



KREATIVNÍ PRŮMYSLY

ZÁRODKY TEORIE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

- 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.

KULTURNÍ PRŮMYSL

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

POLITIKY 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 klustry

KULTURNÍ PRŮMYSLY (PŘEKLÁDÁNO TAKÉ JAKO „ODVĚTVÍ“)

- Koncept kulturních průmyslů byl modifikován francouzskou sociologickou školou (autoři - Morin, Huet, Miede) 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

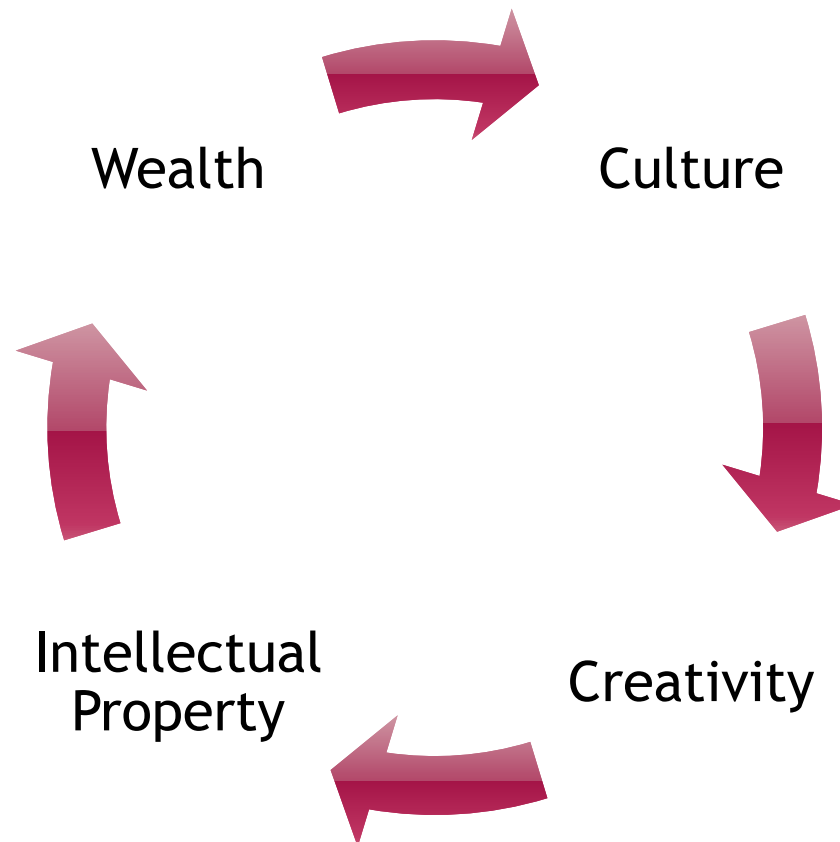
KULTURNÍ PRŮMYSLY

- 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 „Komando kreativních průmyslů“ (Creative Industries Task Force)
- ◉ To přispělo k tomu, že v roce 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

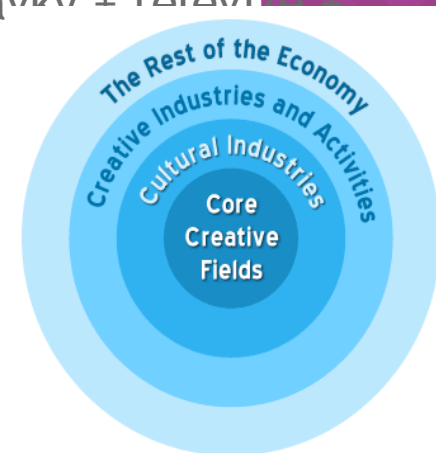


ZPRÁVA O SEKTORU KULTURY VE VELKÉ BRITÁNII

- ◉ 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.

DEFINICE KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ 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



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.

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 POUŽÍVANÁ V POLITICKÉ PRAXI

- Velká Británie
- Singapore
- UNESCO/Evropská komise

VELKÁ 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.

SINGAPORE

- ◉ Vychází z definice Velké Británie
- ◉ Ty/ta průmysly/odvětví, které/á jsou inspirovány/a kulturní a uměleckou kreativitou a mají potenciál vytvářet ekonomickou hodnotu prostřednictvím vytváření a využívání duševního vlastnictví.
- ◉ Do kreativních průmyslů/odvětví patří:
 - reklama, architektura, obchod s uměním a starožitnostmi, počítačové a video hry, řemesla, design, módní návrhářství, film a video, hudba, dovadlo, nakladatelství, software, televize, rádio.

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.

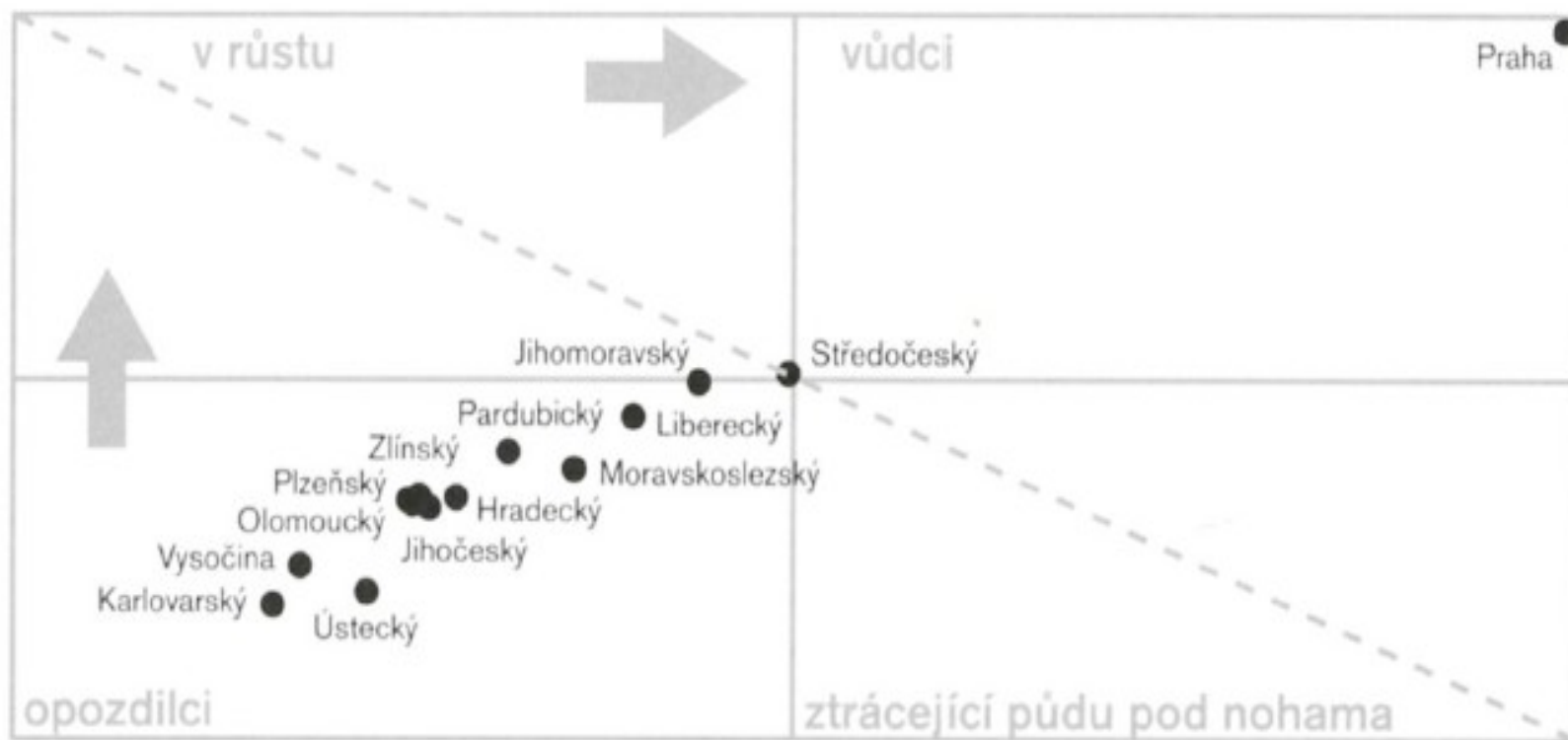
DEFINICE KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ / TVŮRČÍCH ODVĚTVÍ

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 TĚTO OBLASTI V ČR:

- ◉ ČSÚ - Satelitní účet kultury 2009, 2010, 2011
- ◉ 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 (J. KLOUDOVÁ, 2008)



Tabulka č. 6

Vybrané ukazatele v trojsektorovém členění kultury za rok 2010

v tis. Kč

SEKTOR	OBLAST	PŘÍJMY (VÝNOSY) CELKEM	VÝDAJE (NÁKLADY) CELKEM	ROZDÍL sl. 1 - sl. 2	SPOTŘEBA materiálu, energií, zboží a služeb	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA	POČET ZAMĚSTN. (PŘEPOČ.) v tis. os.	VÝDAJE NA INVESTICE	EXPORT ZBOŽÍ A SLUŽEB	IMPORT	POČET PRÁVNICKÝCH A FYZICKÝCH OSOB	NACE
a	b	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
KULTURNÍ SEKTOR	Historická památka	2 110 236	2 115 133	-4 897	920 148	1 190 088	1 888	740 371	31 479	36 041	288	91.03
	Muzeum a galerie	4 368 396	4 493 921	-125 525	1 719 140	2 649 256	6 100	1 629 410	108 771	203 940	478	91.02
	Knihovny a archivy	3 631 299	4 008 450	-377 151	1 338 180	2 293 119	6 888	449 463	.	.	5 446	91.01
	Scénická umění	12 449 528	12 171 083	278 445	5 939 838	6 509 690	15 035	383 758	61 172	187 889	746	90.01,02,04
	Výtvarná umění	4 768 214	3 961 066	807 148	2 378 458	2 389 756	1 778	236 470	28 381	31 053	6 031	74.20,90.03
	Kulturní a umělecké vzdělávání	989 266	820 012	169 254	478 524	510 742	735	31 052	.	.	1 288	85.52
	Řemesla	5 551 545	2 108 429	.	odd.13-32
	Sektor celkem	28 316 939	27 569 665	747 274	12 774 288	15 542 651	32 424	3 470 524	5 781 348	2 567 352	14 277	
KULTURNÍ PRŮMYSLY	Film a video	13 239 930	12 569 145	670 785	10 124 600	3 115 330	1 728	807 534	6 356 763	4 762 862	1 155	59.11,12,13,14
	Hudba	2 006 431	1 708 638	297 793	1 400 590	605 841	342	103 798	9 770	101 620	3 272	59.20
	Televize	20 262 248	19 083 431	1 178 817	9 495 408	10 766 840	4 520	1 839 877	109 900	707 769	128	60.20
	Rozhlas	3 368 623	3 113 618	255 005	1 708 033	1 660 590	1 639	188 558	1 751	4 649	61	60.10
	Knihy a tisk	47 218 459	43 576 674	3 641 785	22 351 008	24 867 451	16 528	1 395 578	6 410 257	4 509 631	35 724	58.11,13,14,63.91,74.30,47.61,62
	Videohry	1 761 347	1 710 665	50 682	467 164	1 294 183	1 375	45 000	.	.	22	58.21
	Sektor celkem	87 857 038	81 762 171	6 094 867	45 546 803	42 310 235	26 132	4 380 345	12 888 441	10 086 531	40 362	
KREATIVNÍ PRŮMYSLY	Architektura	26 992 029	24 470 579	2 521 450	17 824 762	9 167 267	8 792	1 525 591	318 200	59 444	695	71.11
	Reklama	70 231 516	66 905 432	3 326 084	50 676 196	19 555 320	13 333	2 687 785	12 122 622	8 450 020	1 242	73.11
	Design	2 343 689	1 929 421	414 268	1 318 012	1 025 677	637	254 148	363 958	1 857 434	475	74.10
	Sektor celkem	99 567 234	93 305 432	6 261 802	69 818 970	29 748 264	22 762	4 467 524	12 804 780	10 366 898	2 412	
Neznámá oblast	13 368 426	17 178 560	-3 810 134	2 907 881	11 037 765	5 700	1 429 844	.	.	6 209	47.63,78,79, 77.22,84.11,94.99.2	
KULTURA CELKEM	229 109 637	219 815 828	9 293 809	131 047 942	98 638 915	87 018	13 748 237	31 474 569	23 020 781	63 260		

Tabulka č. 1

Zdroje financování kultury podle kulturních oblastí

v tis. Kč

OBLAST	Ústřední vládní instituce	Místní vládní instituce	Veřejný sektor celkem	Přímé výdaje domácností	Nefinanční a finanční podniky	Nevládní neziskové instituce	Soukromý sektor celkem	Evropské strukturální fondy	Jiné mezinárodní instituce	Ostatní svět celkem	ZDROJE CELKEM
Kulturní dědictví	4 709 475	11 580 864	16 290 339	3 813 000	2 210 867	295 367	6 319 234	251 542	48 248	299 790	22 909 363
Interpretační umění	840 122	3 753 326	4 593 448	7 328 505	2 809 173	155 712	10 093 390	66 306	28 295	94 601	14 781 439
Výtvarné umění	29 576	60 556	90 132	811 724	6 323 582	35 438	7 170 744	21 046	9 938	30 984	7 291 860
Periodický a neperiodický tisk	25 773	30 260	56 033	11 676 493	32 777 264	11 754	44 465 511	.	46	46	44 521 590
Audiovizuální a interaktivní technika	550 172	1 283 077	1 833 249	20 552 426	31 889 585	822 578	53 264 589	66 804	.	66 804	55 164 642
Architektura	28 236 727	3 494	28 240 221	.	.	.	28 240 221
Reklama	.	.	.	88 507	75 439 468	.	75 527 975	.	.	.	75 527 975
Umělecké vzdělávání	8 769	7 240 480	7 249 249	920 054	40 061	10 242	970 357	.	14	14	8 219 620
Správa	1 524 579	1 444 552	2 969 131	.	.	6 439 494	6 439 494	.	.	.	9 408 625
Neznámá oblast	318 863	5 737 754	6 056 617	6 056 617
CELKEM	8 007 329	31 130 869	39 138 198	45 190 709	179 526 727	7 774 079	232 491 515	405 698	86 541	492 239	272 121 952

POSKYTOVATEL	Ústřední vládní instituce	Místní vládní instituce	Veřejný sektor celkem	Přímé výdaje domácností	Nefinanční a finanční podniky	Nevládní neziskové instituce	Soukromý sektor celkem	Evropské strukturální fondy	Jiné mezinárodní instituce	Ostatní svět celkem	ZDROJE CELKEM
Historická památka	815 549	104 816	920 365	804 746	553 761	65 647	1 424 154	84 914	6 369	91 283	2 435 802
Muzeum a galerie	2 155 452	1 925 723	4 081 175	464 637	407 570	213 907	1 086 114	127 842	41 278	169 120	5 336 409
Archiv	855 456	.	855 456	977	62 583	.	63 560	.	.	.	919 016
Knihovna	730 032	2 074 355	2 804 387	171 371	.	48 854	220 225	38 586	601	39 187	3 063 799
Divadlo	760 129	2 321 106	3 081 235	1 103 287	716 019	.	1 819 306	7 273	1 140	8 413	4 908 954
Koncertní sál (soubory a festivaly)	379 609	652 365	1 031 974	265 938	722 107	237 857	1 225 902	11 925	13 708	25 633	2 283 509
Výstavní sál	57 131	71 934	129 065	43 027	162 212	30 375	235 614	21 046	9 938	30 984	395 663
Nakladatelství a vydavatelství	25 773	30 260	56 033	11 670 000	15 241 781	29 143	26 940 924	.	.	.	26 996 957
Výrobci a distributoři audiovizuálních děl	23 259	54 271	77 530	1 497 322	15 378 266	8 759	16 884 347	62 744	.	62 744	17 024 621
Rozhlas	500	75	575	1 974 500	833 250	415 217	3 222 967	1 137	.	1 137	3 224 679
Televize	664	9 586	10 250	5 792 441	13 163 486	1 094 554	20 050 481	2 923	.	2 923	20 063 654
Školy uměleckého vzdělávání	8 769	7 240 480	7 249 249	920 054	40 061	10 242	970 357	.	14	14	8 219 620
Ostatní poskytovatelé	2 195 006	16 645 898	18 840 904	20 482 409	132 245 631	5 619 524	158 347 564	47 308	13 493	60 801	177 249 269
CELKEM	8 007 329	31 130 869	39 138 198	45 190 709	179 526 727	7 774 079	232 491 515	405 698	86 541	492 239	272 121 952

KOMENTÁŘ

- ◉ Výdaje místních vlád > ústředních vlád
- ◉ Výdaje podniků > domácnosti > NNO
- ◉ Vládní sektor podporuje nejvíce oblast
 - Kulturní dědictví
 - Interpretační/scénická umění
 - Audiovize/film
- ◉ Soukromý sektor investuje nejvíce do oblasti
 - Reklama
 - Audiovize/film + Tisk
 - Architektura
- ◉ EU podporuje nejvíce oblast
 - - kulturní dědictví