



TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ VYMEDZENIA KULTÚRNEHO A KREATÍVNEHO PRIEMYSLU V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

Emília Madudová¹

Abstract: The paper deals with the problem of theoretical definition of cultural and creative industries in Slovak Republic. The paper also describes different approaches of authors and institutions dealing with the problem of unclear terminology in this field. Finally, paper consolidates the various definitions of terminology and compares and describes the approaches mentioned in the body of the paper.

Keywords: Creative sector, Creative industry, Creativity

1. Úvod do problematiky

Ako uvádzajú autori štúdie o prínose kultúry k miestnemu a regionálnemu rozvoju (2010), podstatu kreatívnej ekonomiky tvorí kultúrna aktivita. Kultúrne aktivity nemajú len priamy ekonomický vplyv prostredníctvom generovaného príjmu a počtu ľudí zamestnaných v oblasti umenia a kultúrnych pamiatok, ale tiež poskytujú mnohonásobné vstupy širšiemu spektru kreatívnych odvetví, vo forme obsahu, inšpirácií, zručností a schopností, duševného kapitálu a odborných pracovníkov. Kultúrne aktivity stále viac poskytujú ťažiskový bod pre vytváranie sietí kreatívnych odvetví a rozvoj zoskupení. [1]

Dôležité je zachovať rozdiel medzi „kultúrou“ a „kreativitou“. Zatiaľ čo sa pod „kultúrou“ vo všeobecnosti rozumie súhrn poznatkov, zvyklostí a úrovne umeleckého a vedeckého rozvoja v rámci určitej konkrétnej epochy alebo určitej sociálnej skupiny², „kreativita“ či „tvorivosť“ sa vníma konkrétne ako schopnosť myslieť novátorským spôsobom, t. j. prichádzať s novými nápadmi, ktoré kombinujú prvky reality (a to postupy, predmety, poznatky atď.) dosiaľ nevídaným spôsobom. To sa však nesmie zamieňať s pojmom „inovácia“, ktorým sa všeobecnejšie odkazuje na postupy a produkty rozvíjajúce poznatky, techniky a nástroje³. Toto rozlišovanie má zásadný význam, pretože na jednej strane umožňuje oddeliť pojmy, ktoré sa v bežnej reči často zamieňajú, na strane druhej poukazuje na silné väzby medzi kultúrou, kreativitou a inováciou (pozri aj závery Rady EÚ z 29. apríla 2010 o prínose kultúry k regionálnemu a miestnemu rozvoju).

Ekonomický význam kultúrnych a kreatívnych odvetví a priemyslov spočíva vo významnosti a rýchlejšom raste v porovnaní s ekonomikou ako celkom. Autori štúdie o prínose kultúry k miestnemu a regionálnemu rozvoju tiež zastávajú názor, že existuje nebezpečenstvo, že Európa premárni príležitosť, ktorú predstavuje rozvoj založený na kultúre, pokiaľ sa tejto problematike nebude venovať väčšia pozornosť na národnej a európskej úrovni. [1]

¹ Ing. Emília Madudová, PhD., Žilinská univerzita v Žiline, FPEDAS, Katedra spojov, Univerzitná 1, Žilina. Tel.: 00421415133116. E-mail: Emilia.Madudova@fpedas.uniza.sk

² Pozri stanovisko EHSV o kreatívnych priemyselných odvetviach v Európe (Ú. v. EÚ C 108, 30.4.2004, s. 68)

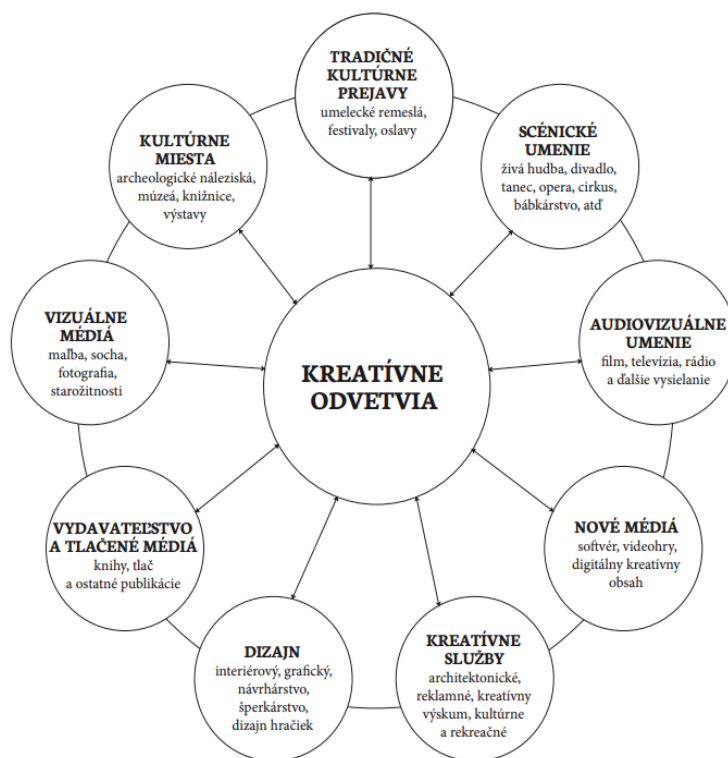
³ Pozri stanovisko EHSV na tému „Uvoľnenie a posilnenie potenciálu Európy v oblasti výskumu, rozvoja a inovácií“ (Ú. v. EÚ C 325, 30.12.2006, s. 16), najmä bod 4.12 a poznámku pod čiarou 55.

2. Kultúrne a kreatívne odvetvia

KEA *Creative European Affairs* (2006) vo svojej štúdií *The Economy of Culture in Europe*, ktorá bola vypracovaná pre Európsku komisiu rozdeľuje kultúrny a kreatívny sektor nasledovne:

- **umelecké aktivity** – ich produkty sú prototypy s primárne kultúrnou hodnotou, aspoň potenciálne môžu byť chránené autorskými právami, ich výrobný proces je vysoko kreatívny a nemá priemyselný charakter;
- **kultúrne odvetvia** – aktivity priemyselného charakteru, ich produkty sú určené na masovú reprodukciu, majú kultúrny charakter a sú chránené autorskými právami;
- **kreatívne odvetvia** – aktivity, ktoré nie sú nevyhnutne priemyselné, vo svojom produkčnom procese využívajú kultúre vstupy ako pridanú hodnotu pre vlastné produkty, samotné produkty kreatívnych odvetví majú primárne úžitkový charakter (nie kultúrny), môžu tiež vstupovať do produkčného procesu iných odvetví. [2]

Autori štúdie *Kreatívna Ekonomika Master Plán 2013 – 2015* vzťahujú pojem **kultúrne odvetvia** na odvetvia, ktoré kombinujú vytvorenie, produkciu a komercializáciu kreatívneho obsahu, ktoré sú nehmotné a kultúrne vo svojej povahe. Obsahy sú zvyčajne chránené autorským právom a môžu mať formu tovaru alebo služby. Kultúrne odvetvia zvyčajne zahŕňajú tlač, publikovanie a multimédiá, audiovizuálne, fonografické a kinematografické tvorby, ako aj umenie a dizajn. [3]



Obr. 1 Vymedzenie kreatívnych odvetví UNESCO

Zdroj: (UNESCO (2007): *Statistics on Cultural Industries: Framework for the Laboration of National Data Capacity Building Projects*. Bankok: UNESCO).

Hesmondhalgh (2007) považuje za **kultúrne odvetvia** tie, ktoré vytvárajú alebo sprostredkujú texty a symboly so spoločenským významom. Na rozdiel od O'connora však Hesmondhalgh zdôrazňuje industriálny charakter výroby. Z jeho pohľadu medzi kultúrne odvetvia patria: televízia, rozhlas, film, tlač, vydavateľstvá, nahrávacie spoločnosti, ale aj reklama, marketing, ostatné marketingové činnosti internetový priemysel a počítačové hry.

Tvorivé umenie ako divadlo alebo výtvarné umenie zaraďuje medzi takzvané „periférne“ kultúrne odvetvia, pretože nevyužívajú priemyselné metódy produkcie, teda používa pojem kultúrne odvetvia skôr v pôvodnom význame kultúrneho priemyslu, hoci už nie v negatívnom zmysle slova. [4]

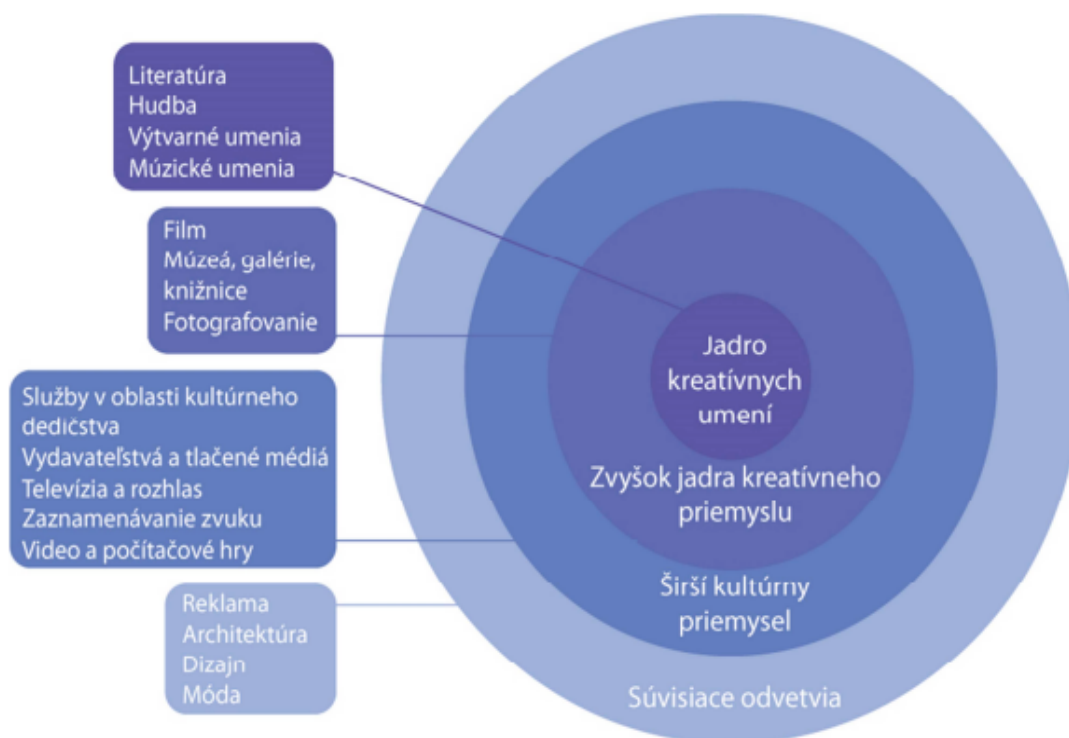
Pri tomto porovnaní vidíme, že ani prístup ku kultúrnym odvetviám vo svete nie je celkom jednotný a autori sa rozchádzajú v názoroch, kde sú ich hranice. Podobne ako v prípade kreatívnych odvetví sa jedná o sémantický problém alebo hneď dva problémy. Vymedzenie kreatívnych odvetví podľa UNESCO znázorňuje obr. 1.

Podľa autorov Babin, Milotová (2011) majú však modely vymedzenia kreatívnych odvetví viacero kritikov hneď z niekoľkých dôvodov: [5]

Neurčitosť vymedzenia – definícia v skutočnosti nevysvetľuje, čím sa odlišujú kreatívne odvetvia od ostatných. Len ťažko si možno predstaviť odvetvie, ktoré nevychádza z tvorivosti a talentu, rovnako ako si ťažko možno predstaviť produkt, ktorý neobsahuje aj určitú formu duševného vlastníctva – dizajn, patent alebo know-how. Zoznam kreatívnych odvetví teda môže byť ľubovoľne doplnený.

- Disparity v ekonomickej výkonnosti odvetví – hoci sa predpokladá, že kreatívne odvetvia ako celok majú potenciál na tvorbu bohatstva a zamestnanosti, sú v nich zahrnuté aj aktivity, ktoré zjavne takýto potenciál nemajú (divadlo, tanec, remeslá...). V agregovaných ekonomických ukazovateľoch pre celý sektor sa to však neprejaví, a preto sú takéto ukazovatele zavádzajúce (Tepper, 2002, Heartfield, 2005). Howkins (2005) sa o úsilí DCMS definovať kreatívne odvetvia vyjadril skôr negatívne v tom zmysle, že sa jednalo len o spôsob, ako získať viac peňazí pre kultúru. Kritika sa týka najmä zavádzajúcich hodnotiacich správ, ktoré miešajú dokopy ekonomické výstupy takých odlišných odvetví, ako je napr. IKT a scénické umenie a pod.
- Adekvátnosť cieľa – Tepper (2002) a Healy (2002) spochybňujú zmysluplnosť aj uskutočniteľnosť samotného cieľa DCMS, teda vytvorenia spoločnej politiky pre odvetvia s celkom odlišnými záujmami. Za jediný zrejmý spoločný cieľ, ktorý môžu tieto odvetvia mať, považujú posilnenie ochrany duševného vlastníctva. To, či je takýto cieľ pre spoločnosť žiaduci je otáznne, keďže prísna ochrana duševného vlastníctva by sa paradoxne mohla stať prekážkou rozvoja (Besser, 2002, Healy, 2002). K tomuto názoru sa prikláňa aj Howkins (2005), ktorého teória sa zameriava na odvetvia chránené právami duševného vlastníctva. Tvrdí, že prísna ochrana duševného vlastníctva ide proti verejnému záujmu, a preto navrhuje opatrný postup pri regulovaní duševného vlastníctva, tak aby boli individuálne záujmy vlastníkov v rovnováhe so záujmami spoločnosti, teda aby sa príliš neobmedzil prístup k informáciám, ale aby zároveň ľudia s kreatívnymi nápadmi mohli byť spravodlivo odmenení (Howkins, 2005).
- Golloway – Dunlop (2007) kritizujú čisto ekonomický pohľad na kultúru a umenie a prehliadanie špecifických vlastností kultúrnych a umeleckých produktov, zamieňanie si kultúry s komerčnými produktmi.

Kreatívne odvetvia sú veľmi často zamieňané s **kultúrnymi odvetviami** a mnohí autori, či už hovoria o jednom, alebo druhom majú na mysli tie isté odvetvia. Thorsby klasifikoval kultúrne odvetvia ako koncentrické kruhy (obr. 1.) pozostávajúce z jadra kreatívnych umení, zvyška jadra kreatívneho priemyslu, širšieho kultúrneho priemyslu a súvisiacich odvetví. [4]



Obr. 2. Klasifikácia kultúrnych odvetví – Model koncentrických kruhov

Zdroj: (THROSBY, D. (2008a): *The Concentric Circles Model of the Cultural Industries*. *Cultural Trends*, 17, č. 3, s. 147 – 164)

3. Kultúrny a kreatívny priemysel

Mnohí autori sa pokúšajú merať mieru kreativity, príp. kreatívneho potenciálu, avšak vo väčšine prípadov dochádza k obmedzeniu vnímania kreatívneho potenciálu na tzv. kreatívny priemysel. V tomto prípade ide o určitý výber špecifických odvetví (marketing, architektúra, umenie, dizajn, film, televízia a pod.). Mnohé analýzy potom pracujú len s týmito špecifickými odvetviami a neberú ohľad na pomer kreatívnych zamestnancov zapojených v hodnotovom reťazci. Kreatívny priemysel stále výraznejšie vystupuje do popredia - na jednej strane ťaží z vysokej úrovne nových technológií a stupňa znalostí spoločnosti a na druhej strane z kreativity jedinca a vytvárajúcej sa kreatívnej triedy, ktorú definoval Richard Florida a charakterizoval ju ako nový motor ekonomiky.

Kultúrny priemysel je priemysel, ktorý pridáva výsledkom duševnej tvorivej činnosti hospodársku hodnotu, zahŕňa najmä umenie a aktivity pamäťových inštitúcií. [6]

Kloudová definuje **kreatívny priemysel** ako súhrn odvetví, ktoré sú postavené na využívaní výsledkov duševnej tvorivej činnosti z oblasti umenia, kultúry a ďalších odvetví; vytvára celý exploatačný reťazec, siahajúci od vytvárania podmienok pre tvorivú činnosť, cez výrobu až po reštauráciu (redizajn) jej výsledkov. [5]

Európska komisia označuje *kreatívny priemysel* ako „priemysel kultúry“. Význam kreatívneho priemyslu podporuje aj skutočnosť, že rok 2009 bol vyhlásený za Európsky rok kreativity a inovácií, predovšetkým na zdôraznenie významu inovácií a požiadavky na podporu kreativity pre budúcnosť Európy.

Ďalšie koncepcie spadajúce pod pojem *kreatívny priemysel* zahŕňajú: faktor momentu kreativity - Charles David Throsby, faktor komunikovateľnosti kultúrneho produktu - David Hesmondhalgh, faktor informačných a komunikačných technológií - John Hartley, faktor duševného vlastníctva - John Howkins, faktor expresívnej hodnoty - Work Foundation, faktor povolania (Teória kreatívnej triedy) - Richard Florida. [6]

Z uvedených skutočností vyplýva, že diskusia o kreatívnom priemysle, kultúrnych a kreatívnych odvetviach a ich význame pre spoločnosť vo svete prebieha už niekoľko rokov. Táto diskusia začala prebiehať od polovice 70. rokov, i napriek tomu, že takmer žiadne metódy, ktoré v tomto období vznikli, neboli aplikované v praxi.

Ako prví sa technik kreativity chopili spotrebný priemysel a reklamné agentúry. Od začiatku 90. rokov hodnota kreativity opäť poklesla. Schlicksupp tvrdí, že znehodnotenie pojmu kreativity, orientácia na ekonomiku a výrazné znižovanie nákladov, ako aj nevhodné zaobchádzanie s kreatívnymi technikami viedlo k tomu, že kreativita občas naráža na odmietnutie alebo dokonca rezignáciu. [6]

Pre Slovensko je najbližšia teória vývoja kreatívneho priemyslu z kultúrneho priemyslu v dôsledku rozvoja nových technológií a inovačných procesov. Pre našu krajinu sú viac ako príznačné aspekty kreatívneho priemyslu pomenované Johnom Hartleyom (Creative Industries, 2005), ako napríklad nemožnosť zaradenia kreatívneho priemyslu do reťazca tradičných odvetví priemyslu, nemožnosť identifikovania kreatívneho priemyslu ním samotným, neschopnosť koordinovaného združovania v profesijných asociáciách. [7]

4. Zjednotenie teoretických východísk

Pôvodným zámerom autora bolo sprehľadniť problematiku presného teoretického vymedzenia pojmov kultúrne a kreatívne odvetvie a kultúrny a kreatívny priemysel, avšak vzhľadom ku skutočnosti, že názory a definície jednotlivých autorov sa diametrálne rozchádzajú, obr. 3 uvádza len základné stručné rozdiely pri teoretickom vymedzení jednotlivých pojmov.

Termín	Kultúrne odvetvie	Kreatívne odvetvie	Kultúrny priemysel	Kreatívny priemysel
Charakteristika	Aktivity priemyselného charakteru výroby	Aktivity, ktoré nie sú nevyhnutne priemyselné, využívajú kultúrne vstupy.	Aktivity, ktoré pridávajú výsledkom akejkoľvek duševnej tvorivej činnosti hospodársku hodnotu. Jadrom týchto činností je kultúra. Vyrábajú a distribuujú tovary alebo služby.	Aktivity, ktoré pridávajú hodnotu, využívajú kultúru ako vstup, avšak ich výstupy sú funkčné.
	Jedno odvetvie		Súhrn odvetví	
	Kultúra ako jadro	Kultúra ako vstup	Kultúra ako jadro	Kultúra ako vstup

Obr. 3 Základné teoretické vymedzenie pojmov

Zdroj: Autor

5. Klasifikácia kultúrneho a kreatívneho priemyslu na Slovensku a v zahraničí

Nejednotná klasifikácia a vymedzenie kultúrnych a kreatívnych odvetví rôznymi autormi, ako aj klasifikácia kultúrneho a kreatívneho priemyslu svetovými inštitúciami, môže vyplývať z dvoch skutočností a to: prvou skutočnosťou, je malé zastúpenie danej kategórie činností v danej krajine, na základe tohto zistenia môžu byť jednotlivé kategórie z klasifikácie

vylúčené, alebo druhou skutočnosťou môže by nepripisovanie vysokej miery kreativity v danej kategórii.

Spornými sú napr. kategórie ako výroba hier a hračiek, vypracovanie stavebných projektov, činnosti knižníc a archívov, činnosti múzeí dokonca architektonické činnosti. Vymedzenie kultúrnych a kreatívnych odvetví vybranými zahraničnými inštitúciami a autormi : DCMS (Department for Culture Media and Sport) z Veľkej Británie, UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), British Council, WIPO (World Intellectual Property Organization) a autori Bertacchini a Borrione z Talianska zobrazuje obr. 4.

Problémom pri mapovaní kultúrnych a kreatívnych odvetví sú i nedostatočné zdrojové údaje pre hodnotenie daného odvetvia resp. nedostatočnosť vstupných údajov. Napr. v Českej republike je konkrétne problematiku oblasť remesiel, kde je problémom odlíšiť ktoré činnosti v rámci výrobných procesov (spracovanie skla, odevov, textílií a pod.) možno považovať za kreatívne a ktoré nie. Spornými sú i činnosti ako prekladateľstvo, počítačové programovanie , software, ktorý je predmetom autorskoprávnej hodnoty, nie je však nositeľom expresívnej hodnoty ale len funkčnej (Obr. 5). [8] Slovenská republika nebola porovnávaná s Českou republikou náhodne, napriek tomu, že už 22 rokov netvoríme spoločný štát, čo je dosť dlhá doba na prehĺbenie kultúrnych rozdielov, spomedzi susediacich krajín so Slovenskom je nám i napriek spomínaným okolnostiam Česká republika najbližšie.

Obrázok 5 porovnáva klasifikáciu kultúrneho a kreatívneho priemyslu Ministerstvom kultúry SR z roku 2011, [9] Inštitútu umenia v Českej republike a výslednú klasifikáciu autorov projektu KRENAR z roku 2014, venovaného problematike kreatívnej ekonomiky: národohospodárskym a regionálnym podmienkam a stimulom. Ani pre samotných riešiteľov a vedúcich pracovných skupín projektu KRENAR nebolo jednoduché určiť, ktoré kategórie SK NACE možno považovať za kreatívne a ktoré z výskumu vylúčiť.

Riešitelia projektu KRENAR sa podieľali i na iniciatívach Ministerstva kultúry Slovenskej republiky, ako aj iniciatívach ostatných inštitúcií na regionálnej úrovni. Po preštudovaní viacerých prístupov k riešeniu problematiky kreatívnej ekonomiky a kreatívnych a kultúrnych odvetví bola stanovená klasifikácia kreatívnych odvetví.

Klasifikácia kreatívnych odvetví pre potreby projektu KRENAR bola stanovená za základe vyhodnotenia súčasného stavu riešenej problematiky vo svete, boli porovnávané rôzne prístupy vymedzenia kreatívnych odvetví zo zahraničia. Napokon bola vybratá klasifikácia kreatívnych odvetví od DCMS, rok 2011. Klasifikácii predchádzala analýza súčasného stavu na Slovensku, mapovanie odvetví z hľadiska počtu (zastúpenia) firiem v jednotlivých odvetviach na základe údajov Štatistického úradu Slovenskej republiky, následne bola posúdená povaha a rozsah kreatívnych činností v jednotlivých odvetviach aby následne mohla byť zostavená konečná klasifikácia kreatívnych odvetví na Slovensku.

SK NACE	Názov	DCM S 2010	DCMS 2011	UNESCO	WIPO	Bertacchini and Barriore (adaptácia KEA)	British Council
14.11	Výroba kožených odevov	*	*		*	*	
14.12	Výroba pracovných odevov	*	*		*	*	
14.13	Výroba ostatného vrchného ošatenia	*	*		*	*	
14.14	Výroba spodnej bielizne	*	*		*	*	
14.19	Výroba ostatných odevov a doplnkov	*	*		*	*	*
14.20	Výroba kožušinových výrobkov	*	*		*		
15.12	Výroba kufrov, kabeliek a podobných výrobkov	*	*		*	*	
15.20	Výroba obuvi	*	*		*	*	
18.11	Tlač novín		*		*	*	
18.12	Iná tlač				*	*	
18.13	Služby pre tlač a médiá		*		*	*	
18.14	Viazanie kníh a služby súvisiace s viazaním kníh				*	*	
18.20	Reprodukcia záznamových médií	*	*		*		*
32.11	Razenie mincí				*		
32.12	Výroba šperkov a podobných predmetov				*	*	
32.13	Výroba bižutérie a podobných predmetov						
32.20	Výroba hudobných nástrojov				*	*	
32.40	Výroba hier a hračiek					*	
41.10	Vypracovanie stavebných projektov						
58.11	Vydávanie kníh	*	*	*	*	*	*
58.12	Vydávanie adresárov a katalógov			*	*		
58.13	Vydávanie novín	*	*	*	*	*	*
58.14	Vydávanie časopisov a periodik	*	*	*	*	*	*
58.19	Ostatné vydavateľské činnosti	*	*	*	*	*	*
58.21	Nakladateľstvo v oblasti počítačových hier	*	*	*	*		
58.29	Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru	*	*	*	*		*
59.11	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov	*	*	*	*	*	*
59.12	Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov	*	*	*	*		
59.20	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok	*	*	*	*	*	*
60.10	Rozhlasové vysielanie	*	*	*	*		
60.20	Vysielanie televízie a predplatené programy	*	*	*	*		*
62.01	Počítačové programovanie	*	*	*	*		
62.02	Poradenstvo týkajúce sa počítačov	*			*		*
62.03	Činnosti súvisiace s riadením počítačového				*		
71.11	Architektonické činnosti	*	*	*	*		*
71.12	Inžinierske činnosti a súvisiace technické poradenstvo			*	*	*	*
73.11	Reklamné agentúry	*	*	*	*	*	*
73.12	Predaj vysielacieho času	*	*		*	*	
74.10	Špecializované dizajnérske činnosti	*	*	*	*	*	
74.20	Fotografické činnosti	*	*		*	*	*
90.01	Scénické umenie	*	*	*	*	*	
90.02	Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením	*	*	*	*	*	
90.03	Umelecká tvorba	*	*	*	*	*	*
90.04	Prevádzka kultúrnych zariadení	*	*	*	*	*	*
91.01	Činnosti knižníc a archívov			*		*	
91.02	Činnosti múzeí			*		*	
91.03	Prevádzka historických pamiatok a budov			*		*	
91.04	Činnosti botanických a zoologických záhrad					*	

Obr. 4 Klasifikácia kultúrneho a kreatívneho priemyslu vybranými inštitúciami

Zdroj: (Bogen, P., Fleming, T. – Voon, L – Hladký M., Ondáš J. Kmeť. V. : *Kreatívna ekonomika Master Plán 2013 – 2015, Vydalo Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013*, ISBN: 978-80-971159-3-7 dostupné online Zdroj: http://www.kosice2013.sk/wp-content/uploads/downloads/2014/08/masterplansk_web1.pdf)

Kategória	SK NACE	Popis	SR	ČR	KRENAR (SR)
Reklama a marketing	70210	Služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou	*		
	73110	Reklamné agentúry	*	*	*
	37120	Predaj vysielacieho času	*		
Architektúra	71110	Architektonické činnosti	*	*	*
Dizajn a módný dizajn	74100	Špecializované dizajnérske činnosti	*	*	*
Film, TV, video, rádio a fotografia	59110	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov	*	*	*
	59120	Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov	*	*	*
	59130	Distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov	*	*	*
	59140	Premietanie filmov	*	*	*
	60100	Rozhlasové vysielanie	*	*	*
	60200	Televízne vysielanie	*	*	*
	73120	Predaj vysielacieho času			*
	74200	Fotografické činnosti	*	*	*
	7722	Prenájom videopások a diskov		*	
	62010	Počítačové programovanie	*		
IT, softvér a počítačové služby	62020	Poradenstvo týkajúce sa počítačov	*		
Vydavateľská činnosť	18110	Tlač novín			*
	18200	Reprodukcia záznamových médií			*
	18130	Služby pre tlač a médiá			*
	47610	Maloobchod s knihami v špecializovaných predajniach		*	
	47620	Maloobchod s novinami a kancelárskymi potrebami v špecializovaných predajniach		*	
	58110	Vydávanie kníh	*	*	*
	58120	Vydávanie adresárov a katalógov	*		
	58130	Vydávanie novín	*		*
	58140	Vydávanie časopisov a periodík	*		*
	58190	Ostatné vydavateľské činnosti			*
	58210	Nakladateľstvo v oblasti počítačových hier	*	*	*
	58290	Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru	*		*
	74300	Prekladateľské a tlmočnické činnosti	*		
	47630	Maloobchod s audio- a videonahrávkami v špecializovaných predajniach		*	
Hudba, scénické a vizuálne umenie	59200	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok	*	*	
	85520	Umelecké vzdelávanie	*	*	
	90010	Scénické umenie	*	*	*
	90020	Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením	*	*	*
	90030	Umelecká tvorba	*	*	*
	90040	Prevádzka kultúrnych zariadení	*	*	*
	74300	Prekladateľské a tlmočnické činnosti		*	
	63910	Činnosti spravodajských agentúr		*	*
Kultúrne dedičstvo	47780	Ostatný maloobchod s novým tovarom v špecializovaných predajniach		*	
	47790	Maloobchod s použitým tovarom v predajniach		*	
	91010	Činnosť knižníc a archívov		*	
	91020	Činnosť múzeí		*	
	91030	Prevádzka historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí		*	
Remeslá	Divízia			*	
	14	Výroba odevov		*	
	15	Výroba kože a kožených výrobkov		*	
	16	Spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva a korku okrem nábytku: výroba predmetov zo slamy a prúteného nábytku		*	
	23	Výroba ostatných nekovových minerálnych výrobkov		*	
	25	Výroba kovových konštrukcií okrem strojov a zariadení		*	
	31	Výroba nábytku		*	
	32	Iná výroba		*	
	43	Špecializované stavebné práce		*	

Pozn.: *Kultúrny priemysel **kreatívny priemysel** **kultúrne odvetvie**

Obr. 5 Klasifikácia kultúrneho a kreatívneho priemyslu na Slovensku a v Českej republike

Zdroj: (Autor na základe zdrojov: Ministerstvo kultúry SR: Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, Bratislava máj 2014, dostupné online: [file:///C:/Users/KS/Downloads/Vychodiska-strategie-rozvoja-kreativneho-priemyslu-v-SR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/KS/Downloads/Vychodiska-strategie-rozvoja-kreativneho-priemyslu-v-SR%20(1).pdf)), ŽÁKOVÁ, Eva a kol. ŽÁKOVÁ, Eva, a kol. Kulturní a kreativní průmysly v České republice. Praha: Institut umění, 2011. ISBN 978-80-7008-009-2. <http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-ceske-republice.pdf>

6. Podpora kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike

Prvým pokusom v oblasti kreatívneho priemyslu na národnej úrovni je rozpracovanie Programového vyhlásenia vlády SR na roky 2010 – 2014, podľa ktorého Ministerstvo kultúry SR zabezpečí do konca roku 2012 podporu vlády pre iniciatívy zamerané na kreativitu a vytváranie synergií medzi kultúrou, vzdelávaním a priemyslom a vytvorí špeciálny prierezový program štátnej podpory. Štatistický úrad Slovenskej republiky prvýkrát predstavil štruktúru štatistických údajov v oblasti kreatívneho priemyslu na konferencii Sloboda tvorivosti, ktorá sa konala v novembri 2009 v Bratislave pod záštitou Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku. [10]

Vymedzenie sektora pod pojmom kreatívny priemysel bolo v slovenských podmienkach uvedené prvýkrát na úrovni vládneho materiálu vo Východiskách koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, ktoré vláda SR vzala na vedomie 14. decembra 2011. [11]

Od roku 2014 na Slovensku existuje systematizovaná podpora kreatívnej ekonomiky. Táto podpora vyplýva z Integrovaného regionálneho operačného programu 2014 – 2020, na regionálnej úrovni NUTS 3 a vzťahuje sa na všetky regióny Slovenska. Stratégia prínosu integrovaného regionálneho operačného programu pre stratégiu únie na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu a dosiahnutie hospodárskej sociálnej a územnej súdržnosti, ktorej súčasťou sú prioritné osi integrovaného regionálneho operačného programu a jednou z priorit je i prioritná os č. 3 s názvom Mobilizácia kreatívneho potenciálu v regiónoch.

Prioritná os 3 prispieva k tematickému cieľu 8 Podpora udržateľnej zamestnanosti a mobility pracovnej sily. Spektrum navrhovaných opatrení bude prispievať k riešeniu aktuálnych potrieb a nedostatkov v kultúrnom a kreatívnom sektore a bude mať pozitívny dopad na uplatnenie kreatívnych talentov na trhu v oblasti podpory kultúrneho a kreatívneho priemyslu na úrovni NUTS 3.

Špecifickým cieľom č. 3.1. prioritnej osi č.3 je stimulovanie podpory udržateľnej zamestnanosti a tvorby pracovných miest v kultúrnom a kreatívnom priemysle prostredníctvom vytvorenia priaznivého prostredia pre rozvoj kreatívneho talentu a netechnologických inovácií.

Výsledkom tohto špecifického cieľa bude vytvorenie priaznivého prostredia pre rozvoj kreatívneho talentu a netechnologických inovácií ako stimulovanie podpory zamestnanosti a tvorby pracovných miest v kultúrnom a kreatívnom priemysle.

Investície budú zamerané na kreatívne odvetvia: reklama a marketing, architektúra, dizajn, módný dizajn, film, televízia, video, rádio a fotografia, umelecké vizuálne umenie, multimediálny priemysel, vydavateľstvo, literatúra a knižný trh, hudobný priemysel a scénické umenie, remeslá tradičnej, ľudovej a mestskej kultúry, trh s umením.

Takéto priaznivé prostredie bude založené na rozvojovom potenciáli kultúrneho a kreatívneho priemyslu regiónov SR a z toho vyplývajúcich nevyhnutných opatrení ako súčastí integrovaných územných stratégií jednotlivých regiónov SR.

Špecifický cieľ sa dosiahne realizáciou nasledovných aktivít:

- *Rozvojom kreatívneho talentu, jeho podnikateľského ducha a podporou netechnologických inovácií s použitím informačných technológií zakladaním kreatívnych centier:*
 - zriadením kreatívneho centra a vytvorením jeho orgánov,
 - vytvorením vnútorných pravidiel fungovania centra,
 - vypracovaním stratégie komunikácie kreatívneho centra,

- službami otvoreného ateliéru,
- službami kreatívneho inkubátora,
- službami kreatívneho akceleračného centra,
- networkingovými službami,
- službami zvýhodneného dlhodobého prenájmu pracovného priestoru a technológií,
- vybudovaním špecifickej a rozvojovej infraštruktúry.
- *Podporou dopytu po kreatívnej tvorbe.*
- *Umožnením prístupu k hmotným a nehmotným aktívam MSP v kultúrnom a kreatívnom sektore pre účely tvorby pracovných miest.* [12]

Naplnenie cieľa prioritnej osi 3.5 môže znamenať realizovanie návrhov podporných opatrení a iniciatív, ktoré boli stanovené vo východiskách koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike ešte v roku 2011.

7. Záver a diskusia

Problém vymedzenia klasifikácie kultúrneho a kreatívneho odvetvia, kultúrneho a kreatívneho priemyslu sa spája s problémom „vnímania“ odvetvia ako takého a rozpoznaníu a oddelenia kreatívnych činností od nekreatívnych.

Autori riešeného projektu KRENAR, ktorého členom bol aj autor predmetného príspevku sa v začiatkoch riešenia projektu (2011) stretli aj s odmietavým prístupom vnímania klasifikácie kultúrneho a kreatívneho odvetvia, kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Podceňuje sa prínos rozvoja odvetvia ku kvalite života príslušného územia (správanie mládeže, záujem o kultúru a pod.) Pozitívnym faktom však ostáva, že tento odmietavý prístup sa zmierňuje a ako bolo uvedené aj v príspevku určité iniciatívy sú už realizované nielen na národnej ale i regionálnej úrovni.

Rôznorodosť v názoroch sa rozchádza i pri stanovení najkreatívnejších odvetví v danom regióne. Niektoré štúdie vychádzajú zo stanovenia najkreatívnejšieho odvetvia v danom regióne na základe ukazovateľa zamestnanosti vo vybraných kreatívnych odvetviach, iné štúdie z počtu firiem v danom kreatívnom odvetví. Nie je možné vyvodiť závery, ktorá metodika je správnejšia, nakoľko ak sa vychádza zo zamestnanosti, dochádza k nepresnostiam, nakoľko je ťažké rozpoznať, koľko zamestnancov vykonáva skutočne kreatívnu činnosť, teda oddeliť „kreatívnych“ od „nekreatívnych“.

Metodika ktorá vychádza z ukazovateľov počtu firiem v danom odvetví naráža na problémy spojené s administratívnym sídlom firmy. Veľa firiem má sídlo v bratislavskom regióne z dôvodu jednoduchšej administratívy, lepšieho prístupu k informáciám a pod., avšak firma ako taká pôsobí v inom regióne Slovenska, teda kreatívna činnosť sa uskutočňuje v inom regióne ako je daná firma registrovaná na základe sídla firmy.

Pozitívom však ostáva, že problematike kreatívnej ekonomiky je venovaná stále väčšia pozornosť, k čomu možno prispel aj riešený projekt KRENAR, ktorého riešiteľmi boli významné univerzity zo Slovenska. Možno práve výsledky riešeného projektu KRENAR prispejú k presvedčeniu zainteresovaných strán, že na kreativite naozaj záleží.

Literatúra

- [1] CENTRE FOR STRATEGY AND EVALUATION SERVICES: Štúdia o prínose kultúry k miestnemu a regionálnemu rozvoju – dôkazy, ktoré poskytujú štrukturálne fondy(<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dGLJ6At2i4oJ:www.mk>

- sr.sk/extdoc/4764/Studia_o_prinose_kultury_k_miestnemu_a_regionalnemu_rozvoju_dokazy_kto_re_poskytuju_strukturalne_fondy+&cd=9&hl=sk&ct=clnk&gl=sk)
- [2] KEA: The Impact of culture on Creativity. A study prepared for the European Commission. June 2009. Dostupné online : <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>
- [3] BOGEN. P., FLEMING. T. – VOON. L – HLADKÝ M., ONDÁŠ J. KMEŤ. V. : Kretívna Ekonomia Master Plán 2013 – 2015, Vydalo Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013, ISBN: 978-80-971159-3-7 dostupné online Zdroj:http://www.kosice2013.sk/wp-content/uploads/downloads/2014/08/masterplansk_web1.pdf
- [4] ROSTÁŠOVÁ, M., ŽIAČKOVÁ, V: Vývoj a charakteristika kreatívnej ekonomiky so zameraním na oblasť reklamy. Projekt KRENAR Working Paper, Pracovný Balík 1
- [5] BABIN, L., MILOTOVÁ B. Rôzne pohľady na definovanie kreatívnej ekonomiky a kreatívnych odvetví. Projekt KRENAR Working Paper, Pracovný Balík1,
- [6] BALOG M. a kolektív: Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. Slovenská inovačná a energetická agentúra Bratislava, 2014 ISBN: 978-80-88823-57-5
- [7] BUČEK. M., REHÁK, Š., HUDEC, O.: Kreatívna ekonomika – národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly. Bratislava 2014. ISBN: 978-80-225-3954-8
- [8] VÁVROVÁ, K.: Možnosti podpory podnikání v oblasti kreativních průmyslů. Brno, 2013. Diplomová práce. Divadelní fakulta Janáčkovy akademie múzických umění v Brně.
- [9] CIKÁNEK, M.: Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku II. Nové, rozš. a rev. vyd. V Praze: Institut umění, 2013, 165 s. ISBN 978-80-7008-274-4
- [10] EXPERT GROUP ON CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES: Policy Handbook. Cultural and Creative Industries in local, regional and national development strategies. Working draft, 10. February 2012. February 2012, p. 8 a nasl.
- [11] MINISTERSTVO KULTÚRY SR: Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, Bratislava máj 2014, dostupné online: [file:///C:/Users/KS/Downloads/Vychodiska-strategie-rozvoja-kreativneho-priemyslu-v-SR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/KS/Downloads/Vychodiska-strategie-rozvoja-kreativneho-priemyslu-v-SR%20(1).pdf)
- [12] INTEGROVANÝ REGIONÁLNY OPERAČNÝ PROGRAM 2014-2020
- [13] ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY
- [14] ŽÁKOVÁ, E. a kol.: Kulturní a kreativní průmysly v České republice. Praha: Institut umění, 2011. ISBN: 978-80-7008-009-2.
- [15] DAMCOVÁ, M.: Kulturní a kreativní průmysl v České republice [online]. 2015 [cit. 2015-02-26]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Vedoucí práce Josef Kunc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/322957/esf_m/.
- [16] BERTACHCINI, E. – BORRIONE, P.: The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft Based Industries. December 2010. Dostupné na : http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1321222
- [17] EURÓPSKY HOSPODÁRSKY A SOCIÁLNY VÝBOR: Zelená kniha – Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Brussel 2010.

Grantová podpora

Tento projekt bol vypracovaný na základe podpory projektu APVV-0101-10 Kreatívna ekonomika – národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly a projektu VEGA 1/0515/15 Endogénne faktory v odvetviach náročných na ochranu duševného vlastníctva v regionálnom podnikateľskom prostredí v SR.