

**VZDELÁVANIE V KREATÍVNYCH ODVETVIACH
V NITRIANSKOM KRAJI****EDUCATION IN CREATIVE INDUSTRIES IN THE NITRA REGION****DOC. ING. MÁRIA FÁZIKOVÁ, CSC.****ING. MARCELA CHRENEKOVÁ, PHD.****ING. KATARÍNA MELICHOVÁ****ING. BARBORA BABJAKOVÁ, PHD.**

Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka | *Department of Regional and Rural Development*
Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja | *Fac. of European Studies and Regional Development*
Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre | *Slovak University of Agriculture in Nitra*
✉ *Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak Republic*
E-mail: maria.fazikova@uniag.sk, marcela.chrenekova@uniag.sk
cattarinam@gmail.com, lotabare@gmail.com

Anotácia

Kreativita je jednou z charakteristík ľudského kapitálu a zároveň kľúčovým aspektom konceptu kreatívnej ekonomiky. Cieľom príspevku je vyjadriť a zdôvodniť význam vzdelávania v kreatívnych odvetviach. Skúmaným územím je územie Nitrianskeho samosprávneho kraja. Hodnotili sme postavenie kreatívnych odvetví v ekonomike skúmaného regiónu a úroveň a vývoj formálneho a neformálneho vzdelávania so zameraním na rozvoj kreatívnych zručností využívaných v kreatívnych odvetviach. Respondenti, predstavitelia vzdelávacích subjektov a firiem pôsobiacich v odvetví hudba, vizuálne a scénické umenie, sa vyjadrili k významu a úrovni vzdelávania v relevantných odboroch a postaveniu vzdelávacích inštitúcií v hodnotovom reazci odvetvia. Nitriansky kraj je v celkovej podnikateľskej aktivite a podnikateľskej aktivite kreatívnych odvetví pod priemerom krajiny. V tomto regióne môžeme v posledných rokoch pozorovať nárast absolventov umeleckých a umelecko-remeselných odvetví, naopak výrazne upadajú študentské odbory, ktoré vzdelávajú v oblasti výroby produktov kreatívnych odvetví (odevníctvo a textil, spracovanie dreva a výroba hudobných nástrojov). V rámci definovaného hodnotovného reazca odvetvia je evidentný silný sociálny kapitál medzi jeho segmentmi a jednotlivými subjektmi. Veľmi výrazná je interakcia medzi tvorcami kreatívneho obsahu a vzdelávacími inštitúciami. Sociálny kapitál je aj jedným z faktorov jeho relatívne vysokého úspechu vývoja. Okrem toho je kardinálnym faktorom vývoja a úspešnosti analyzovaného odvetvia v Nitrianskom kraji jeho dlhodobá tradícia a štruktúra klientov.

Kľúčové slová

vzdelávanie, kreatívne odvetvia, hodnotový reazec, Nitriansky samosprávny kraj

Annotation

Creativity is one of the characteristics of human capital and a key aspect of the concept of creative economy. The objective of this paper is to express and justify the importance of education in the creative industries. The territory of Nitra Region was studied. We evaluated the status of creative industries in the economy of the region and examined the level and the development of formal and non-formal education with a focus on developing creative skills for creative industries.

Respondents, representatives of educational institutions and companies operating in the industry of Music, visual and performing arts, commented on the importance and level of education in the relevant fields and the role of educational institutions in the industry value chain.

Level of Nitra region in overall business activity and the activity of creative sector is below the average rate. In this region we can observe an increase in recent years, graduates of art and art-craft industry, while significantly decline courses that train in the production of products of creative industries (textiles and clothing industry, wood processing and the production of musical instruments). There is evident strong social capital between segments and actors of the defined industry value chain. Very significant is the interaction between producers of creative content and educational institutions. Social capital is also one of the factors of its relatively high stage of development. In addition, the cardinal factor in the development and success of the sectors analyzed in the Nitra region is long tradition and a "mannered" client.

Key words

education, creative industries, value chain, Nitra Self-governing Region

JEL classification: O18, R11, R12

Úvod

udský kapitál je jedným zo základných faktorov ekonomického rastu. udský kapitál je isto zamie aný s úrov ou vzdelania, pretože vzdelanie je v ufl-om ponímaní považované za faktor udského kapitálu (Dobe-, 2001). V -ir-om ponímaní v-ak vplýva na udský kapitál výchova, kultúra a celoflivotné vzdelávanie. Definova ho môžeme ako vedomosti, zru nosti, schopnosti a al-ie charakteristiky jedinca, ktoré sú relevantné pre ekonomickú aktivitu (OECD, 1998). Becker (1993) rozli-uje udský kapitál v-eobecný (univerzálne schopnosti, zru nosti a schopnosti pre každú oblas -udskej innosti) a -pecifický (vedomosti, zru nosti a schopnosti -pecifické pre ur itý odbor alebo aktivitu). udský kapitál predstavuje k ú ový faktor ekonomického rastu najmä v endogénnych teóriách rastu, ktoré sú založené na podpore rozvoja vnútorných faktorov (Buek, Rehák, Tvrdo, 2010), ím rastie konkurencieschopnos daného regiónu. Konkurencieschopnos regiónu spo íva v schopnosti vytvára vysokú pridanú hodnotu v aka inováciám. Inovácie sú výsledkom kreativity. Kreativita, ako k ú ový aspekt konceptu kreatívnej ekonomiky, je jednou z charakteristík udského kapitálu.

Pre analýzu udských zdrojov a ich vplyvu na kreatívne odvetvia treba hodnoti úrove a vývoj vzdelávania, a to formálneho (stredné a vysoké -koly) a neformálneho (základné umelecké -koly) so zameraním na rozvoj kreatívnych zru ností vyuffite ných v kreatívnych odvetviach na úrovni krajiny a regiónu.

Cie a metodika

Cie om príspevku je vyjadri a zdôvodni význam vzdelávania v kreatívnych odvetviach v Nitrianskom kraji. Tento cie sme, okrem iného dosiahli vyjadrením postavenia vzdelávacích in-titúcií v hodnototvornom re azci odvetvia ōHudba, vizuálne a scénické umenie a zostavením hodnototvorného re azca jednej zo vzdelávacích in-titúcií pôsobiacich v tomto odvetví.

Na základe analýzy -túdií, správ a odborných publikácií (DCMS, 1998; KEA, 2006; UNCTAD, 2010; WIPO, 2003; UNESCO, 2006) bola stanovená klasifikácia, ktorá definuje odvetvia pod a SK NACE rev. 2 na -vrtú úrove . Táto klasifikácia zah a kategórie umení (scénické umenie a podporné innosti s ním súvisiace, umeleckú tvorbu, hudobnú tvorbu a prevádzku kultúrnych zariadení), alej odvetvia zamerané na slufby podnikateľom (kam zara ujeme architektonické innosti, innosti reklamných agentúr, -pecializované dizajnérske innosti a predaj vysielacieho asu), odvetvia súvisiace s oblas ou médií a zábavy (výroba, distribúcia a premietanie filmov a iné podporné innosti, rozhlasové a televízne vysielanie, vydavateľstvá, nakladateľstvo v oblasti softvéru a po íta ových hier).

Údaje o firmách pouffvané pri analýze pochádzajú z Registra organizácií Slovenskej republiky (INFOSTAT) k septembru 2013, údaje o zamestnanosti zo Ttatistického úradu Slovenskej republiky.

Vymedzenie oblastí vzdelávania bolo uskuto néné vo väzbe na definované kreatívne odvetvia. V oblasti formálneho vzdelávania sa zameriavame na stredné –koly a vývoj po tu absolventov odborov zameraných na kreatívne odvetvia, a to v nasledovných kategóriách: 31 ó textil a odevníctvo, 32 ó spracovanie kofe, 33 ó spracovanie dreva a výroba hudobných nástrojov, 34 ó polygrafia a médiá, 72 ó publicistika, knihovníctvo, vedecké informácie, 82 ó umelecká tvorba a 85 ó umelecko-remeselná tvorba. Hodnotili sme nasledovné odbory –túdia na vysokých –kolách: 33 ó spracovanie dreva a výroba hudobných nástrojov, 35 ó architektúra, 72 ó publicistika, knihovníctvo a vedecké informácie, 81 ó vedy o umení, 82 ó umenie a umelecko-remeselná tvorba, vybrané pedagogické odbory a muzeológia.

V Nitrianskom kraji je zamestnanos v kultúrnych a kreatívnych odvetviach priemerná alebo podpriemerná okrem scénického umenia, kde je nadpriemerná (Blahovec-Hudec, 2012). Koncentrácia firiem v odvetví ōHudba, vizuálne a scénické umenieö je v Nitrianskom kraji (po Bratislavskom a Ko–ickom kraji) tretia najvy–ia (Balog a kol., 2014). Na základe týchto zistení bola v Nitrianskom kraji uskuto nená prípadová –túdia odvetvia ōHudba, vizuálne a scénické umenieö. Jedným z významných výsledkov tejto prípadovej –túdie bolo zistenie významného postavenia vzdelávacích in–titúcií a umeleckého vzdelávania. Preto v príspevku analyzujeme postavenie vzdelávacích in–titúcií a význam vzdelávania pre rozvoj odvetvia. Práca je doplnená názormi predstavite ov firiem a vzdelávacích subjektov na význam, úrove a bariéry vo vzdelávaní v odvetví ōHudba, vizuálne a scénické umenieö. Respondentmi bolo 21 firiem a 6 vzdelávacích subjektov pôsobiacich v Nitrianskom kraji. Respondovali sme dve súkromné konzervatóriá v Nitre a Topo anoch, tri katedry Univerzity Kon–tantína Filozofa v Nitre a jednu Základnú umeleckú –kolu v Nitre.

Charakteristika kreatívnych odvetví v Nitrianskom kraji

Kreatívne odvetvia sa od ostaných odvetví lí–ia viacerými atribútmi. V prvom rade ide o rozdielnos vstupov v porovnaní s inými odvetviami a o previazanos na problematiku ochrany du–evného vlastníctva (Howkins, 2001; WIPO, 2006).

Tab. 1: *Kreatívne odvetvia v krajoch SR (september 2013)*

Kraj	A	B	C	D
Bratislavský	10 054	42,30%	6,20%	1,969
Trnavský	2 034	8,60%	2,70%	0,86
Tren iansky	1 731	7,30%	2,30%	0,747
Nitriansky	1 920	8,10%	2,20%	0,698
filinský	1 950	8,20%	1,90%	0,615
Banskobystrický	1 781	7,50%	2,20%	0,703
Pre–ovský	2 100	8,80%	2,20%	0,695
Ko–ický	2 219	9,30%	2,80%	0,879
Celkový sú et	23 789	100,00%	3,10%	-

A ó celkový po et kreatívnych firiem

B ó podiel kreatívnych firiem v krajoch

C ó podiel kreatívnych firiem na celkovom zastúpení firiem v kraji

D ó lokaliza ný koeficient kreatívnych firiem

Zdroj: vlastné spracovanie na základe Registra organizácií SR (k septembru 2013)

Hodnotili sme postavenie kreatívnych odvetví v ekonomike Nitrianskeho kraja. Najskôr sme sa venovali analýze kreatívnych odvetví v krajoch Slovenska. Zaujímala nás relatívna dôlefitos kreatívnych odvetví v Nitrianskom kraji.

Podiel firiem patriacich do kreatívnych odvetví je 3,1% v rámci v–etkých firiem na Slovensku. Necelých 7% predstavujú firmy zaoberajúce sa umením, zatia o službami pre podnikate ov sa zaoberá 54,2% firiem a médiami a zábavou 38,8% firiem. Fyzické osoby tvoria 56,8% , z

právnických osob je najastej-íe zastúpená forma spoločnosti s ru ením obmedzeným s 39,2% podielom na celkovom počte firiem. Mikropodniky tvoria 85,11%, k malým podnikom sa radí 1,67% a k stredným a veľkým 0,24%.

Nitriansky kraj je v celkovej podnikateľskej aktivite ale aj podnikateľskej aktivite kreatívnych odvetví pod priemerom SR (tab.1). Tento výsledok potvrdzuje aj vyjadrenie prostredníctvom lokalizačného koeficientu (Babjaková-Chreneková, 2013).

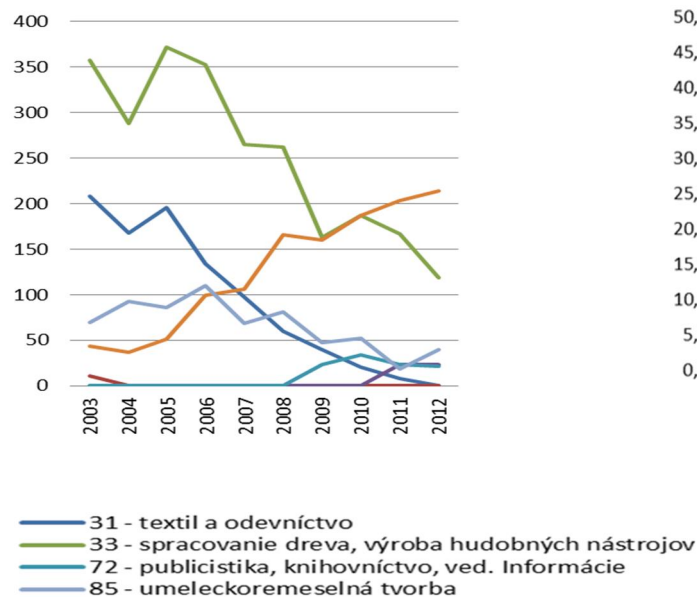
System vzdelávania v kreatívnych odvetviach v Nitrianskom kraji

System vzdelávania pre kreatívne odvetvia zahŕňa a formálne vzdelávacie inštitúcie reprezentované stredným školstvom, poskytujúcim odborné vzdelávanie orientované na budúce povolanie a neformálne vzdelávacie inštitúcie reprezentované základnými umeleckými školami.

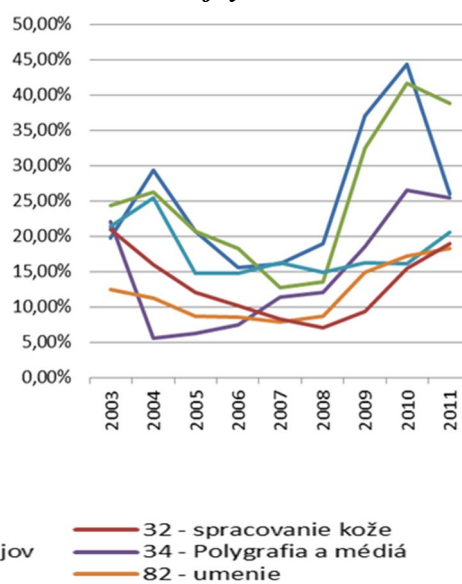
Formálne vzdelávanie

V Nitrianskom kraji v rámci formálneho vzdelávacieho systému poskytuje vzdelávanie v 31 odboroch 5 stredných odborných škôl a 2 konzervatóriá. Z nich je 5 súkromných, 1 cirkevná a 1 štátna škola. Prevažia súkromných škôl poukazuje na určitú medzeru v systéme verejného vzdelávania na stredných školách. Dve zo škôl sa venujú klasickému umeniu (hudba, tanec, scénické umenie, spev, ostatné sa venujú výtvarnému stvárneniu, grafike a umeleckým remeslám. Vznik týchto odborov bol reakciou na nárast počtu firiem so zameraním na služby podnikateľom. Tieto školy pokrývajú veľké oblasti umenia. Uplatnenie na trhu práce je analyzované nižšie.

Obr. 10: Vývoj počtu absolventov odborov zameraných na kreatívne odvetvia v NSK



Obr. 11: Vývoj miery nezamestnanosti absolventov študijných odborov SOTM



Zdroj: spracované podľa Hericha (2011)

Vývoj počtu absolventov v umelecky orientovaných odboroch je znázornený na obrázku 1. Najvýraznejší úbytok v počte absolventov v rokoch 2003 a 2012 možno pozorovať v oblasti výroby dreva a výroby hudobných nástrojov a v odbore textil a odevníctvo, teda vzdelávanie v oblasti výroby produktov ako výstupu kreatívnej inštitúcie (v prípade odevníctva a textilu) alebo produktu ako nástroja pre realizáciu kreativity (v hudbe a remeslách). Podobný trend sledujeme v celej krajine, čo je dôsledkom jednak nezáujmu firiem o výrobné odbory a na druhej strane úbytku na strane ponuky práce v týchto odvetviach, ktoré upadajú a sú nahrádzané dovozom (Anonym, 2006). Mierne upadá aj umeleckoremeselná tvorba. Naopak v sledovanom období najvýraznejšie rástol počet absolventov v odboroch umeleckej tvorby, ktorý však v porovnaní so SR rástol pomalšie (index 2012/2007 pre SR je 1,48 a pre Nitriansky kraj 1,29).

Podiel absolventov kreatívnych odborov v priemere za roky 2003 ó 2011 je približne 6,1% v-etských absolventov v Nitrianskom kraji. Od roku 2003 možno pozorova zniflovanie tohto podielu, ktoré je spôsobené najmä úbytkom absolventov v -tudijných odboroch zameraných na výrobu kone ných výrobkov. V Nitrianskom kraji je pozitívny vývoj v po te absolventov v umeleckých odboroch umelecká tvorba a umelecko-remeselná tvorba (v roku 2012 dosiahol 3% z celkového po tu absolventov).

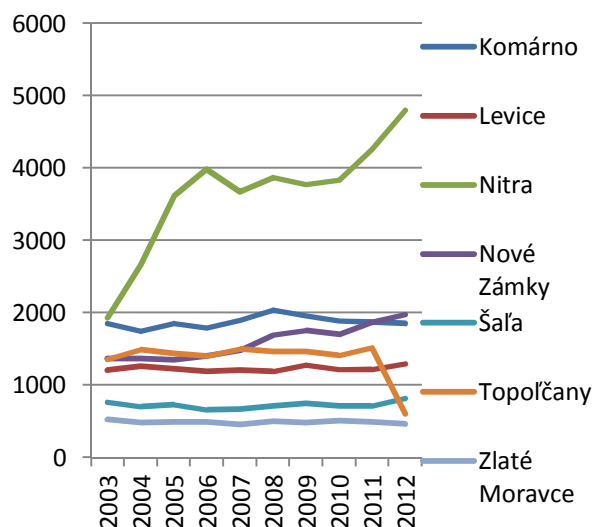
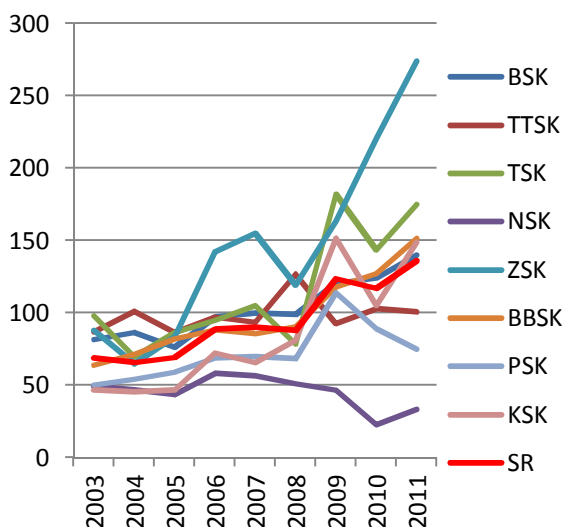
Na prudkom poklese po tu absolventov kreatívne zameraných -tudijných odborov sa podpísal predov-etským úbytok pracovných príležitostí doprevádzaný rastom nezamestnanosti absolventov. (Herich 2011, 2012a, 2012b). Z vývoja nezamestnanosti absolventov pod a -tudijných odborov (obr. 2) možno pozorova výrazný nárast nezamestnanosti v priemyselných odvetviach textil a odevníctvo a spracovanie dreva, výroba hudobných nástrojov.

as absolventov kreatívnych u ebných odborov a stredných -kôl pokračuje v -túdiu na vysokých -kolách. ¹ -tudijné odbory zamerané na odbory súvisiace s kreatívnymi odvetviami poskytuje v rámci Nitrianskeho kraja Univerzita Kon-tantína filozofa v Nitre, kde v -kolskom roku 2013/2014 -tuduje 2623 -tudentov v odboroch, ktoré sa týkajú kreatívnych odvetví, o tvorí skoro 20% v-etských -tudentov. Tu treba v-ak zdôrazni , že 14% tvoria -tudenti vybraných pedagogických odborov, ostatné odbory sú zamerané na filozofické smery súvisiace s umením a kultúrou, flunalistikou a masmediálnymi -túdiami.

Neformálne umelecké vzdelávanie

Základné umelecké -koly poskytujú priestor pre rozvoj hudobných, výtvarných, dramatických a pohybových zru ností a možno ich považova za prvý kontakt jednotlivcov, ktorí neskôr pokračujú

Obr. 3: Vývoj po tu ZUTM na 1 mil. obyv. v krajoch SR **Obr.4: Vývoj po tu flakov ZUTM v Nitrianskom kraji**



Zdroj: vlastné spracovanie na základe údajov z UIPS

vo vzdelávaní v oblasti kreatívnych inností, s umeleckým vzdelávaním. Okrem toho predstavujú vzdelávacie in-titúcie, ktorých primárnou úlohou je rozvíja kreativitu a kreatívne myslenie.

Pri porovnaní po tu -kôl na 1 mil. obyvateľov v krajoch SR možno pozorova zvy-ovanie ich po tu, okrem Trnavského, Pre-ovského a Nitrianskeho kraja. Dlhodobu najnižšie hodnoty dosahuje práve Nitriansky kraj.

¹ Na Slovensku k 31. 10. 2013 -tudovalo 36,2% -tudentov v odboroch, ktoré sa týkajú kreatívnych odvetví (zoznam odborov je uvedený v asti Cie a metodika). V roku 2013 úspe-ne absolvovalo -túdium týchto odborov približne 8,5% zo v-etských absolventov.

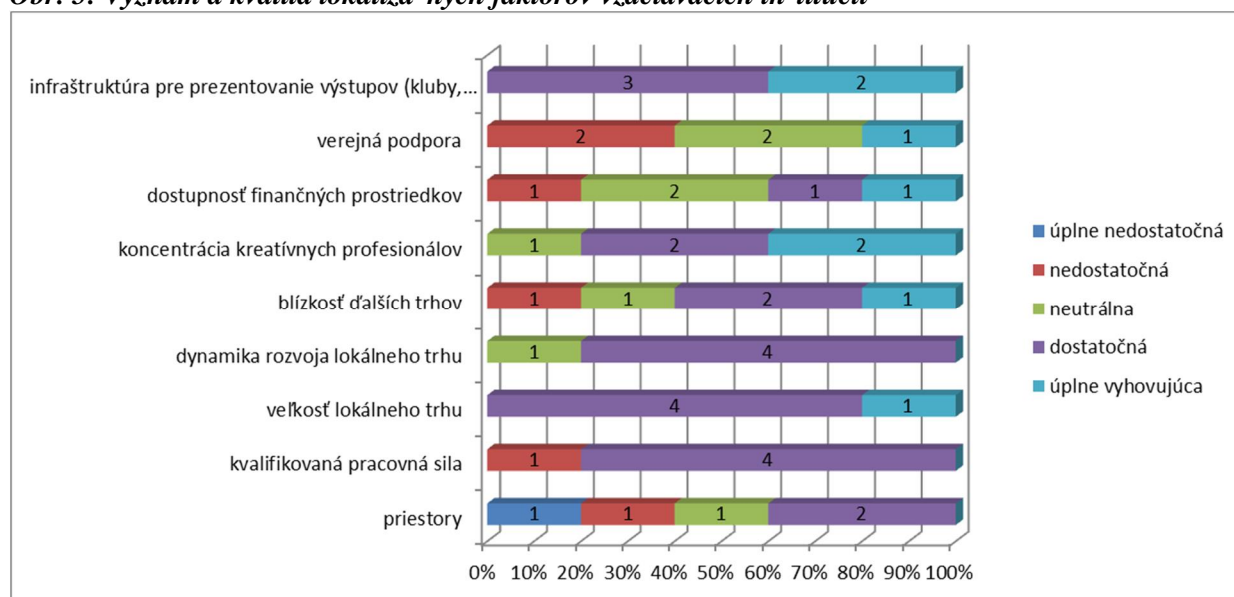
V roku 2013 navtevovali fiaci najastejše hudobnú (43,2%), výtvarnú (29,7%) a tane n ú (22,5%) výchovu, najmenej fliakov navtevovalo literárno-dramatické krúžky (4,4%) a audio a multimédiá (0,2%), pri om tento podiel je vo v-etkých krajoch podobný.

V Nitrianskom kraji vývoj ZUTMovplyv ovalo okrem iného vlastníctvo, kde v rokoch 2005 ó 2010 pôsobilo v Topo ianskom okrese približne 10 pobo iek cirkevných ZUTM. Celkovo v-ak okrem Nitrianskeho okresu klesá po et ZUTM, ktorých po et je i tak v porovnaní so Slovenskom ve mi nízky. Vývoj po tu fliakov v ZUTM poukazuje na rast, pri om najvýraznej-í je v Nitrianskom okrese (obr. 4). Ponuka ZUTM v-ak nereflekтуje požiadavky dopytu, o môfle by spôsobené aj zmenami vo financovaní týchto in-titúcií.

Význam a kvalita lokaliza ných faktorov vzdelávacích in-titúcií

Z h adiska zamestnaneckej a organiza nej -truktúry súkromné -koly zamestnávajú vä -í po et pedagógov, pri om vä -ina pracuje na iasto ný pracovný úvazok, zatia o na v-etkých respondovaných katedrách verejných vysokých -kôl sú v-eci zamestnanci zamestnávajú na plný pracovný úvazok. Vzdelávacie in-titúcie zamerané na vzdelávanie v umeleckých odboroch zaznamenávajú nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily najmä v kontexte -pecifických zru ností (neoperný spev, gitara, bicie), o spomenuté in-titúcie rie-ia angafováním externých pedagógov, ktorí dochádzajú vä -inou z Bratislavy.

Obr. 5: Význam a kvalita lokaliza ných faktorov vzdelávacích in-titúcií



Zdroj: vlastné spracovanie

Jediným nevýznamným lokaliza ným faktorom pre vzdelávacie in-titúcie relevantného zamerania sú existencia subjektov rovnakého alebo príbuzného zamerania. Vä -ina z respondovaných subjektov affí práve z tzv. šscarcity valueo a svojho -pecifického zamerania v rámci siete vzdelávacích in-titúcií, prípadne v rámci regiónu. Naopak za najvýznamnej-ie respondenti ozna ili ve kos a dynamiku lokálneho trhu a dostupnos kvalifikovanej pracovnej sily. V meste Nitra a okolí respondentom najviac vyhovuje koncentrácia kreatívnych profesionálov a infra-truktúra na prezentovanie výstupov.

Postavenie vzdelávacích in-titúcií v hodnototvornom re azci odvetvia

Respondenti pochádzajúci zo vzdelávacích subjektov a firiem pôsobiach v odvetví oHudba, vizuálne a scénické umenieo sa vyjadrili k úrovni kvalifikácie svojich zamestnancov a úrovni vzdelávania v relevantných odboroch a postaveniu vzdelávacích in-titúcií v hodnototvornom re azci odvetvia.

Respondenti hodnotia rozdielne ponukovú a dopytovú stránku vzdelávania. Ponuka a dopyt v tomto prípade nie sú v zhode. Respondenti na jednej strane úrove kvalifikácie ich zamestnancov hodnotili pozitívne, pri om negatívne hodnotili skôr objem a úrove pracovných príležitostí pre kvalifikovanú pracovnú silu v príslušných odboroch. as respondentov poci uje nedostatok talentovaných pracovníkov. Za dôvod tejto nepriaznivej situácie v regióne považujú najmä odchod kvalifikovanej pracovnej sily do atraktívnejších prostredí z h adiska profesionálneho uplatnenia.

Pre stabilitu a rozvoj odvetvia ōHudba, vizuálne a scénické umenieö majú vzdelávacie in-titúcie ve ký význam nie iba na vstupe do hodnotového re azca (ako dodávateľa kvalitného ľudského kapitálu), ale aj na výstupe, ako významných zdroj príjmov (hlavných aj doplnkových) pre tvorcov kreatívneho obsahu. Vysoký podiel respondentov tvoriacich kreatívny obsah zároveň pôsobí aj vo vzdelávacích in-titúciách (ZUTM, konzervatóriá, Univerzita Kon-tantína filozofa). Pôsobenie v týchto in-titúciách je pre nich výhodou najmä z h adiska zabezpečenia doplnkového príjmu, o má v nadväznosti na charakter nestálosti príjmu z predaja umeleckej tvorby ve ký význam. Okrem toho im vzdelávacie in-titúcie poskytujú priestory napr. pre zriadenie ateliéru, prezentáciu výstupov a v neposlednom rade sú vhodnou platformou pre nadväzovanie spolupráce medzi kreatívnymi pracovníkmi, ktorí sa na pôde vzdelávacích in-titúcií stretávajú (Melichová, 2012). V tomto prípade ide o symbiotický vz ah, nako ko aj kreatívni pracovníci pôsobiaci vo vzdelávacích in-titúciách majú výrazný vplyv na fungovanie týchto organizácií a to prostredníctvom poskytnutia praktických skúseností študentom a kolegom a integrácie študentov do profesionálnej sféry. Príkladom je množstvo prípadov kedy u itelia ó výkonní herci, reflešéri, dramaturgovia - angaflujú študentov v umeleckej praxi. Kanály distribúcie kreatívneho obsahu (napr. galérie, divadlá, vydavateľstvá, centrá vo ného asu a al-ie ó v Nitre najvýznamnejšie Divadlo Andreja Bagara, Staré divadlo Karola Spi-iaka, Nitrianska galéria, Nitrianske múzeum) pre tvorcov kreatívneho obsahu zabezpečujú odbyt produktov, prezentáciu výstupov a podobne ako v prípade vzdelávacích in-titúcií poskytujú priestor pre spoluprácu kreatívnych pracovníkov, ktorá má spravidla formu ad hoc projektov. Pre subjekty zabezpečujúce distribúciu kreatívneho obsahu spolupráca s tvorcami tohto obsahu má evidentné ekonomické prínosy, ako aj prínos vo forme tvorby dobrého mena a zatraktívnenia vo vz ahu k zákazníkovi ó návštevník galérie, divák. Prostredníctvom distribu ných kanálov sa spravidla realizuje aj spätná väzba zo strany kone ných spotrebiteľov kreatívneho obsahu smerom k jeho tvorcom.

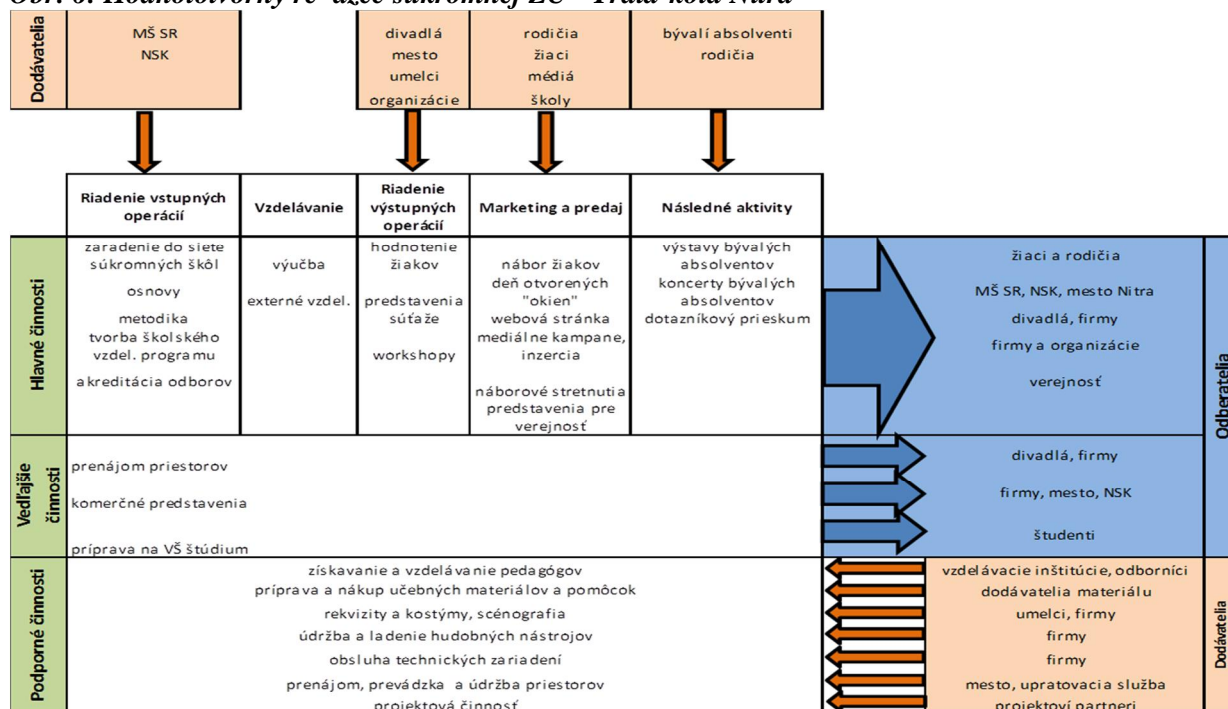
Do hodnotovného re azca vstupujú subjekty tvoriace kreatívny obsah, distribu né kanály, ktorými sa tento kreatívny obsah dostáva ku kone ným spotrebiteľom, vzdelávacie in-titúcie, in-titúcie verejnej správy, dodávateľia a samotní spotrebiteľia. Medzi nimi boli identifikované komplexné väzby a interakcie, ktoré spravidla pôsobia v oboch smeroch.

Analýzou súboru respondovaných subjektov sme potvrdili poznatok o cyklickom charaktere hodnotovného re azca v tomto odvetví (UNESCO, 2009). V niektorých prípadoch obtiafné diferencova subjekty, ktoré sú zamerané výlu ne na tvorbu kreatívneho obsahu a subjekty, ktoré pôsobia v al-ích štádiách hodnotovného re azca. Pre viacero respondentov, ktorých zara ujeme do tejto skupiny je charakteristické, že sú sú asne poskytovateľmi výstupov, ale aj konzumentmi vstupov. Napríklad majiteľ galérie aj sám umelecky tvorí; respondent, ktorý sa venuje vydavateľskej činnosti v oblasti prípravy a zverej ovania zvukových nahrávok je spevákom, resp. členom hudobnej kapely. Takmer všetci herci pôsobiaci v Nitrianskom kraji sú zamestnancami Divadla Andreja Bagara, Starého divadla Karola Spi-áka alebo Jókaiho divadla. Množstvo výkonných umelcov pôsobí vo vzdelávacom procese a naopak. Tým sa vytvára previazanos na prax. Okrem pedagógov aj samotní študenti, resp. študenti sa často podie ajú na akciách uskuto ných i ufl vzdelávacou in-titúciou, alebo v spolupráci s inými in-titúciami, organizáciami a firmami. Obojstrannú spoluprácu rozvíjajú aj respondované vzdelávacie in-titúcie navzájom, nako ko absolventi Katedry výtvarnej tvorby a výchovy a Katedry hudby často nachádzajú uplatnenie práve na umeleckých kolách niňšieho stup a vzdelávania. Spolupráca v tomto smere je významným zdrojom in-špirácie pre inova né aktivity v tvorbe obsahu a pre proces vzdelávania formou konfrontácie s potrebami praxe a uplatnením absolventov.

In-titúcie verejnej správy sú integrované do hodnototvorného re azca vo vä –ej miere ako v prípade iných odvetví národného hospodárstva. Pramení to z faktu, že produkty kultúry a teda s asti aj produkty tu skúmaných odvetví sú považované za šsemi-verejněo statky. In-titúcie verejnej správy ovplyv ujú hodnotový re azec odvetvia primárne prostredníctvom tvorby legislatívy, podpornými aktivitami (napr. finan ná podpora, poskytnutie priestorov za zvýhodnený nájom, resp. bez nájmu), pri om v-ak aj subjekty na strane tvorby kreatívneho obsahu a vzdelávacích in-titúcií vstupujú do týchto procesov a to napríklad pri tvorbe odvetvových politík (profesionáli z odvetvia sú lenmi príslu-ných komisí zria ovaných in-titúciami verejnej správy), alebo pri kooperácii na spoločných projektoch. In-titúcie verejnej správy významne ovplyv ujú aj fungovanie vzdelávacích in-titúcií, a to tiež tvorbou legislatívnych opatrení, ako aj prostredníctvom schva ovania –tudijných plánov, ím priamo ovplyv ujú aj obsahovú stránku ich innosti, ako aj významným podielom na financovaní ich chodu.

Ako príklad uvádzame hodnototvorný re azec jedného z aktérov odvetvia a tosúkromnej základnej umeleckej –koly ōTrala-kolaö v Nitre, ktorý svojím obsahom a –truktúrou reprezentuje vä –inu vzdelávacích in-titúcií (obr.6).

Obr. 6: Hodnototvorný re azec súkromnej ZUTMTrala-kola Nitra



Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci takto definovaného hodnototvorného re azca evidujeme silné sociálne vz ahy medzi jeho segmentmi a jednotlivými subjektmi. Sociálny kapitál je aj jedným z faktorov relatívne vysokého vývojového –tádia odvetvia ōHudba, vizuálne a scénické umenieö v Nitrianskom kraji.

Záver

Z analýzy ľudského kapitálu vyplynulo, že v Nitrianskom kraji môžeme v posledných rokoch pozorova nárast absolventov umeleckých a umelecko-remeselných odborov, naopak výrazne upadajú –tudijné odbory, ktoré vzdelávali v oblasti výroby produktov kreatívnych odvetví (odevničstvo a textil, spracovanie dreva a výroba hudobných nástrojov). Zaujímavé je, že dopyt po umeleckom vzdelaní nap ajú v prevažnej miere súkromné stredné umelecké –koly. Na druhej strane v-ak z hodnotenia zamestnanosti absolventov umeleckých odborov je vidie dlhodoborastúca nezamestnanos . Vysoká neistota je pre túto skupinu udí charakteristická.

Nitriansky kraj je dlhodobo pod priemerom SR v po te základných umeleckých –kôl na 1 mil. obyvate ov. Na rastúci dopyt po umeleckom vzdelávaní zareagoval súkromný sektor a to vznikom súkromných konzervatórií a základných umeleckých –kôl. Na druhej strane v–ak môflno kon–tatova pomerne nízky záujem o ne neformálne umelecké vzdelávanie detí aj dospelých. Prí inu vidíme v relatívne nízkej miere urbanizovanosti Nitrianskeho kraja, ale aj v zmene legislatívy a pravidiel financovania ZUTMna Slovensku. V–eobecne moflno kon–tatova , fle vstupné podmienky (po et a kvalita stredo–kolských a vysoko–kolských vzdelávacích in–titúcií, tradícia, dopyt) pre rozvoj kreatívnych odvetví sú v Nitrianskom kraji priaznivé. Stav kretívnych odvetví v–ak tieto podmienky nereflektuje.

Pri skúmaní najzávafnej–ích problémov a bariér, s ktorými sa respondované in–titúcie pri svojej innosti stretajú sme okrem, tých, ktoré sa prejavujú v takmer každej oblasti, a s ktorými sa stretajú aj iné subjekty, ako napríklad vysoký stupe byrokracie, preregulovanie vä –iny aktivít zo strany –tátnej správy (o so sebou priná–a in asové a finan né náklady) sme identifikovali aj –pecifické nedostatky systému vzdelávania v umeleckých oboroch. Naj astej–ie boli uvádzané nepochopenie obtiafnosti –túdia umeleckých odborov, o má v kone nom dôsledku za následok aj podfinancovanie týchto vzdelávacích in–titúcií z poh adu respondentov. Konkrétne neadekvátny spôsob pride ovania váh výstupom pedagógov, kedy publika ná innos vedecko–výskumných pracovníkov v iných oblastiach je nieko konásobne vy–ie hodnotená ako výstup z umeleckej innosti.

Na záver moflno kon–tatova , fle výchova ku kreativite a umelecká výchova je v slovenskom výchovno ó vzdelávacom systéme podhodnotená. Slovensko sa radí medzi krajiny, ktoré v systéme vzdelávania nevytvárajú významný priestor pre inovovanie a zavádzanie takých foriem ktoré podnecujú komplexný rozvíjaná tvorivos jednotlivca (EACEA, 2009). Vo v–eobecnosti moflno uzavrie , fle kultúre a umeniu v príprave fiaikov na nif–ích stup och –túdia sa ako z finan ného h adiska, tak aj z h adiska hodinovej výmery, ktorá je –tudijných plánoch ur ená pre príslu–né predmety nevenuje dostato ný priestor ani finan né zabezpe enie, o následne spôsobuje nielen nedostato nú prípravu uchádza ov o –túdium na respondovaných vzdelávacích in–titúciách ale aj nedostato ný dopyt po kultúrnych statkoch (prostredníctvom formovania spotrebite ských preferencií). Okrem spomenutého je kardinálnym faktorom vývoja a úspe–nosti analyzovaného odvetvia v Nitrianskom kraji jeho dlhodobá tradícia a švychovanýö klient.

Literatúra

- [1] BABJAKOVÁ, B., CHRENEKOVÁ, M., (2013). Creative industries in Nitra region. In *Regional economics in new perspectives*. Winter seminar of regional science. Bratislava: Ekonóm. ISBN 978-80-225-3607-3.
- [2] BALOG, M. a kol., (2014). *Mofnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku*. Bratislava: Slovenská inová ná a energetická agentura. ISBN 978-80-88823-56-8.
- [3] BECKER, G. S., (1993). *Human capital*. Chicago: The University of Chicago Press.
- [4] BLAHOVEC, R., HUDEC, O., (2012). Employment Analysis in the Creative Industries in Slovakia: Spatial and Temporal Evolution in the Years 2001-2010, *Region Direct* 2/2012, pp. 58-89.
- [5] BU EK, M., REHÁK, TM, TVRDO , J., (2010). *Regionálna ekonomika a politika*. Bratislava: Iura Edition. ISBN 978-80-8078-362-4.
- [6] DCMS, (1998). *Creative Industries Mapping Document*.
- [7] DOBETM M., (2001). *udský kapitál a výkonnos ekonomiky*. [online]. [cit. 23.1.2013]. Dostupné z: http://www.saske.sk/stredisko/ludsky_kapital.pdf.
- [8] EACEA, (2009). *Umelecké a kultúrne vzdelávanie v –kolách v Európe*.
- [9] HOWKINS, J., (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Global, 2001. ISBN: 978-014028794. pp. 270.
- [10] Infoweby.sk, (2006). *Textilný a odevný priemysel na Slovensku* [online] Dostupné z: <http://www.infoweby.sk/slovensko/ekonomika-a-hospodarstvo/453-textilny-a-odevny-priemysel>.
- [11] KEA, (2006). *The Economy of Culture in Europe*. European Commission [Online]. [Cit. 2012-01-30] Directorate General for Education and Culture. Dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/documents/chapter-2_en.pdf

- [12] MELICHOVÁ, K., (2012). Vplyv implementácie prístupu LEADER na rozvoj sociálneho kapitálu vo vidieckych oblastiach. *In Sociálne, ekonomické, environmentálne a právne aspekty v rozvoji regiónov*. Nitra. 2012. ISBN 978-80-552-0799-5.
- [13] OECD, (1998). *Human capital investment: An international comparison 1998*.
- [14] UNCTAD, (2010). *Creative Economy Report*.
- [15] UNESCO, (2006). *Understanding Creative Industries: Cultural Statistics for Public Policy-making*.
- [16] UNESCO, (2009). *Framework for Cultural statistics (FCS)*. Dostupné z: <http://www.uis.unesco.org>
- [17] WIPO, (2003). *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*.

Tento príspevok bol spracovaný v rámci projektu KRENAR podporeného Agentúrou na podporu výskumu a vývoja (zmluva . APVV-0101-1.0)