

CREATIVE CLUB H40

**Strategický kompas, který drží směr napříč pilíři
vzdělávání, vlastní tvorby a médií.**

**Vize, principy a myšlenkové rámce
pro sezónu 2026/2027.**

VYDAVATEL

CREATIVE CLUB H40

Hala 40 · Holešovice ·
Praha

ROK

2026

Edition I

PILÍŘE

Vzdělávání
StudioLab
Média

HLAVNÍ OTÁZKA

Jak se rozhodovat,
když možnosti tvorby
nemají jasné hranice?

INDEX: KREATIVITA NENÍ JEN VÝSTUP. JE TO ZPŮSOB, JAK PŘEMÝŠLET O SVĚTĚ.

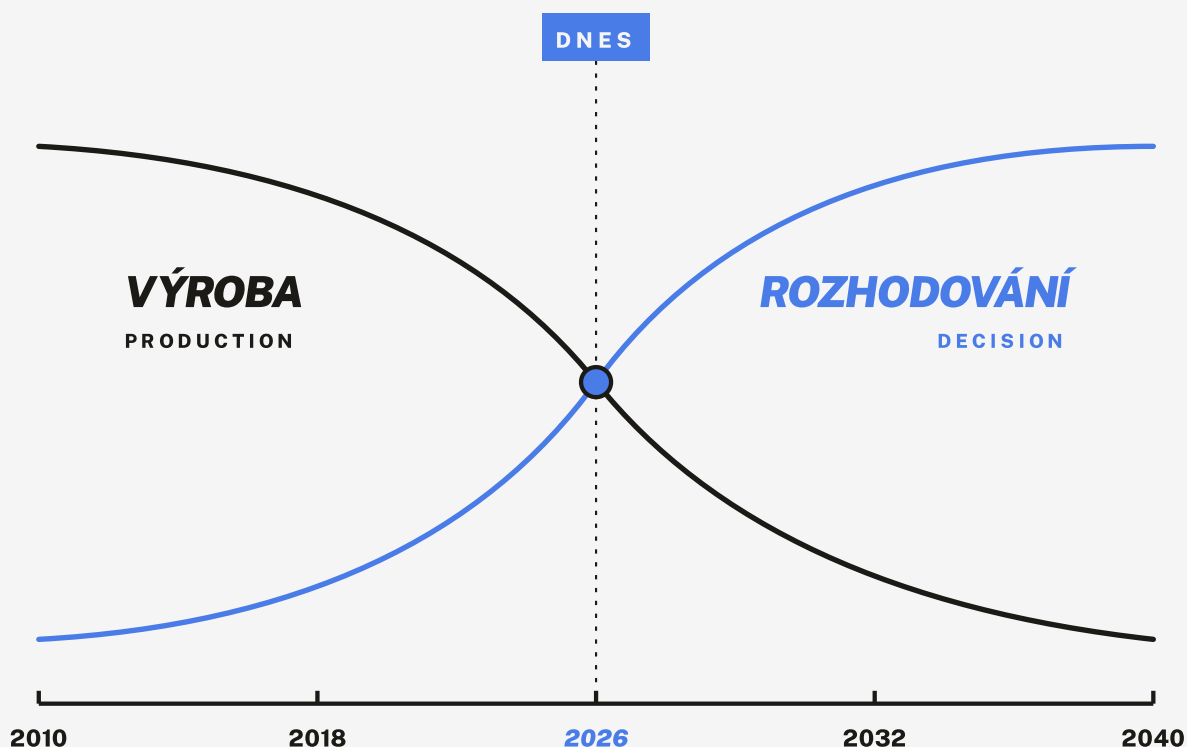
I. FROM PRODUCTION TO DECISION

Posun, kterým prochází kreativní práce v roce 2026.

Dlouho platilo, že hodnota tvůrce spočívá v tom, co dokáže vyrobit. Dnes se hodnota přesouvá jinam: k tomu, jaká rozhodnutí činí, jaký kontext vytváří a jaký dopad jeho práce má.

Ve světě generativních systémů se formy násobí rychleji než schopnost se v nich vyznat.

Technologie nerozhodují. **Rozhodnutí zůstává lidské**, a s ním i odpovědnost.



Tento přechod probíhá rychleji, než ho stíháme reflektovat v praxi i ve vzdělávání.

KREATIVITA SE PŘESOUVÁ Z VÝROBY K ROZHODOVÁNÍ.

KLÍČOVÁ TEZE · TOOLKIT 2026

Creative Club H40 stojí na této změně a bere ji jako výchozí bod pro veškeré své aktivity. Nepřidává jen další vzdělávací programy. Dává smysl a kontext tomu, co dnes tvůrci skutečně potřebují.

POSUN ROLÍ TVŮRCE

V GENERATIVNÍCH SYSTÉMECH

2024

Tvůrce ovládá nástroje a software. Hodnota leží v technické zručnosti.

2026

Generativní systémy vytvářejí stovky variant. Hodnota leží ve výběru a kontextu.

2028

Tvůrce rozhoduje o dopadu, ne o produkci. Hodnota leží v záměru a odpovědnosti.

HLAVNÍ OTÁZKA ROKU 2026

~~JAK POUŽÍVAT AI V KREATIVITĚ?~~

**JAK SE ROZHODOVAT, KDYŽ
MOŽNOSTI TVORBY
NEMAJÍ JASNÉ HRANICE?**

II. **THREE PILLARS OF CC H40**

**Vzdělávání, vlastní tvorba a média. Tři pilíře aktivity,
*jeden společný operační systém myšlení.***

Jsme mezioborová platforma propojující umění, vědu a technologie.

Sídlíme v industriálním prostoru Holešovické tržnice. Naším cílem je pomáhat tvůrcům orientovat se a rozhodovat v době, kdy se technologie, role i hranice tvorby rychle rozpadají.

Pilíře zůstávají stejné, mění se ale jejich interpretace a jazyk. Workshop už není workshop, ale **encounter**. Téma už není téma, ale **perspektiva**. Edukační obsah už není obsah, ale **reflexe praxe**.

Vše propojuje komunita a soustavné pozorování toho, co se v kreativní praxi mění.

POSUN JAZYKA

workshop → encounter

téma → perspektiva

edukační obsah → reflexe praxe

PILÍŘ · 01

VZDĚLÁVÁNÍ

LEARNING THROUGH
EXCHANGE & PERSPECTIVE

Výjezdy Erasmus+, hostující lektori, setkávání nad konkrétními perspektivami (AI, 3D/motion design, design thinking, mediální kampaně, kreativní podnikání, animovaný film...).

Nový rámec. Nejde o workshopy. Jde o *import perspektiv*. Lektor nepřiváží dovednost, ale způsob uvažování z jiného kulturního, technologického nebo společenského kontextu.

POSUN PERSPEKTIVY

dovednost → způsob uvažování

vzdělávání a technika → enkulturace a kontext

učení → internalizace

**VÝSTUPEM NENÍ DOVEDNOST,
ALE POSUN PERSPEKTIVY.**

STUDIOLAB

PRACTICE &
EXPERIMENT

Vlastní eventy, projekty na pomezí umění a technologií, mezioborové experimenty, práce s prostorem, komunitou a publikem.

Nový rámec. StudioLab není jen produkční studio. Je to **testovací prostředí**. Zkoumáme, jak nové technologie mění proces tvorby, spolupráci i vztah k lidem.

KLÍČOVÉ OTÁZKY

Kolik pokusů si může tvorba dovolit?

Jak vystavit téma tak, aby ho lidé zažili, ne jen viděli?

Jak pracovat s generativními systémy, aniž by potlačily lidský záměr?

**VÝSTUPEM NENÍ JEN DÍLO,
ALE ZKUŠENOST A KNOW-HOW.**

MÉDIA

SHARED
INTELLIGENCE

Popularizace témat na pomezí kreativity a technologií skrze psané, vizuální i živé formáty. Reflexe praxe v reálném čase.

Nový rámec. Nejde o marketing. Jde o *sdílení myšlení*. Naše média zachycují, jak se mění kreativní práce, právě teď.

POSUN JAZYKA

edukační obsah → reflexe praxe

inspirace → sdílené otázky

tutoriály → myšlenkové nástroje

**MÉDIA UKOTVUJÍ NAŠI PAMĚŤ
A UMOŽŇUJÍ, ABY CC H40
EXISTOVAL I MIMO
FYZICKÝ PROSTOR.**

POSTOJ KE KREATIVITĚ.

Creative Club H40 nechápe kreativitu jako talent, profesi ani individuální výkon. **Kreativita je pro nás schopnost orientovat se v komplexních systémech a smysluplně v nich jednat.**

To znamená rozpoznat, co je důležité. Pochopit kontext.
Nést odpovědnost za důsledky rozhodnutí.

POSTOJ K TECHNOLOGIÍM.

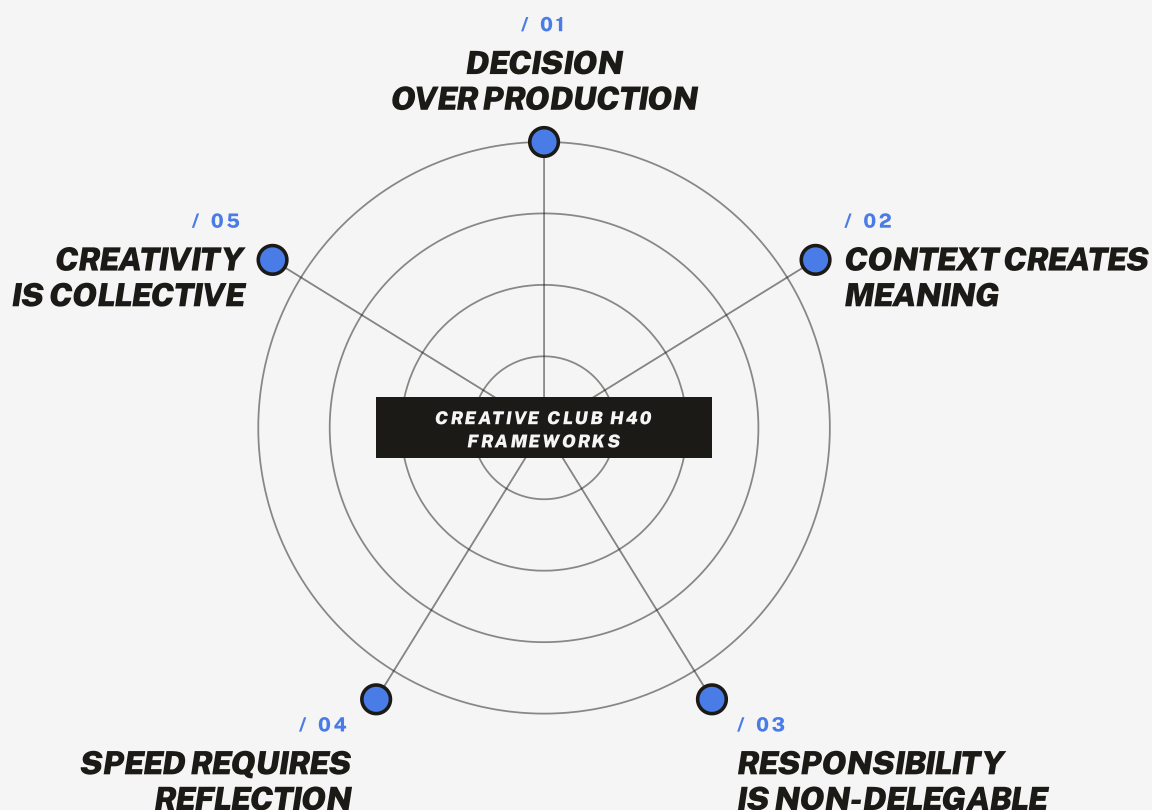
Technologie nejsou neutrální nástroje ani autonomní tvůrci.
Technologie jsou prostředí, ve kterém dnes tvorba probíhá.

Generativní systémy rozšiřují pole možností, zrychlují iteraci a oslabují tradiční představy autorství. Role člověka se neposouvá k operátorovi, ale ke **kurátorovi, editorovi, rozhodovateli a nositeli odpovědnosti.**

III. **FIVE THINKING FRAMEWORKS**

Pět rámců, které platí napříč obory a vydrží déle než aktuální softwarová generace.

Creative Club H40 pracuje s omezeným, opakovaně používaným souborem rámců. Nejsou to návody. Jsou to filtry reality, které se promítají do všech aktivit.

**FIG. 02**

Pět rámců jako pět filtrů reality.

01

DECISION OVER PRODUCTION

ROZHODNUTÍ PŘED PRODUKČÍ

Hodnota tvůrce neleží v množství výstupů, ale v **kvalitě rozhodnutí**. Otázka není kolik, ale co a proč.

02

CONTEXT CREATES MEANING

SMYSL VZNIKÁ KONTEXTEM

Forma bez kontextu je prázdná. Každý výstup existuje v **sociálním, kulturním a technologickém prostředí**, které spolurozhoduje, jaký bude mít dopad.

03

RESPONSIBILITY IS NON-DELEGABLE

ODPOVĚDNOST NELZE DELEGOVAT

Odpovědnost za dopad **nelze přenést na technologii ani systém**. Tvůrce nese důsledky toho, co pustí do světa.

04

SPEED REQUIRES REFLECTION

RYCHLOST VYŽADUJE ZPOMALENÍ

Čím rychlejší je tvorba, tím důležitější je **zpomalení myšlení**. Bez zpomalení mizí rozdíl mezi rozhodnutím a reakcí.

05

CREATIVITY IS COLLECTIVE

KREATIVITA JE KOLEKTIVNÍ

Kreativita nevzniká izolovaně, ale v **ekosystémech vztahů**. Komunita, partneři a publikum nejsou kontext práce, ale její podmínka.

**CREATIVE CLUB H40 NESTOJÍ
NA TALENTU, ALE NA ZPŮSOBU
UVAŽOVÁNÍ.**

**NA TOM, JAK PŘEMÝŠLET
O TVORBĚ V DOBĚ, KDY
MOŽNOSTI PŘERŮSTAJÍ JISTOTY.**

MANIFEST · SECTION III

THINKING EXERCISE

VEZMĚTE A APLIKUJTE NA SVŮJ POSLEDNÍ PROJEKT

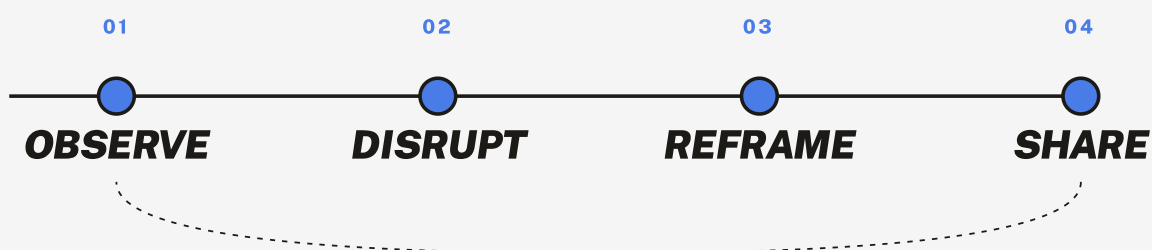
Použijte tento prompt na svůj vlastní projekt nebo brief. Vráťte se s lepším porozuměním rozhodnutím, která jste udělali nebo děláte.

-
- 01** Podívejte se na svůj poslední projekt nebo svou poslední zakázku. Jaká rozhodnutí jste udělali vy, ne nástroj, ne klient, ne tým?
-
- 02** Které z těch rozhodnutí ovlivnilo zkušenost, chování nebo vnímání lidí, kteří dílo nakonec uvidí, použijí nebo s ním přijdou do styku?
-
- 03** Kde generativní nástroj vytvořil deset variant a vy jste vybrali jednu? Co vás k tomu výběru vedlo? Kdybyste to měli vybrat znovu, vybrali byste stejně?
-
- 04** Které rozhodnutí jste přenechali systému, klientovi nebo zvyku, ačkoliv mělo být vaše?
-
- 05** Jaká byla vaše největší odpovědnost v tomto projektu, ne profesní, ale faktická: za co dnes nesete následky?
-
- 06** Co by se v tom projektu změnilo, kdybyste ho dělali optikou pěti rámců H40 (Decision, Context, Responsibility, Speed, Collective)?

IV. THE CCH40 OPERATING SYSTEM

**Jednotící rámec, jazyk, dlouhodobá ambice.
Jak Creative Club H40 pracuje napříč pilíři.**

Každá naše aktivita prochází čtyřmi fázemi. Tento cyklus vytváří konzistenci, škálovatelnost a rozpoznatelný mindset.



Čtyřfázový cyklus, který se vrací u každé aktivity. Po fázi Share začíná znovu fáze Observe.

01	OBSERVE	Co se dnes v kreativitě mění? Čemu nerozumíme?
02	DISRUPT	Co přestává fungovat? Které předpoklady jsou neaktuální?
03	REFRAME	Jak se na to dívat jinak? Co je nový úhel pohledu?
04	SHARE	Co si z toho odnese další tvůrce? Jak to vrátit komunitě?

JAZYK & POJMY

Náš jazyk je *přesný, klidný, neheroický a neinstruktivní.*

[NEPOUŽÍVÁME]

~~HYPE A SENZAGI~~

~~MORALIZOVÁNÍ~~

~~TECHNICKÝ ŽARGON~~

~~MARKETINGOVOU RÉTORIKU~~

~~WORKSHOP, KURZ~~

[POUŽÍVÁME]

JASNÉ POJMY

JEDNODUCHÉ VĚTY

OTEVŘENÉ OTÁZKY

KLID A SEBEVĚDOMÍ

ENCOUNTER, FRAMEWORK

DLOUHODOBÁ *AMBICE*

[NECHCEME BÝT]

A. největší platformou na trhu

B. nejviditelnější značkou
v médiích

C. nejrychlejším producentem
trendů

[CHCEME BÝT]

A. referenčním bodem
pro přemýšlení o kreativitě
a kladení správných otázek
v době systémových změn

B. místem, jehož jazyk a rámce
přežijí konkrétní trendy

C. filtrem rozhodování: čeho se
účastnit, co odmítnout

**CREATIVE CLUB H40
POMÁHÁ LIDEM ORIENTOVAT
SE TAM, KDE SE TVORBA
POTKÁVÁ S ROZHODNUTÍM.**

**VE SVĚTĚ, KDE SE
MOŽNOSTI STALY NEKONEČNÝMI
A JISTOTY VZÁCNÝMI.**

CREATIVE CLUB H40

HALA 40 · HOLEŠOVICE · PRAHA · VIZE & TOOLKIT 2026 · EDITION I

Toolkit Creative Club H40 není dokument pro všechny. Je to institucionální kompas, brandová kostra, myšlenková reference. Pokud ho budete používat, sjednotí Vaši vizi a umožní Vám odmítat aktivity, které s ní nesouvisí. Pomůže Vám vytvořit dlouhodobou identitu, která přežije konkrétní trendy.

Pokud Vás Toolkit zaujal a chcete sledovat naše aktivity, přihlašte se k odběru newsletteru:

substack.com/@creativeclubh40