit kulturně kreativní gramotnost mladých lidí.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Vznik nových a rozvoj stávajících oborů ve formálním i neformálním vzdělávání s důrazem na kulturu, umění a kreativitu b) Zvyšování kulturně kreativní gramotnosti žáků škol zapojováním profesionálů (propojování teorie a praxe) c) Pořádání workshopů zaměřených na téma kulturně kreativního vzdělávání ve školách
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Profesionální umělci a kreativci, základní školy, střední školy, střediska volného času, domy dětí a mládeže, neziskové organizace - o Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (střední školy), role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Podíl žáků středních škol vzdělávaných v oborech souvisejících s KKO z celkového počtu žáků středních škol (růst) Podíl žáků ZUŠ z celkového počtu potenciálních klientů (žáci ZŠ a SŠ) v Kraji Vysočina (růst) Počet setkání aktérů působících v oblastech KKO na akcích pořádaných Krajem Vysočina a zaměřených na kulturně kreativní vzdělávání (růst)
Odpovědný odbor	Odbor školství, mládeže a sportu

Specifický cíl 3.2: Dostatečné kapacity, kvalitní vybavení a kvalifikovaná pracovní síla pro výkon kulturně kreativního vzdělávání v organizacích zřizovaných i nezřizovaných Krajem Vysočina

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že klade důraz na zkvalitnění výuky zajištěním dostatečné kapacity a vybavenosti stávající infrastruktury pro kulturně kreativní vzdělávání a její dostupnosti všem cílovým skupinám, a také prostřednictvím kvalifikovaných pracovníků. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 3.1 a 3.3 a také s cílem 5.2, neboť i proces vzdělávání je stále více digitalizován.

Dopady na cílové skupiny:

- o účastníci kulturně kreativního vzdělávání – vzdělávání v důstojných podmínkách s dostatečnou kapacitou, které svou vybaveností konkurují jiným regionům, dostupnost kvalifikovaných profesionálů z různých oblastí KKO
- o pracovníci kulturně kreativního vzdělávání (lektoři, mentoři, umělci a jiní kvalifikovaní profesionálové) – dostatečná motivace k zapojení do vzdělávacího procesu dětí a mladistvých a do vytváření kvalitních vzdělávacích programů; vhodné pracovní podmínky

Rizika:

- o nedostatek kvalifikovaných odborníků, kteří propojují umění, kreativitu a pedagogiku
- o regionální disparity mezi městy a venkovskými obcemi v dostupnosti kvalitní infrastruktury i pracovní síly pro kulturně kreativní vzdělávání
- o nedostatečná úroveň digitalizace kulturních zařízení či jiných prostor pro kulturně kreativní vzdělávání
- o nedostatečná digitální gramotnost pracovníků kulturně kreativního vzdělávání

Opatření	3.2: Kvalitní podmínky pro poskytování kulturně kreativního vzdělávání
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	V rámci dotazníkového šetření realizovaného mezi příspěvkovými organizacemi kraje i měst respondenti zařadili mezi své slabé stránky personální poddimenzovanost vzhledem k tomu, jaký majetek mají ve správě, a také vyšší podíl starších pracovníků, za něž budou v následujících letech nuceni hledat náhradu. Další slabou stránkou, která souvisí s nedostatečným technologickým vybavením některých zařízení, je stále málo intenzivní přijímání nových trendů, pro něž je důležitá výpočetní technika a dostatečné prostory. Vybavenost především hudebními nástroji, nedostatečné prostorové kapacity a nutná modernizaci budov, ve kterých působí, a to především za účelem zvýšení bezpečnosti personálu i dětí, ale také z důvodu nedostatečné vybavenosti nutné pro kvalitní výkon běžné činnosti zařízení, uváděla většina oslovených. Z řízených rozhovorů rovněž vyplynula nedostatečná kapacita některých zařízení zaměřených na kulturně kreativní vzdělávání, nicméně vedení zřizovaných institucí si uvědomuje demografickou situaci v ČR a to, že v blízké budoucnosti v případě středních škol a do 10 let u zařízení pro děti základních škol budou potenciální klienti ubývat. Že na prostoru a jeho vybavení záleží, dokazuje experimentální galerie a dílna MB 24 v Jihlavě, která vznikla z iniciativy studentů Střední uměleckoprůmyslové školy Jihlava-Helenín a přispívá mj. k ověřování znalostí a dovedností získaných vzděláváním, ale především jak místo ke sdílení umění a kreativity.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Zajištění dostatečných kapacit poskytovatelů kulturně kreativního vzdělávání b) Zajištění kvalitního vybavení potřebného k realizaci vzdělávání v oborech souvisejících s KKO c) Vznik a rozvoj prostor typu školních experimentálních, propagačních a vzdělávacích dílen zaměřených na sdílení umění a kreativity d) Zajištění kvalifikované pracovní síly pro vzdělávání v oborech souvisejících s KKO s ohledem na generační obměnu
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Základní školy, střední školy, střediska volného času, neziskové organizace - o Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (střední školy), role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Naplněnost kapacit středoškolských uměleckých oborů v Kraji Vysočina (růst)
Odpovědný odbor	Odbor školství, mládeže a sportu

Specifický cíl 3.3: Propojení obyvatel Kraje Vysočina všech věkových kategorií, znevýhodněných skupin občanů, místních kulturních a kreativních komunit, amatérských uměleckých sdružení, podnikatelů v KKO a škol s domácími i zahraničními profesionály působícími v KKO

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že zapojením domácích i zahraničních profesionálů do kulturního a uměleckého dění a kreativních projevů kultivuje publikum v Kraji Vysočina. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 3.1, 3.2 a také 5.1, neboť zároveň motivuje a inspiruje diváky všech věkových skupin včetně mládeže k vlastním kulturním a kreativním počínům.

Dopady na cílové skupiny:

- profesionálové působící v KKO – využívání kvalitního zázemí pro realizaci vlastních projektů, např. v rámci uměleckých rezidencí, setkávání s jinými profesionály, s veřejností či specifickými nebo lokálními komunitami
- diváci kulturních představení a kreativních projevů – rozvoj vnímání kvality kulturních představení a kreativních projevů, vkusu, kulturního chování, kritického myšlení a estetického vnímání publika; nejen pasivní sledování, ale i vlastní tvůrčí činnost publika a spolupráce na představení za účelem silnějšího prožitku, vytváření otevřeného a informovaného publika, růst poptávky publika v Kraji Vysočina po náročnějších představeních

Rizika:

- s růstem náročnosti umění, kulturních představení a kreativních projevů může dojít k vymezení úzké skupiny diváků oproti původní široké divácké veřejnosti
- nárůst intelektuálního hodnocení představení oproti emocionálnímu prožitku publika
- vznik kulturní homogenity a potlačení diversity uměleckých projevů

Opatření	3.3: Zapojení profesionálů do umělecké a kreativní kultivace společnosti
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Jednu z hlavních aktivit přispívajících k rozvoji KKO tvoří propojování uměleckých či kreativních profesionálů s jinými subjekty působícími v KKO, ale také s obyvateli v roli diváků nebo s dětmi a mládeží v rámci kulturně kreativního vzdělávání. Vhodným formátem přilákání profesionálů do regionu jsou tzv. kreativní či umělecké rezidence, které umožňují profesionálům pracovat v kvalitním prostředí na vlastních projektech a experimentech, konzultovat své poznatky s jinými profesionály za účelem vzájemné výměny názorů a myšlenek a prezentovat výsledky veřejně před publikem. Mapování KKO potvrdilo, že vzájemné setkávání osob působících v různých oborech KKO má pozitivní přínos pro všechny strany, neboť může znamenat posun k novým způsobům tvůrčího myšlení, přinést nový nápad, povzbudit k inovacím v přístupu k vlastní činnosti apod. Setkávání s profesionály vede rovněž ke kultivaci společnosti, resp. diváků, neboť jim umožňuje vzájemně srovnávat kvalitu uměleckých výkonů nebo výsledků kreativní činnosti a volit z nabídky kulturních aktivit tu nejvhodnější. Přítomnost profesionálů na veřejných akcích zaměřených na propagaci KKO přispěje zase ke zvýšení povědomí účastníků o uměleckých a kreativních odvětvích a jejich obsahu.
Aktivita přispívající k naplnění cíle	a) Vytváření, udržování a prezentace kvalitních podmínek pro realizaci aktivit KKO v Kraji Vysočina za účelem zvýšení přílivu domácích i zahraničních profesionálů působících v KKO do regionu (moderní prostory, kvalitní vybavení a osobní servis) b) Nabízení kreativních rezidenčních pobytů pro kvalifikované profesionály z ČR i zahraničí c) Zapojení profesionálů do vzdělávacích aktivit rozšiřujících kulturní, uměleckou či kreativní gramotnost obyvatel kraje d) Propojování stávajících podnikatelských platforem a místních kulturních komunit zahrnujících i odvětví KKO s profesionály

	e) Zavedení pravidelných tvůrčích výtvarných symposií (výtvarné, sklářské, sochařské, grafické/ilustrační) při krajských galeriích.
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- Profesionální umělci a kreativci, základní školy, střední školy, střediska volného času, neziskové organizace, profesionální oborové organizace, zahraniční profesionálové působící v KKO - Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (střední školy), role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Počet symposií zorganizovaných Krajem Vysočina se zapojením kvalifikovaných profesionálů působících v KKO (růst).
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje

Strategická oblast 4: Ekonomické subjekty působící v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Specifický cíl 4.1: Zajistit podmínky pro fungování a rozvoj již existujících zřizovaných i nezřizovaných subjektů spadajících do KKO

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že posiluje fungování a konkurenceschopnost existujících subjektů působících v KKO, např. zvyšováním podnikatelských a jiných měkkých kompetencí profesionálů nebo zaměstnanců subjektů spadajících do KKO. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickým cílem 4.3, ale také se specifickými cíli 2.1, 2.2 a 2.3, neboť jedním z nástrojů podpory existujících subjektů působících v KKO je i propagace a zřízení komunikační platformy, kterou mohou subjekty využívat jak k získání informací, tak ke své vlastní prezentaci.

Dopady na cílové skupiny:

- existující subjekty působící v KKO – vlivem aktivit realizovaných prostřednictvím komunikační platformy budou subjekty působící v KKO informovány o vhodných prostorách pro podnikání nebo pro výkon kulturní a kreativní činnosti, jako jsou umělecké rezidence, volné veřejné prostory či nevyužívané budovy na území Kraje Vysočina, a zároveň ji budou moci využít k vlastní prezentaci, ke sdílení svých návrhů na možnou podporu, potřeb a problémů dalšího rozvoje.

Rizika:

- vysoká časová náročnost na udržování aktuálnosti a reálnosti informací o dostupnosti volných prostor pro kulturní a kreativní činnost či podnikání v oblasti KKO a komunikaci s potenciálními poskytovateli či zájemci

Opatření	4.1: Rozvoj stávajících subjektů působících v KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Mapování v letech 2023 a 2024 zjistilo v Kraji Vysočina přibližně 2,4 tis. subjektů působících v KKO, z nichž 120 během 18 měsíců mapování zaniklo. Přestože nejsou známy důvody jejich zániku, je kromě motivace ke vzniku nových potřeba přispívat i k zachování těch stávajících. Dotazníkové šetření mezi nimi odhalilo, že ne všechny firmy, podnikatelé a spolky mají do budoucna pozitivní očekávání ohledně svého ekonomického vývoje (pouze necelých 40 % podnikatelů a 17 % spolků hodnotí pro rok 2025 svoji situaci jako dobrou). Nutnost modernizace prostor pro vlastní činnost či pořádání akcí, ale také zmírnění dopadů energetické krize na své náklady patřily k hlavním problémům, s nimiž by subjekty spadající do KKO potřebovaly pomoci. Přínos tohoto opatření pro subjekty působící v KKO proto spočívá ve zlepšení přístupu k informacím o dostupnosti vnitřních prostor a jejich vybavení včetně finančních nároků na provoz, veřejných prostranství a dalších lokalit, v nichž mohou realizovat své podnikání či uměleckou a kreativní činnost.

Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Zprostředkování informací o dostupnosti prostorů či vybavení s nízkými energetickými náklady nezbytných pro činnost subjektů působících v KKO b) Evidence nabídky tzv. uměleckých rezidencí v Kraji Vysočina c) Nabídka nevyužívaných prostor např. v režimu brownfields k potřebám subjektů působících v KKO d) Zvýšení dostupnosti výpůjček technického vybavení pro pořádání kulturních akcí e) Pořádání architektonických soutěží f) Iniciece zatraktivnění veřejných prostranství moderními prvky venkovního umění (street art, mural art, designové prvky městské infrastruktury) g) Revitalizace veřejných prostor na multifunkční plochy pro kulturní využití posilující společenskou odolnost a prevenci socio-patologických jevů h) Prezentace subjektů spadajících do KKO prostřednictvím vlastních aktualizovaných nebo profesionálně vytvořených webových stránek a jiných komunikačních kanálů i) Rozvoj činnosti tvůrců audiovizuálních produktů pro propagaci cestovního ruchu v Kraji Vysočina prostřednictvím filmové kanceláře Vysočina Film Office j) Rozvoj spolupráce a propojování filmových kanceláří v rámci celé ČR
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Subjekty působící v KKO - o Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (střední školy, Vysočina Tourism – Vysočina Film Office), vlastník veřejných budov a prostor, vyhlašovatel veřejných soutěží, role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Počet zaniklých subjektů spadajících do KKO za rok (pokles) Počet evidovaných vnitřních prostor využitelných pro potřeby subjektů spadajících do KKO (růst) Počet evidovaných lokalit využitelných pro umělecké a kreativní oživení (růst) Podíl subjektů působících v KKO s vlastními webovými stránkami na celkovém počtu zmapovaných subjektů působících v KKO (růst) Počet místních dodavatelů působících v oblastech KKO zapojených do činností podporovaných Vysočina Film Office (růst)
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu

Specifický cíl 4.2: Iniciece vzniku nových subjektů, které by posílily v Kraji Vysočina výrazně poddimenzovaný audiovizuální a mediální sektor

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že usiluje o posílení těch odvětví KKO, která z mapování subjektů působících v KKO vyplynula jako málo zastoupená a zároveň ekonomicky velmi lukrativní a progresivní. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickým cílem 4.3, ale také se specifickými cíli 2.1, 2.2 a 2.3, neboť jedním z nástrojů podpory vzniku nových subjektů je i zřízení komunikační platformy, kterou mohou potenciální podnikatelé v oblasti KKO, umělci i kreativci využívat jak k získávání informací, tak ke své vlastní prezentaci.

Dopady na cílové skupiny:

- o nové subjekty vzniklé v poddimenzovaných oblastech KKO – vlivem aktivit realizovaných prostřednictvím komunikační platformy budou nové, resp. potenciálně nové subjekty informovány o existujících nástrojích podpory jejich vzniku na státní, případně krajské či komunální úrovni a také o možnostech využití stávající infrastruktury v Kraji Vysočina k realizaci nových aktivit v oblasti audiovizuálního a mediálního sektoru

Rizika:

- o vysoká časová náročnost udržování aktuálnosti a reálnosti informací existujících nástrojích podpory vzniku nových firem či subjektů působících v KKO a také o dostupnosti stávající infrastruktury nabízející prostory pro audiovizuální a mediální tvorbu.

Opatření	4.2: Posílení pozice audiovizuálního a mediálního sektoru KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Mapováním KKO v Kraji Vysočina bylo zjištěno, že zde mají velmi malé zastoupení některé oblasti KKO spadající do audiovizuálního a mediálního sektoru (videohry, film a video, hudba apod.). Tento sektor má velmi významný ekonomický potenciál, jeho rozvoj je v rámci celé ČR finančně velmi progresivní a navíc je schopen odolat i ekonomickým krizím bez finančních ztrát. V Kraji Vysočina existují subjekty, které nabízejí vhodné vybavení pro audiovizuální tvorbu, avšak potenciální noví podnikatelé o nich nemusí vědět. Veřejné instituce by měly motivovat ke vzniku tohoto typu činností např. zvýšenou poptávkou po výstupech, které zviditelňují, prezentují a propagují konkrétní lokality nebo významné osobnosti, které jsou s nimi spojeny, v oblasti cestovního ruchu. Audiovizuální díla mohou v mnoha případech rovněž sloužit k edukaci, a to nejen v běžném procesu všeobecného vzdělávání, ale i v rámci specializovaných kurzů zaměřených na další umělecké a kreativní oblasti KKO, např. kurzy fotografování, živého umění, rukodělné tvorby apod. Mapování také odhalilo, že třetina subjektů spadajících do KKO nedisponuje webovými stránkami, přičemž většinovým důvodem je nedostatek času. Lze sice vnímat pozitivně, že subjekty KKO jsou svojí činností dostatečně vytíženy a nemusí se propagovat, ale tento stav nemusí být trvalý. Právě nové subjekty, které ještě nejsou mezi příslušnou klientelou tak známé, by měly dbát na dostatečnou prezentaci s využitím různých komunikačních kanálů, aby pronikly do povědomí potenciálních zákazníků.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Zprostředkování informací o dostupnosti a evidence prostor či technického vybavení nezbytného pro zahájení činnosti subjektů působících v audiovizuálním a mediálním sektoru (nahrávací studia, zkušebny, laboratoř VŠPJ) b) Motivace k tvorbě námětů, scénářů, audiovizuálních děl např. o místních významných osobnostech z oblasti kultury, umění a kreativity c) Prezentace subjektů začínajících se svojí činností ve vybraných oblastech KKO prostřednictvím nových, profesionálně vytvořených a spravovaných webových stránek a dalších komunikačních kanálů
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Subjekty nabízející prostory pro audiovizuální a mediální tvorbu, subjekty působící v KKO - o Role kraje – evidence, zprostředkování informací, motivační role
Indikátor a žádoucí trend	Počet nově vzniklých subjektů spadajících do audiovizuálního a mediálního sektoru KKO v Kraji Vysočina (růst) Počet evidovaných nahrávacích studií, zkušeben a podobných prostor využitelných pro subjekty působící v audiovizuálním a mediálním sektoru KKO (růst)
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje

Specifický cíl 4.3: Posílení podnikatelských kompetencí a v případě profesionálních umělců a kreativců dalších měkkých dovedností za účelem zvýšení jejich konkurenceschopnosti na trhu. Vybavit zaměstnance subjektů působících v KKO kvalifikací nutnou k výkonu jejich činnosti, např. při organizaci masových akcí.

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že posiluje konkurenceschopnost podnikatelů působících v KKO, ale také umělců, kreativců a jiných profesionálů spojených s KKO. Nevynechává ani pracovníky kulturních zařízení či organizátory

kulturních akcí, u nichž rovněž posiluje vzdělávání v oblasti tzv. soft skills. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 4.1 a 4.2.

Dopady na cílové skupiny:

- o lidské zdroje působící v KKO – růst kompetencí pro podnikání i dalších měkkých dovedností souvisejících s působností v KKO, které přispějí ke zvýšení konkurenceschopnosti podnikatelů a také k bezproblémovému výkonu činnosti pracovníků kulturních zařízení či organizátorů masových akcí

Rizika:

- o vysoká rozmanitost nároků podnikatelů a pracovníků zaměstnaných v subjektech působících v KKO na vzdělávání v měkkých dovednostech
- o obtížná měřitelnost pokroku v úrovni vzdělanosti cílové skupiny

Opatření	4.3: Rozvoj kompetencí a zvyšování kvalifikace podnikatelů a zaměstnanců subjektů působících v KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Řízené rozhovory a dotazníkové šetření, které probíhaly v rámci mapování KKO, potvrdily, že řada umělců a kreativců podnikajících ve svém oboru neměla při zahájení činnosti dostatečné vědomosti či dovednosti v oblasti marketingu, managementu, fundraisingu apod. Problémem bylo také účetnictví nebo (on-line) propagace. Řada profesionálů působících v KKO pocituje nutnost neustále se vzdělávat i ve svém oboru a často má i povědomí o vhodných kurzech, nicméně ty jim jsou, zejména v případě těch zahraničních, cenově nedostupné. Vzdělávání různého zaměření jim často poskytují podnikatelské platformy, v rámci kterých se setkávají s jinými podnikateli a sdílí své zkušenosti i kontakty (networking). Vedení organizací, které pořádají masové akce, by naproti tomu uvítalo kurzy zaměřené na zvládnutí krizových situací a rizikového chování návštěvníků nebo i workshopy zaměřené na sdílení zkušeností z takovýchto akcí pro své pracovníky. Především zřizované organizace vyjádřily obavu z blížící se generační obměny svých pracovníků, a to i z důvodu nedostatečného vzdělání jejich nástupců.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Rozvoj měkkých a podnikatelských dovedností subjektů působících v KKO, především těch začínajících b) Další vzdělávání subjektů působících v oblastech KKO v jejich vlastním či blízkém oboru KKO za účelem růstu kvalifikace c) Vzdělávání v rámci stávajících podnikatelských platform zaměřené i na subjekty působící v KKO d) Pořádání vzdělávacích kurzů pro pracovníky institucí působících v KKO z důvodu nutnosti zachování kontinuity v nástupnictví při generační obměně (výchova nástupců na klíčových pozicích) e) Pořádání workshopů zaměřených na potřeby organizátorů masových akcí s důrazem na bezpečnost měkkých cílů
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- o Úřad práce ČR – Krajská pobočka Jihlava, subjekty působící v KKO a vzdělávající se prostřednictvím ÚP ČR - o Role kraje – metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Počet profesionálů a zaměstnanců působících v KKO, kteří absolvovali vzdělávací program pro zvýšení svých podnikatelských či jiných měkkých kompetencí prostřednictvím programů nabízených Úřadem práce ČR (růst) Počet workshopů organizovaných Krajem Vysočina zaměřených na zvyšování kvalifikace umělců, kreativců a pracovníků v subjektech působících v KKO (růst)
Odpovědný odbor	Odbor regionálního rozvoje

Strategická oblast 5: Horizontální témata v kulturních a kreativních odvětvích v Kraji Vysočina

Specifický cíl 5.1: Inicie kulturně kreativních aktivit realizovaných zřizovanými i nezřizovanými organizacemi a zaměřených na mládež ve věku 15 - 19 let za účelem nalezení dalších alternativních možností k trávení jejich volného času

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že se zaměřuje na zohlednění potřeb mladé generace v oblasti kulturních a kreativních odvětví napříč všemi specifickými cíli. Potřeby mladé generace jsou v současnosti v Kraji Vysočina spíše opomíjeny vzhledem k rizikům s touto skupinou souvisejícím, např. neznalost preferencí mládeže, jejich rozmanitost či upřednostňování jiných aktivit. Tento specifický cíl úzce souvisí se specifickými cíli 3.1, 3.. a 3.3 a také s cílem 5.2.

Dopady na cílové skupiny:

- mládež ve věku 15 – 19 let v Kraji Vysočina – přínosem pro tuto cílovou skupinu by bylo vytvoření pestřejší nabídky kulturních a kreativních aktivit ze strany subjektů působících v KKO, která by reagovala potřeby mládeže, motivovala ji podílet se na rozvoji KKO v regionu, poskytovala příležitosti k uplatnění talentu mladých lidí apod.

Rizika:

- vysoká rizikovost organizace kulturních akcí zaměřených na tak úzkou skupinu účastníků
- neznalost preferencí a rychle se měnící oblasti zájmu této cílové skupiny
- nezájem ze strany mládeže o organizované akce
- nízká aktivita mládeže v roli organizátorů kulturních akcí či kreativních projevů

Opatření	5.1: Zaostřeno na mládež
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Z řízených rozhovorů s aktéry kulturního dění v regionu vyplynula mj. zjištění o nedostatku kulturních akcí nebo kreativních aktivit zaměřených na věkovou kategorii 15 - 19 let. Kulturní zařízení zřizovaná městy málokdy riskují organizaci koncertů alternativní hudby, divadelní představení jsou stále častěji zaměřena na děti, a to i předškolního věku, ale jen výjimečně na mládež ve věku středoškoláků, domy dětí a mládeže nabízejí pouze omezené množství kroužků pro mládež ve věku 15 - 19 let apod. Na druhé straně se konkurentem kulturních aktivit mládeže stává virtuální svět sociálních sítí a počítačových her, který může přispívat k rozvoji sociálně-patologických jevů. MK ČR realizuje prostřednictvím Rady dětí a mládeže kraje Vysočina každoročně projekt Mládež kraji podporující kulturní aktivity mladých, např. pořádání vlastních hudebních festivalů. Obdobné projekty by mohly vznikat v rámci více oblastí KKO se zapojením většího počtu mladých lidí i stávajících podnikatelů či spolků.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Tvorba nových divadelních představení zaměřených na mládež b) Pořádání alternativní hudební produkce, festivalů a kulturních aktivit zaměřených na mládež c) Organizace tanečních plesů zaměřených na mládež d) Prezentace obrazů, fotografií a dalších uměleckých děl orientovaných především na mládež e) Autorská čtení knih pro mládež nebo děl, jejichž autory jsou mladí lidé f) Uspořádání festivalů kreativity zaměřených na mládež g) Akce organizované mládeží pro mládež
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	○ Rada dětí a mládeže kraje Vysočina (program Mládež kraji) ○ Role kraje – metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	Počet akcí organizovaných mládeží ve věku 15 - 19 let prostřednictvím programu „Mládež kraji“ (růst) Počet kulturních či tvůrčích akcí pořádaných zřizovanými i nezřizovanými organizacemi zaměřených na mládež ve věku 15 - 19 let (růst)
Odpovědný odbor	Odbor školství, mládeže a sportu, Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu

Specifický cíl 5.2: Zavádění digitálních technologií do praxe subjektů působících ve všech oblastech KKO

Vazba na strategický cíl a ostatní cíle Strategie: Tento specifický cíl naplňuje strategický cíl tím, že vnáší do všech ostatních specifických cílů další dimenzi, která se stává součástí běžného každodenního života všech obyvatel i ekonomických subjektů včetně těch působících v KKO. Tento specifický cíl určitým způsobem souvisí se všemi ostatními specifickými cíli.

Dopady na cílové skupiny:

- subjekty působící v KKO – intenzivně probíhající proces digitalizace u zřizovaných i nezřizovaných, malých i větších subjektů působících v KKO umožňující zpřístupnění výstupů KKO co nejširší veřejnosti v co nejvyšší kvalitě; spontánní šíření uměleckých výstupů a tím i jejich popularity, případně také příjmů
- vedoucí i řadoví pracovníci kulturních institucí a dalších organizací působících v KKO – dostatečná a stále rostoucí digitální gramotnost reagující na potřeby uživatelů z řad veřejnosti i odborníků
- uživatelé digitalizovaných výstupů KKO – digitálně gramotní uživatelé co nejširšího spektra digitalizovaných výstupů včetně osob ve starších věkových kategoriích

Rizika:

- snadné kopírování a sdílení digitálních děl vede k ohrožení autorských práv
- umělci a kreativci mohou přijít o příjmy, pokud je jejich tvorba šířena nelegálně
- místní, menšinové a alternativní formy kultury mohou ztratit viditelnost a podporu
- chybějící nebo slabá opatření pro digitální licencování a sledování použití obsahu
- zintenzivnění digitalizace může vyvolat nároky na větší a odbornější personální kapacity ve firmách i kulturních organizacích
- nepřilíší „uživatelsky přívětivé“ výstupy KKO mohou odradit potenciální uživatele především z řad starších věkových kategorií

Opatření	5.2: Digitalizace subjektů působících v KKO
Popis, odůvodnění, přínosy a dopady	Současná doba se vyznačuje dynamickým rozvojem moderních technologií, které transformují celou řadu odvětví. Sektor KKO je v Kraji Vysočina z 95 % tvořen subjekty s méně než 10 zaměstnanci. Adaptace na změny vyvolané digitalizací je pro tyto firmy složitější než pro velké podniky, a to především z důvodu omezeného přístupu ke kapitálu. V případě paměťových institucí (muzea, galerie) digitalizace umožňuje detailní dokumentaci celkové struktury uměleckých předmětů. Dále může představovat formu dlouhodobé ochrany, zvláště pro předměty vyrobené z materiálů více ohrožených degradací, zejména papíru. Digitalizace je také vhodná pro objekty, které se nachází v horším stavu dochování a není možné je běžným způsobem prezentovat. Kvalitní digitalizace napomůže uchovat sbírkové předměty pro budoucí generace. U ohrožených či velmi cenných sbírkových předmětů navíc digitalizace zamezuje nadbytečné manipulaci, která je může poškodit (badatelé je mohou zkoumat on-line). Ačkoli knihovny procesy digitalizace, publikace i archivace dat obecně zvládají daleko lépe než muzea či galerie a mají před nimi velký náskok, existuje zde stále velký prostor pro rozvoj digitálních knihoven, on-line katalogů či elektronických knih.
Aktivity přispívající k naplnění cíle	a) Digitalizace subjektů působících v KKO b) Rozšiřování nabídky vzdělávacích programů v oblasti digitalizace pro subjekty působící v KKO c) Osvěta a šíření dobré praxe v oblasti nových technologických trendů spojených s tématem digitalizace, vč. využití umělé inteligence i mezi subjekty z KKO d) Zavádění nových softwarů pro evidenci a správu krajských sbírek (spravovaných muzei a galeriemi) e) Postupná digitalizace krajských sbírek f) Umožnění prezentace sbírkových předmětů v on-line prostředí

	g) Rozšíření nabídky informací o kulturních památkách prostřednictvím QR kódů
Hlavní zapojené subjekty a role kraje	- Subjekty působící v KKO - Role kraje – zřizovatel příspěvkových organizací (muzea, galerie, krajská knihovna), role metodická a podpůrná
Indikátor a žádoucí trend	V rámci příspěvkových organizací kraje: Počet zpřístupněných předmětů v on-line katalogu formou digitálního obrazu (růst) Počet zavedených nových softwarů v oblasti evidence a správy sbírek (růst) Počet prezentací sbírkových předmětů v on-line prostředí (růst) Počet památek označených QR kódy (růst) Počet subjektů působících v KKO, které obdržely digitální voucher (růst)
Odpovědný odbor	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Odbor regionálního rozvoje Odbor informatiky

Předběžný odhad nákladů realizace daného opatření, resp. aktivity bude vytvořen ve fázi implementace Strategie na základě informací, které budou v danou dobu dostupné, a bude uveden v každoročně aktualizovaném akčním plánu zpracovaném pro časový horizont až 2 let. Akční plán pro roky 2026 a 2027 není součástí této Strategie.

III.3. Výsledky a výstupy realizace jednotlivých opatření

Tato podkapitola podává přehled indikátorů výsledků nebo výstupů, které se vztahují k jednotlivým opatřením Strategie. Reálné výchozí i cílové hodnoty, vč. termínů jejich dosažení, budou stanovovány v rámci akčních plánů, které budou vytvářeny pro časový horizont 1 až 2 let a budou se již opírat o konkrétní finanční zdroje.

Tab. 89. Výčet opatření a indikátorů výsledku nebo výstupu

Číslo opatření	Název opatření	Indikátor výsledku/výstupu
1.1.	Ochrana a zachování kulturních památek	Počet movitých a nemovitých národních kulturních památek
		Počet ohrožených památek na seznamu vedeném Národním památkovým ústavem
1.2.	Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury	Návštěvnost v muzeích a galeriích zřizovaných Krajem Vysočina
		Počet knihoven v Kraji Vysočina
2.1.	Monitorování KKO	Počet registrovaných subjektů působících v oblastech KKO
		Počet vytvořených analýz
		Počet realizovaných terénních šetření
2.2.	Zřízení a správa komunikační platformy KKO	Počet uživatelů webové platformy z řad subjektů KKO
		Počet přístupů na webovou platformu
		Počet účastníků anket, zpětných vazeb, komunikací
2.3.	Propagace a prezentace KKO	Počet propagačních kampaní realizovaných Krajem Vysočina zaměřených na KKO jako celek nebo se zapojením prezentací subjektů spadajících do KKO
		Počet nově vzniklých propagačních materiálů vydaných Krajem Vysočina se zaměřením mj. i na KKO
3.1.	Rozvoj kulturně kreativního vzdělávání dětí a mládeže	Podíl žáků středních škol vzdělávaných v oborech souvisejících s KKO z celkového počtu žáků středních škol
		Podíl žáků ZUŠ z celkového počtu potenciálních klientů (žáci ZŠ a SŠ) v Kraji Vysočina
		Počet setkání aktérů působících v oblastech KKO na akcích pořádaných Krajem Vysočina a zaměřených na kulturně kreativní vzdělávání

pokračování

Číslo opatření	Název opatření	Indikátor výsledku/výstupu
3.2.	Kvalitní podmínky pro poskytování kulturně kreativního vzdělávání	Naplněnost kapacit středoškolských uměleckých oborů v Kraji Vysočina
3.3.	Zapojení profesionálů do umělecké a kreativní kultivace společnosti	Počet symposií zorganizovaných Krajem Vysočina se zapojením kvalifikovaných profesionálů působících v KKO
4.1.	Rozvoj stávajících subjektů působících v KKO	Počet zaniklých subjektů spadajících do KKO za rok
		Počet evidovaných vnitřních prostor využitelných pro potřeby subjektů spadajících do KKO
		Počet evidovaných lokalit využitelných pro umělecké a kreativní oživení
		Podíl subjektů působících v KKO s vlastními webovými stránkami na celkovém počtu zmapovaných subjektů působících v KKO
		Počet místních dodavatelů působících v oblastech KKO zapojených do činností podporovaných Vysočina Film Office
4.2.	Vznik nových subjektů v audiovizuálním a mediálním sektoru KKO	Počet nově vzniklých subjektů spadajících do audiovizuálního a mediálního sektoru KKO v Kraji Vysočina
		Počet evidovaných nahrávacích studií, zkušeben a podobných prostor využitelných pro subjekty působící v audiovizuálním a mediálním sektoru KKO v Kraji Vysočina
4.3.	Rozvoj kompetencí a zvyšování kvalifikace podnikatelů a zaměstnanců subjektů působících v KKO	Počet profesionálů a zaměstnanců působících v KKO, kteří absolvovali vzdělávací program pro zvýšení svých podnikatelských či jiných měkkých kompetencí prostřednictvím programů nabízených Úřadem práce ČR
		Počet workshopů organizovaných Krajem Vysočina zaměřených na zvyšování kvalifikace umělců, kreativců a pracovníků v subjektech působících v KKO
5.1.	Zaostřeno na mládež	Počet akcí organizovaných mládeží ve věku 15 - 19 let prostřednictvím programu „Mládež kraje“
		Počet kulturních či tvůrčích akcí pořádaných zřizovanými i nezřizovanými organizacemi zaměřených na mládež ve věku 15 - 19 let
5.2.	Digitalizace subjektů působících v KKO	Počet zpřístupněných předmětů v on-line katalogu formou digitálního obrazu (nárůst v %)
		Počet zavedených nových softwarů v oblasti evidence a správy sbírek
		Počet prezentací sbírkových předmětů v on-line prostředí
		Počet památek označených QR kódy
		Počet subjektů působících v KKO, které obdržely digitální voucher

IV. Implementační část

Tato kapitola konkretizuje způsob realizace (implementace) Strategie, zejména systém řízení implementace včetně implementační struktury, přehled plánovaných aktivit a jejich časový harmonogram, vč. systému monitorování a hodnocení Strategie a systému řízení rizik. Kapitola vychází z tzv. „eMetodiky přípravy veřejných strategií 2019“.⁷⁶

IV.1. Implementační struktura a systém řízení implementace

IV.1.1. Implementační struktura

Implementační struktura Strategie zahrnuje několik klíčových prvků, které by měly zajistit její efektivní realizaci. Kraj Vysočina v současné době nedisponuje dostatečnými institucionálními či personálními kapacitami pro komplexní řízení a koordinaci problematiky implementace Strategie. Agenda spojená s dosavadní činností na tvorbě Strategie byla v největším rozsahu zajišťována Odborem regionálního rozvoje Krajského úřadu Kraje Vysočina (dále též jen „ORR“), který vytvořil tým zpracovatelů v čele s koordinátorem tvorby Strategie. Spolupráce dále probíhala i na meziodborové úrovni se zapojením Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu („OKPPCR“), Odboru školství, mládeže a sportu („OŠMS“), Odboru informatiky („OI“) a Odboru ekonomického („OE“) Krajského úřadu Kraje Vysočina a příspěvkové organizace Vysočina Tourism.

Pro časový horizont platnosti Strategie je předpokládána následující implementační struktura:

- **Řídícím orgánem** (gestorem a hlavním aktérem implementace Strategie) bude Rada Kraje Vysočina, která bude projednávat aktuální záležitosti řízení a implementace Strategie a rozhodovat o hlavních směrech rozvoje KKO v regionu, tj. zejména schvalovat pravidelně vytvářené akční plány implementace Strategie, projednávat přípravu a realizaci nástrojů k naplňování Strategie a jejích akčních plánů a podílet se na vyhodnocování realizovaných nástrojů a intervencí z pohledu jejich přínosu pro naplňování priorit Strategie. Bude mít i pravomoc doporučovat zastupitelstvu kraje ke schválení případné změny Strategie.
- **Koordinátor implementace** Strategie, který bude zařazen do organizační struktury Krajského úřadu Kraje Vysočina, konkrétně v rámci ORR. Koordinátor svolává pracovní skupinu (viz níže), komunikuje s vedoucími všech aktuálně zapojených odborů a jejich prostřednictvím s radou kraje, resp. se členem rady kraje, který bude plnit roli **gestora Strategie** (radní pro oblast regionálního rozvoje). Stanovuje termíny setkávání pracovních skupin pro jednotlivé fáze procesu implementace Strategie, zpracovává materiály pro jednání rady (případně zastupitelstva) kraje, kompletuje a finalizuje akční plány. Podílí se na vyhodnocování implementace Strategie prostřednictvím evaluace a odpovídá za pravidelné zpracovávání evaluačních zpráv.
- **Pracovní skupina** vytváří akční plány pro implementaci schválené Strategie a její návrhové části, na základě odborných podkladů navrhuje výši předpokládaných finančních nákladů, harmonogram realizace, monitorovací indikátory apod. Následně naplňování akčního plánu evaluuje nebo se na evaluaci podílí. Průběžně monitoruje situaci v území a navrhuje případné úpravy akčních plánů. Vytváří a předkládá prostřednictvím vedoucí/ho ORR radě kraje ke schválení další relevantní podklady, návrhy, šablony, závěrečné zprávy z evaluace apod. související s implementací Strategie. Pracovní skupinu tvoří stabilní jádro složené z pracovníků Krajského úřadu Kraje Vysočina, konkrétně ORR, OKPPCR a OŠMS a rozšiřované flexibilně podle řešených aktivit o pracovníky příspěvkových organizací, případně odborníků ze strany veřejnosti a v neposlední řadě zástupců subjektů působících v KKO. Členy pracovní skupiny jmenuje/schvaluje gestor Strategie na základě doporučení vedoucí/ho ORR.
- Veřejné představení akčních plánů, realizovaných a plánovaných projektů apod. bude probíhat jednou ročně prostřednictvím **veřejného fóra** pro KKO. To bude sloužit rovněž pro získávání

⁷⁶ <https://www.databaze-strategie.cz/cz/emetodika-pripravy-verejnych-strategii>

dalších návrhů a podnětů na rozvoj KKO v kraji, jako prostor pro vyjádření zpětné vazby ze strany dotčených stran, ale také jako motivační prostředí pro navazování spolupráce a partnerství, sdílení informací i know-how apod.

IV.1.2. Systém řízení implementace

Odpovědnost a pravomoci jednotlivých aktérů řídicí struktury implementace Strategie

Aktivita/Role	Gestor implementace	Řídící orgán	Koordinátor	Pracovní skupina	Fórum pro KKO
Tvorba akčních plánů a jejich vyhodnocení	I	S	O	K	I
Nastavení řídicí struktury implementace	O		V	K	
Nastavení systému monitoringu naplňování cílů	I		O	K	
Vytvoření plánu řízení rizik	I		O	K	
Nastavení plánu řízení změn	I		O	K	
Nastavení plánu evaluací strategie	I		O	K	
Sestavení časového harmonogramu akčních plánů	I		O	K	

Zdroj: eMetodika pro tvorbu strategických dokumentů 2019, MMR ČR, 2025, vlastní zpracování

V – vykonává, O – odpovídá, K – konzultován, I – informován, S – schvaluje

IV.2. Plán realizace aktivit

Tato podkapitola sumarizuje především hierarchickou strukturu prací a s ní související informace týkající se realizace jednotlivých aktivit.

Hlavní, periodicky se opakující aktivitou je **tvorba akčního plánu**, která má následující hierarchii procesů:

- sběr podnětů ze strany zainteresovaných subjektů k aktivitám definovaným v rámci jednotlivých opatření v návrhové části Strategie a formulace aktivit do akčního plánu
- projednání podnětů v rámci pracovní skupiny, nalezení souladu se schválenými opatřeními, doplnění dalších vhodných aktivit pro dané období a jejich formulace do akčního plánu
- předložení návrhu akčního plánu pro dané období, s možným výhledem na období následující, Řídícímu orgánu, tzn. radě kraje ke schválení
- v případě změn bude v rámci pracovní skupiny konzultováno odůvodnění změny, za kterou odpovídá koordinátor a kterou předkládá ke schválení radě kraje prostřednictvím vedoucí/ho ORR,
- zakomponování akčního plánu do rozpočtu kraje na další rok,
- způsob identifikace změn: v průběhu celého procesu mohou být koordinátorem nebo členy pracovní skupiny na základě jejich podnětu či podnětu zainteresovaných subjektů navrženy změny akčního plánu (např. změny časového harmonogramu, nákladů, odpovědné osoby apod.), které jsou následně konzultovány v rámci pracovní skupiny. Pracovní skupina poté formuluje novou verzi akčního plánu a prostřednictvím vedoucí/ho ORR ji předloží ke schválení radě kraje,
- po skončení příslušného období dojde k evaluaci akčního plánu, prezentaci jeho naplňování na Fóru ke KKO, ke sběru dalších podnětů na tomto fóru a následné tvorbě návrhu nového a/nebo navazujícího akčního plánu. Proces se následně periodicky opakuje.

IV.3. Časový harmonogram

Harmonogram implementace Strategie souvisí s tvorbou akčních plánů, v rámci kterých budou uvedeny rovněž informace o předpokládané době realizace jednotlivých opatření a aktivit, budou stanoveny odpovědné osoby za realizaci těchto aktivit a za naplňování opatření, potažmo za implementaci dané části Strategie. Důraz bude kladen na návaznost aktivit, určení stěžejních milníků apod.

Tab. 90. Činnosti realizované během prvních 2 let implementace Strategie

Činnost	1. rok										2. rok	
	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.	I.	II.
sběr podnětů												
projednání v prac. skupině												
předložení radě kraje												
zacomponování do rozpočtu												
evaluace akčního plánu/Strategie												

Akční plán bude z hlediska časového harmonogramu strukturován následovně:

- hlavní fáze realizace vybraných aktivit
- výstupy, klíčové aktivity a termíny plnění cílů aktivit
- vztahy mezi jednotlivými aktivitami a opatřeními
- klíčové milníky realizace vybraných aktivit
- řízení vybraných aktivit
- odpovědné osoby/subjekty za realizaci vybraných aktivit

IV.4. Rozpočet a zdroje financování

V této podkapitole nebude uveden rozpočet implementace Strategie obsahující jednotlivé náklady, požadované zdroje a zdroje financování, neboť je zvyklostí formulovat tyto náležitosti v rámci procesu tvorby akčního plánu na příslušné období.

IV.5. Systém monitorování a evaluace realizace Strategie

Na tomto místě je popsán způsob monitorování implementace Strategie, tj. systém průběžného sledování a vyhodnocování postupu realizace Strategie z hlediska dosahování jejích cílů. Také je zde uveden evaluační plán implementace Strategie.

IV.5.1. Způsob monitorování implementace Strategie

V průběhu implementace Strategie bude docházet k průběžnému sběru dat, která následně umožní vyhodnocovat jednotlivé indikátory. Některá data jsou nezávisle na Strategii sbírána i v současnosti, jako např. údaje o návštěvnosti příspěvkových organizací kraje z oblasti kultury (muzea, galerie, divadlo apod.). Frekvence sběru dat, resp. jejich vyhodnocování bude roční a bude se vztahovat k poslednímu dni roku. V případě jednorázových akcí budou údaje shromažďovány průběžně vždy po skončení dané akce.

Na akční plán bude navázáno nastavení systému podávání zpráv o implementaci Strategie, tedy zpráv o naplňování akčního plánu během daného období, které proběhne vždy na počátku období následujícího. Zpráva o naplňování akčního plánu bude obsahovat rovněž doporučení pro **změny či úpravy akčního plánu** pro další období. Vyhodnocení bude dále spočívat ve stručném konstatování toho, jak se podařilo jednotlivé aktivity plánu naplnit, proč případně nebyly realizovány nebo v jakém jsou stupni rozpracování.

Ostatní procesy spojené s monitorováním implementace Strategie budou probíhat ve dvouletých intervalech, tzn. do roku 2035 celkem 5x. V prvním roce implementace bude koordinátorem (a se zapojením pracovní skupiny) sestavena **metodika sběru dat a vyhodnocování indikátorů**, které jsou ve Strategii definovány pouze rámcově, což je nutné pro opakovatelné měření naplňování indikátorů po celou dobu implementace Strategie. Získané údaje budou shromažďovány u koordinátora implementace, který je použije do zprávy o implementaci.

Zpráva o implementaci Strategie bude koordinátorem zpracovávána ve dvouletých intervalech. Hlavním závěrem zprávy budou doporučení na **změny ve Strategii** a její implementaci. Zprávu projedná pracovní skupina a schválí rada kraje.

IV.5.2. Evaluační plán implementace Strategie

Evaluační plán slouží k monitorování a vyhodnocování implementace Strategie. Cílem je zabezpečit efektivitu realizace, identifikovat klíčové přínosy a případné nedostatky a zajistit jejich nápravu. Půjde tedy o evaluaci výsledků⁷⁷ ve vztahu k plánovaným cílům. Evaluace také napomůže identifikovat faktory ovlivňující (ne)úspěšnost implementace Strategie a poskytnout zpětnou vazbu pro úpravu Strategie a/nebo jednotlivých opatření. Data budou shromažďována průběžným monitoringem, jak je popsáno výše, a budou k dispozici koordinátorovi pro zpracování formou kvantitativní analýzy. Použita mohou být i kvalitativní zjišťování u hlavních aktérů, jichž se implementace Strategie týká, např. u zástupců zřizovaných i nezřizovaných subjektů působících v KKO.

Evaluaci může provádět koordinátor v součinnosti s pracovní skupinou, nicméně objektivnější by pravděpodobně mohla být evaluace ze strany externího subjektu (nezávislých evaluátorů). Evaluační zprávy budou spolu se zprávami k implementaci Strategie předkládány ke schválení radě kraje, a to jednou za 2 roky. Celkovou odpovědnost za evaluaci bude mít koordinátor implementace Strategie, který bude rovněž s výstupy evaluace dále pracovat a iniciovat případné změny Strategie po konzultaci s pracovní skupinou. Výstupy budou mít podobu evaluačních zpráv a budou obsahovat případná doporučení na změny ve Strategii.

Z hlediska časového harmonogramu je evaluace předpokládána na začátek každého druhého roku probíhající implementace Strategie, tzn. dohromady 5x do konce roku 2035 (střednědobé hodnocení), resp. do začátku roku 2036 (závěrečné hodnocení). Dle potřeby v reakci na zásadní změny nebo krizové situace může být realizována ad hoc evaluace. Evaluační plán je klíčovým nástrojem pro zajištění úspěšné realizace Strategie. Pravidelné hodnocení a implementace doporučení umožní optimalizovat efektivitu Strategie a zajistit maximální přínos pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví.

IV.6. Systém řízení rizik a předpoklady realizace strategie

Následuje schéma postupů souvisejících s řízením rizik implementace Strategie (tj. jednotlivé aktivity, aktéři a jejich role, pravomoci a odpovědnosti apod.).

IV.6.1. Systém řízení rizik

1. Identifikace možných rizik realizace Strategie:
 - a. finanční – nedostatek financování ze strany veřejné správy i soukromých subjektů, neefektivní využití financí z hlediska odvětvové struktury (podfinancování některých odvětví)
 - b. legislativní – do praxe nově zaváděné změny v legislativě („status umělce“), nedostatečná regulace a ochrana
 - c. institucionální – nedostatečná spolupráce mezi subjekty ovlivňující rozvoj KKO, nízká koordinace politik
 - d. tržní – nízká poptávka po kulturních produktech např. v době ekonomické krize, růstu cen apod., konkurence v některých oblastech KKO

⁷⁷ Dle WHO (2000) existuje šest hlavních typů evaluace: evaluace formou analýzy potřeb, evaluace procesu, evaluace nákladů, evaluace spokojenosti klientů, evaluace výsledku, ekonomická evaluace.

- e. technologická – zastaralá infrastruktura, nedostatečná digitalizace
 - f. sociální – nízká participace veřejnosti, demografické změny, nedostatek kvalifikované pracovní síly i v oblasti digitální gramotnosti
2. Vyhodnocení významnosti rizik:
 - a. za významné riziko lze považovat především demografickou situaci, která bude mít v následujících letech vliv na počet žáků, studentů a následně i mladých lidí působících jak v KKO, tak i v jiných oblastech ekonomiky
 - b. významná jsou vždy finanční rizika, neboť není nastaven systém dlouhodobého kooperativního financování KKO a vlivem geopolitických změn se růst financování odklání od sektoru KKO
 3. Identifikace opatření pro snížení pravděpodobnosti výskytu a dopadu rizik:
 - a. prevence – diverzifikace financování, legislativní ochrana
 - b. adaptace – flexibilita pracovního týmu a řídicího orgánu kvůli případným změnám
 - c. distribuce – přenos rizika na více subjektů, partnerů
 - d. akceptace – připravenost na přijetí určitých méně významných rizik
 4. Nastavení organizační struktury a postupů monitorování a průběžné kontroly rizik v průběhu implementace
 - a. pravidelná revize rizik a efektivity opatření pomocí evaluací a zpětné vazby od stakeholderů

IV.6.2. Předpoklady úspěšné implementace strategie

Úspěšná implementace Strategie rozvoje KKO závisí na několika klíčových předpokladech:

1. Jasná vize a strategické cíle, nastavení měřitelných cílů
2. Institucionální podpora a legislativní rámec – podpora ze strany státu, regionálních a místních samospráv, stabilní legislativní prostředí pro podnikání a financování v KKO
3. Finanční zdroje a investice – dostupnost veřejných i soukromých investic, grantových a dotačních programů, motivace investorů a podnikatelů k podpoře KKO
4. Vzdělávání a rozvoj lidského kapitálu – kvalitní programy zaměřené na kulturní a kreativní vzdělávání, podnikatelské a jiné měkké kompetence subjektů působících v KKO
5. Infrastruktura a technologická podpora – přístup k moderním technologiím a digitalizaci
6. Propojení s trhem a zahraniční spolupráce – podpora exportu kulturních a kreativních produktů, navázání mezinárodní spolupráce a zapojení do globálních sítí
7. Zapojení komunity a veřejnosti – podpora participace občanů na kulturních aktivitách
8. Monitoring a evaluace – pravidelné vyhodnocování dopadu Strategie, flexibilita v úpravě opatření dle aktuální situace.

Jsou-li tyto předpoklady splněny, může Strategie efektivně přispět k rozvoji kulturních a kreativních odvětví a podpořit jejich pozitivní dopad na ekonomiku i společnost.

IV.7. Komunikační plán

Komunikační plán představuje praktický nástroj pro efektivní informování jak klíčových aktérů KKO ve veřejné, podnikové či neziskové sféře, kteří budou zapojeni do implementace Strategie, tak i široké veřejnosti v území Kraje Vysočina. Slouží k tomu, aby klíčoví aktéři porozuměli obsahu a významu Strategie, aktivně se zapojovali do její realizace a měli prostor pro vyjádření svých názorů. Komunikace je zároveň nástrojem pro budování důvěry, podpory a motivace napříč regionem a také pro zviditelnění KKO mezi obyvateli a návštěvníky regionu.

Cíle komunikačního plánu

- zvýšení povědomí o kulturních a kreativních odvětvích, jejich významu a potenciálu pro regionální rozvoj, ekonomiku, zaměstnanost či kultivaci společnosti a všeobecnou vzdělanost

- o posílení aktivního zapojení klíčových aktérů, organizací i jednotlivců, firemních, neziskových i veřejnoprávních subjektů do kulturního a kreativního dění a získání jejich podpory pro implementaci Strategie
- o vytvoření prostoru pro vzájemnou komunikaci, dialog, sdílení podnětů a názorů, získávání zpětné vazby, budování a prohlubování vztahů

Cílové skupiny

- o odborná veřejnost: organizace ve veřejné, podnikové či neziskové sféře, jejich pracovníci, kreativci - jednotlivci
- o politická reprezentace: rada a zastupitelstvo kraje, zastupitelstva a případně rady obcí a měst
- o partneři: obce a města, podnikatelé (právnícké i fyzické osoby), neziskový sektor média
- o interní skupiny: zaměstnanci dotčených úseků Krajského úřadu Kraje Vysočina
- o široká veřejnost: obyvatelé kraje, návštěvníci kulturních akcí

Klíčová sdělení

Kraj Vysočina – živý, inspirativní a propojený region, kde se kultura a kreativita stanou přirozenou součástí běžného života posilující komunitní soudržnost a přispívající k udržitelnému rozvoji:

- o Kraj Vysočina chce být v roce 2035 krajem s ekonomicky odolnou a odvětvově pestrkou kulturně kreativní základnou tvořenou nejen moderní, fungující a digitalizovanou infrastrukturou, ale také aktivními veřejnými organizacemi, inovativními soukromými firmami, tvůrčími podnikateli či tradičními spolky působícími v KKO.
- o Aktéři kulturního a kreativního sektoru budou společně vytvářet komplexní nabídku atraktivních zážitků vznikajících za podpory exkluzivních služeb reagujících na nejnovější požadavky klientů.
- o Kultura a kreativita přispívá ke kultivaci společnosti a bude dostupná pro všechny, stane se součástí veřejného prostoru a běžného života rezidentů i návštěvníků.
- o Mladá generace bude v rámci vzdělávání spolupracovat s kvalifikovanými profesionály a rozvíjet tak vlastní kulturně kreativní kompetence, které ji nasměrují ke společensky přínosným činnostem.

Nástroje a kanály komunikace

- o on-line komunikace: webové stránky (vč. tematických sekcí), sociální sítě, přímý e-mailing, newslettery
- o off-line nástroje: tiskové zprávy, články a inzerce v tištěných médiích, brožury, letáky, akce s tematikou kultury a kreativity (výstavy, festivaly, fóra apod.)
- o osobní kontakt: pracovní setkání, semináře, workshopy, konference, kulaté stoly, diskuse

Nástroje mohou být v průběhu implementace Strategie průběžně upřesňovány a dle aktuálních potřeb konkretizovány, mj. v návaznosti na vytvářené akční plány implementace Strategie.

Tab. 91. Nástroje komunikace

	Komunikační cíl	Příklady komunikačních aktivit	Možné komunikační kanály	Odpovědnost
1.	zvýšení povědomí o kulturních a kreativních odvětvích	- vizuální infografiky - popularizační články - příběhy úspěšných kreativců - tematické brožury	- webové stránky - sociální sítě - newslettery - lokální / regionální média	koordinátor tiskové oddělení
2.	zapojování aktérů	- veřejná projednání - kulaté stoly - semináře, workshopy	- osobní setkání - e-mail - sociální sítě	koordinátor
3.	dialog a budování vztahů	- prezentace pro cílové skupiny - on-line formuláře - ankety - diskusní fóra	- osobní setkání - akce s tematikou kultury a kreativity	koordinátor pracovní skupina

5. Časový harmonogram komunikace v jednotlivých fázích Strategie:

- **Tvorba Strategie:** 7/2023 – 5/2025
- **Schvalování Strategie:** 6 – 9/2025
- **Implementace Strategie:** 2025 – 2035
- **Vyhodnocování a aktualizace Strategie:** průběžně na bázi akčních plánů

6. Odpovědnosti

- koordinátor implementace Strategie: Odbor regionálního rozvoje, Krajský úřad Kraje Vysočina
- kontakt pro veřejnost: Oddělení tiskové, Krajský úřad Kraje Vysočina

7. Hodnocení a zpětná vazba

- Indikátory účinnosti komunikace:
 - počet návštěvníků webových stránek / uživatelů sociálních sítí / adresátů newsletterů
 - počet a dosah mediálních výstupů (tištěná i on-line média)
 - počet uspořádaných akcí se zaměřením na KKO
 - počet návštěvníků uspořádaných akcí
- Způsob sběru a využití zpětné vazby:

Zpětná vazba bude zjišťována dle charakteru komunikovaného sdělení pomocí statistik návštěvnosti, on-line či tištěných formulářů, dotazníků, anket (např. formulář zpětné vazby, dotazník spokojenosti apod.), veřejných projednání, případně dalších vhodných nástrojů. Bude zohledňována při nastavování a vyhodnocování akčních plánů implementace Strategie tak, aby její naplňování reagovalo na skutečné potřeby v území.

V. Postup tvorby strategie

Závěrečná kapitola Strategie stručně rekapituluje základní postup tvorby Strategie, hlavní zapojené aktéry, realizované klíčové aktivity, způsob schvalování apod.

V.1. Autoři strategie a zúčastněné strany

Kraj Vysočina – Odbor regionálního rozvoje Krajského úřadu Kraje Vysočina s přispěním:

- Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Kraje Vysočina
- Odboru školství, mládeže a sportu Krajského úřadu Kraje Vysočina
- Odboru ekonomického Krajského úřadu Kraje Vysočina
- Odboru informatiky Krajského úřadu Kraje Vysočina
- Vysočina Tourism, příspěvkové organizace
- subjektů zapojených do mapování KKO v Kraji Vysočina v letech 2023 a 2024

V.2. Popis postupu tvorby strategie

Stěžejní aktivity, kroky a události tvorby Strategie probíhaly v několika fázích:

I. Fáze analytická a prognostická (7/2023 – 2/2025)

Klíčové výstupy:

- Identifikace zdrojů dat
 - Definice řešeného problému
 - Prostředí a očekávaný budoucí vývoj
 - situační analýza socioekonomického prostředí Kraje Vysočina
 - situační analýza kulturní infrastruktury v Kraji Vysočina
 - kvantitativní analýza výsledků mapování KKO v Kraji Vysočina
 - finanční analýza výdajů na kulturu v Kraji Vysočina
 - kvalitativní analýza KKO
 - sekundární analýza KKO na základě strategických dokumentů
 - analýza současného stavu dle metodiky PESTLE
 - očekávaný budoucí vývoj KKO
 - Revize stávajících opatření
 - Vývoj při tzv. nulové variantě
- Souhrn výsledků klíčových analýz

II. Fáze rozpracování Strategie (1/2025 – 3/2025)

Klíčové výstupy:

- Zpracování vize, globálního cíle, strategických cílů strategie
 - vize a základní strategické směřování
 - logika intervence, hierarchie cílů
 - vize, globální cíl a strategické oblasti
 - specifické cíle
- Identifikace opatření pro realizaci strategie
- Nastavení soustavy sledovaných indikátorů

III. Fáze nastavení implementace, financování a vyhodnocování Strategie (3/2025 – 5/2025)

Klíčové výstupy:

- Nastavení implementační struktury a systému řízení implementace
- Plán realizace aktivit
- Časový harmonogram, rozpočet a zdroje financování
- Systém monitorování a evaluace realizace Strategie
- Systém řízení rizik a předpoklady realizace Strategie
- Komunikační plán

VI. Přílohy

Příloha č. 1: Seznam doporučených odvětví (dle CZ-NACE), která by měla být řazena do KKO při dalším průběžném mapování

13.91 háčkování

13.93 koberce

13.96 výrobu ornamentálních ozdob: stuh, prýmků, střapců, bambulí atd.

13.99 výrobu tylů a jiných síťových tkanin, typu krajek (tkanic, prýmků) a výšivek v kuse, pásech nebo motivech

25.72 Výroba zámků a kování (umělecká kování)

- výrobu visacích, vložkových a jiných zámků, bezpečnostních zástrček, závěsů, klíčů, kování a podobných výrobků z obecných kovů na dveře budov, nábytku, vozidel atd.

33.19 Opravy ostatních zařízení

- restaurování varhan a jiných historických hudebních nástrojů

46.49 Velkoobchod s ostatními výrobky převážně pro domácnost

- velkoobchod s hudebními nástroji
- velkoobchod s hrami a hračkami

47.59 Maloobchod s nábytkem, svítilny a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách

- maloobchod s hudebními nástroji a notami

58.19 Ostatní vydavatelské činnosti

- vydávání (vč. on-line) ostatních tiskařských výrobků – jinak není kam dávat vydávání neperiodických publikací (dotováno MK ČR)

74.90 činnosti uměleckých agentů nebo agentur

- činnosti agentů a agentur, které zastupují jednotlivce ve snaze získat pro ně vystoupení ve filmu, v televizi, divadle a jiných oblastech zábavy nebo na sportovních akcích; vyhledávání nakladatelů či producentů knih, divadelních her, uměleckých děl, fotografií atd.

77.29 Pronájem a leasing ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost

- pronájem všech druhů výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost (kromě rekreačních a sportovních potřeb) domácnostem nebo podnikům:
 - textil, oděvy a obuv
 - nábytek, keramika a sklo, kuchyňské a stolní nádobí
 - šperky, hudební nástroje, jevištní dekorace a kostýmy
 - knihy, noviny a časopisy

78.10 Činnosti agentur zprostředkujících zaměstnání

- činnosti castingových agentur, např. hereckých, modelingových

79.90 Ostatní rezervační a související činnosti

- činnosti agentur, zabývajících se prodejem vstupenek na divadelní představení

84.12 Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení

- veřejnou správu programů zaměřených na zlepšení osobní a fyzické pohody občanů
 - financování rekreačních a kulturních činností
 - rozdělování grantů umělcům

94.99.2 Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti – spolky na venkově, okrášlovací spolky

95.23 Opravy obuvi a kožených výrobků

95.24 Opravy nábytku a bytového zařízení

95.25 Opravy hodin, hodinek a klenotnických výrobků

95.29 Opravy ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost

- knih
- hudebních nástrojů (kromě varhan a hudebních nástrojů, které mají historickou hodnotu)
- hraček
- ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
 - opravy a úpravy oděvů
 - ladění klavírů

Pod oblast Výtvarné umění **nezahrnovat celé 90.03**, jen činnosti jednotlivých umělců jako sochařů, malířů, kreslířů, rytců, grafiků atd. a restaurování uměleckých děl, např. obrazů; ostatní (činnosti jednotlivých spisovatelů všech žánrů, včetně fikcí, technického psaní atd. a činnosti nezávislých novinářů) zahrnout pod oblast **Knihy a tisk**.

Příloha č. 2: Seznam a definice pojmů⁷⁸

Artotéky – veřejné půjčovny obrazů, založené na principu podobném knihovnám, které půjčují soukromým osobám, firmám či veřejným institucím převážně originály uměleckých děl, a to na stanovenou dobu a za symbolický poplatek. Smyslem artoték je zprostředkovat výtvarné umění široké veřejnosti a začlenit ho do každodenního života.

Beauty shots – záběr nebo scéna, která zdůrazňuje atraktivní aspekty nebo vlastnosti např. staveb či jiných objektů nebo krajiny; v současnosti jsou pro jejich pořizování často využívány drony

BforB (Business for Breakfast) – celorepubliková síť podnikatelských klubů, která nabízí unikátní platformu pro podporu a rozvoj podnikání (<https://www.bforb.cz/>)

Bottom-up – proces tvorby strategie, který je založen na principu, kdy syntézou dílčích (funkčních) plánů vzniká strategický plán/cíl. Nejprve jsou definovány relativně detailní dílčí cíle na nižších úrovních organizační hierarchie. Tyto cíle jsou postupně integrovány až do podoby strategických cílů.

Branding – zde využíváno v užším pojetí; branding se zabývá tvorbou, používáním a správou vizuální identity značky a je spojován především s grafickou tvorbou

Brownfield – opuštěné plochy a nemovitosti, které ztratily své původní funkční využití

Coworking – sdílený pracovní prostor pro nezávislé profesionály a jiné distanční pracovníky, kteří zde nezávisle na sobě vykonávají svou běžnou práci

Crowdfunding – skupinové financování, při kterém větší počet jednotlivců přispívá menším obnosem k cílové částce požadované pro realizaci předmětu financování

Desk Research – sekundární výzkum označující analýzu již existujících informací a datových sad. Hlavní cíl spočívá v popisu a pochopení aktuálního stavu problému, případně náznaků dalšího vývoje.

Evaluace – systematické posouzení kvality a hodnoty, popř. významu určitého objektu, dokumentu, procesu apod.

Game artist – vzdělávací obor zaměřený na navrhování herní grafiky

Gamifikace – metoda, která využívá herní prvky a principy v neherním prostředí za účelem motivace, zvýšení zapojení nebo zlepšení výkonu. Tento přístup se často uplatňuje v oblasti firemního prostředí, vzdělávání, marketingu či zdravotnictví, kde se pomocí herních mechanismů snaží dosáhnout konkrétních cílů, jako je například zvýšení produktivity, učení nových dovedností nebo zapojení zákazníků.

Implementace – proces uskutečňování a naplňování dílčích/specifických cílů strategického dokumentu za účelem dosažení hlavního/globálního cíle

Kreativní ekosystém – ekosystém podporující umělce, pracovníky v kulturních a kreativních odvětvích a evropský obsah, přispívá k rozvoji lidských zdrojů a měl by být součástí inovačního ekosystému

Lockdown - uzamčení, uzávěra, hromadná karanténa, plošná karanténa či zákaz volného pohybu osob, uzavření ekonomiky a společnosti je dočasný požadavek, aby lidé zůstali tam, kde jsou (doma), obvykle kvůli specifickým rizikům pro sebe nebo pro ostatní (pokud se do té doby mohli volně pohybovat); situace provázející pandemií COVID-19 v letech 2020 a 2021.

Mikropodnik – ekonomický subjekt, která má méně než 10 zaměstnanců a roční obrát (finanční částka získaná za určité období) nedosahuje 2 milionů EUR

Mural art – moderní umělecký směr zaměřený na velkoplošnou malbu na stěny ve veřejném prostoru. Na rozdíl od děl street artu či graffiti, která z hlediska zákona vznikají nelegálně, muralartová díla jsou většinou objednána majitelem stěny kvůli její výzdobě.

Networking – zahrnuje vytváření vztahů (partnerství) mezi lidmi, vzájemnou výměnu informací a udržování osobních kontaktů vedoucích k vytvoření sítě konexí

Podcast – pořad, který je k dispozici v digitální podobě ke stažení přes internet, například epizodická série digitálních zvukových nebo video souborů

Propagační kampaň – zde jako marketingová akce, která se zaměřuje například na zvýšení povědomí o KKO jako celku, o jednotlivých oblastech KKO nebo o subjektech působících v KKO. Kampaň může

⁷⁸ Seznam je vypracovaný především na základě definice pojmů zveřejněných na <https://cs.wikipedia.org/wiki>

zahrnovat různé marketingové nástroje, jako jsou elektronické nebo tištěné materiály, sponzorství akcí, emailový marketing, sociální média a mnoho dalšího.

Průmyslový/produktový design – profesionální proces vývoje výrobků, zařízení a služeb se zvláštním důrazem na formu a funkci

Resilience – odolnost, schopnost systému/odvětví/jednotlivce vyrovnat se se změnou a pokračovat v rozvoji

Smart firmy – koncept fungování firem, které využívají digitální, informační a komunikační technologie za účelem efektivnějšího výkonu a snížení spotřeby energií

Spin-off projekt – rozhlasové, televizní, počítačové nebo literární dílo, které bylo odvozeno od již existujícího díla (nebo více děl) a které je zejména zaměřeno na určitý aspekt původního díla (např. určité téma, postavu, událost, apod.)

Stakeholder – libovolný subjekt, který má nějaký zájem na činnosti konkrétní organizace či určitém tématu (také „zainteresovaná strana“)

Start-up – ekonomický subjekt, typicky popsán jako nově založená či začínající společnost, která se na základě inovativní podnikatelské koncepce za použití vyspělých technologií rychle vyvíjí a má velký potenciál hospodářského růstu. V současné době však neexistuje jedna ucelená, mezinárodně uznávaná definice start-upu.

Streaming – technologie kontinuálního přenosu audiovizuálního sdělení mezi zdrojem a koncovým uživatelem pomocí datového proudu. V současné době se streamingu využívá především pro přenášení audiovizuálních sdělení po internetu (webcasting).

Street art – forma vizuálního umění, která vzniká na veřejných prostranstvích, často bez výslovného povolení vlastníka nemovitosti. Zahrnuje širokou škálu uměleckých projevů, včetně aspektů graffiti, šablon, nástěnných maleb, pšeničné pasty a dalších technik. Street art se často používá jako prostředek sebevyjádření, sociálního komentáře nebo politického aktivismu.

Umělecká rezidence – prostor pro krátkodobý pobyt zaměřený na intenzivní přípravu či soustředění při tvorbě nového uměleckého projektu, např. ateliéry, divadelní kluby, sály, zkušebny, a to včetně vybavení a za minimální ceny. Podmínkou je většinou prezentace výsledků přípravy umělců před publikem, diskuse s veřejností nebo účast na kulturních akcích místních komunit.

UX design (User experience design) – řeší dojmy uživatele, zkoumá jeho potřeby a identifikuje problémy za účelem zkvalitnění zážitku, který by měl uživatel prožívat při interakci s digitálním produktem, např. webovou stránkou

Webdesign – mezioborová disciplína, která využívá poznatky vizuální komunikace, interakčního designu, psychologie (především ovlivňování a rozhodování lidí), marketingu, branding, copywritingu, gamifikace a dalších oborů. Cílem webdesignu je vytvořit funkční webové stránky nebo webové aplikace.

Příloha č. 3: Seznam zkratk

24/7	24 hodin denně 7 dní v týdnu
AI	z anglického „artificial intelligence -, umělá inteligence; schopnost strojů napodobovat lidské schopnosti, jako je uvažování, učení se, plánování nebo kreativita
CDF	Centrum dokumentárních filmů
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
COVID-19	z anglického spojení „coronavirus disease 2019“ - vysoce infekční onemocnění
NACE	(akronym z francouzského názvu „Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes“) ⁷⁹ – „Obecná nomenklatura ekonomických činností v Evropských společenstvích“; je statistickou klasifikací ekonomických činností, kterou používá Evropská unie (resp. Evropská společenství) od roku 1970. NACE vytváří rámec pro statistická data o činnostech v mnoha ekonomických oblastech (např. ve výrobě, zaměstnanosti, národních účtech). V ČR je využívána jako CZ-NACE (Klasifikace ekonomických činností), a to od roku 2008. Od 1. 1. 2025 je v platnosti revidovaná verze (více zde ⁸⁰).
CZ-ISCO	klasifikace zaměstnání; národní statistická klasifikace vypracovaná na základě mezinárodního standardu International Standard Classification of Occupations (ISCO), jehož tvůrcem je Mezinárodní organizace práce (ILO).
DMO	organizace destinačního managementu
DPP	dohoda o provedení práce
EU	Evropská unie
FV	Fond Vysočiny
HB	Havlíčkův Brod
HDJ	Horácké divadlo Jihlava
HDP	hrubý domácí produkt
ICT	informační a komunikační technologie
IZ	index změny
JAM	Jihlavský architektonický manuál
KKO	kulturní a kreativní odvětví
KKS	kulturní a kreativní sektor
MB24	místo ke sdílení umění a kreativity, které funguje jako školní experimentální, propagační a vzdělávací dílna otevřená i pro veřejnost jako miniaturní coworkingové centrum (https://www.helenin.cz/mb24/).
MK ČR	Ministerstvo kultury ČR
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
MPO ČR	Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
MV	Muzeum Vysočiny
NESTA	National Endowment for Science, Technology and the Arts (Národní nadace pro vědu, technologii a umění)

⁷⁹ Dle Ústavu jazyka českého Akademie věd ČR z roku 2017 by měla být výslovnost zkratky [en á cé é] nebo [nace] – více na https://dotazy.ujc.cas.cz/odpovedi/?detail_polozka=739&filter=1&items=5&page=3 nebo na <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=zkratka#bref5>

⁸⁰ <https://csu.gov.cz/klasifikace-ekonomickych-cinnosti-cz-nace-platna-od-1-1-2025>

NIPOS	Národní informační poradenské středisko pro kulturu
NKP	národní kulturní památka
NMNM	Nové Město na Moravě
NNO	nestátní nezisková organizace
NPO	Národní plán obnovy
NPÚ	Národní památkový ústav
OE	Odbor ekonomický Krajského úřadu Kraje Vysočina
OI	Odbor informatiky Krajského úřadu Kraje Vysočina
OKPPCR	Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Kraje Vysočina
o.p.s.	obecně prospěšná společnost
ORR	Odbor regionálního rozvoje Krajského úřadu Kraje Vysočina
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná, v dokumentu označována často také jako „podnikatel“
OŠMS	Odbor školství, mládeže a sportu Krajského úřadu Kraje Vysočina
p.o.	příspěvková organizace
PESTLE	druh analýzy, v rámci níž se definují politické (P), ekonomické (E), sociální (S), technologické (T), legislativní (L) a ekologické (E) vlivy
PNO	podíl nezaměstnaných osob
PU	počet uchazečů o zaměstnání
PU/VPM	počet uchazečů o zaměstnání připadajících na jedno volné pracovní místo
RES	Registr ekonomických subjektů
RIS3	Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci České republiky 2021 – 2027 (Národní RIS3 strategie)
RŽP	Registr živnostenského podnikání
SKP	Státní kulturní politika
SO ORP	správní obvod obce s rozšířenou působností
SRK	Strategie rozvoje Kraje Vysočina
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
SŠ	střední škola/-y
SVČ	středisko volného času
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)
ÚP ČR	Úřad práce ČR
ÚPH	účetní přidaná hodnota
VPM	volná pracovní místa
VOŠ	vyšší odborná škola/-y
VŠPJ	Vysoká škola polytechnická Jihlava
VŠPS	Výběrové šetření pracovních sil
z.s.	zapsaný spolek
ZŠ	základní škola/-y
ZUŠ	základní umělecká/-é škola/-y