

Akademie múzických umění v Praze

DIVADELNÍ FAKULTA

Dramatická umění

Produkce

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Potenciál využití kulturních map

BcA. Alice Kofláková

Vedoucí práce: doc. Mgr. Bohumil Nekolný

Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, květen 2023

The Academy of Performing Arts in Prague

Theatre Faculty

Performing Arts

Arts Management

MASTER'S THESIS

The potencial of using cultural maps

BcA. Alice Kofláková

Thesis supervisor: doc. Mgr. Bohumil Nekolný

Academic title: MgA.

Prague, May 2023

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci s názvem

Potenciál využití kulturních map

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím pouze uvedené literatury a pramenů a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s tím, aby práce byla zveřejněna v souladu se zákonem a vnitřními předpisy AMU.

Praha, dne

.....

BcA. Alice Kofláková

Poděkování

Děkuji panu doc. Mgr. Bohumilu Nekolnému za odborné vedení práce, konzultace, které musely probíhat na dálku, za velkou vstřícnost a že mi byl vždy k dispozici. Také chci poděkovat MgA. Davidu Kašparovi, který byl mým mentorem v prvních letech výzkumu a k tématu kulturních map mě přivedl. Cenné rady mi poskytli i další pedagogové Katedry produkce DAMU v rámci předmětů magisterský a diplomový projekt, za což jim náleží mé poděkování.

Diplomová práce by nevznikla bez ochoty a kladného přístupu všech lidí, kteří mi poskytli důležité informace, jmenovitě: Petr Bilík, Rostislav Nétek, Magdalena Hruška, Adam Dvořák, Petr Peřinka, Jakub Kohn a další.

Ráda bych také poděkovala své rodině a blízkým za podporu během studia a pracovníkům organizace Creative Industry Košice za oporu v úplném závěru psaní diplomové práce během mé tamější stáže.

Abstrakt

Tato magisterská práce zkoumá potenciál využití map a kartografie při podpoře kulturních a kreativních odvětví. Hypotézou práce je, že se efektivní podpory kulturních a kreativních odvětví dosáhne snadněji, pokud se při kulturním plánování (při sestavování kulturních politik, strategií či akčních plánů) uvažuje i v geografické dimenzi.

Práce analyzuje příklady mapování kulturních a kreativních odvětví a předkládá výhody, které plynou z využívání nástroje map. Zároveň poukazuje i na nedostatky českých kulturních map, nastiňuje jejich další potenciál a přináší inspirativní příklad ze zahraničí (kulturní mapu města Dublin).

Poslední třetina magisterské diplomové práce je věnována případové studii mapování kulturních a kreativních odvětví v Olomouci a okolí, kde je tak na konkrétním příkladu podrobně představen potenciál využití kulturních map.

Mezi hlavní zjištění práce patří, že mapy jsou silným a vhodným nástrojem pro pochopení problematiky kulturních a kreativních odvětví. Slouží také jako nástroj komunikace výsledků mapování sektoru. Ne ve všech případech jsou však mapy samonosné, často potřebují slovní nebo jiné vysvětlení.

Abstract

This master's thesis explores the potential of using maps and cartography to support the cultural and creative industries. The hypothesis of the thesis is that effective support for the cultural and creative industries is more easily achieved if we think in a geographical dimension when cultural planning (when drawing up cultural policies, strategies, or action plans).

The work analyses examples of mapping used in the cultural and creative sectors and translates the benefits that would result if the mapping tool was used during the mapping process. At the same time, it also points out the shortcomings of Czech cultural maps, outlines their further potential and presents an inspiring example from abroad (the cultural map of Dublin City).

The last third of the master's thesis is devoted to a case study of mapping cultural and creative industries in Olomouc and its surroundings, where the potential of using cultural maps is thus presented in detail through a concrete example.

The main findings of the thesis highlight how maps can be used as a powerful and appropriate tool for understanding the issues of the cultural and creative industries. They also serve as a tool for communicating the results of sector mapping. However, maps are not self-contained in all cases and often need verbal or other explanations.

Obsah

Seznam příloh	1
Seznam použitého označování a zkratek.....	2
Úvod	4
1. Kulturní a kreativní odvětví.....	6
1.1. Pojem kulturní a kreativní odvětví.....	6
1.2. Role a vliv KKO v daném území.....	8
1.3. Na co rozvoj KKO naráží – aneb data v oblasti KKO	10
1.4. Současné příležitosti pro rozvoj KKO v ČR	14
2. Kartografie	19
2.1. Pojem kartografie	19
2.2. Pojem mapa	20
2.3. Pojem geoinformatika a geografický informační systém.....	21
3. Kulturní mapy	22
3.1. Proč propojovat data z kulturního prostředí s mapami	22
3.2. Jak se kulturní mapy tvoří	22
3.2.1. Vymezení zkoumané oblasti, členění KKO a definice sledovaných ukazatelů ..	23
3.2.2. Vytvoření seznamu subjektů	26
3.2.3. Ověření seznamu.....	26
3.2.4. Vytvoření mapy	27
3.2.5. Etapy přidružených analýz	29
3.2.6. Tvorba výstupů	29
3.3. Co všechno se z kulturních map dá vyčíst.....	31
3.4. Pro koho jsou kulturní mapy užitečné	33
3.5. Nedostatky a další potenciál kulturních map	35
3.5.1. Aktuálnost.....	35
3.5.2. Zveřejňovaná data.....	36
3.5.3. Uživatelská přístupnost	36
3.5.4. Konkrétní příklad nedostatků kulturních map – případová studie Vzlet	37
3.5.5. Inspirativní příklady, další potenciál kulturních map.....	38
4. Mapování KKO na Olomoucku s využitím map	43
4.1. Jak se olomoucká mapa KKO tvořila	43

4.2.	Co všechno se dá z kreativních map Olomouce vyčíst.....	47
4.2.1.	Mapová příloha publikace Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku (2017)	47
4.2.2.	Mapy Brain drain města Olomouce (2020)	49
4.2.3.	Další univerzitní práce spojující KKO a kartografii	51
4.3.	Jaké benefity a přesahy mají olomoucké kreativní mapy do současného kulturního plánování a dění na Olomoucku.....	53
4.4.	Deficity kulturních a kreativních map Olomouce a jejich další potenciál	56
Závěr	59
Přílohy	61
Literatura a prameny	64

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Seznam použitých obrázků

Příloha č. 2 – Seznam použitých tabulek

Seznam použitého označování a zkratek

KKO	kulturní a kreativní odvětví
KKP	kulturní a kreativní průmysly
KKS	kulturní a kreativní sektor
MKČR	Ministerstvo kultury České republiky
ČR	Česká republika
NIPOS	Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
IDU	Institut umění – Divadelní ústav
Fkuk	Filmová kancelář Ústeckého kraje
NPO	Národní plán obnovy
EU	Evropská unie
HMP	hlavní město Praha
RES	Registr ekonomických subjektů
ČSÚ	Český statistický úřad
GIS	Geografický informační systém
OSN	Organizace spojených národů
UPOL	Univerzita Palackého v Olomouci
DAMU	Divadelní fakulta Akademie múzických umění v Praze
NACE	Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes (obecná klasifikace ekonomických činností v evropském společenství)
IT	informační technologie
CRP	Centralizovaný rozvojový program
TA ČR	Technologická agentura České republiky
MHD	městská hromadná doprava

VŠ	vysoká škola
ICOK	Inovační centrum Olomouckého kraje
GDPR	General Data Protection Regulation (Obecné nařízení o ochraně osobních údajů)
OSVČ	osoby samostatně výdělečně činné

Úvod

Magisterská práce s názvem *Potenciál využití kulturních map* zkoumá možnosti propojování kulturních dat s kartografií. Kulturní a kreativní odvětví (dále jen KKO) jsou nepostradatelnou hodnotou každé společnosti, proto by měla být systematicky podporována a rozvíjena. Jedním z nástrojů rozvoje je kulturní plánování. Aby mohly být vypracovány a naplňovány kulturní politiky, strategie či akční plány, musíme ovšem vědět, jaké kulturní a kreativní aktéry máme k dispozici, musíme vědět koho a co vlastně chceme podpořit. Je tedy nutné provést mapování. Často ale nestačí jen čísla a tabulky, musíme najít způsob, jak čísla vysvětlit a pochopit, co se za nimi skrývá (důležité jsou také vztahy jednotlivých dat). Hypotézou této magisterské práce je, že vhodný nástroj pro rozhodovací procesy při podpoře KKO představují kulturní mapy (tedy spojení analytických kulturních dat a kartografie).

Kulturní mapy mohou vést k lepší orientaci, zjištění (ne)rovnoměrnosti kulturní infrastruktury, najít místa, kde dochází ke shlukům a kde jsou naopak deficity. Kulturní mapy se dají spojit s daty z jiných oblastí (demografie, veřejná doprava, sociální služby a mnoho dalších) a popisují jak stávající stav, tak i predikci. Každý plán by měl mít svůj průmět do území. Když uvažujeme zda postavit např. divadlo, zároveň se musíme ptát kde a proč. Škochová Bláhová a Klápště uvádějí: „Ač kulturní a komunitní dění není primárně hmotné povahy, přesto potřebuje být ‚zobrazeno v mapě‘. Rozvoj fyzického prostředí města totiž může toto dění podpořit a připravit pro něj podmínky ve veřejných prostranstvích i zástavbě nebo naopak je znesnadnit či blokovat.“¹

Cílem magisterské práce je pomocí zodpovězení následujících výzkumných otázek:

- co všechno se z kulturních map dá vyčíst,
- jak mohou být užitečné pro stát, municipality či jednotlivého kulturního aktéra,
- jak se kulturní mapy tvoří,
- jaké jsou deficity kulturních map a jejich další potenciál,

dokázat prospěšnost propojování kulturních a územních dat a potvrdit hypotézu, že efektivní podpory KKO dosáhneme snadněji, pokud při kulturním plánování (při sestavování kulturních politik, strategií či akčních plánů) uvažujeme i v geografické dimenzi.

Metodami výzkumu byla kvalitativní analýza příkladů mapování KKO v České republice a částečně i v zahraničí. Docházelo ke zkoumání, zdali a jak se v mapování využívalo mapových

¹ ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 6. ISBN 978-80-906033-7-0.

podkladů. Zdroj informací nabídly převážně metodiky daných mapování či další výstupy jako kulturní strategie nebo publikace představující výsledky mapování. Pro upřesnění informací bylo také zapotřebí provést polostrukturované rozhovory s řešiteli mapování.

Následně byl vybrán vhodný adept pro potvrzení hypotézy na zcela konkrétním příkladu. Stalo se jím město Olomouc, kde tým složený ze zástupců Univerzity Palackého v roce 2016 provedl mapování KKO a tvorbu tzv. kreativní mapy. Na první mapování navazuje řada dalších projektů v oblasti KKO, které mapy také využívaly. Druhá polovina magisterské práce je tedy koncipovaná jako případová studie, kde jsou na příkladu města Olomouce nastíněny plusy i mínusy využití propojení kulturních dat a kartografických metod.

1. Kulturní a kreativní odvětví

1.1. Pojem kulturní a kreativní odvětví

Z počátku mé diplomové práce i vytváření kulturních map je nutné definovat oblast zkoumání. Vymezení pojmu kulturní a kreativní odvětví způsobovalo nejen v České republice, ale ve většině zemí, které chtěly využít potenciálu propojení kreativity, kultury a ekonomiky, vždy z počátku nemalé problémy. Ostatně také v ČR se přibližně od roku 2009, kdy k nám tento fenomén začíná „prosakovat“ především díky osobě Martina Cikánka a jeho publikaci *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku*², definice i název zkoumaného odvětví mírně mění a začíná docházet ke zmatku užití pojmů jako je KKO (kulturní a kreativní odvětví), KKP (kulturní a kreativní průmysly) či KKS (kulturní a kreativní sektor). Pro potřeby této práce se opřu o definici Evropské komise:

„Kulturními a kreativními odvětvími se rozumí všechna odvětví, jejichž činnosti jsou založeny na kulturních hodnotách nebo na uměleckých a jiných individuálních nebo kolektivních kreativních projevech. Tyto činnosti mohou zahrnovat vývoj, tvorbu, produkci, šíření a ochranu produktů a služeb, které představují kulturní, umělecké či jiné kreativní projevy, jakož i související funkce, jako je vzdělávání nebo řízení. Budou mít potenciál vytvářet inovace a pracovní místa, zejména z duševního vlastnictví. K těmto odvětvím patří architektura, archivy, 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, knihy a vydavatelská činnost, rozhlas a výtvarné umění.“³

Strategie rozvoje a podpory kultury a kreativních odvětví Ministerstva kultury ČR předkládá následující definici, jež kulturní a kreativní odvětví oproti předchozí definici odděluje od kulturních činností primárně závislých na veřejných zdrojích:

„Kulturní a kreativní odvětví definujeme 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. Do oblasti kulturních a kreativních odvětví spadají ty subjekty kulturního a kreativního sektoru, které nejsou primárně závislé na veřejných zdrojích, tj jsou více než z 50 % finančně soběstačné. Kulturní a kreativní odvětví slouží mj. k tvorbě

² CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2009. ISBN: 978-80-7008-231-7.

³ Evropská komise. *NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY, kterým se zavádí program Kreativní Evropa (2021–2027) a zrušuje nařízení (EU) č. 1295/2013*. [Online] 2018. Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:509e1bcb-63f0-11e8-ab9c-01aa75ed71a1.0020.02/DOC_1&format=PDF. [citováno: 2023-03-05].

bohatství zejména skrze využití duševního vlastnictví. Kreativita je klíčovým vstupem a nejedná se o její pouhé přeprodávání. Distribuční řetězce jsou nicméně podstatnou součástí rozvoje KKO a patří k přidruženým činnostem.“⁴

Projekty mapování KKO, které tato diplomová práce podrobněji zkoumá, však mezi KKO řadily i ty subjekty, které jsou z více jak 50 % závislé na veřejných zdrojích. Proto využívám první z uvedených definic a pro lepší přehlednost definice KKO přikládám následující tabulku, vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise:

Oblasti	Odvětví	Pododvětví
Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	Řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	Divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	Muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	Hudební průmysly, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	Módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	

Legenda:	Oblast kulturních odvětví	Oblast kreativních odvětví
-----------------	---------------------------	----------------------------

Tabulka 1: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise

(Zdroj: ŽÁKOVÁ, Eva, BEDNÁŘ, Pavel a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty*, I. svazek. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015, s. 17. ISBN 978-80-7008-332-1.)

Stejně jako Evropská komise využívá i Satelitní účet kultury, který zkoumá finanční toky směřující a vycházející z KKO, pro definici kulturních a kreativních odvětví tzv. trojsektorové členění KKO:

- I. Kulturní a umělecké jádro (tradiční a umělecký sektor, například: výtvarná či scénická umění či kulturní dědictví)
- II. Kulturní odvětví/průmysly (audiovizuální a mediální sektor, například: film, video, televize, rozhlas aj.)

⁴ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza, PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021, s. 2.

- III. Kreativní odvětví/průmysly (kreativní sektor: například: design, architektura či reklama)

Může se stát, že v diplomové práci najdeme uvedení KKP (kulturní a kreativní průmysly). Dříve se totiž v ČR toto označení pro vymezení zkoumané oblasti využívalo po vzoru celosvětově uznávaného termínu „Cultural and Creative Industries“. V současné době se však v českém prostředí od slova „průmysly“ odstupuje a více se využívá pojem KKO (kulturní a kreativní odvětví). K obměně došlo především proto, aby se zamezilo záměně s termínem Theodora Adorna a Maxe Horkheimera „Kulturindustrie“, jenž popisuje standardizovanou populární kulturu určenou k manipulaci mas.⁵

Z nastíněných definic vyplývá, že podstatou KKO je lidská kreativita, dovednost a talent. Do těchto odvětví patří veřejné, tržní i neziskové aktivity. Celý systém je vzájemně propojen a vytváří na sebe závislé vazby (např. film a scénická umění potřebují hudbu, reklama grafiky, filmaře, herce a televizi atd.). Vytvořit hranici mezi jednotlivými aktivitami je tedy velmi složité a často i zbytečné. Důležité je, že KKO vytvářejí nejen vazby mezi sebou, ale velmi ovlivňují a přispívají ostatním hospodářským odvětvím.

Význam KKO není jen vytváření kulturních hodnot, ale celý sektor má významné ekonomické a sociální dopady. Podle Evropské komise KKO generují 5,3 % HDP a zajišťují více než 12 milionů pracovních míst na plný úvazek, což odpovídá 7,5 % pracovníků v Evropě. Jsou třetím největším zaměstnavatelem v Evropské unii po stavebnictví a potravinářském a nápojovém odvětví.⁶ Pro občany do 29 let stojí tento sektor jako zaměstnavatel dokonce na prvním místě.⁷ Významy a přínosy KKO více rozvíjí následující kapitola.

1.2. Role a vliv KKO v daném území

KKO mají v daném území velký vliv a roli na několika úrovních, včetně ekonomického, sociálního a kulturního. Pro dokázání vlivu kultury a kreativity v daném území si vypomůžu myšlenkami a poznatky z přednášek doc. Mgr. Bohumila Nekolného⁸. Kultura a kreativita obsahují tzv. imanentní hodnoty (=bytostně vlastní, inherentní, nepřekračující hranice možného smyslového vnímání), ale i vedlejší (instrumentální) hodnoty. Imanentní hodnotou kultury je

⁵ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza, PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021, s. 10.

⁶ Evropská komise. *ZPRÁVA KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU A RADĚ: Hodnocení programu Kreativní Evropa (2014–2020) v polovině období*. [Online] 2018. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0248&from=EN>. [citováno: 2023-03-05].

⁷ ŠEVČÍKOVÁ, Lucie. *Za kreativní Česko: Význam KKS*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.zakreativnicesko.cz/v%C3%BDznam-kko>. [citováno: 2023-03-05]

⁸ NEKOLNÝ, Bohumil. *Evaluace uměleckých procesů 1 (přednášky)* Praha: DAMU, zimní semestr 2021/2022.

např. skutečnost, že umění má smysl samo o sobě díky kráse a emocionálním prožitkům, které přináší. Za instrumentální hodnoty KKO považujeme to, že přispívají: osvětě a vzdělávání; sociální soudržnosti v regionu; vysokopříjmovému turismu; zvýšení kvality života obyvatel; oživení kulturních památek; inovacím; dobrému image měst, krajů i země; péči o životní prostředí a krajinu; udržitelnosti; reflexi či dialogu; demokratizaci i integraci vyloučených.

Ekonomický vliv KKO byl mírně nastíněn již v předchozí kapitole. KKO mohou mít pro dané území významné ekonomické přínosy. Mohou být zdrojem zaměstnanosti a příjmu, přičemž mohou přilákat turisty a podporovat růst místní ekonomiky. Například kulturní turismus může být důležitým zdrojem příjmů v mnoha městech a regionech. Ekonomický přínos se dá velmi přesně spočítat, nejčastěji za pomoci tzv. input-output analýzy, která umožňuje vyčíslit multiplikační efekty. Multiplikátor vyjadřuje provázanost jednoho odvětví s dalšími odvětvími celé ekonomiky (výstup jednoho odvětví je totiž zároveň vstupem dalších odvětví hospodářství a naopak). Vypočítat se dají např. multiplikátory produkce, multiplikátory důchodu, multiplikátory zaměstnanosti nebo multiplikátory hrubé přidané hodnoty. Například multiplikátor produkce si můžeme konkrétně představit na příkladu reklamní agentury. Ta pro uspokojení poptávky po svých službách nakoupí řadu produktů a služeb od jiných podniků (papír, doprava aj.), čímž se zvýší také produkce těchto dodavatelů, případně i produkce jejich subdodavatelů. Multiplikátor produkce pro reklamní odvětví činí 2,7549⁹, tedy pro uspokojení poptávky po reklamních službách v hodnotě 1 000 Kč musí být v celé ekonomice vyrobeno zboží a služby v hodnotě 2 754,90 Kč. Celkový efekt zvýšené produkce v celé ekonomice (všech dodavatelů dohromady) má tedy hodnotu 2 754,9 Kč.¹⁰

V ČR je hlavní průkopnicí využívání multiplikačních efektů při výpočtu ekonomického přínosu kulturních a kreativních odvětví Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph.D. V závěru své publikace *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* uvádí:

„Můžeme konstatovat, že kulturní a kreativní odvětví mají často nadprůměrné multiplikátory, tzn. zvýšení produkce těchto odvětví (resp. poptávky po jejich službách) generuje nadprůměrný multiplikační efekt. (...) Reklamní služby mají 6. nejvyšší multiplikátor produkce a Provoz televize a rozhlasu má 5. nejvyšší multiplikátor hrubé přidané hodnoty. Vzhledem k tomu, že kulturní a kreativní služby jsou poměrně náročné na pracovní sílu, dobře se umístily i v žebříčku multiplikátorů důchodu a multiplikátorů zaměstnanosti. To znamená, že investice do těchto služeb (např. ve formě státních a evropských dotací, event. výstavby nových kulturních zařízení, daňových pobídek apod.) generuje nová pracovní místa a mzdové příjmy,

⁹ RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2010, s. 19.

¹⁰ Tamtéž, s. 19.

stejně jako přidanou hodnotu české ekonomice více než některá jiná odvětví. Vzhledem k tomu, že kulturní služby často dokážou přilákat zahraniční turisty, přináší do české ekonomiky nové příjmy ze zahraničí, které by jinak nevznikly (jde tedy o tzv. čisté přínosy pro českou ekonomiku).“¹¹

Výpočet ekonomických dopadů si může provést jakákoliv kulturní organizace či akce sama pomocí aplikace KulKal (Kulturní kalkulačka).¹²

Všechny funkce kultury a kreativity mají svůj význam a je žádoucí, aby prvotní (imanentní) i vedlejší (instrumentální) hodnoty vytvářely harmonický svazek a nezapomínalo se při advokacii KKO ani na jednu z nich.

Projekty mapování KKO¹³ dokazují, že v krajích, kde jsou KKO zastoupená v menším počtu prokazují vyšší nezaměstnanost, menší občanskou vybavenost a jiné deficity (např. Karlovarský kraj). Obecně se KKO s vysokou konkurenční výhodou klastrují do velkých měst z důvodu své potřeby spolupráce a provázanosti. Velká města díky tomu patří mezi oblasti s nejvyšší ekonomickou prosperitou. Například Praha je jedním z míst s největším podílem KKO na pracovním trhu v Evropě a zároveň sedmým nejbohatším regionem EU.

1.3. Na co rozvoj KKO naráží – aneb data v oblasti KKO

I přesto, že mají KKO tak obrovský vliv na dané území a ekonomiku státu/kraje/města, stále se potýkají s řadou problémů a nedochází k dostatečnému využití jejich potenciálu.

*Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví MKČR*¹⁴ uvádí pět oblastí problémů, na které rozvoj KKO v ČR naráží. Z výčtu je patrné, že jednotlivé oblasti problémů spolu úzce souvisí, jeden problém generuje další atd. Jedná se o oblasti:

- Strategie
Až do roku 2021, kdy byla vydána strategie, ze které je nyní citováno, chyběla v ČR jakákoliv ucelená vize a strategie podpory KKO, neexistovala také ustálená definice KKO pro ČR, což vedlo k odlišnému uchopení odvětví a tím pádem generování řady dalších problémů.

¹¹ RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2010, s. 31.

¹² Institut umění – Divadelní ústav. *Aplikace KulKal.cz: Jak to funguje?* [Online] 2015. Dostupné z: <https://www.kulkal.cz/jak-to-funguje>. [citováno: 2023-04-12].

¹³ Např. Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR (ŽÁKOVÁ, Eva a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. II. svazek. Stav, potřeby a trendy*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN: 978-80-7008-354-3.

¹⁴ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza, PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021.

- **Instituce**
Chybí instituce a oddělení, které by se věnovaly KKO a prosazovaly jejich potřeby napříč veřejnou správou, nedochází tak např. k dostatečnému čerpání prostředků z fondů Evropské unie. Až v roce 2021 bylo na Ministerstvu kultury zřízeno Oddělení kulturních a kreativních odvětví, je však velmi personálně poddimenzované. Existují však již instituce jako Kreativní Praha, která koncepčně rozvíjí KKO v Praze, nebo česká kancelář Kreativní Evropa, jejímž posláním je informovat české organizace o programu EU Kreativní Evropa, a podněcovat tak jejich zájem o nadnárodní spolupráci a realizaci přínosných mezinárodních projektů.
- **Kooperace**
Dochází prozatím k nedostatečnému propojování kreativních profesionálů mezi sebou i mimo oblast KKO. Spolupráce v KKO je nutná pro vznik úspěšných projektů i k využívání inovačního potenciálu KKO v rámci celé ekonomiky.
- **Financování**
Subjekty v KKO potřebují vyšší míru kofinancování. Rozvoj KKO je očekáván od Ministerstva kultury, které sice dané oblasti rozumí, ale má však dlouhodobě omezené finanční prostředky a KKO je jen minimálně zohledněno v rámci rozpočtů jiných ministerstev. Na lokální úrovni díky nezmapované ekonomickým dopadům KKO dochází k menší ochotě poskytovat na tuto oblast prostředky a chybí také informace a poradenství, jak využívat mezinárodní investiční a dotační programy.
- **Data**

Problémy, které způsobují nedostatečná data v oblasti KKO, rozvedu poněkud více než předchozí oblasti z důvodu úzkého provázání s tématem této práce.

Absence dat rozvoj KKO zcela zásadně omezuje. Ze zahraniční zkušenosti, ale i z lokálních případů víme, že dostatečné mapování je základ rozvoje KKO, jelikož objektivně zdůrazňuje ekonomické dopady kultury na hospodářství.

V ČR jsou data o KKO sbírána z různých zdrojů, mají odlišnou strukturu a ve většině dostupných dat narážíme na nepřesnost a tím pádem nevyovídající hodnotu. Sběr dat v KKO v minulosti vedl k různým výsledkům a některá odvětví nejsou prakticky zachycena vůbec. Následuje malý exkurz do historie a současnosti mapování KKO v ČR s uvedením důvodů, proč jsou data nepřesná a nedostatečná.

V oblasti kultury se statistikou zabývá převážně Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (dále jen NIPOS) zřizované Ministerstvem kultury. NIPOS sbírá každoročně údaje od právnických osob, organizačních složek státu a fyzických osob z následujících oblastí:

divadla, periodický tisk, knihovny, muzea a galerie, neperiodické publikace, památkové objekty, vydavatelé, výstavní činnost v oblasti profesionálního výtvarného umění a architektury, kulturně vzdělávací a zájmová činnost, festivaly (divadelní, filmové, hudební a taneční) a hudební tělesa.¹⁵ Nezahrnuje tedy celou oblast KKO. Navíc NIPOS data vykazují velkou nepřesnost např. kvůli zdvojení počtu premiér a počtu diváků u divadelních koprodukcí. Více se problematice nepřesnosti dat NIPOS věnují MgA. Petr Prokop a MgA. Luboš Louženský v závěrečné studii *Výzkumu systému statistického sledování a vyhodnocování divadel v České republice*.¹⁶

V roce 2009 došlo také ke vzniku tzv. Satelitního účtu kultury, který sleduje nejen tradiční oblast kultury, ale i širší koncept KKO. Satelitní účet kultury sbírá data především z veřejných rozpočtů, šetření v domácnostech a přímo od kulturních institucí a rozšiřuje je také o doplňkové zdroje, jako jsou statistika práce a mezd, obchodní a živnostenský rejstřík aj.¹⁷ Satelitní účet kultury každoročně zakončuje své šetření publikací, kde nalezneme základní ekonomické ukazatele (např. produkci, přidanou hodnotu, příjmy, výdaje atd.) za odvětví a oblasti spadající do KKO. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví MKČR*¹⁸ však uvádí, že Satelitní účet kultury je pouze mezikrokem ke komplexnímu systému dat o KKO. Autoři strategie upozorňují, že dochází pouze k částečnému zachycení oblasti KKO, v mapování nejsou zahrnuty obory související s digitalizací nebo herním vývojem a Satelitní účet kultury nedokáže komplexně zachytit všechny OSVČ, které tvoří podstatnou část KKO. Problémem je, že registr ekonomických subjektů, který poskytuje přehled skupin ekonomických činností (CZ-NACE¹⁹), není spolehlivým zdrojem informací o KKO:

¹⁵ Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. Respondeti: STATISTIKA KULTURY České republiky. *STATISTIKA KULTURY České republiky*. [Online] Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/respondenti/> [citováno: 2023-03-14].

¹⁶ PROKOP, Petr a LOUŽENSKÝ, Luboš. *Výzkum systému statistického sledování a vyhodnocování divadel v České republice ZÁVĚREČNÁ STUDIE*. [Online] 2018. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/coKmv4d994Swax/uploads/2019/10/CDDS-zaverecna-studie-projektu.pdf>. [citováno: 2023-03-15].

¹⁷ Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. *Systém účtu kultury, Ver. 2023*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2023/01/SYSTEM-UCTU-KULTURY-metodika-2023.pdf>, s. 43–45 [citováno: 2023-03-15].

¹⁸ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza, PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021, s. 63–65.

¹⁹ NACE (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne) je zkratka pro klasifikaci ekonomických činností vydávanou Evropskou komisí, pomocí které už od roku 1970 sbírá statistická data v mnoha ekonomických oblastech. Předpona CZ určuje, že se týká činností prováděných v České republice, u nás má sběr těchto dat na starosti Český statistický úřad.

Zdroj: Výzkumný ústav bezpečnosti práce. *EBOZP, Encyklopedie BOZP: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)*. [Online] 2021. Dostupné z: [https://ebozp.vubp.cz/wiki/index.php?title=Klasifikace_ekonomick%C3%BDch_%C4%8Dinnost%C3%A4_\(CZ-NACE\)](https://ebozp.vubp.cz/wiki/index.php?title=Klasifikace_ekonomick%C3%BDch_%C4%8Dinnost%C3%A4_(CZ-NACE)). [citováno: 2023-4-26].

„Pro jejich získání je nutné vyřadit neaktivní subjekty, a naopak zařadit subjekty původně či mylně registrované v rámci jiných činností, nicméně spadající do oblasti KKO. Zároveň registr často zahrnuje pouze údaje za vyšší úroveň NACE kódů, tj. pouze dvoumístné indikátory místo potřebných čtyřmístných. Tyto široké skupiny pak neumožňují určit, zda se jedná o KKO, či nikoli. Výsledná čísla dle CZ-NACE se od reality liší v řádu desetitisíců za celou ČR. Aby bylo možné získat alespoň přibližná data, je nutné přistoupit k ‚ručnímu čištění‘ údajů. To však představuje na celostátní úrovni zásadní problém, jelikož údajů je příliš velké množství. Na krajské úrovni je již možné takto mapovat, jedná se nicméně o velmi náročnou činnost v řádu měsíců a chybovost je stále poměrně velká.“²⁰

V minulosti však v ČR proběhla řada projektů, které se snažily data v oblasti KKO kvantitativně i kvalitativně získat. Docházelo k mapování na regionálních úrovních např. v městech Olomouc, Zlín, Brno, Ostrava aj. V roce 2015 také proběhl projekt *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR* koordinovaný Institutem umění – Divadelním ústavem (dále jen IDU). Výstupem projektu nebylo jen zmapování daného odvětví²¹, ale i seznam strategických doporučení pro rozvoj KKO²² a *Metodika mapování KKP na lokální a regionální úrovni ČR*.²³

Metodika mapování KKP na lokální a regionální úrovni ČR vyšla z realizovaných pilotních projektů mapování ve městech Zlín, Brno, Plzeň a Pardubice. Přichází s podrobným pracovním postupem, jak zjišťovat aktuální stav a potřeby jednotlivých KKO v daném místě. Pomocí metodiky lze zkoumat všechny subjekty KKO bez rozdílu typu jejich aktivit (veřejné, neziskové, komerční, výzkumné či vzdělávací). Metodika se zaměřuje na kvantitativní i kvalitativní analýzu. Přehled postupu se skládá ze tří základních částí: první část řeší kvantitativní analýzu dat vycházejících z údajů Českého statistického úřadu a klasifikace ekonomických činností. Druhá část se zaměřuje na ověření prvotních dat a výpočet množství subjektů a jejich ekonomickém výkonu na sledovaném území. Třetí část je zaměřena na kvalitativní výzkum, tedy na zjišťování stavu a potřeb jednotlivých KKO.

²⁰ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza a PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021, s. 64.

²¹ ŽÁKOVÁ, Eva, BEDNÁŘ, Pavel a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty, I. svazek*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN 978-80-7008-332-1.

²² ŽÁKOVÁ, Eva a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. II. svazek. Stav, potřeby a trendy*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN: 978–80-7008-354-3.

²³ BEDNÁŘ, Pavel a další. *Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2016. ISBN 978-80-7008-372-7.

Problémem však je, že na celý projekt IDU věnující se mapování KKO v ČR a jeho závěry nebylo od roku 2015 doposud navázáno a kvantitativní mapování v rámci tohoto projektu vykázalo odlišné výsledky než Satelitní účet kultury.²⁴

Aktualizaci dat a další mapování z oblasti KKO chystá však v současné době podpořit Ministerstvo kultury ČR v rámci výzvy Národního plánu obnovy, vznikla také aktualizace metodiky IDU pro potřeby výzvy a do mapování KKO se tak v současné době chystají kraje i hlavní město Praha, což rozvedu v následující kapitole.

1.4. Současné příležitosti pro rozvoj KKO v ČR

Přes všechny uvedené problémy však v současné chvíli v ČR pozorujeme, že pojem „kulturní a kreativní odvětví“ už se začíná běžně užívat samotnými aktéry, veřejností i politiky. V nedávné době přes – pro tento sektor zdrcující – krizi způsobenou epidemií onemocnění COVID-19 můžeme spatřovat velké množství pozitivních aktivit či opatření a tím pádem i příležitostí pro rozvoj KKO v ČR.

Jako první bych se chtěla věnovat příkladům na lokální úrovni. V ČR se nachází mnoho měst či krajů, které se čím dál tím více upínají k podpoře KKO, a jasně tak dokazují, že místní podpora a cílený zájem poznat lokální scénu je cesta, jak pozvednout životní úroveň v daném regionu.

K městům, která už nějakou dobu s konceptem a rozvojem KKO pracují jako Zlín (zde funguje mimo jiné první a jediný klastr²⁵ zaměřený na KKO v ČR: Zlínský kreativní klastr), Brno (kde najdeme např. pozici koordinátora podpory KKO nebo kreativní hub²⁶ KUMST), Praha nebo Olomouc (jimž se diplomová práce věnuje detailněji později) se přidávají i menší samosprávy jako např. Uherské Hradiště. Městečko s 24 tisíci obyvateli vsadilo na kreativitu a v roce 2021 vydalo *Strategii rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*.²⁷ V ekonomické analýze této strategie zjišťujeme, že když strategie nebude realizována (tzn. město se nebude

²⁴ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza, PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha : Ministerstvo kultury ČR, 2021, s. 64.

²⁵ Klastry jsou místní koncentrace vzájemně propojených firem a institucí v konkrétním oboru. Členové klastru si navzájem konkurují, ale současně jsou nuceni řešit řadu obdobných problémů. Díky spolupráci v těchto oblastech mohou řadu svých omezení překonat a získat konkurenční výhodu, která se těžko napodobuje. Jedná se tedy o všestranně výhodné partnerství firem, vysokých škol a regionálních institucí, které má řadu přínosů pro všechny členské subjekty a celý region.

Zdroj: Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest. *Klastry*. [Online] BusinessINFO, 2010. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/klastry-pruvodce/> [citováno: 2023-04-26].

²⁶ Hub lze z angličtiny přeložit jako centrum činnosti či střed/středisko nebo hlavní uzel (Zdroj: Linge a s.r.o. *Slovníky LINGEA*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://slovniky.lingea.cz/anglicko-cesky/hub>. [citováno: 2023-05-01].)

Kreativní huby jsou tedy místa, která subjekty KKO mohou využívat pro práci, setkávání, sdílení, rozvoj či prezentaci.

²⁷ Saura, s.r.o. *Strategie rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://hradistechytre.cz/wp-content/uploads/2021/09/MANAZERSKE-SHRNUTI-Strategie-KKP.pdf>. [citováno: 2023-03-19].

věnovat KKO), hrozí ztráta pracovních míst, odliv obyvatel z města, ztráta kulturního dědictví a stagnace cestovního ruchu, což může mít negativní vliv na rozpočet města, který by takto přišel až o 68,7 milionu Kč.²⁸ Zatímco, pokud se jednotlivá opatření strategie začnou realizovat, postupně dojde k „narovnání propadu způsobeného koronavirovou krizí a dále k pozvolnému růstu a stabilizaci obratu KKO, počtu obyvatel, pracovních míst a cestovního ruchu, v neposlední řadě bude zachováno cenné a křehké kulturní dědictví. Tím vším navržená opatření přinesou městu prosperitu a městskému rozpočtu cca 89,3 mil. Kč, resp. po odečtení nákladů města 55,9 mil. Kč.“²⁹ Realizaci prvního opatření strategie má již Uherské Hradiště za sebou, založilo kreativní hub s názvem HUB123.

Na úrovni krajů můžeme jako pozitivní příklady posledních let uvést Královéhradecký kraj, který v nedávné době vydal *Strategii rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví pro Královéhradecký kraj 2022–2030*³⁰, ale také Ústecký kraj, který se využitím kreativity snaží o přeměnu uhelného severozápadu Čech a podporu rozvoje KKO, která například v sousedním Sasku generují stejné HDP jako automobilový sektor³¹. V Ústeckém kraji vznikla v roce 2021 platforma Kreativni.uk se zakládajícími členy Ústeckým krajem, Inovačním centrem, pobočkou agentury CzechInvest, Veřejným sálem Hraničář a Univerzitou Jana Evangelisty Purkyně. Už delší dobu (od roku 2015) zde také velmi dobře funguje Filmová kancelář Ústeckého kraje (dále jen Fkuk). Na příkladu kanceláře spatřujeme jasný vzor podpory KKO, jejíž investice se do kraje následně vícenásobně vrací: „Fkuk slouží filmařům jako nezávislý zdroj informací a prostředník v komunikaci s místními úřady, soukromými subjekty a obyvateli. Díky činnosti Fkuk je Ústecký kraj atraktivním místem pro filmová a televizní natáčení. Kancelář nabízí filmařům spolupráci a pomoc tak, aby pro ně byla práce na Ústecku co nejefektivnější. Kraji se díky filmovému průmyslu dostává kladné propagace a tím pádem je i atraktivní turistickou destinací, což přináší ekonomický efekt.“³²

Pozitivním a zásadním krokem vpřed na celorepublikové úrovni je vytvoření *Strategie rozvoje a podpory KKO*³³ na Ministerstvu kultury ČR. Až do roku 2021 totiž neexistovala žádná vize

²⁸ Tamtéž, s. 21.

²⁹ Saura, s.r.o. *Strategie rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://hradistechytre.cz/wp-content/uploads/2021/09/MANAZERSKE-SHRNUTI-Strategie-KKP.pdf>. [citováno: 2023-03-19].

³⁰ ONplan lab, s. r. o. *Strategie rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví Královéhradeckého kraje 2022–2030: návrhová část*. [Online] 2021. Dostupné z: https://www.prokreativitu.cz/_files/ugd/5cf847_2a41a83d46cd49969177e44cd51612ea.pdf. [citováno: 2023-03-19].

³¹ Institut umění – Divadelní ústav. *Kreativní Česko: Ústecký kraj*. [Online] Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/ustecky-kraj>. [citováno 2023-03-19]

³² Tamtéž.

³³ BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza a PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021.

podpory KKO na celostátní úrovni. Strategie definuje řadu problémů, se kterými se KKO v ČR potýkají (nastíněno v kapitole 1.3 této diplomové práce) a navrhuje nástroje podpory, aby se naplnila do konce roku 2025 následující vize strategie: „Česká republika vytvořila funkční systém rozvoje KKO, který umožňuje využívat kulturní kapitál, talent a kreativitu obyvatel. KKO byla zohledněna jako zásadní oblast konkurenceschopnosti ČR a kultura jako významné hospodářské odvětví. KKO budou hybatelem inovací i pozitivních změn ve společnosti.“³⁴ Strategie si klade za cíl nebýt pouze resortním dokumentem MKČR, ale chce podpořit rozvoj KKO v rámci celé veřejné správy. Součástí strategie je akční plán na roky 2021–2023 s 21 opatřeními a 44 aktivitami, které umožňují institucím zapojeným do implementace strategie ihned přistoupit k realizaci jednotlivých nástrojů. Velkou výhodou pro naplnění strategie je, že se akční plán časově překrývá s Národním plánem obnovy (dále jen NPO), což umožňuje financování opatření jen s minimálními náklady pro státní rozpočet.

Národní plán obnovy pro ČR byl schválen vládou v dubnu 2021 a je součástí evropského plánu obnovy. Plán vznikl v reakci na krizi způsobenou pandemií onemocnění COVID-19 a tvoří ho investice a reformy, které mají oživit hospodářství země a zároveň budovat odolnou společnost. Finanční prostředky směřují do digitalizace, chytré energetiky a dopravy, vzdělání, sociálních služeb, vědy, zdravotní prevence ale i kultury. Celková výše finančních prostředků, které jsou v rámci NPO pro Českou republiku k dispozici, je přes 7 miliard EUR.³⁵ NPO má být realizován do roku 2026.

KKO najdeme v NPO v tzv. 4. pilíři, konkrétně komponentě 4.5 *Rozvoj kulturních a kreativních odvětví*. I díky iniciativě #zakreativnícesko³⁶ se podařilo na komponentu alokovat z celkového plánu obnovy 7 390 mil. Kč, z toho 1 940 mil. Kč bude hrazeno z národních zdrojů, zbývající část (5 450 mil. Kč) z fondů obnovy EU³⁷. Hlavním cílem komponenty je „celková reforma přístupu ke kulturnímu a kreativnímu sektoru (KKS) v České republice. Komponenta reaguje na krizi způsobenou COVID-19 a je založena na novém strategickém rámci Ministerstva kultury, který se soustředí na širší roli kultury, zvyšuje odolnost KKS a rozvíjí kulturní a kreativní

³⁴ Tamtéž, s. 67.

³⁵ SÍKELA, Jozef. *Národní plán obnovy*. [Online] Dostupné z: <https://www.planobnovy-cr.cz/>. [citováno 2023-03-21].

³⁶ Jednalo se o otevřený dopis zástupců českého kulturního a kreativního sektoru Vládě ČR s požadavkem na schválení původního návrhu Ministerstva kultury ve výši 8,233 mld. Kč z Národního plánu obnovy. Vláda chtěla Evropské komisi předložit plán, kde na kulturní sektor mělo jít pouhých 2,5 mld. Kč.

Zdroj: ŠEVČÍKOVÁ, Lucie. *Výzva vládě #zakreativnícesko*. [Online] 9. února 2021. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/vyzva-vlade-zakreativnicesko>. [citováno: 2023-03-21].

³⁷ Ministerstvo kultury České republiky. *Informace o komponentě 4.5: Detailnější informace o základních parametrech komponenty MKČR*. [Online] 2021. <https://www.mkcr.cz/narodni-plan-obnovy-cs-2609>. [citováno: 2023-04-26].

odvětví (KKO) jako součást přechodu k nízkouhlíkové ekonomice. Synergický efekt reforem a investic umožní využít KKS pro ekonomickou i společenskou obnovu České republiky.³⁸

Komponenta obsahuje tři hlavní reformy (1 – Obnova kulturního a kreativního sektoru: status umělce/umělkyně, 2 – Transformace Státního fondu kinematografie na Fond Audiovize, 3 – Kooperativní financování kulturních institucí) a pět oblastí investic (1 – Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru, 2 – Digitalizace KKS, 3 – Modernizace kulturních institucí, 4 – Kreativní vouchery, 5 – Podpora výzkumu a vývoje v oblasti sociálních a humanitních věd). Jednotlivé investice se naplňují pomocí konkrétních výzev.

Jak příklad výzvy uvádím výzvu č. 0232/2022, která úzce souvisí s tématem této diplomové práce a může být skvělou příležitostí pro využití kulturních map. MKČR vypsal 16. prosince 2022 výzvu s názvem *Mapování a tvorba regionálních strategií kulturních a kreativních odvětví*. Cílem výzvy je podpořit projekty, které vedou k vytvoření regionálních strategických materiálů rozvoje a podpory KKO, a sběr dat a mapování KKO v regionech. Do výzvy se mohou zapojit kraje a hlavní město Praha (dále jen HMP) či jejich příspěvkové organizace nebo jimi pověřené právnické osoby, jejichž činnost se týká plánování, podpory a rozvoje kultury či KKO, podpory regionálního rozvoje nebo podpory a rozvoje vědy, výzkumu a inovací. Žadatelé předkládají plány projektu, které hodnotí odborná komise MKČR. Na celou výzvu je alokováno 30 mil. Kč a jednotlivý podpořený projekt nesmí překročit finanční strop 2 142 857 Kč.³⁹ Výzva má přispět k tomu, aby na základě kvantitativního a kvalitativního mapování získaly krajské samosprávy a MKČR souhrnné informace o stavu KKO v regionech, a tím informaci o potřebách veřejné správy pro nastavení dotační a rozvojové politiky na lokální i národní úrovni.

K výzvě vznikla i aktualizace metodiky mapování KKO z roku 2015: *Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR vyhotovena pro účely výzvy č. 0232/2022 na tvorbu strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*⁴⁰, podle které musí příjemce postupovat. Povinné jsou však jen určité fáze a aktivity metodiky, aby data napříč kraji spolu byla porovnatelná.

Ve chvíli, kdy je sepisována tato diplomová práce, není ještě zveřejněn seznam podpořených projektů této výzvy. Podle Adama Dvořáka, pracovníka oddělení KKO Ministerstva kultury, který

³⁸ Ministerstvo kultury České republiky. *Národní plán obnovy*. [Online] Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/narodni-plan-obnovy-cs-2907>. [citováno: 2023-03-27].

³⁹ Ministerstvo kultury České republiky. *Výzva č. 0232/2022 k předkládání žádostí o poskytnutí podpory v rámci Národního plánu obnovy – iniciativy Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2022.

⁴⁰ KOTÍKOVÁ, Jaromíra, STAUB, Dagmar a kol. *Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR vyhotovena pro účely výzvy č. 0232/2022 na tvorbu strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Plzeň: Ministerstvo kultury České republiky a Třetí prostor, z. ú., 2022.

má na starosti sběr dat a mapování, se ale do výzvy přihlásily všechny kraje. „Zajímavé je, že protože jsme rozšířili okruh žadatelů, přihlásily se s pověřením krajů i jiné subjekty, například v Moravskoslezském kraji získala dotaci Ostravská univerzita, kde projekt bude zpracovávat Katedra geografie, nebo v Jihomoravském kraji bude mapování provádět Jihomoravské inovační centrum, ve Zlínském kraji Technologické inovační centrum nebo v Jihočeském kraji Jihočeský vědecko-technický park. Do mapování bude zapojen ČSÚ, který bude poskytovat data z RES krajům a posléze v druhém kroku, poté co dostane data z krajů zpátky, bude poskytovat agregovaná data o ekonomickém výkonu KKO,⁴¹ uvádí Dvořák.

V ČR tedy v současné době dochází k mnoha příležitostem rozvoje KKO. Chystá se mapování KKO v krajích a po vzoru Uherského Hradiště by se k využití a podpoře KKO mohla přidat i další menší města. Při mapování a tvorbě strategií na podporu KKO je důležité porozumět danému sektoru a ukázat všem zainteresovaným stranám potenciál KKO. Na to často nestačí jen čísla a databáze, musí se najít způsob, jak čísla vysvětlit a pochopit, co se za nimi skrývá. V dalších kapitolách diplomové práce představím vhodný nástroj, který může pomoci při mapování potřeb KKO a vytváření strategií v oblasti KKO – mapy.

⁴¹ DVOŘÁK, Adam. *E-mailová korespondence s autorkou práce*. 2023-04-26.

2. Kartografie

Pokud tato diplomová práce operuje se specifickými termíny jako „spojení analytických kulturních dat a kartografie“ nebo „kulturní mapy“ je zapotřebí nejprve vysvětlit definici nadřazených pojmů jako jsou kartografie, mapa, geoinformatika a GIS (geografický informační systém).

2.1. Pojem kartografie

Kartografie byla uznána jako svébytná vědní disciplína radou Organizace spojených národů (dále jen OSN) v roce 1949. Definice kartografie existuje mnoho, terminologický slovník zeměměřičství a katastru nemovitostí uvádí dvě definice pojmu kartografie: „1: vědní a technický obor zabývající se zobrazováním Země, kosmu, kosmických těles a jejich částí, objektů a jevů na nich a jejich vztahů ve formě kartografických děl; 2: soubor činností při zpracování a využívání kartografických děl.“⁴² Mezinárodní kartografická asociace (International Cartographic Association), uvádí, že kartografie je „disciplína zabývající se uměním, vědou a technologií tvorby a používání map“⁴³ a dodává, že kartografie je také o procesu reprezentace, mapě samotné, a že ve výsledku jde o ucelený proces tvorby mapy.⁴⁴ *Učebnice kartografie v teorii i praxi* Ostravské univerzity rozvádí, že kartografie jako obor v sobě zahrnuje tři následující aspekty:

- „vědu (tedy vědní obor): kartografie je samostatnou vědeckou disciplínou se všemi potřebnými atributy vědy;
- umění: že jsou staré mapy ‚krásnými obrazy‘, na jejichž tvorbě se podíleli i význační umělci, je jasné, ale estetické hledisko je součástí (nebo by mělo být) i současné tvorby a hodnocení map;
- technologii: závěrečný proces tvorby map je veskrze technologickou záležitostí zahrnující zejména techniky tisku a související oblasti.“⁴⁵

Pro téma diplomové práce je zásadní fakt, že kartografie je komplexní proces orientovaný nejen na vlastní tvorbu mapového výstupu, ale i na procesy přípravy či využívání map. Žádná z definic také nelimituje kartografii konkrétní formou provedení (např. jen analogové provedení),

⁴² Terminologická komise ČÚZK. *Terminologický slovník zeměměřičství a katastru nemovitostí: Kartografie*. [Online] 2020. Dostupné z:

<http://www.slovníkczuk.eu/termin.php?&tid=3740&l=kartografie>. [citováno: 2023-04-19],

⁴³ V originále: „discipline dealing with the art, science and technology of making and using maps“

Zdroj: International Cartographic Association. *International Cartographic Association: Mission*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://icaci.org/mission/>. [citováno: 2023-04-19].

⁴⁴ Tamtéž.

⁴⁵ MIKLÍN, Jan, DUŠEK, Radek a kol. *Tvorba map – Učebnice kartografie v teorii i praxi*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2018, s. 12. ISBN 978-80-7599-017-4.

kartografie se opírá o obecné koncepty, metody a zásady bez ohledu na použitou platformu, naopak předpokládá alternativní formy realizace (glóbus, digitální provedení, virtuální realita aj.).⁴⁶

2.2. Pojem mapa

Mapa je klíčový pojem kartografie. Každý sice tuší, co je mapa, ale stejně jako u kartografie najdeme nepřeborné množství různých definic. Proto předkládám spíš než definici vysvětlení přístupu kartografů k tvorbě map, který ukáže základní vlastnosti odlišující mapy od jiných vizualizačních technik.

Autoři *Učebnice kartografie v teorii i praxi* uvádějí následující: „Aby vznikla mapa (nebo jiné kartografické dílo), je nutné použít kartografické postupy a metody. Prvním krokem je vytvoření modelu – v podstatě se rozhoduje, co bude v mapě znázorněno. To znamená:

- 1. vybírají se jenom některé části reality – jako příklad je možné uvést město, to má ve skutečnosti ohromné množství vlastností (počet obyvatel, rozlohu, administrativní úroveň, nadmořskou výšku, ubytovací kapacity, charakteristiky průmyslu a mnoho dalších), ale v mapě budou znázorněny pouze některé, např. počet obyvatel a administrativní úroveň, podle účelu mapy.
- 2. přidávají se nové „abstraktní“ prvky, které nejsou přímou součástí reality – mohou být zcela člověkem vymyšlené (např. poledníky a rovnoběžky) nebo vznikají zpracováním existujících dat (např. klimatické oblasti).

Druhým krokem je vizualizace, zobrazení tohoto modelu. A zde opět nastupují kartografické metody, např. volba kartografického zobrazení, použití mapových značek, stanovení stupnic, stanovení metody znázorňování výškopisu atd. Výsledná mapa je tedy specifickým obrazem, který:

- obsahově neodkazuje na realitu, ale na vytvořený model
- geometricky nemusí realitě odpovídat – aby byla mapa čitelná, mohou být v daném měřítku značky objektů větší než samotné objekty, linie mohou být posunuty, areály zvětšeny apod.;
- je jedinečný – volba postupů a jejich parametrů závisí na autorovi mapy a možných variant je nepřeborné množství, a proto je každá mapa jedinečným dílem.

⁴⁶ NÉTEK, Rostislav. *Webová kartografie – specifika tvorby interaktivních map na webu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 12. ISBN 978-80-244-5827-4.

Jsou to právě naznačené postupy, které charakterizují mapu a odlišují ji od jiných metod zobrazování skutečnosti. Přestože se kartografové obvykle snaží o co nejobektivnější zachycení reality, proces vzniku mapy obsahuje tolik kroků výběru (co a jak na mapě zvýraznit), že každá mapa je kartografem (jak konkrétní osobou, tak institucí) výrazně ovlivněna, a to i podvědomě.⁴⁷

2.3. Pojem geoinformatika a geografický informační systém

V současné době je nedílnou součástí kartografie využívání geoinformatiky a geografických informačních systémů (dále jen GIS). Geoinformatika je vědecký a technický obor, který kombinuje principy prostorových dat a informačních technologií a nástrojů. Na geoinformatiku se tedy musíme dívat jako na obor v obecném slova smyslu, konkrétní postupy a principy přináší koncept geografického informačního systému. GIS umožňuje pracovat s prostorovými daty, respektive se na práci s prostorovou složkou zakládá. Podle Voženílka se jedná o „organizovaný, počítačově založený systém hardwaru, softwaru a geografických informací vyvinutý ke vstupu, správě, analytickému zpracování a prezentaci prostorových dat s důrazem na jejich prostorové analýzy.“⁴⁸

Geoinformatik Rostislav Nėtek uvádí, že „mimo ojedinělé výjimky (ruční tvorba, historická díla, umělecká díla apod.) lze v praxi sledovat prakticky u každého nově vznikajícího mapového díla využití geografických informačních systémů a technologií alespoň v minimální míře, neboť značně zefektivňují kartografické práce.“⁴⁹ Také však dodává, že je potřeba mít stále na paměti, že kartografie se nerovná geoinformatika nebo GIS, GIS také není čistou podmnožinou kartografie. Jedná se „pouze“ o nástroje umožňující práci s prostorovými daty a následně tvorbu mapových výstupů.⁵⁰

⁴⁷ MIKLÍN, Jan, DUŠEK, Radek a kol. *Tvorba map – Učebnice kartografie v teorii i praxi*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2018, s. 12–13. ISBN 978-80-7599-017-4.

⁴⁸ VOŽENÍLEK, Vít. *Geografické informační systémy I. Pojetí, historie, základní komponenty*. Olomouc: Univerzita Palackého Olomouc, 1998, s. 173. ISBN 80-7067-802-X.

⁴⁹ NĚTEK, Rostislav. *Webová kartografie – specifika tvorby interaktivních map na webu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 13. ISBN 978-80-244-5827-4.

⁵⁰ Tamtéž.

3. Kulturní mapy

3.1. Proč propojovat data z kulturního prostředí s mapami

Za faktem, že mapy jsou využívány ke všeobecně známým účelům jako např. orientaci v prostoru, výzkumu a analýze, managementu území či vzdělávání, se skrývá, že mapy jsou především způsob komunikace. Tvůrce mapy předává jejím prostřednictvím uživateli informaci. Mapy jsou objektivním, atraktivním a dobře pochopitelným nástrojem komunikace a podkladem pro rozhodovací procesy. Při kulturním strategickém plánování je zapotřebí komunikace mezi odlišnými skupinami, strategické rozhodování je často založeno na konzultaci s veřejností a zainteresovanými stranami – tzv. stakeholdery. Mapy mohou přispět k sjednocení a pochopení získaných informací všemi stranami, a mohou tak přispět k rozvoji KKO na daném území.

Konkrétní příklady prospěšnosti využití map při strategickém plánování v KKO představí následující kapitoly. Zaměří se na to, jak se kulturní mapy tvoří, co všechno se z nich dá vyčíst, pro koho jsou užitečné a nastíní i nedostatky kulturních map v ČR a jejich další potenciál.

3.2. Jak se kulturní mapy tvoří

Pouštíme-li se do mapování KKO a vytváření kulturní mapy v daném území, začínáme s projektem. Jan Doležal a kol. uvádí několik kritérií, která pomohou rozpoznat, zda je k námi řešenému problému vhodné přistupovat projektovým způsobem: „jedinečnost cíle (nejedná se o rutinně opakovanou akci); vymezenost (termín, rozpočet, zdroje); potřeba realizace projektovým týmem (potřeba několika pracovníků různých specializací, oborů); nadprůměrné riziko (nejistota dosažení vymezeného cíle v turbulentním prostředí, kdy na plán projektu působí velké množství vnitřních i vnějších vlivů); komplexnost a složitost (nejedná se o triviální problém).“⁵¹ Aby byly mapování i vznik mapy úspěšné a užitečné, musí nést všechny znaky projektového řízení. Je tedy nutné si především definovat přínos a cíl, určit rozsah a kvalitu, stanovit zainteresované strany, sestavit harmonogram a rozpočet, naplánovat komunikaci a rizika projektu.

Olga Škochová Bláhová a Petr Klápště uvádí v *Metodice mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování*⁵² cenná doporučení a zamyšlení, která by zadavatelé mapování měli zvážit ještě před samotným spuštěním projektu. Vyjadřují se

⁵¹ DVOŘÁK, Jan a kol. *Projektový management podle IPMA*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2009, s. 394. ISBN 978-80-247-2848-3.

⁵² ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 30–32. ISBN 978-80-906033-7-0.

k náročnosti pořízení dat a jejich aktualizaci: „Pokud se ptáme na časovou náročnost pořízení dat, platí, že čím vyšší náročnost, tím více času potřebujeme. S tím úzce souvisí otázka kapacit pracovníků úřadu. Je možné, že objem práce zvládnou v rámci svých časových kapacit, nebo se vyplatí jednorázově zapojit externisty a následně je přínosné vytvořit návyk aktérů spolupracovat na aktualizaci např. skrze webové rozhraní.“⁵³ Tvůrci metodiky k tomuto tématu přikládají tabulku, kde jsou jednoduše vyznačeny možné způsoby tvorby mapování podle náročnosti:

Kritérium	Nízká náročnost	Střední náročnost	Vysoká náročnost
Dostupnost datových zdrojů	data dostupná z veřejně dostupných databází	aktivní vyhledávání na internetu	diskuse s aktéry; terénní průzkum
Dostupnost know-how	nositeli znalosti jsou pracovníci úřadu	pracovníci úřadu musí být zaškoleni v nových znalostech	pro zpracování je třeba čerpat znalosti externího zpracovatele
Finanční náročnost	data dostupná z veřejně dostupných databází	data je třeba zakoupit	data je třeba sebrat
Formát dat	automaticky spárovatelný formát se softwaru pro analýzu a plánování území	nutnost data převést do formátu párovatelného se softwaru pro analýzu a plánování území	nutnost data převést do formátu párovatelného se softwaru pro analýzu a plánování území

Tabulka 2: Náročnost pořízení a aktualizace dat

(Zdroj: ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga, KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 31. ISBN 978-80-906033-7-0.)

Z metodik mapování KKO v ČR, osobních rozhovorů a dalších zdrojů předkládám společné prvky postupů tvoření kulturních map (konkrétní příklad vytvoření kulturní mapy je k dispozici v druhé části diplomové práce v případové studii mapování KKO v Olomouci).

3.2.1. Vymezení zkoumané oblasti, členění KKO a definice sledovaných ukazatelů

Jeden z prvotních bodů postupu při tvorbě kulturních map je vymezení oblasti, kde se budou data sbírat. Nejde jen o geografické vymezení, byť také důležité (ve většině českých případů se jedná buď o rozsah města, okresu nebo kraje), ale také o definici daného odvětví. V tom se jednotlivá mapování a kulturní mapy v ČR liší, při mapování KKO v Olomouci, Zlíně a Zlínském kraji, Ostravě či Brně bylo využito *Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR* vydané IDU, proto tvůrci mapy zkoumali oblast KKO a drželi se definice KKO Evropské komise, jež je přiblížena na začátku této diplomové práce. Oproti tomu

⁵³ ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR. 2018, s. 31–32. ISBN 978-80-906033-7-0.

v Jihlavě došlo ke zkoumání: kulturních zařízení – budov a podmínek pro aktéry v nich; veřejného prostranství a podmínek pro kulturní aktivity a akce v nich; míst paměti – nad rámec standartního popisu památkové péče a umění ve veřejném prostoru trvalé fyzické povahy.⁵⁴ HMP podrobilo mapování také subjekty KKO, ale navíc i infrastrukturu pro kulturu (tedy kulturní zařízení, umění ve veřejném prostoru a veřejná prostranství), kulturní akce, financování kultury a kulturní chování obyvatel.⁵⁵

Oblast KKO je velmi obsáhlá a heterogenní, proto je nutné pro mapování provést adekvátní členění sektoru, aby došlo k lepší orientaci a porovnání porovnatelného. Projekty, které mapovaly KKO, se opět ve většině případů opíraly o stejné členění používané EU a Satelitním účtem kultury, tedy o tzv. trojsektorové členění: I. Kulturní a umělecké jádro (tradiční a umělecký sektor), II. Kulturní odvětví (audiovizuální a mediální sektor) a III. Kreativní odvětví (kreativní sektor) a následně sektory dělily ještě do jednotlivých odvětví stejně jako tabulka č. 1 této diplomové práce (tj. např. umělecké jádro na: výtvarné umění, scénická umění a kulturní dědictví).

Když už je zkoumaná oblast dobře rozdělena do daných kategorií je nutné definovat sledované ukazatele. I v tomto ohledu je potřeba myslet především na cíle mapování – proč mapování provádíme a co jím chceme zjistit. Inspirativním příkladem je v tomto ohledu *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Ta pomocí tabulky rozvádí cíle mapování přes tvrzení a otázky právě ke sledovaným proměnným. Zde je uvedeno pár příkladů:

Cíle mapování	Tvrzení/otázky	Sledované proměnné
Počet subjektů v jednotlivých odvětvích KKO	Kolik subjektů existuje v rámci jednotlivých odvětví KKO v Praze?	Počet existujících subjektů v jednotkách
Popsat rozložení subjektů KKO v prostoru města	Kde se subjekty KKO nacházejí v rámci prostoru města?	Adresné body subjektů
Zaměstnanost v jednotlivých odvětvích KKO	Kolik zaměstnanců pracuje v rámci jednotlivých odvětví KKO v Praze?	Velikost společnosti

Tabulka 3: Část tabulky Cíle mapování a klíčové otázky mapování subjektů KKO v hl. m. Praze
(Zdroj: LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020, s. 34.)

⁵⁴ ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 30. ISBN 978-80-906033-7-0.

⁵⁵ LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020.

Samozřejmě je pro vytvoření kulturní mapy nejdůležitějším cílem popsat rozložení subjektů KKO v prostoru města a tím pádem sledování adresných bodů subjektů. Metodika v další tabulce, která definuje již konkrétní ukazatele mapování, vždy uvádí vztah daného ukazatele k cíli mapování:

Ukazatel	Typ údaje/hodnota, které nabývá	Vztah k cíli
ID	Číslo záznamu	Unikátní identifikační údaj
IČO	Identifikační číslo osoby	Hlavní identifikační údaj
Subjekt	Název subjektu	Údaj umožňující rozpoznat provozovatele a propojit databázi s kulturní infrastrukturou (spolu s IČO)
Adresa	Název ulice, číslo popisné, číslo orientační, písmeno orientační, PSČ	Umožňuje spojení subjektu KKO s konkrétním místem ve městě – identifikace v mapě
Kontaktní údaje	Telefonní číslo, email, webové stránky,	Umožňuje evidenci subjektů KKO, snadnější aktualizaci údajů a jejich ověření, vytvoření kontaktního listu pro spolupráci atd.
NACE	NACE kód subjektu	Umožňuje sledovat, která ekonomická činnost je dominantní v oblasti KKO
Oblast KKO	Název oblasti	Umožňuje sledovat, která oblast převažuje v daném odvětví KKO
Odvětví KKO	Název odvětví	Umožňuje sledovat, které odvětví převažuje v daném odvětví KKO
Rok vzniku	Kalendářní údaj o vzniku subjektu	Umožňuje sledovat aktivitu subjektů KKO v čase
Právní forma	Právní forma subjektu	Umožňuje sledovat, která právní forma je nejpoužívanější v oblasti KKO
Velikost subjektu	Velikostní kategorie subjektu dle počtu zaměstnanců	Výběr odpovídající velikosti kategorie subjektu
Obrat	Výše obratu subjektu v tis. Kč za poslední daňové období	Číselná výše obratu subjektu v tisících Kč
Rok obratu	Kalendářní údaj, ke kterému roku se uvedený obrat pojí	Číselný zápis roku, kdy byl naposledy v registrech uveden obrat subjektu
Skóring	Skóringové hodnocení finančního zdraví subjektu	Umožňuje sledovat finanční zdraví subjektu
Provozovna	Písemné označení (A/N)	Umožňuje sledovat, které subjekty disponují provozovnou

Tabulka 4: Část tabulky Sledované ukazatele mapování subjektů kulturně kreativních odvětví v hl. m. Praze

(Zdroj: LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020, s. 39–40.)

3.2.2. Vytvoření seznamu subjektů

K vytvoření prvního seznamu subjektů tvůrci využívali ve většině případů dostupné databáze. Jednalo se o Registr ekonomických subjektů (RES) spravovaný Českým statistickým úřadem (ČSÚ), statistiky NIPOS, Satelitní účet kultury, seznamy samospráv a další informační zdroje, které mají k dispozici úředníci mapovaného území (např. seznam příspěvkových organizací a organizací dotovaných městem či krajem, seznam subjektů dotovaných prostřednictvím grantů apod.), MagnusWeb – Bisnode (webová aplikace zpřístupňující údaje o ekonomických subjektech v České a Slovenské republice) a další. V rámci mapování KKO v Praze bylo využíváno pro doplnění seznamu i portálů sdružující informace o kulturním a kreativním dění ve městě, jako jsou např. GoOut, CityBee nebo Prague City Tourism.

Při mapování kulturně společenského zázemí ve městě Jihlava se na prvotní fázi sběru dat využila participace samotných kulturních aktérů a tzv. práce nad mapou v rámci veřejného setkání. Členové zasedání měli pojmenovat všechny prostory, které slouží kultuře či cestovnímu ruchu, ať už primárně či svou doplňkovou činností. Následně proběhlo revidování Odborem školství, kultury a tělovýchovy města Jihlavy.

Že jsou ale tato data velmi nepřesná, už práce nastínila v úvodních kapitolách o překážkách rozvoje KKO. Rejstříky totiž vykazují poměrně vysokou chybovost. Figuruje v nich spousta subjektů, které už nejsou ekonomicky aktivní, některé mohou naopak chybět nebo být zařazené v jiné kategorii. Je nutné tedy tento seznam subjektů ověřit.

3.2.3. Ověření seznamu

Na verifikaci prvotního seznamu subjektů uplatňovali tvůrci mapování opět různé nástroje. V leckterých případech docházelo ke kombinaci všech těchto možností.

První možností je ověření tzv. od stolu. Pomocí internetových vyhledávačů jsou zjišťovány jakékoliv informace o činnosti subjektu: zda svou činnost nabízí či prezentuje, je zapsán v seznamech oborových zastřešujících organizací, zda je subjekt ekonomicky aktivní v daném odvětví (např. zda nemá přerušenu nebo ukončenou živnost nebo není v likvidaci) aj. Pokud se nepodaří o subjektu KKO na internetu najít žádné relevantní informace, je kontaktován telefonicky či e-mailem s patřičnými dotazy.

K další verifikaci docházelo v některých případech také pomocí tzv. terénního průzkumu spočívajícím v identifikaci a ověření fyzického působení subjektů na daném území.

Dalším možným nástrojem ověření seznamu subjektů je konzultace s informátory, kteří se orientují v daném odvětví na daném místě. Během rozhovorů jsou informátoři dotazováni, zda

subjekty v seznamu znají a mají informace o jejich činnosti; jsou na seznamu subjekty, o nichž vědí, že zanikly nebo nevyvíjejí žádnou činnost v KKO, nebo zda na seznamu postrádají subjekty, o kterých vědí, že jsou v daném odvětví aktivní. Na stejné otázky je možné se ptát přímo samotných aktérů v oblasti KKO v rámci veřejných seminářů nebo e-mailovou komunikací.

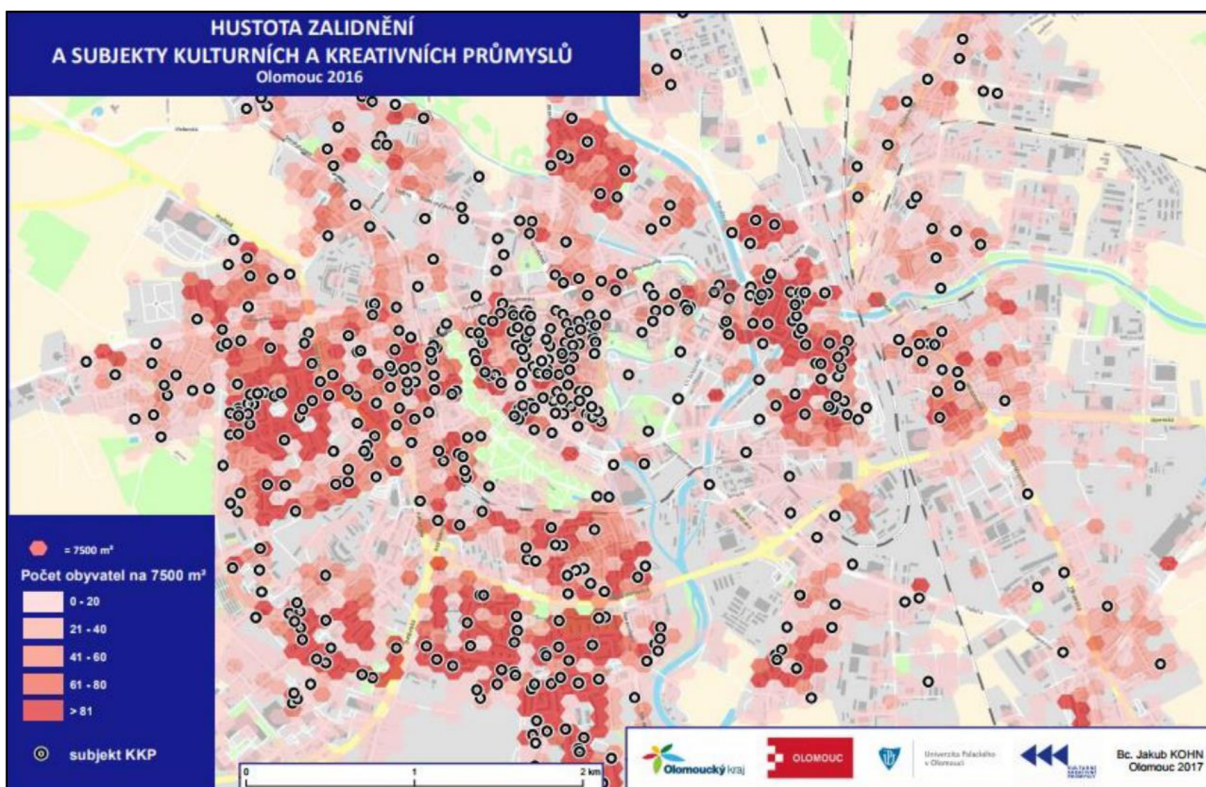
3.2.4. Vytvoření mapy

Když máme přesné a ověřené adresy působení aktérů KKO, lze již vytvořit primární mapu. Pro převedení tabulkových dat do podoby prostorových dat je zapotřebí zvolit vhodné kartografické metody pro jejich vizualizaci. Při volbě vhodných kartografických metod je dobré dbát kromě povahy zobrazovaných dat také na požadavky řešitelského týmu projektu nebo zadavatele či koncového uživatele map.

Sesbíraná data často nejsou ve struktuře, která by umožňovala přímé GIS zpracování, a proto je nezbytné tato data náležitě převést do podoby prostorových vektorových dat. Musí dojít k tzv. geokódování adres. Existuje mnoho cest a nástrojů, jak adresy geokódovat, inspirativní materiál pro tuto oblast nabízí magisterská práce Jakuba Kohna s názvem *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*.⁵⁶ Řešitel otestoval několik dostupných nástrojů (ArcGIS Online, ArcGIS for Desktop, Quantum GIS, Google Fusion Tables), které data z oblasti KKO optimálně geokódují, a doporučil nejlepší řešení pro různé případy.

Jakub Kohn také testoval různé kartografické metody, jak jednotlivá data z oblasti KKO nejlépe zobrazit. Nastihuje plusy i minusy vizualizací subjektů KKO metodou bodových znaků, metodou plošných znaků, dasymetrickou metodou (využívá specifický typ metody tzv. teplotní mapu, pomocí níž se dá dobře zobrazit např. intenzita výskytu subjektů KKO – viz. obrázek č. 7 na straně 47, nebo vzdálenostní dostupnost subjektů KKO) a metodou kartogramu (viz. následující obrázek č. 1).

⁵⁶ KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017.



Obrázek 1: Vizualizace hustoty zalidnění hexagonovým kartogramem (Olomouc)

(Zdroj: KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 42.)

Jedním z výstupů diplomové práce Jakuba Kohna je vytvoření pracovního postupu pro zpracování KKO v prostředí GIS, který vznikl na základě již zmiňovaného testování kartografických a geoinformatických metod vhodných pro vizualizaci prostorových dat KKO a hlavních socioekonomických jevů, které ovlivňují jejich činnost. Podle Kohna je účelem tohoto pracovního postupu umožnění zpracování dat o KKO i osobám bez geoinformatického či kartografického vzdělání. To znamená, že např. při mapování KKO v menších městech může být na základě tohoto postupu umožněno prostorové zpracování KKO v GIS i běžným pracovníkem města či jiné organizace, kteří mají pokročilou znalost práce s počítačem.⁵⁷ Od vytvoření této metodiky však uplynulo šest let a díky dynamickému rozvoji informačních technologií (IT) už mohou být některé postupy zastaralé. Jakub Kohn tedy k metodice dodává: „Jen upozorňuji, že pokud byste chtěli vytvářet mapy na základě této metodiky, tak si nejsem jistý aktuálností (minimálně Google Fusion Tables použitý pro geolokaci adres je již mimo provoz).“⁵⁸

⁵⁷ KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 58.

⁵⁸ KOHN, Jakub. *E-mailová korespondence s autorkou práce*. 2023-04-27.

Pro vytvoření mapových podkladů při mapování KKO je určitě dobré přizvat do řešitelského týmu kartografa. Dojte tak k nejlepším a nejpřesnějším analýzám. Zároveň se díky pokročilým a dostupným technologiím dají mapové výstupy vytvořit i bez odborné osoby.

3.2.5. Etapy přidružených analýz

Většina projektů mapování KKO v ČR, kde vznikly kulturní mapy, se netvořila přímo se záměrem vytvořit kulturní nebo kreativní mapu, ale cílem mapování bylo hlavně ověřit počet subjektů KKO v daném území, jejich obrat, zaměstnanost, a především potřeby kulturních a kreativních aktérů. Proto byly součástí mapování i další etapy, které ovšem souvisely s vytvořením kulturních mapy spíše nepřímo. Zde je jejich přehled:

- Semináře s představiteli KKO, kde se pomocí např. participativní SWOT analýzy či skupinových diskuzí zjišťovaly kvalitativní informace o jednotlivých odvětvích KKO.
- Dotazníkové šetření pro zjištění jak kvalitativních, tak i kvantitativních informací o potřebách kulturních a kreativních aktérů.
- Strukturované rozhovory se zástupci vybraných klíčových subjektů KKO.
- Strukturované rozhovory s vybranými klíčovými aktéry z jiných odvětví.
- Analýza publika a klientů KKO či průzkum mezi obyvatelstvem sledovaného území.
- Analýza financování KKO.

3.2.6. Tvorba výstupů

Výstupem mapování KKO v daném území ve většině případů v ČR nebylo vytvoření kulturní mapy jako takové. Mapy byly především jedním z nástrojů komunikace dat zainteresovaným skupinám. Poslední fázi mapování tedy naplnila tvorba konkrétních hmatatelných výstupů, které napomůžou rozvoji KKO. Nejčastějšími výstupy mapování byly strategické dokumenty jako např. kulturní politika města (např. *Strategie kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*⁵⁹), nebo publikace (např. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*⁶⁰, *Kulturní a kreativní průmysly v Brně a Ostravě*⁶¹ nebo *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*⁶²) a v neposlední řadě metodiky

⁵⁹ Saura, s.r.o. *Strategie rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://hradistechytre.cz/wp-content/uploads/2021/09/MANAZERSKE-SHRNUTI-Strategie-KKP.pdf>. [citováno: 2023-03-19].

⁶⁰ PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5254-8.

⁶¹ IVAN, Igor, RAABOVÁ, Tereza, SLACH, Ondřej a kol. *Kulturní a kreativní průmysly v Brně a Ostravě – specializovaná mapa s odborným obsahem*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015.

⁶² NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1.

(např. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*⁶³ či *Mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování*⁶⁴).

Mapové podklady bývají buď součástí strategických dokumentů, publikací či metodik, ale v řadě projektů vznikl i veřejný webový portál, kde najdeme tzv. webové mapy. Ty lze podle Nétka dělit do dvou základních skupin: na statické a interaktivní:⁶⁵ „V oblasti webových map se hovoří o interaktivní mapě v tom případě, pokud umožňuje uživateli s ní pracovat a ovlivňovat její zobrazení – typicky změnou měřítka, zobrazovaného území, zapnutí/vypnutí mapových vrstev či určení jejich pořadí, zobrazení vyskakovacího okna či postranního panelu po interakci s vybraným prvkem nebo vyhledáváním.“⁶⁶ Příkladem interaktivní webové mapy v oblasti KKO může být webová mapová aplikace pro vizualizaci výsledků Mapování KKO na Olomoucku⁶⁷ (ta je více popsána v druhé polovině práce věnující se olomouckým kulturním a kreativním mapám). Data z oblasti KKO lze také nahrát do interaktivních webových map sdružujících veřejná data z různých oblastí pro dané území. Jako příklad uvádím geoportal.praha⁶⁸, kde uživatel nalezne data např. z oblasti dopravy (linky pražské integrované dopravy, zóny placeného stání, cyklistické mapy), prostředí (na co se využívají daná území, ploty a bariéry, kvalita ovzduší), vybavenosti (kam patří právě data z kultury, ale i školství), majetku a ekonomiky (cenová mapa, majetkové vztahy), bezpečnosti (policie, sirény, úkryty) a mnoha dalších na území HMP.

⁶³ LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020.

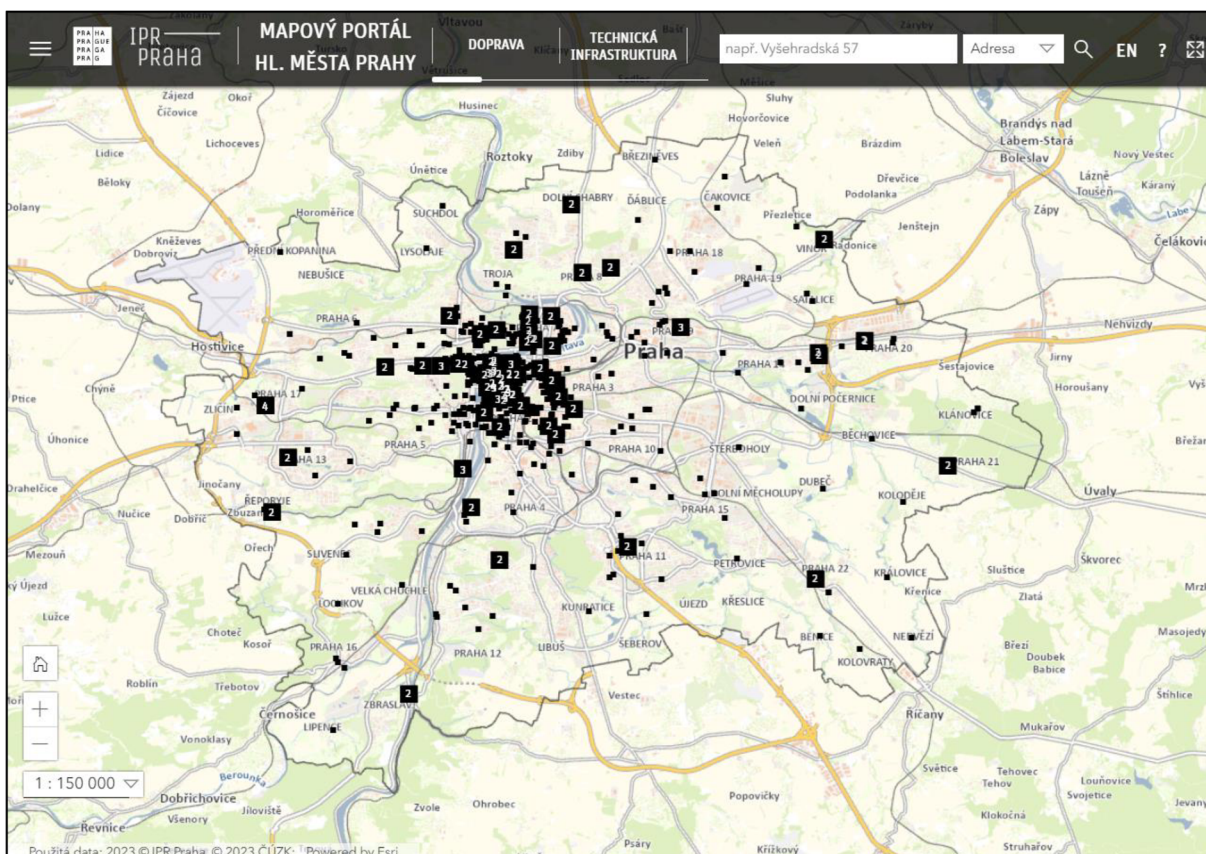
⁶⁴ ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018. ISBN 978-80-906033-7-0.

⁶⁵ NÉTEK, Rostislav. *Webová kartografie – specifika tvorby interaktivních map na webu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 16. ISBN 978-80-244-5827-4.

⁶⁶ Tamtéž, s. 21.

⁶⁷ Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Webová mapová aplikace. [Online] 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27].

⁶⁸ Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. *Geoportal Praha – Mapový portál hl. města Prahy*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.geoportalpraha.cz/cs/mapy/mapa-online>. [citováno: 2023-04-27].



Obrázek 2: Geoportál Praha – vrstva Kulturní zařízení

(Zdroj: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. *Geoportál Praha – Mapový portál hl. města Prahy*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.geoportálpraha.cz/cs/mapy/mapa-online>. [citováno: 2023-04-27].)

3.3. Co všechno se z kulturních map dá vyčíst

Z kulturních map můžeme vyčíst buď tzv. primární data, která si stanoví samotní tvůrci mapování, nebo můžeme data propojovat s informacemi a mapami z jiných oblastí.

Primární data mohou být různá, důležité je, aby si zadavatel mapování jasně definoval, co se chce o KKO dozvědět. Stačí mu pouze název a poloha aktéra? Nebo se chce dozvědět víc? (Příklad primárních dat najdeme v tabulce č. 4 na straně 25.)

Po zanesení jednotlivých primárních dat do mapy můžeme lépe pozorovat shluky či deficitní kulturní a kreativní infrastruktury a porovnávat subjekty mezi sebou v jednotlivých kategoriích. I pouhé překlopení primárních dat do mapy může být důležité pro pochopení dané problematiky. Rostislav Nėtek říká: „Vidíte hned na první pohled, co je k dispozici, nemusíte to zkoumat nějak detailněji a dělat například odbornou skupinu. V mapě to pochopí prostě každý, kdo přečte mapu. Vidíme například, že tady se nám tvoří nový shluk, který tu před nějakou dobou ještě nebyl, tak tady se něco děje.“⁶⁹ Když primární data sledujeme ve stejné míře po delší časové

⁶⁹ NĚTEK, Rostislav. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-17. Místo: online (Google Meet).

období a pravidelně, můžeme na mapě pozorovat historický vývoj a vytvářet i predikci rozvoje KKO v daném území.

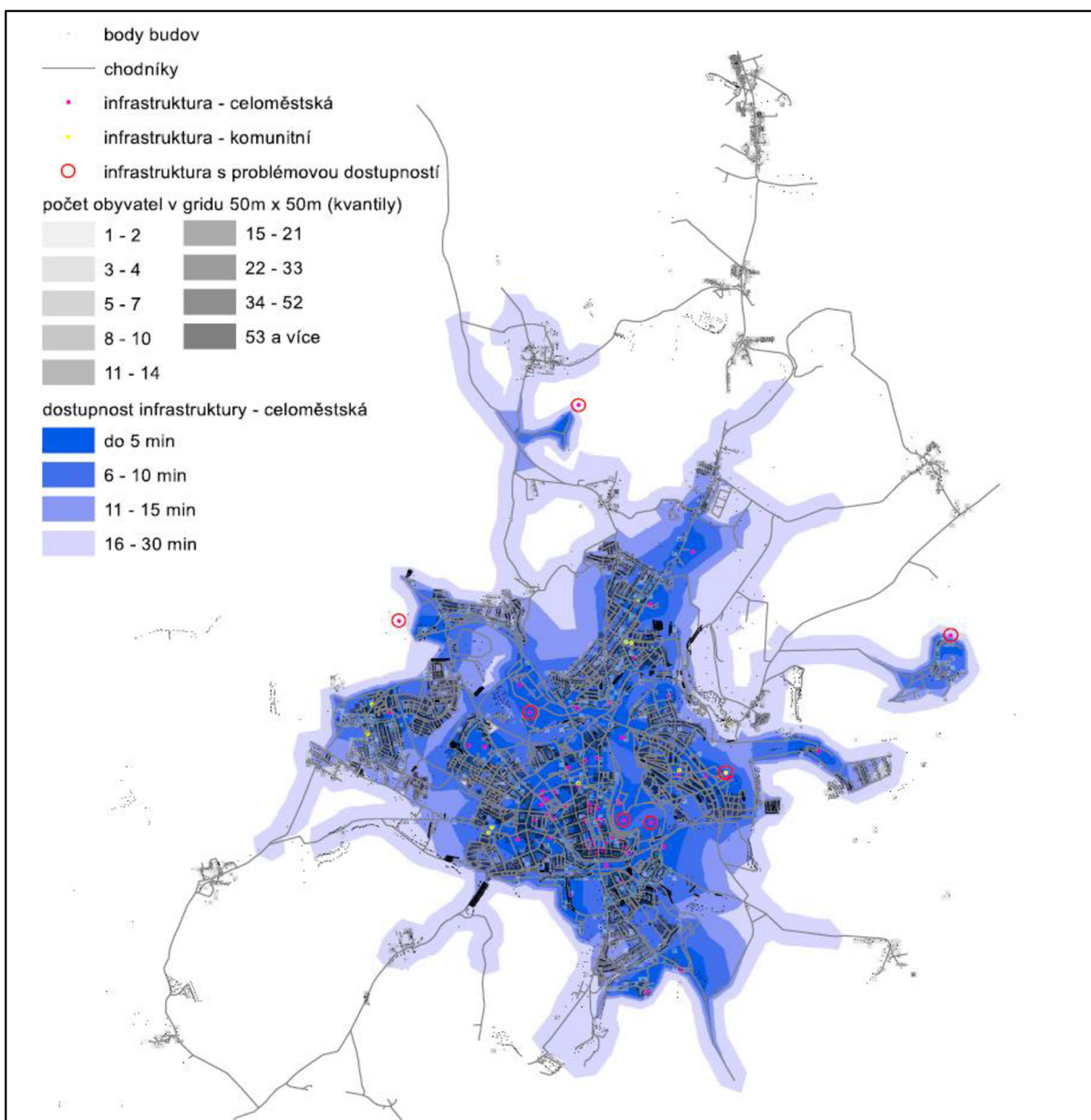
Nejpřínosnějším pro kulturní a územní plánování je propojování primárních kulturních dat s daty z jiných oblastí (např. demografie, veřejná doprava, sociální služby, enviromentální informace aj.). Kombinace těchto dat může být velmi užitečná pro lepší porozumění KKO a jejich vztahu k různým aspektům společnosti a ekonomiky. Například propojení kulturních a kreativních dat s ekonomickými daty umožňuje identifikovat klíčové kreativní a kulturní odvětví v daném regionu a porovnat jeho přínos ekonomice s jinými sektory.

Propojení kulturních dat s údaji o dopravě může poskytnout informace o tom, jak lidé přistupují ke kulturním a kreativním institucím a jak se tyto instituce propojují s ostatními místy v daném regionu. To může vést k vylepšení dopravní infrastruktury a logistiky a zlepšení propojení kulturních institucí s ostatními místy.

Největší výhodou je, že kombinace dat z různých oblastí nabízí komplexní pohled na KKO a jejich vztah k celé společnosti a ekonomice. To může vést ke vzniku nových nápadů a přístupů k jejich rozvoji a může pomoci identifikovat oblasti, které potřebují zlepšení a podporu.

Dobrým konkrétním příkladem propojování primárních kulturních dat s daty z jiných oblastí je mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování ve městě Jihlava.⁷⁰ Pro zjištění dostupnosti kulturních zařízení a veřejných prostranství zde spojili lokaci, model pohybu chodce po cestní síti a hustotu osídlení. Došlo ke zjištění, jaká kulturní zařízení a veřejná prostranství jsou problematicky dostupná, a naopak jaké hustě osídlené čtvrti nemají v docházkové vzdálenosti žádné kulturní zařízení či veřejné prostranství pro kulturní a kulturně komunitní dění.

⁷⁰ ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018. ISBN 978-80-906033-7-0.



Obrázek 3: Mapa dostupnosti kulturních zařízení celoměstského významu v Jihlavě
 (Zdroj: ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, OLGA a KLÁPŠTĚ, Petr. *Závěrečná zpráva – příloha Metodiky mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 11. SBN 978-80-906033-7-0.)

3.4. Pro koho jsou kulturní mapy užitečné

Mapy zkoumající KKO jsou objektivním podkladem, který dobře pochopí a věří jim zainteresované skupiny napříč obory. Mapy tedy mohou sloužit nejen svým zadavatelům (většinou to bývají městské či krajské správy či samosprávy), ale i dalším cílovým skupinám jako jsou samotní kulturní a kreativní aktéři, domácnosti/veřejnost nebo podnikatelský sektor

mimo KKO. Z dostupných metodik⁷¹ mapování KKO jsem vytvořila následující obecné shrnutí, pro koho a jak mohou být kulturní mapy užitečné:

Městská či krajská správa a samospráva:

- Disponování daty pro analytické a plánovací procesy v oblasti KKO ve vztahu ke konkrétním místům, podklad pro podporu kulturních aktérů a programů, vytváření finančních i nefinančních nástrojů pro rozvoj kultury.
- Rozpoznání potenciálu KKO.
- Podklady pro marketing, budování značky a konkurenceschopnosti, argumentační základ pro komunikaci o významu KKO a jejich potřebě.
- Vytváření sítí, spolupráce a komunikace s aktéry, ale i podklad pro diskuzi s veřejností a soukromými investory.
- Mezioborová srozumitelnost tématu jak pro pracovníky měst, kulturní aktéry, architekty, urbanisty; lepší komunikace mezi různými odbornými pracovišti úřadu.
- Základ pro vytvoření spravedlivého právního prostředí.

Kulturní a kreativní aktéři:

- Možnost využití dat pro vlastní rozvoj.
- Orientace v prostředí, přehled o kulturním ději v okolí.
- Navázání spolupráce s dalšími aktéry.
- Zlepšení porozumění potenciálu kultury a potřeb – k dispozici dostupná data v podobě map, ve kterých lze snadno vyhledávat a provádět nad nimi analýzy. Zlepšení/zrychlení reakcí veřejné správy i soukromého sektoru na potřeby kulturních a kreativních aktérů.
- Podklad pro vytváření nových platform.

Domácnosti/veřejnost:

- Celkový přehled o kulturním a kreativním dění ve městě a možnosti využití kulturních a kreativních aktivit.
- Zlepšení stavu kulturně komunitní vybavenosti ve vazbě na porozumění místu.

⁷¹ LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020. ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018. ISBN 978-80-906033-7-0.

- Místa, která jsou důležitými centry dění budou mít lepší šanci na to, že budou zachována, v územním plánování se s nimi bude cíleně pracovat.

Podnikatelský sektor mimo KKO a developeri:

- Využití dat k orientaci v lokalitě – znalost vybavenosti/deficitů.
- Znalost konkrétních míst s kulturní, kreativní a kulturně-komunitní infrastrukturou jako vstup pro plánování a deviza prezentace vyšší kvality života v lokalitě.
- Navázání spolupráce s dalšími aktéry.
- Možnost k předvídání kulturního a kreativního vývoje a adaptace na něj.

Již při vytváření kulturních map je dobré si definovat, kdo je vlastně příjemcem informací z nich. Při projektech mapování KKO v ČR jsou téměř vždy primární cílovou skupinou městské nebo krajské samosprávy či stát. Mapy a data získaná mapováním často nejsou veřejně dostupná nebo rozhodně ne v celém rozsahu (když už ke zveřejnění dochází, sdílí se pouze některé informace, což ale může být často způsobeno ochranou osobních údajů – GDPR). Nemůže pak ale dojít k dostatečnému využití kulturních map dalšími cílovými skupinami, jako jsou samotní kulturní a kreativní aktéři, veřejnost či podnikatelský sektor mimo KKO. Více tuto problematiku rozebírá následující kapitola o nedostacích kulturních map v ČR.

3.5. Nedostatky a další potenciál kulturních map

V českém prostředí zatím není využívání map při mapování KKO rozšířeným prostředkem. Navíc již vzniklé kulturní a kreativní mapy nesou řadu nedostatků. Díky jejich odstranění by byl potenciál využití kulturních map mnohem větší. Následující podkapitola představí hlavní nedostatky kulturních map v ČR a ukáže inspirativní příklady kulturních map ze zahraničí jako možný vzor pro další rozvoj map v ČR.

3.5.1. Aktuálnost

Jeden z nedostatků kulturních map je jejich neaktuálnost. Když už dojde ke zveřejnění map, končí v buď v tištěných publikacích (kde jejich aktualizace není možná) nebo ve formě webové mapy, kde ale bohužel k jejich aktualizaci také nedochází. Zveřejní se data získaná z plošného mapování KKO řešitelským týmem, ale už není nijak podchycen fakt, že KKO jsou velmi živým sektorem, kde většinu subjektů tvoří OSVČ. Subjekty KKO tak mají tendenci rychle vznikat, ale i zanikat, měnit své působiště, zaměření aj. Data v mapách jsou kvůli neměnnosti zastaralá, čímž ztrácí jakoukoliv výpovědní hodnotu.

3.5.2. Zveřejňovaná data

Dalším nedostatkem českých kulturních map jsou nedostatečně zjišťovaná data. Navíc často dochází ke zveřejnění pouze některých z nich. To může být způsobeno ochranou osobních údajů – GDPR, ale na příkladu Geoportálu Praha⁷² můžeme sledovat, že mapování kulturních zařízení v Praze podle *Metodiky mapování kultury v hl. m. Praze*⁷³ zkoumalo mnohem více informací o kulturních zařízení, než která jsou zveřejněná na webové mapě. A mnoho z těchto informací ochraně osobních údajů nepodléhá. Podle metodiky sbírala Praha následující kategorie dat: název kulturního zařízení, aktéra; název budovy (pokud se liší od názvu kulturního zařízení nebo aktéra); kategorie kulturního zařízení (např. divadlo, muzeum, galerie, hudební klub atd.); IČ; adresa; kontaktní údaje; kapacita; další kulturní využití; typ zřizovatele podle předem určených kategorií (např. soukromý subjekt, nestátní nezisková organizace, městská část aj.) a bezbariérovost. Jako doplňkové údaje ještě uvádí, že lze také sledovat: ukazatele návštěvnosti či specializované ukazatele (např. příjmy zařízení, počet zaměstnanců aj.). Data, která jsou volně dostupná běžnému uživateli na mapovém geoportálu, obsahují pouze: název kulturního zařízení, kategorii a odkaz na webové stránky daného kulturního zařízení. Velkým deficitem pražské kulturní mapy je, že zobrazuje pouze kulturní zařízení, ne celý sektor KKO, i když podle *Metodiky mapování kultury v hl. m. Praze* se informace o KKO také sbíraly.

3.5.3. Uživatelská přístupnost

Největším nedostatkem kulturních map v českém prostředí je jejich nepřístupnost pro jinou cílovou skupinu, než jsou zadavatelé nebo řešitelé mapování, ve většině případů v ČR městské nebo krajské samosprávy či stát. Jak už ale bylo naznačeno v předchozí kapitole, potenciálu kulturních map mohou využívat i samotní kulturní a kreativní aktéři, domácnosti/veřejnost, podnikatelský sektor mimo KKO nebo developři. V ČR k tomu však nedochází, protože mapy jsou často velmi špatně dohledatelné, ostatní cílové skupiny se tak k informacím o mapách vůbec nedostanou. Mapy by mohly být přístupné např. z oficiálních stránek města či kraje nebo platform, které se KKO v daném území zabývají, slouží k jejich podpoře, k propojování aktérů či propagaci veřejnosti (např. iniciativy jako Kreativní Česko, Kreativní Olomouc, inovační centra v krajích aj.). Výjimku v této oblasti představuje kulturní mapa města Pardubice⁷⁴

⁷² Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. *Geoportal Praha – Mapový portál hl. města Prahy*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.geoportalpraha.cz/cs/mapy/mapa-online>. [citováno: 2023-04-27].

⁷³ LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020.

⁷⁴ Statutární město Pardubice. *Kulturní mapa*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://pardubice.eu/kulturni-mapa>. [citováno: 2023-04-27].

dostupná jako součást oficiálních webových stránek města. Mapa ovšem ukazuje pouze umělecká díla ve veřejném prostoru, a to i přesto, že pod mapou najdeme článek o projektu Mapování kulturně společenského zázemí města Pardubic, kde byly zjišťovány informace ve třech okruzích: 1. Umění ve veřejném prostoru trvalé povahy, 2. Vnitřní kulturní zařízení, 3. Veřejná prostranství vhodná pro kulturní či komunitní aktivity, včetně podmínek pro jejich využití. Výsledky druhého a třetího okruhu mapování však veřejná kulturní mapa Pardubic neobsahuje.

Problémy také mohou nastat v samotném obsluhování interaktivní webové mapy. Pro využívání kulturní mapy veřejností je zapotřebí co nejjednodušší obslužnost a lákavé vizuální pojetí. Kulturní aktér, jenž chce data využít pro svůj vlastní rozvoj, potřebuje, aby mapy nezobrazovaly pouze informace v mapovém podkladu, ale aby dokázaly vygenerovat seznam subjektů, propojit data s daty z jiných oblastí pomocí vrstev a aby v nich bylo možné filtrovat záznamy, např. podle vzdálenosti od daného bodu nebo pro konkrétní území.

3.5.4. Konkrétní příklad nedostatků kulturních map – případová studie Vzlet

Tyto tři hlavní nedostatky kulturních map byly potvrzeny v rámci mého školního magisterského projektu v roce 2021, který zkoumal potenciál využití kulturních map samotným kulturním či kreativním aktérem. Pro zjištění byla využita metoda případové studie na příkladu pražského kulturního prostoru Vzlet. S vedením Vzletu bylo konzultováno, jaké konkrétní informace by se chtělo dozvědět o svém okolí, aby mu pomohly ve fungování a růstu organizace. Zadavatelé chtěli získat data v těchto oblastech: kulturní zařízení a společenské sály; volnočasové aktivity; školy a jiné vzdělávací instituce; zkušební prostory, prostory pro komunitní činnost (klubovny aj.); programy a akce pro děti; veřejná prostranství, kde se dají konat kulturní akce; díla ve veřejném prostoru; firmy v okolí vhodné pro fundraising. Následně bylo zjišťováno, zdali se tyto informace dají dohledat ve veřejně dostupných mapových podkladech. Jelikož Vzlet sídlí na Praze 10, byl pro výzkum využit Geoportál Praha a portál katalogu Umění pro město.⁷⁵

Výsledkem výzkumu bylo zjištění, že pokud chce samotný kulturní či kreativní aktér využít dostupné kulturní mapy pro svůj rozvoj, mohou sloužit pouze jako základ vlastního mapování okolí. Ze zadaných oblastí se na webových mapových portálech podařilo nalézt informace jen o kulturních zařízeních, školách, jiných vzdělávacích institucích a dílech ve veřejném prostoru. Částečně, ale velmi nepřesně, se podařilo díky mapám dohledat také firmy v okolí vhodné pro fundraising a veřejná prostranství, kde se mohou konat kulturní akce. Ve všech případech je však potřeba provést verifikaci údajů, protože data nejsou v mapách aktualizovaná (např.

⁷⁵ Galerie hlavního města Prahy. *Katalog Umění pro město – Mapa*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://umenipromesto.eu/katalog>. [citováno: 2023-05-01].

samotný kulturní prostor Vzlet i přes své dvouapůlleté působení doposud mezi kulturními zařízeními nenajdeme). Mapy (zejména Geoportál Praha) také nejsou na využívání tohoto typu uživatelsky připravené, aktérovi zabere poměrně hodně času data z mapy vyjmout (v mapě např. nejde filtrovat konkrétní území nebo vytvořit ze subjektů v mapě seznam).

3.5.5. Inspirativní příklady, další potenciál kulturních map

The Dublin Cultural Audit and Map project (Culture Near You)

Poměrně dobře všechny nastíněné nedostatky kulturních map v ČR řeší dublinská kulturní mapa, která vznikla projektem *The Dublin Cultural Audit and Map project*⁷⁶, který provedla městská organizace Dublin City Council Culture Company v roce 2021. Řešitelé projektu provedli mapování kultury ve městě, ale rozhodli se, že získaná data nebudou určena pouze městské radě jako podklad pro důležitá rozhodování a tvorbu strategií, ale že budou poskytnuta veřejnosti. Jako výstup projektu tedy vznikla i interaktivní veřejná webová mapa s názvem Culture Near You.⁷⁷

Dvě různé cílové skupiny s sebou nesou potřebu odlišné uživatelské přístupnosti. Řešitelé projektu v čele s projektovou manažerkou Annette Nugent tak při vyvíjení mapy a před samotným sběrem dat vytvořili pracovní skupiny složené ze zástupců městského vedení, ale i samotných kulturních a kreativních aktérů. Společně řešili, jaká data bude mapování sbírat, aby byla přínosná jak pro vedení města, tak pro aktéry. Především se shodli, jaká data bude obsahovat mapa veřejná. Ve výsledku došlo k vývoji dvou mapových systémů, jednoho pro městskou radu a druhého pro veřejnost, jejichž data se vzájemně prolínají. Pro vývoj veřejné mapy Culture Near You oslovila řešitelská městská organizace Dublin City Council Culture Company marketingovou společnost McCann, která se postarala o vizuální stránku zajišťující přitažlivost mapy, zestručnění velkého množství sesbíraných informací a hlavně usnadnění orientace veřejnosti v něm.⁷⁸

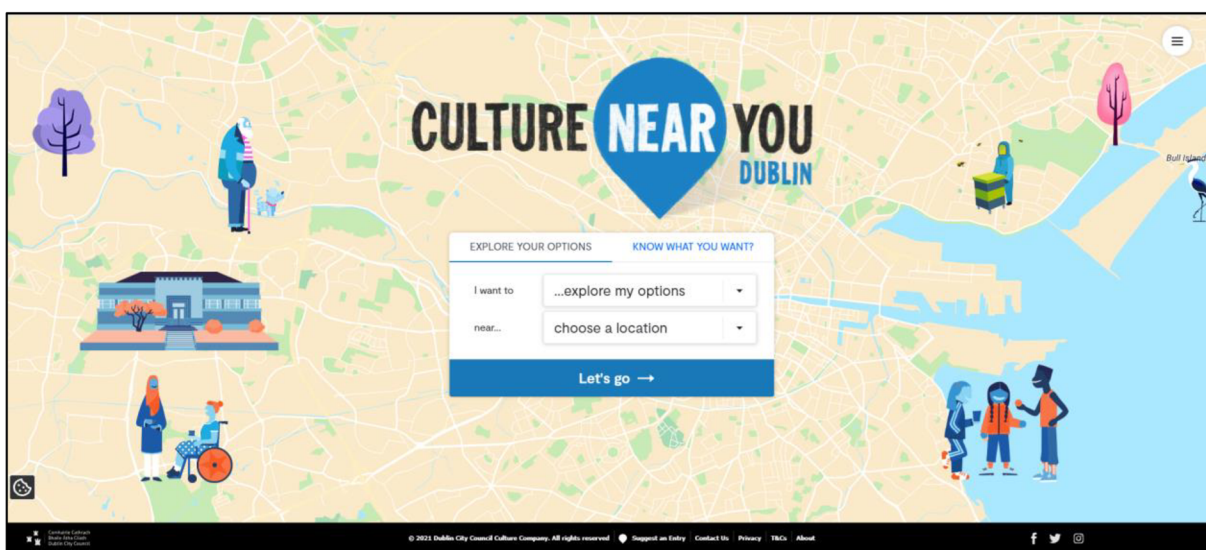
Dublinská kulturní mapa seskupuje nejenom údaje o kultuře a kreativním odvětví, ale nalezneme zde také oblasti jako parky a příroda, sport a fitness, jídlo, koníčky, vzdělávání a komunitní dění. Pracovní skupiny nechtěly duplikovat jiné projekty, které ve městě už probíhají,

⁷⁶ Dublin City Council Culture Company. *Cultural Audit and Map*. [Online] Dostupné z: <https://www.dublincitycouncilculturecompany.ie/what-we-do/programmes/cultural-audit-and-map>. [citováno 2023-05-01].

⁷⁷ Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno 2023-05-01].

⁷⁸ NUGENT, Annette. *Dublin City Cultural Audit and Map Launch – The Human Challenge*. Video [Online] Dublin City Council Culture Company, 2021. Dostupné z: <https://youtu.be/bm1uVW2I2zk>. [citováno 2023-05-01].

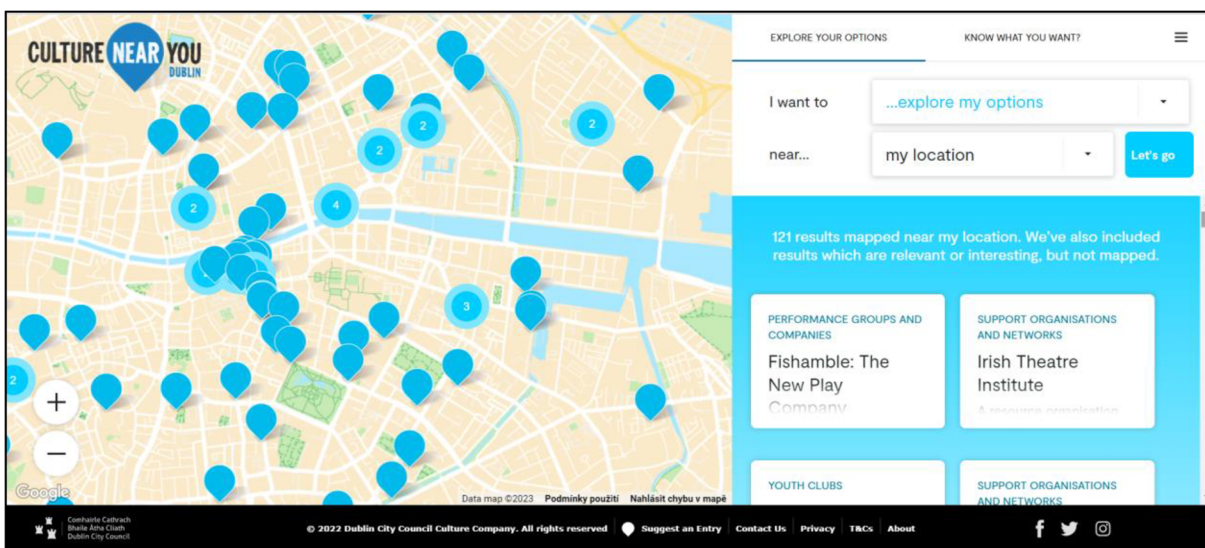
takže mapa od začátku neměla být webovou stránkou o kulturních a jiných událostech.⁷⁹ Mapa Culture Near You umožňuje uživatelům hledat v mapě pomocí různých druhů zážitků či potřeb. Uživatel webové mapy zde má dvě možnosti: buď může vyhledávat v mapě pomocí sekce „Explore your options“ (Prozkoumej své možnosti) nebo v sekci „Know what you want?“ (Víš, co chceš?). U první možnosti si uživatel vybírá z již předvyplněných různých druhů zážitků či potřeb (např. „Chci být kreativní“, „Chci prozkoumat kulturní dědictví“, „Chci najít kreativní lidi“ a mnoho dalších). Následně zvolí lokaci, okolo které chce daný zážitek vyhledat, na výběr jsou městské části či významné dublinské památky/body nebo aktuální pozice, na níž se uživatel nachází. Stránka pak uživateli vygeneruje mapu s body označujícími místa, kde může být jeho požadovaný zážitek naplněn, s prokliky na webové stránky jednotlivých bodů – kulturních aktérů, zařízení aj. Zároveň však na webové stránce uživatel nalezne výsledky pomocí seznamu nejen s body, které vidí na mapě, ale s různými odkazy na články a videa, které úzce souvisí s navoleným zadáním. Pokud uživatel zvolí druhou sekci „Know what you want?“ (Víš, co chceš?) může do vyhledávače zadat libovolný výraz, o kterém se chce pomocí platformy dozvědět více, a opět se mu vygeneruje mapa i seznam bodů související se zadáním.



Obrázek 4: Úvodní rozhraní webové mapy Culture Near You Dublin

(Zdroj: Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno 2023-05-01].)

⁷⁹ Tamtéž.



Obrázek 5: Mapa Culture Near You Dublin po vyhledání hesla "Theatre"

(Zdroj: Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno 2023-05-01].)

Dublinská kulturní mapa řeší aktualizaci dat následovně: samotní kulturní a kreativní aktéři poskytují správcům mapy informace, když se jejich činnost změní. Oproti českým mapám totiž mají mnohem větší motivaci být na mapě uvedeni se správnými údaji, protože mapa slouží široké veřejnosti, která v ní vyhledává informace. Webová mapa tak přispívá k propagaci aktérů. Pomocí pracovních skupin s kulturními a kreativními aktéry ještě před vyvinutím mapy řešitelé zjišťovali, jaká data by aktéři KKO sami využili a jakým způsobem by s nimi pracovali. Dublin City Council Culture Company z Culture Near You se tedy podařilo vytvořit mimo jiné nástroj komunikace. Kulturní aktéři či instituce si tak sami zvykli poskytovat data o svých činnostech. Vedení města tím získává datový podklad pro strategická rozhodnutí a zároveň komunikační kanál směrem k aktérům a veřejnosti. Kdokoliv může také subjekt či aktivitu na mapu přidat pomocí jednoduchého formuláře „Get yourself on the map!“⁸⁰ (Přidej se na mapu!). Přidávání a aktualizace informací podléhá schválení pracovníky Dublin City Council Culture Company, ale díky softwaru M.App Enterprise nedochází ke složité administraci a uvedení dat jak do mapy Culture Near You, tak do interního systému pro městské pracovníky. Technologické řešení celého projektu vysvětlují Liam O’Loughnan (koordinátor GIS městské rady v Dublinu) a Ciaran Kirk (provozní ředitel společnosti IMGS, která na vývoji dublinské kulturní mapy spolupracovala) ve videu z představení a spuštění mapy.⁸¹

⁸⁰ Dublin City Council Culture Company. *GET YOURSELF ON THE MAP!* [Online] 2021. Dostupné z: https://www.dublincity.ie/Workflows/Form?workflow=Public&lang=en-US&sessionid=4c7484a7-7869-45db-9a8e-348609af3fa8&tenant=CultureNearYou_Tenant&nodeid=Form. [citováno 2023-05-01].

⁸¹ O’LOUGHNAN, Liam a KIRK, Ciaran. *Dublin City Cultural Audit and Map Launch – The Organisational Challenge*. Video. [Online] Dublin City Council Culture Company, 2021. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6r1bt79tS2A>. [citováno 2023-05-01].

MAP K20

Obdobný nástroj sdružující data z oblasti KKO, který by sloužil jak vedení města, tak veřejnosti a samotným kulturním a kreativním aktérům vyvíjí v současné době i HMP. Má mít název MAP K20. Městská organizace Kreativní Praha má za cíl vytvořit „komplexní softwarové řešení vyvinuté na míru potřebám HMP pro efektivní mapování kulturních a kreativních odvětví (KKO) a subjektů v nich působících a další strategické plánování v této oblasti v hl. m. Praze.“⁸²

Platforma MAP K20 má umožnit:

- LOKALIZACI:
 1. podniků v KKO,
 2. dostupné infrastruktury potřebné pro rozvoj KKO,
 3. spotřeby (např. lokalizace spotřeby kulturních akcí, spotřeba kulturních online produktů apod.).
- KATEGORIZACI:
 1. odvětví KKO (např. dle zaměstnanosti, skóringu, právní formy apod.),
 2. fyzické infrastruktury (dle zřizovatele, vybavení, přístupnosti (zábory), apod.),
 3. jevů/akcí (dle návštěvnosti, cenové relace apod.).
- VYHODNOCOVÁNÍ DOPADŮ A PREDIKCE:
 1. formou zpracování dat z lokálních šetření,
 2. formou sběru a vyhodnocování big data o spotřebě.⁸³

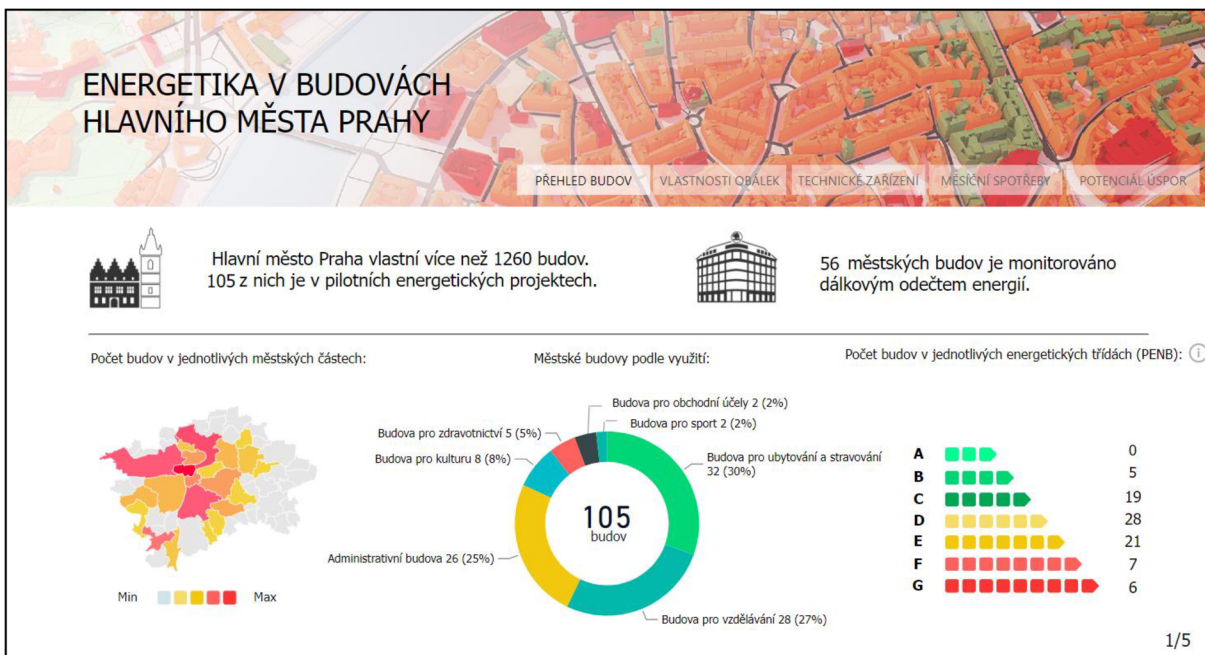
Nástroj má mít svou webovou prezentaci, která kromě souhrnných informací nabídne zobrazení dat v prostoru – mapu, do níž mohou uživatelé po přihlášení vkládat a upravovat informace. MAP K20 je však stále ve fázi vývoje a nelze tak o vlastnostech a možnostech nástroje a mapy získat více informací než z citované studie proveditelnosti nebo z rozhovorů s tvůrci nástroje. Podle Petra Peřinky⁸⁴, ředitele Kreativní Prahy, si však výsledný veřejný výstup projektu můžeme představit jako výstupy jiných městských datových výzkumů, které se soustřeďují na stránce Golemio.cz/insights.⁸⁵ Najdeme zde souhrnné informace v podobě mapové vrstvy, grafech, tabulkách či jiných vizualizací.

⁸² BeePartner, a.s. *STUDIE PROVEDITELNOSTI: MAP K20 – inovativní datový nástroj pro efektivní rozvoj kulturních a kreativních odvětví na území hl. m. Praha*. Praha: Kreativní Praha, 2021, s. 16.

⁸³ Tamtéž, s. 116.

⁸⁴ PEŘINKA, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2021-01-17. Místo: online (Google Meet).

⁸⁵ Golemio Prague City Data. *Golemio: Specializované přehledy*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://golemio.cz/insights>. [citováno 2023-05-01].



Obrázek 6: Ukázka zobrazení dat na serveru Golemio – Energetika v budovách hl. m. Prahy
 (Zdroj: Golemio Prague City Data. *Golemio: Specializované přehledy – Energetika v budovách hl. m. Prahy*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://golemio.cz/data/energetika>. [citováno 2023-05-01].)

4. Mapování KKO na Olomoucku s využitím map

V předešlých kapitolách této diplomové práce bylo zmíněno pár konkrétních příkladů z ČR i ze zahraničí, na kterých se nejlépe dá ukázat potenciál využití kulturních map. Po potvrzení či vyvrácení hypotézy práce, že efektivní podpory KKO dosáhneme snadněji, pokud při kulturním plánování (při sestavování kulturních politik, strategií či akčních plánů) uvažujeme i v geografické dimenzi, přikládám případovou studii mapování KKO v Olomouci. Tým složený převážně ze zástupců Univerzity Palackého (UPOL) provedl v roce 2016 mapování KKO a tvorbu tzv. kreativní mapy. Na první mapování navazuje řada dalších projektů jako např. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*⁸⁶ s mapovou přílohou *Fenomén Brain Drain města Olomouce – odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2021–2020*.⁸⁷

4.1. Jak se olomoucká mapa KKO tvořila

Prvotní impulsy provést mapování KKO v Olomouci a jeho okolí vznikly podle Petra Bilíka (jednoho z hlavních iniciátorů mapování KKO, pedagoga Katedry divadelních a filmových studií a proděkana Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci) v roce 2015. Jedním z nich byla hypotéza, že olomoucká aglomerace je sídlem mnoha úspěšných firem, jednotlivců či projektů v oblasti KKO, jež Olomouci zajišťují její prestiž i ekonomickou situaci. Druhou čistě pragmatickou rovinou bylo zjištění Jana Žůrka (absolventa Univerzity Palackého, v minulosti zakladatele Divadla na cucky a místopředsedy Asociace nezávislých divadel, v současné době radního Olomouckého kraje se zaměřením na kulturu a památkovou péči), že IDU vypsalo výzvu k mapování KKO na regionálních úrovních podle své metodiky. Univerzita Palackého tedy sestavila řešitelský tým v čele s Radkem Palaščákem, a Olomouc se tak stala prvním městem v ČR, které uskutečnilo mapování KKO podle *Metodiky mapování kulturních průmyslů na lokální a regionální úrovni – výstupu projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR prováděném IDU s certifikací Ministerstva kultury ČR, o němž již tato diplomová práce referovala.*

Mapování KKO probíhalo po vzoru metodiky IDU, takže popis detailního postupu zde není nutné uvádět. Přidanou hodnotou mapování KKO v Olomouci je však využití map, které metodika nepředepisuje a jejichž využití také nebylo v prvotním záměru projektu Univerzity Palackého. Shodou okolností a díky osobním vazbám se k týmu řešitelů přidal pedagog Katedry

⁸⁶ NÉTEK, Rostislav a BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1.

⁸⁷ NÉTEK, Rostislav, BURIN, Jaroslav a PÁZSTO, VÍT. *Fenomén brain drain města Olomouce – Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020. Specializovaná mapa*. [Online] Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://kcp.upol.cz/mapa/>. [citováno: 2023-04-23].

geoinformatiky Rostislav Nėtek vlastně s pouhou otázkou: „A kdo vám bude dělat mapy, když chystáte mapování?“⁸⁸

Celý projekt olomouckého mapování zastřešovala Univerzita Palackého, šlo tedy o akademický projekt a jeho další specifikum: „Museli jsme přesvědčit město, které bylo příjemcem výstupů, aby se stalo tzv. aplikačním garantem. Muselo nám projekt podepsat, aniž by ho ale nějak subvencovalo. Bylo nám však řečeno, že divadlo už je podpořeno a že nic dalšího není potřeba, že naše mapování KKO přinese jen další náklady. Bylo relativně složité docílit, aby město pochopilo účel a perspektivu KKO.“⁸⁹

Výsledky mapování přinesly hlavně kvantitativní data a ekonomický rozměr KKO v okrese Olomouc. Zjistilo se, jakým objemem KKO Olomoucko disponuje a že tedy má smysl s odvětvími koncepčně pracovat a využít je pro rozvoj města. Vznikla publikace *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*⁹⁰ a iniciativa *Kreativní Olomouc*⁹¹. Řešitelský tým výstupy mapování předkládal několikrát vedení města Olomouc, ale bohužel nepřišla žádná výrazná odezva.

Pro sektor KKO a pro Univerzitu Palackého však měla zjištění velký vliv (více o dopadech v kapitole 4.3. Jaké benefity a přesahy mají olomoucké kreativní mapy do současného kulturního plánování a dění na Olomoucku). Dle Petra Bilíka se doložilo očekávané: „že se aktéři v rámci segmentů moc neznají a také že mají často zakázky mimo Olomouc, a tak Olomouc outsourcuje služby KKO odjinud. Sám jsem se profackoval, protože jsem sem roky vozil tzv. umělce z Prahy. To byla zákonitost, chcete studentům udělat radost, přivezte umělce z Prahy, to je praxe. No a potom tady stojíte a říkáte si: ‚Kde jsou ti umělci?‘ No a oni tady nejsou, protože jsou v té Praze. Takže jsme si jako univerzita uvědomili, že i my dost přispíváme strategii brain drain.“⁹²

Univerzita v roce 2016 započala také další projekt s názvem Příprava adaptace VŠ na potřeby kulturních a kreativních průmyslů. Projekt měl za cíl zmapovat předměty a obory, jejichž absolventi by mohli najít uplatnění v KKO, a zjistit, jak dané obory a předměty reagují na měnící se potřeby trhu a zdali se teoretická výuka doplňuje i s praktickým vzděláváním.⁹³ Do projektu

⁸⁸ HRUŠKA, Magdaléna. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-08. Místo: online (Google Meet).

⁸⁹ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

⁹⁰ PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5254-8.

⁹¹ Více o iniciativě na webových stránkách Kreativní Olomouc. *Kreativní Olomouc – Aktivity*. [Online]. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/aktivity/>. [citováno 2023-4-27].

⁹² BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

⁹³ PALAŠČÁK, Radek. *Ojedinělý projekt pomůže studenty lépe připravit na požadavky praxe*. [Online] Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. Dostupné z: <https://www.upol.cz/zpravy/zprava/clanek/ojedinely-projekt-pomuze-studenty-lepe-pripravit-na-pozadavky-praxe/>. [citováno 2023-4-27].

se zapojilo celkem 11 českých univerzit, UPOL celý projekt garantovala a koordinovala. Petr Bilík o průběhu projektu uvádí:

„Zjišťovali jsme na univerzitách a vysokých školách, jak reagují na KKO, která mají ve svém okolí, jestli je vůbec vidí, zda spolupracují a jestli vůbec existuje nějaká zpětná vazba mezi okolními KKO a univerzitou. Musím říct, že ta zjištění byla neradostná, spousta univerzitních oborů nenavazuje na potenciál KKO, který mají ve vedlejší ulici. (...) Na zapojené vysoké školy jsme výsledky projektu posílali jako sérii doporučení, ale reakce mě tedy velmi zklamaly. Vážně nevím, kdo si kromě Univerzity Palackého přesně osvojil výstupy tohoto projektu. V tomto tedy naše akademická sféra velmi selhává.“⁹⁴

Na základě dvou předchozích projektů se Univerzita Palackého pustila do dalšího – *Motivace aktérů kreativních průmyslů v Olomoucké aglomeraci s mapovou přílohou Fenomén brain drain města Olomouce – Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020*. Brain drain znamená v češtině doslova „odliv mozků“. Popisuje odcházení jedinců z daného území, tedy ztrátu lidského kapitálu, zatímco příliv mozků (brain gain) značí zisk lidského kapitálu, který pramení z příchodu vysoce vzdělaných pracovníků. Vysoce vzdělanými nebo kvalifikovanými pracovníky se rozumí např. inženýři, lékaři, vědci ale i další, jež získali univerzitní diplom.⁹⁵ Jedním z cílů tohoto projektu bylo posílení pozice KKO v rámci olomoucké aglomerace prostřednictvím analýzy současné místní situace, druhým snaha přispět k zamezení brain drainu aktérů KKO a vytvoření podmínek pro rozvoj v této oblasti.

Metodami diskuzí u tzv. kulatých stolů s aktéry KKO v Olomouci, dotazníkového šetření pro absolventy UPOL a vytvoření prostorové identifikace obcí s nejvyššími odlivy obyvatel na základě rozboru dostupných dat, týkajících se faktorů působících na fenomén brain drain, byla sestavena publikace⁹⁶ s doporučeními pro zamezení odlivu kreativců z Olomouce a mapová příloha s šesti mapami věnující se fenoménu brain drain města Olomouce.

Během projektu však propukla celosvětová pandemie onemocnění COVID-19, která výrazně zasáhla i kulturní a kreativní sektor. Proto byly původní cíle výzkumu operativně rozšířeny i o výzkum dopadů první vlny pandemie a souvisejících vládních opatření na sektor KKO. Snahou řešitelů se také stalo popsat a analyzovat strategie, jimiž aktéři KKO reagovali na situaci pandemie.

⁹⁴ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

⁹⁵ KROTKÝ, Jan. *Odliv a příliv mozků*. [Online] Encyklopedie migrace, 2018. Dostupné z: <https://www.encyclopediaofmigration.org/odliv-a-priliv-mozku/>. [citováno: 2023-04-26].

⁹⁶ NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1.

Ať už do prvotního mapování KKO v Olomouci nebo do výzkumu motivací aktérů KKO s fenoménem brain drain se zapojili i studenti Univerzity Palackého. Jednalo se o společný projekt Filozofické fakulty (Katedra divadelních a filmových studií) a Přírodovědecké fakulty (Katedry geoinformatiky), k výzkumu motivací se přidala i Pedagogická fakulta. Na dané téma vzniklo několik bakalářských a magisterských prací, jejichž výstupy byly částečně začleněny do publikací o projektech (např. magisterská práce Jakuba Kohna *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*⁹⁷, bakalářská práce Terezy Kačírkové *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*⁹⁸ nebo bakalářská práce Jana Chloupeka *Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*⁹⁹).

Co se týče financování projektů mapující KKO na Olomoucku, přinesla regionu velkou výhodu skutečnost, že se do mapování pustila univerzita. Jednalo se o mnohem menší částky na přípravu, než když podobné projekty řeší externí firmy. Univerzita Palackého využívala bezplatně svých kapacit, ať už z řad pedagogů nebo studentů, na všechny zmíněné projekty se však podařilo získat i menší externí příjmy. Na prvotní projekt mapování KKO obdržela univerzita příspěvek z IDU, projekt *Příprava adaptace VŠ na potřeby kulturních a kreativních průmyslů* byl financován z tzv. Centralizovaného rozvojového programu (CRP) pro veřejné vysoké školy a projekt *Motivace aktérů kreativních průmyslů v Olomoucké aglomeraci* podpořila Technologická agentura ČR (TA ČR): „V dnešní době se podobné projekty dělají za miliony, my jsme to vše provedli kompletně za maximálně 200 000 Kč.“¹⁰⁰

Překážkou, na kterou řešitelé výzkumů během procesu naráželi, byla hlavně skepse z řad aktérů KKO a nedůvěra politiků. Podle řešitelů v počátku mapování panovala vzájemná nesnášenlivost mezi jednotlivci KKO a institucemi: „Pamatuji se na velmi ostré výpady v počátku. Velmi ostré.“¹⁰¹ Hruška a Néték navíc uvádějí, že metodika mapování IDU měla nedostatky, které se v praxi ukázaly jako velmi problematické. Hlavním problémem bylo především vymezení KKO, mapováním pomocí metodiky se totiž vygenerovalo mnoho olomouckých subjektů, které ale do KKO vůbec nespádají, a naopak podle kritérií metodiky by mezi subjekty KKO řešitelé nemohli zařadit významné firmy v regionu, které ale podle nich do KKO spadají.¹⁰² Tvůrci tedy museli metodiku IDU mírně upravit pro místní poměry.

⁹⁷ KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017.

⁹⁸ KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.

⁹⁹ CHLOUPEK, Jan. *Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.

¹⁰⁰ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

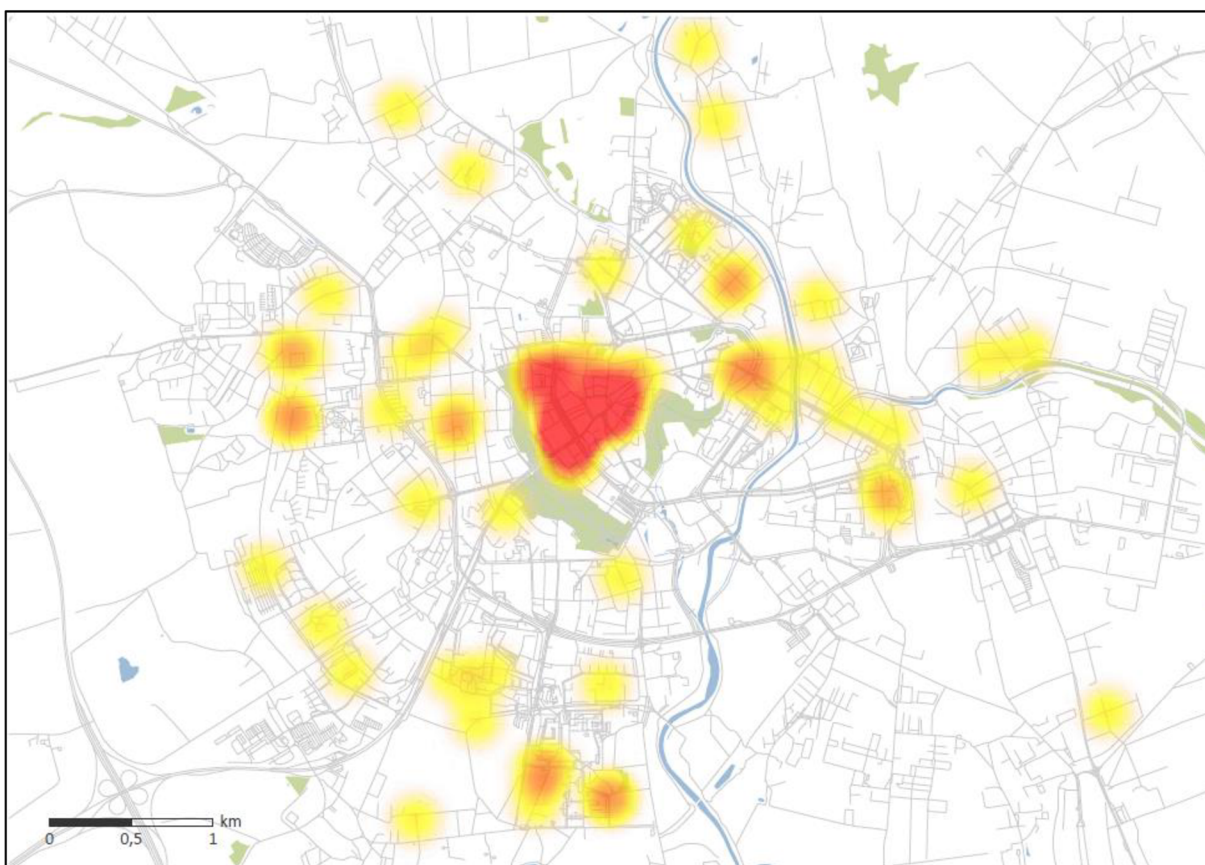
¹⁰¹ Tamtéž.

¹⁰² HRUŠKA, Magdaléna. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-08. Místo: online (Google Meet); NÉTEK, Rostislav. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-17. Místo: online (Google Meet).

4.2. Co všechno se dá z kreativních map Olomouce vyčíst

4.2.1. Mapová příloha publikace *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku* (2017)

Mapové přílohy prvotního mapování KKO na Olomoucku najdeme v samotném textu ale především závěru publikace *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*.¹⁰³ Publikace sumarizuje výsledky mapování, takže předkládá počty subjektů, právní formy, obraty, počet zaměstnanců i trendy jak v celé oblasti KKO, tak pro každé odvětví zvlášť (scénická umění; výtvarné umění; kulturní a umělecké vzdělávání; kulturní dědictví; TV a rozhlas, film a video; hudba; literatura, knihy a tisk; vývoj software; architektura; oděvnictví a módní design; design; reklama). V jednotlivých kapitolách daných odvětví nalezneme vždy mapu intenzity výskytu subjektů v odvětví:



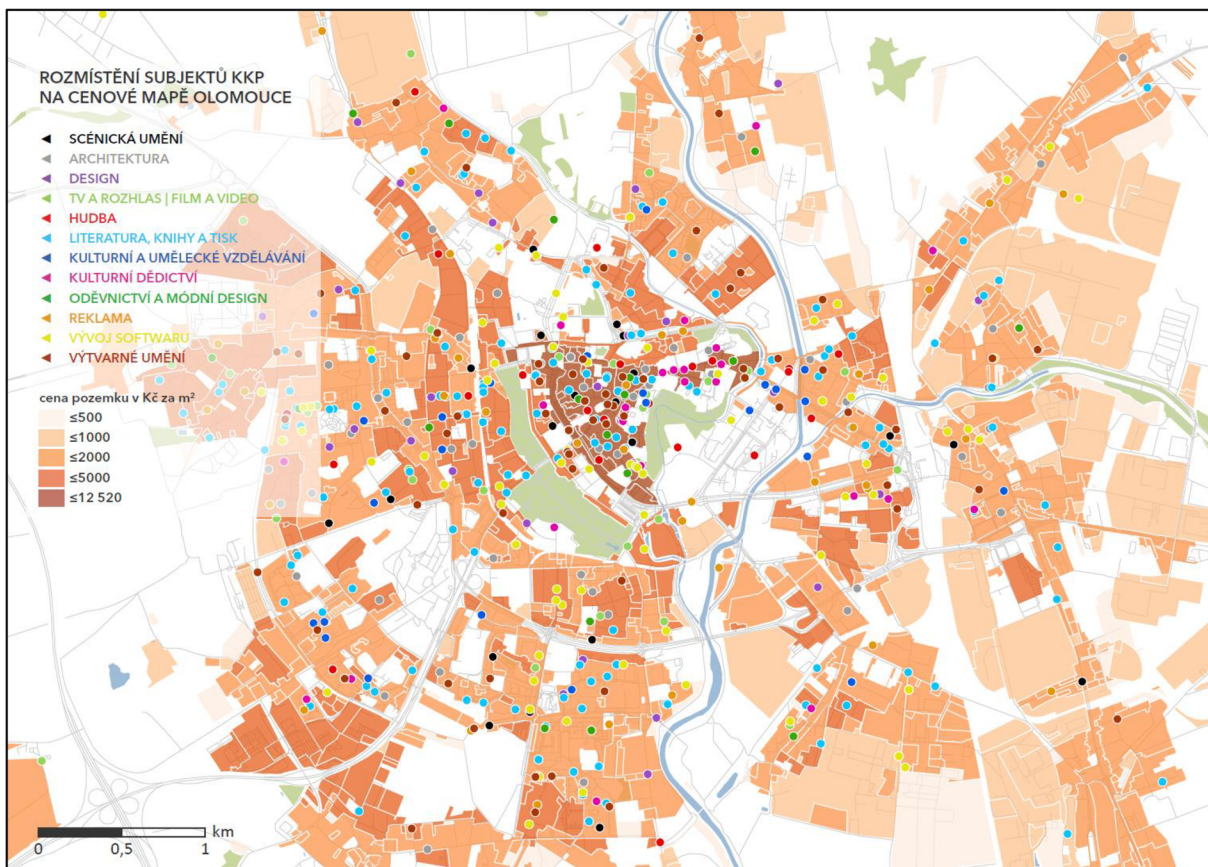
Obrázek 7: Mapa intenzity výskytu subjektů v odvětví výtvarné umění (Olomouc)

(Zdroj: PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 28. ISBN 978-80-244-5254-8.)

V závěru publikace je přiloženo pět map zobrazujících rozmístění subjektů KKO v Olomouci, intenzitu výskytu subjektů KKO v Olomouci, rozmístění subjektů na cenové mapě Olomouce,

¹⁰³ PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5254-8.

rozmístění subjektů KKO v okrese Olomouc a intenzitu výskytu subjektů KKO v okrese Olomouc.



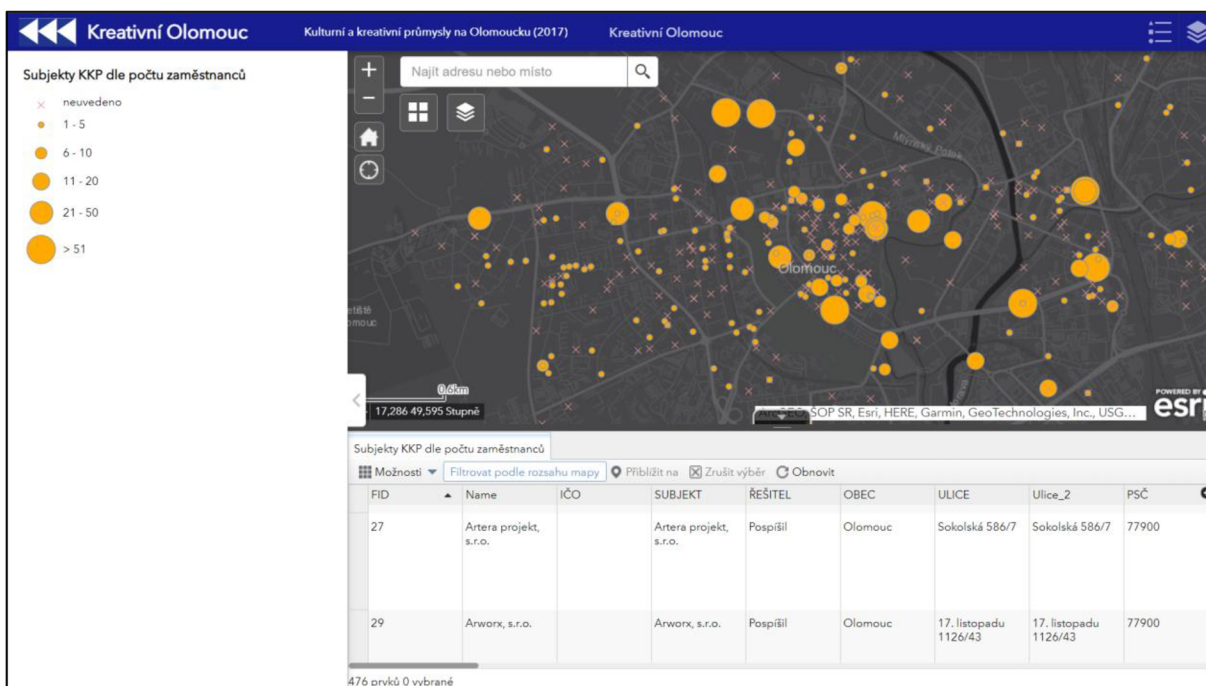
Obrázek 8: Mapa rozmístění subjektů KKO na cenové mapě Olomouce

(Zdroj: PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 99. ISBN 978-80-244-5254-8.)

Mapové výstupy projektu jsou také k dispozici ve webové interaktivní mapě¹⁰⁴, již zajišťuje iniciativa Kreativní Olomouc. Běžný uživatel si zde může sám pomocí vrstev najít informace o rozmístění subjektů KKO, potenciálu lokalit pro rozvoj KKO, pěší a MHD dostupnosti subjektů KKO, rozdělení kulturních a kreativních aktérů podle počtu zaměstnanců a další. Zatímco v mapách v publikaci, jsou subjekty KKO anonymizované, na webové interaktivní mapě si každý uživatel může subjekt rozkliknout a dozví se o něm následující informace: název subjektu; přesnou adresu; e-mail a telefonní číslo; webovou stránku subjektu, odvětví, datum vzniku a dobu působení; druh vlastnictví a právní formu. Ve spodní části webového rozhraní si uživatel může otevřít seznam subjektů, v němž je možné filtrovat podle aktuálně zobrazené

¹⁰⁴ Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Webová mapová aplikace. [Online] 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27].

plochy mapy. V seznamu najdeme ještě informace o počtu zaměstnanců subjektu a zařazení podle NACE.



Obrázek 9: Webová mapa Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku - vrstva subjekty KKP dle počtu zaměstnanců

(Zdroj: Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku. Webová mapová aplikace.* [Online] 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27].)

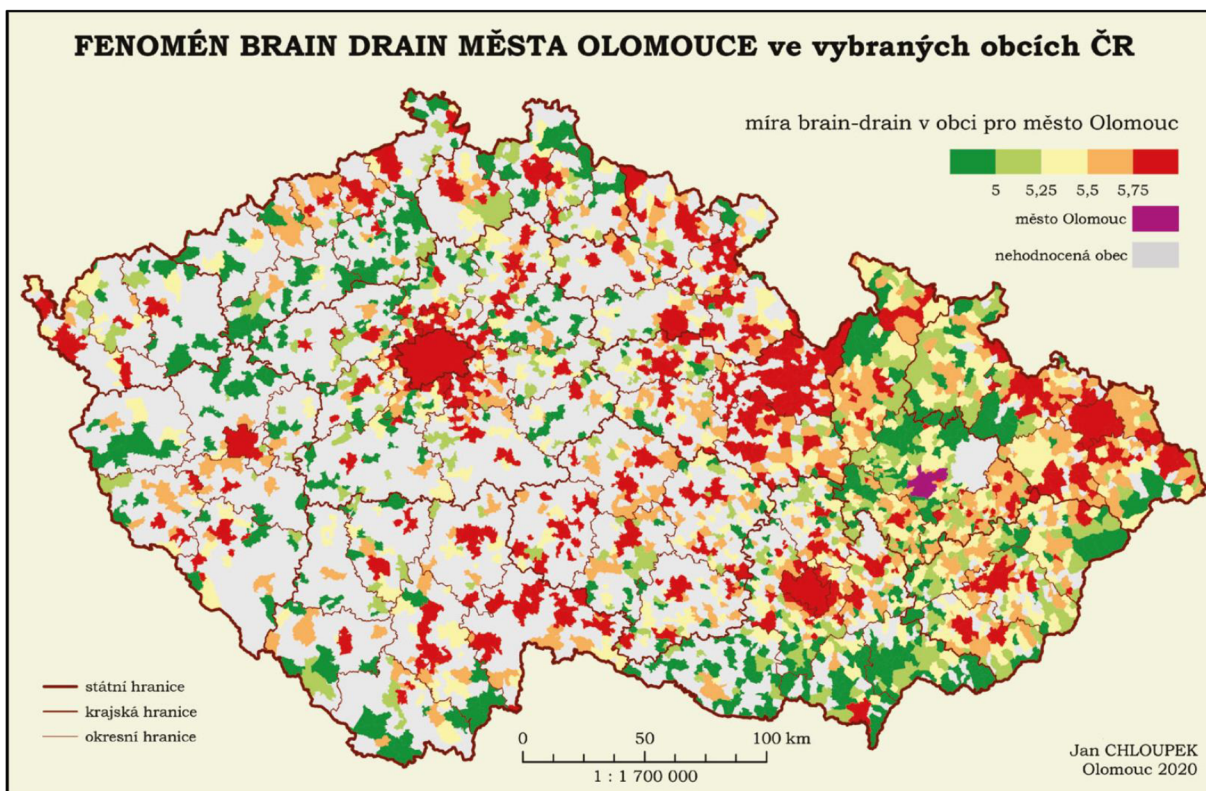
Během tvoření kulturních a kreativních map v roce 2017 tedy došlo jak k vytvoření „primárních“ map (využívajících primárních dat získaných mapováním: rozmístění subjektů KKO, počet zaměstnanců subjektů KKO aj.), tak i ke kombinaci s daty a mapami sekundárními: ceny pozemků, pěší dostupnost, parkoviště, zastávky MHD (včetně map pěší dostupnosti zastávek MHD a zón obslužnosti zastávek MHD).

4.2.2. Mapy Brain drain města Olomouce (2020)

Mapová příloha projektu *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu s názvem Fenomén brain drain města Olomouce* s podtitulem *Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020* obsahuje celkem šest map. Hlavní mapa je výsledkem unikátní syntézy deseti vstupních faktorů a podává komplexní přehled o míře brain drainu z Olomouce do ostatních měst ČR. Řešitelé (v čele se studentem Janem Chloupekem, který se tomuto prostorovému vyhodnocení věnoval v rámci své bakalářské práce¹⁰⁵ na Katedře geoinformatiky UPOL) zhodnotili faktory, které

¹⁰⁵ CHLOUPEK, Jan. *Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.

ovlivňují brain drain (konkrétně: saldo dlouhodobé migrace, saldo denní dojíždky, geografická vzdálenost, podíl nezaměstnaných osob, hustota zalidnění, podíl obyvatel ve věku 15–29 let, podíl ekonomických subjektů zaměstnaných v terciéru, počet dokončených bytů, cena za 1 m² bytu a index kvality života) a vytipovali potenciální obce v ČR, do nichž vzdělaní a kvalifikovaní pracovníci míří. Jako obce s nejvyššími hodnotami míry brain drain města Olomouce se jeví: 1. Praha, 2. Brno, 3. Ústí nad Orlicí a 4. Plzeň.



Obrázek 10: Mapa fenoménu brain drain města Olomouce ve vybraných obcích v ČR
 (Zdroj: NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 47. ISBN 978-80-244-5844-1.)

Pro snadnější dostupnost výsledků práce Jana Chloupka byla vytvořena mapová aplikace¹⁰⁶, která přehledně zobrazuje hlavní výsledek práce – míru fenoménu brain drain města Olomouce spolu se všemi hodnocenými faktory.

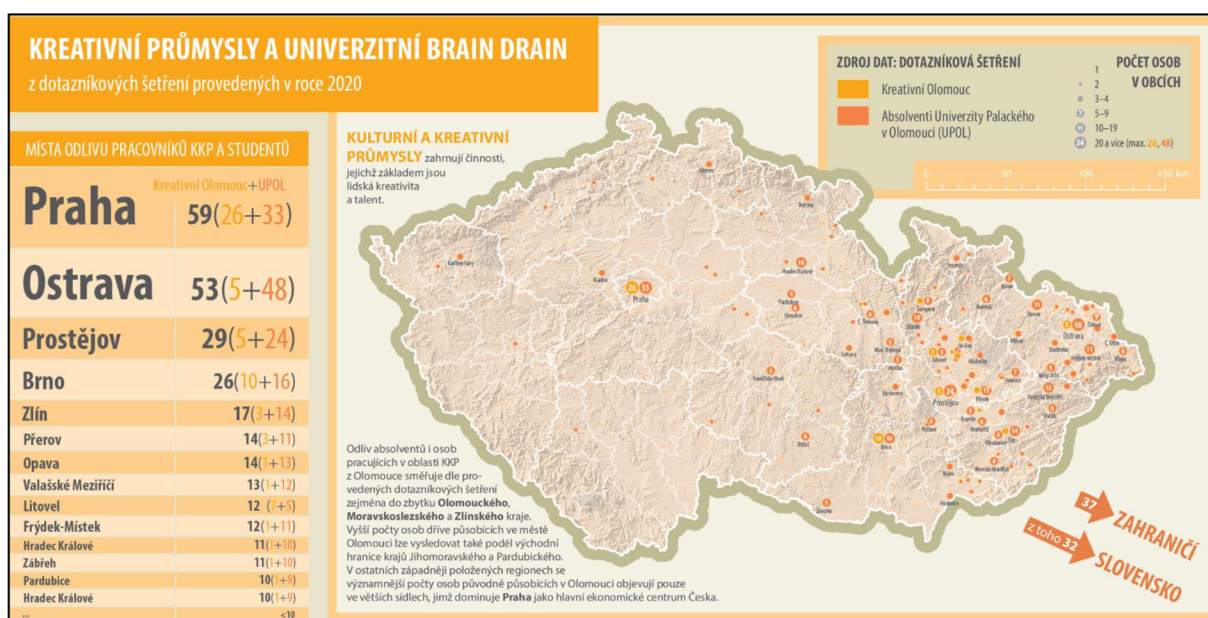
KKO se přímo věnuje jedna z doplňkových map a tabulek mapové přílohy projektu. Na základě diskuzí s aktéry KKO a dotazníkového šetření mezi absolventy UPOL pod záštitou univerzitního programu Absolvent byla určena místa odlivu pracovníků a studentů v oblasti KKO. Aktérům KKO působícím mimo olomouckou aglomeraci byla kladena série otázek s cílem popsat a

¹⁰⁶ CHLOUPEK, Jan. *Protorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*. Webová aplikace. [Online] 2020. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=b87066fec4a14680b7f5bb8f96533870>. [citováno: 2023-04-29].

kvantifikovat motivátory spojené s jejich místem výkonu profesních aktivit. Nejsilnějším motivátorem pro opuštění Olomouce mezi respondenty bylo nedostatečné množství pracovních příležitostí a rodinné zázemí.

Nétek a Bilík píšou: „Odliv absolventů i osob pracujících v oblasti KKO z Olomouce směřuje dle provedených dotazníkových šetření zejména do zbytku Olomouckého kraje, do kraje Moravskoslezského a Zlínského. Vyšší počty osob dříve působících ve městě Olomouci lze vysledovat také podél východní hranice krajů Jihomoravského a Pardubického. V ostatních západněji položených regionech se významnější počty osob původně působících v Olomouci objevují pouze ve větších sídlech, jimž dominuje Praha.“¹⁰⁷

Na mapě je zřejmé, že výsledky dotazníkových šetření v oblasti KKO ve velké míře naplňují predikci Jana Chloučka o míře obecného brain drainu města Olomouce.



Obrázek 11: Mapa odlivu aktérů ve sféře KKO z Olomouce

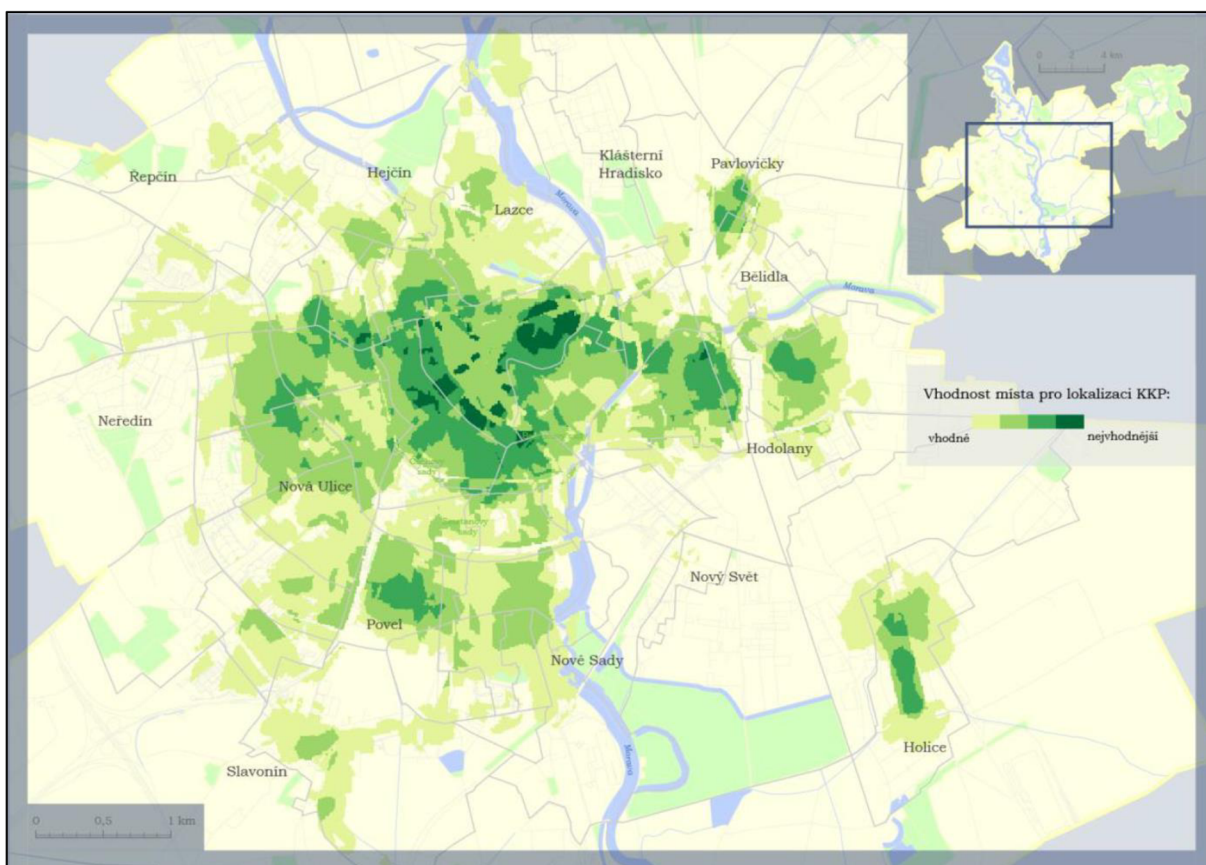
(Zdroj: NÉTEK, Rostislav, BURIN, Jaroslav a PÁZSTO, VÍT. *Fenomén brain drainu města Olomouce – Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020. Specializovaná mapa.* [Online] Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://kcp.upol.cz/mapa/>. [citováno: 2023-4-23].)

4.2.3. Další univerzitní práce spojující KKO a kartografii

Na mapování KKO v roce 2016 a publikaci *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku* navázala bakalářská práce Terezy Kačírkové s názvem *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů*

¹⁰⁷ NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 95. ISBN 978-80-244-5844-1.

Olomouce¹⁰⁸ na Katedře geoinformatiky UP, jejíž výstupy lze nalézt přehledně na webových stránkách práce.¹⁰⁹ Kačírková pomocí map vyvrátila hypotézu, že kreativní odvětví v Olomouci, respektive určité skupiny KKO jsou na sebe navázány a tvoří prostorové shluky. Zajímavým zjištěním autorky ale bylo, že lokalizace jednotlivých odvětví navzájem výrazně nekoreluje. Celkový sektor KKO bez rozlišení dílčích odvětví ale shlukování vykazuje. Využitím kartografických metod byl ale potvrzen předpoklad, že existuje prostorová závislost lokalizace KKO na: centru města, na zastávkách MHD (60 % KKO se nachází ve vzdálenosti do 200 metrů od zastávky), obchodech, parcích, počtu obyvatel v obvodu či ceně pozemku. Kačírková pak pro vybraná odvětví KKO (např. vývojáři software) na základě individuálních kritérií pro každé z nich stanovila vhodnost jejich lokalizace na území města a vytipovala objekty, ve kterých by potenciálně mohlo sídlit kreativní centrum.



Obrázek 12: Místa vhodná pro lokalizaci týmu vývojářů softwaru v Olomouci

(Zdroj: KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 40.)

¹⁰⁸ KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.

¹⁰⁹ KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Webová stránka bakalářské práce [Online] Katedra geoinformatiky, Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://geoinformatics.upol.cz/dprace/bakalarske/kacirkova20/>. [citováno: 2023-04-24].

4.3. Jaké benefity a přesahy mají olomoucké kreativní mapy do současného kulturního plánování a dění na Olomoucku

Pro analýzu přesahů olomouckých kulturních map jsem zvolila metodu rozhovorů s řešiteli projektů věnujícím se KKO v Olomouci, a to s Magdalénou Hruška (dříve Petrákovou, předsedkyní spolku Kreativní Olomouc), Petrem Bilíkem (pedagogem Katedry divadelních a filmových studií a proděkanem Filozofické fakulty UPOL) a Rostislavem Nétkem (pedagogem Katedry geoinformatiky UPOL). Zároveň došlo i k analýze současných kulturních strategií města Olomouc a Olomouckého kraje.

Všichni tři dotazovaní se shodují, že není možné měřit dopady samotných kulturních a kreativních map bez dalších výstupů jednotlivých mapovacích projektů. Mapování KKO na Olomoucku se nerealizovala jen pro vznik map, proto jsou všechny uvedené benefity a přesahy důsledkem všeobecného mapování KKO než přímo map, mapy však napomohly k lepšímu porozumění problematice KKO na Olomoucku a sloužily jako nástroj komunikace. Petr Bilík dodává: „Ono to vzdáleně s těmi mapami všechno souvisí. Kdybychom neměli mapové podněty, nenapadlo by nás region vnímat jako region nebo jako aglomeraci, nenapadlo by nás se posouvat dál. Nenapadlo by nás vůbec uvažovat geograficky.“¹¹⁰

Členové řešitelských týmů, kteří jsou zároveň aktivními občany Olomouce, se kterými byly dopady konzultovány, uvádějí, že prvotní reakce na výstupy projektů např. z řad zastupitelstva města nebo kraje nebyly moc přívětivé: „Začali jsme s tím mávat všude, donesli jsme to na město, ale tam žádná odezva. Až možná díky COVIDU-19 se zjistilo, že mají KKO velký potenciál a zpětně se zjistily benefity naší univerzitní práce v oblasti KKO, až tak po dvou třech letech.“¹¹¹ Dodávají však, že výzkumy měly výrazný vliv na popularizaci a zvýšení povědomí o KKO jak mezi veřejností, tak i v politických kruzích: „Myslím, že se nám z role otloukánka podařilo udělat switch¹¹², že když se dnes na městě nebo kraji řekne KKO, už nikdo neřekne ‚Ale my divadlo už podporujeme‘. To už není možné.“¹¹³

Mezi první konkrétní dopad mapování KKO na Olomoucku je vznik iniciativy Kreativní Olomouc, později stejnojmenného zapsaného spolku. Kreativní Olomouc vznikla již při prvotním mapování KKO konaném v roce 2016 (zapsaný spolek až v roce 2020, dříve byla iniciativa vázána na Univerzitu Palackého). Má za cíl podporovat lokální podnikání v KKO, sloužit jako platforma pro diskuzi, setkávání zástupců KKO a sdílení zkušeností a dobré praxe a přispívat

¹¹⁰ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

¹¹¹ NÉTEK, Rostislav. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-17. Místo: online (Google Meet).

¹¹² Switch = výrazný obrat, změna (vlastní překlad).

¹¹³ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

k udržitelnému rozvoji města Olomouc, a tím pozitivně ovlivňovat jeho směřování.¹¹⁴ Kreativní Olomouc např. pořádá různé vzdělávací semináře, diskuze či konference, pomáhá nebo sama reprezentuje olomoucké kreativní aktéry na českých i zahraničních konferencích či networkingových akcích, založila akci Otevřené ateliéry v Olomouci (Open Studios Olomouc) a významně se podílela na již zmiňovaných výzkumech: *Výzkum motivací aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci a návrh strategie pro posílení segmentu a Příprava adaptace VŠ na potřeby kulturních a kreativních průmyslů*. Mimo to spravuje databázi kreativních subjektů a vydává katalogy *DESIGN*, které rozvedu podrobněji, protože úzce souvisí s návazností na mapování KKO a kreativní mapy Olomouce.

V rámci mapování KKO na Olomoucku v roce 2016 vznikla primární databáze subjektů s celkem 4 374 položkami, které byly doplněny o dalších 462 subjektů.¹¹⁵ Seznam subjektů však sloužil pouze k analýze aktuálního stavu, struktury a dynamiky odvětví, nedošlo ke zveřejnění databáze veřejnosti nebo dalším cílovým skupinám. V roce 2020, kdy vznikl další projekt univerzity na poli KKO (zjišťování motivací kulturních a kreativních aktérů spojené s fenoménem brain drain), během kterého přišla pandemie onemocnění COVID-19, byla databáze verifikována a zveřejněna v souvislosti s kampaní Podporujeme kreativní Olomouc. Kampaň měla za cíl zvýšit povědomí o rozsahu a intenzitě lokálního kreativního klimatu: „Stovky kreativců, firem a institucí najdete v naší databázi, která vám pomůže při plánování víkendového programu, při stavbě domu, s návrhem firemního loga, u složitého počítačového problému, nebo když se rozhodnete pořídit dětem lokální hračky a k Vánocům překvapit své okolí originálními dárky. Stačí jen nastavit filtr – a najít to, co potřebujete. Přímo ve vedlejší ulici.“¹¹⁶ Řešitelé využili nástrojů jak on-line kampaně, tak i např. velkoplošných billboardů ve městě a okolí.

Databáze je stále přístupná na webu Kreativní Olomouce¹¹⁷. Každý uživatel může najít instituci či jednotlivce v oblasti KKO pomocí názvu subjektů, odvětví, tagů (=štítek, např. svatba, web, folklor aj.), sídla (čtvrť města Olomouc a okolí obce). Dá se také vybrat možnost, zda subjekt pořádá veřejně přístupné akce nebo aktivity. Podle Magdalény Hruška, která veřejnou databázi spravuje, nelze přesně určit, kdo je nejčastějším uživatelem databáze: „Občas se k nám ke

¹¹⁴ Kreativní Olomouc z. s.. *Výpis ze spolkového rejstříku*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=1080466&typ=PLATNY>. [citováno: 2023-04-30].

¹¹⁵ NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 31. ISBN 978-80-244-5844-1.

¹¹⁶ NÉTEK, Rostislav. *Podporujeme Kreativní Olomouc*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://kcp.upol.cz/podporujeme-kreativni-olomouc/>. [citováno: 2023-04-30].

¹¹⁷ Kreativní Olomouc. *Kreativní Olomouc: Databáze*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://databaze.kreativniolomouc.cz/databaze/>. [citováno: 2023-04-30].

Kreativní Olomouci dostane, že např., když někdo chystal konferenci, tak využil databázi pro kontakty, nebo když nějaká firma hledala IT služby, vyhledávala přes naší databázi. Hodně databázi využívá Okresní hospodářská komora, když poptává službu nějakého kreativce.“¹¹⁸

Co se týče aktualizace databáze, data v ní spravuje předsedkyně spolku Kreativní Olomouc Magdaléna Hruška. KKO je však velmi živý sektor s většinou působících subjektů jako OSVČ, subjekty tak mají velkou tendenci rychle vznikat, ale i zanikat. Hruška dodává, že styl, kterým Kreativní Olomouc databázi aktualizuje určitě není vhodný a přesný: „Snažím se být v obraze a doplnit informace o subjektu, který vím, že vznikl, ale rozhodně už nemám kapacitu mazat neaktivní subjekty. Také máme možnost pomocí formuláře v databázi, že mohou uživatelé přidat subjekt, který v databázi chybí. Tyto navržené subjekty pak schvaluji. Touto cestou nám přibývá zhruba jeden, někdy dva subjekty týdně. Chtělo by to ale minimálně každé tři roky udělat revizi a vymazat neaktuální položky.“¹¹⁹

V současné době však plánuje databázi subjektů KKO rozšířit a převzít Olomoucký kraj prostřednictvím Inovačního centra Olomouckého kraje (ICOK). Kraj se chce zapojit do již zmiňované výzvy Národního plánu obnovu s názvem Mapování a tvorba regionálních strategií kulturních a kreativních odvětví vypsane Ministerstvem kultury ČR a následně pak data využít pro rozvoj veřejné databáze.¹²⁰

V roce 2020 se objevil další hmatatelný dopad mapování KKO na Olomoucku – vydávání katalogů *DESIGN*: „Když už víme, jaké skvělé kreativní lidi tady máme, tak co kdybychom jim začali dělat katalogy.“¹²¹ Univerzita Palackého se společně s Kreativní Olomoucí rozhodla vlastní kreativní aktivitou podpořit pozitivní vnímání olomouckých KKO formou propagačních katalogů. Obsahově celá edice katalogů čerpá ze zmiňované online databáze kreativních subjektů Kreativní Olomouc, ovšem do každého čísla katalogu je vybráno 20 až 25 subjektů, které jsou představeny silnou vizuální formou, graficky i fotografiemi. Kromě vizuální prezentace nabízejí katalogy texty v češtině i angličtině a jsou k dispozici nejen v tištěné, ale i online verzi.¹²² Edice katalogů *DESIGN* má již pět čísel, třetí z katalogů je tematicky zaměřen na oblast Jeseník a Šumperk, ostatní katalogy prezentují obecně oblast Olomoucka. Chystá se však další číslo se zaměřením na Přerov a Prostějov. Podle Petra Bilíka je po katalozích *DESIGN* v regionu velká poptávka: „Některé díly už jsou úplně pryč, trochu se z toho stal až sběratelský artikl. (...) Regionální hospodářská komora toho odebírá metráky a chlubí se tím

¹¹⁸ HRUŠKA, Magdaléna. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-08. Místo: online (Google Meet).

¹¹⁹ HRUŠKA, Magdaléna. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-08. Místo: online (Google Meet).

¹²⁰ Tamtéž.

¹²¹ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

¹²² Kreativní Olomouc. *Katalog DESIGN*. [Online] 2022. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/aktivity/katalog-design/>. [citováno 2023-05-01].

na svých akcích, katalogy odebírají i např. regionální kavárny a mnoho dalších. Je to totiž vlastně hrozně hezký artefakt dokazující, že čemu byste se za běžných okolností vysmívala, tzn. nějaké regionální hanácké umění, má najednou úplně jiný lesk a hodnotu.“¹²³

Dá se říci, že mapovací projekty KKO realizované univerzitou měly pozitivní vliv i na strategické dokumenty města a kraje. Jak už bylo předesláno o pár odstavců dříve, město zpočátku s výsledky mapování a doporučeními univerzity pracovat nechtělo. Odstupem času však město i kraj pochopily významnost KKO pro region a nechaly zpracovat nové kulturní strategie. Oba dokumenty jak *Strategii rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027*¹²⁴, tak i *Koncepci rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029*¹²⁵ pomáhala municipalitám sestavovat externí agentura ONplan lab. Agentura využívala data, kontakty i řešitele mapovacích projektů realizovaných Univerzitou Palackého. Lze tedy zkonstatovat, že díky práci univerzity měla agentura sestavování strategických dokumentů snazší a díky dlouhodobé propagaci konceptu KKO ve vedení města i kraje se KKO propsaly do strategií velkou měrou. Důkazem může být nejen to, že se KKO objevily již v samotných názvech dokumentů, ale nespočet cílů a opatření mířících přímo na KKO a nejen na kulturní jádro, které se objevovalo v předchozích strategiích. Ze strategie města můžeme jako příklad uvést *Opatření 1.3.1 Vytvoření institucionálního zázemí pro rozvoj podnikání v KKO*. Město si předsevzalo, že vznikne pozice koordinátora na magistrátu města nebo že se agenda KKO stane pravidelnou součástí programu komise pro hospodářský rozvoj města a že v komisi budou mezi členy relevantní experti na KKO.¹²⁶ Z krajské koncepce vybírám příklad *Opatření 2. 2. 4. Rozvoj finančních i nefinančních nástrojů podpory podnikání v KKO*. Kraj plánuje zavést kreativní vouchery na podporu spolupráce kreativců a regionálních firem či spolupracovat na vzniku platformy typu klastr pro síťování aktérů KKO, veřejné správy a dalších subjektů.¹²⁷

4.4. Deficity kulturních a kreativních map Olomouce a jejich další potenciál

Výrazným deficitem kulturních a kreativních map Olomouce je jejich neaktuálnost. Mapy vznikly společně s výstupy z projektů, jejichž byly přílohami, a od té doby nedošlo k jejich

¹²³ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

¹²⁴ ONplan lab, s. r. o. *Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027*. Olomouc: Statutární město Olomouc, 2022.

¹²⁵ ONplan lab, s. r. o. *Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029*. Olomouc: Olomoucký kraj, 2022. ISBN: 978-80-7621-060-8.

¹²⁶ ONplan lab, s. r. o. *Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027*. Olomouc: Statutární město Olomouc, 2022., s. 17.

¹²⁷ ONplan lab, s. r. o. *Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029*. Olomouc: Olomoucký kraj, 2022, s. 63. ISBN: 978-80-7621-060-8.

aktualizaci. V současné době už tedy mají nedostatečnou výpovědní hodnotu. Online databáze kreativních subjektů Kreativní Olomouc však revizí prochází, byť není zcela dokonalá. Proto se nabízí aktualizovat právě podle této databáze webovou mapu KKO a zpřístupnit ji veřejnosti a dalším cílovým skupinám, které by ji mohly využívat pro svůj rozvoj. Současná webová mapa KKO¹²⁸ není patrně kvůli neaktuálnosti (data v této mapě pochází z mapování v roce 2016) snadno uživatelsky dohledatelná. Nedostaneme se k ní např. skrze webové stránky Kreativní Olomouce (jako tomu bylo v minulosti a jako je to u databáze subjektů), nalézt se dá jen velmi složitě přes webové stránky bakalářské práce Jakuba Kohna.¹²⁹ Webová mapa KKO Olomouce by si určitě zasloužila být zařazena mezi mapy na datovém portálu města.¹³⁰ Po vzoru geoportálu Prahy by tak mohl samotný uživatel kombinovat data z kultury z různých oblastí, které město zveřejňuje, jako je v případě Olomouce např. cenová mapa, územní plán, kvalita ovzduší nebo chystající se pocitová mapa města.

Na velký nedostatek mapy věnující se fenoménu brain drain v oblasti KKO přišli řešitelé při sestavování výstupů tohoto projektu. Při zanesení dat z dotazníků do map se ukázalo, že poměrně velké množství kulturních a kreativních aktérů, kteří studovali nebo dříve tvořili v Olomouci, nyní působí ve městě Litovel. Toto zjištění nedávalo řešitelům žádný smysl, neboť nemohli zkonstatovat, že by v Litovli probíhal nárůst KKO, obecně lze totiž říci, že Litovel je velmi živé a kreativní město. Touto pochybností se přišlo k zjištění, že aktéři KKO, kteří se přesunuli do Litovle, v daném místě nepůsobí, pouze zde bydlí a nadále působí převážně v Olomouci. Přesunu aktérů pomohla dobrá dostupnost Olomouce pomocí místní dálnice: „Mapa sama o sobě je zajímavá věc, ale musí tam být vždy nějaká sociologická interpretace. Jakmile se to nechá jen tak, tak se dojde k tomu, že v Litovli jsou KKO, ale oni tam nejsou.“¹³¹

Významný potenciál olomoucké kreativní mapy popsal Petr Bilík jako svůj velký sen, který by ze všech projektů univerzity i Kreativní Olomouce mohl vzejít: „Já si myslím, že by měla vzniknout aplikace na způsob mapy s KKO službami. Máme sice databázi, ale zkuste si představit, že má člověk v mobilu či na webu aplikaci, kde si nafiltruje např. šperkař a ukáže se mu, že hned v okolí má hned tři autorské šperkaře. Takže až bude kupovat dárek k Vánocům,

¹²⁸ Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Webová mapová aplikace. [Online] 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27]).

¹²⁹ KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc: Výstupy práce*. Webová stránka magisterské práce [Online] 2017. Katedra geoinformatiky, Univerzita Palackého Dostupné z: <https://www.geoinformatics.upol.cz/dprace/magisterske/kohn17/vystupy.html>. [citováno 2023-05-01].

¹³⁰ Statutární město Olomouc: Odbor informatiky a Smart City. *Datový portál statutárního města Olomouce*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://data.olomouc.eu/aplikace-statutarniho-mesta-olomouce/>. [citováno 2023-05-01].

¹³¹ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

nemusí jet do nákupního centra do hlavního města. Nebo se vždycky shání kapely nebo hudebníci na svatbu a oni jsou třeba přímo za kopcem fenomenální a my o nich nevíme. (...) Byla by to vlastně taková gastromapa Lukáše Hejlíka¹³², akorát v provedení kulturních a kreativních odvětví.“¹³³

¹³² Lukáš Hejlík je český herec, moderátor, blogger a autor úspěšného projektu Gastromapa Lukáše Hejlíka. Původní hejlíkův blog s tipy na gastronomické podniky po celé ČR dospěl k vydání knihy 365 či k tvorbě zmiňované aplikace, která je dostupná ke stažení pro chytré mobilní telefony nebo na webových stránkách: HEJLÍK, Lukáš. *Gastromapa Lukáše Hejlíka*. [Online] 2023. Dotupné z: <https://gastromapa.hejlik.cz/>. [citováno 2023-05-01].

¹³³ BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).

Závěr

Magisterská diplomová práce s názvem *Potenciál využití kulturních map* zkoumala výhody propojení dat z oblasti kulturních a kreativních odvětví (KKO) s kartografickými metodami. Pro kontext byla nastíněna definice kulturních a kreativních odvětví, jejich význam pro dané území, překážky rozvoje KKO v České republice (především absence a nepřesnost dat, která se o daném sektoru sbírají) a aktuální příležitosti pro rozvoj KKO v ČR. V současné chvíli se chystá mapování KKO ve všech krajích republiky, a proto je téma potenciálu využití kulturních map velmi aktuální.

Práce pomocí výzkumných otázek, jak se kulturní mapy tvoří, co všechno se z map dá vyčíst, pro koho a jak mohou být užitečné, potvrdila hypotézu, že efektivní podpory KKO dosáhneme snadněji, pokud při kulturním plánování (při sestavování kulturních politik, strategií či akčních plánů) uvažujeme i v geografické dimenzi. Projekty mapování KKO, které předcházejí tvorbě kulturních strategií, jež využily nástroj map, došly k lepším výsledkům pochopení potřeb sektoru. Mapy také hrají pozitivní roli při komunikaci výsledků mapování zainteresovaným stranám – veřejnosti, kulturním a kreativním aktérům, vedení municipalit aj. Mezi hlavní pozitiva mapování KKO s využitím map ve vztahu k samosprávám, které bývají nejčastějším zadavatelem a uživatelem kulturních map, patří:

- Disponování daty pro analytické a plánovací procesy v oblasti KKO ve vztahu ke konkrétním místům: podklad pro podporu kulturních aktérů a programů, vytváření finančních i nefinančních nástrojů pro rozvoj kultury.
- Rozpoznání potenciálu KKO.
- Podklady pro marketing, budování značky a konkurenceschopnosti města/kraje, argumentační základ pro komunikaci o významu KKO v dané lokalitě.
- Vytváření sítí, spolupráce a komunikace s aktéry, ale i podklad pro diskuzi a komunikaci s veřejností a soukromými investory.
- Mezioborová srozumitelnost tématu, jak pro pracovníky měst (lepší komunikace mezi různými odbornými pracovišti úřadu), tak i mezi kulturními aktéry, architekty, urbanisty aj.

Součástí výzkumných otázek bylo také najít deficity kulturních map v ČR a nastínit jejich další potenciál. Jako hlavní nedostatky českých kulturních map byly identifikovány: nečastá nebo spíše žádná aktualizace dat v mapách; uživatelská nepřístupnost pramenů z nevyjasnění, pro koho jsou mapy tvořeny; nedostatek dat, která jsou v mapách zveřejněna. Práce předkládá příklad kulturní mapy v Dublinu (*Culture Near You* spojenou s projektem *The Dublin Cultural*

Audit and Map project), která má všechny tyto nedostatky poměrně efektně vyřešeny, a může tak sloužit jako vzor pro rozvoj českých kulturních map.

V případové studii se na konkrétním příkladu mapování KKO ve městě Olomouc hypotéza také potvrdila. Mapy zde sloužily především jako dobrý nástroj komunikace výsledků výzkumných projektů, ale díky mapovým podkladům tvůrci mapování (Univerzita Palackého v Olomouci) začali více uvažovat geograficky a více si uvědomili význam regionu nebo olomoucké aglomerace. Na prvotní mapování KKO navázal projekt zjišťující brain drain (odliv lidského kapitálu) města Olomouce. Na mapových pokladech je dobře viditelné naplnění predikce obcí, kam nejčastěji vysoce vzdělaní a kvalifikovaní pracovníci odcházejí. Při tomto projektu však došlo k zjištění, že ne vždy jsou mapy vhodným samonosným zdrojem informací. Při zanesení dat z dotazníkové šetření zkoumajícího odliv KKO z města Olomouce došlo v první fázi ke konstatování, že kulturní a kreativní aktéři míří na devátém nejčastějším místě do obce Litovel. Ta se však ve skutečnosti s nárůstem působnosti KKO nepotýká. Po bližším zkoumání této anomálie mapy došlo k zjištění, že aktéři, kteří se přesunuli do Litovle, v místě svého bydliště neprovozují kulturní a kreativní činnost, nýbrž díky dobré dostupnosti města dojíždí do Olomouce. Proto je často nutné data v mapě doplnit o další komunikační nástroj, např. slovní vysvětlení.

Předložené poznatky této magisterské diplomové práce spějí ke konstatování, že KKO jsou významným hybatelem a pozitivním přínosem pro dané území. Z tohoto důvodu by měla být systematická podporována a rozvíjena. Mapy zkoumající KKO jsou objektivním podkladem pro rozhodovací procesy, které pochopí zainteresované skupiny napříč obory. Jak tvrdí geoinformatik Rostislav Nėtek: „Jedna mapa vydá za tisíc slov.“¹³⁴ Proto by měl být kulturním mapám věnován v českém prostředí větší prostor a měly by se stát častějším nástrojem při kulturním plánování na všech úrovních.

¹³⁴ NĚTEK, Rostislav. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-17. Místo: online (Google Meet).

Přílohy

Příloha č. 1 – Seznam použitých obrázků

- Obrázek 1: Vizualizace hustoty zalidnění hexagonovým kartogramem (Olomouc)** (Zdroj: KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017., s. 42.) 28
- Obrázek 2: Geoportál Praha – vrstva Kulturní zařízení** (Zdroj: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. *Geoportal Praha – Mapový portál hl. města Prahy*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.geoportalpraha.cz/cs/mapy/mapa-online>. [citováno: 2023-04-27].) 31
- Obrázek 3: Mapa dostupnosti kulturních zařízení celoměstského významu v Jihlavě** (Zdroj: ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, OLGA a KLÁPŠTĚ, Petr. *Závěrečná zpráva – příloha Metodiky mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018. ISBN 978-80-906033-7-0.) 33
- Obrázek 4: Úvodní rozhraní webové mapy Culture Near You Dublin** (Zdroj: Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno 2023-05-01].) 39
- Obrázek 5: Mapa Culture Near You Dublin po vyhledání hesla "Theatre"** (Zdroj: Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno 2023-05-01].) 40
- Obrázek 6: Ukázka zobrazení dat na serveru Golemio – Energetika v budovách hl. m. Prahy** (Zdroj: Golemio Prague City Data. *Golemio: Specializované přehledy – Energetika v budovách hl. m. Prahy*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://golemio.cz/data/energetika>. [citováno 2023-05-01].) 42
- Obrázek 7: Mapa intenzity výskytu subjektů v odvětví výtvarné umění (Olomouc)** (Zdroj: PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 28. ISBN 978-80-244-5254-8.) 47

Obrázek 8: Mapa rozmístění subjektů KKO na cenové mapě Olomouce (Zdroj: PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, s. 99. ISBN 978-80-244-5254-8.) 48

Obrázek 9: Webová mapa Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku - vrstva subjekty KKP dle počtu zaměstnanců (Zdroj: Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Webová mapová aplikace. [Online] 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27].) 49

Obrázek 10: Mapa fenoménu brain drain města Olomouce ve vybraných obcích v ČR (Zdroj: NÉTEK, Rostislav a BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 47. ISBN 978-80-244-5844-1.) 50

Obrázek 11: Mapa odlivu aktérů ve sféře KKO z Olomouce (Zdroj: NÉTEK, Rostislav, BURIN, Jaroslav a PÁZSTO, VÍT. *Fenomén brain drain města Olomouce – Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020*. Specializovaná mapa. [Online] Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://kcp.upol.cz/mapa/> 51

Obrázek 12: Místa vhodná pro lokalizaci týmu vývojářů softwaru v Olomouci (Zdroj: KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020, s. 40.) 52

Příloha č. 2 – Seznam použitých tabulek

Tabulka 1: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise (Zdroj: ŽÁKOVÁ, Eva, BEDNÁŘ, Pavel a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty, I. svazek*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015, s. 17. ISBN 978-80-7008-332-1.) 7

Tabulka 2: Náročnost pořízení a aktualizace dat (Zdroj: ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Metodika mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018, s. 31. ISBN 978-80-906033-7-0.) 23

Tabulka 3: Část tabulky Cíle mapování a klíčové otázky mapování subjektů KKO v hl. m. Praze (Zdroj: LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020, s. 34.) 24

Tabulka 4: Část tabulky Sledované ukazatele mapování subjektů kulturně kreativních odvětví v hl. m. Praze (Zdroj: LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy/Sekce strategií a politik, 2020, s. 39–40.) 25

Literatura a prameny

1. Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest. *Klastry*. [Online] BusinessINFO, 2010. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/klastry-pruvodce/>. [citováno 26. 4 2023-04-26].
2. BAKULE, Jakub, MAROŠOVÁ, Tereza a PEŘINKA, Petr a kol. *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2021.
3. BEDNÁŘ, Pavel a další. *Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2016. ISBN 978-80-7008-372-7.
4. BeePartner, a.s. *STUDIE PROVEDITELNOSTI: MAP K20 – inovativní datový nástroj pro efektivní rozvoj kulturních a kreativních odvětví na území hl. m. Praha*. Praha: Kreativní Praha, 2021.
5. BILÍK, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-10. Místo: online (Google Meet).
6. CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2009. ISBN: 978-80-7008-231-7.
7. Dublin City Council Culture Company. *GET YOURSELF ON THE MAP!* [Online] 2021. Dostupné z: https://www.dublincity.ie/Workflows/Form?workflow=Public&lang=en-US&sessionid=4c7484a7-7869-45db-9a8e-348609af3fa8&tenant=CultureNearYou_Tenant&nodeid=Form. [citováno: 2023-05-01].
8. Dublin City Council Culture Company. *Cultural Audit and Map*. [Online]. Dostupné z: <https://www.dublincitycouncilculturecompany.ie/what-we-do/programmes/cultural-audit-and-map>. [citováno: 2023-05-01].
9. Dublin City Council Culture Company. *Culture Near You Dublin*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.dublincity.ie/culturenearyou/#>. [citováno: 2023-05-01].
10. DVOŘÁK, Adam. *E-mailová korespondence s autorkou práce*. 2023-04-26.
11. DVOŘÁK, Jan a kol. *Projektový management podle IPMA*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2848-3.
12. Evropská komise. *NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY, kterým se zavádí program Kreativní Evropa (2021–2027) a zrušuje nařízení (EU)*. [Online] 2018. Dostupné z:

- https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:509e1bcb-63f0-11e8-ab9c-01aa75ed71a1.0020.02/DOC_1&format=PDF. [citováno: 2023-03-05].
13. Evropská komise. *ZPRÁVA KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU A RADĚ: Hodnocení programu Kreativní Evropa (2014–2020) v polovině období*. [Online] 2018. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0248&from=EN>. [citováno: 2023-04-02].
 14. Galerie hlavního města Prahy. *Katalog Umění pro město – Mapa*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://umenipromesto.eu/katalog>. [citováno: 2023-05-01].
 15. Golemio Prague City Data. *Golemio: Specializované přehledy – Energetika v budovách hl. m. Prahy*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://golemio.cz/data/energetika>. [citováno: 2023-05-01].
 16. Golemio Prague City Data. *Golemio: Specializované přehledy*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://golemio.cz/insights>. [citováno: 2023-05-01].
 17. HEJLÍK, Lukáš. *Gastromapa Lukáše Hejlíka*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://gastromapa.hejlik.cz/>. [citováno: 2023-05-01].
 18. HRUŠKA, Magdaléna. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-08. Místo: online (Google Meet).
 19. CHLOUPEK, Jan. *Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.
 20. CHLOUPEK, Jan. *Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain města Olomouce*. Webová aplikace. [Online] 2020. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=b87066fec4a14680b7f5bb8f96533870>. [citováno: 2023-04-29].
 21. Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. *Geoportal Praha – Mapový portál hl. města Prahy*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.geoportalpraha.cz/cs/mapy/mapa-online>. [citováno: 2023-04-27].
 22. Institut umění – Divadelní ústav. *Aplikace KulKal.cz: Jak to funguje?* [Online] 2015. Dostupné z: <https://www.kulkal.cz/jak-to-funguje>. [citováno: 2023-04-12].
 23. Institut umění – Divadelní ústav. *Kreativní Česko: Ústecký kraj*. [Online] Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/ustecky-kraj>. [citováno: března 2023-03-19].

24. International Cartographic Association. *International Cartographic Association: Mission*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://icaci.org/mission/>. [citováno: 2023-04-19].
25. IVAN, Igor, RAABOVÁ, Tereza a SLACH, Ondřej a kol. *Kulturní a kreativní průmysly v Brně a Ostravě – specializovaná mapa s odborným obsahem*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015.
26. KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Webová stránka bakalářské práce [Online] Katedra geoinformatiky, Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://geoinformatics.upol.cz/dprace/bakalarske/kacirkova20/>. [citováno: 2023-04-24].
27. KAČÍRKOVÁ, Tereza. *Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020.
28. KOHN, Jakub. *E-mailová korespondence s autorkou práce*. 2023-04-27.
29. KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc*. Magisterská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017.
30. KOHN, Jakub. *Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc: Výstupy práce*. Webová stránka magisterské práce [Online] 2017. Katedra geoinformatiky, Univerzita Palackého Dostupné z: <https://www.geoinformatics.upol.cz/dprace/magisterske/kohn17/vystupy.html>. [citováno 2023-05-01].
31. KOTÍKOVÁ, Jaromíra, STAUB, Dagmar a kol. *Aktualizace Metodiky mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR vyhotovena pro účely výzvy č. 0232/2022 na tvorbu strategických materiálů v oblasti rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví*. Plzeň: Ministerstvo kultury České republiky a Třetí prostor, z. ú., 2022.
32. Kreativní Olomouc z. s. *Výpis ze spolkového rejstříku*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=1080466&typ=PLATNY>. [citováno: 2023-04-30].
33. Kreativní Olomouc. *Katalog DESIGN*. [Online] 2022. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/aktivity/katalog-design/>. [citováno: 2023-04-30].
34. Kreativní Olomouc. *Kreativní Olomouc – Aktivity*. [Online]. Dostupné z: <https://kreativniolomouc.cz/aktivity/>. [citováno: 2023-04-27].

35. Kreativní Olomouc. *Kreativní Olomouc: Databáze*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://databaze.kreativniolomouc.cz/databaze/>. [citováno: 2023-04-30].
36. Kreativní Olomouc. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. [Online] Webová mapová aplikace, 2017. Dostupné z: <https://kgi-upol.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=13bf695d424244ba977f95c4b053e204>. [citováno: 2023-04-27].
37. KROTKÝ, Jan. *Odliv a příliv mozků*. [Online] Encyklopedie migrace, 2018. Dostupné z: <https://www.encyclopediaofmigration.org/odliv-a-priliv-mozku/>. [citováno: 2023-04-26].
38. LIEBERZEIT, Vladimír, MARIANOVSKÁ, Veronika a ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga. *Metodika mapování kultury v hl. m. Praze*. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy / Sekce strategií a politik, 2020.
39. Lingea s.r.o. *Slovníky LINGEA*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://slovníky.lingea.cz/anglicko-cesky/hub>. [citováno 2023-05-01].
40. MIKLÍN, Jan, DUŠEK, Radek a kol. *Tvorba map – Učebnice kartografie v teorii i praxi*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2018. ISBN 978-80-7599-017-4.
41. Ministerstvo kultury České republiky. *Informace o komponentě 4.5: Detailnější informace o základních parametrech komponenty MKČR*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/narodni-plan-obnovy-cs-2609>. [citováno: 2023-04-26].
42. Ministerstvo kultury České republiky. *Národní plán obnovy*. [Online] Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/narodni-plan-obnovy-cs-2907>. [citováno: 2023-03-27].
43. Ministerstvo kultury České republiky. *Výzva č. 0232/2022 k předkládání žádostí o poskytnutí podpory v rámci Národního plánu obnovy – iniciativy Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2022.
44. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. *Národní plán obnovy: 4. INSTITUCE A REGULACE A PODPORA PODNIKÁNÍ V REAKCI NA COVID-19*. [Online] Dostupné z: <https://www.planobnovycr.cz/institute-a-regulace-a-podpora-podnikani-v-reakci-na-covid-19>. [citováno: března 2023-03-21].
45. Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. *STATISTIKA KULTURY České republiky*. [Online] Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/respondenti/>. [citováno 2023-03-14].

46. Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. *Systém účtu kultury, Ver. 2023*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2023/01/SYSTEM-UCTU-KULTURY-metodika-2023.pdf>. [citováno: 2023-03-15].
47. NÉTEK, Rostislav, BILÍK, Petr a kol. *Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1.
48. NÉTEK, Rostislav, BURIN, Jaroslav a PÁZSTO, VÍT. *Fenomén brain drain města Olomouce – Odliv lidského kapitálu z Olomouce do českých obcí v letech 2001–2020. Specializovaná mapa*. [Online] Univerzita Palackého, 2020. Dostupné z: <https://kkp.upol.cz/mapa/>. [citováno: 2023-04-23].
49. NÉTEK, Rostislav. *Podporujeme Kreativní Olomouc*. [Online] 2020. Dostupné z: <https://kkp.upol.cz/podporujeme-kreativni-olomouc/>. [citováno: 2023-04-30].
50. NÉTEK, Rostislav. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2023-03-17. Místo: online (Google Meet).
51. NÉTEK, Rostislav. *Webová kartografie – specifika tvorby interaktivních map na webu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5827-4.
52. NUGENT, Annette. *Dublin City Cultural Audit and Map Launch – The Human Challenge*. Video. [Online] Dublin City Council Culture Company, 2021. Dostupné z: <https://youtu.be/bm1uVW2I2zk>. [citováno 2023-05-01].
53. O'LOUGHNAN, Liam a KIRK, Ciaran. *Dublin City Cultural Audit and Map Launch – The Organisational Challenge*. Video. [Online] Dublin City Council Culture Company, 2021. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6r1bt79tS2A>. [citováno 2023-05-01].
54. ONplan lab, s. r. o. *Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje pro období 2022–2029*. Olomouc: Olomoucký kraj, 2022. ISBN: 978-80-7621-060-8.
55. ONplan lab, s. r. o. *Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027*. Olomouc: Statutární město Olomouc, 2022.
56. ONplan lab, s. r. o. *Strategie rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví Královéhradeckého kraje 2022–2030: návrhová část*. [Online] 2021. Dostupné z:

- https://www.prokreativitu.cz/_files/ugd/5cf847_2a41a83d46cd49969177e44cd51612ea.pdf. [citováno: 2023-03-19].
57. PALAŠČÁK, Radek, BILÍK, Petr a kol. *Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5254-8.
58. PALAŠČÁK, Radek. *Ojedinělý projekt pomůže studenty lépe připravit na požadavky praxe*. [Online] Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. Dostupné z: <https://www.upol.cz/zpravy/zprava/clanek/ojedinely-projekt-pomuze-studenty-lepe-pripravit-na-pozadavky-praxe/>. [citováno: 2023-04-03].
59. PEŘINKA, Petr. *Video rozhovor s autorkou práce*. 2021-01-17. Místo: online (Google Meet).
60. PROKOP, Petr a LOUŽENSKÝ, Luboš. *Výzkum systému statistického sledování a vyhodnocování divadel v České republice ZÁVĚREČNÁ STUDIE*. [Online] 2018. Dostupné z: <https://www.culturenet.cz/coKmv4d994Swax/uploads/2019/10/CDDS-zaverecna-studie-projektu.pdf>. [citováno: 2023-03-15].
61. RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2010.
62. Saura, s.r.o. *Strategie rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Uherském Hradišti*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://hradistechytre.cz/wp-content/uploads/2021/09/MANAZERSKE-SHRUTI-Strategie-KKP.pdf>. [citováno: 2023-03-19].
63. SÍKELA, Jozef. *Národní plán obnovy*. [Online] Dostupné z: <https://www.planobnovy.cz/>. [citováno: 2023-03-21].
64. Statutární město Olomouc: Odbor informatiky a Smart City. *Datový portál statutárního města Olomouce*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://data.olomouc.eu/aplikace-statutarniho-mesta-olomouce/>. [citováno: 2023-05-01].
65. Statutární město Pardubice. *Kulturní mapa*. [Online] 2023. Dostupné z: <https://pardubice.eu/kulturni-mapa>. [citováno: 2023-05-01].
66. ŠEVČÍKOVÁ, Lucie. *Výzva vládě #zakreativnicesko*. [Online] 9. února 2021. Dostupné z: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/vyzva-vlade-zakreativnicesko>. [citováno: 2023-03-21].

67. ŠEVČÍKOVÁ, Lucie. *Za kreativní Česko: Význam KKS*. [Online] 2021. Dostupné z: <https://www.zakreativnicesko.cz/v%C3%BDznam-kko>. [citováno: 2023-04-03].
68. ŠKOCHOVÁ BLÁHOVÁ, Olga a KLÁPŠTĚ, Petr. *Závěrečná zpráva – příloha Metodiky mapování kulturně společenského zázemí města a využití v územním plánování a pilotní řešení ve městě Jihlava*. Jihlava: Národní síť Zdravých měst ČR, 2018. ISBN 978-80-906033-7-0.
69. Terminologická komise ČÚZK. *Terminologický slovník zeměměřičství a katastru nemovitostí: Kartografie*. [Online] 2020. Dostupné z: <http://www.slovníkcuzk.eu/termin.php?&tid=3740&l=kartografie>. [citováno: 2023-04-19].
70. Univerzita Palackého v Olomouci. *Výzkum kreativních odvětví (case studies)*. Konference. Olomouc: Umělecké centrum UP, 2022-05-18.
71. VOŽENÍLEK, Vít. *Geografické informační systémy I. Pojetí, historie, základní komponenty*. Olomouc: Univerzita Palackého Olomouc, 1998. ISBN 80-7067-802-X.
72. Výzkumný ústav bezpečnosti práce. *E BOZP, Encyklopedie BOZP: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)*. [Online] 2021. Dostupné z: [https://ebozp.vubp.cz/wiki/index.php?title=Klasifikace_ekonomick%C3%BDch_%C4%8Dinnost%C3%AD_\(CZ-NACE\)](https://ebozp.vubp.cz/wiki/index.php?title=Klasifikace_ekonomick%C3%BDch_%C4%8Dinnost%C3%AD_(CZ-NACE)). [citováno: 2023-04-26].
73. ŽÁKOVÁ, Eva, BEDNÁŘ, Pavel a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty, I. svazek*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN 978-80-7008-332-1.
74. ŽÁKOVÁ, Eva a kol. *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR. II. svazek. Stav, potřeby a trendy*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN: 978–80-7008-354-3.