

DNEŠNÍ TÉMA:

KULTURNÍ A
KREATIVNÍ
PRŮMYSLY

CO SE DNES DOZVÍTE:

- ⦿ Definiční rámec kulturních a kreativních průmyslů (odlišnosti od tradičních umění)
- ⦿ Velikost sektoru kulturních a kreativních průmyslů v ČR (Satelitní účty kultury a Statistiky kultury)

Jak to začalo

- Sociální přínos umění pro rozvoj jednotlivců i komunit byl prosazován hnutím „*The Community Arts Movement*“ již od roku 1960. Nicméně - většina z těchto aktivit byla neoficiálních a potýkala se s nedostatečnou argumentací prezentovaných myšlenek.
- Od začátku roku 1980 se ve Velké Británii umělecké a kulturní aktivity stávaly častějším jevem - byly zakomponovány do programů na obnovu měst.

Politikami KULTURNÍCH ČTVRTÍ/REGIONŮ (CULTURAL QUARTER POLICIES)

- Publikace Institutu politických studií „*The Economic Importance of the Arts in Britain*“ (Myerscough, 1988) ukázala prostřednictvím **teorie multiplikátoru**, že přímé výdaje na umění generují další výdaje v jiných sektorech ekonomiky, což rozšiřuje bohatství a vytváření pracovních míst, a města se tak stávají **přitažlivější** pro občany i firmy.
- Díky tomu se sektor kultury stal uznávaným, významným, s rostoucí přidanou hodnotou, se schopností regenerovat **městské části, malá města a regiony**. Nové pojmy:
 - kreativní města
 - kreativní klastry

KULTURNÍ PRŮMYSL

- ⊙ Pojem použit poprvé Adornem a Horkheimerem ve 30. a 40. letech 20. st.
- ⊙ A to jako kritický hlas v souvislosti s masovou zábavou, resp. zábavním průmyslem
- ⊙ Označením „kultura“ tehdy chápána tzv. „high culture“
- ⊙ Oba sociologové (stejně jako další - Marcuse, Enzensberger, Williamse) se obávali vlivu masmédií na demokratickou společnost

KULTURNÍ PRŮMYSLY (PŘEKLÁDÁNO TAKÉ JAKO „ODVĚTVÍ“)

- Koncept kulturních průmyslů byl modifikován francouzskou sociologickou školou (autoři - Morin, Huet, Miege) koncem 60tých let 20.století
- Jde tedy o posun od pojmu „kulturní průmysl“ k pojmu v množném čísle „kulturní průmysly“
- Zdůvodnění - množné číslo je více komplexní:
 - Rádio a televize, resp. vysílání veřejné služby je odlišné od knižního vydavatelství a to je odlišné od hudebního vydavatelství

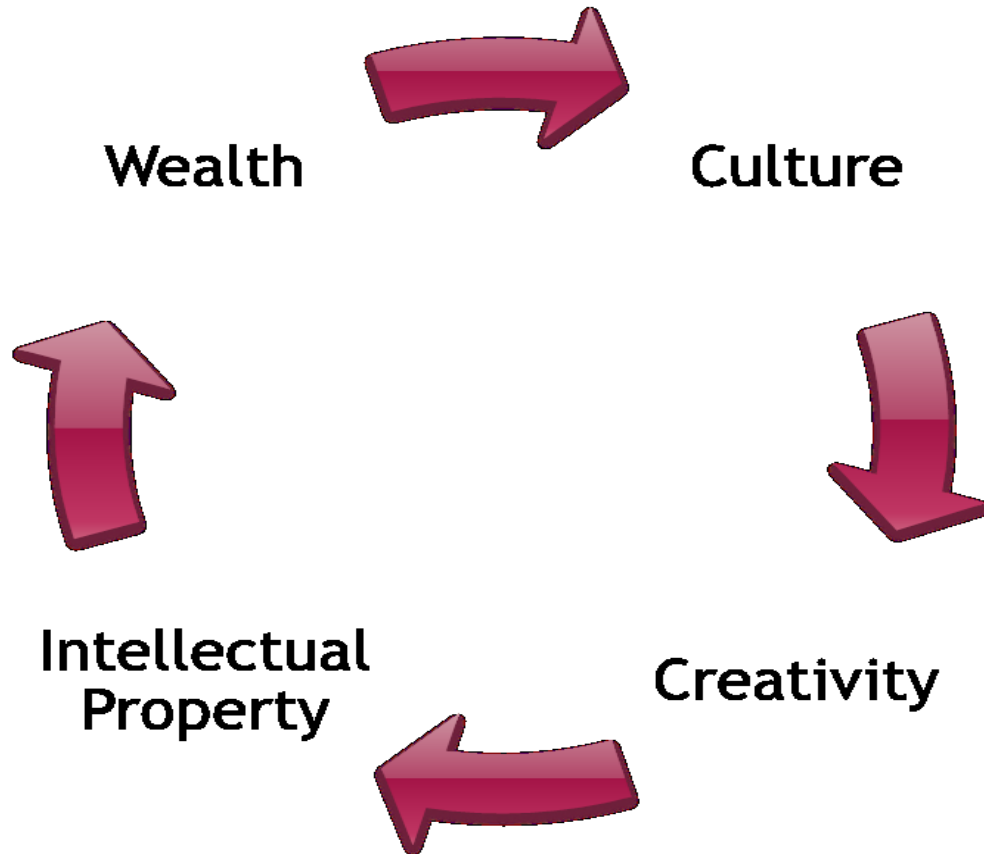
KULTURNÍ PRŮMYSLY

- Průlom příspěvkem „*The Cultural Industries Sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade, Britain 1984-91*“ (Pratt, 1997)
 - Argumentují tím, že kulturní průmysly významně ovlivňují objem obchodu
 - a odhadují, že zaměstnávají 4,5 % z pracujících v produktivním věku v Británii (a to v roce 1991).
- ◎ Politikové pod vlivem těchto zjištění začínají tvrdit, že kulturní průmysly mohou účinně přispět k:
 - tvorbě bohatství,
 - neviditelnému exportu a
 - zaměstnanosti.

KREATIVNÍ PRŮMYSLY, RESP. TVŮRČÍ ODVĚTVÍ (PŘEKLAD!)

- Poprvé použito v roce 1994 v Austrálii
- Poté v roce 1997 ve Velké Británii New Labor Party Tonyho Blaira založila „ Creative Industries Task Force“
- Tím - r. 1997 byl sektor kreativních průmyslů uznán nadnárodními organizacemi jako jsou Evropská komise, Světová banka, národní a regionální vlády hlavní silou v rychle se měnící globální ekonomice → nová, resp.
- kreativní ekonomika

The Creative Economy



NOVÁ/KREATIVNÍ EKONOMIKA

- ⊙ Má v sobě
 - Ekonomické, politické, sociální, kulturní a technologická témata
- ⊙ Nachází se na křižovatce mezi uměním, podnikáním a technologiemi.
- ⊙ Je unikátní v tom, že v sobě obsahuje nevyčerpatelný zdroj - **lidskou kreativitu**
- ⊙ **Building the creative economy: An interview with Richard Florida:**
 - <https://www.youtube.com/watch?v=iyryTaLLhRE>

KREATIVNÍ TŘÍDA/CREATIVE CLASS

RICHARDA FLORIDY (2002)

⊙ Kreativita

- schopnost vytvářet smysluplné nové formy
- je v současnosti rozhodujícím zdrojem konkurenční výhody

⊙ Tradiční kreativní třída/ Core of the Creative Class

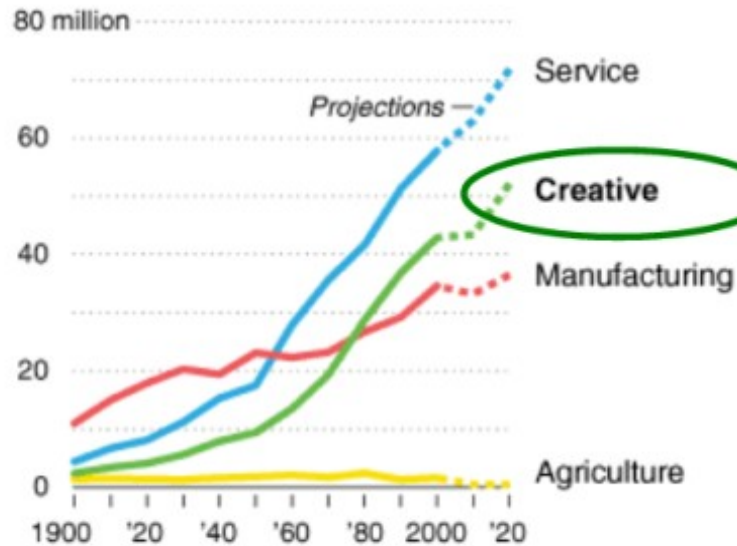
- výzkumníci, rozvojoví inženýři, architekti, designéři, pedagogové, umělci, hudebníci

⊙ Kreativní profesionálové/ Creative Professionals

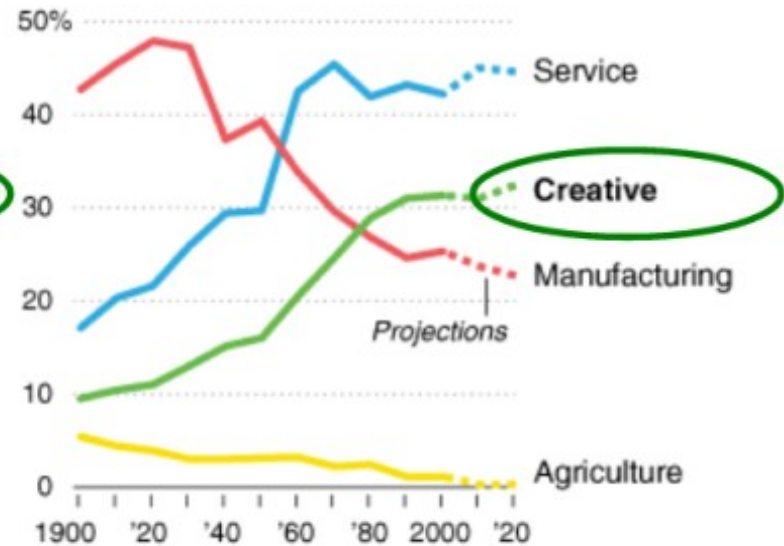
- pracující v oblastech obchodu, financí, práva, zdravotnictví aj.

It's A Creative Economy

Number of workers, by decade



Percentage of workforce, by decade



Percentage of workforce vs. percentage of wages paid in 2006



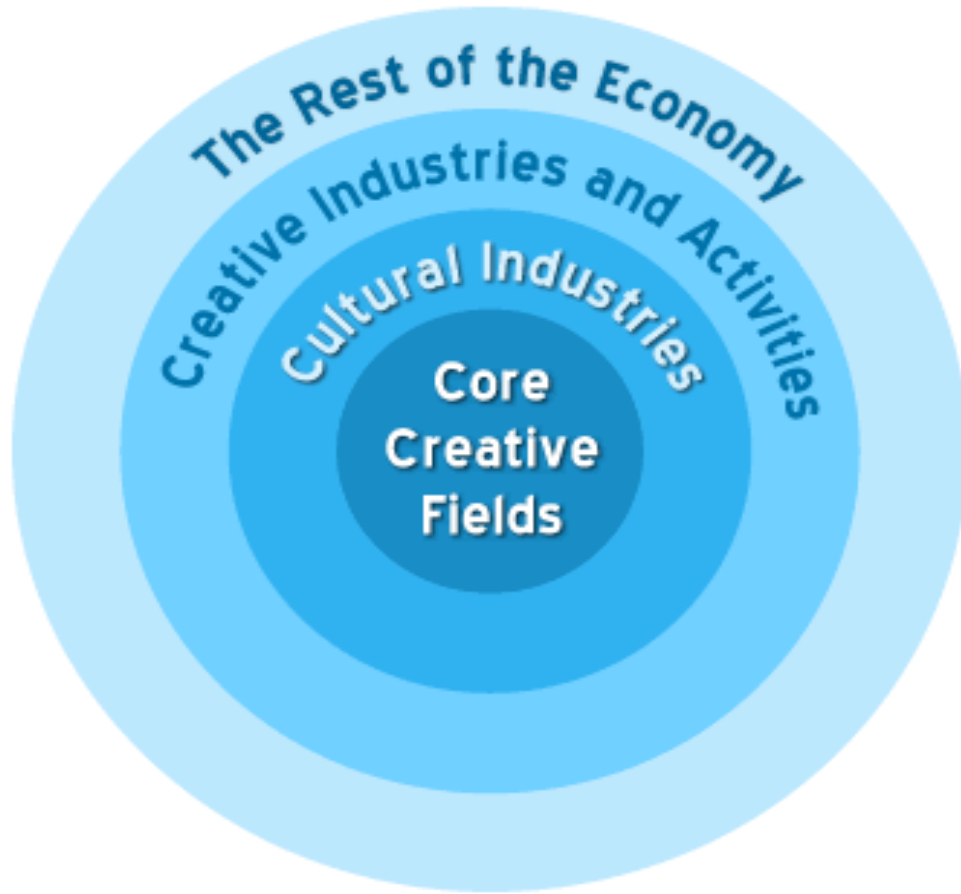
© 2008 Richard Florida www.whosyourcity.com

SOURCE: KEVIN STOLARICK; GRAPHIC BY RYAN MORRIS

ZPRÁVA O SEKTORU KULTURY VE VELKÉ BRITÁNII

- Byla publikována institutem politických studií - (Policy Studies Institut)
- Autorem byl Selwood (2001)
- Ukázala, že:
 - v období 1995-1999 rostla v sektoru kultury zaměstnanost mnohem rychleji než v ekonomice, jako celku
 - Tedy byla zaznamenána rostoucí koncentrace kulturních povolání a průmyslů/odvětví.

KREATIVNÍ PRŮMYSLY: CHARLES DAVID THROSBY (ECONOMICS AND CULTURE, 2001)



KREATIVNÍ PRŮMYSLY: *CHARLES DAVID THROSBY* (ECONOMICS AND CULTURE, 2001)

- ◎ Tradiční kreativní umění/Core creative arts
 - literatura + hudba + divadlo a malířství
- ◎ Další tradiční kult./kreat. průmysly/Other core cultural industries
 - film + muzea + knihovny
- ◎ Širší kulturní průmysly/Wider cultural industries
 - památková péče + knižní vydavatelství + audio nahrávky + televize + radio + video - a PC hry
- ◎ Související kreativní průmysly/Related creative industries
 - reklama + architektura + design + móda
- ◎ Zbytek ekonomiky



DEFINICE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ *DAVIDA HESMONDHALGHFA* (CULTURAL INDUSTRIES, 2007)

- televize + rádio
- filmový průmysl
- obsahové aspekty kreativity v internetovém průmyslu
- Hudební průmysl (vydavatelství)
- nakladatelství (knih a on-line textů)
 - video- and PC hry/digitální hry
 - reklama a marketing

DEFINICE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ: POLITICKÁ PRAXE VELKÉ BRITÁNIE

- ⦿ Kreativní průmysly jsou ty průmysly/ta odvětví, které/á:
 - jsou založeny/a na kreativitě, schopnostech a talentu jednotlivce,
 - mají potenciál k vytvoření bohatství a zaměstnanosti prostřednictvím rozvoje duševního vlastnictví.

DEFINICE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ: UNESCO/ EVROPSKÁ KOMISE

- Kulturní průmysly se odkazují na průmysly/odvětví poskytující a šířící kulturní statky a služby.
- Kulturními činnostmi, statky a službami se rozumějí takové činnosti, statky a služby, které v době, kdy jsou produkovány a/nebo spotřebovávány, zprostředkovávají kulturní hodnoty, a to bez ohledu na komerční hodnotu, kterou mohou mít.

STUDIE EKONOMIKA KULTURY V EVROPĚ (2006)

- ⊙ prezentována Radě ministrů kultury
Evr.Komise
- ⊙ zavádí dva pojmy, „jež pomáhají přesněji měřit
ekonomický a společenský dopad kultury“:
 - „kulturní průmysly/odvětví“ - neprůmyslová odvětví, která
produkují nereprodukovatelné zboží a služby, jež jsou
konzumovány na místě. Dále se jedná o průmyslová odvětví,
která produkují kulturní produkty určené k masové reprodukci,
hromadnému šíření a vývozu (například knihy, film, zvukové
nahrávky).
 - „kreativní průmysly/tvůrčí odvětví“ - kultura se stává tvůrčí
investicí do produkce „nekulturního“ zboží. Patří sem takové
aktivity jako design, architektura a reklama.

DEFINICE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ / TVŮRČÍCH ODVĚTVÍ

Oblasti	Odvětví	Pododvětví
Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	hudební průmysly, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	

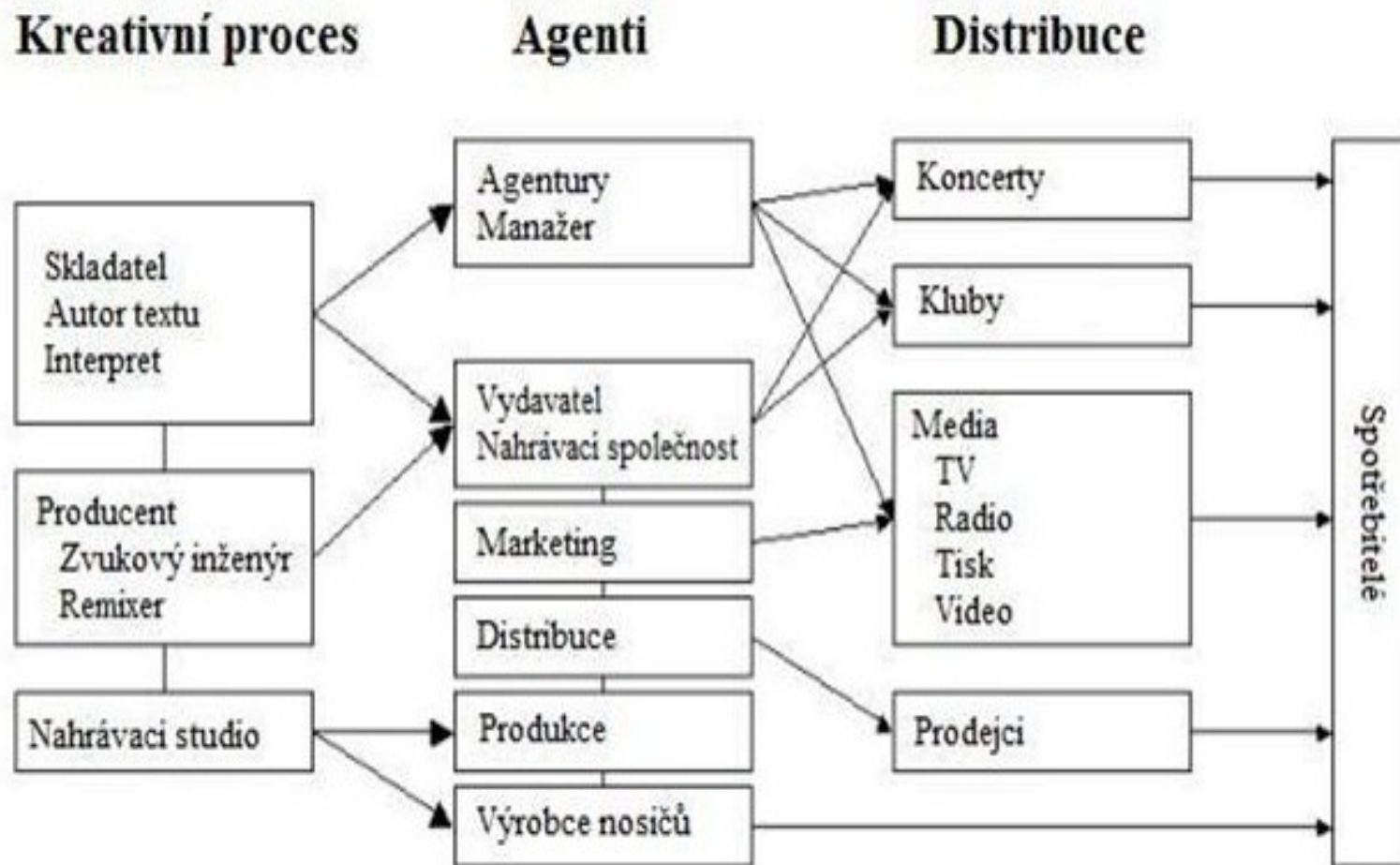
VÝZKUMY V TÉTO OBLASTI V ČR:

- ČSÚ - Satelitní účet kultury 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2015.
- Institut umění - Divadelní ústav:
 - Kulturní a kreativní průmysly v České republice (Eva Žáková a kol.)
 - Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku (Martin Cikánek)
 - Kulturní a kreativní průmysly v Německu - Národohospodářský význam, struktura a způsob podpory kulturních a kreativních odvětví (Marcel Kraus)
 - Kreativní průmysl v Rakousku (Marcel Kraus)
 - Workshopy Kreativní Evropa, apod.
- Univerzita Tomáše Bati:
 - Doc. Jitka Kloudová - Fakulta managementu a ekonomiky
 - Kreativní index a trend růstu kreativního indexu jednotlivých krajů ČR (2008)

VÝZKUMY V TÉTO OBLASTI V ČR II:

- ◉ Diplomové práce na DIFA, HUFA JAMU
- ◉ Diplomové práce na ESF MU (REGE)
 - ▣ Např. Adamcová M.: Kulturní a kreativní průmysly v ČR, DP, MU: Brno 2014 (REGE, vedoucí Dr. Kunz)
- ◉ Projekty mapování kulturních a kreativních průmyslů:
 - ▣ Plzeň
 - ▣ Zlín
 - ▣ Olomouc
 - ▣ Praha
 - ▣ Brno

Hodnotový řetězec hudebního průmyslu. Zdroj: Upraveno dle DOLFSMA, Wilfred, CHRISTIAANSE, Ellen. *Global electronic channels in the music industry*, 1999



ČSÚ - SATELITNÍ ÚČET KULTURY

- ◉ Od roku 2009 - užší vymezení kultury
- ◉ Od roku 2010
 - širší vymezení kultury na základě doporučení Eurostatu
 - Totožné ve všech zemích EU
 - Rozšíření o:
 - maloobchodní činnosti (prodej módy, řemesel, aj.)
 - překladatelské a tlumočnické služby
 - pronájem audio a video nosičů
 - umělecké vzdělávání

VYMEZENÍ A ČLENĚNÍ SEKTORU KULTURY - DLE OBLASTI ČI ODVĚTVÍ

- Kulturní dědictví
- Interpretační (scénické) umění
- Vizuální (výtvarné) umění a řemesla
- Periodický a neperiodický tisk
- Audiovizuální a interaktivní média
- Architektura
- Reklama
- Umělecké vzdělávání
- Správa kultury vč. její podpory
- Neznámá oblast - blíže neurčená oblast

Tabulka 1 Zdroje financování kultury podle kulturních oblastí v roce 2015

v tis. Kč

OBLAST	Ústřední vládní instituce	Místní vládní instituce	Veřejný sektor celkem	Přímé výdaje domácností	Nefinanční a finanční podniky ¹⁾	Nevládní neziskové instituce ¹⁾	Soukromý sektor celkem	Evropské strukturální fondy	Jiné mezinárodní instituce	Ostatní svět celkem	ZDROJE CELKEM
Kulturní dědictví	4 838 821	7 645 733	12 484 554	2 757 748	3 313 711	379 850	6 451 309	483 887	16 754	500 641	19 436 504
Interpretační umění	1 064 217	3 360 842	4 425 059	2 519 491	4 527 542	231 018	7 278 051	244 133	23 273	267 406	11 970 516
Výtvarné umění	38 279	36 623	74 902	2 222 346	5 678 999	104 296	8 005 641	26 963	6 525	33 488	8 114 031
Periodický a neperiodický tisk	34 390	17 344	51 734	11 837 368	20 738 105	.	32 575 473	10 223	-	10 223	32 637 430
Audiovizuální a interaktivní média	643 603	778 316	1 421 919	19 565 503	18 516 011	2 353 214	40 434 728	49 477	1 853 975	1 903 452	43 760 099
Architektura	.	.	.	136 524	20 781 136	262	20 917 922	23 735	-	23 735	20 941 657
Reklama	.	.	.	110 981	67 350 304	.	67 461 285	-	-	-	67 461 285
Umělecké vzdělávání	14 508	7 608 079	7 622 587	1 012 500	.	.	1 012 500	6 601	-	6 601	8 641 688
Správa a podpora kulturní činnosti	1 768 032	17 655	1 785 687	70 010	243 025	476 722	789 757	637	-	637	2 576 081
Neznámá oblast	336 669	6 078 478	6 415 147	4 653 692	-	-	4 653 692	-	-	-	11 068 839
CELKEM	8 738 519	25 543 070	34 281 589	44 886 163	141 148 833	3 545 362	189 580 358	845 656	1 900 527	2 746 183	226 608 130

¹⁾ Celkové příjmy jsou sníženy o příjmy z veřejného sektoru, domácností, mezinárodního prostředí, zaplacené daně a zvýšeny (sníženy) o změnu stavu úvěrů apod.

VYMEZENÍ A ČLENĚNÍ SEKTORU KULTURY - DLE POSKYTOVATELE

- Historické památky
- Muzea a galerie
- Archivy
- Knihovny
- Divadla
- Koncertní sály
- Kulturní domy
- Výstavní sály
- Nakladatelství, vydavatelství
- Výrobci a distrib. audioviz. děl
- Rozhlas
- Televize
- Umělecké školy
- Ochr. svazy autorské
- Ostatní poskytovatelé (prodej knih, starožitností, tvorba hudebních nahrávek, činnosti MK ČR, aj)

Tabulka 2 Umístění finančních zdrojů podle kulturních oblastí a poskytovatelů kulturních služeb v roce 2015

v tis. Kč

OBLAST	Historické památky	Muzeum a galerie	Archivy	Knihovny	Divadla	Hudební soubory	Kulturní domy	Výstavní sály	Rozhlas	Televize	Školy uměl. vzděl.	Org. ochrany autor. práv	Ostatní poskytovatelé	CELKEM
Kulturní dědictví	3 145 595	6 340 855	1 558 523	3 238 178	x	x	x	x	x	x	x	x	5 153 353	19 436 504
Interpretační umění	x	x	x	x	5 342 767	1 306 520	3 327 803	x	x	x	x	x	1 993 426	11 970 516
Výtvarné umění	x	x	x	x	x	x	x	613 943	x	x	x	x	7 500 088	8 114 031
Audiovizuální a interaktivní média	x	x	x	x	x	x	x	x	4 944 879	20 255 581	x	x	18 559 639	43 760 099
Umělecké vzdělávání	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	821 151	x	7 820 537	8 641 688
Správa a podpora kulturní činnosti	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	507 620	2 068 461	2 576 081
Neznámá oblast	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	132 109 211	132 109 211
CELKEM	3 145 595	6 340 855	1 558 523	3 238 178	5 342 767	1 306 520	3 327 803	613 943	4 944 879	20 255 581	821 151	507 620	175 204 715	226 608 130

ZDROJE DAT PRO SÚK

- Veřejné rozpočty (stát, kraje, obce)
- Šetření v domácnostech
- Statistické zjišťování u kulturních subjektů (NIPOS)
- Z šetření podnikových statistik
- Z šetření o neziskovém sektoru
- Problémy
 - Dopočty
 - Časový nesoulad
 - Nedodání zdrojů
 - Kvalita informací

Tabulka 6 Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2015 (sl. 3 - 5 odhad)

v tis. Kč

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	HODNOTA PRODUKCE (v mil. Kč) ¹⁾	MEZI- SPOTŘEBA (v mil. Kč) ¹⁾	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA (v mil. Kč) ¹⁾	POČET ZAMĚSTN. (PŘEPOČ.) v os.	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB ²⁾	IMPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB	NACE
a	b	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
KULTURNÍ SEKTOR	Kulturní dědictví	18 604 655	18 527 856	14 342	5 501	8 841	18 951	2 761 596	386 948	641 559	10 523	91.01, 02, 03, 47.78, 79 ³⁾
	Scénická umění	11 537 870	11 514 338	13 865	6 538	7 327	14 787	443 953	1 120 968	1 196 521	6 820	90.01,02,04
	Výtvarná umění ⁴⁾	5 103 663	4 322 714	5 876	3 681	2 195	1 865	362 300	598 759	626 492	8 963	74.20,90.03
	Kulturní a umělecké vzdělávání	785 960	671 885	7 882	1 806	6 076	599	23 622	.	.	1 050	85.52
	Umělecká řemesla	496 910	446 770	573	316	257	1 301	6 377	1 177 107	2 210 505	976	odd.14,15,16,23,25,31, 32,43 (část)
	Sektor celkem	36 529 058	35 483 563	42 538	17 842	24 696	37 503	3 597 848	3 283 782	4 675 077	28 332	-
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	16 334 622	15 679 185	17 626	10 952	6 674	1 444	2 139 648	3 765 079	1 955 951	1 541	59.11,12,13,14, 77.22, 47.63 (část) ³⁾
	Hudba	1 953 812	1 627 851	2 111	1 104	1 007	248	63 169	5 213 737	4 427 356	2 245	59.20, 47.63 (část) ³⁾
	Rozhlas	5 565 344	4 287 031	6 004	2 027	3 977	2 195	108 262	i.d.	12 339	72	60.10
	Televize	20 764 593	20 312 646	22 411	13 792	8 619	4 804	2 583 649	i.d.	556 087	116	60.20
	Knihy a tisk	40 937 888	35 993 540	33 742	18 937	14 805	20 339	965 974	9 254 460	9 972 472	38 812	58.11,13,14,63.91,74.3 0,47.61,62 ³⁾
	Videohry	1 515 382	905 017	1 639	359	1 280	334	175 739	.	.	35	58.21
	Sektor celkem	87 071 641	78 805 270	83 533	47 171	36 362	29 364	6 036 441	18 337 475	16 924 205	42 821	-
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	21 493 562	18 904 830	20 964	13 528	7 436	6 734	735 215	1 024 328	137 373	10 529	71.11
	Reklama	68 039 997	63 842 501	58 995	43 707	15 288	12 237	3 037 844	10 482 753	9 283 539	12 725	73.11
	Design	2 818 639	2 328 439	3 245	2 144	1 101	707	100 910	529 820	578 020	2 645	74.10
	Sektor celkem	92 352 198	85 075 770	83 204	59 379	23 825	19 678	3 873 969	12 036 901	9 998 932	25 899	-
Správa a podpora kulturní činnosti	2 495 259	2 481 145	3 752	1 221	2 531	2 785	69 997	.	.	180	84.11, 12 (část), 94.99.2	
KULTURA CELKEM	218 448 156	201 845 748	213 027	125 613	87 414	89 330	13 578 255	33 658 158	31 598 214	97 232	-	

¹⁾ odhad na základě vlastních propočtů z údajů národního účetnictví

²⁾ za rozhlasové a televizní vysílání jsou k dispozici pouze individuální data, která nelze zveřejnit

³⁾ údaje za maloobchod se vztahují jen ke sloupcům 1 až 6

⁴⁾ bez designu a uměleckých řemesel

ZDROJE FINANCOVÁNÍ KULTURY V ROCE 2012

- ◎ Celkem více než 236,1 mld. Kč
- ◎ Původ zdrojů
 - Finanční a nefinanční podniky (nevíce)
 - Domácnosti (2.místo)
 - Veřejné rozpočty (3. místo)
 - Neziskové instituce (4. místo)
 - Mezinárodní prostředí (poslední)
- ◎ Převažující typ zdrojů dle odvětví
 - Veřejné zdroje (až 56% podíl) - kult. dědivctví, interpret. umění, um. vzdělávání, správa kultury
 - Zdroje podniků a domácností - výt.v.umění, tisk, média, architektura, reklama

VÝVOJ PŮVODU FIN. ZDROJŮ

Podíl jednotlivých zdrojů na financování kultury (v %)

Původ zdroje	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Index 2015/2010 v %
Veřejné rozpočty	13,5	14,6	14,5	15,8	15,9	15,1	111,9
Domácnosti	16,8	17,2	19,3	19,5	20,2	19,8	117,9
Podniky	66,7	65,9	62,2	62,5	61,8	62,3	93,4
Neziskové instituce	2,8	1,2	3,2	1,1	1,1	1,6	57,1
Ostatní svět	0,2	1,1	0,8	1,1	1	1,2	600,0

KOMENTÁŘ

- Mírná tendence růstu podílu domácností a zdrojů ze zahraničí na celkových zdrojích
- Veřejné zdroje více méně stagnují
- pokles až stagnace podílu podniků
- Výkyvy v podílu ostatních zdrojů (NNO) jsou velmi vysoké

Tabulka 11 Časové řady vybraných ukazatelů sektoru kultury za léta 2010 – 15
v mil. Kč

UKAZATEL	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Index 2015/2014 v %	Index 2015/2010 v %
Veřejné zdroje celkem	36 283	34 739	34 322	34 644	35 881	34 282	95,5	94,5
Náklady celkem	219 816	204 341	205 850	198 111	193 500	201 846	104,3	91,8
Výnosy celkem	229 110	216 212	217 971	206 727	208 191	218 448	104,9	95,3
Stupeň soběstačnosti v %	87,1	89,1	84,9	85,7	89,4	87,9	98,3	100,9
Počet zaměstnanců v osobách	87 018	81 521	79 785	81 417	80 740	89 330	110,6	102,7
Průměrná hrubá měsíční mzda v Kč	24 406	24 704	24 982	24 431	25 588	25 966	101,5	106,4
Investice v mil. Kč	13 748	11 416	10 369	10 676	12 067	13 578	112,5	98,8
Hrubá příd.hodnota v mld. Kč ¹⁾	86,1	80,4	84,4	81,4	82,0	87,4	106,6	101,5
Hrubý domácí produkt v mld. Kč ¹⁾	59,5	53,1	57,3	54,5	58,1	65,6	112,9	110,3
Podíl kultury na hr. příd. hod. v % ¹⁾	2,40	2,21	2,31	2,22	2,10	2,13	101,4	88,8
Podíl kultury na HDP v % ¹⁾	1,50	1,32	1,41	1,33	1,35	1,44	106,7	96,00

SOUHRNNÝ KOMENTÁŘ

- Výdaje místních vlád > ústředních vlád
- Výdaje domácnosti > podniků > NNO
- Vládní sektor podporuje nejvíce oblast
 - Kulturní dědictví
 - Umělecké vzdělávání
 - Interpretační/scénická umění
- Soukromý sektor investuje nejvíce do oblasti
 - Reklama
 - Audiovize/film + Tisk
 - Periodický tisk
- EU podporuje nejvíce oblast
 - kulturní dědictví, architekturu a interpret.umění

Doporučená literatura

HESMONDHALGH, David. *The cultural industries*. 1st pub. London: SAGE Publications, 2002. xiv, 290 s. ISBN 0-7619-5453-8.

LASH, Scott a John URRY. *Economies of signs and space*. 1st pub. London: SAGE Publications, 1994. vi, 360 s. ISBN 0-8039-8472-3.

CAVES, Richard E. *Creative industries :contracts between art and commerce*. 1st ed. Cambridge: Harvard University Press, 2002. ix, 454 s. ISBN 0-674-00808-1.

A handbook of cultural economics. Edited by Ruth Towse. Cheltenham: Edward Elgar, 2003. xi, 494 s. ISBN 1-84064-338-2.

FLORIDA, Richard. *The rise of the creative class :and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic books, 2002. xxx, 434 p. ISBN 0-465-02477-7.

HESMONDHALGH, David. *Media production*. New York: Open University Press, 2006. 191 p. ISBN 0-335-21884-9.

CIKÁNEK, Martin. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*. 1. vyd. V Praze: Institut umění, 2009. 79 s. ISBN 978-80-7008-231-7.

The media and social theory. Edited by David Hesmondhalgh - Jason Toynbee. New York: Routledge, 2008. xii, 291 s. ISBN 978-0-203-93047-2.

URRY, John. *Consuming places*. 1st ed. London: Routledge, 1995. 257 s. ISBN 0415113113.

LARSEN, Jonas, John URRY a K. W. AXHAUSEN. *Mobilities, networks, geographies*. Burlington, VT: Ashgate, 2006. 165 s., [4. ISBN 0754648826.

RUMPEL, Petr, Ondřej SLACH a Jaroslav KOUTSKÝ. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian region. *E + M Ekonomie a management*, 2010, roč. 4, č. 4. ISSN 1212-3609.