



# METODIKA MAPOVÁNÍ

## KULTURNÍHO A KREATIVNÍHO POTENCIÁLU



v rámci projektu přeshraniční spolupráce

Česká republika – Svobodný stát Bavorsko

č. 336

Kreativní příhraničí

České Budějovice, 2021, 2022



**Ziel ETZ | Cíl EÚS**  
Freistaat Bayern –  
Tschechische Republik  
Česká republika –  
Svobodný stát Bavorsko  
2014 – 2020 (INTERREG V)



**Europäische Union  
Evropská unie**  
Europäischer Fonds für  
regionale Entwicklung  
Evropský fond pro  
regionální rozvoj



## Obsah

1	Úvod .....	3
2	Metodický postup / metodika projektu .....	4
3	Definice KKO a dalších souvisejících činností .....	11
3.1	Definice modulů .....	11
3.2	Definice dílčích modulů .....	12
4	Metodiky výpočtu kreativního indexu .....	15
4.1	Stanovení ukazatelů pro měření kulturně kreativního indexu .....	17
4.2	Subindex talentu .....	18
4.3	Subindex tolerance .....	19
4.4	Subindex technologií .....	21
4.5	Subindex institucionální .....	21
5	Zdroje .....	23





## 1 Úvod

Kreativní ekonomika jako stále častěji zmiňovaný pojem se dostává do popředí právě proto, že tvořivost bude v nadcházejících letech základem hospodářského růstu rozvinutých ekonomik. Vyspělé země, jako jsou USA, Spojené království a Nový Zéland, jsou si toho vědomy, jak ukazují různé studie mapující kreativní odvětví. Tento potenciál si uvědomuje i Evropská unie. Význam kulturních a kreativních odvětví v ekonomice nyní dynamicky roste díky hospodářským a společenským změnám spojeným s rostoucím významem informačních a telekomunikačních služeb a mediální produkce, ale také díky celosvětovému růstu zábavního průmyslu a cestovního ruchu. Kreativní ekonomika je založena na kreativních odvětvích, mezi něž patří například mediální průmysl, film, hudba a počítačové hry, ale také kulturní odvětví. Znalost jednotlivých odvětví a jejich podpory je klíčovým prvkem pro další rozvoj a spolupráci napříč zeměmi (Návrat, P. – Dubová, M. *Cultural and creative industries of Pardubice*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2014).

Pojem kulturní a kreativní odvětví (KKO), někdy používaný v plurálu, se v kontextu České republiky stále považuje za relativně nový, a to i na úrovni odborné veřejnosti. Nyní však nastává období, kdy si regiony, města a obce začínají uvědomovat důležitou roli subjektů působících v KKO, a proto vznikají různé studie a analýzy mapování těchto subjektů. KKO pokrývají celou řadu činností od uměleckých, kulturních a kreativních až po scénické a výtvarné umění, literaturu, knihy, tisk, film, video, hudbu, architekturu, design, reklamu, videohry a další. Všechna tato odvětví jsou vzájemně silně provázána a potřebují se navzájem (Návrat, P. – Dubová, M. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2014).

Mapováním rozumíme identifikaci společností patřících do předem definovaných oblastí, jejich ověření a popis základních údajů o společnostech. V rámci mapování zárodečných odvětví kulturní a kreativní oblasti (dále jen KKO) byla navržena následující metodika mapování, která má stanovit postup identifikace potenciálu KKO a regionální úrovně ve dvou oblastech podél česko-německé hranice, a to v Jihočeském kraji a Dolním Bavorsku. Následně na základě srovnávací činnosti (srovnávací analýzy) došlo k porovnání regionální silné a slabé stránky odvětví, specializaci KKO, která znají své potřeby a požadavky, aby po realizaci mapovací činnosti mohly být identifikované subjekty regionálně propojeny a mohly vzájemně působit v nově vytvořené přeshraniční síti KKO. Závěrem je pak možné navrhnout katalog opatření.

Díličními cíli jsou vymezení KKO v Jihočeském kraji a Dolním Bavorsku, resp. stanovení jejich struktury, identifikace klíčových modulů (odvětví) pro rozvoj regionů a trendů vývoje základních ukazatelů a ekonomické výkonnosti.

Při tvorbě návrhu opatření byl akceptován požadavek projektu zohlednit vazbu mezi kreativními odvětvími a cestovním ruchem s cílem zatraktivnit oba regiony a vytvořit přeshraniční kreativní ekosystém, který podpoří nejen spolupráci kreativců, ale také vzájemnou atraktivitu v oblasti cestovního ruchu.





Na základě této metodiky bude vytvořen jednotný metodický nástroj pro mapování potenciálu prostředí (území) pro rozvoj KKO a regionální a přeshraniční úrovně za účelem dlouhodobého sledování vývoje a porovnávání výsledků měření v určitém časovém období (např. jednou za tři roky).

V návaznosti na vypracování metodik pro mapování KKO byla vypracována metodika „Měření kreativního potenciálu“, jejímž cílem je definovat postup výpočtu kreativního indexu, tj. definovat jednotlivé ukazatele, které by odrážely charakteristiky obou území a cíle projektu.

Při tvorbě této metodiky je třeba vzít v úvahu skutečnost, že postup výpočtu kreativního indexu je v rámci tohoto projektu testován poprvé a měl by se následně promítnout do regionálních strategií v obou vymezených příhraničních regionech. Analyzované údaje budou vycházet z po sobě jdoucích let 2019 a 2020. Vývoj indexu bude sledován v čase, aby bylo možné sledovat konkrétní závislosti mezi proměnnými a lépe pochopit dynamiku vývoje KKO a vypracovat opatření, která by přispěla k sociálnímu a hospodářskému rozvoji a konkurenceschopnosti obou regionů a jejich vzájemné spolupráci. Index bude založen na otevřených zdrojových datech. Bude proto zajištěna jejich replikace.

## 2 Metodický postup / metodika projektu

### 1. Kvantitativní analýza

#### a) Výběr kulturních a kreativních odvětví

Prostřednictvím kódů CZ-NACE, které popisují jednotlivé ekonomické činnosti.

Pro realizaci projektu je nutné předem vybrat odvětví, která jsou pro regiony relevantní a odrážejí vazbu na rozvoj cestovního ruchu (viz Definice modulů).

#### b) Zabezpečení zdrojů dat – přístup k databázím

Nákup databází podle předem definované struktury dat.

#### c) Mapování sekundárního výzkumu

Získávání dostupných údajů z přístupných databází jejich propojení.

#### d) Ověření údajů získaných z databází

Ověření existence a činnosti subjektů (např. shromáždění dokumentů v obchodním rejstříku, na internetových stránkách atd.), případné doplnění seznamu na základě vyhledávání na internetu.

V této fázi zapojíme do ověřování údajů studenty.

e) **Mapování regionálních kulturních a kreativních akcí** s cílem doplnit databázi o další kreativní subjekty.

**2. Kvalitativní analýza** – zjišťování současného stavu a potřeb v jednotlivých oborech kulturních a kreativních odvětví.





### a) Doplnění databází o subjekty, které nejsou v databázích zahrnuty

Identifikace regionálních lídrů podle dílčích modulů KKO.

Rozhovory s vedoucími pracovníky s cílem dále identifikovat subjekty kulturních a kreativních odvětví vhodné pro zapojení do sítě.

### b) Dotazníkové šetření

Ve vztahu k cílovým skupinám v daném regionu byly sestaveny tři typy dotazníků. První dotazník byl sestaven pro veřejnost, druhý dotazník pro podniky a aktéry kulturních a kreativních odvětví a třetí dotazník byl sestaven pro obce a města. Sběr dat probíhal formou elektronického dotazníku v aplikaci GoogleForm (nebo jiném on-line dotazníkovém nástroji). Podrobné výsledky (např. velikost zkoumaného vzorku, počet získaných odpovědí, statistické vyhodnocení odpovědí respondentů atd.) jednotlivých dotazníkových šetření jsou uvedeny v přílohách tohoto dokumentu.

#### Dotazníkové šetření – veřejnost:

Výběr respondentů byl proveden náhodným výběrem. Cílem předkládané analýzy je kvantitativně-kvalitativní zmapování postojů veřejnosti k oblasti KKO a problematických míst KKO ve vybraných regionech.

Dotazníkové šetření se zaměřilo především na následující oblasti:

1. Informovanost o KKO
2. Aktivní účast, dostupnost a nabídka volnočasových a zájmových kulturních aktivit, pestrost nabídky
3. Účast veřejnosti v KKO
4. Život v komunitě, tolerance a dostupnost
5. Význam hodnot a tradic pro jednotlivce
6. Mobilita obyvatelstva, ochota stěhovat se za prací
7. Znalost cizích jazyků
8. Otevřenost vůči nové architektuře

V závěru jsou shrnuty nejdůležitější poznatky týkající se katalogu měření a výpočtu kreativního indexu.

#### Dotazníkové šetření – podniky a aktéři v oblasti KKO:

Cílem je obdržet odpovědi na otázky, které nelze získat během skupinové diskuse u kulatého stolu.

Formy dotazování budou voleny podle aktuální situace s následným zpracováním výstupů.

Dotazníky jsou distribuovány mezi všechny subjekty KKO ve sledovaných regionech, u kterých je možné zjistit e-mailovou adresu subjektu pro zaslání on-line dotazníku (podrobnější informace o distribuci dotazníků jsou uvedeny v příloze XXX). Dotazníkové šetření se týká především následujících oblastí:





- Informovanost o problematice KKO
- Rozložení společností a podniků v jednotlivých složkách KKO
- Vnímání institucionální podpory subjektů v oblasti KKO (strategické dokumenty)
- Otevřenost novým futuristickým netradičním stavbám
- Hodnoty a tradice
- Zapojení veřejnosti
- Oblasti a síťování
- Zahraniční spolupráce v oblasti KKO
- Transparentnost řízení a financování
- Dopad pandemie na rozvoj KKO v regionu
- Investice do vědy a vývoje
- Technologické inovace, patenty a užité vzory
- Dotace

#### **Dotazníkové šetření – obce a města:**

Způsob výběru respondentů spočívá v oslovení obcí a měst s více než 2 000 obyvateli. Cílem předkládané analýzy je kvantitativně-kvalitativní zmapování postojů představitelů obcí k problematice KKO ve vybraných regionech.

Dotazníkové šetření se zaměřovalo především na následující oblasti:

1. Identifikace obce respondentů
2. Dostupnost kulturní nabídky a infrastruktury i pro různé cílové skupiny
3. Zahraniční spolupráce v oblasti KKO
4. Kapacity výstavby
5. Možnosti získání podpory, dotačních titulů
6. Role vybraných krajů
7. Strategické řízení kapacit obce (města) v oblasti kultury a památkové péče
8. Specifické poskytování kulturních služeb
9. Kultura a cestovní ruch
10. Hodnoty, problémy, příležitosti a hrozby
11. Klíčové kulturní události, aktéři v oblasti KKO
12. Reakce na novou architekturu, vytváření veřejného prostoru

V závěru jsou shrnuty nejdůležitější poznatky týkající se katalogu měření a výpočtu kreativního indexu.

#### **c) Skupinová diskuse – regionální kulatý stůl (malý kulatý stůl)**

Probíhá formou kulatých stolů, jejichž cílem je zajistit sdílení vzájemných informací o existenci subjektů, jejich činnosti, možnostech propojení v rámci přeshraničního regionu, jejich problémech, požadavcích na možné podpůrné nástroje. Diskuse mohou být samy o sobě důležitým nástrojem pro





zvyšování povědomí o KKO, vzájemné informování a vytváření konkrétní spolupráce, platform, dílčích projektů atd.

Účastníci jsou rozděleni do 5 tematických skupin:

- Hudba, scénické umění
- Knihy, tisk
- Výtvarné umění, design, architektura
- Film, rozhlasové a televizní vysílání, reklama, software a herní průmysl
- Aktéři a instituce v Jihočeském kraji

Diskuse u každého kulatého stolu probíhá ve třech fázích:

1. Diskuse na téma komunikace a spolupráce (komunikace s cílovými skupinami, komunikace s dalšími subjekty stejné specializace, komunikace s dárci, přeshraniční komunikace).
2. Diskuse na téma zdrojů (použité finanční zdroje, plány do budoucna, veřejné vs. soukromé zdroje, regionální vs. národní vs. mezinárodní zdroje).
3. Diskuse na téma existujících překážek dalšího rozvoje a návrhy na jejich odstranění (co může pomoci dalšímu rozvoji jednotlivých specializací, jaké jsou stávající překážky, co může pomoci překonat stávající překážky).

Každá fáze diskuse je zdokumentována formou tabulky; na jedné straně je seznam problémů/témat k řešení a na druhé straně doporučení k jejich řešení. To bude sloužit jako vstupní informace pro nadcházející vývoj katalogu opatření.

#### **d) Skupinová diskuse – společný přeshraniční kulatý stůl (velký kulatý stůl)**

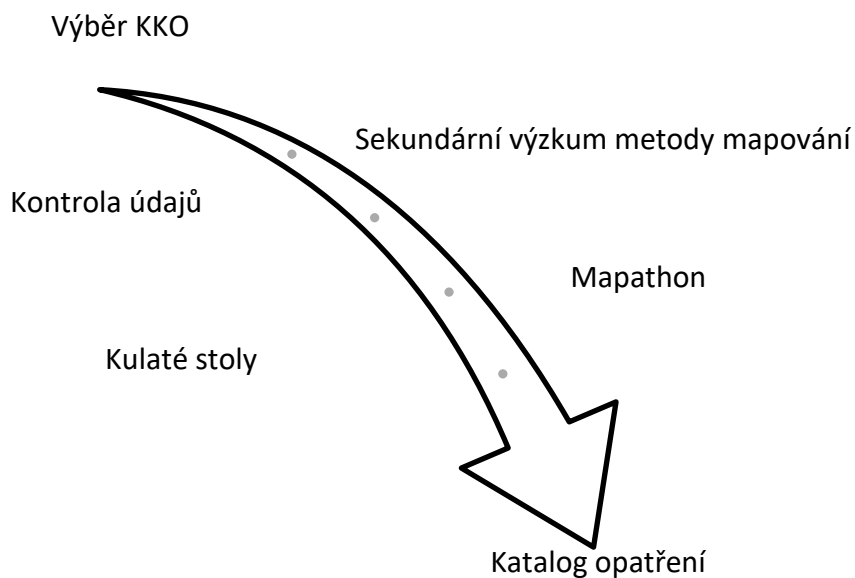
Velký kulatý stůl navazuje na předchozí malé kulaté stoly, které se konaly v Jihočeském kraji a Dolním Bavorsku. Zde jsou diskutovány výsledky zjištěné během dvou regionálních kulatých stolů se zaměřením na mezinárodní spolupráci těchto dvou regionů. Tato jednání jsou základem pro sestavení katalogu opatření.

#### **e) Mapathon – jednodenní akce podle návrhu konceptu TH Deggendorf.**

Cíle tohoto projektu jsou stanoveny v následujících dílčích fázích, viz obrázek 2.



Obrázek 2: fáze mapování dílčích projektů



Zpracovala: Štemberková, 2021

První fází projektu bylo hledání národních přístupů k definici KKO. Ve druhé fázi jsme porovnávali tyto dva přístupy, německý a český. Třetí fází byla dohoda o společném dvoustranném přístupu, který bude použit k dosažení cílů projektu. Tento přístup umožňuje vysokou míru srovnatelnosti na mezinárodní úrovni. Vnitrostátní specifické kroky týkající se sběru dat však zůstávají zachovány.

V první fázi projektu byly definovány KKO a další související činnosti a rozděleny do dílčích modulů (13) podle kategorizace činností NACE. V dílčí fázi byly identifikovány listy subjektů podle registru ekonomických subjektů ČSÚ. V České republice byly tyto subjekty následně rozčleněny do jednotlivých modulů, neaktivní subjekty a subjekty v likvidaci byly odstraněny a chybějící subjekty byly doplněny na základě jednání s vedoucími představiteli vybraných odvětví.

Databáze vybraných subjektů byla doplněna o základní údaje o jednotlivých subjektech KKO a jejich ekonomické údaje, pokud jsou tyto údaje k dispozici. Údaje jsou uvedeny v následující tabulce:





Tabulka 1: zjištěné údaje o subjektech působících v oblasti KKO

Základní údaje	Ekonomické údaje
ID subjektu* <sup>1</sup>	Vlastní kapitál
Název subjektu	Roční obrat
Sídlo subjektu	
Webová stránka subjektu	
Kontaktní údaje* (telefonní číslo, e-mailová adresa, kontaktní osoba, Facebook) <sup>2</sup>	
Sídlo*	
Oblast	
Kód NACE*	
Kategorie činností*	
Datum vzniku*	
Právní forma*	
Počet zaměstnanců*	
Patent	
Ověření aktivního shromažďování dokumentů o společnosti	
Patent, ochrana	

Zdroj: Vlčková, Maříková (2021)

Údaje uvedené v tabulce 1 byly získány z registru ekonomických subjektů ČSÚ, databáze Albertina Gold Edition a databáze BizMachine, kterou má k dispozici Jihočeský vědeckotechnický park.

Ověření takto získaných údajů bylo v další fázi provedeno vyhledáním informací o subjektech pomocí metody sekundárního výzkumu, zejména prostřednictvím internetu, dotazníkových šetření a přímého e-mailového nebo telefonického kontaktu. V rámci ověřování údajů bylo nutné určit regionálního lídra nebo skupinu lídrů v každé oblasti KKO. Údaje o aktivních a neaktivních subjektech byly dále konzultovány na schůzkách s vedoucími pracovníky jednotlivých oblastí. Neaktivní subjekty a subjekty vykonávající jiné činnosti, než do kterých byly zahrnuty, byly ze seznamu vyřazeny. Naopak byl seznam doplněn o subjekty, které vedoucí představitelé označili za relevantní pro dané oblasti, ale které nebyly do stávajícího seznamu zahrnuty. Tímto způsobem byl získán konečný seznam subjektů, které v tomto

<sup>1</sup>Hvězdičkou označené kategorie jsou povinné.

<sup>2</sup>Kontaktní údaje jsou povinné. Není však nutné získat všechny kontaktní údaje.





odvětví v Jihočeském kraji skutečně působí. Identifikovaným aktivním subjektům byla nabídnuta spolupráce v rámci rozšiřující se sítě spolupracujících subjektů a jsou zapojeny do další fáze mapování.

Proces sběru dat je v regionu Dolní Bavorsko poněkud odlišný. Vzhledem k tomu, že data nejsou veřejně dostupná, bude hlavním zdrojem sběru dat Mapathon (viz níže). Shromážděné údaje pak budou po provedení nezbytných kroků podle nařízení GDPR identifikovány pro rozšíření sítě. Zmapované subjekty budou osloveny a vyzvány k připojení se k síti a bude jim nabídnuta spolupráce.

V souladu s bilaterálním přístupem k definování KKO se uskuteční Mapathon, během kterého účastníci zmapují co nejvíce subjektů KKO.

V této části bude popsán základní postup Mapathonu. Před zahájením mapování budou mapovatelům poskytnuty všechny potřebné informace a také technická infrastruktura. V omezeném časovém období mapovatelé zmapují co nejvíce subjektů patřících do KKO podle definice této oblasti, ale také podle vlastního hodnocení. Mapovatelé shromažďují nejen georeferencované údaje (souřadnice) subjektů, ale také další informace, jako jsou kontaktní informace, právní forma subjektu atd. (viz tabulka povinných a nepovinných informací). Určitý subjekt se v platformě PUBInPLAN zmapuje tak, že se na mapě nastaví špendlík s polohou a do dané tabulky se zadají doplňující informace. Neexistuje žádná strategie nebo metodika, jak mapovatelé shromažďují informace o subjektech. Mapovatelé mají ve svých výzkumných metodách volnost. Je však žádoucí výměna úspěšných strategií (úspěšné výzkumné strategie se mohou stát i vedlejším výsledkem Mapathonu). Každý špendlík, který byl během Mapathonu zadán, bude posouzen komisí složenou z členů projektu z hlediska jeho přesnosti, správnosti, ale také vhodnosti. Špendlíky obsahující hrubé nebo nevhodné výrazy nebudou přijaty a mapovatelé budou požádáni o opravu. Odborníci budou navíc kontrolovat i mapovatele nastavené špendlíky, protože definice jsou někdy chápány různými způsoby. Tímto způsobem se vytvoří prostor pro diskusi a zajistí se kvalita výstupu.

Výsledek Mapathonu může být převeden do ArcGIS a mapa bude upravena a navržena tak, aby vhodně přitahovala subjekty KKO a další zájemce.

Během mapování byly provedeny tři dotazníky a následně kulaté stoly. Cílem dotazníku bylo obdržet odpovědi na otázky, které nebylo možné získat z veřejně dostupných zdrojů. Formuláře dílčích dotazníků jsou uvedeny v přílohách této metodiky. Během kulatých stolů se představili jednotliví členové sítě (partneři projektu, organizace a společnosti z oblasti KKO, cestovního ruchu a veřejné správy). Cílem moderovaných diskusí bylo spojit kreativní nápady, dovednosti a praktické zkušenosti a získat zpětnou vazbu od jednotlivých zástupců. Byly představeny výsledky mapování kreativního potenciálu obou příhraničních regionů a možnosti vzájemné spolupráce. V souladu s projektovou žádostí a plánem byly uspořádány celkem 3 kulaté stoly:

- 2 regionální kulaté stoly v jižních Čechách a Dolním Bavorsku,
- 1 společný přeshraniční kulatý stůl.





## Výstupní katalog opatření

Výsledky mapování a zaokrouhlených tabulek byly sestaveny do „Katalogu opatření“. Tento katalog obsahuje návrhy strategií pro možný budoucí rozvoj podpůrných programů a grantů. Katalog je prezentován zástupcům veřejné správy v Jihočeském kraji i v Dolním Bavorsku (např. prohlášení o záměru pro jižní Čechy).

Druhou neméně důležitou částí katalogu jsou návrhy a opatření pro organizace a podniky v oblasti kultury a cestovního ruchu, které jsou postiženy pandemií covidu-19. Důraz bude kladen na využití přeshraničního potenciálu pro navázání spolupráce mezi kreativními odvětvími a subjekty postiženými pandemií.

## 3 Definice KKO a dalších souvisejících činností

V posledních letech nabývají KKO stále větší důležitosti. Důvodem jsou ekonomické a sociální změny spojené s rostoucím významem informačních a telekomunikačních služeb a mediální tvorby. Významně k tomu přispěl i stále rostoucí vliv zábavního průmyslu a cestovního ruchu.

### 3.1 Definice modulů

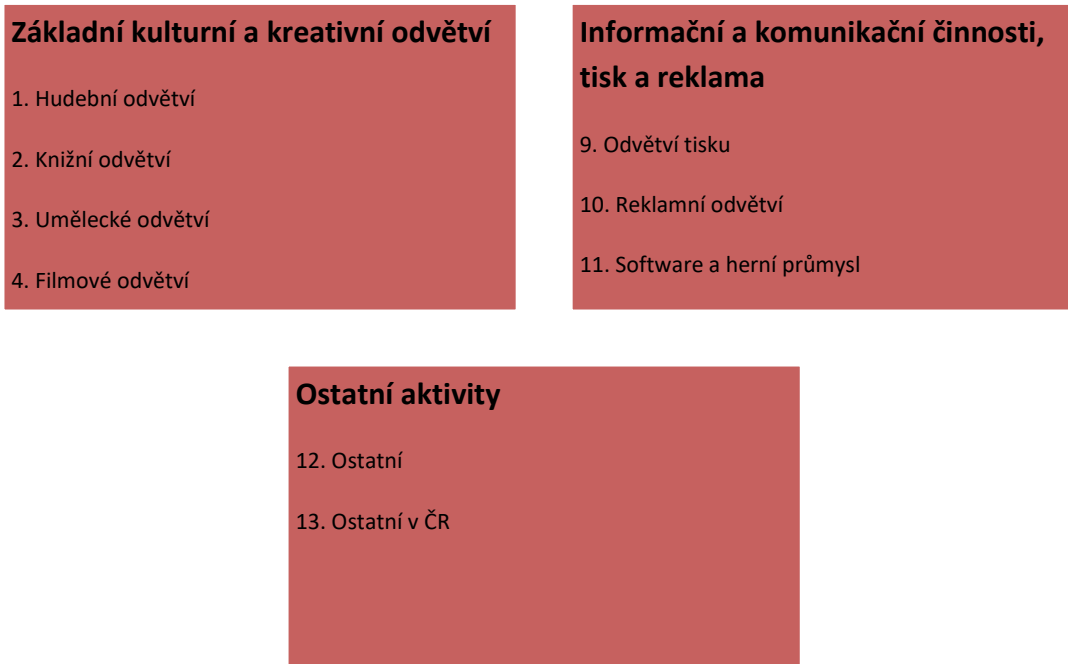
Pro účely zde prezentovaných metodik byl jako zdroj pro náš výzkumný projekt využit projekt IDU Mapování KKO v ČR, který obsahuje i modulární systém vymezení KKO pro ČR podle ekonomických činností a lze jej tedy modifikovat pro mapování na místní a regionální úrovni (Žáková a kol., 2015). Dodržování navrhovaného systému mapování na místní a regionální úrovni umožní porovnat strukturu kulturních a kreativních odvětví v různých zeměpisných oblastech. V tomto rámci partneři projektu mnohokrát zkoumali a probírali různé dílčí oblasti a po mnoha těchto diskusích byly ověřeny možnosti dostupnosti dat na obou stranách hranice. Metodiky dohodnuté oběma partnery vycházejí z následujícího rozdělení:

Po vyhodnocení národních přístupů na obou stranách, např. v České republice a Německu, se oba partneři projektu dohodli na dvou národních přístupech, které byly porovnány a prodiskutovány. V dalším kroku byly přístupy sloučeny a byly provedeny úpravy podle dostupnosti údajů na obou stranách hranice. Výsledkem je dvoustranný přístup, který se zaměřuje na srovnatelnost obou oblastí šetření. Nakonec byly pro účely této metodiky sestaveny 3 moduly, které byly dále rozděleny na 13 dílčích modulů podle členění KKO v jednotlivých krajích ČR. Rozdělení těchto modulů a podmodulů je znázorněno na následujícím obrázku 1.





Obrázek 1: definice KKO a dalších souvisejících činností



Zdroj: Vlčková, Maříková (2021)

### 3.2 Definice dílčích modulů

V následujících tabulkách jsou uvedeny dílčí moduly, které vycházejí z obrázku 1 a jsou podrobněji rozděleny podle kategorií NACE, včetně popisu kategorie.

#### 1. Hudební odvětví

Kategorie NACE	Všeobecný popis
<b>32.20, 32.20.0</b>	Výroba hudebních nástrojů
<b>47.59.3, 47.59, 47.59.0</b>	Maloobchodní prodej hudebních nástrojů a partitur ve specializovaných prodejnách
<b>47.63</b>	Maloobchodní prodej hudebnin a videonahrávek ve specializovaných prodejnách
<b>59.20.1, 59.20, 59.20.0</b>	Činnosti zvukových nahrávacích studií a výroba nahraných rozhlasových pořadů
<b>59.20.2</b>	Vydávání zvukových záznamů
<b>59.20.3</b>	Vydávání tištěných hudebnin
<b>90.01.2, 90.01.0</b>	Činnost baletních souborů, orchestrů, kapel a sborů
<b>90.02</b>	Podpůrné činnosti pro scénická umění
<b>90.03.1, 90.03, 90.03.0</b>	Činnost skladatelů na vlastní náklady, aranžování hudby
<b>90.04.1</b>	Pořádání divadelních představení a koncertů
<b>90.04.2</b>	Provoz operních, divadelních a koncertních sálů a podobných zařízení



## 2. Knižní odvětví

Kategorie NACE	Všeobecný popis
18.14	Vazačské a související služby
47.61, 47.61.0	Maloobchodní prodej knih ve specializovaných prodejnách
47.79.2, 47.79, 47.79.0	Maloobchodní prodej v knihkupectvích a bazarech
58.11, 58.11.0	Vydávání knih
74.30.1, 74.30, 74.30.0	Překladatelské činnosti
90.03.2, 90.03, 90.03.0	Činnosti spisovatelů na vlastní náklady

## 3. Umělecké odvětví

Kategorie NACE	Všeobecný popis
47.78.3, 47.78, 47.78.1, 47.78.2, 47.78.4, 47.78.9	Maloobchodní prodej uměleckých děl, obrazů, řemeslných výrobků, známek, mincí a dárkových předmětů ve specializovaných prodejnách
47.79.1	Maloobchodní prodej starožitností a starožitných koberců v prodejnách
90.03.3	Činnosti výtvarných umělců na vlastní náklady
91.02, 91.02.0	Činnosti muzeí

## 4. Filmové odvětví

Kategorie NACE	Všeobecný popis
47.63	Maloobchodní prodej hudebnin a videonahrávek ve specializovaných prodejnách
59.11, 59.11.0	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.13, 59.13.0	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.14, 59.14.0	Promítání filmů
77.22	Pronájem videokazet a disků
90.01.4	Činnosti jevištních, filmových, rozhlasových a televizních umělců a ostatní umělecké činnosti na vlastní náklady

## 5. Rozhlasové a televizní vysílání

Kategorie NACE	Všeobecný popis
60.10	Rozhlasové vysílání
60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
90.03.5	Činnost novinářů a tiskových fotografů na vlastní náklady

## 6. Odvětví scénických umění

Kategorie NACE	Všeobecný popis
85.52, 85.52.0	Kulturní vzdělávání





90.01.1	Činnost divadelních souborů
90.01.3	Činnosti artistů a cirkusových skupin na vlastní náklady
90.01.4	Činnosti jevištních, filmových, rozhlasových a televizních umělců a ostatní umělecké činnosti na vlastní náklady
90.02, 90.02.0	Podpůrné činnosti pro uměleckou tvorbu
90.04.1, 90.04, 90.04.0	Pořádání divadelních představení a koncertů
90.04.2	Provoz operních, divadelních a koncertních sálů a podobných zařízení
90.04.3	Provoz varietních divadel a kabaretů

## 7. Odvětví designu

Kategorie NACE	Všeobecný popis
32.12, 32.12.0	Výroba šperků a podobných výrobků
71.11.2, 71.11, 71.11.0	Poradenské architektonické činnosti v oblasti interiérového designu
73.11, 73.11.0	Reklamní agentury
74.10.1, 74.10, 74.10.0	Činnosti průmyslových, produktových a módních návrhářů
74.10.2	Činnosti grafických a komunikačních designérů
74.20.1, 74.20	Činnosti fotografů
74.10.3	Činnosti dekoratérů interiérů

## 8. Odvětví architektury

Kategorie NACE	Všeobecný popis
71.11.1, 71.11, 71.11.0	Poradenská architektonická činnost ve výstavbě budov
71.11.2	Poradenské architektonické činnosti v oblasti interiérového designu
71.11.3	Konzultační architektonická činnost v oblasti územního plánování měst a obcí a regionálního plánování
71.11.4	Poradenská architektonická činnost v oblasti krajinářské architektury
90.03.4, 90.03.0, 90.03	Činnosti restaurátorů na vlastní náklady

## 9. Odvětví tisku

Kategorie NACE	Všeobecný popis
47.62, 47.62.0	Maloobchodní prodej novin a kancelářských potřeb ve specializovaných prodejnách
58.12	Vydávání adresářů a poštovních seznamů
58.13	Vydávání novin
58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
58.19, 58.19.0	Ostatní vydavatelské činnosti
63.91, 63.91.0	Činnosti zpravodajských agentur
90.03.5	Činnost novinářů a tiskových fotografů na vlastní náklady





## 10. Reklamní odvětví

Kategorie NACE	Všeobecný popis
73.11, 73.11.0	Reklamní agentury
73.12, 73.12.0	Mediální zastoupení

## 11. Software a herní průmysl

Kategorie NACE	Všeobecný popis
58.21, 58.2	Vydávání počítačových her
58.29	Vydávání ostatního softwaru
62.01.1, 62.01.0	Tvorba webových stránek a programování
62.01.9	Vývoj ostatního softwaru
63.12	Webové portály

## 12. Ostatní

Kategorie NACE	Všeobecný popis
32.11	Ražení mincí
32.13, 32.13.0	Výroba bižuterie a příbuzných výrobků
74.20.2, 74.20	Činnosti fotografických laboratoří
74.30.2, 74.30, 74.30.0	Tlumočnické činnosti
91.01, 91.01.0	Činnosti knihoven a archivů
91.03	Provozování historických památek a budov a podobných návštěvnických atrakcí
91.04	Činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků

## 13. Ostatní v ČR

Kategorie NACE	Všeobecný popis
94.99.2	Činnosti organizací na podporu kulturních aktivit
94.99.3	Činnosti organizací na podporu rekreačních a volnočasových aktivit
58.2	Vydávání softwaru
93.21, 93.21.0	Činnosti zábavních a tematických parků
93.29, 93.29.0	Ostatní zábavní a rekreační činnosti
62.02, 62.02.0	Poradenství v oblasti informačních technologií

## 4 Metodiky výpočtu kreativního indexu

V souvislosti s rostoucím významem kreativní ekonomiky roste potřeba statistického pokrytí produkce kreativního odvětví, které je následně spojeno se snahou o kvantifikaci dopadu tohoto odvětví na





ekonomiku jednotlivých zemí a regionů. Jedná se však o oblast, která není jednotná a v níž neexistují přesně vymezené a používané definice pojmů. K dispozici jsou různé definice na různých úrovních. Definice však někdy ponechávají určitý prostor pro výklad.

Americký ekonom Solow (1957) publikoval studii o vlivu technologií na růst ekonomiky. Vlivem lidského kapitálu na ekonomiku se zabývají také Lucas (1988), Gleaser (1995, 1998, 1999, 2000) a Simon (1998). Souvislosti mezi vzdělaností obyvatelstva a růstem ekonomiky se zabývá Barro (2001). Florida a Tinagli (2004) identifikovali tři typy kreativní činnosti: technologické/inovační, ekonomické a umělecké. Tyto tři typy kreativity jsou vzájemně propojené, závislé a doplňují se. Jsou klíčem ke vzniku a rozvoji kreativity v ekonomice. Sám Florida prohlásil: „Tvořivost, ať už kulturní, vědecká, občanská, technologická, nebo sociální atd., je hnací silou moderní globální ekonomiky.“ Městské regiony jsou klíčovými laboratořemi, kde se tento proces odehrává a kde se všechny typy prolínají.

Stávající nástroje používané k zachycení a hodnocení ekonomické výkonnosti různých odvětví ekonomiky nejsou pro náš dvoustranný přístup vhodné, ale v zásadě z nich vycházejí. Současné statistické nástroje neumožňují vyhodnotit kreativní odvětví a kreativní ekonomiku. Na evropské a národní úrovni jsou statistické kategorie často příliš široké, takže shromážděné údaje jsou neporovnatelné. Podle Hartleyho (2004) lze problém s definicí kreativní oblasti, kreativní ekonomiky, kreativního odvětví atd. a s následnými statistickými šetřeními spatřovat v tom, jak se kreativní odvětví liší od tradičních odvětví. Jedná se především o nemožnost zařadit kreativní odvětví do řetězce tradičních definic, primárního, sekundárního a terciárního sektoru. Produkty kreativní ekonomiky lze nalézt v každém z těchto odvětví. Je problematické identifikovat kreativní odvětví na základě výstupu produktu, jako je tomu v tradičních odvětvích, jako je automobilový průmysl, ocelářství atd., protože tvořivost je vstupem, nikoli výstupem.

Index kreativity je ukazatel, který lze použít k výpočtu a měření kreativity a jejího rozvoje v různých zeměpisných oblastech. Index kreativity vychází z výzkumu Richarda Floridy, který používá tzv. 3T kreativity, což znamená talent, technologie a tolerance. Tuto teorii vysvětluje tím, že tvořivý člověk dává přednost místům, která jsou odlišná, tolerantní a otevřená novým věcem a myšlenkám. Každý z indexů 3T se skládá z dalších dílčích indexů a má různé parametry měření.

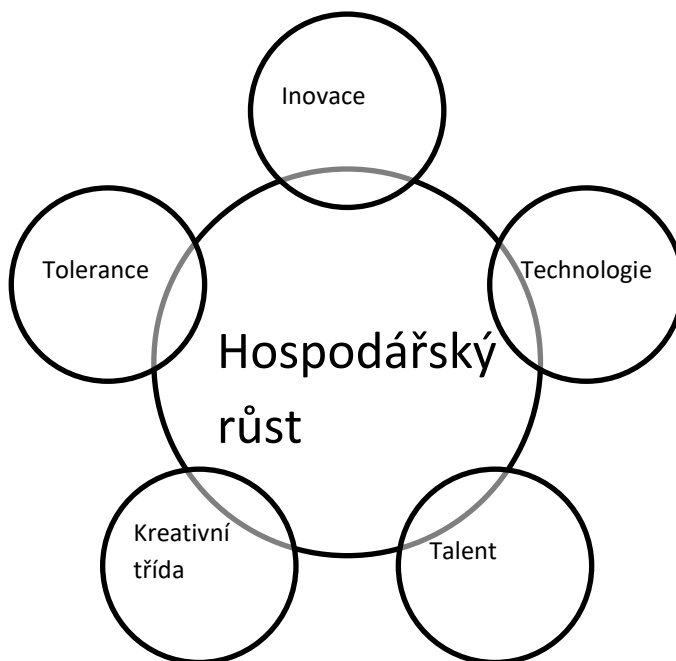
Index kreativity 3T byl pro Evropu upraven do podoby indexu eurokreativity, který se skládá ze tří dílčích indexů: indexu eurotalentu, indexu eurotechnologie a indexu eurotolerance. Podobně byl pro každý ze 14 krajů České republiky zkonstruován index kreativity 3T – tolerance, technologie a talent (Kloudová, 2009).

V roce 2002 představil R. Florida nový rámec pro měření kreativní ekonomiky. Florida v této práci popisuje růst kreativní ekonomiky a mění se vrstvy americké společnosti ve druhé polovině 20. století. Zdůrazňuje geografickou koncentraci kreativního kapitálu a relativizuje koncentraci kreativního kapitálu, hospodářský růst a regionální rozvoj, viz obrázek 3.





Obrázek 3: hospodářský růst

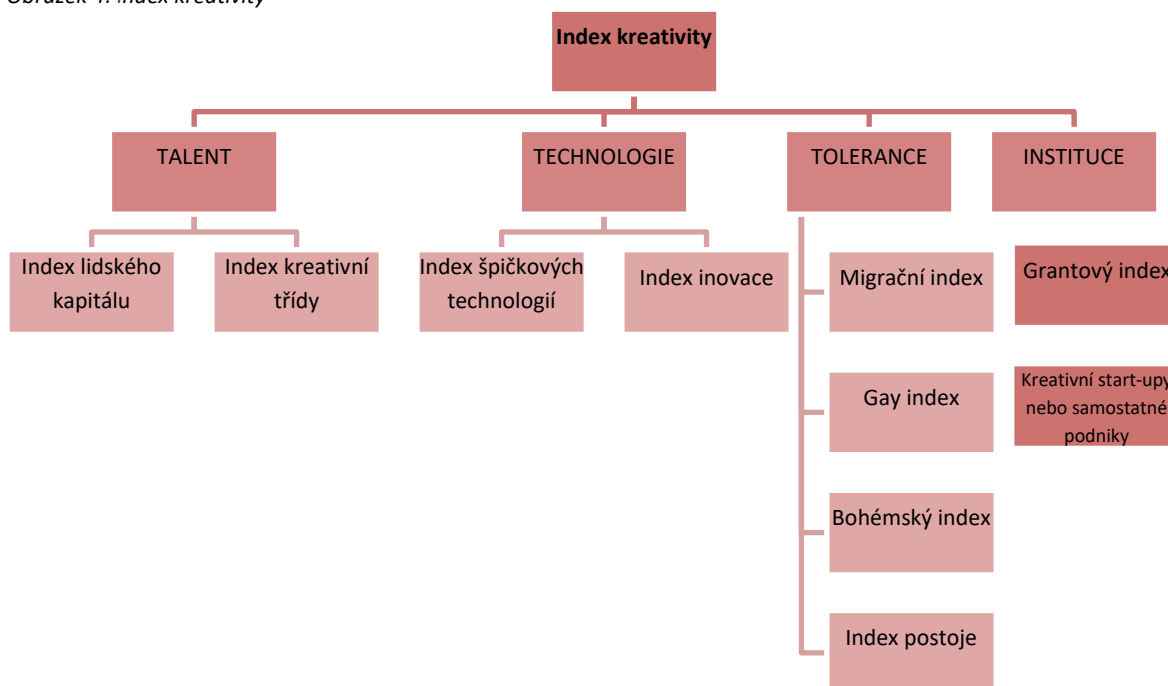


Zpracovala: Štemberková, 2021

#### 4.1 Stanovení ukazatelů pro měření kulturně kreativního indexu

Sestavení této metodiky vycházelo z výše uvedených teoretických prací a zároveň bylo po mnoha konzultacích sestaveno s pomocí doc. Kloudové, jak je uvedeno na následujícím obrázku 4.

Obrázek 4: index kreativity



Zpracovala: Štemberková, 2021

Měří index kreativity. V tomto projektu byl zvolen Floridův přístup a index kreativity byl založen na tzv. modelu 3T. Pod pojem 3T spadají talent, technologie a tolerance. Tuto svou teorii zdůvodňuje především tím, že tvořiví lidé si pro svůj život vybírají města, která se liší tím, že jsou tolerantní a otevřená novým myšlenkám, což vede ke koncentraci kreativního kapitálu v regionu. Každý ukazatel 3T se skládá z dalších dílčích ukazatelů a má rozdělené parametry měření.

Při výpočtu našeho indexu kreativity byly stanoveny dílčí indexy talentu, technologie, tolerance a instituce, přičemž byly zohledněny také ukazatele ekonomické výkonnosti. Jde především o zachycení podmínek, prostředí pro rozvoj kreativních odvětví. V další části jsou uvedeny oblasti výpočtu ukazatelů a v rámci každé oblasti jednotlivé ukazatele, z nichž se vypočítává index kreativity.

Floridův přístup byl však upraven tak, aby odpovídal časovému vývoji a přesnosti, jakož i dostupnosti údajů v regionu šetření. Kromě toho byl přístup upraven během dvoustranné koordinace dostupnosti údajů.

## 4.2 Dílčí index talentu

Při měření talentu používáme po vzájemné dohodě dva dílčí indexy. Prvním z nich je index lidského kapitálu, který zkoumá počet absolventů s vysokoškolským vzděláním, procento populace s vysokoškolským vzděláním, aby zjistil množství lidského kapitálu. Druhý index, tzv. index kreativní třídy,

18



zkoumá počet uměleckých škol na počet obyvatel a počet absolventů. Dále počet vědeckých institucí a univerzit, inovačních center nebo technologických parků a počet pracovníků ve výzkumu a vývoji.

Téma	Dílčí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
<b>Výzkumná témata související s vědou, výzkumem a inovacemi</b>	Přítomnost vědeckých institucí a univerzit			
	Počet uměleckých škol na počet obyvatel			
	Počet žáků uměleckých škol na celkový počet žáků			
	Počet základních uměleckých škol v poměru k ostatním školám nebo na počet obyvatel			
	Počet pracovníků ve vědě a výzkumu na počet obyvatel			
	Počet vysokoškolsky vzdělaných obyvatel			
	Počet absolventů v oboru Bc./MSc. (Mgr.) – Ing./Ph.D.			
	Přítomnost inovačních center, technologických parků atd.			
	Podpora vědy a výzkumu ze strany soukromého a veřejného sektoru			

### 4.3 Dílčí index tolerance

Index tolerance je významný především proto, že ovlivňuje schopnost regionu přilákat kreativní třídu. Lze konstatovat, že se ukazuje silná korelace mezi otevřenou společností, homosexuály, bohémy a přistěhovalci. Kromě toho vykazuje souvislost se schopností regionu inovovat, vyrábět v odvětví špičkových technologií a má významný dopad na přidanou hodnotu růstu ekonomiky. Úroveň tolerance je dána kombinací následujících dílčích indexů, kterými jsou gay index, bohémský index, migrační index a index postojů, index týkající se politicko-veřejných otázek a přijímání těchto rozhodnutí ve společnosti, jakož i témat souvisejících s komunikací, konektivitou a zázemím z hlediska sítí.





Téma	Díličí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
<b>Výzkumná témata související s využíváním veřejného prostoru a zapojením veřejnosti</b>	Návštěvnost a význam akcí souvisejících s KKO, které se v daném období konaly na veřejných prostranstvích			
	Počet, význam a podmínky pro umístění uměleckých děl ve veřejném prostoru			
	Zapojení veřejnosti do rozhodování o veřejném prostoru			
<b>Výzkumná témata související s politickým rámcem</b>	Existence strategie pro rozvoj kultury nebo kreativity či podobné politiky			
	Nové futuristické/netradiční stavby (otevřenost vůči této architektuře)			
<b>Výzkumná témata související s komunitním životem, tolerancí a přístupností</b>	Důležité hodnoty a tradice města/regionu			
	Úroveň komunitního života (počet a význam spolků a dalších komunitních skupin pro volný čas)			
	Počet migrantů			
	Počet homosexuálních sňatků v regionu			
	Počet heterosexuálních sňatků v regionu			
<b>Výzkumná témata související s komunikací, konektivitou a sítěmi</b>	Úroveň vybavenosti (silnice, dálnice, letiště)			
	Širší dopravní spojení (dostupnost letiště, železnice a dálnice)			
	Znalost světových jazyků obyvatelstva a možnosti jejich výuky			
	Existence a úroveň klastrů KKO a souvisejících odvětví			
	Úroveň mezinárodní spolupráce subjektů KKO			



	Mobilita obyvatelstva a ochota stěhovat se v rámci regionu			
--	--	--	--	--

#### 4.4 Dílčí technologický index

Dílčí technologický index se měří pomocí indexu inovací a indexu špičkových technologií. Index inovací se počítá podle počtu patentů na osobu, což zjevně vypovídá o inovační síle obyvatelstva. Index špičkových technologií je měřen velikostí a koncentrací špičkových technologií sektoru v regionu a počtem firem, které vytvářejí technologické inovace, a také počtem firem s vlastním výzkumným a vývojovým centrem. Vychází tedy z podílu HDP na celostátní úrovni.

Téma	Dílčí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
<b>Ukazatele pro měření technologického indexu</b>	Počet patentů na obyvatele			
	Počet patentů veřejných výzkumných institucí vs. počet malých a středních podniků			
	Podíl nákladů na výzkum a vývoj na hrubém domácím produktu			
	Počet společností s vlastním výzkumným a vývojovým centrem			
	Počet společností vytvářejících technologické inovace (P, UV atd.)			

#### 4.5 Dílčí institucionální index

Institucionální index se skládá ze dvou indexů: jednak z indexu dotací, který ukazuje instituce připravující podmínky pro získání dalších finančních zdrojů pro rozvoj této oblasti z hlediska jejich připravenosti a ochoty, a jednak z indexu, který ukazuje počet start-upů nebo samostatných podniků vzniklých v daném regionu.





Téma	Dílčí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
Související výzkumná témata	Počet obdržených evropských dotací na obyvatele			
	Počet institucí odpovědných za evropské dotace v regionu			
	Počet podpořených kreativních start-upů			

Konečné srovnání a porovnání kulturně kreativního indexu budou založeny na vzájemném porovnání údajů získaných pro obě vymezená území, mimo jiné v závislosti na následujících ukazatelích uvedených níže.

Téma	Dílčí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
Výzkumná témata týkající se podmínek a spolupráce v rámci odvětví a mezi odvětvími	Dostupnost a nabídka volnočasových a zájmových kulturních aktivit			
	Přístup ke kapitálu pro subjekty KKO			
	Transparentnost řízení a hodnocení dlouhodobě financovaných organizací KKO			

Téma	Dílčí téma	Odkaz na český zdroj dat	Odkaz na německý zdroj dat	Číslo dotazníku a číslo otázky
Ukazatele pro měření hospodářské výkonnosti KKO	Podíl kulturních a kreativních odvětví na celkové zaměstnanosti ekonomicky aktivního obyvatelstva			
	Počet subjektů KKO na 10 000 ekonomicky aktivních obyvatel			
	Podíl malých a středních podniků a mikropodniků na celkovém počtu subjektů KKO			
	Podíl subjektů z veřejného a neziskového sektoru na celkovém počtu subjektů KKO			



	Podíl subjektů dílčích odvětví KKO na celkovém počtu subjektů KKO			
--	---	--	--	--

## 5 Zdroje

BARRO, Robert J. „Education and economics growth“. In: Helliwell, J. F. (ed.). *The Contribution of Human and Social Capital to Sustain Economic Growth and Well-Being*. OECD, 2001, s. 14–41. Dostupné z: <http://www.oecd.org/dataoecd/5/49/1825455.pdf>.

FLORIDA, R. – TINAGLI, I. *Europe in the Creative Age* [on-line]. 2004.  
<[http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe in the Creative Age 2004.pdf](http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf)>.

FLORIDA, R. L. *The rise of the creative class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books, 2002.

HARTLEY, J. *Creative Industries*. Wiley: Wiley-Blackwell, 2004, s. 432. ISBN: 978-1-4051-0147-9.

KLOUDOVÁ, J. „Creative economy and its measurement“. *Economic Journal*. Institute of Economics of the Slovak Academy of Sciences and the Forecasting Institute of the Slovak Academy of Sciences: Reprint Bratislava, 2009. Vol. 57, č. 3, s. 247–262. ISSN: 0013-3035.

MELLANDER, Charlotte – FLORIDA, Richard. *The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden* [on-line]. 2006. Dostupné z:  
[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/The Creative Class or Human Capital.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/The_Creative_Class_or_Human_Capital.pdf).

### Název: Metodika mapování kulturního a kreativního potenciálu

Autoři: Ing. Miroslava Vlčková, Ph.D., MBA; Ing. Monika Maříková, Ph.D.; RNDr. et Mgr. Růžena Štemberková, Ph.D., MPA

Vydavatel: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích - Kancelář transferu technologií; Technische Hochschule Deggendorf

Rok vydání: 2022

Překlad a korektura: Jazyková agentura Skřivánek s.r.o.

Copyright ©: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích – Kancelář transferu technologií; Jihočeský vědeckotechnický park, a.s.; Technische Hochschule Deggendorf

Revize: Ing. Lenka Chrobočková, Mgr. Jana Němečková, Ing. Jana Moravcová, Jana Janáková, Edita Hronková

