

Akční plán 2025–27

Strategie kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví Královéhradeckého kraje

Zpracovatel:

Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Královéhradeckého kraje

www.prokreativitu.cz

Květen 2025

Obsah

1. Úvod a vazba na strategii	1
2. Vyhodnocení předchozího akčního plánu na roky 2023–24	2
2.1. Vyhodnocení naplňování akčního plánu na roky 2023–24	2
2.2. Indikátory	3
2.3. Cíle	6
3. Analytická část	10
3.1. Zpracování datových souborů – přehled poskytovatelů kreativních služeb	10
3.1.1. Metodologie	10
3.1.2. Výzkum	11
3.1.3. Závěry	16
3.2. Fokussní skupiny s kreativci a organizacemi	17
3.2.1. Metodologie	17
3.2.2. Výzkum	18
3.2.3. Závěry	19
3.3. Hloubkové rozhovory s kreativními řemeslníky	20
3.3.1. Metodologie	20
3.3.2. Výzkum	21
3.3.3. Závěry	23
3.4. Výzkum kulturního chování obyvatel Královéhradeckého kraje	24
3.4.1. Metodologie	24
3.4.2. Výzkum	24
3.4.3. Závěry	29
4. Implementace Strategie	30
4.1. Akční plán	30
4.2. Tvorba akčního plánu	30
4.3. Vyhodnocení akčního plánu	30
5. Aktivity akčního plánu	31
5.1. Oblast 1 – Dostupná a inovativní kultura	31
5.2. Oblast 2 – Sdílené kulturní dědictví	34
5.3. Oblast 3 – Dynamická kulturní a kreativní odvětví	39
5.4. Oblast 4 – Kreativní identita kraje	44
6. Finanční zdroje a rozpočet	45
7. Monitoring a evaluace	45

Vizualizace dat

Obrázek 1 – plnění aktivit	2
Obrázek 2 – plnění aktivit podle cílů	3
Obrázek 3 – rozdělení podle okresů	12
Obrázek 4 – rozdělení podle ORP	12
Obrázek 5 – rozdělení podle zaměstnanců a okresů	13
Obrázek 6 – rozdělení podle oblastí KKO	13
Obrázek 7 – rozdělení podle 2místných NACE kódů (10 NACE kódů s největším zastoupením) ..	14
Obrázek 8 – rozdělení podle 2místných NACE kódů	14
Obrázek 9 – rozdělení podle 5místných NACE kódů (10 NACE kódů s největším zastoupením) ..	15
Obrázek 10 – rozdělení podle 5místných NACE kódů	15
Obrázek 11 – rozdělení podle NACE kódu 74	16
Obrázek 12 – rozdělení podle NACE kódu 74	16
Obrázek 13 – zájem o kulturu	25
Obrázek 14 – aktivní zapojení do kultury	25
Obrázek 16 – příspěvkové organizace a obecně prospěšné společnosti KHK	26
Obrázek 15 – vliv originality produktu na cenu	27
Obrázek 17 – vztah ke KKO	28
Obrázek 18 – akceptovatelné ceny	29

1. Úvod a vazba na strategii

Strategie rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví Královéhradeckého kraje 2022–2030 byla schválena na 6. zasedání Zastupitelstva KHK 21. června 2021 usnesením č. ZK/6/327/2021.

Strategie kultury je dokument, který popisuje řešení rozvojových aktivit v kraji v oblasti kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví a zahrnuje přesahové aktivity a cíle v oblasti vzdělávání, sociální, ekonomické a dalších, kde kultura může napomoci řešení problémů nebo akcelarovat příležitosti pro rozvoj.

Cílem dokumentu bylo v rámci 4 oblastí rozvoje, 14 cílů a 168 aktivit jasně definovat vize rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví v Královéhradeckém kraji do roku 2030.

Tento akční plán vzniká coby druhý v pořadí v rámci naplňování Strategie a za jeho realizaci je opět zodpovědný Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu.

Součástí tohoto akčního plánu je také vyhodnocení plánu předchozího, který byl realizován v letech 2023–2024. z tohoto přehledu je zřejmé, že podstatná část Strategie již byla naplněna a že Královéhradecký kraj schválená opatření a dílčí aktivity skutečně zodpovědně postupně realizuje. v podobném duchu lze předpokládat, že bude pokračovat implementace i tohoto akčního plánu a strategie jako takové.

Kromě samotné realizace jednotlivých aktivit je kladen důraz také na měření naplňování celé Strategie. i přesto, že řada cílů je obtížně měřitelná, v uplynulých dvou letech byla vypracována soustava indikátorů, jejichž prostřednictvím je možné sledovat, do jaké míry se prostřednictvím daných opatření a aktivit daří naplňovat vytyčené cíle. i přesto, že ne u všech indikátorů se již podařilo získat potřebná data, podstatnou část již je možné sledovat a věříme, že po uplynutí realizace tohoto akčního plánu bude možné změřit plnění jednotlivých cílů.

Zásadním zdrojem pro tvorbu tohoto akčního plánu byla data získaná díky projektu „Aktualizace strategických materiálů v oblasti podpory KKO v Královéhradeckém kraji“, který byl podpořen dotačním programem Ministerstva kultury České republiky z prostředků Národního plánu obnovy. v rámci analytické části budou představeny jednotlivé výstupy, které umožnily zmapovat řadu oblastí, které doposud na krajské úrovni zmapovány nikdy nebyly (např. analýza kulturního chování obyvatel KHK).

2. Vyhodnocení předchozího akčního plánu na roky 2023–24

Do akčního plánu na období roku 2023 s výhledem na rok 2024 bylo vybráno 113 aktivit k naplnění stanovených opatření, cílů, oblastí a samotné vize. Aktivity byly seřazeny na základě jejich umístění v návrhové části Strategie kultury, které umožňují přehlednější orientaci jak v samotné struktuře Strategie, tak v projektovém řízení.

Tabulka uvádí pro každou aktivitu referenční číslo a název, zařazení v systému Strategie kultury, popis aktivity, odpovědnost za realizaci na úrovni garanta dané aktivity.

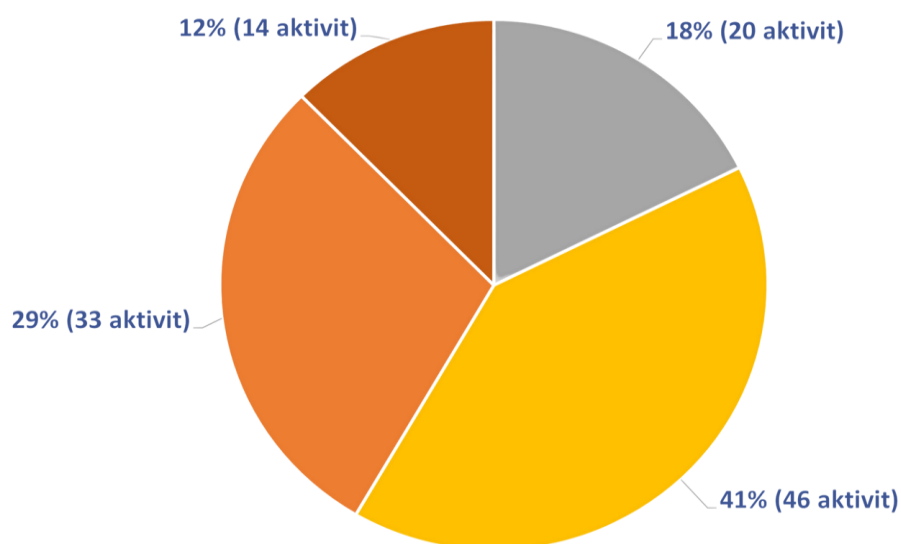
Koordinaci realizace a stávající průběžné vyhodnocení akčního plánu zajišťuje Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Královéhradeckého kraje na základě schválených Implementačních pravidlech ve spolupráci se stanovenými aktéry implementace (Řídící skupina, Pracovní skupina Kultura při RSK KHK, Komunikační platforma).

Veškeré dokumenty jsou k dispozici na [Strategie rozvoje kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví Královéhradeckého kraje 2022–2030 | Královéhradecký kraj \(kr-kralovehradecky.cz\)](#) nebo na [prokreativitu.cz | strategie kultury 2022–2030](#).

2.1. Vyhodnocení naplňování akčního plánu na roky 2023–24

Pro první dva roky realizace strategie bylo vybráno 113 cílů. Po dvou letech naplňování strategie můžeme konstatovat, že 93 aktivit bylo buď zahájeno, je před dokončením nebo bylo zcela dokončeno. Přesné údaje a vzájemné poměry uvádí následující graf:

Obrázek 1 – plnění aktivit

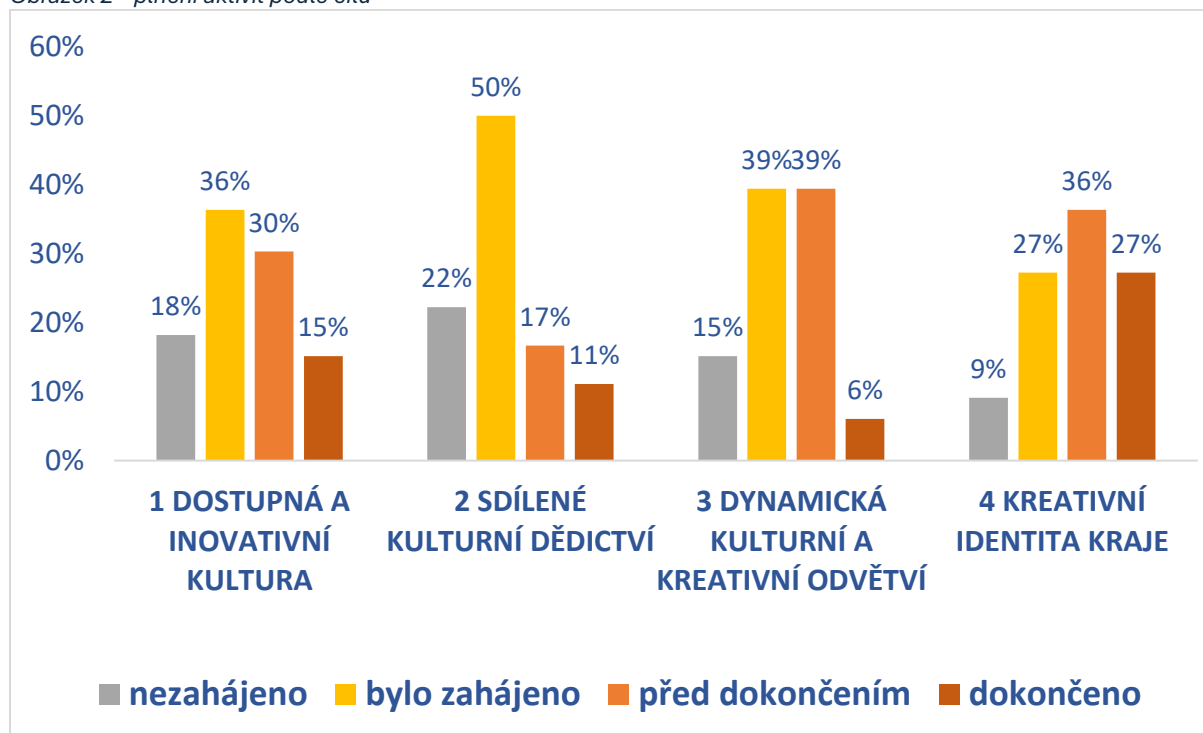


93 aktivit z celkových 113 aktivit akčního plánu Strategie kultury pro roky 2022 až 2024 bylo zahájeno, je před dokončením nebo bylo zcela dokončeno.

■ nezahájeno ■ bylo zahájeno ■ před dokončením ■ dokončeno

Na počty aktivit a fázi jejich naplňování se můžeme také podívat v rozčlenění do 4 základních oblastí strategie:

Obrázek 2 – plnění aktivit podle cílů



2.2. Indikátory

Pro měření dopadů strategie bylo vybráno 21 indikátorů. Indikátory jsou navázány na jednotlivé cíle strategie a dle typu je dělíme na monitoring dat, výstupové, dopadové a výsledkové. v následujícím přehledu uvádíme jejich seznam:

Indikátor	Cíl	Název indikátoru	Popis indikátoru
1	Cíl 1	Počet kulturních zařízení	Smyslem indikátoru je sledovat, jak se vyvíjí vybavenost kraje kulturní infrastrukturou. Zda je infrastruktura dostatečná, či vnímáme nějaké deficity, její rozmístění v území kraje, vybavenost apod. Smyslem indikátoru je dále poskytování dat aktérům v regionu i dál prostřednictvím otevřených dat a prostřednictvím územně analytických podkladů.
2	Cíl 2	Podíl návštěvníků v institucích mezi 15–20, 21–29	Ukazuje míru souladu nabídky kulturních institucí s poptávkou mladé generace po kulturních službách

Indikátor	Cíl	Název indikátoru	Popis indikátoru
3	Cíl 2	Počet projektů/akcí v dotačním řízení zaměřených na mladé lidi, jejich procento, návštěvnost mladých na těchto projektech a rozložení v území	Smyslem indikátoru je sledovat kolik projektů podpořených v rámci dotačních programů KHK je zaměřeno na mladé lidi, jaké je procento těchto projektů z celkového počtu projektů, jaká je celková návštěvnost těchto projektů a jak je tato podpora rozložena v území Královéhradeckého kraje.
4	Cíl 3	1) výdaje na kulturu na obyvatele v sídlech ORP, 2) v SORP a 3) výdaje kraje na kulturu v ORP	Dává informaci o prioritě kultury v jednotlivých ORP a na úrovni kraje.
5	Cíl 3	Počet dobrovolníků, kteří spolupracují na projektech	Smyslem indikátoru je monitorovat aktivizaci občanské společnosti
6	Cíl 4	Počet žáků, tříd na programech v kulturních institucích a ze které části území jsou	Smyslem indikátoru je sledovat v jaké míře školy využívají kulturní nabídku coby součást vzdělávacího procesu. Sledujeme návštěvnost krajských PO, OPS a v dalších institucích, pro které máme jeden zdroj dat.
7	Cíl 4	Počet institucí v sociální oblasti, včetně dětských domovů v kraji zapojených do spolupráce	Smyslem indikátoru je zjistit počet institucí, které spolupracují.
8	Cíl 5	Počet ohrožených památek v kraji	Sledování změn počtu ohrožených památek v rámci kraje v celostátní evidenci NPÚ.
9	Cíl 6	Počty digitalizátů v PO + počty aplikací	Sledujeme nabídku digitalizovaných předmětů, literatury a periodik ze strany kulturních institucí.
10	Cíl 6	Míra zájmu veřejnosti o využití digitálních služeb poskytovaných našimi PO	Sledujeme, v jaké míře jsou využívány v knihovnách a dalších institucích e-zdroje, zájem o virtuální výstavy nebo o publikační portály.
11	Cíl 7	Počet produktů kreativních průmyslů připravených na základě digitalizovaných dat anebo vycházejících	Smyslem indikátoru je sledovat dynamiku KKO v regionu a jeho provázanost s kulturním dědictvím.

Indikátor	Cíl	Název indikátoru	Popis indikátoru
		z kulturního dědictví v kraji a jejich úspěšnost	
12	Cíl 8	1) výdaj na provozní příspěvek do PO (absolutní hodnota) 2) % ze samosprávného rozpočtu KHK na výdaje spojené se zřizovanými organizacemi v oblasti kultury 3) % z celkových příjmů KHK bez transferů.	1) Hodnota indikátoru odpovídá výši příspěvků KHK na provoz příspěvkových organizací KHK v oblasti kultury. 2) Hodnota indikátoru odpovídá procentu výdajů KHK na výdaje spojené s provozem zřizovaných organizací v oblasti kultury. 3) Hodnota odpovídá % výdajů KHK spojených s provozem zřizovaných organizací v oblasti kultury z celkových příjmů KHK bez transferů.
13	Cíl 11	Výdaje KHK do kultury a procento výdajů KHK do kultury na celkových příjmech KHK bez transferů	1) výdaj KHK do kultury (absolutní hodnota) 2) % výdajů KHK na kulturu na celkových příjmech KHK bez transferů 3) % výdajů KHK na památkovou péči na celkových příjmech KHK bez transferů 4) % výdajů KHK na kulturu a památkovou péči na celkových příjmech KHK bez transferů
14	Cíl 8	Počet návštěvníků institucí a benchmarking se srovnatelnými institucemi	Indikátor sleduje srovnání návštěvnosti institucí KHK v oblasti kultury se srovnatelnými institucemi v České republice.
15	Cíl 8	Viditelnost institucí v médiích a digitálním prostoru	Srovnání viditelnosti institucí KHK v kultuře s obdobnými organizacemi v ČR na sociálních médiích.
16	Cíl 8	Externí spolupráce	Smyslem indikátoru je sledovat otevřenost a propojenost/zasíťovanost organizací s dalšími aktéry v širším českém i evropském prostoru
17	Cíl 9	Počet networkingových setkání v kraji a jejich účastníků organizovaných krajem i dalšími městy	Sledujeme míru propojení a v důsledku odolnosti sektoru KKO.

Indikátor	Cíl	Název indikátoru	Popis indikátoru
18	Cíl 9	Nadregionální a mezinárodní propojení aktérů	Smyslem je sledovat nadregionální a mezinárodní propojení aktérů.
19	Cíl 10	Podíl KKO (nebo vybraných odvětví KKO) na HDP kraje	Indikátor sleduje ekonomický význam kultury a KKO k ekonomickému rozvoji regionu.
20	Cíl 14	Počet ohlášených soutěží z KHK na ČKA	Smyslem indikátoru je podchytit počty staveb, financovaných z veřejných zdrojů, které se realizovaly přes registrovanou soutěž.
21	Cíl 8	Dlouhodobý efekt kreativních voucherů	Vyhodnocení dlouhodobého efektu kreativních voucherů s ohledem na podporu kulturního dědictví a subjektů KKO.

2.3. Cíle

V následujícím textu uvádíme krátké shrnutí plnění jednotlivých cílů. Plnění cílů popisuje a shrnuje stav naplnění jednotlivých aktivit, které jsou pod tento cíl podřazeny. Každá aktivita má svého garanta – zodpovědného pracovníka odboru kultury, který je za realizaci aktivity zodpovědný. Garant aktivity v posledním čtvrtletí r. 2024 vyjádřil její dvouleté naplňování nejprve číselným údajem vyjadřujícím míru splnění aktivity v procentech. Jeho individuální zhodnocení bylo následně v rámci odboru diskutováno a společně případně korigováno. k číselnému vyjádření byl později připojen i slovní popis. Detailní popis plnění jednotlivých aktivit je součástí tohoto zhodnocení.

Cíl 1 Kvalitní, široce dostupná a dlouhodobě udržitelná kulturní infrastruktura

V akčním plánu 2023–24 bylo v tomto cíli realizováno celkem sedm aktivit. Cíl se zaměřuje na rozvoj infrastruktury pro kulturu a kulturně kreativní odvětví, ať se jedná o výjimečné krajské realizace (Vrbenského kasárna), o krajský majetek, který by kulturními aktéry mohl být využíván, nebo podporu infrastruktury krajem nezřizovaných institucí. Celkem se v tomto cíli dařilo, ze sedmi aktivit jsou dvě zcela splněné, tři před dokončením. Velký podíl na tom má aktivní postoj krajských zástupců při definování podmínek pro čerpání národního plánu obnovy, aktivní čerpání tzv. Norských fondů (pro klášter v Opočně), aktivita v pracovní skupině ITI a nový krajský dotační program pro knihovny.

Cíl 2 Kulturně bohatá, motivovaná a kreativní mladá generace obyvatel regionu

Cíl zaměřený na zapojení a aktivní podporu mladé generace měl vysoké ambice, obsahoval celkem osm aktivit. Čtyři z nich nebyly vůbec zahájeny, ostatní jsou naplněny maximálně z 50 %. Relativně nízká úspěšnost a naplněnost aktivit v tomto cíli je daná jednak tím, že byly definovány aktivity, které jsou nad rámec činnosti odboru kultury a mimo jeho možnosti výrazně ovlivnit výsledek (příklad – spolupodílet se na vzniku jednoho studentského společensko-kulturního centra pro univerzitní studenty v krajském městě), i další aktivity byly definovány s velkou ambicí, představovaly zcela nový typ aktivit, na které nebyly k dispozici

lidské a časové kapacity (např. zmapovat chování středoškoláků uměleckých oborů po maturitě). Cíl jako takový (zapojení a podpora mladé generace do kulturního života) zůstává velmi relevantní, aktivity pro další akční plán však bude potřeba zformulovat realističtěji.

Cíl 3 Inovativní a propojující role kultury v komunitách a obcích

Komplexní cíl zahrnující dvanáct aktivit na různorodou podporu kultury v obcích. Průměrná celková míra naplněnosti aktivit v tomto cíli je 80 %. Do rutiny již přešla podpora významných kulturních aktivit, které dostávají od rady kraje záštitu a víceletou finanční podporu nebo vyšší krajská podpora znevýhodněným regionům. Daří se podporovat obce v jejich snaze o koncepční přístup k plánování podpory kultury (pravidelná setkávání pracovníků kultury z ORP v kraji), v procesu je předání zpracovaných informací o kreativních podnicích na jednotlivé obce (výstup projektu mapování KKO v kraji). Naopak dosud nebyla zahájena aktivita na podporu lokálních lídrů v menších a problémových regionech.

Cíl 4 Silná a organizačně zajištěná role kultury a kreativity v sociální politice a všech stupních vzdělávacího systému

Čtvrtý cíl je zaměřený na propojování kultury a její přesahy směrem k oblasti sociální a ke vzdělávání. Některé aktivity jsou naplněné (existuje krajský dotační program na podporu cest škol do kulturních institucí, zavedeny bezplatné vstupy do kulturních institucí apod.), jádro aktivit, tedy systémový přístup k dostupné kultuře pro různé sociální skupiny, se začalo rozvíjet ke konci období, které zahrnoval první akční plán, tj. v roce 2024. Tyto aktivity bude třeba přenést a pokračovat v nich v dalším akčním plánu.

Cíl 5 Dlouhodobě udržitelné kulturní dědictví regionu

Patnáct aktivit tohoto cíle mířilo na podporu hmotného i nehmotného kulturního dědictví. Aktivity směrem k nehmotnému kulturnímu dědictví a jeho zachování jsou kompaktnější a jsou aktuálně řešené novým, v rámci celé ČR inovativním metodickým přístupem a samostatným koncepčním dokumentem. Oproti tomu aktivity zaměřené na podporu památek jsou roztržštěnější a daří se je naplňovat s rozličnou mírou úspěšnosti. Úspěšně se daří např. prezentovat příklady dobré praxe (vznik a zavedení krajské ceny oceňující památkové počiny), některé aktivity naopak nebyly zahájeny a přenášíme je do dalšího akčního plánu (např. propagace technických památek nebo edukace a setkávání vlastníků památek).

Cíl 6 Funkční správa, moderní evidence a digitalizace kulturního dědictví

Šest aktivit cíle, který směřuje na pokročilou evidenci a digitalizaci kulturního dědictví bylo částečně také naplněno. Dvě z aktivit jsou výrazně nakročené k tomu, aby byly v nejbližší době dokončené. Jedná se především o nastavení a rozběhnutí krajské komplexní podpory procesu digitalizace sbírek. Na této aktivitě se klíčovým způsobem podílelo Muzeum východních Čech s několikaletým digitalizačním projektem, v jehož rámci byla vytvořena celokrajská digitalizační metodika a bylo vybaveno krajské digitalizační centrum a také posíleno digitalizační vybavení jednotlivých krajských paměťových institucí. Na druhou stranu mezi aktivitami tohoto cíle je i taková, která vůbec nebyla zahájena. Jedná se o aktivitu č.74, která cílila na vytvoření krajského publikačního portálu pro prezentaci digitalizovaných sbírkových předmětů – takový záměr byl s postupujícím časem vyhodnocen jako duplicitní a neefektivní a od jeho realizace bylo upuštěno.

Cíl 7 Přístupné a široce využitelné kulturní dědictví pro další rozvoj kultury a ekonomiky regionu

Sedmý cíl strategie logicky navazuje na aktivity cíle předchozího, šestého. Zatímco v rámci šestého cíle je kulturní dědictví digitalizováno, aktivitami sedmého cíle se následně hledají cesty, jak digitalizované kulturní dědictví dále inovativně využívat. Na realizaci tohoto cíle míří 15 aktivit. Dvě z nich jsou již dokončené a jsou to aktivity systémově a strukturálně významné – aktivita č. 78 a 84, které mířily na zpracování záměru, koncepce a pilotního rozběhnutí dvou pracovišť, Centra kreativního muzejnictví a Digitalizačního pracoviště. Na oblast tradičních a uměleckých řemesel a jejich využití v praxi se zaměřila i oblast cestovního ruchu a krajská centrála připravila rodinnou soutěž.

Cíl 8 Flexibilní, spolupracující, provozně a finančně stabilní kulturní organizace zřizované a spoluzaložené krajem

Tento cíl patří mezi úspěšně naplňované. Devět jeho aktivit je naplněno v průměru ze 73 %. Krajským organizacím se podařilo například nastavit motivační institucionální podporu vědecko-výzkumné činnosti, částečně se je podařilo propojit se školami tím, že vznikl dotační program na podporu cest školáků do kulturních institucí v kraji. Modernizoval se způsob prezentace kulturních organizací mj. díky tomu, že jsou motivované využívat pro marketingové aktivity profesionálů z oblasti kreativních odvětví. Důraz se kladl na to, aby velké krajské instituce aktivně hrály roli metodického partnera pro celé území a nabízely své odborné kapacity a know-how ostatním.

Cíl 9 Propojená a živě spolupracující síť kulturních a kreativních aktérů

Deset aktivit zaměřených na propojování a síťování aktérů v oblasti kultury v Královéhradeckém kraji. v průběhu plnění prvního akčního plánu krajské strategie se podařilo nastavit a zavést pravidelná setkávání v řadě oblastí. Začali se setkávat pracovníci kultury z obcí a kulturních domů, velké festivaly podpořené záštitou KHK nebo obecně aktéři kultury na pravidelné podzimní platformě kulturních hráčů. Výrazně se také posunulo propojení a vzájemná informovanost mezi profesionály v oblasti destinačního managementu a kulturními aktéry. Od doby, kdy se začala formulovat první krajská strategie pro kulturu, se daří profesionalizovat web prokreativitu.cz, který nabízí odborné informace kulturním stakeholderům, a ruku v ruce s ním se rozvíjí i facebooková komunikace. Co se naopak zatím nepodařilo nastartovat, bylo užší propojení kultury a oblasti podnikání.

Cíl 10 Účinná institucionální podpora kulturních a kreativních odvětví

Tři aktivity v této oblasti byly zaměřené na posílení institucionálních kapacit v kraji, které se věnují kulturně-kreativním odvětvím. Krajem zřizované velké kulturní organizace s celokrajským odborným dosahem posílily svou působnost coby celokrajská centra pro specifické oblasti KKO. Jedná se především o Muzeum východních Čech (oblast digitalizace a kreativity v muzejnictví), Centrum uměleckých aktivit (oblast kreativního vzdělávání), Galerie moderního umění (architektura, umění ve veřejném prostoru a kvalita veřejného prostoru obecně) a Studijní a vědecká knihovna HK (podpora regionálních knihoven při hledání komunitněji orientovaných přístupů). Na pravidelné bázi se setkává tzv. regionální partnerství pro KKO, kterého se účastní zástupci CIRI, krajského úřadu, Univerzity Hradec Králové, CzechInvestu, případně i ministerstva kultury. v rámci odboru kultury na krajském úřadu je také

zřízena pracovní pozice manažera kulturně-kreativních odvětví. Kulturně-kreativní průmysly byly přidány jako jedna z oblastí specializace do krajské RIS3 strategie.

Cíl 11 Bohaté zdroje a kapacity pro podporu kulturních a kreativních odvětví

Tento cíl mířil na systémovou podporu kulturně-kreativních odvětví z kraje. Část aktivit naplňuje aktivní webová stránka a Facebook prokreativitu.cz, kde mimo jiné přinášíme novinky z oblasti možné dotační podpory, sdílených zdrojů a dalších oblastí. Do této oblasti patří také realizace kreativních voucherů, jako jednoho z aktivních pilířů pro zajišťování finančních zdrojů pro aktéry kulturních a kreativních odvětví. Naopak rozvoj a podpora dárčovství nebo pozitivní stimuly kulturním podnikatelům jsou aktivity, které na své naplnění teprve čekají.

Cíl 12 Funkční datová základna pro vyhodnocování stavu kulturních a kreativních odvětví v regionu jako báze pro daty podložené rozhodování

Funkční datová základna je základním odrazovým můstkem pro kvalitní plánování kulturní politiky v kraji a kvalifikované vyhodnocení naplňování strategie kultury. Pro posledně jmenovaný účel byl nastaven systém indikátorů strategie, který se daří naplňovat – některé údaje jsme měli k dispozici, jiné bylo třeba získat. Zlepšujeme dostupnost dat o kultuře pravidelným aktualizováním datových sad na webu krajských otevřených dat datakhk.cz.

Cíl 13 Atraktivní a vyprofilovaná kulturní a kreativní identita kraje

S kulturní a kreativní identitou kraje jsme pracovali, další zlepšení ale v této oblasti čeká na navazující akční plán. Pracuje se na vybudování kulturního kampusu v krajském městě, krajská kulturní progresivní řešení byla prezentována na řadě konferencí a odborných setkání v ČR i zahraničí. Potenciál kultury pro zahraniční prezentaci nebo komplexní marketingová prezentace kraje prostřednictvím kultury zatím nebyla realizována.

Cíl 14 Kvalitní architektura a veřejná prostranství, fyzické prostředí sledující současné trendy udržitelného rozvoje

Oblast kvalitní architektury a kvalitního veřejného prostoru byla řešená na úrovni kraje zřízením centra architektury. Nabídka vzdělávání pro veřejnost byla centrem v úvodním roce fungování částečně realizována. Téma vizuálního smogu a zformulování agendy umění ve veřejném prostoru jsou témata, která na svá naplnění prostřednictvím činnosti Galerie moderního umění v Hradci Králové, případně dalších partnerů, teprve čekají v dalším období navazujícího akčního plánu.

3. Analytická část

Zásadním zdrojem pro tvorbu akčního plánu byla data získaná díky projektu „Aktualizace strategických materiálů v oblasti podpory KKO v Královéhradeckém kraji“, který byl podpořen dotačním programem Ministerstva kultury České republiky z prostředků Národního plánu obnovy.

Dalšími podstatnými zdroji byly zejména Platforma pro Strategii kultury Královéhradeckého kraje, tedy každoroční setkání aktérů v oblasti kultury, v rámci kterého jsou diskutována stěžejní témata, a také to byla data získaná v rámci tvorby Konceptu nehmotného kulturního dědictví Královéhradeckého kraje.

3.1. Zpracování datových souborů – přehled poskytovatelů kreativních služeb

3.1.1. Metodologie

Prvním krokem v procesu mapování kulturních a kreativních odvětví bylo zpracování primárních kvantitativních dat z Registru ekonomických subjektů (RES) Českým statistickým úřadem. Cílem této fáze bylo vytvořit co nejúplnější celorepublikovou databázi subjektů působících v oblasti KKO na základě klasifikace ekonomických činností CZ-NACE. Tento seznam zahrnoval základní identifikační údaje subjektů včetně právní formy, velikosti dle počtu zaměstnanců, lokality působení a hlavního předmětu činnosti.

Následně došlo na úrovni kraje k revizi a čištění datového souboru a postupnému zpřesňování dat. Tento krok realizoval odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Královéhradeckého kraje ve spolupráci s Univerzitou Hradec Králové v rámci smlouvy o horizontální spolupráci a jeho cílem bylo ověřit skutečnou relevanci zařazených subjektů do oblasti KKO. Do procesu byla zapojena koordinátorka Ing. Tereza Otčenášková, BA, Ph.D. z Univerzity Hradec Králové společně se studenty a studentkami, kteří pracovali pod vedením krajského koordinátora a postupovali podle stanovené metodiky vydané Ministerstvem kultury.

Klíčovým principem při rozhodování o zařazení subjektů byl inkluzivní přístup – do kategorie KKO byly zahrnuty nejen subjekty, které jednoznačně spadají do kulturních a kreativních odvětví, ale i ty, jejichž činnost vykazuje inovativní nebo designově zaměřené prvky nebo které spadají pod KKO jen částečně. Využívaly se přitom veřejně dostupné zdroje jako ARES, živnostenský rejstřík, webové stránky jednotlivých firem, oborové databáze, a především znalost místního kontextu.

Analytická část vycházela z databáze revidované krajem a asociacemi. Tento datový soubor obsahoval 2172 subjektů KKO. Po odstranění všech duplicit jsme za kraj přidali dalších 957 subjektů KKO ze zdrojů, které jsou zmíněny dále. Celkově se tak dostáváme na 3129 subjektů KKO v Královéhradeckém kraji.

S cílem rozšířit okruh aktivních subjektů jsme seznam postupně doplňovali o subjekty z Muzea Východních Čech (především umělecká řemesla), Centra uměleckých aktivit (umělecká řemesla a výtvarné umění), galerie kreativců (galerie kreativců pro kulturní dědictví KHK /

celostátní galerie kreativců), kreativců, kteří projevili zájem přes náš web prokreativitu.cz, a dalších subjektů, které jsme postupně objevovali vlastním výzkumem na internetu nebo kteří byli doporučeni ostatními kreatívci (metoda sněhové koule). Velmi překvapivé bylo zjištění, že poměrně velké množství aktivních a pro spolupráci s KHK vhodných kreativců z celostátní galerie v původních datových souborech nefigurovala.

Revizní proces se ukázal být obzvlášť náročný v oblastech, kde dochází k překryvu nebo nejasnostem v kategorizaci. Například v oblasti architektury bylo třeba rozlišit mezi činností architektů a projektantů, ve zpracovatelském průmyslu pak mezi běžnou výrobou a činnostmi, které mají kreativní nebo designový přesah. Obdobná situace nastala i v oblasti uměleckého řemesla, kde chybí jednotné vymezení toho, co sem spadá.

Kromě základních údajů, které vyžaduje Ministerstvo kultury ČR, byly do databáze doplněny i další informace, které zvyšují její praktickou využitelnost. Patřily mezi ně zejména odkazy na sociální sítě, které v řadě případů představují jediný dostupný zdroj informací o menších subjektech. Právě tyto subjekty často nemají vlastní webové stránky ani záznamy v oficiálních databázích. Tato část sběru dat zahrnovala platformy běžně používané v České republice, jako je Facebook, Instagram, YouTube a LinkedIn.

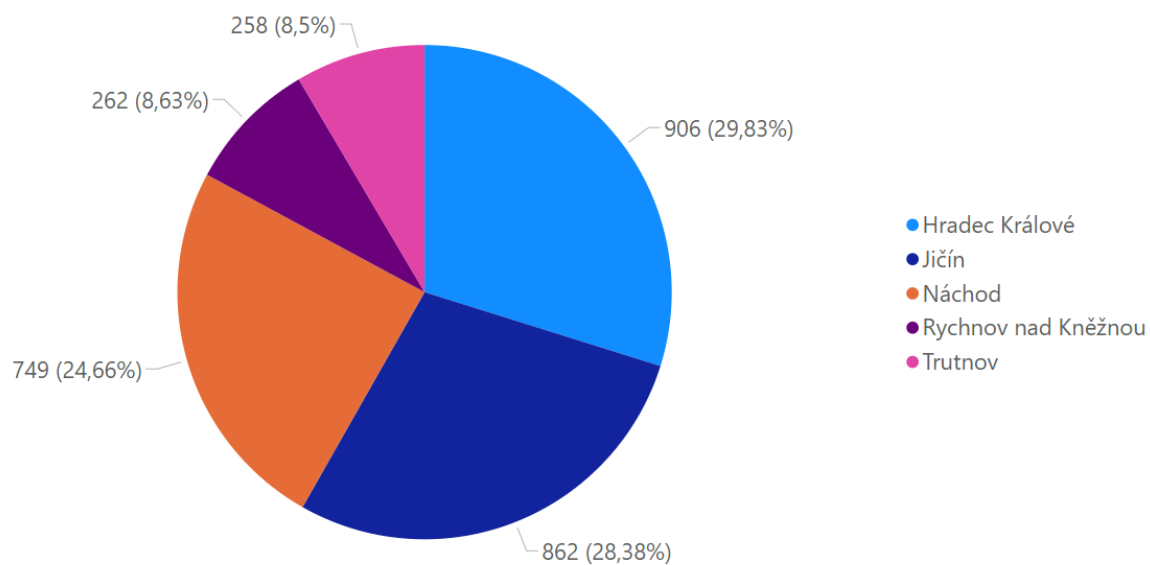
Analýza byla vedena s cílem odhalit základní charakteristiky KKO v kraji na základě několika hlavních proměnných: regionální příslušnost, jejich velikost podle počtu zaměstnanců, oblast činnosti, klasifikace podle NACE kódů (na úrovni dvou až pěti číslic) a nakonec i agregovaných finančních údajů. v dubnu 2025 obdržel odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Královéhradeckého kraje agregované finanční údaje od ČSÚ, které následně zpracoval a vytvořil relevantní vizualizace. Pro zpracování a vizualizaci veškerých dat byly využity nástroje MS Excel a MS Power BI.

Výsledkem této fáze je detailní databáze subjektů kulturních a kreativních odvětví, která tvoří základ pro další fáze mapování, kvalitativní výzkum i návrhy konkrétních podpůrných opatření v rámci krajské politiky.

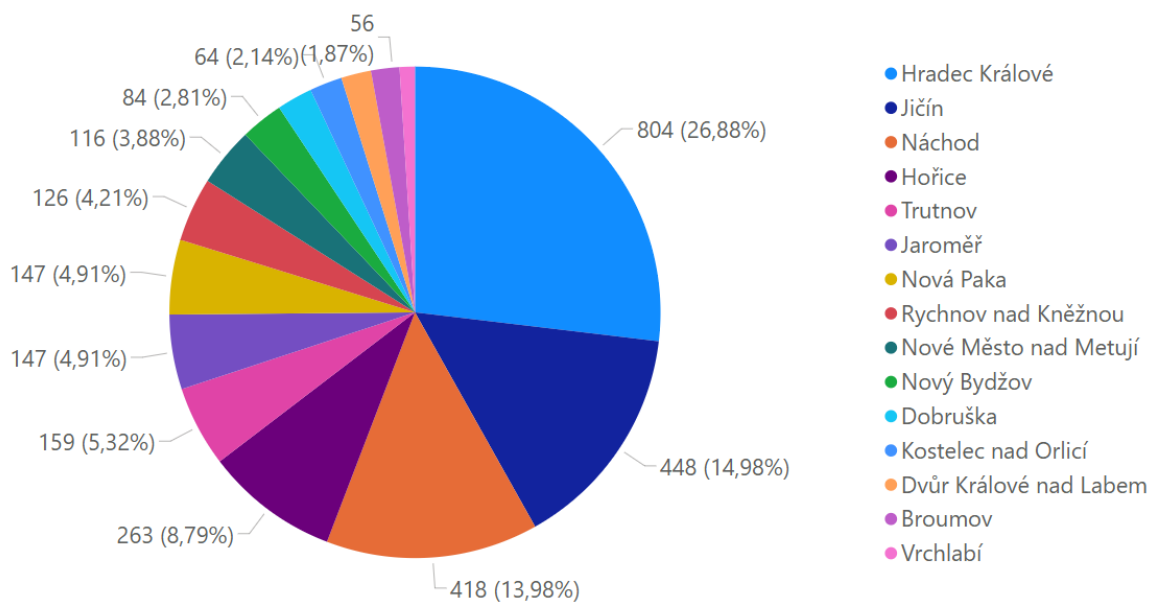
3.1.2. Výzkum

Z regionálního hlediska se největší koncentrace kreativců nachází v okresech Hradec Králové, Jičín a Náchod, které společně tvoří téměř tři čtvrtiny všech záznamů. Na úrovni obcí s rozšířenou působností je zastoupení stejné – nejvíce kreativců působí v Hradci Králové, následují Jičín a Náchod. Tyto oblasti tak představují klíčová centra KKO v kraji.

Obrázek 3 – rozdělení podle okresů

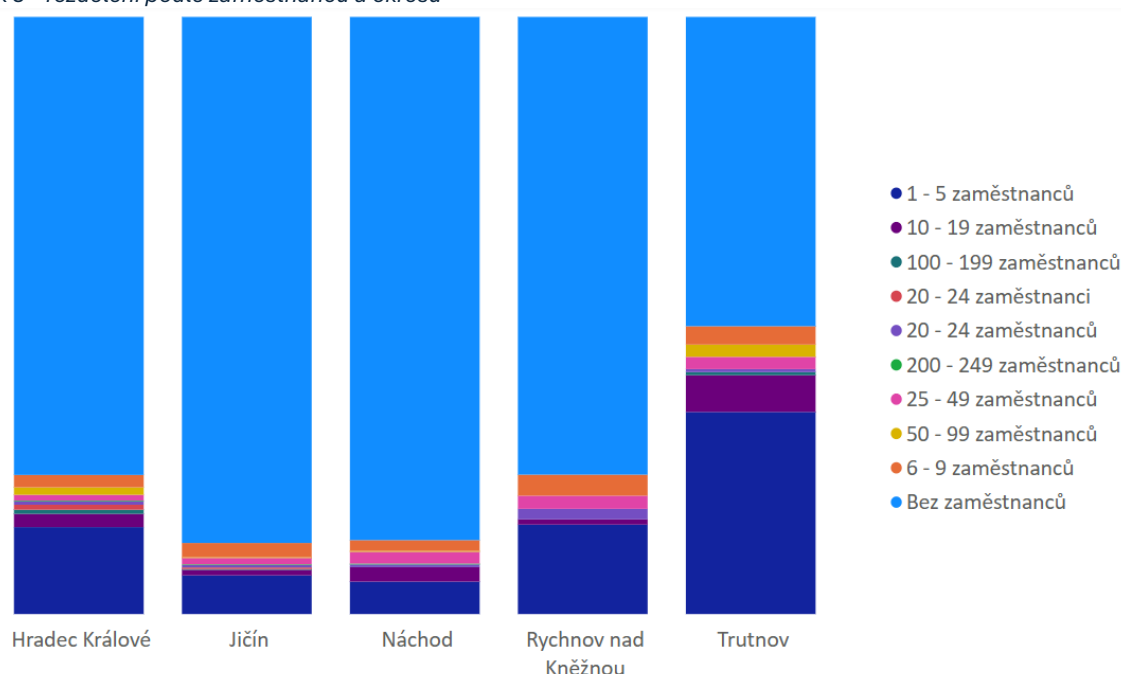


Obrázek 4 – rozdělení podle ORP



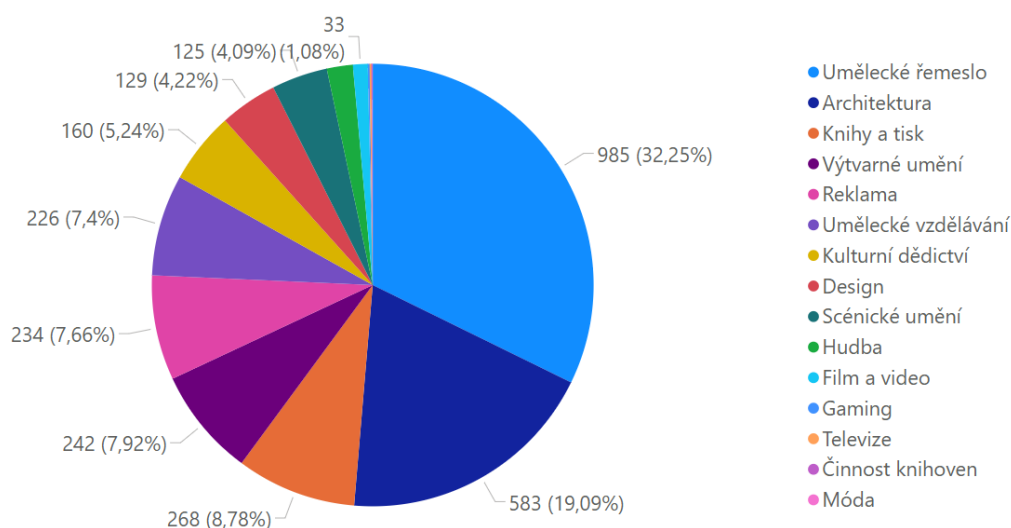
Výzkum zároveň odhalil, že naprostá většina organizací, konkrétně více než 80 %, funguje bez zaměstnanců. Pouze malá část subjektů má více než deset pracovníků, přičemž organizace s více než padesáti zaměstnanci jsou v regionu zcela výjimečné. Tento fakt potvrzuje charakter kulturních a kreativních odvětví jako domény malých, flexibilních subjektů, často tvořených jednotlivci nebo malými týmy.

Obrázek 5 – rozdělení podle zaměstnanců a okresů



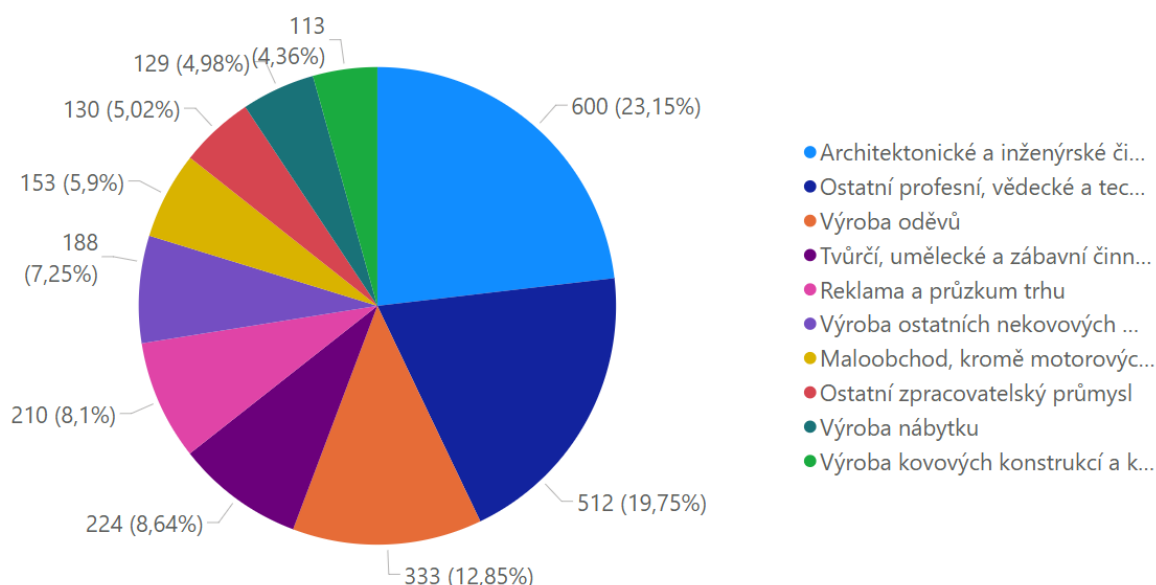
Z hlediska zaměření činnosti je nejvíce zastoupeno umělecké řemeslo, které tvoří přes 30 % subjektů, dále se významně prosazuje oblast architektury. Naproti tomu segmenty jako gaming, móda nebo televizní tvorba jsou v kraji prakticky zanedbatelné. Významná je i přítomnost subjektů působících v oblasti knih a tisku, výtvarného umění, reklamy nebo uměleckého vzdělávání.

Obrázek 6 – rozdělení podle oblastí KKO

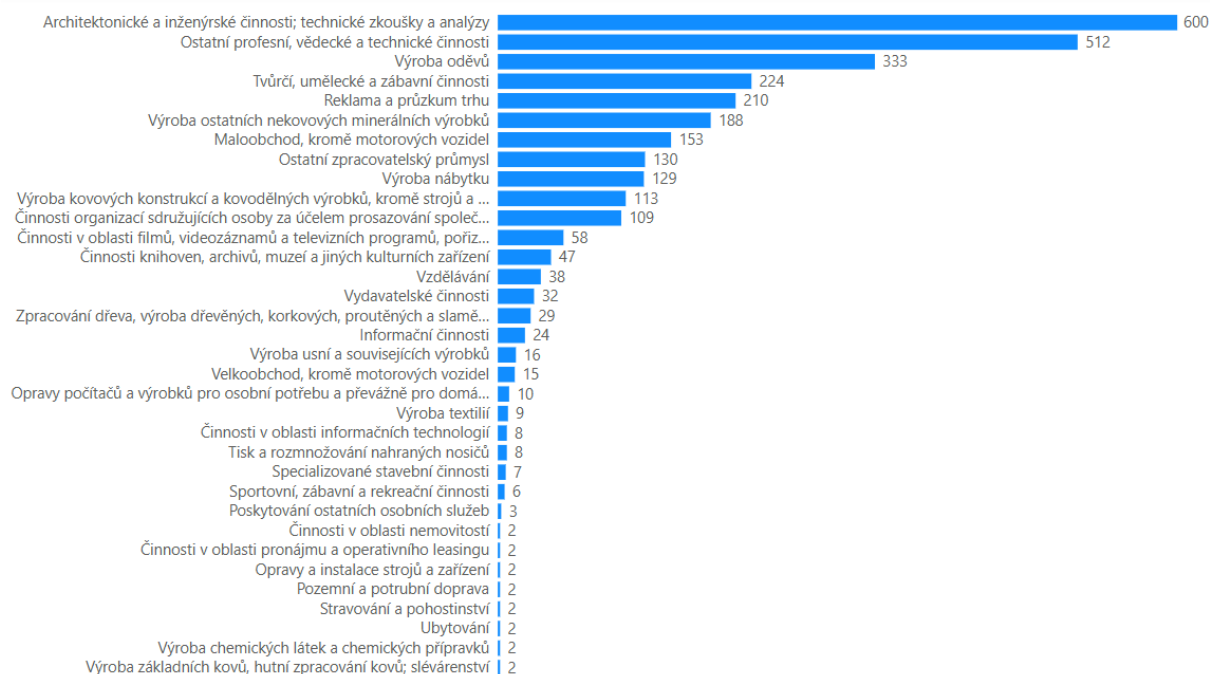


Klasifikace podle NACE kódů se s uvedenými závěry shoduje, nabízí však trochu jiný pohled díky detailnějšímu rozdělení do jednotlivých odvětví, jako je například výroba nábytku nebo provozování kulturních zařízení. Nejčastěji se vyskytují kódy 71 (architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy), 74 (ostatní profesní, vědecké a technické činnosti) a 14 (výroba oděvů).

Obrázek 7 – rozdělení podle 2místných NACE kódů (10 NACE kódů s největším zastoupením)

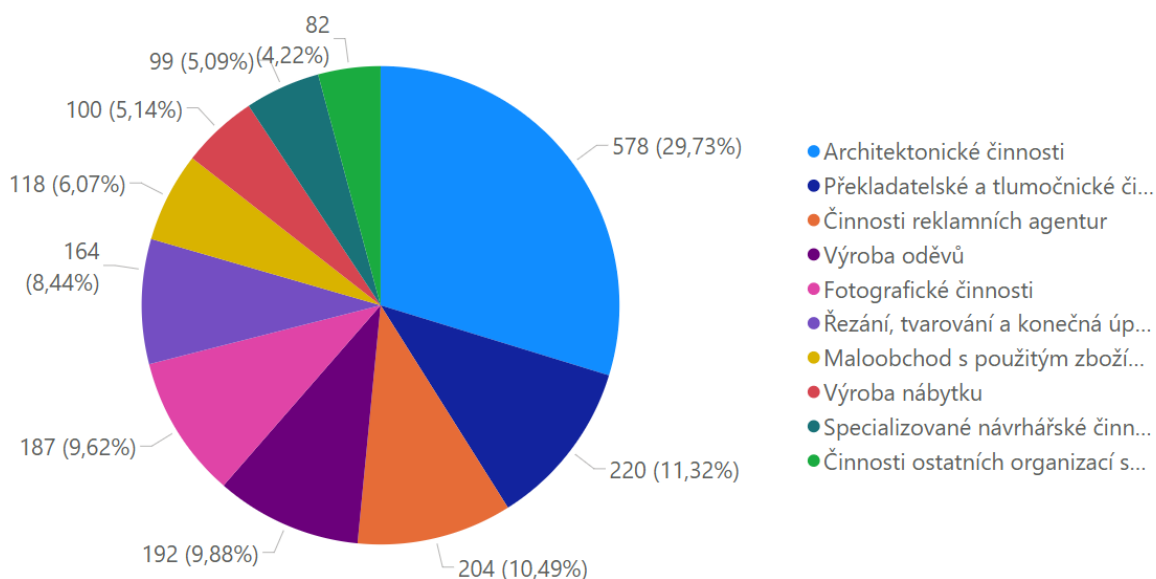


Obrázek 8 – rozdělení podle 2místných NACE kódů

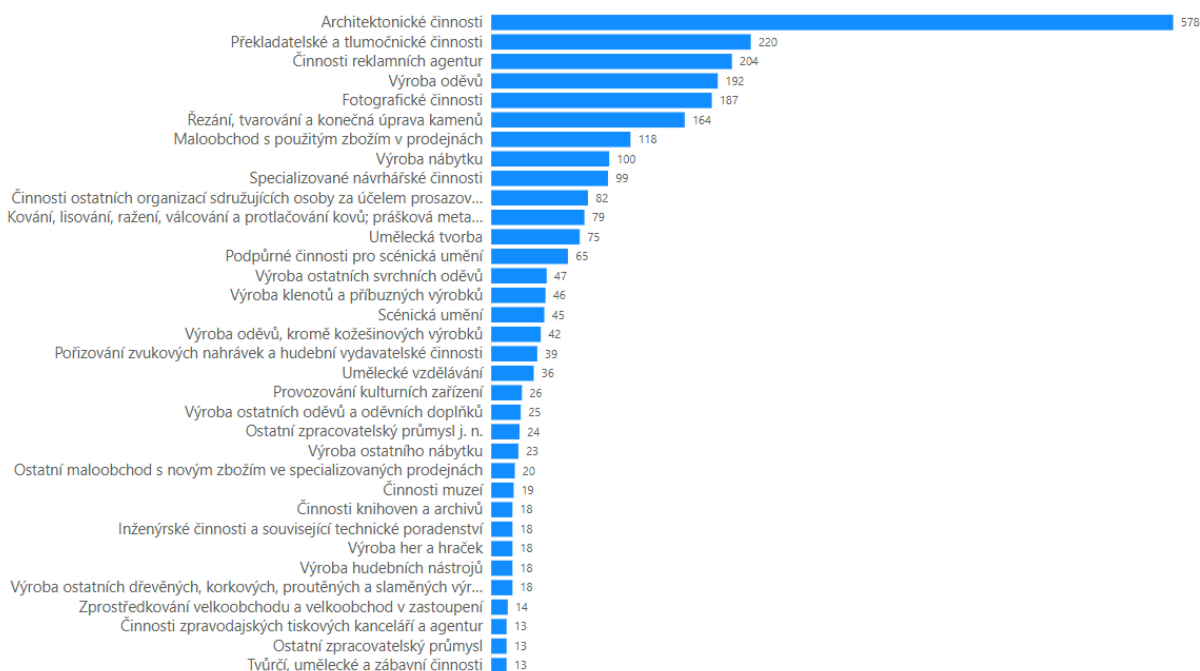


Při hlubším pohledu do pětímístných NACE kódů se ukazuje, že architektonické činnosti jsou v rámci NACE 71 zcela dominantní. Překladatelské, tlumočnické, fotografické a návrhářské činnosti patří k nejběžnějším činnostem v rámci NACE 74 a v oblasti výroby oděvů převažuje obecná výroba oděvů pod kódem NACE 14. Zde se projevuje skutečnost, že v mnoha případech nejsou v dostupných datech dostatečně vyplněny 5místné NACE kódy, a proto dochází k agregaci činností pod obecnější 2místné kódy, což omezuje detailnější rozlišení specifických řemeslných nebo kreativních aktivit v rámci tohoto, ale i dalších odvětví.

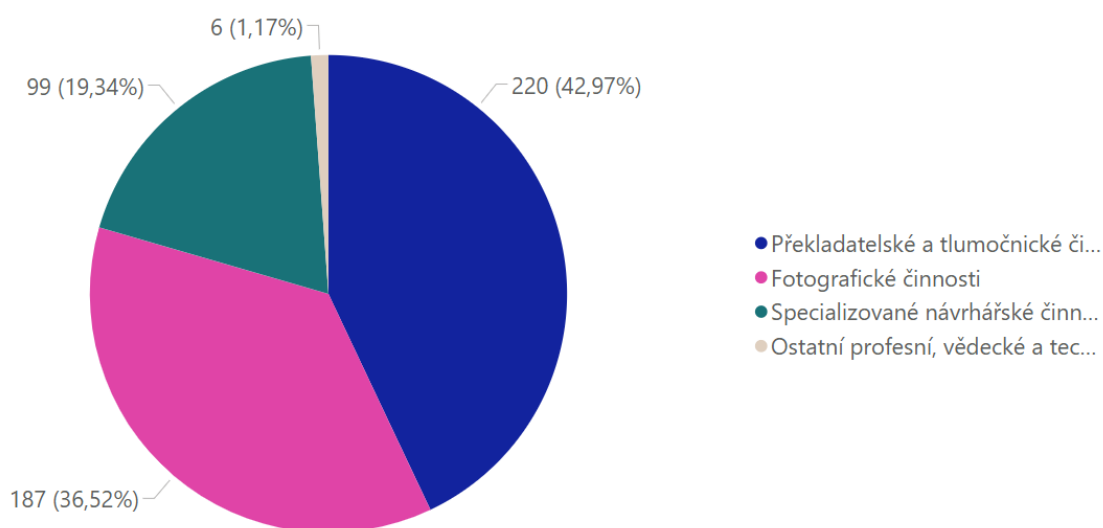
Obrázek 9 – rozdělení podle 5místných NACE kódů (10 NACE kódů s největším zastoupením)



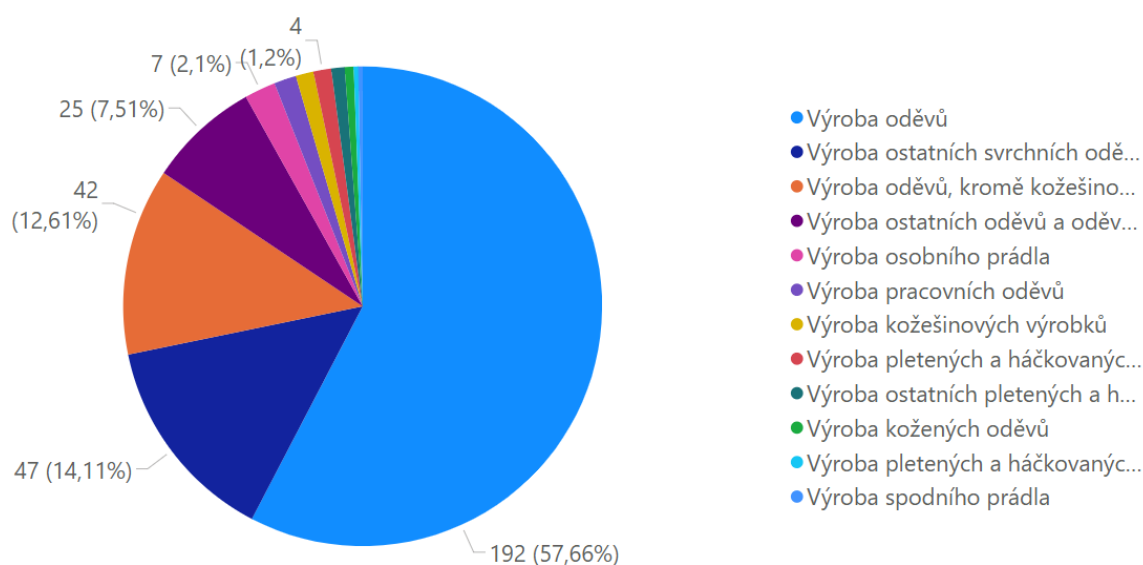
Obrázek 10 – rozdělení podle 5místných NACE kódů



Obrázek 11 – rozdělení podle NACE kódu 74



Obrázek 12 – rozdělení podle NACE kódu 74



3.1.3. Závěry

Výsledky výzkumu jednoznačně ukazují, že oblast kulturních a kreativních odvětví v Královéhradeckém kraji je tvořena převážně malými a mikro subjekty, které často operují bez zaměstnanců. Tento model odpovídá charakteru KKO jako oboru, kde hraje zásadní roli individualita, flexibilita a schopnost propojit tradiční dovednosti s inovacemi. Královéhradecký kraj by se proto měl zaměřit na tento obrovský segment, který je sice náročný na detailnější mapování, ale tvoří důležitou složku zastoupení kulturních a kreativních odvětví v jednotlivých regionech.

Pokud se zaměříme na regionální rozložení, je evidentní, že zatímco okresy Hradec Králové, Jičín a Náchod představují přirozená centra kulturních a kreativních odvětví v kraji, okresy Rychnov nad Kněžnou a Trutnov vykazují nižší koncentraci aktivních subjektů KKO. Právě v těchto okresech je proto klíčové zaměřit se na identifikaci a podporu aktérů, rozvoj infrastruktury, vzdělávacích příležitostí a vznik komunitních platforem, které mohou kreativce propojit a povzbudit jejich činnost. Cílená regionální podpora může pomoci odemknout nevyužitý potenciál těchto území a přispět k rovnoměrnějšímu rozvoji KKO v celém Královéhradeckém kraji.

Je zřejmé, že podpora KKO by měla být více systematická a strategická. Je potřeba vytvořit stabilní rámec, který zohlední různorodost a specifika jednotlivých segmentů, podpoří přístup k financím, vzdělávání, infrastruktuře i k novým technologiím. Zároveň je klíčové zviditelnit činnost subjektů KKO, například skrze kvalitní a konzistentní datové mapování, veřejné databáze nebo mapy kreativců.

Z dlouhodobého hlediska může být oblast KKO důležitým prvkem konkurenceschopnosti regionu – nejen jako sektor samotný, ale i jako partner pro průmysl, cestovní ruch, vzdělávání či sociální inovace. Je proto žádoucí, aby krajský přístup ke kulturním a kreativním odvětvím reflektoval tuto roli a adekvátně ji podporoval.

3.2. Fokusní skupiny s kreativci a organizacemi

3.2.1. Metodologie

V rámci projektu „Aktualizace strategických materiálů v oblasti podpory KKO v Královéhradeckém kraji“ proběhl v období od května do listopadu 2024 výzkum realizovaný formou fokusních skupin. Výzkum připravila a provedla Katedra sociologie Filozofické fakulty Univerzity Hradec Králové ve spolupráci s Královéhradeckým krajem v rámci smlouvy o horizontální spolupráci. Fokusní skupiny vedli PhDr. Miroslav Joukl, Ph.D. a RNDr. Mgr. Lucie Vítková, Ph.D. a ve většině případů se skupin účastnil i zástupce krajského odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu – Ing. Martin Karas, Mgr. Jakub Korda, Ph.D. a později Bc. Filip Roček.

Cílem tohoto kvalitativního šetření bylo lépe porozumět potřebám a zkušenostem aktérů kulturních a kreativních odvětví a získat přímou zpětnou vazbu od kreativců, ale i zástupců organizací, které jim poskytují nebo mohou poskytovat podporu. Výzkum měl také ambici odhalit silné a slabé stránky současného stavu a identifikovat nástroje, které mohou vést k efektivnímu rozvoji tohoto odvětví na krajské úrovni.

Fokusní skupiny byly zvoleny jako jedna z metod právě pro svou schopnost zachytit živou diskusi a kontextové nuance názorů a zkušeností účastníků. Formát menších skupin se ukázal jako mimořádně vhodný pro naše účely – umožnil účastníkům otevřeně sdílet své zkušenosti, hodnoty, motivace a překážky, se kterými se v praxi setkávají. Vzájemné interakce mezi kreativci i s moderátory navíc často vedly k identifikaci nových témat, která by ve standardizovaných dotazníkových šetřeních zůstala skryta.

Celkem se uskutečnilo sedm fokusních skupin. První skupina, realizovaná v květnu 2024, byla určena pro zástupce organizací (regionálních rozvojových agentur, kulturních institucí, krajských odborů a podpůrných center jako CIRI). Tato skupina zároveň napomohla finalizovat

metodický rámec pro další diskuse. Následovalo pět setkání s kreativci v jednotlivých okresních městech kraje (Jičín, Rychnov nad Kněžnou, Náchod, Trutnov a Hradec Králové). Na závěr proběhla sedmá, finální fokusní skupina opět v Hradci Králové. Ta sloužila k doplnění chybějících perspektiv a zajištění rovnováhy podle oblastí působnosti i demografických charakteristik účastníků.

Díky tomuto přístupu vznikl bohatý a pestrý soubor dat, který autenticky odráží reálné potřeby kulturního a kreativního sektoru v Královéhradeckém kraji a stává se tak pevnou základnou pro formulaci doporučení a navrhovaných opatření v oblasti podpory KKO.

3.2.2. Výzkum

Respondenti potvrdili, že kulturní a kreativní odvětví přináší regionu vysokou přidanou hodnotu. Umožňují seberealizaci talentovaných lidí a podporují inovace v různých oborech, čímž přispívají k tvorbě kvalitních produktů i služeb. KKO také obohacují veřejný život, jako je setkávání občanů a volnočasové vyžití, a zvyšují atraktivitu regionu pro cestovní ruch. s kulturními a kreativními odvětvími mají spojený výrazný růstový potenciál a vazbu na regionální tradice.

Organizace i kreativci uvedli celou řadu podpůrných opatření, která již fungují. Například kreativní vouchery, inkubační programy, soutěže (konkrétně Creative Business Cup) nebo zprostředkování kontaktů formou síťování. Dále se zmiňovaly aktivity pro zvýšení povědomí – přehlídky amatérského i profesionálního umění, výstavy, Dny otevřených ateliérů nebo podcasty (například projekt Rozsvíťme KHK s motivačními osobnostmi).

Význam kulturních akcí a veřejných prezentací je z hlediska kreativců zásadní. Dvanáctiletá tradice Dnů otevřených ateliérů je krásným příkladem, kdy kreativci otevírají veřejnosti své ateliéry a předvádějí proces tvorby. Respondenti poukazovali na možnosti lepší propagace kreativců přes stávající organizace, jako je divadlo Drak nebo Centrum uměleckých aktivit. Zvýšit viditelnost KKO v médiích a turistických průvodcích by mělo přilákat větší zájem veřejnosti a posílit image kreativity v kraji.

Respondenti dále zdůraznili nedostatek vhodných prostor (kulturních a kreativních center, klubů, dílen či zkušeben), komplikace v získávání dlouhodobějších zdrojů a bariéry ve formě byrokratických překážek. Navrhli rozšíření materiálně-technického zázemí pro kulturu (například filmové střižny, ateliéry), systematictější financování místo jednorázových grantů a nutnost centrálního koordinátora či partnera, který by měl přehled o jednotlivých dotacích a mohl by poskytnout potřebnou podporu.

Respondenti si cení nabídky specializovaných kurzů a workshopů. Pozitivně hodnotili např. kurz pro kulturní pracovníky (marketingový trénink), který jim „dal nový náboj“ a rozvinul manažerské dovednosti. Stejně tak kreativní koučink byl považován za přínosný impuls pro kariéru jednotlivců. Mezi další potřeby patří pravidelná školení v oblasti digitálního marketingu, vedení projektů či prezentačních dovedností, ale také propojování kreativity s výukou ve školách. Respondenti doporučují rozšířit nabídku takových kurzů, ideálně v kombinaci s propojením na praxi a budování sítí.

Mnozí kreativci zdůraznili význam navazování na místní kulturu a řemesla. Zmiňovali, že jejich činnost je motivována i potřebou uchovat řemeslo a navázat na tradiční rukodělnou tvorbu.

Například amatérské sbory a divadla v regionu mají úžasnou tradici, která podle nich stále žije a do níž zasahují. To naznačuje příležitost využít folklor a historické řemeslné postupy v inovativní tvorbě KKO, například tradiční motivy v moderním designu či řemeslech. Zároveň památky a kulturní akce uchováající dědictví mohou doplňovat nabídku pro kreativce i veřejnost.

3.2.3. Závěry

Kulturní a kreativní centra a prostory pro kreativce

Z výzkumu vyplývá, že respondenti považují za velmi důležité prostory k tvorbě a rozvoj platform pro spolupráci a síťování. Jako řešení se proto nabízí podpořit sdílené dílny v kraji a kulturní a kreativní centra ve větších městech. Tento nástroj by měl plnit více funkcí a reagovat na opakovaně zmiňované potřeby ze strany aktérů v kulturním a kreativním sektoru. v první řadě by měl umožnit vznik odpovídající infrastruktury – sdílené ateliéry, zkušebny, filmové střižny, dílny či další specializované prostory, které v současnosti v mnoha regionech chybí. v neposlední řadě by mohly prostory plnit vzdělávací funkci a systematicky nabízet kurzy zaměřené na rozvoj manažerských a podnikatelských dovedností či lektorství. Tímto způsobem by takové prostory napomáhaly dlouhodobému rozvoji KKO v regionu, podporovaly profesní růst jednotlivců i organizací a přispívaly k lepšímu propojení kreativců, institucí a veřejné správy.

Inkubační programy pro vznik spolků a hubů

Respondenti volali po systematické podpoře začínajících kreativců ve formě regionálního inkubátoru či voucherových programů pro kreativce. Inkubátor by mohl nabízet mentoring, ale také přístup k financím a kontaktům. Součástí může být platforma spojující začínající autory s průmyslovými partnery či investory. Paralelně by měla krajská správa usnadnit zakládání spolků a kreativních hubů (např. snížením byrokracie při získávání prostoru či grantů). Tyto kroky vycházejí z potřeb respondentů, kteří touží po rychlejším propojení subjektů KKO, sdílení zkušeností a prostorech vhodných k jejich činnosti.

Podpora akcí propagujících KKO

Z výzkumu vyplynulo, že pravidelné kulturní události – od festivalů a výstav až po Dny otevřených ateliérů a Creative Business Cup – jsou klíčové pro popularizaci KKO. Zájem by byl o dlouhodobé grantové schéma či místní fondy cílené na kulturní projekty s méně složitým administrováním. Kraj by měl investovat do dostupných veřejných prostor a technického zázemí pro pořádání akcí. Důležité je také koordinovat kalendář akcí a aktivně podporovat nové výstavy či festivaly, aby se návštěvníkům dostávalo včasných informací. Systémové řešení může zahrnovat i partnerství s cestovním ruchem, podpora kulturních akcí pak multiplikuje atraktivitu kraje.

Atraktivní mediální obraz kreativců

Na základě výpovědí respondentů je žádoucí věnovat zvýšené úsilí PR. Zejména je třeba aktivně prezentovat práci místních tvůrců a úspěšných projektů v regionálních médiích (noviny, rádio, internetové kanály, katalogy). Kulturní instituce lze koncentrovat jako centrály kreativity a společně propagovat. Vhodné jsou také tematické PR kampaně a networkingové akce, které zlepší veřejné povědomí o KKO (například propagace výstav či videa o tvorbě na sociálních sítích). Tato doporučení vycházejí ze zpětné vazby, že viditelnost kreativců je dnes nízká

a potřebuje koordinační strategii. Jako forma propagace KKO zazněla i podpora přehlídek amatérského a profesionálního umění, ale také větší zaměření na gaming, kterému se nedostává takové pozornosti jako ostatním oblastem KKO.

Vzdělávání kreativců

Ze zkušeností respondentů je zřejmé, že další rozvoj tvůrců podporuje právě vzdělávání. Jednou z cest by mohlo být navýšení nabídky kurzů a workshopů zaměřených na řízení projektů, marketing, technologie a lektorskou praxi. Kraj by mohl finančním příspěvkem podporovat účast na školeních, které podle kreativců „dávají nový náboj“ a posouvají je v kariéře. Dále je vhodné zprostředkovat spolupráci kreativců se školami a umožnit zkušeným tvůrcům přednášet studentům či vést praxi. Taková propojení podle účastníků posilují obě strany a udržují přenos znalostí. Kraj by měl také systematicky podporovat celoživotní vzdělávání v KKO, například formou pravidelných konferencí či sdílení osvědčených praxí.

Zachování kulturního dědictví

Respondenti vidí kreativní odvětví jako prostředek k uchování místních tradic. Jedním z řešení by proto mohlo být zapojení památkových a folklorních aktivit do rozvojových programů KKO. Konkrétně lze podporovat projekty, které kombinují tradiční řemesla s moderním designem. Programy podpory by měly pokrývat i inovativní projekty z oblasti kulturního dědictví, ale i kurzy obnovy řemesel a osvětu pro mladé. Respondenti naznačili, že tradice amatérského divadla či sborového zpěvu jsou silnou součástí lokální identity. Těmito kroky se zajistí, že lokální dědictví bude atraktivním podhoubím pro kulturní a kreativní sektory.

Koordinátor

Ve fokusních skupinách několikrát zazněla potřeba ústředního koordinátora, na kterého by se mohli kreativci obracet. Velmi častým problémem aktérů KKO byla nepřehlednost všech možných programů a dotací, které jsou navíc nabízeny různými institucemi (KHK, CIRI, CzechInvest atd.). Koordinátor by měl za úkol nasměrovat kreativce správným směrem a nabídnout lepší přehled o nabídkách jednotlivých kulturních institucí.

3.3. Hloubkové rozhovory s kreativními řemeslníky

3.3.1. Metodologie

Kvalitativní výzkum zaměřený na umělecká řemesla v Královéhradeckém kraji byl realizován mezi říjnem 2024 a únorem 2025. v rámci smlouvy o horizontální spolupráci se výzkumu věnoval odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, konkrétně vedoucí odboru Mgr. Kateřina Churtajeva, za Filozofickou fakultu Univerzity Hradec Králové doc. PhDr. Marek Jakoubek, Ph.D. et Ph.D. a za Univerzitu Karlovu doc. Mgr. Lenka Jakoubková Budilová, Ph.D. Hlavní metodou sběru dat byly hloubkové polostrukturované rozhovory s 18 řemeslníky z celého kraje, kteří zastupovali různé obory i geografické části regionu, od tradičního kovářství přes keramiku a textilní tvorbu až po design, tkalcovství či výrobu hudebních nástrojů. Cílem bylo postihnout diverzitu forem umělecké tvorby i různorodé provozní a ekonomické podmínky.

Rozhovory byly vedeny přímo v dílnách respondentů, zaznamenány, přepsány a následně analyzovány metodou otevřeného kódování. v rámci výzkumu proběhlo i zúčastněné pozorování, doplňková rešerše na sociálních sítích a veřejných databázích a terénní návštěvy

v místech řemeslné činnosti. Výzkumný tým zohlednil také regionální specifika s důrazem na oblasti mimo hlavní centra, jako jsou Rychnov nad Kněžnou nebo Trutnov, kde jsou kreativní aktivity často méně viditelné, ale zároveň zásadní pro regionální kulturní ekosystém. Výzkumníci se snažili začlenit všechny regiony kraje až na úroveň ORP.

Cílem kvalitativního výzkumu, realizovaného v rámci mapování kulturních a kreativních odvětví v Královéhradeckém kraji, bylo hlubší porozumění podmínkám, ve kterých dnes působí jednotlivci a malé kolektivy věnující se uměleckým řemeslům a dalším formám kreativní činnosti. Výzkum se zaměřil na řemeslníky, kteří svou činnost vykonávají buď jako hlavní výdělečné zaměstnání, vedlejší příjem, nebo jako intenzivní volnočasovou aktivitu s veřejným přesahem. Záměrem bylo nejen zmapovat jejich současnou situaci, ale i identifikovat klíčové překážky, které jim brání v rozvoji, a hledat možnosti systémové podpory na úrovni kraje.

Jedním z hlavních témat bylo zjištění, jaké mají kreativci v kraji pracovní a provozní podmínky. Výzkum zkoumal, jaké prostory mají k dispozici pro svou činnost, jaké jsou jejich technické a materiálové zázemí, jakým způsobem financují své aktivity a jaké formy podpory považují za potřebné či žádoucí. v rámci tohoto okruhu byly identifikovány i překážky, se kterými se potýkají, od nedostatku prostoru a financí přes složitou byrokracii až po omezené možnosti marketingu, síťování či spolupráce s veřejnou správou.

Druhou oblastí zájmu bylo předávání tradice a znalostí. Výzkum se ptal, jakým způsobem se řemeslné dovednosti v současnosti předávají – zda přetrvává mezigenerační přenos v rodinách, jakou roli hrají formální vzdělávací instituce jako střední školy a základní umělecké školy, a do jaké míry je tradice uchovávána či transformována pomocí nových technologií, digitálních nástrojů a komunitních aktivit. Zkoumáno bylo také, jak kreativci sami vnímají hodnotu tradice a jak ji propojují s inovací.

Třetí tematický okruh se zabýval vztahem řemeslníků k regionu. Cílem bylo zjistit, zda a jak se jejich tvorba váže ke konkrétnímu místu – například prostřednictvím používání lokálních materiálů, vazby na místní historii či kulturní dědictví – a zda v regionu dochází ke koncentraci určitých typů řemesel. Výzkum hledal známky tzv. „klastrování“, tedy geografické soustředěnosti řemeslné činnosti do určitých oblastí kraje, ať už historicky daných, nebo nově vznikajících.

Celkově byl výzkum navržen tak, aby poskytl kraji konkrétní podklady pro tvorbu strategických a rozvojových opatření v oblasti uměleckých řemesel založených na reálných potřebách tvůrců. Díky propojení praktických a teoretičtějších výzkumných otázek vznikl ucelený obraz o stavu, problémech i potenciálu kreativního řemeslného prostředí v Královéhradeckém kraji.

3.3.2. Výzkum

Z výzkumu vyplynulo, že kreativní řemeslná činnost je pro většinu respondentů hluboce smysluplnou, avšak často ekonomicky i organizačně náročnou aktivitou. Oslovení respondenti popisovali svou práci jako osobně naplňující, ale zároveň časově intenzivní a finančně nestabilní. Většina z nich nemá trvalý přístup k veřejné podpoře a kreativní tvorba nepředstavuje vždy jejich hlavní zdroj obživy.

Z hlediska formy působení byly identifikovány tři základní typy aktérů: profesionálové, kteří se řemeslem živí; poloprofesionálové, kteří kombinují tvůrčí činnost s jiným zaměstnáním (často

ve školství nebo vzdělávání); a neprofesionální řemeslníci, pro které má činnost osobní nebo komunitní význam, i když z ní neplyne přímý ekonomický zisk.

Řemeslníci rovněž často navazují silné vazby na region. Vnímají svou práci jako součást kulturní identity kraje, která přesahuje ekonomický rámec. Některé oblasti, např. Orlické hory, Broumovsko nebo Podkrkonoší, se jeví jako místa s větší koncentrací kreativců, což může být důsledkem historické tradice i příznivého komunitního prostředí. Respondenti často projevovali přání sdílet své zkušenosti nebo nabírat zkušenosti napříč regiony, a dokonce i mezinárodně, ale kapacitně či organizačně takové aktivity často nezvládají realizovat. v tomto kontextu se ukázala jako důležitá potřeba organizovat networkingová setkání a tematické festivaly nebo akce, kde by se mohli jednotliví řemeslníci potkávat, vyměňovat zkušenosti a navazovat spolupráci.

Velkým tématem se stává otázka prostoru – mnozí kreativci uváděli, že by uvítali možnost pronájmu ateliérů či dílen od obce či města za zvýhodněných podmínek, někteří už naopak v takových prostorách sídlí. Rovněž zaznívala potřeba vzniku kreativních hubů nebo sdílených dílen, které by fungovaly jako komunitní centra nejen pro práci, ale i pro vzdělávání, setkávání a prezentaci tvorby veřejnosti.

Za významnou překážku považují kreativci byrokracii. Mnozí řemeslníci vnímali státní kontrolní mechanismy jako přehnané, často neadekvátně uplatňované bez znalosti specifik oboru. Zmínky padaly zejména v oblasti keramiky, kde se vyžaduje testování výrobků na kontakt s potravinami, což je finančně i logisticky náročné. Tato administrativa působí demotivačně zejména na malé výrobce.

Otázka vzdělávání a předávání tradic ukázala, že formální školství hraje v procesu uchovávání řemesel významnou roli. Zároveň však mnoho dovedností vzniká a předává se neformálně – v rodinách, přes kurzy a workshopy, online platformy nebo prostřednictvím komunitního učení. Právě tyto formy jsou dnes nejčastějším způsobem, jak se k řemeslu dostává mladší generace nebo zájemci z řad široké veřejnosti. Respondenti proto doporučují vytvořit systém podpory pro tyto aktivity. Zároveň navrhuji navázání užší spolupráce se základními uměleckými školami, středními školami a centry volného času, případně vytvoření nových komunitních řemeslních center. To by mohlo vést k oživení některých ubývajících oborů nebo vytvoření nových forem propojení tradičního řemesla s moderním designem.

Dalším poznatkem výzkumu je i zjištění, že tradiční jarmarky a přehlídky dnes již neplní roli hlavního prodejního místa. Řemeslné výrobky vyšší kvality nacházejí své zákazníky především online – přes e-shopy, sociální sítě nebo platformy typu Fler.cz. Řada respondentů vyjádřila potřebu získat podporu v oblasti online propagace, zejména při nastavování SEO, práci s nástrojem Google Analytics, tvorbě kvalitní fotografie produktu, zakládání recenzních systémů nebo vytváření map kreativců. Prodej je podle jejich slov „nejtěžší disciplínou“ celého procesu, právě zde je zapotřebí odborné podpory a konzultací.

Zaznívala i potřeba vytvoření online katalogu nebo portálu, který by soustředil informace o uměleckých řemeslnících v kraji a zároveň fungoval jako prodejní i informační platforma. Tento katalog by mohl být napojen na regionální branding, který by podpořil jednotnou vizuální identitu a důvěru spotřebitelů ve výrobky z kraje. s tím souvisí i volání po systému certifikace kvality, který by označoval regionální řemeslné výrobky zaručující autenticitu a odbornost.

3.3.3. Závěry

Z provedeného výzkumu vyplývá, že umělecká řemesla v Královéhradeckém kraji představují dynamický, avšak z hlediska podpory nedostatečně uchopený segment kulturních a kreativních odvětví. Tato oblast je tvořena převážně jednotlivci a malými týmy, kteří čelí strukturálním bariérám v přístupu k prostorům, financím, trhu i odborné pomoci. Současně však vykazují vysoký potenciál pro rozvoj regionální ekonomiky, komunitní soudržnosti i kulturní identity. Aby tento potenciál mohl být plně využit, je třeba vytvořit systémová opatření, která budou reflektovat konkrétní potřeby těchto aktérů a propojí je s veřejnou správou, školstvím, cestovním ruchem i digitální ekonomikou.

Zásadní výzvou zůstává dostupnost prostorů – je třeba vytvořit podmínky pro vznik a udržení ateliérů, dílen a kreativních hubů. Obce a kraj by měly aktivně vstupovat do tohoto procesu prostřednictvím nabídky prostorů za zvýhodněných podmínek nebo podporou iniciativ, které vedou ke vzniku sdílených dílen. Dále je nezbytné nastavit jednoduché a efektivní formy podpory a snížit administrativní zátěž spojenou s žádostmi o podporu. Vedle toho je důležité posílit digitální dovednosti řemeslníků a nabídnout jim asistenci v oblasti marketingu, prodeje a práce s daty, například formou vzdělávání, kurzů nebo expertního poradenství.

Online platforma sdružující řemeslníky by mohla sloužit jako základ pro propagaci regionální produkce, podporu značky „řemeslný region Královéhradecký kraj“ a vytvoření systému certifikace kvality. Součástí by mohla být i mapa kreativců/řemeslníků, mohlo by se tak navázat na výzkum a pokračovat v aktualizaci databáze kreativců/řemeslníků, včetně identifikace nových aktérů a sledování vývoje v jednotlivých okresech a ORP. Do tohoto rámce by mělo být zahrnuto i propojování s kulturní a turistickou strategií kraje – skrze tematické stezky, expozice, prezentace v krajských institucích a podporu zážitkového turismu. Řemesla by se tak stala nejen kulturní, ale i ekonomickou součástí regionálního rozvoje.

Velký význam má také vzdělávání. Kraj by měl podporovat aktivity, které předávají tradiční dovednosti nové generaci – ať už ve spolupráci se školami, nebo formou komunitních programů, dílen a workshopů. Vznik komunitních center zaměřených na řemeslnou výuku by mohl propojit místní know-how, potřeby obcí i současné trendy v designu a udržitelném podnikání.

Dalším faktorem, který řemeslníci považují za zásadní, je síťování a propojování, například prostřednictvím platformy, která by umožňovala sdílení kontaktů, zkušeností i spolupráci na zakázkách. Řemeslníci dále vyzdvihují přínos tematických spolků a cechů, které se stávají regionálními centry konkrétních řemesel. Vznik takových spolků by tak podpořil regionální rozvoj z ekonomického i komunitního hlediska. Zazněly i hlasy po podpoře účasti regionálních tvůrců na mezinárodních projektech, výměnných pobytech nebo tvůrčích rezidencích, včetně pomoci se spolufinancováním či logistikou.

Napříč výzkumem se rovněž ukázalo, že síťování, výměna zkušeností a budování vztahů mezi řemeslníky, institucemi, MAS, destinačními společnostmi a zahraničními partnery představují zásadní krok ke zvýšení stability a dlouhodobé udržitelnosti tohoto odvětví. Umělecká řemesla tak nejsou jen nositeli tradice, ale také hybatelem inovací a jedinečným prvkem regionální identity, který si zaslouží cílenou, systematickou a dlouhodobou podporu.

3.4. Výzkum kulturního chování obyvatel Královéhradeckého kraje

3.4.1. Metodologie

Výzkum byl navržen jako reprezentativní kvantitativní šetření zaměřené na zmapování kulturního chování, preferencí, motivací, bariér a vztahu ke kulturním a kreativním odvětvím mezi obyvateli Královéhradeckého kraje. Výzkum navazuje na obdobné studie realizované v Praze a Ostravě, což umožňuje nejen regionální srovnání, ale i využití osvědčených metodických přístupů.

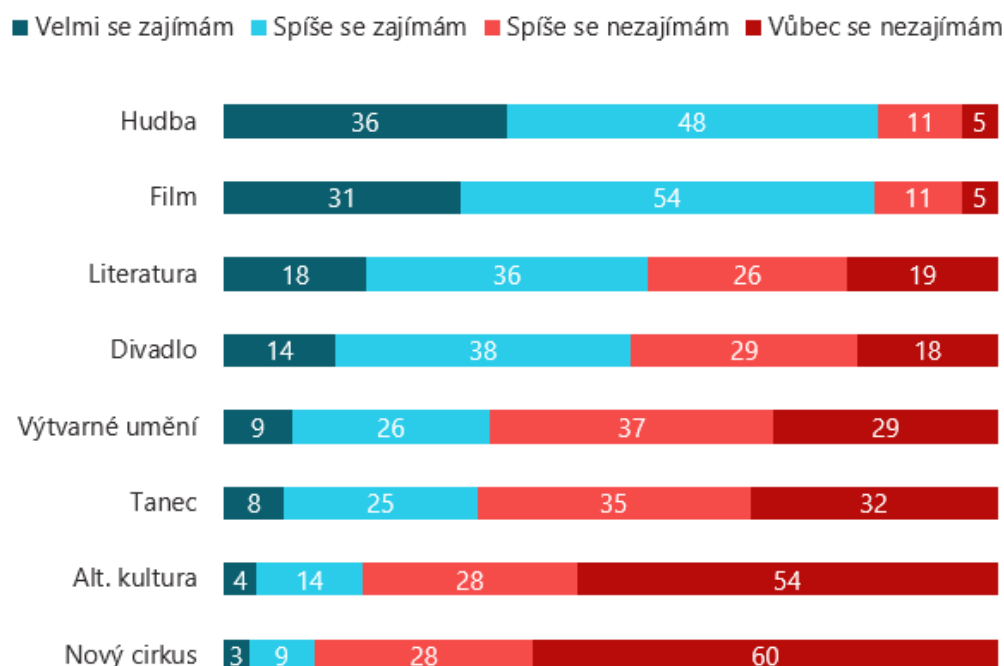
Sběr dat probíhal kombinací dvou metod: osobních rozhovorů formou CAPI (Computer Aided Personal Interviewing), které byly realizovány prostřednictvím přímého kontaktu s respondentem, a online dotazování metodou CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), kde respondenti vyplňovali elektronický dotazník v prostředí zajišťujícím validitu odpovědí. Výběrový soubor tvořilo celkem 1317 respondentů. z tohoto počtu bylo 530 rozhovorů realizováno osobně a 787 prostřednictvím online panelu.

Dotazníkové šetření probíhalo mezi 11. únorem a 10. březnem 2025. Vzorek byl vyvážen tak, aby odpovídal sociodemografické struktuře kraje, a to dle pohlaví, věku, vzdělání, ekonomického postavení, velikosti místa bydliště a vzdálenosti od okresního města. Průměrná délka vyplnění dotazníku byla 23 minut. Tato metodologická přísnost zajišťuje vysokou validitu a relevanci výsledků pro strategické rozhodování v oblasti kultury.

3.4.2. Výzkum

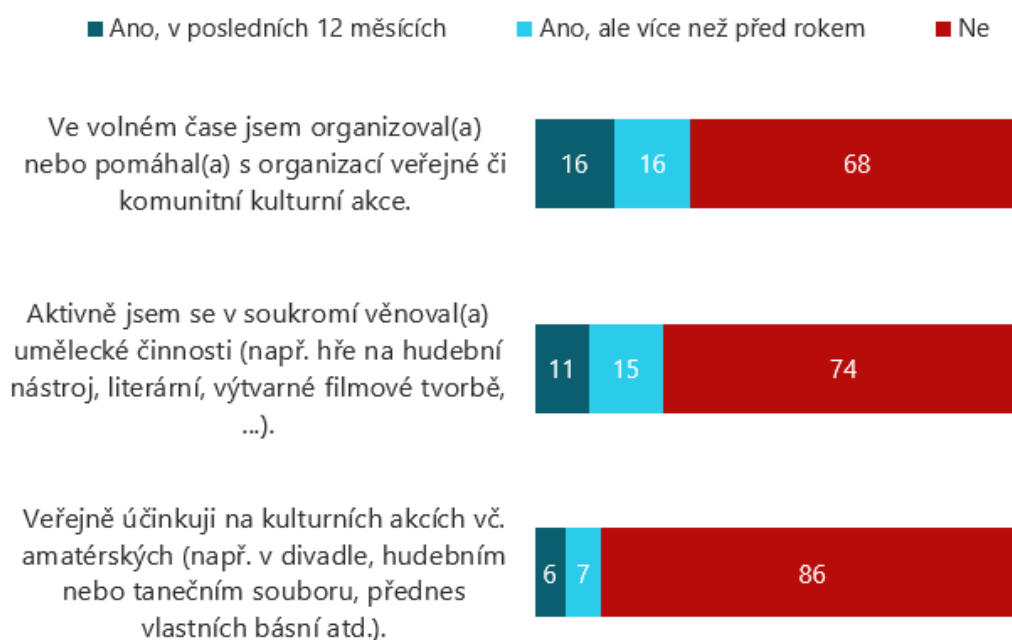
Výzkum potvrdil, že kulturní život v Královéhradeckém kraji je živý, rozmanitý, ale zároveň čelí výzvám, které je nutné řešit cílenou strategií. Nejvyšší míru zájmu obyvatelé kraje projevují o hudbu a film, přičemž hudba je preferovaná napříč věkovými skupinami, zatímco zájem o film se koncentruje zejména u mladších obyvatel. Výrazné rozdíly se objevují mezi jednotlivými sociodemografickými skupinami – například ženy se častěji zajímají o divadlo, literaturu a výtvarné umění, zatímco muži dávají přednost hudbě, filmu a akcím s technologickým přesahem.

Obrázek 13 – zájem o kulturu



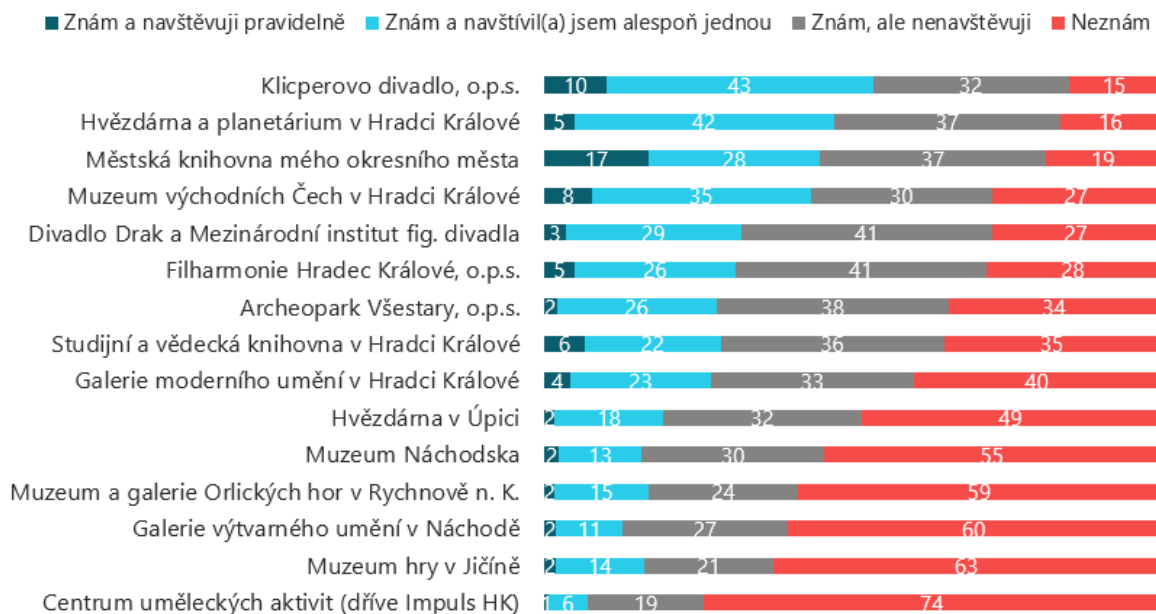
Kultura se do života obyvatel promítá nejen formou pasivní účasti, tedy návštěvou koncertů, divadel nebo výstav, ale také aktivním zapojením. Více než třetina respondentů se někdy podílela na organizaci kulturní akce a přibližně čtvrtina uvedla, že se soukromě věnuje umělecké činnosti. Tyto aktivity jsou však významně ovlivněny věkem, vzděláním a materiálním zabezpečením. Nejaktivnější jsou mladí lidé a studenti, zatímco senioři se angažují méně. Zajímavostí je vyšší míra zkušenosti s organizací kulturních akcí v malých obcích.

Obrázek 14 – aktivní zapojení do kultury



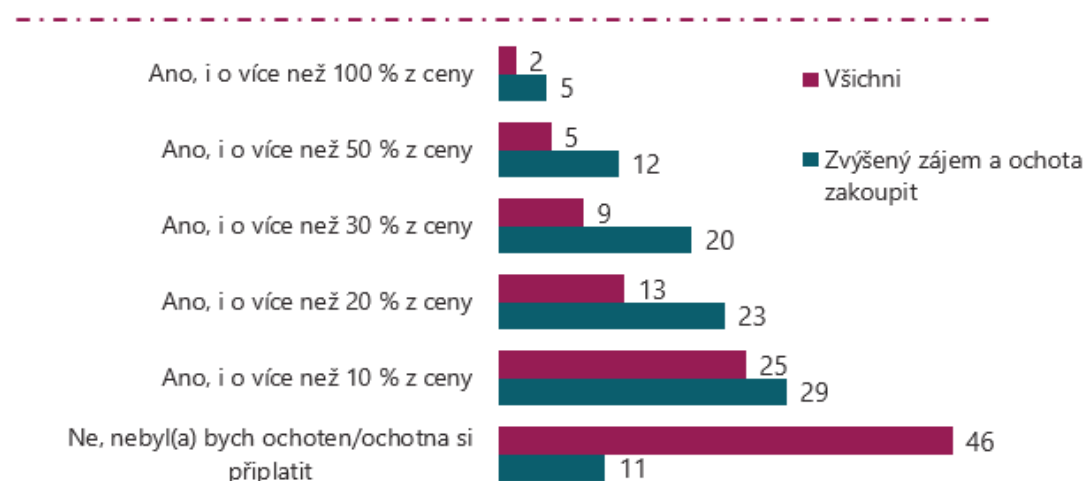
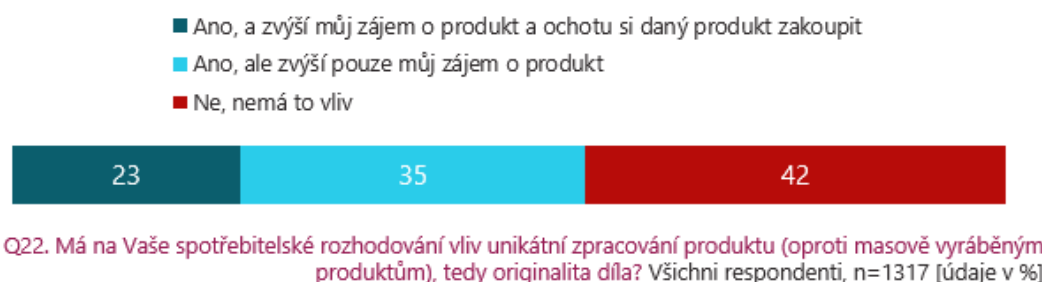
Znalost konkrétních kulturních organizací je ve značné míře koncentrovaná na instituce v Hradci Králové. Nejznámějšími organizacemi jsou Klicperovo divadlo, Hvězdárna a planetárium a městská knihovna. Znalost a návštěvnost kulturních institucí přitom stoupá se vzděláním, což ukazuje na význam kulturní gramotnosti jako klíčového faktoru účasti na kulturním dění.

Obrázek 15 – příspěvkové organizace a obecně prospěšné společnosti KHK



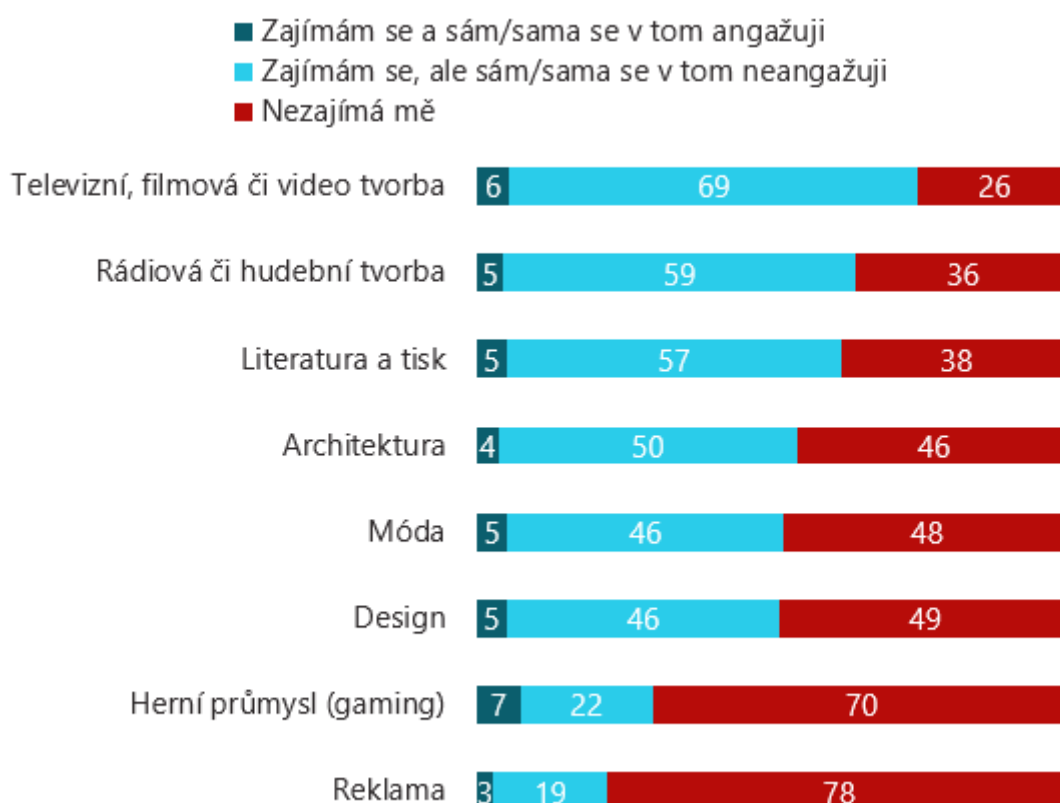
Z hlediska dostupnosti kultury se ukazuje, že kulturní nabídka je obecně vnímána jako dostatečná, přesto však existují problémy, které brání plnohodnotné účasti širších vrstev obyvatel. k těm nejčastěji uváděným patří nevyhovující časová dostupnost akcí, únava, nedostatek informací, vyšší cena vstupného a špatná dopravní dostupnost, zejména v menších obcích nebo lokalitách vzdálených od okresních měst. Dalším zjištěním je, že lidé jsou ochotni připlatit si za kulturní akce podporující udržitelnost, častěji jde však spíše o jednotky procent ze vstupenky.

Obrázek 16 – vliv originality produktu na cenu



Významným zjištěním výzkumu je přetrvávající zájem o kulturní a kreativní odvětví – tedy oblasti jako jsou hudba, film, literatura, design, média nebo architektura. Mnozí respondenti si uvědomují hodnotu originálního uměleckého vyjádření a jsou ochotni si za kvalitní obsah připlatit. Na druhé straně se objevují obavy z technologického vývoje, zejména v souvislosti s využitím umělé inteligence v umělecké tvorbě. Mladší generace jsou však k těmto technologiím otevřenější a ochotnější je přijímat jako součást budoucí kulturní krajiny.

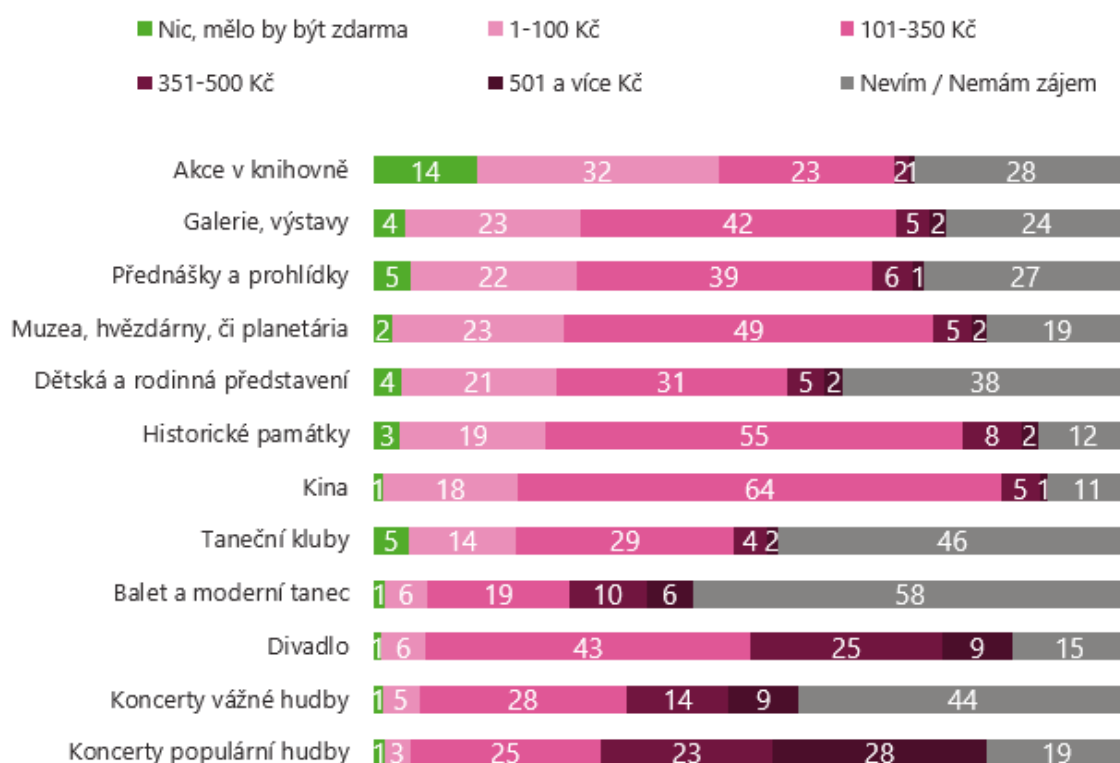
Obrázek 17 – vztah ke KKO



Z výzkumu rovněž vyplývá, že kulturní veřejnost v kraji lze rozdělit do pěti základních segmentů podle intenzity účasti a kulturních preferencí – od kulturně velmi aktivních mladších vychutnávačů až po kulturně pasivní nenavštěvující. Tyto segmenty se výrazně liší v preferencích, očekáváních i bariérách. Krajská kulturní strategie by tedy měla reagovat na tuto různorodost cílenými nástroji a diferencovanými přístupy.

Dále jsme se zabývali trendy v oblasti akceptovatelných cen vstupného ze strany návštěvníků, které zhruba odpovídají aktuální tržní nabídce. Nejnížší cenová očekávání jsou spojena s institucemi, jako jsou knihovny, kde je vstupné často symbolické nebo dobrovolné. Mírně vyšší ceny jsou považovány za přijatelné u běžných kulturních zařízení (např. komunitních center či regionálních kulturních domů). Naopak nejvyšší ochota platit se váže k prémiovým kulturním formám, jako je balet, činoherní divadlo, koncerty vážné hudby či velké hudební produkce, kde je vyšší cena vstupného obecně vnímána jako přiměřená kvalitě a nákladnosti produkce.

Obrázek 18 – akceptovatelné ceny



3.4.3. Závěry

Zjištění výzkumu přinášejí důležité východisko pro další směřování kulturní strategie Královéhradeckého kraje. Ukazuje se, že kraj má pestrrou kulturní krajinu a poměrně vysokou míru participace, ale současně čelí výzvám v oblasti dostupnosti, informovanosti a vyváženosti nabídky napříč regionem.

Zejména v menších obcích a odlehlejších částech kraje hraje zásadní roli infrastruktura – jak fyzická, tak informační. Je zde potřeba posilovat dopravní obslužnost, zlepšovat přehlednost a propagaci kulturní nabídky a podporovat komunitní kulturu, která má potenciál zvýšit aktivní zapojení občanů. Zároveň je nutné podpořit digitální inkluzi, zejména u starší populace, která hůře přistupuje k online informacím o kulturním dění.

Výzkum ukazuje, že existuje reálný zájem o alternativní a současné formy kultury, což je třeba zohlednit v dotačních výzvách a podpoře inovativních formátů. Rovněž je vhodné podpořit vzdělávací aktivity zaměřené na kulturní gramotnost a aktivní účast obyvatel, například skrze školní a volnočasové programy nebo podporu mladých tvůrců.

Z pohledu odboru kultury Královéhradeckého kraje představuje tento výzkum klíčový nástroj pro plánování strategických opatření. S jeho výsledky se bude i nadále systematicky pracovat a využívat segmentaci a geografické rozdíly jako podklad pro cílená opatření. V plánu je také pravidelně obnovovat data v intervalu 2–3 let. Takto pojatá kulturní strategie může přispět k tomu, aby kultura v Královéhradeckém kraji byla skutečně dostupná, pestrá a kvalitní pro všechny jeho obyvatele.

4. Implementace Strategie

4.1. Akční plán

Akční plán je nástroj, jehož prostřednictvím je naplňována Strategie v jednotlivých letech s ohledem na dostupné finanční prostředky. Akční plán je strukturovaný dokument, který zahrnuje seznam aktivit a projektů, jež budou v daném roce realizovány, a provazuje je s jednotlivými oblastmi a cíli Strategie.

4.2. Tvorba akčního plánu

Strategie je naplňována především prostřednictvím akčního plánu. Zakomponování procesu tvorby akčního plánu do přípravy rozpočtu kraje je jedním ze základních principů strategického řízení. Výsledná podoba akčního plánu by měla korespondovat s rozpočtem kraje. Oba dokumenty by měly být diskutovány a schváleny zároveň.

Proces tvorby akčního plánu je dlouhodobým procesem s roční periodou. Tento akční plán je připravován na probíhající rok a na 2 následující roky. v rámci přípravy návrhu rozpočtu pro následující rok bude vždy základním zdrojem právě tento akční plán.

Při tvorbě akčního plánu se postupuje v několika krocích:

1. Sběr a projednání podnětů – v procesu je využito participativních nástrojů, prostřednictvím kterých se získávají podněty jak od zaměstnanců krajského úřadu a organizací kraje tak i od širší veřejnosti. v závislosti na těchto podnětech se postup naplňování jednotlivých opatření Strategie v akčním plánu může upravit.

V rámci tvorby tohoto akčního plánu byly zásadními zdroji aktivity popsané v analytické části tohoto dokumentu.

2. Rozpracování a projednání aktivit a projektů – projednání v rámci Odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu a s relevantními partnery.

3. Schválení akčního plánu –Vybrané aktivity a projekty jsou zařazeny do akčního plánu a předloženy ke schválení radě Královéhradeckého kraje. Neschválené projekty a aktivity mohou být zařazeny do zásobníku aktivit/projektů k jednotlivým opatřením Strategie.

4.3. Vyhodnocení akčního plánu

Efektivita akčního plánu pro naplňování Strategie je zajišťována jeho průběžným sledováním, především pak prováděním každoročního vyhodnocení akčního plánu za uplynulé období.

Odpovědnost za plnění akčního plánu

Jednotlivé aktivity jsou přiděleny odpovědným osobám v rámci odboru.

5. Aktivity akčního plánu

5.1. Oblast 1 – Dostupná a inovativní kultura

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 1 Kvalitní, široce dostupná a dlouhodobě udržitelná kulturní infrastruktura	1.1. Zlepšování podmínek pro rozvoj kvalitních veřejných služeb kulturních institucí a zařízení cestou snižování bariér	Podporovat rozvoj materiálně technické základny nezřizovaných institucí	1	finalizace datových sad nastavená dotační podpora	2025	2027
	1.2. Vytváření finančních i nefinančních nástrojů podpory kulturních organizací pro posilování jejich role otevřených lokálních občanských, komunitních a kreativních center	Připravit program revitalizace knihoven na kulturně komunitní centra	2	podané žádosti do externích zdrojů NPO, IROP vytvořený program finalizace datových sad	2025	2027
	1.3. Aktivní formování agentury využití majetku ve vlastnictví kraje a role KKO v jeho oživení a rozvoji	Na základě mapování majetku kraje identifikovat vhodný majetek pro využití aktéry KKO	3	realizovaný projekt	2025	2027
	1.4. Příprava strategických projektů pro aglomeraci Hradec Králové – Pardubice	Realizovat projekty podpořené v rámci ITI Hradecko-pardubické aglomerace	4	zahájené, realizované projekty	2025	2027
Cíl 2 Kulturně bohatá, motivovaná a kreativní mladá generace obyvatel regionu	2.1. Zřizované organizace vytvářející příležitosti a podporující iniciativu a realizace nápadů mladých lidí v oblasti kultury, KKO a komunitních aktivit	Zmapovat potřeby a poptávku mladých lidí po kulturní nabídce	5	finalizace datových sad	2025	2027
		Zvyšovat generační prostupnost týmů zřizovaných organizací	6	vznik stáží marketingová značka	2025	2027
		Posilovat připravenost institucí na příchod digitální generace	7	pravidelné školení	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	2.2. Zapojování mladých lidí včetně mladých odborníků do spolupráce s etablovanými institucemi a projekty	Připravit programy pro nastupující mladou generaci (startupy)	8	vznik programů startup marketingová značka	2025	2027
		Sledovat počet akcí podpořených krajem zaměřených na mladé lidi do 30 let	9	finalizace datových sad	2025	2027
Cíl 3 Inovativní a propojující role kultury v komunitách a obcích	3.1. Podpora obcí v koncepčním uchopení kultury jako strategického nástroje jejich rozvoje	Připravit platformu pro síťování obcí a výměnu zkušeností v oblasti kultury a komunitního rozvoje	10	společné projekty vznikající spoluprací obcí, MAS, neziskovek, místních firem, lokálních kulturních lídrů; pravidelná setkávání zástupců obcí, kulturních referentů, lídrů a aktérů, MAS, neziskovek, místních firem	2025	2027
		Připravit desatero pro obce v oblasti rozvoje kultury	11	hotový sborník pro obce, finalizace datových sad, pravidelná setkávání	2025	2027
		Připravit pro obce aktualizované zdroje dat pro KKO, aby je obce mohly využít	12	finalizace datových sad, proškolení zástupci obcí, nástroje na podporu KKO v obcích, strategie obcí, strategie kreativní ekonomiky kraje	2025	2027
	3.4. Podpořit a rozvíjet lokální lídry v menších a problémových regionech	Podpořit a rozvíjet lokální lídry v menších a problémových regionech	13	nástroje podpory lokálních lídrů, dotační program cílený na lokální lídry, finalizace datových sad	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 4 Silná a organizačně zajištěná role kultury a kreativity v sociální politice a všech stupních vzdělávacího systému	4.1. Nastavení spolupráce kulturních institucí zřizovaných Královéhradeckým krajem se subjekty poskytujícími vzdělávání a subjekty působícími v sociální oblasti	Vytvořit finanční nástroj pro spolupráci na společných projektech škol a kulturních institucí – podpora kreativního vzdělávání	14	realizované projekty kreativního vzdělávání	2025	2027
		Připravit systematickou nabídku sdílených programů kulturních institucí	15	databáze edukačních programů	2025	2027
	4.2. Zajištění podmínek pro kulturu bez bariér (fyzických, komunikačních, psychických, ekonomických, ...) v Královéhradeckém kraji	Připravit dotační program pro zajištění bezbariérovosti v institucích zřizovaných a spoluzaložených krajem	16	finalizace datových sad dotační program	2025	2027
		Zmapování dostupnosti příspěvkových organizací – audit přístupnosti	17	Analýza dostupnosti	2025	2027
		Stanovení dostupného minima ve zřizovaných příspěvkových organizacích	18	Dokument – dostupné minimum	2025	2027
	4.3. Příprava a uvedení do praxe Koncepce dostupnosti kultury pro všechny ve spolupráci s kulturními organizacemi a subjekty působícími v sociální oblasti	Spolupracovat s obcemi a s odborem sociálních věcí na odstraňování bariér v přístupu ke kultuře	19	kultura je součástí komunitních plánů obcí	2025	2027
		Uzavřít memorandum o společném přístupu při odstraňování bariér v kultuře	20	memorandum	2025	2027

5.2. Oblast 2 – Sdílené kulturní dědictví

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 5 Dlouhodobě udržitelné kulturní dědictví regionu	5.1. Presentace kulturního dědictví, jeho ekonomického přínosu, úsilí kraje pro jeho zachování a příkladů dobré praxe	Vytvořit nástroje sdílení a propagace dobré praxe na úrovni kraje tak, aby posilovaly identifikaci vlastníků s hodnotami, pomáhaly proměňovat vnímání ochrany kulturního dědictví z omezení na příležitost	21	udělení cen zveřejňování funkční web	2025	2027
		Zmapovat majetek kraje z hlediska kulturně historických hodnot	22	kompletní finalizace datových sad kompletní evidence/databáze	2025	2027
		Vytvořit / podpořit atraktivní a motivační platformy pro setkávání a edukaci vlastníků, aby dobře rozuměli kulturní hodnotě a ekonomickému přínosu	23	pravidelné osobní setkávání	2025	2027
		Pracovat s konceptem regionálního dědictví, které propojuje hmotné i nehmotné dědictví	24	pravidelné osobní setkávání	2025	2027
	5.2. Uchopení a rozvíjení tématu moderní architektury v kraji, jejího uchování a prezentace	Zmapovat technické památky a zajistit jejich propagaci a vhodné a včasné konverze	25	finalizace datových sad komplexní evidence/databáze web	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	5.3. Podpora zachování tradičních řemeslných postupů a jejich propojení s praxí revitalizace kulturního dědictví	Zmapovat umělecká řemesla, iniciovat akademické práce a připravit nástroje na podporu řemeslníků	26	dokončené mapování modulu 3 dle metodiky mapování KKO databáze tradičních řemesel a řemeslníků finalizace datových sad zadávané diplomové práce, popř. odborné studie věnující se ohroženým řemeslům	2025	2027
		Zajistit atraktivní prezentaci řemesel pro dnešní dobu cílenou na děti a mladé lidi, připravit marketingová opatření, která o řemeslech umí mluvit jazykem atraktivním pro dnešek	27	existující atraktivní prezentace (jednotlivé produkty i komunikační kanály) řemesel	2025	2027
	5.4. Ochrana hodnot tradiční lidové kultury	Zmapovat statky tradiční lidové kultury, stav a výši ohrožení	28	finalizace datových sad vznik indikativního seznamu ohrožených statků TLK vč. databáze	2025	2027
		Připravit zachovná opatření a vytvořit podmínky pro realizaci zachovných opatření zapsaných nemateriálních statků	29	dotační program na podporu TLK	2025	2027
	5.5. Přípravení ukázkových revitalizací kulturního dědictví v majetku kraje	Zajistit, aby připravovaným záměrům revitalizací kulturního dědictví v majetku kraje předcházely stavebně historické průzkumy	30	zpracované SHP	2025	2027
		Připravit kvalitní záměr rekonstrukce kulturní památky kapucínského kláštera v Opočně	31	revitalizace, nové využití kulturní památky	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	5.6. Spolupráce se státem na řešení udržitelnosti nejvýznamnějšího kulturního dědictví v kraji	Zajistit na regionální úrovni spolupráci se státem za účelem mapování hmotného kulturního dědictví a posílení jeho významu	32	finalizace datových sad konference	2025	2027
	5.7. Podpora environmentální udržitelnosti v oblasti kultury	V rámci hodnocení dotačních programů zohledňovat environmentální udržitelnost projektů	33	definovaná kritéria hodnocení	2025	2027
		Podporovat platformy pro udržitelnost a sdílení zdrojů v kultuře	34	Konkrétní spolupráce s platformami	2025	2027
Cíl 6 Funkční správa, moderní evidence a digitalizace kulturního dědictví	6.1. Systematická podpora digitalizace kulturního dědictví a jeho návazného zpřístupnění veřejnosti	Podporovat digitalizaci kulturního dědictví (včetně knih) a jeho zpřístupnění veřejnosti	35	proces nebude ukončený v průběhu AP probíhá digitalizace muzejních sbírek, knihovních fondů a památkových objektů	2025	2027
		Dokončit mapování kulturních objektů/hodnot, které chceme chránit	36	finalizace datových sad funkční sdílené databáze, vyhodnocení dat (z nich vyplývající prezentace)	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	6.2. Zajišťování kvalitního moderního systému uložení a péče o sbírky	Zajistit kvalitní podmínky pro uložení a péči o sbírky	37	moderní depozitář s dostatečnou kapacitou pro uložení sbírek všech PO zřizovaných KHK	2025	2027
	6.3. Zajišťování udržitelnosti elektronického muzejního sbírkového systému a knihovního systému včetně krajské digitální knihovny a jejich úložišť s akcentem na trvalou udržitelnost uchovávaných dat	Zajistit udržitelnost muzejních a knihovních elektronických evidenčních systémů včetně krajské digitální knihovny	38	moderní evidenční systém podporující evropské standardy, finančně dostupný všem uživatelům	2025	2027
		Udržovat krok s trendy v oblasti digitalizace s akcentem na trvalou udržitelnost dat	39	moderní certifikované úložiště dat	2025	2027
Cíl 7 Přístupné a široce využitelné kulturní dědictví pro další rozvoj kultury a ekonomiky regionu	7.1. Institucionální zaštitění komerčního i nekomerčního využití digitalizovaného kulturního dědictví širokou veřejností, aktéry kulturních a kreativních odvětví a cestovního ruchu	Aktivně zapojovat do využívání digitalizovaného kulturního dědictví univerzity	40	společně podaný projekt nebo realizovaná aktivita	2025	2027
		Zajistit kvalitní prezentace sbírkových předmětů on-line	41	hotové on-line prezentace	2025	2027
		Podpořit řešení uložení sbírkových předmětů, mimo jiné formou tzv. otevřených depozitářů	42	vyhodnocené fungování otevřených depozitářů v GK, pokud se toto řešení ukáže je vhodná cesta	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	7.2. Podpora vzniku nové náplně a obsahu pro živé a ekonomicky využívané kulturní dědictví	Připravovat aktivně společné produkty využívající kulturního dědictví s cestovním ruchem	43	společné produkty	2025	2027
		Využít geodatabázi pro prezentaci kulturního dědictví	44	Geodatabáze kulturního a přírodního dědictví přístupné veřejnosti finalizace datových sad	2025	2027
		Směřovat digitalizované kulturní dědictví k open datům	45	evaluace nových výstupů	2025	2027
	7.3. Propojování digitalizovaného kulturního dědictví s inovačními a SMART projekty kraje	Podpořit startupy v péči o kulturní dědictví	46	nastavena podpora startupů v oblasti kulturního dědictví	2025	2027
	7.4. Propojení tradičních řemeslných postupů se současnou praxí a trendy v oblasti udržitelného designu a architektury	Připravit záměr projektu prezentujícího umělecko-průmyslová řemesla moderním způsobem.	47	realizace projektu Craftlandie – vytvoření centra pro tradiční řemesla	2025	2027
		Nastavit podporu umělecko-průmyslovým řemeslům v KHK	48	rešerše v oblasti inovace řemeslných postupů finalizace datových sad nastavený systém podpory řemesel	2025	2027
	7.5. Využití hodnot tradiční lidové kultury pro rozvoj místní ekonomiky	Zajistit podporu a připravovat cíleně produkty pracující s tradičními řemesly a nehmotným dědictvím	49	hotové produkty	2025	2027

5.3. Oblast 3 – Dynamická kulturní a kreativní odvětví

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 8 Flexibilní, spolupracující , provozně a finančně stabilní kulturní organizace zřizované a spoluzalože né krajem	8.1. Rozvíjení marketingu kulturních organizací směrem k laické i odborné veřejnosti, systematická práce s publikem	Zvyšovat kvalitu propagačních materiálů kulturních institucí ve spolupráci s kreativními profesionály	50	vyhodnocení a pravidelná podpora formou kreativních voucherů, zajištěné vzdělávání v oblasti marketingu	2025	2027
		Posilovat kapacity na edukaci a práci se školami	51	realizace projektů ve vzdělávání	2025	2027
	8.2. Podpora strategických kapacit a know-how pro sledování trendů v oboru i v oblasti rozvoje managementu organizací	Posilovat metodickou roli krajských kulturních organizací v regionu	52	zřízení metodických center a jejich technické a materiální základny – vybavení	2025	2027
		Rozvíjet centrální materiálně-technické vybavení zřizovaných nebo spoluzaložených organizací	53	realizované projekty	2025	2027
	8.3. Podpora krajských organizací v mezioborové, nadregionální a mezinárodní spolupráci	Podpora PO a OPS v mezinárodních a nadregionálních projektech a spolupráci	54	realizace projektů; vytvořená partnerství, memoranda o spolupráci apod.	2025	2027
	8.4. Zajištění institucionální podpory vědecko-výzkumné činnosti organizací ze strany zřizovatele	Zajistit statut vědecko-výzkumné organizace i pro další PO	55	rozšíření vědecko-výzkumných institucí mezi PO, zápis výsledků do RIV, realizace grantů ve vědecko-výzkumné oblasti	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	8.5. Zajištění institucionální podpory vědecko-výzkumné činnosti organizací ze strany zřizovatele	Vytvořit nástroje podpory vědecko-výzkumné činnosti PO včetně finančního zajištění	56	stabilní fungující systém podpory vědecko-výzkumné činnosti na úrovni KHK	2025	2027
		Nastavit spolupráce s oblastí vědy, výzkumu a inovací KHK	57	zapojení kultury do inovační strategie kraje, do procesu implementace, RIS3	2025	2027
Cíl 9 Propojená a živě spolupracující síť kulturních a kreativních aktérů	9.1. Podpora rozvoje regionálních partnerství a sítí aktérů kulturních a kreativních odvětví a mezioborových partnerství	Profilovat a rozvíjet web Prokreativitu.cz	58	realizovaný profi web	2025	2027
		Organizovat pravidelná osobní setkávání aktérů kultury napříč ČR s příklady dobré praxe	59	zpracovaný interní akční plán pro setkávání osobní setkávání aktérů kultury napříč ČR	2025	2027
		Podpořit výměny a stáže v kulturních institucích a mezi aktéry kultury navzájem	60	realizované stáže a stínování v rámci kraje finalizace datových sad	2025	2027
		Důkladněji pečovat o významné akce se záštitou Rady KHK	61	min. každoroční setkání	2025	2027
		Podpořit úzké propojení kulturních akcí a aktérů kultury s potenciálem cestovního ruchu	62	máme kreativní produkty CR opírající se o fundovanou znalost historicko-kulturního kontextu KHK	2025	2027
		Vytvářet nástroje pro síťování a spolupráci aktérů kulturních a kreativních odvětví s komerční sférou	63	pravidelná roční setkání	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
	9.2. Posilování meziregionální a mezioborové mobility aktérů a vytváření mezinárodních partnerství	Podporovat mobilitu aktérů v rámci kraje, ČR a do zahraničí	64	aktualizace dotačního programu mobility projekty na podporu mobility kulturních aktérů	2025	2027
		Rozvíjet a pokračovat v dotačním programu rezidencí	65	aktualizovaný dotační program pro rezidenční pobyty	2025	2027
		Podpora předfinancování a kofinancování velkých projektů, které přesahují region	66	realizace nadregionálních a mezinárodních projektů	2025	2027
Cíl 10 Účinná institucionální podpora kulturních a kreativních odvětví	10.1. Posilování kapacit a spolupráce institucí v kulturních a kreativních odvětvích	Vybudovat Regionální partnerství pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví mezi veřejným, neziskovým, byznysem a akademickým sektorem	67	stabilní činnost partnerství/klastru běží společně realizované projekty	2025	2027
		Posilovat kapacity úřadu KHK a jeho rozvojových organizací pro další rozvoj KKO v regionu	68	dobrá znalost KKO a zájem je dál a samostatně rozvíjet	2025	2027
Cíl 11 Bohaté zdroje a kapacity pro podporu kulturních a kreativních odvětví	11.1. Podpora rozvoje kapacit a znalostí aktérů kulturních a kreativních odvětví v potřebných dovednostech	Podporovat budování kapacit aktérů v oblasti fundraisingu z veřejného i soukromého sektoru – připravit kompletní informační servis	69	vybudovaný komunikační nástroj, který bude poskytovat pravidelný informační servis.	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
		Vytvořit nástroj na podporu využití volných prostor v majetku obcí nebo v soukromém vlastnictví pro potřeby kreativní tvorby	70	realizované projekty využití opuštěných budov/prostor	2025	2027
		Vytvořit inkubační nástroj s cílem motivovat místní lídry k vytvoření kreativního spolku, klastru nebo aliance	71	vznik aliancí/klastrů	2025	2027
		Podporovat vzdělávání v oblasti marketingu, řízení strategického rozvoje, ale i know-how v oblasti KKO pro nezřizované organizace, uvnitř kraje i pro obce (MěÚ) a kreativce	72	strategie vzdělávání/konkrétní vzdělávací program	2025	2027
		Připravit konání mezinárodních soutěží v oblasti kreativních průmyslů v regionu	73	realizovaná soutěž	2025	2027
	11.2. Zajišťování rozvoje finančních zdrojů pro aktéry kulturních a kreativních odvětví	Připravit a realizovat kreativní vouchery v potřebných oblastech a zaměřeních jako platformu pro rozvoj vztahů mezi kreativci a inovačním byznysem v kraji	74	vypsání výzvy kreativních voucherů	2025	2027

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 12 Funkční datová základna pro vyhodnocování stavu kulturních a kreativních odvětví v regionu jako báze pro daty podložené rozhodování	12.1. Zajištění datové základny pro kulturní a kreativní odvětví	Dopracovat a uvést v život indikátorovou soustavu naplňování Strategie	75	finalizovaná indikátorová soustava	2025	2027
		Zlepšovat dostupnost dat o kultuře v regionu	76	zmapovaný sektor KKO v KHK nastavený proces sledování financování kultury nastavený sběr dat o návštěvnosti institucí nastavení procesu sledování spokojenosti návštěvníků finalizace datových sad	2025	2027
		Mapovat kulturní infrastrukturu v kraji a prostorová data poskytovat k dalšímu využití obcím i aktérům	77	finalizace datových sad zveřejnění na datovém portálu KHK a v ÚAP	2025	2027
	12.2. Vytváření odborných partnerství pro sběr a vyhodnocování dat o kulturních a kreativních odvětvích	Aktivně působit v oblasti advokacie kultury	78	máme kreativní výstupy, které vtipně a zábavně argumentují dopady kultury finalizace datových sad	2025	2027

5.4. Oblast 4 – Kreativní identita kraje

Název cíle	Název opatření	Aktivita/Projekt	č.	Způsob ukončení	Termín zahájení	Termín dokončení
Cíl 13 Atraktivní a vyprofilovaná kulturní a kreativní identita kraje	13.1. Zapojování kraje do mezinárodních projektů vytvářejících značku kraje v oblasti kultury a kulturního dědictví	Kraj má svou konkrétní nabídku pro prezentaci kultury, KKO a KD v zahraničí	79	nabídka pro ČC, silné téma v kultuře i v CR, projekty jsou spolufinancované	2025	2027
	13.2. Identifikace silných kulturních a kreativních odvětví a témat, zajištění jejich využití pro značku kraje	Prezentovat KHK přes jedno silné téma (např. textil nebo řemesla, tradiční lidová kultura apod.)	80	výběr silného tématu a nastavení jeho prezentace, zpracované pro další používání a plán na 5 let dopředu (každý rok tematizovaný průvodce, zapojení influencerů, záložka v HK region apod.)	2025	2027
		Profilovat kraj jako „ukázkový“ v podpoře kultury v rámci ČR	81	funkční webové stránky a hotová marketingová verze strategie	2025	2027
	13.3. Posilování spolupráce s krajským městem, výrazným nositelem značky kraje, a podpora jeho profilace v KKO	Kulturní a kreativní kampus v Hradci Králové – projekt, který bude vidět na národní úrovni	82	Kulturní a kreativní kampus v Hradci Králové	2025	2027
Cíl 14 Kvalitní architektura a veřejná prostranství, fyzické prostředí sledující současné trendy udržitelného rozvoje	14.1. Inicie diskuse o kvalitní architektuře, urbanismu a veřejném prostoru v kraji	Podpořit vzdělávání (diskusní pořady, výstavy, publikace aj.) pro veřejnost o současné architektuře v kraji v návaznosti na historii moderní architektury v regionu	83	proběhly vzdělávací akce pro veřejnost a školy	2025	2027
	14.2. Formování agentury a vytváření odborných kapacit na úrovni kraje pro podporu kvalitního rozvoje fyzického prostředí – architektury, urbanismu i veřejného prostoru	Ve spolupráci s obcemi a odbornými institucemi motivovat odstraňování vizuálního smogu a zlepšování estetické kvality parteru ve městech a obcích	84	metodika vizuálního smogu snížení vizuálního smogu v obcích a v kraji	2025	2027

6. Finanční zdroje a rozpočet

Realizace akčního plánu je vázaná na rozpočtové zdroje. Velkou většinu aktivit stávajícího akčního plánu tvoří aktivity tzv. měkkého charakteru, tj. neinvestiční akce typu vzdělávání, síťování, setkávání. Na financování těchto aktivit, které jsou v kompetenci odboru kultury je vyčleněna pravidelná částka ve výši 600.000 Kč. I pro plnění těchto aktivit budou nicméně vyhledávána a domlouvána partnerství na úhradu části nákladů (pronájmy, poplatky za lektory apod.).

Pokud jsou součástí naplňování akčního plánu aktivity investičního charakteru, tyto se odvíjí od funkčních schvalovacích mechanismů krajského úřadu – schválení záměru, přípravy dokumentace, financování. Na investiční akce jsou vyhledávány externí finanční zdroje z národních, přeshraničních nebo mezinárodních dotačních výzev. Samotná realizace investičních akcí se realizuje v součinnosti odboru investic, kultury a CIRI, realizuje se z investiční rozpočtové kapitoly.

Realizace aktivit, které mají vazbu na krajské dotační programy, se odvíjí od možností a priorit krajského dotačního fondu. Příprava těchto aktivit se děje ve spolupráci odborů kultury a regionálního rozvoje. Dotační programy a kritéria pro jejich hodnocení jsou schvalovány krajskými orgány a podléhají platným krajským dotačním pravidlům.

7. Monitoring a evaluace

Jednotlivé aktivity mají v rámci odboru kultury přidělenou zodpovědnou osobu, tzv. garanta, který plánuje a iniciuje potřebné kroky k průběžnému naplňování aktivity, k naplňování aktivity zve partnery, v kooperaci s ekonomkou odboru plánuje finanční rámec plnění aktivity, případně sleduje možnosti čerpání externích zdrojů. Realizaci a průběžné naplňování aktivity garant zaznamenává do nástrojů k tomu určených (excelová tabulka s přehledem aktivit, případně vhodné softwarové řešení). Za celkové vyhodnocování akčního plánu je zodpovědný manažer strategie. Vyhodnocení probíhá v pravidelných ročních cyklech a podrobné vyhodnocení v rámci tříletého cyklu platnosti akčního plánu. Naplňování v tříletém cyklu je představeno v rámci řídicích mechanismů strategie na platformě kulturních aktérů.

Pro měření naplňování cílů je sestavena soustava měřitelných indikátorů, které umožňují sledovat dílčí progres a posun v naplňování cílů strategie. Na sledování indikátorů jsou zainteresovaní garanti aktivit, v rámci odboru je ustanoven odborný pracovník, který sleduje indikátory jako celek, dává podněty ke sběru dat, data vyhodnocuje a vybraná také ve vhodném formátu předává k uveřejnění na webu krajských otevřených dat.