

# Hodnocení a návrh možností rozvoje kulturních a kreativních průmyslů v Brně

Bc. Aleš Kocourek, DiS.

---

Diplomová práce  
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2021/2022

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Aleš Kocourek, DiS.**  
Osobní číslo: **M20678**  
Studijní program: **N0413A050031 Management a marketing**  
Specializace: **Design management**  
Forma studia: **Kombinovaná**  
Téma práce: **Hodnocení a návrh možností rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve městě Brně**

## Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Vypracujte přehled teoretických poznatků kulturních a kreativních průmyslů.
- Charakterizujte východiska kreativních center v návaznosti na coworkingová centra, Makerspaces a Fab laby.

II. Praktická část

- Zhodnoťte současný stav kulturních a kreativních průmyslů a center ve městě Brně.
- Na základě výsledků zhodnocení analyzujte současné možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů a center v Brně.
- Navrhňte možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů prostřednictvím kreativních center.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Nové, rozš. a rev. vyd. V Praze: Institut umění, 2013, 165 s. ISBN 978-80-7008-274-4.
- HENRY, Colette a Anne DE BRUIN, ed. *Entrepreneurship and the creative economy: process, practice and policy*. 1st Edition. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2011, 226 s. ISBN 9781848447691.
- LOY, Alice a Tom AAGESON. *Creative economy entrepreneurs: from startup to success, how entrepreneurs in the creative industries are transforming the global economy*. 1st Edition. Santa Fe: Creative startups, 2018, 376 s. ISBN 978-0-692-11879-5.
- PILNÝ, Ivan. *Digitální ekonomika: žít nebo přežít*. 1. vydání. Brno: BizBooks, 2016, 216 s. ISBN 9788026504818.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lukáš Danko, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání diplomové práce: **11. února 2022**  
Termín odevzdání diplomové práce: **27. dubna 2022**

L.S.

---

**prof. Ing. David Tuček, Ph.D.**  
děkan

---

**doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.**  
garant studijního programu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen přistoupi-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: .....

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se věnuje v teoretické části kulturním a kreativním průmyslům. Úvodní část teorie se zabývá jejich významem, pojmem, mapováním a podporou rozvoje. Samostatnou část kapitoly tvoří kreativní centra, která jsou důležitým prostorem pro rozvoj kreativní třídy a mají velký význam pro kulturní a kreativní odvětví. Praktická část diplomové práce popisuje stav kreativních průmyslů z pohledu mapování, navazuje na strategické dokumenty z oblasti kultury a kreativních průmyslů, které se věnují úpravě budoucího strategického vývoje a vztahů mezi městem Brnem a ostatními aktéry KKP. K provedení analýzy stavu byly vedeny semistrukturované rozhovory s aktéry KKP a dotazníkové šetření se zástupci budoucí kreativní třídy, byly vyhodnoceny bariéry i pozitiva, čímž byl zhodnocen současný stav KKP na území města. Na základě výsledků šetření byl vytvořen návrh na možnost rozvoje KKP a kreativních center.

Klíčová slova: kulturní a kreativní průmysl, kreativní centra, coworking, fablab, hub, makerspaces

## **ABSTRACT**

The theoretical part of the thesis is devoted to cultural and creative industries. The introductory part of the theory deals with their meaning, concept, mapping and development support. A separate part of the chapter is devoted to creative centers, which are an important space for the development of the creative class and are of great importance for the cultural and creative industries. The practical part of the thesis describes the state of the creative industries from the perspective of mapping, it is related to the strategic documents in the field of culture and creative industries, which are dedicated to the adjustment of future strategic development and relations between the City of Brno and other CCI actors. In order to carry out the analysis of the state, semi-structured interviews with CCI actors and a questionnaire survey with representatives of the future creative class were conducted, barriers and positives were evaluated, thus assessing the current state of CCIs in the city. Based on the results of the survey, a proposal for the possibility of developing CCIs and creative centers was developed.

Keywords: Cultural and Creative Industries, Creative Centers, Coworking, Fablab, Hub, Makerspaces

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu práce Ing. Lukáši Dankovi, PhD. za ochotu, trpělivost a vstřícnost při odborném vedení mé práce. Zároveň chci poděkovat všem ochotným respondentům, kteří mi vyšli vstříc a byli ochotni mi věnovat drahocenný čas.

Motto:

*„Když už člověk jednou je, tak má koukat aby byl. A když kouká, aby byl, a je, tak má být to, co je, a nemá být to, co není, jak tomu v mnoha případech je.“*

Jan Werich

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>1. KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL.....</b>	<b>12</b>
1.1. VYMEZENÍ POJMU KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ.....	13
1.2. VÝZNAM KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ .....	15
1.3. MAPOVÁNÍ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ .....	16
1.4. PODPORA A ROZVOJ KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ.....	18
<b>2. KREATIVNÍ CENTRA.....</b>	<b>25</b>
2.1. VÝZNAM KREATIVNÍCH CENTER.....	26
2.1.1. Činnost a způsob organizace v kreativních centrech .....	27
2.2. COWORKING.....	28
2.3. MAKERSPACES .....	30
2.4. FABLAB.....	31
2.5. HUB.....	31
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>33</b>
<b>3. KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL VE MĚSTĚ BRNĚ.....</b>	<b>34</b>
3.1. MAPOVÁNÍ A FORMY KKP VE MĚSTĚ BRNĚ .....	35
3.1.1. Aktualizace mapování a projekt Kreativní centrum Brno.....	36
3.1.2. Finanční a dotační podpora kultury a KKP v Brně .....	39
3.2. STRATEGIE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA BRNA .....	41
3.2.1. Implementace a evaluace .....	45
3.2.2. Financování .....	45
<b>4. KREATIVNÍ CENTRA V BRNĚ.....</b>	<b>47</b>
4.1. COWORKINGOVÁ CENTRA .....	47
4.1.1. Vývoj a trendy v coworkingu.....	49
4.1.2. Coworkingová centra na území města Brna.....	50
4.2. KONCEPTY OTEVŘENÝCH DÍLEN FABLAB, HUB, MAKERSPACES .....	58
4.2.1. Koncepty otevřených dílen na území města Brna.....	58
<b>5. ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU KKP A CENTER V BRNĚ .....</b>	<b>62</b>
5.1. ANALÝZA A VÝZKUM POMOCÍ ROZHOVORŮ A DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	62
5.2. DOTAZNÍKOVÁ FORMA PRŮZKUMU PRO ŽÁKY STŘEDNÍ ŠKOLY GRAFICKÉ V BRNĚ.....	67
<b>6. NÁVRH MOŽNOSTI ROZVOJE KKP A KREATIVNÍCH CENTER V BRNĚ.....</b>	<b>71</b>

6.1.	NÁVRH SPOLUPRÁCE KREATIVNÍCH CENTER A KKP V RÁMCI SYNERGIE .....	72
6.1.1.	Nová webová platforma .....	72
6.1.2.	Sdílení podpory začínajícím podnikatelům v oblasti KKP .....	74
6.2.	NÁVRH SPOLUPRÁCE STŘEDNÍCH ŠKOL A KREATIVNÍCH CENTER NA ROZVOJI KREATIVNÍ TŘÍDY .....	75
6.2.1.	Podpora projektu v návaznosti na Strategii kultury a kreativních odvětví města Brna .....	76
6.2.2.	Odborné workshopy v prostředí kreativních center pro studenty středních škol .....	76
6.2.3.	Klíčové aktivity .....	78
6.2.4.	Časové hledisko projektu .....	78
6.2.5.	Financování projektu .....	79
6.2.6.	Analýza rizik projektu .....	80
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>82</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>84</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>90</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>91</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>92</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>93</b>



## ÚVOD

Kulturní a kreativní průmysly se v současné době dostávají stále více do popředí zájmu a povědomí tím, že tvoří důležitou součástí pro oblast ekonomiky od regionální až po národní úroveň. Ve vyspělých ekonomikách hrají kreativní průmysly důležitou roli, proto se jim dostává pozornosti podporou jejich programů na rozvoj. Odvětví kreativních průmyslů je důležitou součástí ekonomiky České republiky, kde svým podílem zaměstnaných osob nabývá na větším významu. Zásadní vklad přineslo mapování KKP, které vytvořilo základní přehled a data z kreativního odvětví v České republice i samotném městě Brně. Mapování je potřeba postupem času aktualizovat. Proces mapování tak napomáhá k přehledu v dané problematice a obsahovou částí k jeho významu.

Odvětví kulturních a kreativních průmyslů je založeno na lidském kapitálu, lidské kreativitě a především talentu. Tyto faktory se stávají zdrojem pro vznik kreativní ekonomiky, která vytváří nové možnosti a příležitosti pro rozvoj v oblasti inovací, znalostní ekonomiky a tvůrčích činností.

Lidská činnost je v mnoha oborech závislá na prostředí, které ovlivňuje způsob práce a kreativitu. Kreativní centra jako jsou coworkingy, kreativní huby, otevřené dílny fablab nebo makerspaces jsou místem pro nezávislou činnost, která podporuje inovativní nápady a kreativní myšlení. Jsou místem vzniku komunitní společnosti, která sdílí společně prostory, nápady, kontakty a slouží nezávislým profesionálům k jejich činnosti včetně potřebného zázemí, vybavení, prostředků a služeb. Pro neustálý rozvoj kreativních center je důležité sdílet znalosti a předávat zkušenosti budoucím tvůrcům z kreativních oborů, kteří se na svůj profesní život teprve připravují. Zásadním faktorem pro neustálý vývoj je zvyšovat povědomí o celém odvětví KKP a způsobu práce v kreativních centrech, která v zásadě naplňují potřeby kreativní třídy. Z pohledu konkurenceschopnosti je nutné udržet kreativní třídu v regionu a zabránit jejímu odlivu a vytvářet podmínky pro její specifické potřeby. Pokud by KKP nebyly podporovány programy a tvorbou strategie pro další rozvoj, tak by to mělo hluboký dopad na odliv kreativní třídy z regionu.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení a navržení možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů ve městě Brně na základě provedených analýz a výzkumu. Na základě výzkumu byly vymezeny pozitivní stránky současného stavu, bariéry a možné podmínky pro další rozvoj KKP v Brně. Analýza současného prostředí kreativních center byla dílčím cílem pro zjištění, jakou roli mají kreativní centra na vývoj KKP a rozvoj kreativní třídy.

V teoretické části jsou zdroji sekundárních dat řešerše z odborných publikací, dokumenty strategického charakteru a analýzy strategických dokumentů. Diplomová práce obsahuje sekundární data webových stránek Statutárního města Brna, Ministerstva kultury a ostatních organizací, které zahrnují oblast kulturních a kreativních průmyslů a jednotlivých kreativních center.

V praktické části jsou jako zdroje primárních dat pro výzkum použity provedené semistrukturované rozhovory s vybranými respondenty a aktéry KPP ve městě Brně. Rozhovory popisují současný stav KKP a kreativních center, popisují přínosy, bariéry, náměty a návrhy na rozvoj současného stavu ve městě Brně. Semistrukturované rozhovory byly vyhodnoceny za pomoci kódovacího klíče jako soustavy znaků, které jsou přiřazeny jednotlivým kvalitativním údajům. Pro průzkum na střední škole, který byl zaměřen na oblast sdílených pracovních prostor pro budoucí kreativní třídu, byla použita forma dotazníkového šetření za dodržení anonymity respondentů. Na otevřené otázky byly odpovědi řazeny metodou Likertovy škály. Na základě porízených výsledků a analýz byly navrženy možnosti rozvoje kulturních a kreativních průmyslů a kreativních center ve městě Brně.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1. KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL

Pojem kulturní průmysl existoval již zřejmě o něco dříve, pochází z období 30. a 40. let minulého století a byl používán radikálními kritiky masové zábavy. Slovní termín kreativní průmysl je spojován s Maxem Horkheimerem a Theodorem Adornem, kteří pojem kultura považovali za vysoké umění, tedy výsledky lidského kreativního ducha. Od konce 60. let minulého století dochází k modifikaci konceptu kulturního průmyslu, kdy francouzští sociologové Armel Huet, Edgar Morin a především Bernard Miége z části akceptovali názory Horkheimera s Adornem. Především Miége poukázal na fakt, že nelze hovořit o struktuře v jednotném čísle, jelikož fenomén kulturních průmyslů se týká více oborů lidské činnosti, které jsou navzájem specifické. Stejným směrem navázala organizace OSN (Organizace spojených národů) pro vědu, výchovu a kulturu (UNESCO) svým programem kulturních kreativních průmyslů na konferenci v Montrealu v roce 1980. Potvrdilo se, jaké jsou kulturní a kreativní průmysly komplexní téma (Cikánek, 2013, s. 13–15).

Odvětví kulturních a kreativních průmyslů tvoří jeden z prvků kreativní ekonomiky, na který navazuje inovační potenciál v daném sektoru, kde přispívá k tvorbě nových možností v oblasti lidského kapitálu, služeb či nových pracovních míst. Tvoří podnět k inovačním aktivitám firem, organizací a podniků a tvoří prostor k využívání širokého spektra nových technologií a umožňuje urychlovat inovační politiku a tvorbu nových příležitostí (Koleček, 2017, s. 6).

Kreativní průmysly spojují dohromady oblasti kreativity, talentu, tvořivosti a lidského nadání v oblastech kreativní ekonomiky jako například umění, architektury, designu, technologií, reklamy či obchodu. Hodnota duševního vlastnictví v oblasti kreativních průmyslů tak umožňuje přenášet tvořivost do ekonomické hodnoty. Uvědomujeme si i zde roli působení na zlepšení ekonomického, kulturního či sociálního prostředí (Zelesníková, 2016, s. 9).

V ČR se koncept kulturních a kreativních průmyslů dostává taktéž do popředí zájmu a povědomí. Vnímáme několik úhlů pohledů na koncept, především úhel ekonomického přínosu či propagace oblasti, prezentace nebo strategické podpory a přínosu celého odvětví. K existenci celé kulturní infrastruktury kreativních průmyslů přispívají subjekty jak veřejné, tak i neziskové, vzdělávací nebo výzkumné a tvoří tak široký a nový pohled na kulturu a oblast kreativní ekonomiky. Dopad a význam odvětví je celospolečenský, ale i tak musí usilovat o zájem z politického pohledu a potažmo veřejné podpory. Proto je snazší

podporovat kulturu jako prostředek, který má pozitivní vliv na společnost. Využívání kultury z mnoha jejích funkcí a rolí, které mají vliv na ekonomický růst a rozvoj společnosti lze shrnout do pojmu tzv. instrumentalistiky kultury (Žáková, 2015, s. 10–11).

### **1.1. Vymezení pojmu kulturních a kreativních průmyslů**

Vymezení pojmu kulturních a kreativních průmyslů nelze definovat jedním pojmem. Poprvé se termín kreativní průmysl objevil v Austrálii v roce 1994, následně pak ve Velké Británii v roce 1997, kde byla vládou ustavena meziřesortní pracovní skupina pro kreativní průmysly – Creative Industries Taskforce (Cikánek, 2013, s. 20).

Oblasti jako konceptu se poprvé věnovali právě ve Velké Británii, kdy došlo ke snaze posoudit a zmapovat určité formy ekonomické aktivity. Snahou Ministerstva kultury, médií a sportu (Department for Culture, Media and Sport) bylo zmapovat tyto aktivity ve spojení s kulturní praxí, které vymezilo 13 sektorů, do kterého zahrnuli reklamu, architekturu, umění, řemeslo, design, módu, video, film a fotografii, hudbu, vizuální a výtvarné umění, vydavatelství, software, počítačové hry, elektronická vydavatelství, rádio a televizi (O'Brien, 2015, s. 13–15).

Kreativní a kulturní průmysly jsou společně součástí globální ekonomiky, která zaznamenává v posledních letech významný růst. Zároveň je zde požadavek na změnu ve vnímání pojmu kreativní průmysl, aby nebyl chápán jen z pohledu v oblasti výroby. Odvětví se stává místem pro nové myšlenky, inovaci a rozvoj. Vedoucí úlohu v jejich rozvoji z pohledu mapování v letech 1998 a 2001 převzala Velká Británie. Definici 13 sektorů, která byla přijata britskou vládou, přijali i v jiných zemích. Smysl jeho vývoje je vnímán i v mnoha městech po celém světě jako součást přirozeného procesu dlouhodobého rozvoje. V tomto smyslu uvažuje i Evropská unie (v dokumentu Evropská strategie 2020) ale i jednotlivé státy (Zelesníková, 2016, s. 9–11).

V množství definic, které se snaží popsat podstatu kulturních a kreativních průmyslů, můžeme z evropského pohledu uvést definici z britského mapovacího dokumentu z roku 1998 (Creative Industries Mapping Document), aktualizovaného v roce 2001, který uvádí, že kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská aktivita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvím s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví.

Kulturní a kreativní průmysly zahrnují především oblast činností, kde převažuje lidská kreativita ve spojení s uměním a talentem, založených na kulturních hodnotách a kreativních projevech. Za pomoci využití duševního vlastnictví tak dokáže odvětví generovat a vytvářet pracovní příležitosti. Vzniká následně přidaná hodnota pro ostatní průmysly, které mají dopad na vznik inovativního potenciálu jak v technologických, tak i netechnologických oblastech inovací. Význam kreativních průmyslů roste v mnoha kulturních odvětvích, kterým vytvářejí obsah. (Bednář a kol., 2016, s. 7–8)

V rámci kulturní statistiky z roku 2000 bylo vymezeno osm oblastí a šest funkcí, které tvoří kulturní a kreativní odvětví. Základní vymezení v Zelené knize Evropské komise pro uvolnění potenciálu kulturních a kreativních odvětví se zaměřilo na kulturní odvětví, kde kromě tradičních uměleckých oblastí, včetně kulturního dědictví, zařadila i film, video, nová média, hudba či knihy. Koncept byl formulován v rámci úmluvy UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů z roku 2005. Do oblastí kreativního odvětví Evropská komise řadí architekturu či design, též pododvětví jako například grafický design, reklamu či módní návrhářství. (Kraus a kol., 2014, s. 9)

Oblasti	Odvětví	Pododvětví
Oblast tradičního odvětví	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 kulturních průmyslů	Design	Modní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	

LEGENDA: Kulturní sektor Kreativní sektor

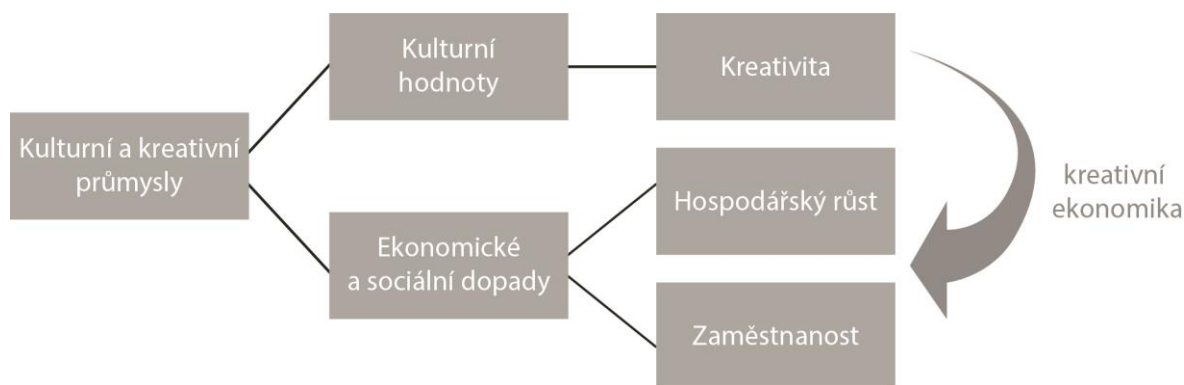
Obrázek 1 Vymezení kulturních a kreativních odvětví podle Evropské komise (Kraus a kol., 2014, s. 10)

## 1.2. Význam kulturních a kreativních průmyslů

Význam kulturních a kreativních průmyslů v ČR se dostává do povědomí pro oblast kultury a kulturní politiky. Proto je zapotřebí shrnout jejich význam v celé jeho šíři a poukázat na komplexnost a provázanost systémů, v nichž se uskutečňují. Proto je potřeba si uvědomit, že pro celou kulturní infrastrukturu, která je základem pro rozvoj kultury, jsou významní činitelé z oblastí soukromých firem, OSVČ, neziskových organizací, umělců, různé oblasti výzkumu sledujeme v co nejširším spektru úhlu pohledu. V zahraničí na tento komplexní pohled nahlízejí jako na ekosystém. Kultura přitom musí bojovat o přízeň a veřejnou podporu a obhajovat svou pozici před politiky a veřejným sektorem, i když má vysoký

společenský dopad. Oproti oblastem zaměřených na ekonomický růst, lze jmenovat oblasti, které na růst tolik zaměřené nejsou. Jmenujme například vzdělávání či oblast životního prostředí, které nemusí natolik hájit své hodnoty. V tržním prostředí je díky růstu ekonomického přínosu poukázáno na ekonomiku kultury. Ekonomické ukazatele kulturních a kreativních průmyslů pak hrají roli při jejich prosazování a podpoře. Koncepce kulturních a kreativních průmyslů a jejich mapování se snaží tuto oblast nově definovat a popsat. Z významového hlediska je nutné rozlišovat podporu a tvorbu z pohledu zdrojů kreativity, díky které vzkvétají i průmysly a podpora kreativní ekonomiky a průmyslů podporující rozvoj podnikání (Žáková a kol., 2015, s. 10–14).

Kreativní ekonomika je součástí koncepce zapojování zainteresovaných stran a propojování kreativních aktérů s investory. Důležitost podpory místní globální ekonomiky, která je součástí ekosystému, má v budoucnu generovat pracovní místa, jelikož kreativní ekonomika je ekonomika zítřka, kterou bude pohánět především kreativita. Je to i z důvodu, že většinu pracovního dne zaplňuje rutina, která je běžnou činností a vyhledáváme příležitost se zapojit do kreativní činnosti, jako hrát spolu s rodinou stolní hru nebo vyzkoušet online hru a ocitnout se na sladkém místě kreativity (Loy a kol., 2018).



Obrázek 2 Význam kulturních a kreativních průmyslů (vlastní zpracování)

### 1.3. Mapování kulturních a kreativních průmyslů

Kreativní průmysly jsou v současné době na dynamickém růstu díky informačním technologiím, cestovnímu ruchu, pozitivním ekonomickým podmínkám, mediální tvorbě, zábavního průmyslu a celkovým změnám ve společnosti. Na kulturní a kreativní průmysly



lze tedy pohlížet jako na jednu ze samostatných součástí ekonomiky včetně její strategické podpory. Aby bylo možné tuto strategii a podporu vytvářet, je potřeba vytvořit a znát prostředí a stav na určitém území, ve kterém se KKP nacházejí. V tomto smyslu je zapotřebí metodiky, která má za úkol sledovat cíle mapování, aby byla v souladu se strategií a záměry například při budování kreativních center či klastrů. Mapování je tedy velice důležitá činnost, která má za úkol zvýšit povědomí o jejich významu a roli v hospodářství a průmyslu, především na regionální i národní úrovni.

Proces mapování vytváří jak vazby mezi jednotlivými aktéry profesí kulturních a kreativních průmyslů, tak vytváří prostor pro diskusi v prostředí politických zástupců, kteří mají vliv na rozvoj v jednotlivých regionech (Bednář a kol., 2016, s. 8–9).

Podle Ministerstva kultury ČR je zásadním limitem nedostatek komplexních dat z této oblasti včetně nedokonalého přehledu živnostníků a mikropodniků. I když v minulosti proběhly pokusy o mapování z hlediska kvantitativního i kvalitativního, komplexní mapování kulturních a kreativních průmyslů ČR teprve čeká. Zatím jde o zachycení tržních aktivit a aktivit veřejných rozpočtů, který zachycuje jen část kulturního a kreativního sektoru. Dále je nutné poukázat na progres v digitalizaci, kde dochází k pomalému procesu vytěšňování klasických činností, jako je tisk či produkce a výroba knih. Dalším aspektem, který brání k přesnějšímu zachycení dat z hlediska mapování je samotný přehled skupin ekonomických činností (CZ-NACE), kde je složité zapojit komplexní přehled o subjektech, které patří do oblasti kreativních průmyslů. Je to z důvodu zahrnování pouze dvoumístných indikátorů (vyšší úroveň NACE kódů) místo čtyřmístných, čímž se ve skutečnosti liší od reality, která je možná pouze v případě „ručního čištění“ údajů. To představuje velikou a náročnou práci z časového hlediska a v případě celostátní úrovně z důvodu velkého množství dat je téměř nemyslitelné o tomto způsobu činnosti uvažovat. Problematika nedostatečného sběru dat naráží na složité zachycení dat o OSVČ a jejich nezahrnutí do jejich sběru, nesleduje se oblast vývoje her a tak následně nedostatečná absence souhrnných dat má vliv na podporu výzkumu odvětví kulturních a kreativních průmyslů (Ministerstvo kultury ČR, ©2022).

V České republice byla oblast kulturních a kreativních průmyslů mapování zahájeno v roce 2011 za přispění a podpory Ministerstva kultury ČR. V rámci výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, podporovaného v rámci programu NAKI (Program aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity). Cílem projektu bylo

získání informací o stavu jednotlivých kulturních odvětví a oblastech kreativních průmyslů v ČR. Realizaci provedl Institut umění v letech 2011–2015. Hlavními výstupy byly dva mapovací dokumenty obsahující definici významu koncepce kulturních a kreativních průmyslů dle klasifikace NACE, včetně typových strategických opatření a strategie podpory kulturních a kreativních průmyslů v ČR. Obsahem byla i Certifikovaná metodika mapování KKP na lokální a regionální úrovni ČR vycházející z pilotních projektů mapování měst Zlín, Brno, Pardubice a Plzeň. Projekty popisují zjišťování aktuálního stavu a potřeb jednotlivých odvětví v daném místě. Dalším výstupem byl vznik online aplikace KulKal, která slouží k výpočtu ekonomických dopadů kulturní organizace či akce (Institut umění – Divadelní ústav, ©2017).

#### **1.4. Podpora a rozvoj kulturních a kreativních průmyslů**

Na podporu a rozvoj kulturních a kreativních průmyslů připravilo Ministerstvo kultury dokumenty, které jsou strategické povahy. V roce 2018 byla zahájena práce na dokumentu *Strategie podpory kulturních a kreativních průmyslů*, která je součástí projektu „Zpracování systému podpory kulturních a kreativních průmyslů Ministerstvem kultury“. Cílem projektu je jak podpora KKP, tak i jeho nově vytvářených oblastí. Projekt je zaměřen na 5 klíčových aktivit, které popisuje podrobněji projektový záměr, který zpracovala Projektová kancelář MK ČR (Projektová kancelář MK ČR, ©2022).

Vláda ČR usnesením č. 739 ze dne 23. 8. 2021 projednala *Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví pro roky 2021–2025*. V usnesení se ukládá ministru kultury, aby seznámil představitele měst, hejtmany, Primátora hl. Města Praha a představitele Svazu měst a obcí a zástupce profesních sdružení v oblasti knihoven, aby realizovali strategii ve spolupráci s úřady, ministry a představiteli měst a zároveň doporučil naplňovat záměry strategie při rozvoji kulturních a kreativních odvětví.

Vize strategie je tvorba funkčního systému kulturních kreativních odvětví (dále jen KKO) s využitím kulturního kapitálu a talentu kreativních obyvatel. KKO budou významným prvkem v oblasti inovací a pozitivních změn ve společnosti, v oblasti konkurenceschopnosti bude vedena KKO jako stěžejní oblast. Strategie a její implementace je uvedena v akčním plánu na roky 2021–2023 obsahující 21 opatření a 44 aktivit a úzce navazuje na *Národní plán obnovy*, který představuje hlavní zdroj financování KKO.

Strategie definuje pět hlavních problémů rozvoje KKO:

- *vybudovat prostředí pro systematický rozvoj KKO, včetně metodického vedení dalších aktérů státní správy*
- *vybudovat soustavný institucionální rámec podpory KKO napříč veřejnou správou*
- *vytvořit analýzu oblastí KKO na základě sběru komplexních aktuálních dat*
- *zvýšit míru propojení aktérů KKO mezi sebou i propojení KKO s podnikatelským sektorem*
- *zabezpečit budoucí financování rozvoje KKO (Ministerstvo kultury ČR, ©2022)*

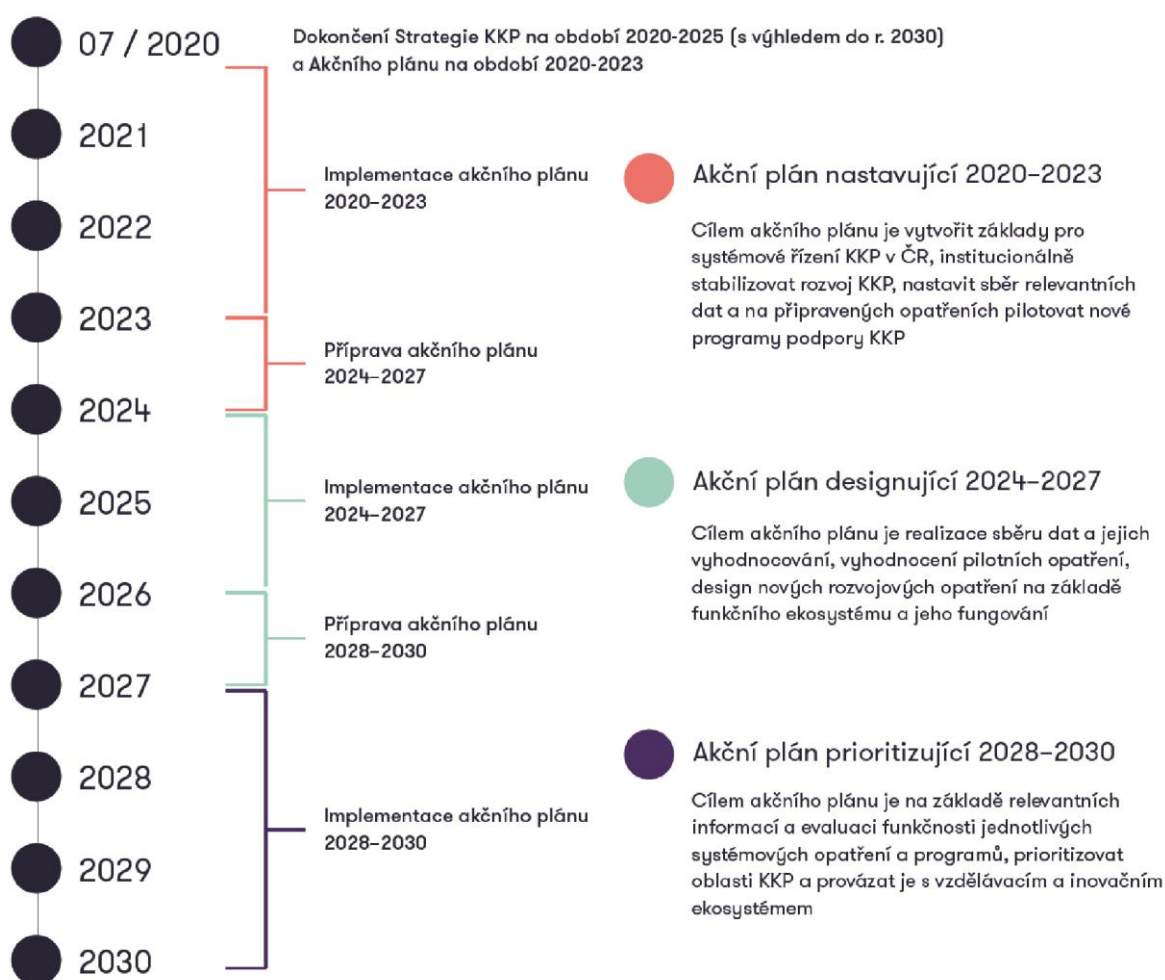
Dokument *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví* uvádí, že zásadní finanční část přenechá Ministerstvo kultury z Národního plánu obnovy, kde počítá pro oblast KKO se 17 % ročního rozpočtu Ministerstva kultury. Zapojeno bude Ministerstvo obchodu a průmyslu, aby se oblast KKO rozvíjela efektivním způsobem. Počítá se i s vícezdrojovým financováním z víceletého finančního rámce EU a tím i souvisejících programů, mezi které patří například IROP, OP JAK, OP TAK a jiné. Cílem pro následující období je ukotvit KKO do strategického rámce veřejné správy, kde za pomoci metodické podpory a sdílení znalostí může být oblast hnacím motorem ve rozvoji jednotlivých regionů, jejich soudružnosti. Bude tedy nutné nastavit prostředí pro systematický rozvoj KKO i vzhledem k omezené kapacitě jednotlivých krajů rozvíjet tuto oblast, oproti ostatním regionům, kde již tato oblast byla zmapována. Dalším cílem bude nastavit financování tak, aby bylo v rámci rozvoje KKO udržitelné, tím přijmout a vytvořit strategický rámec pro rozvoj v roce 2024–2025 a využít systematické prostředí z předchozího nastavení mezi lety 2021–2023.

V oblasti podpory podnikání je zmíněn i rozvoj exportu KKO a posilování kulturní diplomacie. Důležitým krokem bude analyzovat vhodné nástroje internacionalizace a zajistit tak synergii podpory ze strany více subjektů, mezi které řadíme CzechTrade, CzechInvest, SoundCzech či MZV skrze projekty ekonomické diplomacie a jiné (Ministerstvo kultury ČR, ©2022).

Dokument *Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví – akční plán 2021–2023* slouží jako implementační dokument Ministerstva kultury k realizaci jednotlivých opatření. Strategie se buduje v rámci rozvoje celé veřejné správy, nikoliv jen jako resortní v případě Ministerstva kultury, ale především jako spolupráce mezi jednotlivými resorty. Akční plán je výstupem také jedné z klíčových aktivit jiného projektu

s názvem „Zpracování systému rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů Ministerstvem kultury“. Akční plán má být realizován do konce roku 2023. V tomto období se časově kryje i s Národním plánem obnovy, kdy jeho realizace tak umožní financování opatření s minimálními náklady ze státního rozpočtu.

Akční plán obsahuje též rámec strategie, který obsahuje schéma implementace strategie KKO na základě sběru výsledků evaluace a analýzy dat. Na základě těchto dat bude nastaven druhý a následně třetí akční plán, který se zaměří na prioritizaci a zacílení na jednotlivé obory KKO (Ministerstvo kultury ČR, ©2022).



Obrázek 3 Schéma implementace Strategie KKO a rozdělení na akční plány

(Strategie rozvoje a podpory KKO, Akční plán 2021–2023, s. 8)

*Národní plán obnovy ČR (NPO)*, je dalším důležitým dokumentem, který navazuje na dokument Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví. Vznikl jako reakce na pandemii COVID-19. Vláda připravila plán reforem a investic, které bude realizovat za pomoci prostředků evropského Nástroje pro oživení a odolnost. NPO byl schválen v září roku 2021 po kladném hodnocení Evropské komise. Hlavní cíl NPO je zvyšování prosperity a kvality života prostřednictvím zvýšené produktivity práce, posilování konkurenceschopnosti a udržení zaměstnanosti.

Mezi hlavní pilíře NPO patří následující oblasti s přidělenými finančními rámci v mil Kč:

- *Digitální transformace* ..... 27 854 mil Kč
- *Fyzická infrastruktura a zelená tranzice* ..... 85 182 mil Kč
- *Vzdělání a trh práce* ..... 41 006 mil Kč
- *Instituce a regulace a podpora podnikání v reakci na COVID-19* ..... 10 895 mil Kč
- *Výzkum, vývoj a inovace* ..... 13 200 mil Kč
- *Zdraví a odolnost obyvatel* ..... 12 441 mil Kč

Pilíř *Instituce a regulace a podpora podnikání v reakci na COVID-19* obsahuje v rámci podpory kultury a regionů oblast *Rozvoj kulturního a kreativního sektoru*. Cílem je celková reforma přístupu ke kulturnímu a kreativnímu sektoru v ČR. Ministerstvo kultury se orientuje na širší roli kultury, zvýšení odolnosti kulturního a kreativního sektoru a rozvoje KKO v návaznosti na ekonomickou a společenskou obnovu ČR. Celkový finanční rámec pro oblast kulturního kreativního sektoru činí 7 390 mil Kč. (Ministerstvo kultury ČR, ©2022)

#### **Oblasti reforem:**

- Obnova kulturního a kreativního sektoru – status umělce a umělkyně
- Transformace Státního fondu kinematografie na Fond Audiovize
- Rozvoj regionálního kulturního a kreativního sektoru

#### **Oblasti investic:**

- Digitalizace kulturního a kreativního sektoru
- Modernizace kulturních institucí

- Kreativní vouchery
- Podpora výzkumu a vývoje v oblasti sociálních a humanitních věd



Obrázek 4 Strategický rámec kulturních a kreativních odvětví  
(Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví, 2014, s. 27)

*Kreativní vouchery* vznikly jako nepřímá podpora skrze malé zakázky v rámci podpory KKO. Vznik voucherů byla reakcí na nedostatečnou provázanost mezi malými a středními podniky a KKO. Jde o podporu pro malé a střední podniky s vlastním výrobkem či službou na využití služeb v oblasti KKO v segmentu malých zakázek. Ukázalo se, že malé a střední podniky mají omezený přístup ke kapitálu, poskytovatelům znalostí a inovacím. Využití služeb kreativců zvyšuje přidanou hodnotu produktů a služeb s pozitivním vlivem na podnikání především v oblasti B2B (business to business) a následné generování poptávky. Pro rok 2023 se chystá nová dotační výzva Kreativních voucherů, kdy malé a střední podniky budou moci využít voucher na služby kreativců na kreativní zpracování jejich výrobků a služeb. Podmínkou pro účast kreativců na spolupráci bude podmínka registrace v Celostátní galerii kreativců. Vouchery jsou financovány z programu NPO.

Na základě podmínek dotační výzvy pro rok 2023 je Voucher určen k účelu kreativního řešení nebo zefektivnění prezentace, vzhledu i funkce produktu, procesu nebo služby. Vouchery kryjí 85 % z ceny celkové zakázky, kdy minimální výše Voucheru je 50 000 Kč a maximální výše je 200 000 Kč. Žadatel tak musí pokrýt 15 % z celkové ceny zakázky. Žadatel bude moci podat navíc jen jednu žádost za kalendářní rok a nesmí být současně sám kreativec, tedy poskytovatel služeb. Komunikační platforma pro KKO využije domény [www.kreativnicesko.cz](http://www.kreativnicesko.cz) (Ministerstvo kultury ČR, ©2022).

KKO je podporováno též Evropskou unií a to jejím orgánem *Evropskou komisí*. Zakotvení a vymezení KKO je v dokumentu Program Kreativní Evropa, který se skládá z dílčích programů Kultura (podpora kulturní a uměleckou spolupráci), Media (podpora konkurenceschopnosti, inovace a udržitelnosti evropského audiovizuálního odvětví) a meziodvětvové složky (podpora inovačních akcí a spolupráce v audiovizuálním a kulturním odvětví). Pokud rozdělíme dotaci na podíl v procentech, tak na oblast Kultury připadá 33 %, část Média 58 % a na mezioborovou část zbývá 9 %. Program buduje a podporuje přeshraniční spolupráci včetně spolufinancování důležitých platforem a sítí. Rozpočet programu činí 2,44 miliardy eur na období let 2021–2027 a oproti předchozímu programu (2014–2020) s rozpočtem 1,47 miliardy eur jde o významné navýšení rozpočtu.

#### **Hlavními cíli programu jsou:**

- *zachovávat, rozvíjet a prosazovat evropskou kulturní a jazykovou rozmanitost a evropské dědictví*

- *zvýšovat konkurenceschopnost a hospodářský potenciál kulturních a kreativních odvětví, zejména audiovizuálního odvětví (Kreativní Evropa, ©2022).*

Program v celkovém kontextu má za úkol prohloubit uměleckou a kulturní spolupráci na evropské úrovni, podporovat spolupráci v oblasti konkurenceschopnosti, inovací a udržitelnosti. Důležitým bodem je i prosazování mezioborové inovativní činnosti včetně nezávislého mediálního prostředí a mediální gramotnosti (Kreativní Evropa, ©2022).

Na podporu kulturních a kreativních průmyslů organizuje projekty *agentura Czechinvest*. Jedná se o řadu akcí a projektů v regionech pro podnikatele i pro municipality. Jedná se o panelové diskuze, fóra nebo konference, které propojují soukromou a kreativní sféru. Mezi jejich projekty na podporu kultury a KKP patří:

- *Projekt Creatinno* – projekt, který je financován z evropského programu pro výzkum a inovace H2020. Cílem projektu bylo zvýšit konkurenceschopnost malých a středních podniků v oblast KPP
- *Creative Business Cup* – soutěž startupů, která pomáhá při hledání investorů a také průnik na zahraniční trhy
- *Platforma pro kulturní a kreativní odvětví* – cíl projektu je rozvést diskusi nad možnostmi podpory kulturních a kreativních průmyslů v ČR. Členové platformy usilují zároveň o vzájemné propojení aktérů diskusí. Projekt je pod záštitou Ministerstva kultury a Ministerstva obchodu a průmyslu (Czechinvest, ©2022).



## 2. KREATIVNÍ CENTRA

Kreativní centrum si lze definovat podle Zeleníkové (Zezezníková, 2016, s. 23) jako centrum, které představuje typ organizace, vznikající za účelem podpory kreativních odvětví v daném prostředí.

Kreativní centrum má za cíl tvořit a být ideálním prostředím a prostorem pro všechny kreativní tvůrce z řad designérů, architektů, odborníků na marketing a dalších kreativních oborů a podporovat jejich tvorbu. Centrum je důležitým prostorem pro vzdělávání nejen pro místní členy a komunitu, ale i pro širokou veřejnost a seznámit ji s prostředím a současným vývojem kreativních průmyslů a jeho odvětvích. Kreativní centrum tak splňuje více funkcí podporující nejen profesní a odbornou činnost, ale stává se i prostorem pro volný čas. Vznikající vzájemné kooperace a spolupráce dávají příležitosti k vývoji projektů lokální úrovně, které mohou dosahovat úrovně nejen místních trhů.

Pro naplnění potenciálu kreativních center definujeme jeho funkce:

- poradenská a expertizní činnost
- informačně-výchovná, hodnotitelská a výstavní činnost
- rozvoj teorií v kreativních průmyslech, umění, designu a příbuzných oblastech
- mezinárodní spolupráce se zahraničními organizacemi tohoto druhu
- informují a vzdělávají v oblastech kreativních průmyslů
- často provozují vlastní galerie, výstavy, workshopy
- navazují mezinárodní spolupráci
- spolupracují s výrobními firmami, podporují lokální tvorbu (Zezezníková, 2016, s. 23–25).

Kreativní centra mají sloužit nejen kreativcům ale i široké veřejnosti a tvořit kulturní zázemí. Lokální samosprávy od 90. let minulého století využívají urbánní regenerace měst a využívají veřejný prostor. V současné době vznikají vlivem regenerace starých budov nebo nevyužívaných průmyslových areálů nové prostory, především využívané jako kulturní či kreativní centra. Důležité je poskytnout tento prostor lidem, kteří jej využijí pro tento účel. To platí i v případě volných nevyužitých prostor, který je možno nabídnout spolkům, nebo kreativním lidem, kdy vzniká smysluplné využití prostor, podpoře lokální kultury a setkávání lidí (Czechinvest, ©2022).

## 2.1. Význam kreativních center

Kreativní centra a jejich význam by se dal hodnotit z několika pohledů. Pokud máme hodnotit význam z hlediska prostoru, tak některé prostory mohou být navrženy tak, aby přinášely konkrétní výsledky. Například produktivitu v jednom prostoru a inovaci v druhém., nebo také obojí v jednom prostoru. Náhodná setkání a interakce mezi znalostními pracovníky zvyšují výkonnost a kreativitu (Harvard Business Review, ©2022).

Z hlediska významu bychom mohli nahlížet i na několik skutečností, díky kterým jsou kreativní centra pro organizace nebo komunity přidanou hodnotou. Význam přináší nejen lidem, kteří v takovém centru pracují, ale nabízí i spoustu výhod spolupráce pro organizace a společnosti.

Jednou z možností je orientace podniků a náborářů v oblasti zaměstnanosti, kdy vyhledávají v těchto centrech kreativní pracovní sílu či talenty. Je potřeba zdůraznit, že by se tak událo za poskytnutí stávajících podmínek, kdy pracovní díla by neztratila výhodu vzdáleného místa a výhod kreativního centra.

Další významnou výhodou, centra je, že podněcuje kreativitu. Je spojena se změnou prostředí plného vybavení, kdy jak jednotlivec, tak i zaměstnanec podniku je v kontaktu s další řadou kreativních profesionálů. Využití následného „mixu“ takových zaměstnanců vede u takového podniku k inovativnímu myšlení.

Změna prostředí je významná i pro marketingové týmy, kde v případě podniku nemají dostatečné kapacity a nápady pro realizaci svých záměrů či plánování projektů. Využití prostředí například coworkingového centra a pracovat v tomto prostředí s využitím jeho možností vede mnohdy k přechodu na jiné strategie a myšlení.

Organizace i jednotlivci mohou využít kreativních center i v rámci flexibility, nezávislosti, ale i v případě organizací i využití snížení nákladů v případě, kdy dochází ke krátkodobým pronájmům nebo využitím sdílených prostor pro jednání. Podnik nebo organizace se tak stává moderním podnikem, s dynamickým růstem a využitím moderních technologií, kreativních řešení včetně kreditní pracovní síly a prostředí. Shrneme-li tyto výhody, můžeme konstatovat, že kreditní centra mohou nepřímo zvýšit hodnotu podniku, tak i hodnotu kreativce na trhu práce nebo u společností, které ho následně najímají. (Hextax, ©2022).

Kreativní centra a práce v nich úzce souvisejí s talentem a kreativitou. Další pohled na práci v komunitě ve spojení s kreativitou podle Pilného (Pilný, 2016, s. 43) je, že ekonomika talentu je spojena s inovacemi. Uvádí, jak je důležité klást si otázky a hledání alternativ. Pokud uplatňujeme kreativitu ve skupinách, je důležité zastávat princip „2 pizzas“, čímž se stanoví počet lidí ve skupině takový, který se nají ze dvou krabic pizz. Více členů skupiny je již složité řídit a vzniká chaos.

Podle Collete (Collete a spol, 2011, s. 36–37) je důležité kreativní centrum pro sociální interakci ve spojení s asociací kreativního výrobního či pracovního místa. Vzájemný stav jedinců je propojen a zprostředkován místem pro jeho prostorovost a význam. Jednotlivci k danému místu zase vztahují své sociální vazby. V prostředí kreativních center, kde sdílí své znalosti navzájem, jsou vzájemně součástí kreativní identity důležité pro jejich působení v oblasti kreativních průmyslů. Existuje tedy zde vzájemná vazba mezi místem a kreativitou, která se navzájem energizuje, což je myšlenka kreativních měst obsazených kreativních třídou.

### **2.1.1. Činnost a způsob organizace v kreativních centrech**

Kreativní prostory jako například coworkingy nebo huby nabízejí svým uživatelům dva prvky – materiální a sociální. Materiální prvek zahrnuje místo pro práci a připojení k internetu, možnost tisku na tiskárně a kopírování a jednací prostory. K těmto prvkům pro základní práci znalostních či kreativně orientovaných pracovníků jsou mnohdy k dispozici i pracovní stroje, nástroje nebo laboratoře. Sociální prvek tvoří společenské místnosti, kuchyňky, relaxační zóny, odpočinková místa, prostory pro společné posezení. Tyto prvky podporují výměnu znalostí, kreativitu a komunitu. Všechny zde zmíněné prvky doplňují služby, které centra nabízí. Služby si uživatelé mohou individuálně objednat a nejčastěji mezi ně patří cateringové a asistenční služby, zřízení poštovní schránky nebo organizace společných workshopů a školení pro uživatele center i pro veřejnost.

Skupiny v centrech lze rozdělit na uživatele, studenty a socializátory. Uživatelé jsou ti, co hledají přímý přínos pro svoji činnost a práci. Student je považován za učícího se, který si rozšiřuje své znalosti při interakci se svými kolegy a místní komunitou. Socializátoři jako třetí skupina využívají center jako únik před případnou sociální izolací, pokud jsou sami v kancelářích a nemají širší možnosti konzultovat své odborné znalosti se svými spolupracovníky. V závislosti na velikosti centra a zajištění jeho funkcí je potřeba zajistit pracovní pozice pro jeho provozování. Osobou, co zajišťuje interní propojení členů

komunity je *Manažer komunity*. Jeho funkce spočívá v práci se všemi členy komunity, poskytuje jim propojení mezi ostatními členy v závislosti na jejich dovednostech, které si navzájem mohou nabídnout. Další funkcí v centrech bývá *Administrátor* – zajišťuje materiální podporu tak, aby nechybělo technické vybavení, tužky, papíry, flipcharty, ale i například kuchyňské vybavení, aby nic nechybělo. V centru se pořádají akce a přednášky, za které je odpovědný *Správce událostí*. Má na starosti veškerou správu nad pronájmy konferenčních místností, jejich rezervace, zajištění osob na přednáškách a eventech (lektoři, přednášející) a veškeré agendy, které tyto události vyžadují (Görmar, 2022, s. 49–50).

## 2.2. Coworking

Pokud bychom měli vyjádřit pojem coworking či coworkingový prostor, tak jej lze definovat jako sdílené pracovní prostředí. Toto prostředí je místem, kde se shromažďují nezávislí pracovníci a lidé, kteří pracují samostatně či společně a mají z této spolupráce užitek. V coworkingových prostorech mohou tito znalostní pracovníci využívat výhody, které přináší komunitní prostředí, popřípadě pracovat samostatně bez vlivu určité hierarchie, které přináší tradiční pracovní prostředí (Spinuzzi a kol., 2018, s. 113–115).

V roce 1995 počítačové inženýři z Německa vytváří první „hackerspaces“ s názvem C-base. Stalo se tak prvním místem podobně smýšlejících lidí na výměnu nápadů a počítačových kódů. V roce 1999 Bernard De Koven – designér zabývající se videohrami razí termín coworking. Především odkazuje na způsob, jakým pracujeme, než na prostor ve kterém tvoříme. Coworkingové trendy se soustředí na střední Evropu. V roce 2002 dva rakouští podnikatelé zakládají první opravdový coworkingový prostor na světě s názvem Schraubenfabrik. Bývalá továrna je situována ve Vídni, kde v té době sdíleli společný prostor nezávislých pracovníků, konzultantů, architektů a startupů (Smallbizgenius, ©2022).

První coworkingové prostory začaly vznikat v roce 2005 a začaly růst velkým tempem. Způsoby práce zde zaznamenávají širší změny ve způsobu jejího výkonu s vysokým dopadem na změnu v komunikaci a koordinaci práce v komunitním prostředí. S těmito změnami mnoho pracovní síly změnilo pracovní prostředí a styl práce. Dá se tedy konstatovat, že coworking pojednává o komunitách a spolupráci.

V roce 2005 se Brad Neuberg ze San Francisca rozhodl nabízet svůj sdílený prostor včetně infrastruktury na spolupráci a vytvoření komunity pro lidi, jako je on sám – freelancery, podnikatele a jiné znalostní pracovníky. Neuberg navrhl svým kolegům, konzultantům v

oblasti na sociální síť Taře Huntové a Chrise Messinovi, aby se chopili myšlenky a vytvořili vlastní projekt. Koncepce myšlenky Coworkingu se tak přenesla na internetovou síť v podobě seznamu skupin na vyhledávači Google. Coworking se rozšířil z oblasti San Francisca do celých Spojených států a následně do celého světa. (Spinuzzi a kol., 2018, s. 113–115).

Kolaborativní prostory jako je coworking jsou místem ke sdílení flexibilní práce a částečných pracovních úvazků. Je to i místo, které tvoří zázemí sdílených kanceláří a pracovního prostoru, které přivádějí navzájem cizí lidi do koexistence. Důležité je podotknout, že se jedná především o společný prostor s myšlenkou spolupráce, což je zásadní pro kreativní tvorbu. Na druhou stranu z pohledu manažerů coworkingových center, kteří čelí výzvě rozvoje lidského kapitálu, je důležité řídit centra ve prospěch dlouhodobého udržitelného a životaschopného rozvoje a udržitelnosti. Zde hraje důležitou roli lidský kapitál, který představuje kumulovanou hodnotu investice do vzdělání, následných kompetencí a pracovní budoucnosti. Relevance lidského kapitálu mezi coworkingovými prostory je důležitá pro ty, kteří pracují a pohybují se v síti rychlého a dynamického konkurenčního prostředí. (Bednář a kol., 2020, s. 105–109)

Podle Vlacha (Vlach, 2019) je nutné odlišit prostory jako je coworking a tzv. servisované kanceláře. Je zde na pravou míru uvést, že korporátní pronajímatelé servisových kanceláří jsou lídry v oblasti provozu coworkingových center, jelikož většina z nich nemá s coworkingem nic společného. Dále uvádí, že podstatou coworkingu není prostor či kancelář, ale komunita nebo společenství, založené na společném setkávání a vzájemné spolupráci podobně zaměřených lidí. Tito lidé kancelář někdy ani nepotřebují o čemž vypovídají společné akce po celém světě. Například prostory kaváren, klubů, hotelových lobby jsou místem akcí s názvem pop-up coworking či jelly, které se konají jednorázově a kde účastníci získávají mnoho nových kontaktů a vznikají nové projekty. Ke konání těchto akcí slouží mnohdy i veřejné prostory jako jsou parky.

Podle Fabora (Fabor, 2019) prostory jako jsou kavárny nebyly dříve prostorem, kde byste mohli přijít s notebookem a několik hodin pracovat. Nyní provozovatelé kaváren sami vytvářejí prostory s velkými stoly, které jsou určeny pro lidi, kteří společně pracují a kavárnu přijímají jako svůj coworkingový prostor. Stávají se stálými hosty, kteří zůstávají déle než běžní hosté a tudíž je jejich útrata za jídlo a nápoje vyšší.

### 2.3. Makerspaces

Makerspaces by se daly definovat jako pracovní prostor pro spolupráci jak ve škole, tak i v knihovně, veřejném nebo soukromém zařízení, který je určeno k tvorbě, zkoumání, učení, a sdílení a možností využití moderních nástrojů. Mezi tyto moderní zařízení a technologie patří moderní 3D tiskárny, CNC stroje nebo laserové řezací stroje. Tyto prostory jsou otevřené všem „makerům“, jako jsou děti školního věku, dospělí, podnikatelé. Podstatou makerspaces je hlavně myšlení tvůrců, kteří tvoří a zkoumají své vlastní zájmy. Prostředí makerspaces připravuje ty, kteří potřebují kritické myšlení 21. století v oblastech vědy, moderních technologií, inženýrství a matematiky. Specifika zaměření oborových oblastí jsou například robotika, 3D modelování nebo i práce se dřevem. Makerspaces jsou využívány jako inkubátory a akcelerátory, čímž podporují podnikání. (Lensing a kol., 2018)

Podle studie Braga (Braga, 2019) srovnává tradiční třídu ve škole makerspaces, kde třída je prostředím, kde veškeré interakce probíhají mezi žáky a učitelem. Interakce mezi žáky navzájem probíhá jen jako tok informací. Proto je makerspaces komplexnějším prostředím než třída, jelikož učení je formou interakcí a spolupráce, která je podstatou práce všech, kteří tvoří. Při tvorbě projektu je nutné komunikovat o překážkách, sdílet nápady a řídit čas, funkce. Tyto struktury se vytváří přirozeně.

Makerspaces jsou prostory, které poskytují technologie a různorodé nástroje a možnost setkávání s dalšími lidmi a spolupracovat s nimi na společných projektech. Spolupráce se tedy může definovat jako základní charakteristika pro tvorbu. Prostředí, které bude vzdělávací a připraví budoucí specialisty, kteří budou vědět, jak získat a využít odborné znalosti a dokáží je kreativně využít, je vzhledem k digitální revoluci nezbytné. Jde zároveň o otevřená vzdělávací místa, nabízející příležitosti pro mezioborovou tvorbu a jsou pro rozvoj kompetencí studujících zásadní. Zde nám makerspaces nabízí odpověď na to, co může být odpovídající vzdělávací prostředí. Koncept této tvorby je v posledních letech veřejně diskutovaným tématem, které vyústilo ve sdružením tvůrců, takzvaných makerů. Makerspaces slouží jako testovací prostředí budoucích tvůrců, čímž nám odpovídá na otázku, jak podporovat studenty v rámci vzdělávacích otevřených prostorů, jako jsou makerspaces, výrobní či inovační laboratoře, případně hackerspaces. Makerspaces nabízí příležitosti, prostředí pro podporu studentů různých oborů a tím i jejich dopad na budoucí profesní kariéru tím, že jsou povzbuzováni k používání nových technologií a diskusi o jejich dopadu na společnost. (Sheffield a kol., 2021)

## 2.4. Fablab

Fablaby, podobně jako makerspaces, jsou nové formy dílen a infrastruktury, které jsou otevřeny široké veřejnosti. Jsou vybaveny moderními nástroji a strojním zařízením. Slovní výraz pochází z anglického slova fabrication, které překládáme jako produkce, výroba či zhotovení, latinský výraz fabrica značí dílnu umělce pracujícího s tvrdými materiály. Druhé slovo Lab pochází z latinského Labor - dřina, námaha. Základem pro podstatu fablabu je spojovat různé skupiny lidí různých zájmů a tvořit různé formy spolupráce sdílením znalostí a znalostí technologií, jejich transformaci pro praktický význam v životě. Typické pro fablab je výroba náhradních dílů nebo individuální výroby originálních kusů, které nejsou sériově vyráběny. Jednotliví aktéři zde zastupují různé obory jako design, architektura, biologie, vývoj software, zástupci řemesel, umění, vzdělávání. Vybavení se řídí heslem „vyrobit lze téměř vše“, proto se v těchto centrech obvykle nachází 3D tiskárny, CNC stroje, laserové řezačky. Fablab se nezaměřuje jen prakticky, spolupracuje též s mnoha vzdělávacími institucemi jako jsou školy a univerzity, používají otevřený hardware a software. Počátek fablabů lze spatřit v USA, následný vývoj pokračoval po celém světě. (Branderburger a spol., 2021)

## 2.5. Hub

Hub jako slovo se stalo univerzálním termínem pro označení center kreativního podnikání, které nabízí různé formy a velikosti programů. Hub se stal myšlenkou, která umožňuje vzájemné dynamické spojování různých talentů, oborů a dovedností s cílem zintenzivnit inovace. Jedna definice pocházející z Britské rady, která navrhla, že kreativní centrum je místo, ať už fyzické nebo virtuální, které sdružuje kreativní lidi. Je to centrum, které poskytuje prostor a podporu pro vytváření sítí, rozvoj podnikání a zapojení komunity v rámci kreativních, kulturních a technologických odvětví. V běžném pojmu slova se tedy nerozlišuje mezi inkubátory, akcelerátory, laboratořemi a huby, pokud jde o rozšiřování těchto center nebo organizací, které spojují výrazy jako kreativní, inovační či vědecké. Evropské fórum kreativních hubů definuje kreativní huby jako infrastrukturu nebo místo, které využívá část svých pronajímatelných nebo dostupných prostor pro vytváření sítí, organizační a obchodní rozvoj v rámci odvětví kulturních a kreativních průmyslů. Obecně tedy hub je místem a prostorem podporující činnost pro inkubátory, specializované poskytovatelé kulturních služeb určené podnikům a umělcům, virtuální platformy,

rozvojové agentury či klastry. Během několika let vznikal ekosystém kreativních prostor a komunit, které zaznamenávají velký dynamický rozvoj. Z hubů se staly „hnízda“ pro freelancery, kteří se zde sdružují a vzájemně se propojují, shromažďují a spolupracují. Huby vznikají většinou z nevyužitých prostor ve městech, kde se navzájem propojují dříve neviditelné oblasti. Lidem zde umožňují navazovat kontakty způsobem, které dříve nepoznali a inspirují je tak k novým aktivitám mezioborové spolupráce a jinými způsoby práce. (British Council, 2015)



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3. KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSL VE MĚSTĚ BRNĚ

Město Brno patří k aglomeracím, kde z hlediska stavu koncentrace KKP převyšuje národní průměr a představuje město evropského významu. Město se od počátků průmyslové revoluce orientovalo na textilní průmysl, následovalo období 20. století, kdy převzalo otěže strojírenství co do ekonomického významu. Před revolucí do konce roku 1989 tvořilo strojírenství téměř 57 % pracovních míst. Vzhledem k restrukturalizaci průmyslu směrem ke znalostní ekonomice, technicky orientovaných služeb a komunikačních technologiích se pracovní místa ve strojírenství postupně snižovala. Brno se stalo díky geografické poloze příjemcem přímých zahraničních investic, zároveň se rozvíjela oblast vysokého školství a město se stalo kulturním centrem jižní Moravy. Silný kulturní a znalostní kapitál vytváří dobrou výchozí pozici pro rozvoj KKP. (Igor Ivan a spol., 2015, s. 15)

Kultura a kreativní odvětví byla pro město Brno vždy jedním ze základních kamenů, na kterém stavělo. V první polovině 20. století se Brno poměřovalo s kreativní scénou ve Vídni, pyšnilo se novými modernistickými experimenty a inovacemi v oblasti hudby, divadla nebo architektury a mělo vliv na světový umělecký vývoj. Brno již v té době dokázalo, že kultura je dalším pilířem udržitelného rozvoje města vedle ekonomiky, sociální inkluze a životního prostředí. V současnosti je Brno bohaté na kulturní život, širokou škálu institucí a tvůrců. V odvětví KKP a oblasti kultury zde působí více jak 11 tisíc ekonomicky aktivních subjektů a 21 tisíc osob, což tvoří téměř 12 % celkové zaměstnanosti v Brně při minimálním obratu kolem 24 miliard Kč. I když má Brno stále image města experimentálnosti a inovativnosti, není zde scéna oblasti kultury a KKP na úrovni 20. let. Kultura, jako pomyslný čtvrtý pilíř rozvoje města, není zdaleka tak vnímána. Brno má tak za úkol vrátit kulturu mezi své rozvojové pilíře a renomé kultury na úroveň z doby první republiky. Z těchto důvodů je důležité strategické plánování, které je popsáno v dokumentech pro strategii **Strategie kultury a kreativních odvětví**, který navazuje na další dokument **Strategie Brno 2050** (Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna, 2018).

Brno aspiruje na Evropské hlavní město kultury v roce 2028. Tento titul uděluje Evropská unie vybraným městům a upozorňuje tak na diverzitu a jedinečnost evropských kultur. Samotná kandidatura by měla nastartovat různé projekty a akce nejen na podporu kandidatury. (Kultura Brno, ©2022)

### 3.1. Mapování a formy KKP ve městě Brně

Přehled o stavu kultury a KKP zajišťuje mapování odvětví. Zásadním limitem pro mapování KKO je absence komplexních dat a jeho aktualizace. Zásadním limitem je nedokonalý přehled živnostníků a mikropodniků, které tvoří zásadní část KKO. Mapování je důležité z hlediska podpory KKO, jelikož ve světě se právě díky mapování rozvinulo povědomí o oblasti kreativního a kulturního průmyslu a jeho dopadech na hospodářství v oblasti kultury. Ministerstvo kultury si situaci plně uvědomuje a v návaznosti na původní mapování zřídilo samostatné Oddělení KKO. Aktivně se věnuje řešení problematiky mapování a sběru dat kulturního a kreativního sektoru ČR. V první fázi je připravována dotační výzva pro kraje na Vznik regionální strategie rozvoje a podpory KKO, jejíž součástí bude mapování KKO (MKČR, ©2022).

Mapování se stalo důležitou součástí zjištění stavu odvětví kulturních a kreativních průmyslů. Jak jsme uvedli v teoretické části práce, cílem projektu bylo získání informací o stavu jednotlivých kulturních odvětví a oblastech kreativních průmyslů v ČR. Realizaci provedl Institut umění v letech 2011–2015 (Kreativní Brno, ©2022).

Konkrétně v Brně bylo provedeno mapování v rámci studie proveditelnosti Kreativního centra Brno v roce 2014. Výzkum se zabýval otázkami jako například kolik působí v Brně architektů, designérů, jak je podpořit, jaká je jejich konkurenceschopnost, je Brno hlavním městem českého odvětví videoher. Výsledky kvantitativního a kvalitativního šetření budou kromě studie proveditelnosti k dispozici i ostatním aktérům kreativního Brna. Mapování ve svých výsledcích označilo město Brno jako místo se silným potenciálem kreativních odvětví. Studie Institutu umění odhadla, že kreativní odvětví zaměstnává až 162 tisíc pracujících v celé České republice. Celkem tedy až 23 % všech pracujících je v Brně. Konkrétní čísla hovořila o 11 tisíc subjektech, 20 tisíc zaměstnaných ve 2 tisících firmách a 8,5 tisících OSVČ s celkovým ročním obratem 24 miliard Kč. Mapování probíhalo v oblastech: designu, architektury, reklamy, videoher a her, rozhlasu a televize/ filmu a videa, literatury a knižního trhu, výtvarného umění a trhu s uměním, řemesel, hudby a hudebních průmyslů, scénického umění, kulturního dědictví (Kreativní Brno, © 2022).

Analýza SWOT vymezila jako *silné stránky* kulturních a kreativních průmyslů v Brně především významnou geografickou polohu, nicméně navazování kontaktů se zahraničím, kromě odvětví videoher, bylo nevyužitou příležitostí. Dalšími silnými stránkami byla existence tradičních organizací a firem, vysoký potenciál talentů, zázemí brněnských

vysokých škol pro vzdělávání v kreativních oblastech. Za **slabé stránky** analýz označila neschopnost udržet talenty, nízké technické zabezpečení, v rámci sebehodnocení podnikatelé v KKP označili své nedostatečné dovednosti v manažerské, marketingové nebo právní oblasti. Mezi **příležitostmi** účastníci výzkumu označili větší kooperaci s orgány města, nové způsoby financování (např. Crowdfunding), propojen mezi sebou navzájem – networking nebo spolupráce se školami. Jako **hrozby** byly uvedeny odliv talentů, zhoršený přístup k financím a nezáměr zákazníků (Kreativní Brno, ©2022).

### 3.1.1. Aktualizace mapování a projekt Kreativní centrum Brno

Ministerstvo kultury za pomoci evropského Operačního programu Zaměstnanost vydalo dokument **Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů** s podnázvem Aktualizace mapování KKO v ČR včetně strategických doporučení. Z mapování, které probíhalo v roce 2014 došlo k jeho upřesnění v rámci tvorby Strategie kultury a kreativního odvětví v roce 2018. V Brně jsou zastoupena všechna kulturní a kreativní odvětví a tak v rámci konkurenční výhody je potřeba daný kreativní potenciál využít. Kreativní oblast má pozitivní vliv na urbánní rozvoj města. Pro oblast městského plánování jsou zapojováni i místní kreativci v rámci participativního rozpočtu. Nejvyšší rozvoj je zaznamenán v herním průmyslu i vzhledem k dopadu na HDP města Brna.

Aktualizace SWOT analýzy zaznamenala doplnění a rozšíření:

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Několik silných témat a krajových specifik s výrazným přesahem do KKP a potenciálem stát se „vlajkovou lodí“ (textil, sklo, veřejný prostor, hudební nástroje).</li> <li>• Silné lokální kreativní komunity.</li> <li>• Strategický materiál Chytrý region (workshopy, konference, zájmy obcí).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KKP není tématem regionálních strategických materiálů.</li> <li>• Rozdrobenost lokální kreativní scény.</li> <li>• Chybí nástroje podpory ze strany měst a kraje (dotční programy, start-upová podpora, aktivní inkubátor atd.).</li> <li>• Nízký počet až absence inovačních a výzkumných center</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přivést ke stolu zainteresované aktéry.</li> <li>• Dostat téma KKP do strategických dokumentů.</li> <li>• Propojit tradiční řemeslné obory (sklo, textil) s inovačním potenciálem.</li> <li>• Vytipovat jedno téma jako nosné a příznačné pro kraj a prosadit jeho podporu napříč krajem a strategickými materiály.</li> <li>• Existující databáze brownfields zmapovaná krajem a veřejně dostupná.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovace jsou navázané výlučně na vědu a výzkum v tradičních průmyslových sektorech.</li> <li>• Kraj s nejstarší populací.</li> <li>• Odliv mladých lidí z regionu.</li> <li>• Pracovní příležitosti v kraji založené na práci s nízkou přidanou hodnotou.</li> </ul>

Obrázek 5 SWOT analýza KKP pro Jihomoravský kraj (Aktualizace mapování, s. 185–187)

Podporu KKP spustil projekt nového *Kreativního centra Brno* a pomohl tak dalším projektům financovaným městem Brno. Prostory bývalé káznice na ulici Cejl v Brně by měly být centrem pro tvůrčí profese, prostorem pro vzdělávací instituce i širokou veřejnost. Hlavním cílem projektu je podpořit zaměstnanost, zabránit odlivu kreativních a talentovaných lidí a udržet je v regionu, přilákat investory z odvětví KKP. V rámci aktivit kreativního centra pomoci revitalizovat a oživit brownfield, který je v majetku města. Centrum bude z historických důvodů též muzeem paměti (Projektová kancelář MKČR, ©2022).

Vznik káznice je datován rokem 1770 a nabízí celkem 8000 m<sup>2</sup> plochy. V současné době nabízí možnost uspořádat výstavy nebo divadelní představení. Po revitalizaci objektu zde vzniknou prostory pro divadelní sál, zkušebny, ateliéry a především prostor, který bude expozicí a připomene historii káznice. Kreativní prostředí bude využito pro architekty, výtvarníky, hudebníky, designéry a další odvětví. Veřejnosti budou sloužit ateliéry, dílny, kavárny, knihovna, nebo se plánuje i coworkingové centrum. V roce 2022 je stav projektu ve fázi územního řízení. Proto přesné termíny pro revitalizaci nejsou určeny. Předpokládané náklady na revitalizaci a vznik Kulturního kreativního centra jsou 500 milionů Kč. Financování bude z rozpočtu města Brna, které přispěje polovinou nákladů, druhá polovina by měla být hrazena z dotací evropských fondů (Co bude Brno, ©2022).

Kromě přípravy Kreativního centra Brno disponuje město Brno řadou projektů a případů dobré praxe, které jsou součástí kulturního a kreativního průmyslu a činnosti. Mezi příklady dobré praxe řadíme:

***Káznice žije*** – budova na ulici Bratislavská se stala i budoucím projektem pro Kreativní centrum Brno. Místo pohnuté historie s mnoha zmařenými životy je zároveň unikátním prostorem, plným historie, připravené k pozitivním změnám. Veškeré dění respektuje historii prostoru, který naplňuje děním a životem. Káznice tedy žije a to především divadlem, výstavami, koncerty, semináři, workshopy. Program zapojuje do dění příchozí a obyvatele z celého širokého okolí a především centra Brna. V době pandemie reagovala Káznice na situaci a v jejích prostorách vzniklo vysílací studio, které přenášelo živě. V době, kdy byl znemožněn umělcům kontakt s lidmi se živé umění i přesunulo na internet, především na Facebookové stránce **Káznice LIVE** (Kreativní Brno, ©2022).

***Kreativní Hub KUMST*** – prostor plný kreativců, který podporuje podnikání v kreativních odvětvích. Jde především o centrum – prostředí, pro kreativní profesionály a podnikatele (KUMST, ©2022).

***Festival PROTOTYP*** – platforma, která tvoří prostor pro netradiční prezentaci. Spojuje oblast umění, vědy a technologií formou přednášek, workshopů, uměleckých expozic. Spolupracuje s institucemi, univerzitami a komerčními subjekty a přivádí do Brna kreativní talenty (Prototyp, ©2022).

***GameDev Area*** – nezávislá iniciativa na podporu vývojářů her v Jihomoravském kraji, a je také hlavní organizátor mezinárodní herní konference GameAccess, jejíž další ročník se v Brně uskuteční v květnu v roce 2022. Konference spojuje tisíce lidí, kteří mají vášeň pro kreativitu a tvorbu her (Brnogamedev, ©2022).

***Brno kulturní*** – watchdogová (hlídací) organizace, která monitoruje rozdělování veřejných financí v kultuře a sleduje naplňování strategických cílů města. Jejím úkolem je i připomínat politickou odpovědnost v oblasti financování a podpory kultury (Brno kulturní, © 2022).

***Brněnský kulturní parlament*** – otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně. Je prostorem pro diskuzi, výměnu informací, koordinaci či strategické plánování a návrhů pro kulturní politiku v Brně. Dění v parlamentu je za účasti politiků, zástupců z Magistrátu města Brna, zástupců městských částí (Brněnský kulturní parlament, © 2022).

***Bienále grafického designu*** – každoroční přehlídka světového grafického designu, která se koná v Brně již od roku 1963. V roce 2022 se bienále uskuteční v Moravské galerii (Artalk, © 2022).

***Kreativní vouchery Brno*** – jsou určeny na podporu a spolupráci firma a kreativců z jižní Moravy. Jde o podporu kreativních a kulturních odvětví, kdy firma dostává finanční dotaci na spolupráci s kreativci. Program vyhláší město Brno společně s kreativním hubem KUMST, který provozuje inovační agentura JIC (Kreativní vouchery Brno, © 2022).

***Výloha roku*** – unikátní projekt dvou brněnských designérek. Původní soutěž se v roce 2022 rozšíří o festival výloh s přehlídkou umění a divadelním představením pod novým názvem WINDOW POP BRNO 2022. Změna názvu na anglický je z důvodu lepší propagace v zahraničí. Cílem akce je propojení lokálních obchodníků s designéry (Window pop Brno 2022, © 2022).

### 3.1.2. Finanční a dotační podpora kultury a KKP v Brně

Z pohledu rozpočtu kultury v ČR Vláda na rok 2022 schválila na tuto oblast dle zákona č. 57/2022 Sb., o státním rozpočtu České republiky celkem na výdajové části 15 237 780 850 Kč. Kromě výdajů, které zajišťují chod ministerstva a podporu a chod příspěvkových organizací je kapitola *Kulturní služby, podpora živého umění* s rozpočtem 1 462 261 700 Kč, kde na přímo oblast rozvoje kulturního a kreativního sektoru vyčleněno 490 000 000 Kč (MKČR, ©2022).

Město Brno podporuje kulturní oblast dotacemi, kdy každý rok Zastupitelstvo města Brna schvaluje na zasedání dotace v oblasti kultury. Dotace se vypisují pro následující oblasti:

- Audiovize
- Divadlo, performance, cirkus
- Hudba
- Hudební kluby
- Kulturně vzdělávací a zájmová činnost
- Literatura
- Umělecká řemesla a lidové tradice
- Tanec
- Výtvarné umění, fotografie, design a architektura (Dotace Brno, ©2022).

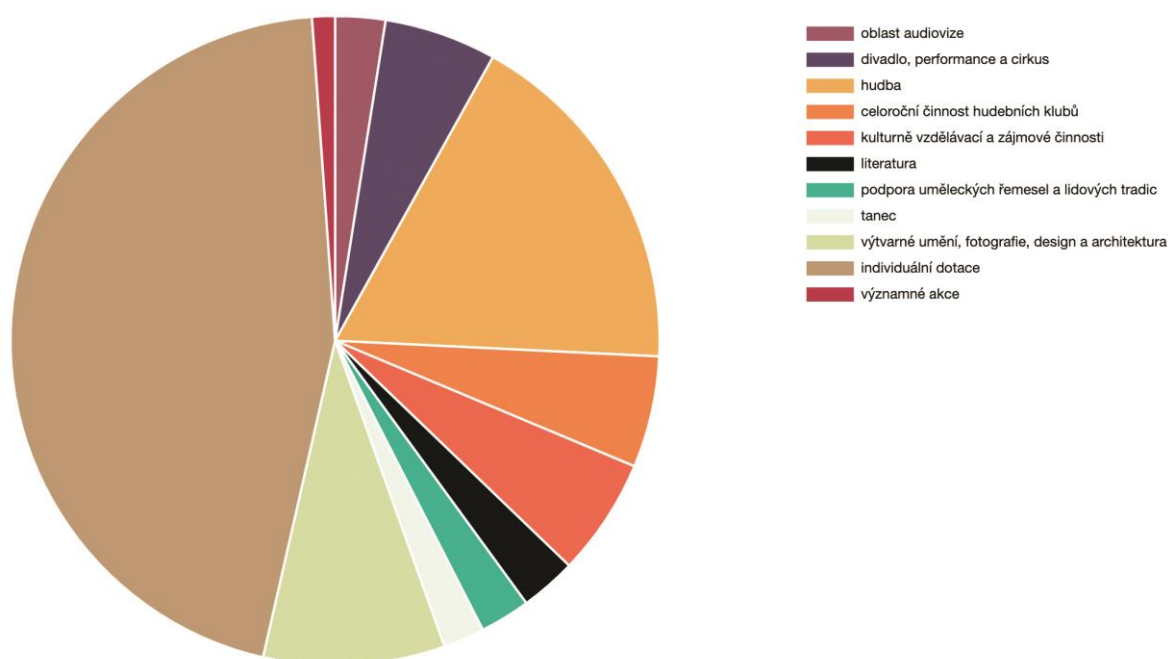
O dotaci si mohou zažádat jak fyzické, tak právnické osoby vyjma organizací zřízených městem Brnem, jeho městskými částmi nebo státními příspěvkovými organizacemi. Žádost se vyplňuje elektronicky na portále *dotace.brno.cz* a může být podána najednou na tři projekty nebo jednu celoroční činnost. Do programu je potřeba registrace na portále, kde najdete i veškeré informace, návody a pravidla, jak celý program probíhá a co vyžaduje jeho splnění v rámci kritérií. Program nelze čerpat na nezpůsobilé údaje, mezi které například řadíme nákupy nemovitostí, catering a pohoštění, úvěry, půjčky, penále, úhrady cestovních náhrad a další. Zapojení do dotačního programu vyžaduje spoluúčast na nákladech ve výši minimálně 30 % nákladů celkové dotace. Jsou zde i další omezení, která je nutné splnit, jako například náklady na mzdy nesmí přesáhnout 60 % do výše poskytnuté dotace a například režijní náklady nesmí přesáhnout 10 %. Žádost o dotaci po odeslání prochází schvalovacím

procesem a nakonec je schvalována Zastupitelstvem města Brna. Pro schvalování žádosti jsou důležitá následující kritéria:

- Přínos pro město Brno
- Obsahová náplň a soulad se Strategií kultury a kreativních odvětví města Brna
- Schopnost žadatele naplnit svůj záměr aktivity
- Kvalita a přiměřenost rozpočtu

Žádosti se podávají od poloviny srpna až do konce září a ke schválení dochází v únoru následujícího roku. Žadatel sleduje schválení své žádosti přímo na portále dotací, kde se objeví ihned po schválení (Dotace Brno, ©2022).

Na rok 2022 bylo rozděleno v oblasti kultury ve městě Brně rozděleno celkem 65 795 000 Kč. Přehled a rozdělení do oblastí zobrazuje následující grafické schéma:



Obrázek 6 Přehled tematických oblastí KKP pro určení dotací v roce 2022 (Dotace Brno, ©2022)



Tabulka 1 Rozdělení dotací na kulturu v Brně na rok 2022 (Dotace Brno, ©2022)

Oblast kultury	Dotace na rok 2022 / Kč
Audiovize	1 642 000
Divadlo, performance a cirkus	3 678 000
Hudba	11 636 000
Celoroční činnost hudebních klubů	3 649 000
Kulturně vzdělávací a zájmové činnosti	3 856 000
Literatura	1 838 000
Podpory uměleckých řemesel a lidových tradic	1 647 000
Tanec	1 351 000
Výtvarné umění, fotografie, design a architektura	5 948 000
Individuální dotace	29 800 000
Významné akce	750 000
<b>Celkem:</b>	<b>65 795 000</b>

### 3.2. Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna

Za přispění mapování kulturních a kreativních odvětví v Brně a Jihomoravském kraji se kulturní a kreativní průmysly dostávají do popředí zájmu i politiků. Na základě vývoje KKP a jejich důležitého začlenění vznikla nová kulturní strategie, která byla připravována participativním způsobem za přispění zástupců z brněnské kulturní a kreativní sféry. Tematicky se věnuje celé oblasti kultury včetně propojení kultury a kreativních průmyslů. Strategická část obsahuje Vizi, Hodnoty a Cíle směřuje k roku 2050. Priority a Opatření je programová část s plánem do roku 2025. Na programovou část navazují Akční plán na období 2020–2022 (Kulturní parlament Brno, ©2022).

### ***Strategie kultury a kreativního odvětví města Brna***

Důležitým strategický dokument obsahuje strategickou a programovou část a byl schválen v roce 2018 a byl vytvořen v rámci projektu Strategické dokumenty města Brna s důrazem na oblast kvality života, který je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky. Pro dokument strategie je pojem kultura a kreativní odvětví označovány následující odvětví:

- Hudba
- Scénické umění
- Výtvarné umění a fotografie
- Literatura
- Kulturní dědictví
- Audiovize
- Design
- Architektura
- Lidová umění (řemesla, folklór)
- Hry
- Reklama

Strategie navazuje na předchozí strategie, především Program rozvoje kultury města Brna a v letech 2016–2018 a novou Strategii Brno 2050. Brno má další dokumenty, které Strategie kultury a kreativních odvětví rozvíjí nebo doplňuje:

- *Program rozvoje kultury města Brna*
- *Strategie Brno 2050*
- *Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2016–2020*
- *Marketingová studie cestovního ruchu města Brna*
- *Integrovaná strategie rozvoje Brněnské metropolitní oblasti*
- *Koncepce ekonomického rozvoje města*

Strategie navazuje na další dokumenty, které přesahují rámec města Brna:

BRNO	JIHOMORAVSKÝ KRAJ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program rozvoje kultury města Brna</li> <li>• Strategie Brno 2050</li> <li>• Program rozvoje cestovního ruchu města Brna 2016-2020</li> <li>• Marketingová studie cestovního ruchu města Brna</li> <li>• Integrovaná strategie rozvoje Brněnské metropolitní oblasti</li> <li>• Konceptce ekonomického rozvoje města</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionální inovační strategie Jihomoravského kraje 2014-2020</li> <li>• Konceptce podpory kultury v Jihomoravském kraji 2009-2013</li> <li>• Konceptce zachování a obnovy kulturních památek Jihomoravského kraje 2005</li> </ul>
ČESKÁ REPUBLIKA	EVROPA A SVĚT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Státní kulturní politika 2015-2020</li> <li>• Strategie rozvoje knihoven 2017-2020</li> <li>• Strategie rozvoje umění 2015-2020</li> <li>• Konceptce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020</li> <li>• Národní inovační strategie ČR (pro období 2012-2020)</li> <li>• Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR (do roku 2030)</li> <li>• Konceptce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014-2020</li> <li>• Konceptce zahraniční politiky České republiky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie Evropa 2020 (EU)</li> <li>• Evropská agenda pro kulturu (EU)</li> <li>• Agenda 21 pro kulturu (OSN)</li> </ul>

Obrázek 7 Strategické dokumenty KKO (Strategie Brno 2050, ©2022a)

### *Strategie Brno 2050*

Strategie Brno 2050 je dokument zaměřený na rozvoj města, která je rozdělena do tří hlavních oblastí – šetrné nakládání se zdroji, rostoucí kvalita života a efektivní správa. Tyto oblasti zajišťují záměr do budoucna udělat město atraktivní pro život v rámci vývoje udržitelnosti. Strategie Brno je rozdělena do 3 částí:

- *Strategická část* je konceptem na delší období do roku 2050 a je v rovině vize, strategických hodnot a rozvoje města
- *Programová část* obsahuje priority a opatření, je vymezena na desetileté období
- *Akční plán* specifikuje aktivity a opatření určené k realizaci v horizontu 1–2 let (Strategie Brno 2050, ©2022b).

Dokument obsahuje tematické oblasti a strategické hodnoty, poskytující Brnu přehled o vývoji v oblastech kvality života, zdroje, správa. Rozdělení témat v následujícím obrázku:

PROSTŘEDÍ	PROSPERITA	SLUŽBY	ZDROJE	SPRÁVA
Město s dostupným bydlením	Prosperující město	Zdraví lidé	Město efektivně hospodařící s vodou	Sdílená vize a dobré jméno města
Kompaktní a vyvážené město	Středoevropské centrum VVI	Soudržné respektující město	Energeticky šetrné, nezávislé a odolné město	Fungující Brněnská metropolitní oblast
Architektonická tvář města	Vzdělané univerzitní město	Kulturní město	Čisté a cirkulární město	Efektivní elektronická správa a otevřená data
Příroda ve městě	Mezinárodní město	Sportovní město		Participativní správa
Město s efektivní a udržitelnou mobilitou	Globálně dostupné město	Bezpečné město		
Zdravé životní prostředí				

Obrázek 8 Přehled tematických oblastí a strategických hodnot. (Strategie Brno 2050, s. 2)

### ***Kulturní město***

Jednou z hodnot ve Strategii Brno 2050, která se věnuje problematice kultury a KKO je část Kulturní město. Vizí pro rok 2050 je stav, kdy je město Brno mezinárodně uznávanou metropolí v oblasti kultury. Kreativní a kulturní scéna zde aktivně ovlivňuje světové trendy a je postavená na experimentu a tradici setkávání. Veřejný prostor i životy občanů i návštěvníků metropole jsou naplňovány tvůrčí atmosférou a vzájemným porozuměním. Nabídka v kulturní oblasti je rozmanitá, prostředí disponuje vysokou úrovní spolupráce mezi kulturními aktéry, institucemi a různými kulturami. V oblasti kultury a kreativních odvětví získává Brno mezinárodní renomé a je přínosem pro ekonomiku a konkurenceschopnost lokálních subjektů. V oblasti Kulturní město jsou vymezeny následující cíle:

- *Docílit osobité kulturní a kreativní scény s mezinárodním renomé, pracuje s kulturním dědictvím Brna i renomé*
- *Postavit špičkovou kulturní a kreativní scénu na základě setkávání tradice a experimentu*
- *Zajistit spolupracující a propojenou kulturní a kreativní scénu*
- *Podpořit renomé brněnské kultury a kreativních odvětví a renomé Brna jako kulturní a kreativní lokace*
- *Podporovat kulturu vyžadovanou, dostupnou a tmelící let (Strategie Brno 2050, ©2022).*

### 3.2.1. Implementace a evaluace

V rámci implementace strategie a naplňování jejího obsahu bude řízeno a koordinováno týmem při Odboru kultury MMB včetně zástupců dotčených orgánů města. Rada města Brna a odborný participativní oponentní orgán (Brněnský kulturní parlament a Kulturní a kreativní rada). Akční plány slouží jako operační manuál pro realizaci strategie. Každoročně vznikne zpráva o plnění plánu a bude předložena oponentnímu orgánu. Následné podněty a vyhodnocení budou předloženy Komisi Rady města Brna pro kulturu a Radě města Brna.

Akční plán bude vyhodnocen rok před jeho uplynutím a následně zapracován navazující nový akční plán za přispění odborné veřejnosti, participativního a oponentního orgánu. Postup v případě dalších akčních plánů a jejich navazování bude stejný pro následující období až do konce programového období. Výsledný monitoring a indikátory budou zahrnuty do pravidelného sběru dat a mapování KKO (Strategie kultury a kreativního odvětví města Brna, ©2018).

### 3.2.2. Financování

Kultura a kreativní odvětví naplňuje svou podstatou především oblast a hodnoty, které se nedají stavět na peněžní úroveň. Kultura má přínosy sociální, psychologické, vzdělávací ale především pozitivní dopady na kvalitu života, kteří jsou aktivními nebo pasivními účastníky kulturních událostí, akcí a projektů. Dopad má i nepřímý, jelikož nás kultura obklopuje, prostředím ve městě, kde jsou kulturní zařízení jako divadla, galerie nebo muzea. Přítomnost kultury a kreativních odvětví v tomto prostoru vytváří kulturní kapitál, který přitahuje a láká investory, firmy, kreativně vzdělané lidi. Je nepochybné, že kultura a kreativní odvětví má pozitivní vliv na ekonomický dopad. Jde o stabilně dlouho rostoucí odvětví v ekonomice, kdy Brno má kolem 11 tisíc subjektů v kreativních a kulturních odvětvích, je v nich zaměstnáno více jak 20 tisíc lidí, což tvoří 10,5 % celkové zaměstnanosti v Brně s celkovým ročním obratem 24 miliard Kč (Strategie kultury a kreativního odvětví města Brna, 2018, s. 9).

#### *Strategií navrhované řešení*

Pro strategii kultury a kreativních odvětví je pro financování navrženo opatření stabilizace prostředků pro brněnskou kulturu. Navržení podílu rozpočtu kultury na celkovém rozpočtu výdajů Brna se bude pohybovat v rozmezí 9,2 % až 10,3 %. Úkolem je zefektivnění

hospodaření příspěvkových organizací při zachování kvality kultury. Pro zavedení rozmanitosti kulturní nabídky, rozvoj kulturních aktérů a projektů vč navyšování kvality strategie navrhuje:

- *Stabilizovat běžné výdaje v oblasti kultury na úrovni 9 % celkových běžných výdajů rozpočtu Magistrátu města Brna (bez městských částí)*
- *V případě snižování výdajů v rozpočtu omezovat výdaje na projekty, kapitálové výdaje s tím, že krácení bude plánováno minimálně 2 roku předem*
- *Postupně navyšovat dotace pro nezřizovanou scénu z 3,2 % (rok 2018) až po 10 % v roce 2025.*

*Provést analýzu proveditelnosti a následnou implementaci opatření pro posílení prostředků na nezřizovanou kulturu (Strategie kultury a kreativního odvětví města Brna, 2018, s. 10–11).*

## 4. KREATIVNÍ CENTRA V BRNĚ

Brno je městem, které nabývá na významu jako centra s vysokou koncentrací mladých lidí, kteří se studují na univerzitách nebo mají zájem o kulturní dění. Jak bylo napsáno v předchozích kapitolách, kultura a kreativní odvětví byla pro město Brno vždy jedním ze základních kamenů, na kterém stavělo. Centra mají různou podobu, vybavení, slouží různým účelům. V této kapitole. V následujících řádcích popíšeme stav coworkingových center ve světě, trendy, která centra očekávají a následně stav coworkingu v Brně.

### 4.1. Coworkingová centra

Nedávný průzkum zjistil nárůst coworkingových center na celém světě přes 20 tisíc. Předpokládaný roční růst center se od roku 2021 do roku 2024 odhaduje na 21,3 % ročně. Očekává se, že v roce 2024 se počet coworkingů zdvojnásobí na počet kolem 40 tisíc. V tu dobu bude pracovat ve sdílených prostorech téměř 5 milionů lidí, což představuje nárůst o 158 % oproti roku 2020. Odvětví se tak rychle zotavuje z dopadů pandemie COVID 19. Společnosti Coworking Resources a Coworker.com spojily své zdroje a zveřejnily Studii globálního růstu coworkingu v roce 2020. Informace vycházejí z jejich vlastních údajů včetně nabídek pracovních prostor a cen, spolu s údaji z Google Trends a Deskmag.

Největší trhy s coworkingem a flexibilními prostory na světě zaujímají USA, kde se po celé zemi nachází více než 3700 sdílených pracovních prostor. Poté mají největší počet sdílených prostor Indie (2197) a Velká Británie (1044). Podíváme-li se na růst trhu, nejdynamičtější růst zaznamenává Německo a Indie před Spojenými státy a Kanadou. Zajímavý údaj je z hlediska kapacity center, kde dominuje Čína, kde na jeden prostor v průměru připadá 282 osob. Pro srovnání v USA je toto číslo menší, celkem 105 osob. Pokud se podíváme na prostory, jde zde srovnání mezi Severní Amerikou, Asií a Evropou, kde v Severní Americe mají prostory s průměrnou velikostí plochy 9799 m<sup>2</sup>, v Asii 8101 m<sup>2</sup>. Kapacita úzce souvisí s nabídkou a obsazeností a ziskovostí, kdy během období pandemie Covid-19 klesla cena za stůl o 2,14 % procenta mezi roky 2019 a 2020. Výjimku tvoří Evropa, kde cenový pokles nebyl zaznamenán, ale naopak cena za prostor vzrostla za poslední dva roky o téměř 12 %. Během roku 2020 byla zaznamenána vyšší poptávka po soukromých kancelářích s požadavkem na delší dobu trvání smlouvy a vyšší počet stolů:

- počet míst na jednu žádost je vyšší o 26 %
- o více jak 96 % delší doba trvání smlouvy

- o více jak 76 % vyšší podíl požadavků na soukromé kanceláře ve srovnání s jednotlivými místy

Odhady jsou na základě těchto statistik takové, že se coworking stane více rozšířeným především z důvodu přechodu pracovních sil na distanční. Je zde ale zamyšlení, jestli se tyto prostory nestanou jen nájemními a ztratí se duch komunitní spolupráce (Allwork.space, ©2022, DESKMAG, ©2022).



Počet coworkingových center v současnosti v České republice narůstá. Lze je lokalizovat nejen v Praze, Brně nebo Ostravě, ale i v krajských a menších městech. Níže uvádíme tabulku s přehledem a aktualizací k datu 7.3.2022. Největší zastoupení center má hlavní město Praha, následuje Brno a Ostrava.

Tabulka 2 Počet coworkingových center v roce 2022 (Navolnenoze.cz, © 2022)

Město	Počet coworkingových center
Praha	37
Brno	13
Ostrava	5
Plzeň	4
Zlín	4
Liberec	3
Olomouc	3
Pardubice	3
Liberec	3
České Budějovice	2
Hradec Králové	2
Ústí nad Labem	2
Ostatní města celkem	32
<b>Celkový počet</b>	<b>113</b>

#### 4.1.1. Vývoj a trendy v coworkingu

Pro udržení pozic coworkingových center budou důležité rostoucí poptávka, díky které porostou výnosy. A to jak v Evropě tak i celosvětově. Udržení členů coworkingu jako komunity bude vyžadovat úsilí a zůstane kladen důraz na pokročilé technologie, účelná tvorba pracovních prostorů a udržitelnost provozních modelů. Očekává se i rozšíření coworkingů do menších měst a předměstí, čímž se zlepší obslužnost. Pronajímatelé center jsou přesvědčeni, že poptávka dlouhodobě poroste.

Vývoj se vlivem pandemie změnil v tom, že v roce 2019 byly coworkingové prostory plně profesionálů z různých odvětví, kteří úzce sdíleli nápady. Změna nastala v roce 2020, kde

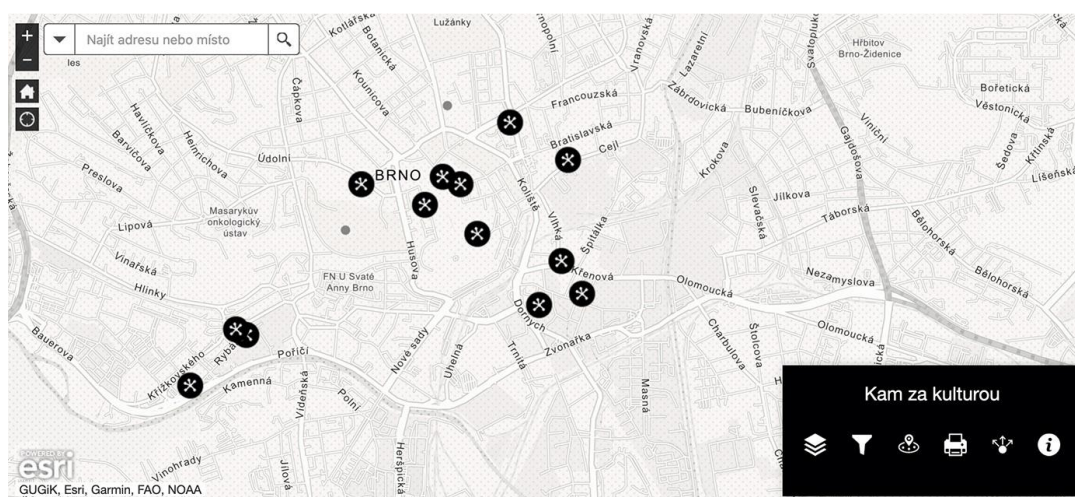
mnoho profesionálů pracovalo z domova, hybridní práce a práce na dálku se stala zcela normálním jevem, který se stabilizoval ve společnosti. Jako další vývoj lze očekávat:

- **Coworkingové prostory budou mít nový účel** – centra budou kromě profesionálů doplňovat i zaměstnanci korporací z důvodu požadavků zaměstnanců na větší flexibilitu. Vybavení a služby center pak bude reagovat na požadavky těchto korporátních zaměstnanců, kteří budou vyžadovat například ergonomické židle, nastavitelné stoly, speciální nábytek.
- **Coworking nebude vyhrazen jen městu** – centra se rozšíří do obslužných předměstí a menších měst, pracovníci budou mít fyzicky pracoviště blíže, přitom stále budou těžit z výhod ze vzdálenosti blízko domova. Rovnováha mezi soukromým a pracovním životem klade na centra nové výzvy v podobě služeb, jako je péče o děti, fitness a další.
- **Model coworkingu se mění** – pandemie původní poptávku po centrech zpomalila, od roku 2022 se očekává nárůst a tak pronajímatelé budou měnit modely provozu, aby uspokojili poptávku po nových službách.
- **Technologický upgrade** – práce na dálku a hybridní práce nebudou vnímány jako dočasné řešení. Proto budou pronajímatelé coworkingových center usilovat o co nejlepší vybavení a technologie, které umožní pohodlnou práci.
- **Design** – budoucí uživatelé prostoru se změní, půjde například o pracující rodiče, kteří si potřebují odpočinek od domácnosti, změnit prostředí a soustředit se na práci, nebo o zaměstnance firem pracující na dálku, kteří by rádi načerpali inspiraci v novém zajímavém prostředí. Designové prostředí bude agilnější, vzniknou zvukotěsné místnosti včetně zařízení která zvýší duševní i fyzickou pohodu, jako například wellness (Allwork.space, ©2022).

#### 4.1.2. Coworkingová centra na území města Brna

Coworkingová centra v České republice nemají dlouhou historii, navíc sběr dat je v tomto hledu omezen a různé zdroje uvádějí informace, která nemají společná data. Na území ČR první sdílené kanceláře začaly vznikat v roce 2009, první coworking Impact Hub Praha byl otevřen na území hlavního města v roce 2010 (Nejbusiness.cz, ©2022).

V Brně bylo otevřeno první centrum v roce 2012 a další následovala. V Brně je v současné době celkem 13 coworkingových center.

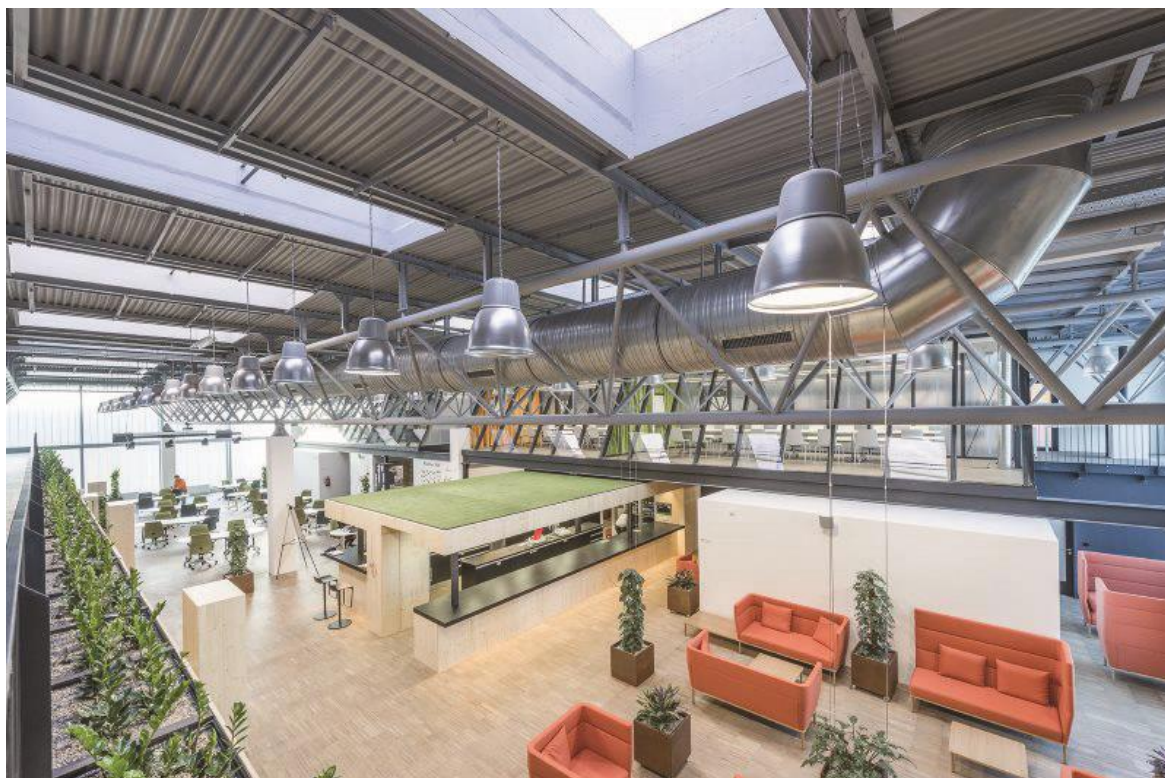


Obrázek 9 Coworkingová centra na území Brna (Kultura Brno, ©2022)

**Impact Hub Brno** – coworkingové centrum, jehož provoz byl spuštěn v roce 2015 a patří do sítě Impact Hubů, které jsou rozmístěny po celém světě. V České republice se nachází Impact Hub ještě v Praze, Ostravě a ve Zlíně. Impact Hub Brno vznikl v prostorách bývalého pletářského ústavu mezi ulicemi Cyrilská a Čechyňská. Na jaře v roce 2022 eviduje více jak 560 členů komunity. Svou plochou celkem 3 450 m<sup>2</sup> je největší Impact Hub v Evropě. Velký prostor a variabilita umožňuje pořádat jak malé, tak i velké akce typu hackaton. Pokud se chcete podívat, jak to funguje, lze zakoupit za 350 Kč s DPH vstup na den bez závazků. Pokud hledáte zasedací nebo konferenční prostory až pro 180 lidí, jsou zde různé formy pronájmu podle prostoru a času, na který potřebujete prostory pronajmout.

Tabulka 3 Coworkingové tarify Impact Hub Brno  
(Hubbrno.cz, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Virtuální členství	350 Kč
Vstup na den / DAY PAS	350 Kč / den
Hodinové tarify / od 10 h do 100 h	760 Kč do 2690 Kč
Neomezený přístup	3290 Kč
Vlastní místo	od 3990 Kč
Kancelář	individuální poptávka



Obrázek 10 Impact Hub Brno – interier (Hubbrno.cz, ©2022)

**Brain farm Brno** – coworkingové centrum s menšími prostory, který sídlí v centru města Brna na ulici Jezuitská 1. Menší útulné místnosti účelně vybavené. Přístup pro členy je 24 hodin, 7 dní v týdnu. Expediční klubovna na setkávání, místnosti na přednášky a vzdělávací akce jsou k dispozici pro nové zájemce pracovat v komunitě. Centrum má pro zájemce na zkoušku připravený 3 denní tarif zdarma (Brainfarm.cz, ©2022).

Tabulka 4 Coworkingové tarify Brain farm Brno (Brainfarm.cz, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Neomezený přístup	2000 Kč
Vlastní místo - fixní stůl	2500 - 3000 Kč
8 denní tarif	1000 Kč
16 denní tarif po 4 hodinách	1000 Kč
7 denní tarif	800 Kč
Vstup na 1 den	150 Kč

**Edu nesto** – coworkingové centrum sídlí v centru Brna na ulici Veselá 14. Nabízí 180 m<sup>2</sup> prostoru pro 100 lidí, prostory na školení a přednášky. V rámci nabídky je i ubytování až pro 50 osob v plně vybavených apartmánech včetně terasy pro teambuildingové týmy, pořadatele hackathonu či festivalu. Objednat je možné i cateringové služby. Coworkingové tarify jsou na poptání (Edunesto.cz, ©2022).

**The Distillery – Social reaktor** - sídlí v lokalitě Starého Brna na ulici Pekařská 76. Prostor vznikl rekonstrukcí ze starého lihovaru. V multifunkčním centru, který vznikl jako prototyp sociálního reaktoru, jsou sdílené kanceláře a prostory pro vzdělávací a kulturní akce. Kreativní centrum podporuje mladé kreativce, podnikatele a freelancery (Czechcrunch.cz, ©2022).

**Branta Workspace** – coworkingové centrum sídlí v centru Brna na ulici Cejl 41 vznikl z rekonstruovaného prostoru open space o velikosti 78 m<sup>2</sup> pro architektonické studio SALANGA Architekti. Prostory jsou určeny pro soustředěnou práci v menší komunitě. K dispozici je 5–7 míst u pracovních stolů, pro členy s přístupem 24/7. Pro nové zájemce je možnost jeden den vyzkoušení zdarma (Branta.cz, ©2022).

Tabulka 5 Coworkingové tarify členství Branta Workspace (Branta.cz, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Branta FIX DESK	3500 Kč
Branta 1+1 / tarif pro 2 osoby - společně předplatné	1900 Kč
Branta NEST / FIX DESK u platby předem 2 nebo 3 měsíce	3400 Kč /
Branta NEST / 1+1 u platby předem 2 nebo 3 měsíce	1800 Kč /
Branta NETWORK	Individuální

**Cowo Brno** – coworkingové centrum sídlí v centru Brna na adrese Moravské náměstí 4. Pronájem sdílených kanceláří, zasedací místnosti a školících prostor. Je ideální jako klidné místo pro profesionály. Na vyzkoušení prostoru je jeden den zdarma. Studenti dostávají slevu (Cowobrno.cz, ©2022).

Tabulka 6 Coworkingové tarify Cowo Brno (Cowobrnno.cz, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Tarif 1 (1 den)	363 Kč
Tarif 7 (7 dní)	1089 Kč
Tarif 20 (20 dní)	3025 Kč
Tarif 30 (30 dní)	3630 Kč
Tarif 90 (90 dní)	9680 Kč
Tarif 120 (120 dní)	12 100 Kč

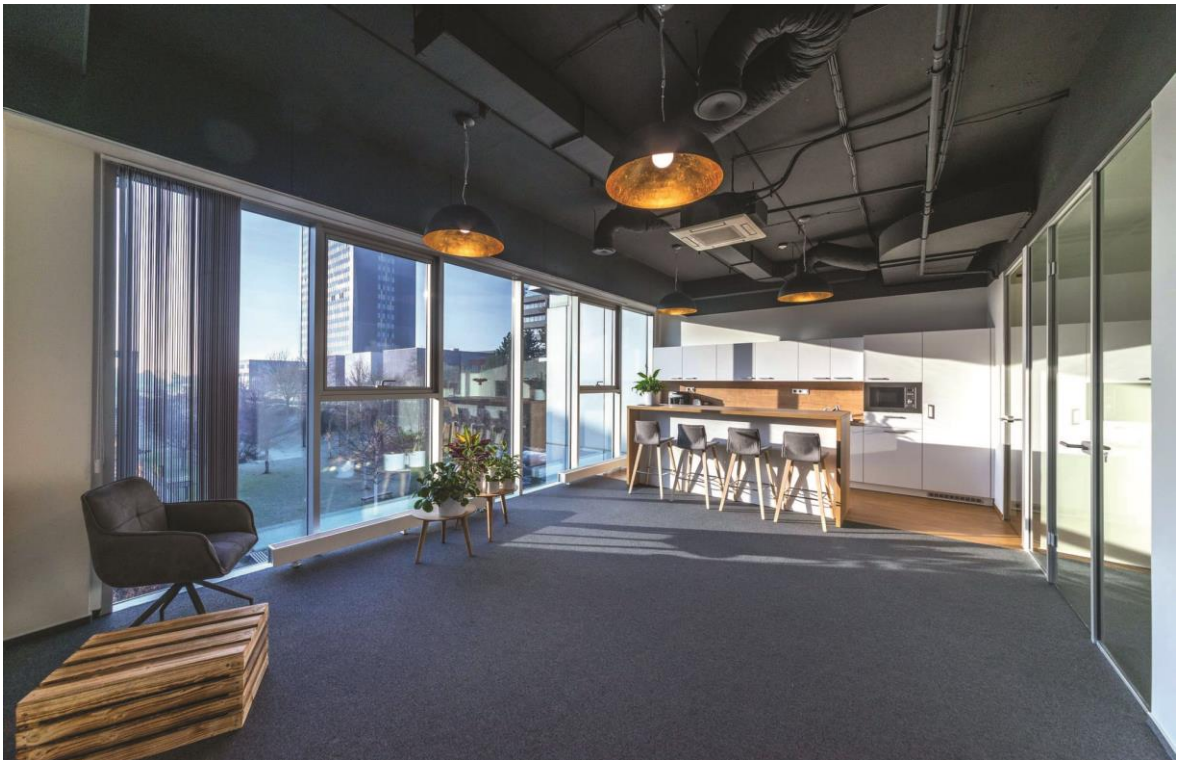
**Mitrovski** – coworkingové centrum na Veletržní ulici v Brně. Pronájem sdílených kanceláří, zasedací místnosti pro 16 osob a sálu až pro 100 osob. Tarif je jednorázový 250 Kč za den bez ohledu na počet hodin v jednom dni. Měsíční tarif je 2541 Kč. Ceny jsou uváděny bez DPH 21 %. Zájemci mají možnost 1 den na vyzkoušení zdarma (Mitrovski.cz, ©2022).

**KoPlac** – coworkingové centrum na ulici Příkop 2 v Brně. Nabídka prostoru a spolupráce s mladými kreativci, programátory a podnikateli. Coworking je spíše založen na komunitě a spolupráci. Každý, kdo má zájem sdílet prostor se stane součástí komunity, která dále sdílí vědomosti, odbornou pomoc a kontakty. Ko-Plac klasický coworkingový model již neuvádí. Typické jsou akce, které centrum pořádá jako například Startup Weekend (Koplac.cz, ©2022).

**Mo-cha** – nové prostory na ulici Křížkovského 47 v Brně. Nové prostory 400 m<sup>2</sup> v podobě openspace prostorů a samostatných kanceláří s prostornými zasedacími místnostmi (Mocha.cz, ©2022).

**TechNest** – coworkingové centrum sídlí na ulici Technická 23 v Brně. Nabízí pronájem kanceláří, pracovních stolů a zasedacích místností. Kancelářské prostory jsou od 16 – 57 m<sup>2</sup>. Celková plocha kancelářských prostor je 3000 m<sup>2</sup> ve třech podlažích. Zasedací místnosti jsou vhodné pro konání workshopů, hackatonů, kurzů nebo výuku jazyků. Prostor nabízí 60 m<sup>2</sup> s kapacitou pro 50 osob. Další sdílený prostor je relaxační zóna o velikosti 150 m<sup>2</sup> Coworkingové centrum, jak již napovídá jeho název, je orientované na technologicky-orientované nově začínající podnikatele a jednotlivce. Cenová nabídka je individuální po vyplnění dotazníku na webu technest.cz (Technest.cz, ©2022).



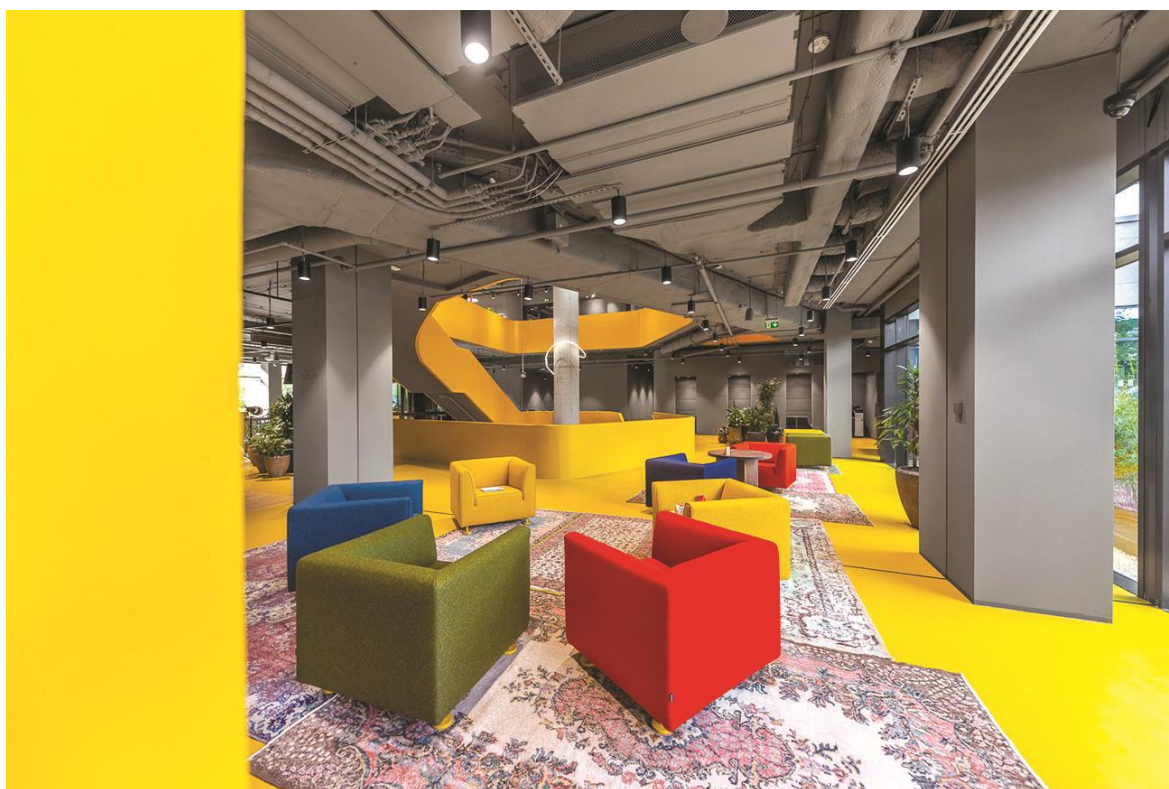


Obrázek 11 Technest – interier (Technest, ©2022)

**Clubco** – coworkingové centrum sídlí na ulici Vlněna 5 v Brně. Nový coworkingový prostor v areálu business parku Vlněna. Ideální prostor pro startupy, freelancery nebo malé a střední firmy. Budova s moderním designem si udržuje klubovou atmosféru. Centrum nabízí pronájem kanceláří, včetně jakéhokoliv vybavení. Plně vybavené zasedací místnosti jsou k dispozici pro 12 osob na menší meetingy a další pro 26 osob. K dispozici jsou i zasedací místnosti pro menší počty osob. Cena se pohybuje od 500 až 750 Kč za hodinu. Prostor pro eventy nabízí 128 m<sup>2</sup> s kapacitou až 48 osob. Součástí služby pronájmu je i příprava coffee breaku. Pro lepší soustředění na práci slouží Focus room. Cowork využívá i venkovní prostory, které slouží k oddechu. Venkovní prostor láká k posezení a ke sportu zase venkovní basketbalové hřiště. Součástí komplexu je kavárna, několik restaurací a možnost rychlého občerstvení (Clubco, ©2022).

Tabulka 7 Základní členské tarify Clubco, ceny jsou bez DPH 21 % (Clubco, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Hot desk 1 hodina	200 Kč
Hot desk Daypass	600 Kč
Hot desk 40 hodin (měsíc)	1925 Kč
Hot desk 80 hodin (měsíc)	3300 Kč
Hot desk Unlimited (doba neurčitá)	5985 Kč
Fixed desk (doba neurčitá)	6615 Kč
Office (doba neurčitá, cena dle velikosti kanceláře)	od 7350 Kč



Obrázek 12 Clubco - interier (Clubco, ©2022)



**KUMST** – řadíme mezi coworkingová centra s nabídkou pronájmu sdíleného místa i kanceláře. Sídlí v centru Brna na ulici Údolní 19. Jeho provoz byl zahájen v září roku 2020. Zrekonstruované prostory bývalé budovy Fakulty výtvarných umění VUT, nabízejí sdílené místo, kancelář nebo ateliér, zasedací místnost či sál na konference. Sdílené místo si zájemce může pronajmout za 200 Kč na den. Kanceláře a ateliéry nabízí prostor od 20 m<sup>2</sup> do 80 m<sup>2</sup> s možností pronájmu na 1 až 3 roky. Sál na konference s plochou přes 200 m<sup>2</sup> pojme 120 osob a je plně vybaven včetně ozvučení. Pro účely expozic, prezentací nebo výstav je k dispozici showroom. KUMST pořádá kulturní akce, konference, přednášky a kurzy. Zřizovatelem centra je JIC – organizace, která z veřejných prostředků vytváří a poskytuje prostor pro rozvoj podnikání v Jihomoravském kraji (KUMST, ©2022).



Obrázek 13 KUMST – interier (KUMST, ©2022)

## 4.2. Koncepty otevřených dílen fablab, hub, makerspaces

Město Brno disponuje různými koncepty a platformami v oblasti kulturních a kreativních průmyslů. Kromě coworkingových center zde najdeme i platformy otevřených dílen, které se liší vybavením i zaměřením. Nejrozšířenější formou jsou v Brně koncepty dílen s 3D tiskárnami, laserovými řezačkami, CNC stroji i virtuální realitou. Tato zařízení jsou pro začínající podnikatele většinou nedostupná a v dílnách si mohou technologii vyzkoušet, než se rozhodnou do těchto zařízení investovat. I tyto prostory svojí koncepcí jsou sdílené a vzniká zde komunita a spolupráce na různých projektech většinou technického, architektonického nebo i kulinářského zaměření.

### 4.2.1. Koncepty otevřených dílen na území města Brna

**FabLab** – první otevřená digitální dílna v Brně, kterou najdete na ulici Purkyňova 127. Zřizovatelem dílny je organizace JIC (Jihomoravské inovační centrum). JIC je české zájmové sdružení právnických osob, které se zaměřuje na podporu inovačního podnikání a komerčního využití výzkumu a vývoje. Nejen první digitální dílna, ale první český FabLab disponuje plochou 182 m<sup>2</sup>, kde jsou 3 dílny a celkem 21 různých přístrojů a zařízení. K dispozici je uživatelům elektro a IoT dílna na prototypování elektroniky a součástek k internetu. Pro grafické nadšence a reprodukcí grafiky dílna disponuje řezacím plotterem, termolisem, programovatelným šicím a vyšívacím strojem, 3D tiskárnami, 3D skenerem a laserovými řezačkami. FabLab má i plně vybavenou mechanickou dílnu včetně CNC stroje.

FabLab není jen dílna plná technologií, ale i odborníků, kteří pořádají komentované prohlídky dílny nesoucí název FabLab Tour. Na prohlídce mají budoucí zájemci o členství možnost se seznámit s funkcí a ovládáním technologií a přístrojů. Pořádají se školení na jednotlivé nástroje. Vstup je volný a není potřeba registrace.

FabLab nabízí spolupráci firmám včetně partnerství a realizuje školení, workshopy, teambuildingy (FabLab, ©2022).

Tabulka 8 Základní členské tarify FabLab (FabLab, ©2022)

Název tarifu	Cena za službu / měsíc
Učedník (pro nováčky)	149 Kč
Tovaryš (zkušenější kutilové)	499 Kč
Mistr (volný přístup 24/7)	999 Kč



Obrázek 14 FabLab dílna a vybavení (FabLab, ©2022)

**FabLab Experience** – kamion, který je plný technického vybavení a slouží jako propagační prvek FabLabu při veletrzích a akcích pro veřejnost. Kamion objíždí základní a střední školy a seznamuje studenty s tím, co vše je možné vyrobit. Součástí vybavení je i elektronický mikroskop. Výhodou kamionu je jeho možnost se přesouvat dle potřeby na jakékoliv místo. Školy tedy nemusí pořádat exkurze a výpravy za technickým vzděláním – to přijede dle požadavku na smluvené místo a prezentace je zdarma (FabLab Experience, ©2022)



Obrázek 15 FabLab Experience (FabLab Experience, ©2022)

**FabLab Czechitas House** – nejnovější dílna FabLabu, která je vybavena třemi 3D tiskárnami, vinylovou řezačkou a vyšivacím strojem a raritou je vlastní e-shop na stránce <https://eshop.fablabbrno.cz/czechitas>, kde je podmínkou registrace pro přihlášení. Dílna se nachází na Ponávka Office Parku (FabLab, ©2022).

**Industra** – centrum sídlí v Brně na ulici Lazaretní č. 1. Je místem, kde jsou otevřené dílny, ateliéry, cowork a inkubátor. Místo pro designéry, pro začínající kreativce. Dílny jsou plně vybavené, je zde šicí dílna, obráběcí pracoviště, laserová řezačka, CNC stroj. V Industře je vybavený digitální lab i elektrolab. V Industře mohou talentovaní lidé vystavovat svá díla v galerii, kde vystavují jsou čeští i zahraniční umělci, zázemí zde nachází i divadelní scéna. Mezi pořádané akce patří konference a workshopy o vývoji, vzdělávání a businessu, food festivaly. Základní členství coworkingu začít od 500 Kč za měsíc. Industra iniciuje stavbu nového projektu kreativního hubu – nového centra o velikosti 5000 m<sup>2</sup>. Na stavbu centra je možno individuálně přispívat formou donátství, nebo darem (Industra space, ©2022).

**MUNI ARTS** – ústřední knihovna Masarykovy univerzity na ulici Arne Nováka 1, budova F, je prostor makerspace. Dílna je vybavena několika technologiemi, jako je 3D tiskárna, šicí stroj, řezací plotr, plackovou na odznaky, virtuální realita. Prostory využívají

zaměstnanci a studenti Masarykovy univerzity po povinném zaškolení alespoň na jednu technologii (Ústřední knihovna FF MUNI, ©2022).

**CO.LABS** – zóna nezávislého umění sídlí v centru Brna na ulici Kounicova 22. Otevřená, kreativní a nezávislá platforma, která aktivně zabezpečuje růst a rozvoj uměleckého sektoru. Původní divadlo se mění na sektor nezávislého umění. Pro podporu nezávislé umělecké sféry vytvořili projekt REZIDENCE, kdy mohou nezávislí umělci využít prostor a seberealizace. CO.LABS nabízí i coworkingové prostory s členským příspěvkem 100 Kč na den, dále pak workshopy s různou tematikou (Colabs, ©2022).

**Food Incubator** – gastro coworkingové centrum v Brně, které sídlí na ulici Zahradnická 20. Sdružuje začínající podnikatele z oblasti gastronomie, dodavatele zdravých potravin. Inkubátor pořádá tematická školení v oblasti lidského zdraví a využití moderních technologií. Hlavní činností centra je pořádání workshopů a kurzů. K dispozici je sdílená kuchyně, kde mohou začínající podnikatelé v oblasti gastronomie tvořit svá gastronomická menu (Food incubator, ©2022).

## 5. ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU KKP A CENTER V BRNĚ

Hlavním cílem zhodnocení současného stavu je na základě vlastních analýz a provedených rozhovorů se zdejšími provozovateli, zástupci center a stakeholdery, kteří působí v kulturních a kreativních průmyslech. Dále provést identifikaci současného stavu KKP v Brně v oblasti kreativních center a na základě zjištění stavu navrhnout opatření k formě rozvoje center v oblasti kulturních a kreativních průmyslů v Brně. Semistrukturované rozhovory byly provedeny za účelem kvalitativního výzkumu sběru dat.

### 5.1. Analýza a výzkum pomocí rozhovorů a dotazníkového šetření

Výzkum a identifikace současného stavu byl proveden se zástupci organizací včetně aktérů podílejících se na rozvoji KKP ve městě Brně. Byli osloveni zástupci z veřejného, neziskového i soukromého sektoru a zástupci kreativních center provozujících coworkingové služby. Osloveno bylo celkem 12 účastníků šetření s tím, že se povedlo navázat komunikaci celkem s 8 účastníky. Rozhovory probíhaly telefonickou, písemnou a osobní formou rozhovoru. Rozhovory byly po zaznamenání vyhodnoceny. Celkem byly položeny 4 základní otázky jako otevřené. Všem zúčastněným respondentům byla zachována anonymita, tudíž neuvádíme jména či kontakty. K odpovědím na určitou otevřenou otázku jsme vytvořili kódovací klíč, jako soustavu znaků, které jsou přiřazeny jednotlivým kvalitativním údajům.

#### **Otázka č. 1: *Jaký přínos mají podle Vás kreativní centra v prostředí kulturních a kreativních průmyslů?***

První otázka směřovala na oblast přínosu kulturních a kreativních center jako coworking či hub v prostředí současného vývoje KKP. Respondenti se shodli na tom, že kreativní centra a tamější komunita vytváří komunikační strukturu, tím získávají kontakty, které jsou následně v dalších fázích vývoje spolupráce velice důležité. Jeden z respondentů uvedl: „*Za hlavní přínos center považuji to, že dávají prostor k setkávání a navazování kontaktů, a to nejen u kreativních průmyslů. V našem prostoru, který není zaměřen určitým směrem, může člověk najít jak kontakty ze svého oboru, tak mnohé další - potřebuje právní radu, vytvořit web nebo pomoci s marketingem. Díky naší síti kontaktů jsme schopni ho propojit na relevantní osoby nebo firmy.*“

Výzkum také ukázal, jak je pro nově začínající tvůrce tak i pro ty, co mají praxi delší vzájemné předávání zkušeností a postupů dobré praxe. To stejné platí i o sdílení informací o nových trendech a technologiích vzhledem k dynamickému vývoji v této oblasti. Prostor na sdílení zkušeností a spolupráce jsou akce typu B4B (breakfast for bussines), které se organizují a kde se setkává široké spektrum osob z marketingu, obchodu nebo i kreativní lidé. Všichni si navzájem sdělují zkušenosti a rady, a to jak zkušení podnikatelé, tak i úplní začátečníci. Kromě výše uvedeného tedy vidíme jako velký přínos i sdílení zkušeností mezi jednotlivými fyzickými osobami, které pomocí kreativních center mohou posouvat svá podnikání i sebe sama a dále se rychleji rozvíjet a rozvíjet tím i kulturní a kreativní průmysl. Velkým přínosem v kreativních centrech jsou podmínky pro začínající podnikatele nebo živnostníky, jeden z respondentů uvedl:

*“Kreativní centra spolu s coworkingy podporují také rozjezd profesního života v oboru po dokončení studia díky možnosti sdílení provozních nákladů spojených s pracovním prostorem a možnosti sdílení technologií potřebných pro práci – stroje pro tisk, další hardware, software, pracovní nástroje.”*

Pokud jde o fablaby, laby nebo otevřené dílny, vidí respondenti hlavní přínos v tom, že se tvoří a něco vzniká, vyrábí se a tudíž cesta náznaku konzumu zde nevede. Hodnotou je tedy samotné tvoření. Vzniká zde akcelerace invence, tedy přímo konstrukční řešení věcí. Tvořivost je tedy určitým nástrojem pro další vývoj otevřených dílen. Respondenti uvádějí město Brno jako velkého podporovatele kreativního prostředí, kde dochází k jejich vzájemnému propojení. Podpora je široká a to jak finanční, tak i nefinanční. Jako příklad uvádějí kreativní vouchery. Jako pozitivní změny z hlediska územního pak přeměny starých zástaveb a brownfieldů v místa, která ožívají a mění se v prostředí s potenciálem vytvářet nové pracovní příležitosti.

## **Otázka č. 2: Jaké vnímáte bariéry v oblasti spolupráce a zajištění podpory v oblasti KKP v Brně**

Druhá otevřená otázka se věnovala bariérám a překážkám, se kterými se respondenti, zastupující různé subjekty, setkávají v oblasti kulturního a kreativního průmyslu. Odpovědi se částečně lišily v rozdílu typologie organizace, kdy soukromý subjekt vnímá oblast podpory odlišně, než příspěvková organizace s širší podporou. Rozdílly jsme uvedli v odpovědích respondentů: „Malé organizace nebo sólisté mnohdy mají rozjezd své pracovní

*dráhy v KKP celkově daleko těžší, než větší hráči. Rozdíl vnímáme ve výrazných limitech finančních a s tím spojené limity v oblasti lidských zdrojů. Ti si většinu věcí dělají sami, od samotné práce, přes účetnictví a administrativu, až po propagaci a třeba i provozní věci a úklid.“*

Další z respondentů reagoval na otázku vnímaných bariér odlišně: *„JIC a potažmo město stáli u zrodu našeho kreativního centra, čímž se právě rozhodli podpořit kulturní a kreativní průmysl. Nevnímáme proto v Brně bariéry v oblasti spolupráce ani zajištění podpory.“*

Většina respondentů se shodla na tom, že město i ostatní organizace a její zřizovatelé podporují, například v podobě kreativních voucherů i možností dotací. Dotace a jejich administrativa pro některé kreatívce vytváří pomyslnou bariéru, kdy nemají trpělivost přizpůsobit se podmínkám, které jim případnou těžké nebo nespílitelné. Zde respondent vidí problém v oblasti administrace a vzdělávání. Další z respondentů upozornil na malé zaměření směrem k tradičním průmyslům, které přináší kreativitu s přidanou hodnotou. Další z respondentů nevnímá bariéry ve smyslu daného slova, ale vnímá situaci v kulturních a kreativních průmyslech jako potřebu dlouhodobého procesu osvěty, vytvořit společenské téma, které by mělo mít větší marketingový dosah. Jde o proces přístupu a sdílení, jelikož se nejedná mnohdy o hlavní proud zájmu.

### **Otázka č. 3: Jak hodnotíte současný stav KKP v Brně z pohledu kreativních center typu COWORK, FABLAB, HUB?**

Třetí otevřená otázka byla směřována k současnému stavu KKP v Brně v souvislosti s vývojem kreativních center na území města Brna. Všichni respondenti se shodli na plno aspektech, které současné dění v KKP přináší. Vnímají dynamický vývoj v oblasti architektury, vůbec největší pokrok zaznamenává oblast gamingu a videoher. Pozitivně vnímají centra jako je FabLab – prostor sdílené dílny. Časově flexibilní prostor pro ty, kteří něco chtějí dělat při zaměstnání, mají rodinu a více řeší čas. Zásadní pro rozvoj je fakt, že mnozí lidé téma KKP již vnímají, čemuž pomáhá prostředí kreativních center. Jeden z respondentů k současnému stavu uvedl: *„Coworkingová scéna je v Brně velmi pestrá, od velmi malých po velké hráče. Od neformálních ve formě sdílených tvůrčích ateliérů, dílen, až po semiformální, přes běžné kancelářské prostory až po „korporátní“ velké huby. V posledních letech v Brně vzniklo poměrně mnoho nových coworků a sdílených kanceláří, prostor nejrůznějšího typu a velikosti. Umocněno dobou s Covid-19 se nyní jedná o výrazně*



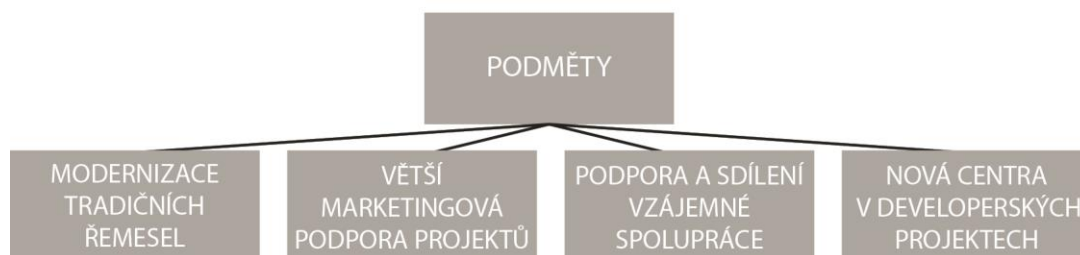
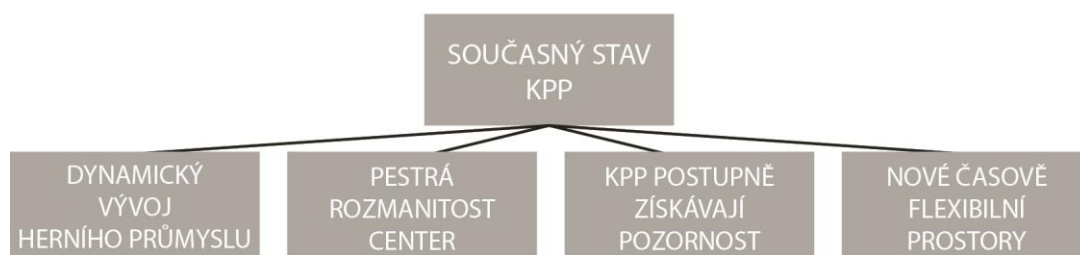
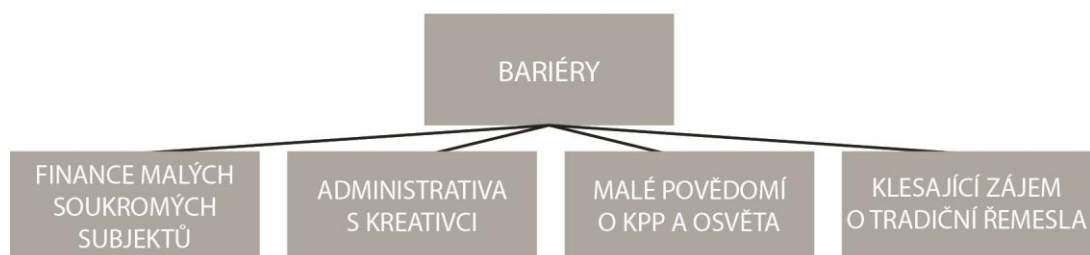
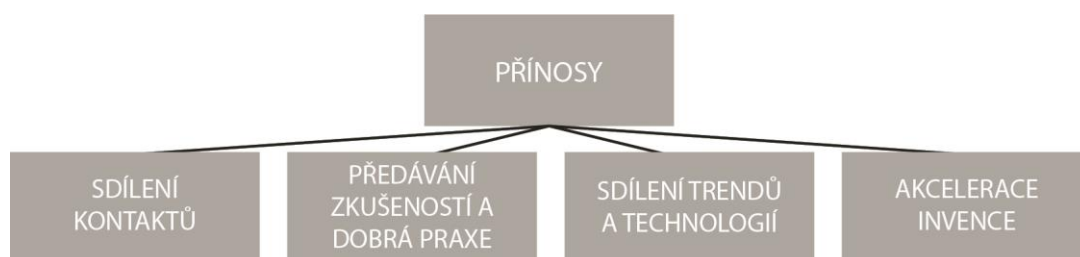
*konkurenční prostředí, kde mají výhodu větší centra z pohledu nejvíce platicích zákazníků. Lze konstatovat, že situace a stav kreativních center jsou aktuálně velmi různé.“*

Jeden z respondentů shrnul situaci krátce a výstižně: „*Z mého osobního pohledu může v Brně každý najít to, co hledá. Impact Hub, JIC, KUMST, Clubco, FabLab – každý z těchto prostor má svoji cílovou skupinu. Myslím, že je z čeho vybírat a každý si přijde na své.“*

**Otázka č. 4: Jaké jsou Vaše případné podmínky na změny, zlepšení současného stavu KKP v Brně a rozvoje kreativních center?**

Čtvrtá otevřená otázka byla věnována podmínkám na zlepšení současného stavu KKP, nebo změny a zlepšení a rozvoje kreativních center. Jeden z respondentů uvedl důležitou roli modernizace tradičních řemesel, která v současné formě upadají. Jako příklad oboru uvedl folklor a sklárny. Zároveň vymezil produktový design jako obor, který z důvodu větší absence vyžaduje podporu. Pozitivní řešení by mohlo vést přes plánované kreativní centrum v Brně. Většina respondentů se shodla na vyšší potřebě podpory projektů v marketingové části, podpora tvořivosti, více eventů, workshopů a platforem, dny otevřených dveří nebo festival coworkingu. Postřehy a náměty jednoho z respondentů: „*Obrousit hrany konkurenčnosti například i zlepšením podmínek pro podnikání v tomto oboru, podpora synergické spolupráce a podpora těch nejmenších. To vše by scénu KKP jak poskytovatelů, tak uživatelů coworku celkově podpořilo a narovnal trochu rozdíly a náročnost podmínek mezi těmi malými a velkými velkými.“*

Důležitý podmět byl směřoval k podpoře strukturálního financování, který podpořil názory respondentů uvádějících zlepšení podmínek pro podnikání v tomto oboru. Úlohu spolufinancování by mohly ovlivnit i developeri, kteří by při plánování svých projektů zaměřených na bytové komplexy či městské části vstoupili do hry a stavěli komunitní centra pro kreativní obory nebo zájmovou činnost. Zvýšila by se tak obslužnost a lepší infrastruktura i pro nové rezidenty.

**Kódování odpovědí formou přiřazení k jednotlivým kvalitativním údajům:**

## 5.2. Dotazníková forma průzkumu pro žáky Střední školy grafické v Brně

V rámci projektové části diplomové práce bylo potřebné zjistit, jak je důležité povědomí o sdílených prostorech, jako je coworking nebo kreativní dílna. Pro budoucí kreativní třídu jsme zjišťovali důležitost pracovního prostoru, spolupráce nebo společně sdílení prostor. Cílem šetření bylo zjistit zájem budoucí kreativní třídy, jestli je ochotna pracovat samostatně, opustit svoji komfortní zónu, využívat sdílené prostory, osamostatnit se již od začátku působení v kreativních průmyslech a být nezávislým kreativcem v oboru. Výzkum sledoval zároveň ochotu opustit formu klasického zaměstnání a klasické kanceláře a ochotu stát se platným členem komunity kreativního centra.

Pro dotazníkové šetření byly osloveni žáci maturitních ročníků Střední školy grafické Brno, p. o., oboru grafik. Forma dotazníku byla anonymní, odpovědi byly hodnoceny prostřednictvím Likertovy škály. Možnosti odpovědí byly: ano, spíše ano, nevím, spíše ne, určitě ne. Celkově bylo rozdáno 40 dotazníků, vyplněných se vrátil počet 38. Nejedná se tudíž o reprezentativní složku.

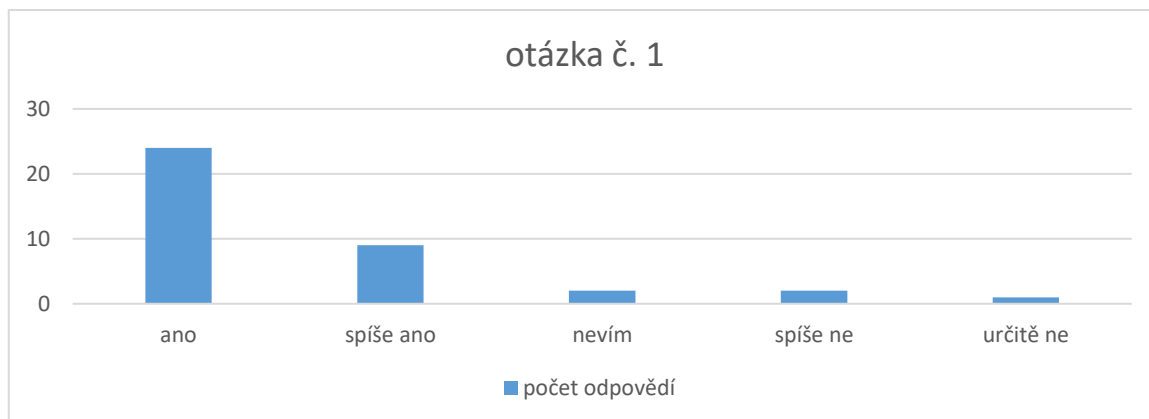
### Otázka č. 1: *Je pro Váš obor a vzdělání důležitá možnost volně se vyjadřovat?*

Z 38 odpovědí na otázku byl výsledek následující:

ano - 24 hlasů, spíše ano - 9 hlasů, nevím - 2 hlasy, spíše ne - 2 hlasy, určitě ne - 1 hlas

**Vyhodnocení:** pro 63 % respondentů je důležité pro jejich budoucí práci v oboru se volně vyjadřovat, což silně souvisí s kreativním oborem. 24 % respondentů odpovědělo spíše ano, zbylých 13 % respondentů spíše nepovažuje nebo nepovažuje za důležité pro jejich obor volně se vyjadřovat v rámci svého krevního oboru.

Tabulka 9 Vyhodnocení otázky č. 1 (vlastní zpracování)



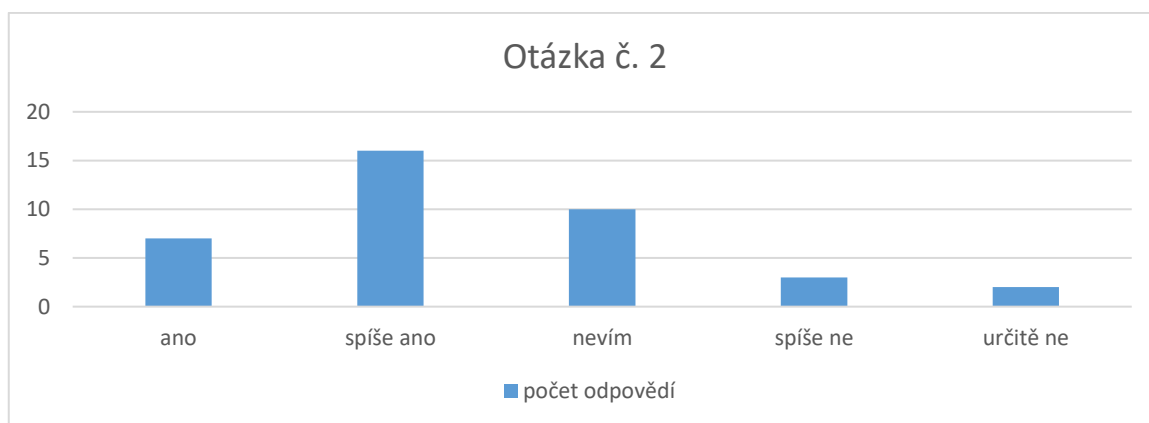
**Otázka č. 2: Chcete po ukončení studia pracovat samostatně na vlastních projektech?**

Z 38 odpovědí na otázku byl výsledek následující:

ano - 7 hlasů, spíše ano - 16 hlasů, nevím - 10 hlasů, spíše ne - 3 hlasy, určitě ne - 2 hlasy

**Vyhodnocení:** 60 % respondentů by rádo nebo spíše rádo pracovalo samostatně na vlastních projektech. Zbýlých 40 % neví, nebo nechce pracovat samostatně.

Tabulka 10 Vyhodnocení otázky č. 2 (vlastní zpracování)

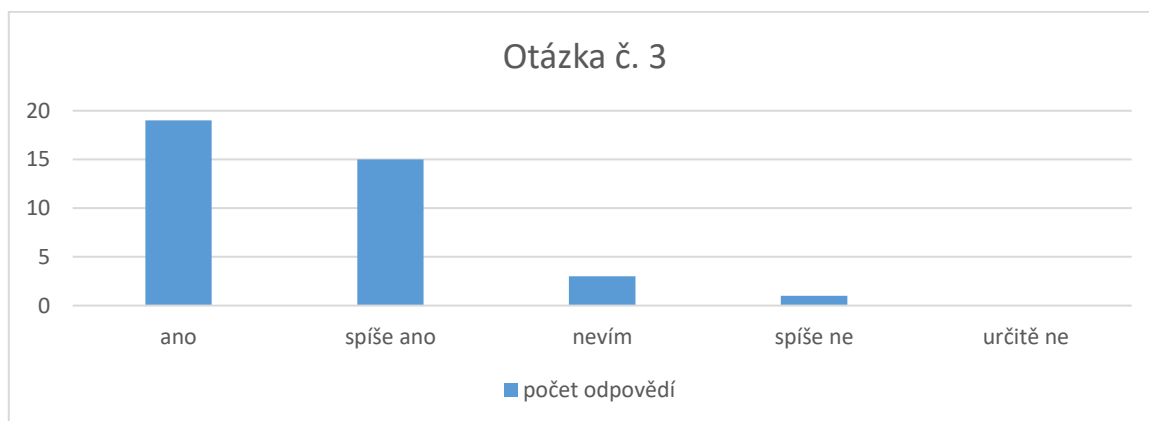
**Otázka č. 3: Ovlivňuje Vaši tvorbu a její výsledky prostředí, ve kterém pracujete?**

Z 38 odpovědí na otázku byl výsledek následující:

ano - 19 hlasů, spíše ano - 15 hlasů, nevím - 3 hlasů, spíše ne - 1 hlas, určitě ne - 0 hlasů

**Vyhodnocení:** pro 90 % respondentů je prostředí natolik důležité, že ovlivňuje jejich práci, kreativitu a volí prostředí, kde se cítí dobře. Zbýlých 10 % respondentů nepovažuje pracovní prostředí za takové, že by to mělo vliv na jejich činnost.

Tabulka 11 Vyhodnocení otázky č. 3 (vlastní zpracování)



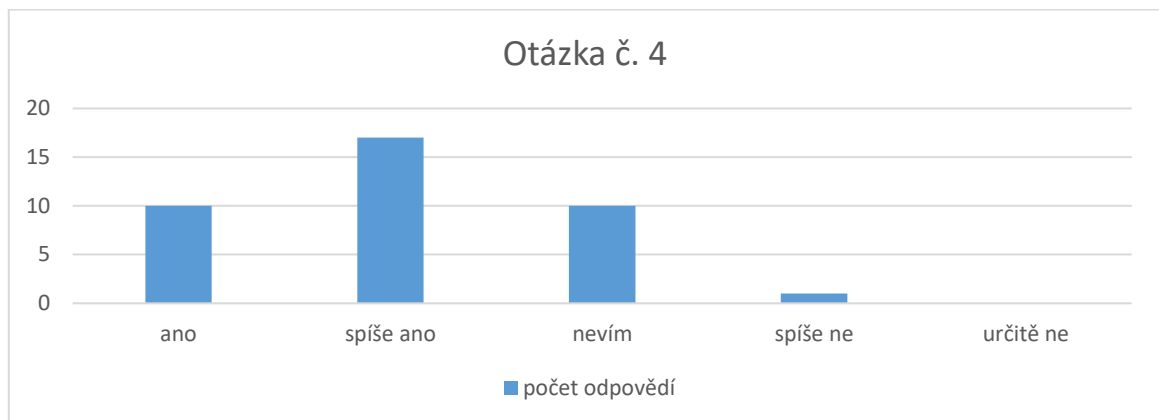
**Otázka č. 4: Jste ochotni v budoucnu své projekty sdílet, případně spolupracovat s ostatními kolegy z oboru?**

Z 38 odpovědí na otázku byl výsledek následující:

ano - 10 hlasů, spíše ano - 17 hlasů, nevím - 10 hlasů, spíše ne - 1 hlas, určitě ne - 0 hlasů

**Vyhodnocení:** 64 % respondentů je ochotno spolupracovat s kolegy v oboru a sdílet navzájem své projekty, tedy ideální základ pro budoucí kreativce v kreativních centrech s komunitním základem. 26 % respondentů neví nebo se rozhoduje, zbylá 2 procenta spíše nepočítají s variantou sdílení projektů a spolupráce s kolegy z oboru.

Tabulka 12 Vyhodnocení otázky č. 4 (vlastní zpracování)



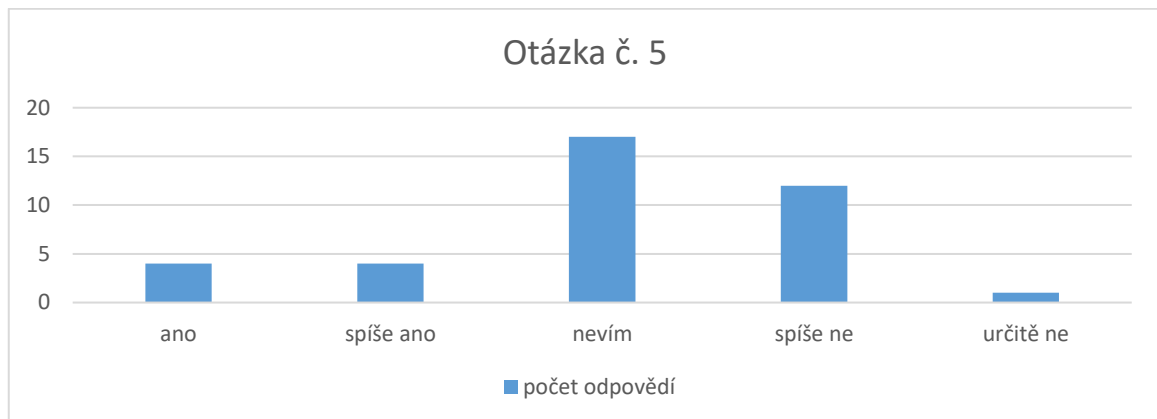
**Otázka č. 5: Zvažovali byste pro Vaší budoucí práci sdílené prostory jako například cowork centra, huby, fablaby?**

Z 38 odpovědí na otázku byl výsledek následující:

ano - 4 hlasy, spíše ano - 4 hlasy, nevím - 17 hlasů, spíše ne - 12 hlasů, určitě ne - 1 hlas

**Vyhodnocení:** 46 % respondentů odpovědělo že neví, zda by zvažovali v budoucnu přímo pracovat v kreativních centrech typu cowork, hub, fablab. 20 % s možností práce v prostředí kreativního centra počítá a mají ucelenou představu. Zbylých 34 % respondentů o této možnosti neuvažuje.

Tabulka 13 Vyhodnocení otázky č. 5 (vlastní zpracování)



### Celkové vyhodnocení dotazníkového šetření:

Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že studenti Střední školy grafické v Brně, budoucí kreativní třída, má ucelenou představu o pracovním prostoru, který jim vyhovuje a ovlivňuje jejich výsledky. Pokud uvažují o budoucnosti, výsledky napovídají mírné převaze těch, kteří možnost pracovat samostatně na vlastních projektech preferují. Prostředí v němž pracují je téměř pro všechny velice důležité. Větší polovina respondentů měla představu o budoucí spolupráci s kolegy v oboru. Typickým příkladem oboru grafika jsou grafická studia. Přímá otázka na práci v kreativních centrech jako coworking, hub či fablab na respondenty byla cílena konkrétně, jelikož 78 % z nich ještě nemá ucelenou představu, nebo spíše nevyužijí možnosti práce v kreativních centrech. Vzhledem k předchozím odpovědím si uvědomujeme, že nová kreativní síla potřebuje pro svoji identitu kreativní prostory, dále jsou ochotni sdílet s kolegy společné projekty, nebo samostatně pracovat. Důležité je v budoucnu správně komunikovat a představit výhody a možnosti, jaké nabízejí kreativní centra, jelikož zájem a ochota ze strany studentů byla jasně identifikována.

## 6. NÁVRH MOŽNOSTI ROZVOJE KKP A KREATIVNÍCH CENTER V BRNĚ

Význam kulturních a kreativních průmyslů neustále roste s tím, jak se vyvíjí kulturní prostředí a schopnost kulturní průmysly rozvíjet. Důležitá je oblast podpory a forma financování ze strany města Brna, ale i podpora na krajské, celostátní i evropské úrovni. Z historického pohledu bylo město důležitým centrem kulturního dění a událostí. V současnosti se Brno připravuje jako aspirant na kandidaturu Evropského hlavního města kultury v roce 2028. I samotná kandidatura zavazuje k tomu, aby byla silná podpora prosazovat strategii a akční plány, které si město schválilo pro oblast kultury a kreativních odvětví. Brno má obrovský potenciál v oblasti kulturních a kreativních průmyslů, jako univerzitní město disponuje tvůrčí a kreativní třídou, zájmem o kulturu a o prostředí z řady široké veřejnosti, kde vznikají různé komunity a platformy. Z rozhovorů s respondenty vyplynulo, že důležitou součástí pro kreativní centra je sdílení zkušeností a znalostí, komunikace a především networking, jako vzájemné propojení. Současný trend v naší metropoli je takový, že vznikají nejen nové formy coworkingu, ale i různé platformy, které přispívají k faktu, že nabídka je různorodá, pestrá a zajímavá a centra si navzájem „zdravě“ konkurují. Největší progres zaznamenává herní průmysl v oblasti videoher a gamingu, kterému se daří natolik, že Brno je pořadatelem mezinárodních událostí v této průmyslové oblasti. Brno následně vlivem konkrétních mezinárodních setkání a eventů v oblasti kreativních odvětví a kultury na sebe přenáší pozornost z mezinárodního hlediska. Oblast kreativních odvětví a kultury tak postupně akceleruje a láká do metropole nové talenty. Na druhou stranu je třeba zdůraznit absence tradičních řemesel nebo produktového designu. V tomto směru je zapotřebí udržovat mezi odvětvími určitou rovnováhu, aby se zamezilo odlivu talentů a kreativních lidí z těchto odvětví, která jsou tradiční a nemají tolik pozornosti, jako zmiňovaný herní průmysl. Město vytváří prostor v podobě dotací pro kulturní a kreativní odvětví, nicméně dle respondentů je lepší podporu a finance strukturovat, čímž by se obrousili hrany vzájemné konkurence a dosáhlo by se zmíněné rovnováhy v podpoře odvětví. K celkovému rozvoji by měla pomoci Strategie kultury a kreativního odvětví města Brna, která má jasnou vizi. Dalším podmínkem pro rozvoj je dokončení nového Kreativního centra Brno. K celkovému lepšímu stavu a rozvoji by přispělo nové mapování kulturních a kreativních průmyslů v Brně, ale i v menších městech a regionech pro větší přehled a následnou orientaci a formu podpory.

## **6.1. Návrh spolupráce kreativních center a KKP v rámci synergie**

Jak rozvinout nejlépe povědomí o kreativních průmyslech a kreativních centrech je vzájemné sdílení a šíření dobré praxe napříč kreativní scénou. Je nutné zapojit i další subjekty a představitele města, stakeholdery, firmy, podnikatele i obyčejné lidi, co rádi tráví čas kreativním způsobem a vytváří hodnoty. Brno je z pohledu občana nebo obyvatele města bohaté na kulturní život, kulturní akce a jiné aktivity. Z výzkumu jsme se dozvěděli, že odvětví kreativního průmyslu sice roste a je vnímáno i politiky více, než před několika lety, z čehož plyne strategie v daném odvětví. Povědomí o průmyslech a kreativních odvětvích je různé, liší se dle atraktivnosti odvětví. Samotný herní průmysl a vývoj videoher je v Brně již etablován, povědomí se šíří do celého světa díky každoročně pořádané mezinárodní herní konferenci GameAccess. Tradiční řemesla pak mohou být postupně na okraji zájmu, jelikož nemohou odvětví herního průmyslu konkurovat, pokud se zaměříme na ekonomický přínos. Tradiční řemesla úzce souvisí s tvořením a přidanou hodnotou - dovednostmi, předáváním zkušeností a tradic. Je tedy patrné, že rozdíly vždy jsou a budou a je důležité si najít své publikum, nadšence, komunitu, která bude dále sdílet povědomí o kreativních odvětvích.

Smyslem návrhu spolupráce kreativních center je propojení jejich zájmů, předávání si zkušeností na základě provozu, technologií, sdílení know-how, tvořit společné projekty a vzájemně se podporovat. Návrh obsahuje tři části, které budou propojeny navzájem díky nové webové platformě, která bude iniciovat zbylé dva návrhy a ty budou jeho nedílnou součástí.

Iniciace spolupráce pro všechny návrhy je určena pro statutární město Brno, které by využilo zavedené infrastruktury organizace JIC. Brno je zřizovatelem JIC spolu s dalšími institucemi, mezi které patří Jihomoravský kraj, Masarykova univerzita, Mendelova univerzita v Brně, Vysoké učení technické, Veterinární univerzita Brno.

Následující podkapitoly uvádějí možné návrhy v rámci propojení a synergie kreativních center v oblasti KKP.

### **6.1.1. Nová webová platforma**

Prvním dílčí možností návrhu pro spolupráci jsou webové stránky - nová platforma sdružující vzájemně spolupracující subjekty v oblasti KKP a kreativních center v Brně. Smyslem přehledné platformy bude sjednotit a zpřehlednit kreativní centra působící v Brně, ale i v blízkém okolí. Přehledná struktura kreativních center bude obsahovat důležité



informace pro klienty webu, tedy budoucí zájemce o služby, spolupráci nebo sdílená pracoviště. Každý subjekt bude mít na webu vlastní prezentaci. Web využije sdílené marketingové podpory, tedy jeden marketing pro všechny, čímž se sníží náklady na provoz. Půjde o upoutávky na akce jednotlivých subjektů, sdílené akce, konference, školení, kurzy. Webová stránka by sloužila zároveň jako pomyslné mapování a přehled kreativních center v Brně. Na jedné platformě by tak uživatel získal přehled a povědomí o působení zástupců v KKP. Nová webová platforma bude sdílet a obsahovat informace a databázi pro zbylé dva návrhy v oblasti synergie. Tímto krokem se vytvoří zmíněný synergický efekt pro posílení spolupráce KKP v Brně a tvoří tak jeden projekt s více sdílenými formami podpory a prezentace.

### **Cílová skupina**

Cílovou skupinou webu budou především aktéři KKP v Brně, začínající podnikatelé, kreativní lidé, firmy, instituce, neziskový sektor i široká veřejnost a to včetně mezinárodního přesahu, která získá přehled a povědomí o kreativních centrech ve městě Brně, jejich způsobu práce, přehledu nabídky. Vzájemně spolupracující centra a dílny by klientům poskytli možnost za jednotný sdílený tarif (podle stanovených pravidel) využívat jejich služeb. Uživatel může zvolit sdílený prostor a dílny, které má nejbližší, nebo mají volné kapacity či potřebnou technologii a vybavení. Zároveň vzniká platforma pro podporu začínajícím podnikatelům v oblasti kreativních odvětví a informační web pro každoročně pořádané akce na podporu celého odvětví KKP v Brně.

Návaznost na provedení návrhu směřuje k výsledkům SWOT analýzy Brněnského kulturního parlamentu, Advokační skupiny s názvem Kulturní fabriky a centra, která uvádí jako slabou stránku chybějící platformu mezi kulturními centry.

### **Finanční náročnost**

Nová platforma, která by sdružovala primárně spolupracující kreativní centra, je i prostorem pro sdílení dalších aktivit KKP v Brně. Smyslem není nahradit platformu, která se věnuje celkové oblasti KKP, jako jsou Brněnský kulturní parlament nebo Kreativní Brno. Proto náklady na zřízení www stran by obsahoval programování a grafické zpracování. Náklady jsou odhadovány na 200 tisíc Kč. Cena odvozena z cenové nabídky tvorby webových stran designového studia Ligatura ([www.ligatura.cz](http://www.ligatura.cz)). Následný provoz webu by byl hrazen formou participačního systému – každý nový člen všech by měl možnost přispět na provoz přímo v ceně členství. Druhé řešení, které bude na webových stránkách možné a

zprovozněné je založeno na dobrovolnictví každého návštěvníka platformy, organizace nebo skupiny, která rozvoj platformy a jejich členů podporuje příspěvky formou donátorství.

### **6.1.2. Sdílení podpory začínajícím podnikatelům v oblasti KKP**

Druhou dílčí možností návrhu pro spolupráci je sdílená podpora začínajícím podnikatelům v kreativních oborech a oblast KKP. Za pomoci sdílených spolupracujících subjektů budou nabízeny startovací pronájmy a technická pomoc po dobu 3 měsíců pro začínající podnikatele v kulturních a kreativních odvětvích. Podmínky by vycházely z metodiky a dohod spolupráce. Vycházíme z faktu, že sdílené dílny nebo coworkingová centra nebývají naplněna vždy na 100 %. Proto mohou volné kapacity krátkodobě poskytnout a podpořit tak začínající podnikatele a tím akcelarovat kreativní průmysl v Brně. Forma komunikace by byla vedena novým webem – platformou sdílených center, kde si mladý podnikatel vybere prostor, který bude v nabídce. Prostor bude po dobu 3 měsíců bez nároku na finanční platbu nájmu.

#### **Cílová skupina**

Cílovou skupinou jsou začínající podnikatelé z prostředí KPP, kteří hledají vhodné podmínky a podporu pro začátek svého podnikání. Jsou to lidé, kteří hledají propojení s komunitou a nové kontakty, na kterých by zakládali své budoucí podnikání.

Návaznost na provedení druhého návrhu směřuje na strategický dokument - *Akční plán - infrastruktura*, kde skupina aktivit zahrnuje činnosti k zabezpečení fyzického zázemí pro tvorbu či prezentaci. Aktivita je zaměřena na *pronájmy kulturním a kreativním subjektům a tvůrcům*. Navazujeme zároveň na SWOT analýzu Brněnského kulturního parlamentu Advokační skupiny s názvem Kulturní fabriky a centra, která uvádí jako slabou stránku *malou schopnost plně využít prostory*.

#### **Finanční náročnost**

Finanční hledisko sdílené podpory pro začínající podnikatele se zakládá na možné nevyžité provozní kapacitě kreativních center. Centra by podporovala po dobu délky 3 měsíců svou nenaplněnou kapacitou nové začínající podnikatele, kteří by nehradili po dané období nájem. Po ukončení doby 3 měsíců může začínající podnikatel v centru dále spolupracovat za již běžných provozních podmínek úhradou členského příspěvku. Finanční příspěvek jako možnou podporu začínajícím podnikatelům by bylo možné provádět prostřednictvím nové

webové platformy formou donátorství. Částky by byly nastavitelné a založené na dobrovolnické bázi čistě jako příspěvek.

## **6.2. Návrh spolupráce středních škol a kreativních center na rozvoji kreativní třídy**

Mladí lidé navštěvující školu se zaměřením na kreativní obory projevují svůj talent různými způsoby. V průzkumu jsme se dozvěděli, že mladé lidi ovlivňuje prostředí, ve kterém pracují. Pro město je důležité udržet mladé kreativní lidi v regionu, aby neodcházel do jiných měst. Pro jejich podporu je potřeba vytvářet takové prostředí, které bude pro jejich budoucnost perspektivní. Proto je důležité je zapojit a uvést do kreativního prostředí co nejdříve, aby neztratili kontakt s kreativní třídou a formovali své myšlení. Podle provedeného průzkumu na Střední škole grafické v Brně na konkrétní otázku, zda by zvažovali pro jejich budoucí práci sdílené prostory, tak 20 % respondentů mělo ucelenou představu o práci ve sdíleném prostoru kreativního centra. Ostatních 80 % respondentů nevědělo, nebo nechtělo využít sdíleného pracovního prostoru typu. V předchozích částech dotazníku většina uvedla, že je pracovní prostor i prostředí a samostatnost důležitá. Pokud se respondenti měli rozhodnout konkrétně v daný čas, kdy ještě studují, jejich rozhodnutí bylo váhavé.

Hlavní myšlenkou a smyslem zapojení středních škol, společně s edukačními institucemi, je seznámit žáky se zaměřením na kreativní obory s prostředím, které tvoří komunita a možnost budoucí kooperace. Nastavit určité parametry a výchozí pozici pro člověka, který chce pracovat sám nebo s úzkou skupinou kolegů a sdílet s nimi projekty a vytvářet nové hodnoty. Jde o skupiny kreativních lidí, kteří nechtějí být „ohýbáni“ prostředím korporátních firem, případně pracovní pozicí či místem, kde nebude využít jejich kreativní talent a potenciál. Prostředí, kde se rodí inovativní myšlenky, kde se dostanete do kontaktu s málo běžnými technologiemi, kde se můžete stát součástí nového startupu, je inspirujícím místem. Prostředí, které nepodporuje ambice, talent a přirozenost není ideálním místem pro další rozvoj. Zde navazujeme na návrh v oblasti synergie na sdílenou spolupráci a podporu začínajícím podnikatelům v kreativních oborech a oblast KKP.

### 6.2.1. Podpora projektu v návaznosti na Strategii kultury a kreativních odvětví města Brna

Projekt navazuje na dokument Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna, kde v oblasti priorit klade důraz na část *Podpora špičkovosti, diverzity a rozvoje*. Jedno z opatření této priority je *Podporovat tvorbu mladých začínajících tvůrců*, kde dokument popisuje stav, kdy město iniciuje vytvoření dostatečně robustního systému rezidenčních a dalších prostor pro začínající tvůrce a zavede plošné nástroje pro podporu tvorby mladých a začínajících tvůrců. Město bude napomáhat čerstvým absolventům uměleckých škol k setrvání v jejich tvůrčí činnosti.

Dokument Strategie v aktualizované SWOT analýzy uvádí v analytické části některé z následujících problémů spojené se vzdělávací oblastí:

- *Nízká či špatně profilovaná kvalifikace u absolventů některých oborů KKO, chybějící mezioborové znalosti*
- *Nedostatečná spolupráce škol a praxe*
- *Konkurence Prahy a zahraničí (odchod talentů, nedostatek velkých zakázek...)*
- *Nedostatečný přehled o kultuře, nízká vzdělanost široké veřejnosti v oblasti kultury, nízká motivace ke studiu um. oborů*

Další prioritou v dokumentu Strategie je v oblasti cílů je *Excelentní vzdělávání pro kulturu, kreativní sektor a jejich publikum*, kde mezi priority patří:

- *Kvalita a rozvoj vzdělávání pro KKO*
- *Podpora MŠ, ZŠ, SŠ ve vzdělávání v kultuře a kreativním myšlení*

### 6.2.2. Odborné workshopy v prostředí kreativních center pro studenty středních škol

Cílovou skupinou projektu budou především studenti uměleckých a kreativních oborů a jejich vzdělávací instituce. *Dotčenými subjekty* pak aktéři KKP a primárně město Brno.

*Iniciátorem* zapojení škol by bylo statutární město Brno, za pomoci organizace JIC.

Projekt si stanovil vytvořit způsob propojení studentů středních uměleckých škol s prostředím KKP v Brně pomocí spolupráce s kreativními centry. Formou edukace, seznámením s prostředím a porozumění formy, jakou centra fungují. Žáci by měli mít před

ukončením studia představu a zkušenosti s pracovním prostředím, které jim vytvoří podmínky pro jejich seberealizaci. Nově vytvořené vazby a kontakty by jim umožnili větší šance a příležitosti pro budoucí uplatnění. Projekt je zaměřen na podporu udržení mladých kreativních lidí v oblasti KKP.

Hlavní náplní projektu jsou odborné workshopy, které budou pořádány ve vzájemně kooperujících kreativních centrech. Workshopy se budou konat střídavě i v otevřených dílnách, kde se bude workshop konat formou tvoření. Coworkingové prostory budou mít za úkol edukativní činnost.

Workshopy budou konány jednou za měsíc po dobu trvání školní výuky. Plánovaný počet workshopů je deset. Odborný obsah připraví tříčlenná pracovní komise, složená ze jednoho člena učitelského sboru, který má na starost oblast odborné výuky či výuku uměleckého oboru. Ostatní dva členové komise budou z řad představitelů KKP v Brně a zastupují některé z kreativních center, které zřizuje JIC. Ti budou zároveň garanty odborných workshopů.

Dalším krokem bude oslovení kreativních center, které by chtěli na projektu spolupracovat. Jde především o participaci na projektu formou pronájmu prostor na tří hodinový program, kdy poskytnou prostory ve vlastní režii a zajistí technické vybavení. Součástí workshopu bude i prohlídka kreativního centra, která bude komentovaná a zajištěna pracovníkem participujícího centra. Prohlídka bude věnována pracovnímu prostředí, prostorům k relaxaci, společným prostorům a bude komentován jejich účel a provoz.

Obsah workshopů bude sestavován komisí a bude reagovat na aktuální témata v oblasti KKP, bude reflektovat požadavky zaměření studia a oboru zúčastněné skupiny. Studenti budou seznamováni například s tématy, která souvisejí s kreativitou, inovacemi, využitím potenciálu. Další témata budou z praxe a budou navazovat na praktické zapojení studentů do pracovního procesu po ukončení studia.

Více prakticky bude pro studenty zaměřen workshop, který se bude konat v otevřených dílnách. Tam se nejprve seznámí s prostředím, dále pak stroji, jejich účelem a obsluhou. Studenti si budou moci vyzkoušet nové a moderní technologie. Základ bude jejich vlastní tvoření. Cílem workshopu je podpořit jejich kreativní myšlení a propojit různé technologie. Materiálové zabezpečení zajistí na své náklady participující dílna.

Výstupem těchto workshopů bude seznámení studentů s moderními technologiemi, příprava na praxi, podpořit kreativní myšlení a otevřít možnosti jejich uplatnění v KKP.

### 6.2.3. Klíčové aktivity

**Přípravná fáze:** V této fázi projektu bude provedena iniciace ze strany Statutárního města Brna prostřednictvím organizace JIC. Vytvoří se pracovní komise, která bude složená ze člena organizace školy a členů z oblasti KPP zastupující JIC. Komise navrhne obsahovou část programu a jeho strukturu, časové hledisko, naváže kontakt s budoucími participujícími centry a ověří zájem na společných koordinačních setkáních. Po ukončení jednání a dohody budou potvrzeny termíny workshopů, přednášejících a garantů.

**Realizační fáze:** V této fázi dojde k realizaci projektu, kdy každý měsíc v době školní výuky se uskuteční odborný workshop za účasti 30 studentů. Celkově je plánováno 10 workshopů. Setkání budou rozdělena na edukační a na tvořivé dílny. Edukační workshop bude trvat 3 hodiny, studenti mohou aktivně vystupovat. Workshop povede lektor, ideálně pocházející z prostředí kreativního centra. Na začátku workshopu studenti obdrží psací potřeby a bloky pro zaznamenávání důležitých poznatků. K dispozici bude občerstvení v podobě minerální vody a sušenky. Na konci školení studenti vyplní jednoduchý anonymní formulář, kde zhodnotí co je zaujalo, co jim naopak chybělo, co by v dalším workshopu přivítali za změny.

**Evaluační fáze:** Fáze, kdy se vyhodnocuje program, jeho úspěšnost z pohledu zájmu, výsledků tvořivosti, zaujetí. Vyhodnocení bude prováděno po každém workshopu, kdy lze aktivně upravit následující program. Hodnotit se bude formou anonymních dotazníků, kde respondenti budou hodnotit kvalitu workshopu z odborné a výkladové stránky, jestli je výklad zaujal, jestli rozuměli obsahu, jaká témata by uvítaly na příštích workshopech nebo uvedou své podmínky na obsahovou část.

### 6.2.4. Časové hledisko projektu

Projekt je plánován na dobu 10 měsíců po dobu trvání školního roku. Celkem se uskuteční 10 odborných workshopů. Jejich konání bude v době výuky v dopoledních hodinách, vždy od 9.00 hodin do 12:00 hodin. Celková doba trvání workshopu bude tedy 3 hodiny. Program bude rozdělen do 3 časových bloků po 45 minutách, po každém bloku bude přestávka na 15 minut. Po ukončení programu komise vyhodnotí celkový dosah a kvalitu workshopů za účasti všech participujících kreativních center.

Tabulka 14 Harmonogram workshopů (vlastní zpracování)

Workshop a otevřená dílna	měsíc
Workshop, coworkingové centrum	září
Otevřené dílny	říjen
Workshop, coworkingové centrum	listopad
Otevřené dílny	prosinec
Workshop, coworkingové centrum	leden
Otevřené dílny	únor
Workshop, coworkingové centrum	březen
Otevřené dílny	duben
Workshop, coworkingové centrum	květen
Otevřené dílny	červen

### 6.2.5. Financování projektu

Financování projektu je sestaveno tak, aby využilo co nejvíce participačního efektu spolupracujících kreativních center a institucí. Pronájem a provoz školících místností zajistí kompletně ve prospěch projektu a to v rámci každodenního provozu. Otevřené dílny částečně zajistí spotřební materiál na výrobky ze svých zásob. I když jde o projekt menšího charakteru, je potřeba zajistit na projekt financování odborného vedení a přednášejících expertů z oblastí KKP. Další náklady jsou občerstvení, psací potřeby a bloky, propagace k umístění do prostor středních uměleckých škol a školících prostor, tvorba propagace na sociálních sítích a webu participujících kreativních center včetně letákové kampaně.

Možné finanční pokrytí se nabízí z dotačního programu Pro Kreativní Brno, který zajišťuje podporu v oblasti KKO v Brně. Program je pro edukace uskutečňující workshopy. Poskytovatel dotací je Statutární město Brno, oblast EDUKACE. Náklady jsou tvořeny tak, aby byly úměrné projektu. Následující tabulka ukazuje již celkové náklady na 10 workshopů. Náklady na nákup, výrobu a tisk materiálů se liší dle poptávky, ceny vycházejí z průměrných pořizovacích nákladů od výrobců reklamních předmětů, tiskáren a reklamních agentur.

Tabulka 15 Celkové náklady na workshopy a otevřené dílny (vlastní zpracování)

<b>Položka nákladové činnosti na 10 kurzů</b>	<b>Náklady v Kč</b>
Honorář školitelů na workshopu a dílně	30 000 Kč
Občerstvení, minerální voda + müsli tyčinka	12 000 Kč
Psací potřeby, propiska	2 100 Kč
Bloky na zápisy, A5	1300 Kč
Výroba 3 ks roll-up zařízení na upoutání workshopu	4500 Kč
Výroba statických reklamních bannerů na soc. sítě a web, grafika a příprava letáků (grafika)	8500 Kč
Příspěvek na spotřební materiál zpracovaný v dílnách	10 000 Kč
Tisk letáků A4, informační kampaň, 100 ks digitálně	1600 Kč
<b>Celkové náklady na 10 kurzů</b>	<b>70 000 Kč</b>

### 6.2.6. Analýza rizik projektu

S implementací projektu souvisí případná rizika, která identifikujeme pomocí rizikové analýzy. Případná rizika budou eliminována a analyzována v přípravné fázi projektu. V následující tabulce jsou uvedena rizika spojená s projektem, kde ke každému riziku je přiřazena jeho pravděpodobnost dle slovního odstupňování (nízká, střední, vysoká), odhadovaný dopad (na škále ve stupnici čísel od nejnižšího 1 a nejvyššího 10) a prevence proti riziku.



Tabulka 16 Riziková analýza projektu (vlastní zpracování)

<b>Riziko</b>	<b>Pravděpodobnost rizika</b>	<b>Dopad rizika</b>	<b>Prevence rizika</b>
Nedostatek financí, neudělena dotace	vysoká	10	Včasná žádost o dotaci, zajistit participaci kreativních center
Zajištění přednášejícího odborníka	nízká	9	Pro každý termín zajistit náhradního přednášejícího ze spolupracujících center
Nedostatečná účast studentů na workshopech	nízká	9	Včasné zajištění studentů v rámci výuky, případně určit náhradní třídu nebo skupinu
Neochota subjektů a aktérů spolupracovat a participovat na projektu	střední	10	Včasné jednání s partnery vč. smluvního zajištění, výběr min 2 subjektů centra a dílny s ochotou zajistit celý program
Nedostatečné oslovení nebo zaujetí studentů a zájem účasti	střední	8	Dopředu plánovaná informační kampaň na webu i formou letáků, na vhodných místech, komunikační kampaň (vyučující)
Zajištění hmotných prostředků (letáky, bloky, propisky, občerstvení, roll-upy)	nízká	9	Zajištění výroby s dostatečnou časovou rezervou, kromě občerstvení zajistit kompletní množství již před prvním workshopem

## ZÁVĚR

Kulturní a kreativní průmysly zaznamenávají neustálý vývoj. Tak jako ve světě tak i u nás v České republice se postupnými kroky dostávají do popředí zájmu jak politického zastoupení, tak i široké veřejnosti. Snaha o uchopení významu a pojmu KKP vyústilo v jeho první mapování určené k identifikaci forem KKP a jejich případný potenciál a přínos pro společnost. Přesnější uchopení a zavedení definice pro KKP jsou značně omezeny na základě nedostatečného datového sběru, aktualizovaného přehledu a přesnější metodiky. Oblast kreativní ekonomiky je v současné době implementována ve strategických dokumentech, které jsou tvořeny na jednotlivých úrovních a vymezují či definují rozvoj různých odvětví ve strategii a akčních plánech.

Budoucí vývoj a rozvoj KKP má zásadní vliv na různé oblasti kulturního života. Důležité je i prostředí, prostory pro práci, které ovlivňuje naši tvorbu, formuje naše myšlení. Sdílené pracovní prostory umožňují vytvářet komunitní spolupráci, která mnohdy vede k inovativním řešením, vzniku nových projektů, šíření dobré praxe. Kreativní myšlení, tvorba a inovativnost ve spolupráci a projektech pak má dopady v podobě větší konkurenceschopnosti, udržení kreativní třídy v regionu a tvorby produktů s vyšší přidanou hodnotou.

Hlavní cíl diplomové práce byl zhodnotit a navrhnout možnosti rozvoje KKP v Brně, se zaměřením na kreativní centra. K tomu bylo potřeba zhodnotit současný stav kreativních center v Brně, identifikace případných bariér, zhodnocení pozitiv a iniciovat případné náměty na zlepšení současného stavu. V praktické části diplomové práce bylo zjištěno, že Brno je městem, které je tradičním centrem kultury a bohaté na kulturní akce. Působení KKP ve městě Brně je z pohledu subjektů, které se na něm podílejí podle posledního mapování kolem 11 tisíc. Počet se neustále navyšuje i díky vlivu a rozvoji herního průmyslu v oblasti tvorby videoher. Město má i silné zastoupení KKP prostřednictvím institucí jako je platforma Brněnský kulturní parlament, který se aktivně podílí na strategii kulturní politiky v Brně včetně podílu na participativní tvorbě kulturní strategie města Brna. Platforma tak propojuje aktéry KKP, úředníky Magistrátu města Brna včetně městských částí a politiků. Velké pozitivum z pohledu budoucího rozvoje KKP v Brně je i aspirace města na titul Evropské hlavní město kultury v roce 2028, které zavazuje k posílení města jako centra kultury. Brno tvorbou strategie a akčních plánů pozitivně navazuje na budoucí rozvoj. V případě kreativních center je tendence k dokončení projektu Kreativního centra Brno,

kteří vzniká v budově bývalé káznice a projekt má přispět i k revitalizaci okolí a zachování a udržení celého objektu. Dynamický vývoj oblasti center podtrhují i nové projekty a otvírání nových center jako například Clubco, které bylo zřízeno v rámci developerského projektu, což napovídá, jak je možné kreativní centra, potažmo KKP nadále rozvíjet.

Na základě výzkumu formou sběru kvantitativních dat byly uskutečněny jednotlivé rozhovory, ze kterých vyplynuly pozitivní stránky i bariéry současného stavu KKP a kreativních center. Jako bariéry někteří aktéři vnímají pozici menších center, včetně podpory oproti větším centrům, které zřizuje město. Je zapotřebí „obrousit“ konkurenčnost a více spolupracovat a více usilovat o povědomí a funkci kreativních center. Nabídka mezi coworkingovými centry a otevřenými dílnami je pestrá, čímž umožňuje rozvoj kreativní třídy v regionu. Z dotazníkového průzkumu bylo zjištěno, že budoucí kreativci mají povědomí o kreativních centrech jako prostoru pro seberealizaci, nicméně chybí zkušenost a rozhodnutí být součástí sdílených pracovních prostor a komunity. Úloha kreativních center a sdílených prostor je tedy nezastupitelná v přípravě a rozvoji nové kreativní třídy.

V praktické části práce bylo cílem vytvořit projekt a návrhy na možný rozvoj KKP a kreativních center na společném propojení a participaci na projektu. Byla navržena programová řešení umožňující propojení nastupující kreativní třídy, kreativních center, zástupců KKP a městem Brno.

Projekt v rámci diplomové práce bude podmětem a návrhem na přípravu zapojení nastupující kreativní třídy do pracovního procesu, samostatné orientace v prostředí KKP a kreativních center včetně posílení povědomí o kreativních odvětvích. Projekt by měl mít do budoucna kromě posílení povědomí i pozitivní dopad z hlediska ekonomiky na oblast KPP v Brně, jeho následný rozvoj a udržení kreativní třídy v regionu.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II*. Nové, rozš. a rev. vyd. V Praze: Institut umění, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.

COLETTE, Henry, 2017. *Entrepreneurship in the Creative Industries: an International Perspective*. 1 st ed. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 215 s. ISBN 978-1-84542-610-1.

COLLINS, Hilary. *Kreativní výzkum: teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví*. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2017. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7008-386-4.

KOLEČEK, Michal, ed. *Čítanka kreativních průmyslů*. V Ústí nad Labem: Fakulta umění a designu Univerzity Jana Evangelisty Purkyně, [2017]. Projekty. ISBN 978-80-7561-085-0.

KRAUS, Marcel a Eva ŽÁKOVÁ. *Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie: vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora*. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-324-6. Dostupné také z: <http://www.digitalniknihovna.cz/mzk/uuid/uuid:5ff38dd4-a0d6-424e-9563-9dceb8f09e04>

LOY, Alice a Tom AAGESON. *Creative economy entrepreneurs: from startup to success, how entrepreneurs in the creative industries are transforming the global economy*. 1st Edition. Santa Fe: Creative startups, 2018, 376 s. ISBN 978-0-692-11879-5.

O'BRIEN, Dave. *Kulturní politika: management, hodnoty a modernita v kreativních průmyslech*. Brno: Barrister & Principal, 2015. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7008-356-7.

PILNÝ, Ivan. *Digitální ekonomika: žít nebo přežít*. Brno: BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0481-8.

ZELEZNÍKOVÁ, Veronika. *Kreatívne priemysly, kreatívne centrá v Európe a organizácie tohto druhu*. [Brno]: Tribun EU, 2016. ISBN 978-80-263-1131-7.

## Internetové zdroje

BEDNÁŘ, Pavel a Lukáš DANKO. Coworking Spaces as a Driver of the Post-Fordist City: a Tool for Building a Creative Ecosystem. *European Spatial Research and Policy* [online]. 2020, **27**(1), 105-125 [cit. 2022-03-12]. ISSN 1896-1525. Dostupné z: doi:10.18778/1231-1952.27.1.05

BRAGA, Marco a Gustavo GUTTMANN. The Knowledge Networks in a Makerspace: the Topologies of Collaboration. *International Journal of Science and Mathematics Education* [online]. 2019, **17**(S1), 13-30 [cit. 2022-01-22]. ISSN 1571-0068. Dostupné z: doi:10.1007/s10763-019-09954-7

BRANDENBURGER, Bonny a Maximilian VOIGT. FabLab. SCHMOHL, Tobias a Thorsten PHILIPP, ed. *Handbuch Transdisziplinäre Didaktik* [online]. Bielefeld, Germany: transcript Verlag, 2021, 2021-08-23, s. 107-118 [cit. 2022-02-24]. Hochschulbildung: Lehre und Forschung. ISBN 978-3-8376-5565-0. Dostupné z: doi:10.14361/9783839455654-011

Branta Workspace. *Branta Workspace* [online]. Copyright © 2020 [cit. 07.02.2022]. Dostupné z: <https://www.branta.cz/>

Brněnský kulturní parlament – Otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně. *Brněnský kulturní parlament – Otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně* [online]. Copyright © [cit. 24.03.2022]. Dostupné z: <https://kulturniparlament.brno.cz/>

*Brněnský kulturní parlament – Otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně* [online]. Copyright ©P [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://kulturniparlament.brno.cz/wp-content/uploads/2019/11/Navrhova-cast-SKKO-v-7.0-FINAL-PRO-GRAFIKY.pdf>

Brno Kulturní – Kulturní politika • Otevřená správa • Veřejný prostor. *Brno Kulturní – Kulturní politika • Otevřená správa • Veřejný prostor* [online]. Dostupné z: <http://www.brnokulturni.cz/>

BRNO - The city of GameDev. *BRNO - The city of GameDev* [online]. Copyright © 2018 [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://brnogamedev.city/>

*Brno 2050 – Tvořte s námi město pro příští generace* [online]. Copyright © [cit. 16.02.2022]. Dostupné z: [https://brno2050.cz/wp-content/uploads/2021/03/Strategie-brno2050\\_PLAN-2030\\_FINAL\\_23-3-2021\\_ZMB.pdf](https://brno2050.cz/wp-content/uploads/2021/03/Strategie-brno2050_PLAN-2030_FINAL_23-3-2021_ZMB.pdf)

*Brno 2050 – Tvořte s námi město pro příští generace* [online]. Copyright © [cit. 03.03.2022]. Dostupné z: [https://brno2050.cz/pdf/Strategie\\_BRNO\\_2050\\_programova\\_cast\\_FINAL.pdf](https://brno2050.cz/pdf/Strategie_BRNO_2050_programova_cast_FINAL.pdf)

CO.LABS. [online]. Dostupné z: <http://www.colabs.cz/homepage/>

Coworking a office centrum Brno | clubco.cz. *Coworking a office centrum Brno | clubco.cz* [online]. Copyright © 2021 CLUBCO [cit. 09.02.2022]. Dostupné z: <https://clubco.cz/>

Coworking - Brain Farm Brno. *Coworking - Brain Farm Brno* [online]. Dostupné z: <http://www.brainfarm.cz/>

Coworking, flexibilní hodinové tarify, hot desk a tucet výhod - Impact Hub Brno. *Místo, kde to dokážete - Impact Hub Brno* [online]. Dostupné z: <https://www.hubbrno.cz/coworking>

Coworking v centru Brna - COWO BRNO | Pronájem sdílené kanceláře Brno. *Coworking v centru Brna - COWO BRNO | Pronájem sdílené kanceláře Brno* [online]. Dostupné z: <https://www.cowobrno.cz/>

Coworkingy v Česku. *Na volné noze – portál nezávislých profesionálů* [online]. Copyright © [cit. 12.02.2022]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/coworkingy/>

Cozy Coworking Statistics You Need To Know In 2022. *SmallBizGenius - All About Small Business* [online]. Copyright © 2022 SmallBizGenius.net. All rights reserved. [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/coworking-statistics/#gref>

Agentura pro podporu podnikání a investic - CzechInvest. *Object moved* [online]. Copyright © 1994 [cit. 03.02.2022]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz>

Členství | FabLab Brno. *První otevřená digitální dílna v Brně | FabLab Brno* [online]. Dostupné z: <https://www.fablabbrno.cz/clenstvi/>

DeskMag | The Coworking Magazine. [online]. Copyright © Coworking Europe [cit. 04.05.2022]. Dostupné z: <https://www.deskmag.com/en/>

Dotace města Brna. *Dotace města Brna* [online]. Copyright © 2019 [cit. 14.04.2022]. Dostupné z: <https://dotace.brno.cz>

Edunesto | Místo pro všechno. *Edunesto | Místo pro všechno* [online]. Copyright © [cit. 12.01.2022]. Dostupné z: <https://www.edunesto.com/>

Food Inc.. *Food Inc.* [online]. Dostupné z: <https://foodincubator.cz/>

Here Are The Top 5 Trends To Expect From The Coworking Industry In 2022 - Allwork.Space. *Home - Allwork.Space* [online]. Copyright ©2021 Allwork.Space [cit. 07.03.2022]. Dostupné z: <https://allwork.space/2022/01/here-are-the-top-5-trends-to-expect-from-the-coworking-industry-in-2022/>

Káznice LIVE – Kreativní Brno. *Kreativní Brno – Kreativní Brno* [online]. Copyright © JIC, z.s.p.o. [cit. 09.04.2022]. Dostupné z: <https://kreativnibrno.cz/kaznice-live/>

K čemu je dobrý coworking. *Na volné noze – portál nezávislých profesionálů* [online]. Copyright © [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/k-cemu-je-dobry-coworking/>

KoPlac. - *KoPlac* [online]. Copyright © 2022 [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://koplac.cz/>

*Kreativní Brno – Kreativní Brno* [online]. Dostupné z: <https://kreativnibrno.cz/kreativni-odvetvi-v-brne>

Kreativní centrum Káznice | Co bude, Brno?. *Co bude, Brno? - Co bude, Brno?* [online]. Dostupné z: <https://cobude.brno.cz/projekt/kreativni-centrum-kaznice/>

Kreativní hub Brno | KUMST. *Kreativní hub Brno | KUMST* [online]. Copyright © JIC [cit. 09.03.2022]. Dostupné z: <https://www.kumstbrno.cz/>

Kreativní odvětví v Brně – Kreativní Brno. *Kreativní Brno – Kreativní Brno* [online]. Copyright © JIC, z.s.p.o. [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://kreativnibrno.cz/kreativni-odvetvi-v-brne/>

Kreativní Vouchery Brno | Kreativní vouchery. *Kreativní Vouchery Brno | Kreativní vouchery* [online]. Dostupné z: <https://www.kreativnivouchery.cz/>

Kreativní vouchery - mkcr.cz. *Ministerstvo kultury České republiky* [online]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/kreativni-vouchery-2634.html>

Kultura Brno - Kultura BRNO. *Kultura Brno - Kultura BRNO* [online]. Dostupné z: <https://kultura.brno.cz/>

LENSING, Karsten, Benedikt SCHWUCHOW, Siegmund OEHLANDT a Tobias HAERTEL. How Makerspaces Help to Participate in Technology: Results of a Survey to Gain Data about Learners' Activities in Makerspaces. In: *2018 World Engineering Education Forum - Global Engineering Deans Council (WEEF-GEDC)* [online]. IEEE, 2018, 2018, s. 1-5 [cit. 2022-01-24]. ISBN 978-1-5386-7764-3. Dostupné z: doi:10.1109/WEEF-GEDC.2018.8629611

Makerspace - LABY - INDUSTRA. *INDUSTRA / Akcelerátor a kulturní fabrika / Brno* [online]. Dostupné z: <https://industria.space/laby/makerspace>

Makerspace | Ústřední knihovna FF MU. *Ústřední knihovna FF MU* [online]. Copyright © 2022 [cit. 06.04.2022]. Dostupné z: <https://knihovna.phil.muni.cz/prostory/makerspace>

*Ministerstvo kultury České republiky* [online]. Dostupné z: [https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty\\_file/schvalene-ukazatele-rozpocet-2022-1147.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty_file/schvalene-ukazatele-rozpocet-2022-1147.pdf)

Místo, kde to dokážete - Impact Hub Brno. *Místo, kde to dokážete - Impact Hub Brno* [online]. Dostupné z: <https://www.hubbrno.cz>

mo-cha – cowork | office | event. *mo-cha – cowork | office | event* [online]. Dostupné z: <https://www.mo-cha.cz/>

Number Of Coworking Spaces Worldwide To Double Within The Next 4 Years - Allwork.Space. *Home - Allwork.Space* [online]. Copyright ©2021 Allwork.Space [cit. 11.01.2022]. Dostupné z: <https://allwork.space/2020/07/number-of-coworking-spaces-worldwide-to-double-within-the-next-4-years/>

Podívejte se do coworkingového prostoru The Distillery: Social Reactor v Brně - CzechCrunch. *CzechCrunch - byznys, technologie, startupy, vzdělávání, cestování* [online].

Copyright © 2014 [cit. 14.01.2022]. Dostupné z: <https://cc.cz/podivejte-se-do-noveho-coworkingoveho-prostoru-the-distillery-social-reactor-v-brne/>

*Projektová kancelář Ministerstva kultury* [online]. Dostupné z: <https://projektovakancelar.mkcr.cz/kkp>

Prototyp - Spojujeme umění, vědu a technologie. *Prototyp - Spojujeme umění, vědu a technologie* [online]. Copyright © Copyright 2020 Prototyp production z.s. [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://www.prototypbrno.cz/>

Podpora podnikání | Online akademie pro starosty - CzechInvest. *Object moved* [online]. Copyright © 1994 [cit. 24.02.2022]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-municipality/Online-akademie-pro-starosty/Podpora-podnikani/Kreativni-prumysly>

Program Kreativní Evropa | Culture and Creativity. *Home | Culture and Creativity* [online]. Dostupné z: <https://culture.ec.europa.eu/cs/funding-creative-europe/program-kreativni-evropa>

Pojď tvořit s námi - FabLab Experience | . *Pojď tvořit s námi - FabLab Experience* / [online]. Dostupné z: <https://www.fablabexperience.cz/>

Sběr dat a mapování KKO - mkcr.cz. *Ministerstvo kultury České republiky* [online]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/sber-dat-a-mapovani-kko-2636.html>

SHEFFIELD, R a R KOUL. Investigating learning in a STEM makerspace: India case study. *Journal of Physics: Conference Series* [online]. 2021, 1882(1) [cit. 2022-02-03]. ISSN 1742-6588. Dostupné z: doi:10.1088/1742-6596/1882/1/012141

SPINUZZI, Clay, Zlatko BODROŽIĆ, Giuseppe SCARATTI a Silvia IVALDI. "Coworking Is About Community": But What Is "Community" in Coworking?. *Journal of Business and Technical Communication* [online]. 2019, 33(2), 112-140 [cit. 2022-04-24]. ISSN 1050-6519. Dostupné z: doi:10.1177/1050651918816357

Strategická a programová část – Brněnský kulturní parlament. *Brněnský kulturní parlament – Otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně* [online]. Copyright © [cit. 24.01.2022]. Dostupné z: <https://kulturniparlament.brno.cz/strategicka-a-programova-cast/>

Strategie kultury a kreativních odvětví města Brna – Brněnský kulturní parlament. *Brněnský kulturní parlament – Otevřená platforma kulturních a kreativních odvětví v Brně* [online]. Copyright © [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://kulturniparlament.brno.cz/strategie-kultury-a-kreativnich-odvetvi/>

Strategie rozvoje a podpory KKO - mkcr.cz. *Ministerstvo kultury České republiky* [online]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/strategie-rozvoje-a-podpory-kko-1301.html>

The Rise of Free Coworking. Individuals don't want to pay for a... | by Peter Fabor | Medium. *Medium – Where good ideas find you.* [online]. Dostupné z: <https://medium.com/@faborio/the-rise-of-free-coworking-fb2d443de1ec>

VÝLOHA ROKU 2020. *VÝLOHA ROKU 2020* [online]. Copyright © Veronika Rút 2019 [cit. 22.03.2022]. Dostupné z: <http://www.windowpop.eu/>



Vývoj coworkingu • NejBusiness.cz. *Zprávy, informace, příběhy, zkušenosti, prodej firem, zakázky, kooperace, kurzy a školení, práce, dotace, zákony...* • NejBusiness.cz [online]. Dostupné z: <https://www.nejbusiness.cz/zpravy/2021-12-22-vyvoj-coworkingu>

Workspaces That Move People. *Harvard Business Review - Ideas and Advice for Leaders* [online]. Copyright © [cit. 12.02.2022]. Dostupné z: <https://hbr.org/2014/10/workspaces-that-move-people>

What is a Makerspace? Is it a Hackerspace or a Makerspace?. *Makerspace / STEM Educational Materials & Products / Makerspaces.com* [online]. Dostupné z: <https://www.makerspaces.com/what-is-a-makerspace/>

Úvodní strana - TechNest. *Úvodní strana - TechNest* [online]. Dostupné z: <https://www.technest.cz>

29. bienále grafického designu se uskuteční v roce 2022. Kurátorem bude významný zahraniční odborník - Artalk.cz. *Artalk.cz - Aktuálně o výtvarném umění* [online]. Copyright © COPYRIGHT 2007 [cit. 24.04.2022]. Dostupné z: <https://artalk.cz/2019/08/30/29-bienale-grafickeho-designu-se-uskutecni-v-roce-2022-kuratorem-bude-vyznamny-zahranicni-odbornik/>

301 Moved Permanently. *301 Moved Permanently* [online]. Dostupné z: <http://creativeconomy.britishcouncil.org/blog/15/06/28/creative-hubkitmade-hubs-emerging-hubs>

301 Moved Permanently. *301 Moved Permanently* [online]. Dostupné z: <http://creativeconomy.britishcouncil.org/projects/eur/>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

CCI	Cultural and creative industries
IROP	Integrovaný regionální operační program
JIC	Jihomoravské inovační centrum
KKO	Kulturní a kreativní odvětví
KKP	Kulturní a kreativní průmysly
OP JAK	Operační program Jan Amos Komenský
OP TAK	Operační program Technologie a aplikace
OSN	Organizace spojených národů
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
UNESCO	Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Vymezení kulturních a kreativních odvětví podle Evropské komise (Kraus a kol., 2014, s. 10).....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Obrázek 2 Význam kulturních a kreativních průmyslů (vlastní zpracování) .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Obrázek 3 Schéma implementace Strategie KKO a rozdělení na akční plány (Strategie rozvoje a podpory KKO, Akční plán 2021–2023, s. 8)	
.....	20
Obrázek 4 Strategický rámec kulturních a kreativních odvětví (Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví, 2014, s. 27).....	22
Obrázek 5 SWOT analýza KKP pro Jihomoravský kraj (Aktualizace mapování, s. 185–187)	
.....	36
Obrázek 6 Přehled tematických oblastí KKP pro určení dotací v roce 2022 (Dotace Brno, ©2022) .....	40
Obrázek 7 Strategické dokumenty KKO (Strategie Brno 2050, ©2022a).....	43
Obrázek 8 Přehled tematických oblastí a strategických hodnot. (Strategie Brno 2050, s. 2)	
.....	44
Obrázek 9 Coworkingová centra na území Brna (Kultura Brno, ©2022) .....	51
Obrázek 10 Impact Hub Brno – interier (Hubbrno.cz, ©2022) .....	52
Obrázek 11 Technest – interier (Technest, ©2022) .....	55
Obrázek 12 Clubco - interier (Clubco, ©2022) .....	56
Obrázek 13 KUMST – interier (KUMST, ©2022).....	57
Obrázek 14 FabLab dílna a vybavení (FabLab, ©2022) .....	59
Obrázek 15 FabLab Experience (FabLab Experience, ©2022).....	60

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Rozdělení dotací na kulturu v Brně na rok 2022 (Dotace Brno, ©2022) .....	41
Tabulka 2 Počet coworkingových center v roce 2022 (Navolnenoze.cz, ©2022).....	49
Tabulka 3 Coworkingové tarify Impact Hub Brno (Hubbrno.cz, ©2022) .....	51
Tabulka 4 Coworkingové tarify Brain farm Brno (Brainfarm.cz, ©2022).....	52
Tabulka 5 Coworkingové tarify členství Branta Workspace (Branta.cz, ©2022).....	53
Tabulka 6 Coworkingové tarify Cowo Brno (Cowobrno.cz, ©2022) .....	54
Tabulka 7 Základní členské tarify Clubco, ceny jsou bez DPH 21 % (Clubco, ©2022).....	56
Tabulka 8 Základní členské tarify FabLab (FabLab, ©2022) .....	59
Tabulka 9 Vyhodnocení otázky č. 1 (vlastní zpracování).....	67
Tabulka 10 Vyhodnocení otázky č. 2 (vlastní zpracování) .....	68
Tabulka 11 Vyhodnocení otázky č. 3 (vlastní zpracování) .....	68
Tabulka 12 Vyhodnocení otázky č. 4 (vlastní zpracování) .....	69
Tabulka 13 Vyhodnocení otázky č. 5 (vlastní zpracování) .....	70
Tabulka 14 Harmonogram workshopů (vlastní zpracování) .....	79
Tabulka 15 Celkové náklady na workshopy a otevřené dílny (vlastní zpracování) .....	80
Tabulka 16 Riziková analýza projektu (vlastní zpracování) .....	81

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Anonymní dotazník, Střední škola grafická Brno, p.o.

**PŘÍLOHA P I: ANONYMNÍ DOTAZNÍK, STŘEDNÍ ŠKOLA  
GRAFICKÁ BRNO, P.O.**

# *DOTAZNÍK*

*pro žáky Střední školy grafické Brno, p.o.*

*Průzkum zaměřený na oblast kreativní ekonomiky,  
sdílených pracovních prostor pro budoucí kreativní třídu.  
Dotazník je anonymní. Odpovědi budou hodnoceny Likertovou škálou.  
Dotazník bude zpracován pouze pro potřeby diplomové práce.  
Vámi zvolenou odpověď vyznačte křížkem do čtverce.*

---

*Otázka č. 1*

*Je pro Váš obor a vzdělání důležitá možnost volně se vyjadřovat?*

*ano*     *spíše ano*     *nevím*     *spíše ne*     *určitě ne*

---

*Otázka č. 2*

*Chcete po ukončení studia pracovat samostatně na vlastních projektech?*

*ano*     *spíše ano*     *nevím*     *spíše ne*     *určitě ne*

---

*Otázka č. 3*

*Ovlivňuje Vaši tvorbu a její výsledky prostředí, ve kterém pracujete?*

*ano*     *spíše ano*     *nevím*     *spíše ne*     *určitě ne*

---

*Otázka č. 4*

*Jste ochotni v budoucnu své projekty sdílet,  
případně spolupracovat s ostatními kolegy v oboru?*

*ano*     *spíše ano*     *nevím*     *spíše ne*     *určitě ne*

---

*Otázka č. 5*

*Zvažovali byste pro Vaši budoucí práci sdílené prostory  
jako např. Cowork centra, Hubby, FabLaby?*

*ano*     *spíše ano*     *nevím*     *spíše ne*     *určitě ne*

---