



## Prečo kreatívna ekonomika? [Why creative economy?]

Kreatívna ekonomika je dôsledkom synergie ľudskej tvorivosti, mobility, technologickej vyspelosti a záujmu človeka o humanizáciu spoločnosti, ktorá vytvára podmienky pre rastúcu schopnosť prijímať produkty, ktoré sú výsledkom tvorivej činnosti.

Faktory a dôsledky kreatívnej ekonomiky nie sú v histórii novými vzťahmi, ale aktuálne hospodárske, sociálne a spoločenské podmienky zvyrazňujú ich pôsobenie v spoločnosti, pričom najmä hospodárska kríza poukázala na pozitívne vplyvy faktoru kreativity. Kreatívna ekonomika je v súčasnosti predmetom viacerých vedných odborov, ktoré sa zaoberajú okrem iného vytváraním nových modelov, vychádzajúcich najmä z pohľadu nelineárnych dynamických ekonomických systémov - keďže práve dosahovanie kritických hodnôt v lineárnych systémoch má za následok vznik krízy.

Tvorivosť reprezentovaná ideou/nápadom sa stáva rovnako významným výrobným vstupom ako kapitál a ľudská práca. Faktor tvorivosti je zdroj neobmedzený, zároveň však ťažko definovateľný. Klasické ekonomické zákony (napr. podľa P. A. Samuelsona a W. D. Nordhausu) vychádzajú z predpokladu, že zdroje spoločnosti sú obmedzené, t. j. definujú ekonomickú vzácnosť. Kreativita ako vstupný faktor však poukazuje na nové ekonomické zákony a predpoklad dopadu na spoločnosť sa nedá klasickými modelmi viac predpovedať. V súčasnosti už možno uviesť, že vplyv kreativity na ekonomiku nie je náhodným javom. Zároveň nie je veľkosť a hraničná hodnota produktivity kapitálu pre kreativitu dôležitým faktorom. Existuje tiež predpoklad, že rast úrokovej miery môže byť stimulom pre rast výstupov kreatívneho sektora. Je teda reálna možnosť ovplyvňovať staronové ekonomické zákony aj prostredníctvom tradičných nástrojov a inštitúcií napr. centrálnej banky. Je nevyhnutné tiež uviesť, že rast kreativity ako významného výrobného vstupu bol primárne zaznamenaný v ekonomikách, kde sa človek nemusel venovať zabezpečeniu základných ľudských potrieb.

Pojem kreatívny priemysel je úzko spätý s pojmom kultúrny priemysel, ktorý začal byť výraznejšie používaný už v prvej polovici 20-teho storočia. V osemdesiatych rokoch sa vo Veľkej Británii už začalo pracovať so širším významom pojmu kreatívny priemysel - v zahraničí *creative industries*. V súčasnosti sa problematikou kreatívneho priemyslu zaoberajú viaceré štúdie, pričom za významné koncepcie možno príkladom uviesť faktor momentu kreativity (Charles David Throsby), faktor komunikatívneho kultúrneho produktu (David Hesmondhalgh), faktor informačných a komunikačných technológií (John Hartley), faktor duševného vlastníctva (John Howkins), faktor expresívnej hodnoty (Work Foundation), faktor povolania (Richard Florida; teória kreatívnej triedy). Pre predstavenie problematiky širšej verejnosti bolo významným vydaním kniha Richarda Florida *The Rise of the Creative Class* [Vzostup kreatívnej triedy, 2003], ktorého výskumy potvrdili, že prítomnosť tvorivých ľudí, ktorí žijú a pracujú v meste, má priamy vplyv na atraktivitu, ekonomickú výkonnosť a konkurencieschopnosť mesta. Vo svojich ďalších výskumoch poukázal na nárast podielu kreatívnej triedy v Amerike, a to z 10 % na 30 % za poslednú dekádu minulého storočia. Ďalším významným odborníkom na kreatívnu ekonomiku je John Howkins, ktorého kniha *The Creative Economy* [Kreatívna ekonomika] z roku 2001 definovala kreatívny priemysel cez optiku práv duševného vlastníctva, a to v štyroch formách: autorskoprávna, patentová, priemysel ochranných známk a designový priemysel. Kreatívnu ekonomiku Howkins vníma cez dve doplnujúce hodnoty kreatívneho produktu, a to hodnotu duševného vlastníctva a hodnotu platformy, ktorá je nosičom výsledku duševnej tvorivej činnosti.

Veľká Británia sa považuje za prvý štát, ktorý kreatívny priemysel ako taký inštitucionalizoval a zahrnul do strategických dokumentov na najvyššej politickej úrovni. Prvá správa o stave kreatívneho priemyslu vo Veľkej Británii bola vypracovaná v roku 1998 a je pravidelne aktualizovaná; súčasťou definície kreatívneho priemyslu je aj výpočet jednotlivých priemyselných odvetví. Medzi *creative industries* vo Veľkej Británii sa zaraďuje reklama, architektúra, trh s umením a starožitnosťami, počítačové hry a videohry, remeslá, design, módné návrhárstvo, film a video, hudba, scénické umenie, vydavateľská činnosť, software, rozhlasové a televízne vysielanie.

V slovenskom prostredí môžeme vychádzať z definícií používaných v oficiálnych politikách iných štátov, resp. medzinárodných organizácií [napr. Department of Culture, Media and Sport - Staying Ahead. The Economic

Performance of the UK's Creative Industries (2007); WIPO - Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries; European Commission – [The Economy of Culture \(2006\)](#); [European Commission - The impact of culture on creativity \(jún 2009\)](#)].

Napríklad definícia Európskej Komisie je uvedená v štúdií Ekonomia kultúry z roku 2006, pričom podľa tejto definície sa celá oblasť delí na kultúrny sektor a kreatívny sektor. Do kultúrneho sektoru patrí oblasť tradičného umenia (výtvarné a divadelné umenie, kultúrne dedičstvo) a oblasť kultúrnych priemyslov (film, audiovizia, televízne a rozhlasové vysielanie, počítačové hry, hudba, vydavateľská činnosť). Do kreatívneho sektoru patrí kreatívny priemysel (design, architektúra a reklama) a príbuzné oblasti (napr. vývoj softvéru, výroba hardvéru – PC, prehrávače, telefóny).

**Delineation of the cultural & creative sector**

CIRCLES	SECTORS	SUB-SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non industrial activities.</li> <li>• Output are prototypes and "potentially copyrighted works" (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).</li> </ul>
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrial activities aimed at massive reproduction.</li> <li>• Outputs are based on copyright.</li> </ul>
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes.</li> <li>• Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance).</li> <li>• The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.</li> </ul>
	Architecture		
	Advertising		
CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> <li>• This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria. It involves many other economic sectors that are dependent on the previous "circles", such as the ICT sector.</li> </ul>

: "the cultural sector"  
 : "the creative sector"

Zdroj: European Commission – The Economy of Culture (2006)

Na Slovensku možno z hľadiska lepšieho poznania štruktúry kreatívneho priemyslu rozdeliť oblasti podľa povahy tovaru a služieb, ktoré sú jeho predmetom, a to

- oblasť kultúry a umenia,
- oblasť súvisiaca s využívaním kreatívnej činnosti (napr. reklama, dizajn, entertainment),
- oblasť predaja alebo vytvárania prístupu k tovarom alebo službám z predchádzajúcich oblastí spotrebiteľom (napr. výroba hardvéru, elektronické komunikácie, archívniectvo, informačné služby).

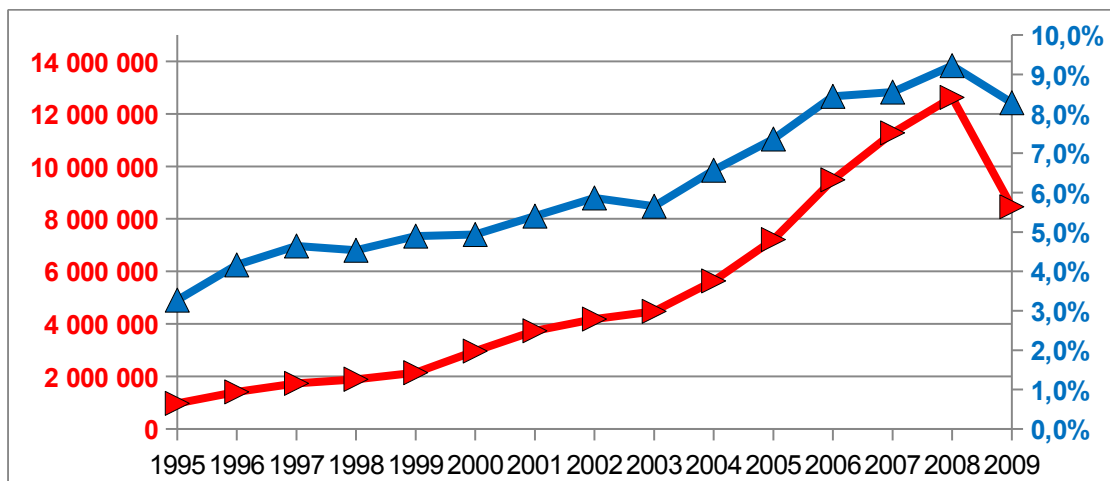
Kreatívny priemysel možno rovnako charakterizovať formou vertikálnej štruktúry, a to od vytvorenia (či vykonania) predmetu ochrany duševného vlastníctva, cez jeho realizáciu, spracovanie, výrobu, šírenie - vrátane sprístupňovania, až po jeho opakovanú exploataciu, a to aj mimo územia krajiny pôvodu. Horizontálne kreatívny priemysel pokrýva od hudby, cez výtvarné umenie, divadlo, knižné umenie vrátane vydavateľskej činnosti, film, audioviziu, reklamu, dizajn, architektúru, vysielanie, internet, elektronické

služby, až po zábavný priemysel vrátane počítačových a konzolových hier, a to v štruktúre návrh – výroba – distribúcia – redesign.

V oblasti štatistiky môžeme na Slovensku vychádzať z už štruktúrovaných NACE kódov pre kreatívny priemysel [napr. Creative Industries Switzerland (2008), Culture and Creative Industries in Germany (2009)], ktoré vychádzajú z rámca určeného v roku 2000 pre štatistiky v oblasti kultúry (osem oblastí - umelecké a kultúrne dedičstvo, archívy, knižnice, knihy a vydavateľská činnosť, výtvarné umenie, architektúra, divadelné umenie a audiovizia a audiovizuálne médiá/multimédiá a šesť funkcií - zachovávanie, tvorba, výroba, distribúcia, obchod/predaj a vzdelávanie). V roku 2009 bola pod záštitou Eurostatu vytvorená sieť [ESSnet-kultúra](#), ktorá by mala pomôcť vytvoriť porovnateľnú štruktúru údajov v Európskej únii a mala by sa zaoberať metodickým rámcom štatistík v oblasti kultúry, kultúrneho a kreatívneho priemyslu, verejnými a súkromnými výdavkami na kultúru a sociálnym vplyvom kultúry.

Štatistický úrad Slovenskej republiky poprvýkrát predstavil štruktúru štatistických údajov ku kreatívnemu priemyslu na [konferencii Sloboda tvorivosti/Freedom of Creativity](#), ktorá sa konala 19. novembra 2009 v Bratislave pod záštitou Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku. Cieľom tejto konferencie bolo ukázať verejnosti šírku problematiky od vzdelávania, vedy a výskumu, cez umenie a kultúrny priemysel, až po priemysel samotný. Konferenciu a výstupy z nej možno považovať za prvý krok k získaniu koherentných údajov pre hlbšie rozpracovanie možností vplyvu kreatívneho priemyslu na slovenskú ekonomiku. Pokračovaním témy bola konferencia [SHAPING THE FUTURE „Kreativita a inovácie ako štartér rozvoja miest východoslovenského regiónu“](#), ktorá sa konala 9. a 10. septembra 2010 v Košiciach. Zámerom tejto konferencie bolo o. i. predstaviť príklady projektov, stratégií a modelov v rozvoji kreatívneho priemyslu z celej Európy a ich vplyv na mestá, poukázať na problematiku vymožitelnosti práv duševného vlastníctva, či predstaviť skúsenosti a príbehy ľudí z oblasti kreatívneho priemyslu. Konferencie sa zúčastnili aj viacerí zahraniční [experti](#), napr. výkonný riaditeľ CIDA (Agentúra pre rozvoj kreatívneho priemyslu) Keith Evans (Veľká Británia), vedec a projektový manažér z Leibniz-Institute for Regional Geography Leipzig (Lipsko) Bastian Lange PhD. (Nemecko), ako aj Bernd Fesel (Nemecko), konzultant pre oblasť kreatívneho priemyslu v projekte RUHR.2010 - Európske hlavné mesto kultúry.

Podľa štúdie Európskej Komisie rástol kreatívny sektor v období 1999 až 2003 o 12,3 % rýchlejšie ako iné ekonomiky a tvorí 2,6 % HDP (pre porovnanie napr. výroba potravín, nápojov a tabaku je 2,1 % HDP). Na túto skutočnosť poukazuje aj graf vývoja tržieb v sektore kreatívneho priemyslu na Slovensku, ktorý spracoval Štatistický úrad SR na základe sledovaných štatistických informácií z vybraných oblastí.

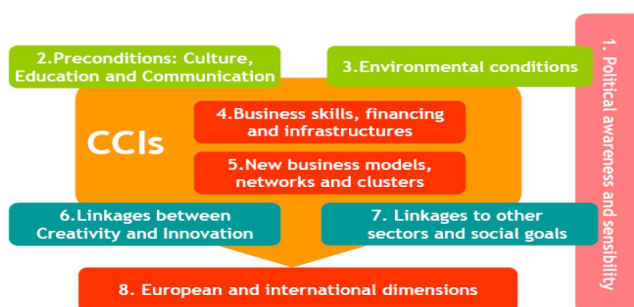


### Vývoj tržieb v sektore kultúrneho priemyslu Slovenská republika

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (2011)

O význame kreatívneho priemyslu z pohľadu Európskej únie svedčí aj skutočnosť, že rok 2009 bol vyhlásený za [Európsky rok kreativity a inovácií](#), a to na zdôraznenie dôležitosti inovácií a požiadavky na podporu kreativity pre budúcnosť Európy. V apríli 2010 bola zverejnená na konzultácie [Zelená kniha o uvoľnení potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu](#), ktorej cieľom je podnietiť diskusiu o požiadavkách na

vytvorenie stimulačného prostredia pre vývoj kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Základom pre prípravu stimulačných nástrojov kreatívneho priemyslu sú definície zavedené v zelenej knihe, ktorá zahŕňa pod „kultúrny priemysel“ v kontexte kultúrneho prejavu (podľa Dohovoru UNESCO o ochrane a podpore rôznorodosti kultúrneho prejavu z roku 2005) odvetvia, ktoré vyrábajú a distribuujú tovar alebo služby, ktoré sa v čase ich vývoja považujú za tovar a služby osobitnej kvality, použitia alebo účelu a ktoré stelesňujú alebo odovzdávajú kultúrny prejav nezávisle od obchodnej hodnoty, ktorú môžu mať. Okrem tradičných umeleckých odvetví ako je divadelné umenie, výtvarné umenie, kultúrne dedičstvo, zahŕňa aj film a audiovizíu, televíziu a rozhlas, počítačové hry, nové médiá, hudbu, literatúru a vydavateľskú činnosť. „Kreatívny priemysel“ potom zahŕňa odvetvia, ktoré využívajú produkty kultúrneho priemyslu ako vstup, aj keď ich výstupy sú predovšetkým funkčné; patria sem architektúra a dizajn, ktoré spájajú kreatívne prvky v širšom kontexte, ako aj pododvetvia, napríklad grafický dizajn, módné návrhárstvo alebo reklama. V širšej miere, avšak už nad rámec pojmu používaného v zelenej knihe, patrí do kreatívneho priemyslu aj odvetvie cestovného ruchu a odvetvie nových technológií vrátane IKT. [Expertná pracovná skupina pre maximalizáciu potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu obzvlášť v prostredí SMEs](#) (malých a stredných podnikov) vo svojej Záverečnej správe z 3. júna 2010 uvádza odporúčania, ktoré vychádzajú z ôsmich hlavných línií tak, ako to prezentuje nižšie uvedený diagram.



Zdroj: [Final report](#), OMC – Expert Working Group on maximising the potential of Cultural and Creative Industries, in particular that of SMEs, 2010

Zameranie na kreatívny priemysel, resp. postihnutie princípov kreatívnej ekonomiky je nevyhnutné zahrnúť aj do základných dokumentov rozvoja na regionálnej úrovni.

Príkladom možno uviesť, že kreatívny priemysel je už súčasťou [Plánu hospodárskeho a hospodárskeho a sociálneho rozvoja hlavného mesta Bratislavy na roky 2010 až 2020](#), kde v rámci oblasti znalostnej ekonomiky je zadaný aj cieľ profilovania Bratislavy ako mesta kultúry a kreatívneho priemyslu. Opatrenia majú rôzny charakter, od implementácie nástrojov na podporu kreatívneho priemyslu do politik a plánov mesta (spracovanie kreatívneho indexu mesta, analýza kreatívneho potenciálu mesta, vytváranie projektov podpory kreatívneho priemyslu), cez primárnu podporu projektov zameraných na obnovu a využitie kultúrneho dedičstva nachádzajúceho sa na území Bratislavy, ďalej program rozvoja podmienok pre popularizáciu mesta a regiónu smerom k audiovizuálnemu priemyslu, klastrovú podporu umenia a systematickú podporu nezávislých priestorov pre kultúru, až po opatrenia na podporu rozvoja informačných technológií. Rovnako je podľa [Aktualizácie Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Košice na obdobie 2008-2015](#) jednou z vízií: „Mesto Košice je vyhľadávaným medzinárodným centrom kultúry a kultúrnoznávacieho turizmu. Kultúrny a kreatívny priemysel sú dôležitou časťou ekonomiky mesta.“ V tomto kontexte je významným projekt [Košice2013, hlavné mesto kultúry](#). Titul Európske hlavné mesto kultúry 2013 získalo mesto Košice po úspešnej prezentácii projektu spracovaného pod názvom „[Košice Interface 2013](#)“. Košice sú prvým slovenským mestom v histórii, ktoré získalo tento titul a víťazný košický projekt ponúka víziu rozvoja mesta a regiónu vo všetkých smeroch, s dôrazom na trvalo udržateľný hospodársky rast prostredníctvom skvalitňovania kultúrnej infraštruktúry, doplnenia chýbajúcej kultúrnej ponuky, práce s komunitou, podpory vzdelávania v oblasti kultúry, zvyšovaním atraktivity mesta vo vedomí európskej verejnosti. Projekt sa o. i. riadi mottom [Richarda Floridu](#) „Jedným z hlavných cieľov miest je generovať, pritiahnuť a udržať kreatívny a inovačný talent.“

Na národnej úrovni je kreatívny priemysel uvedený v [rozpracovaní Programového vyhlásenia vlády SR na roky 2010-2014 Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky](#) v časti 3.5 Kultúra, podľa ktorého ministerstvo kultúry zabezpečí do konca 2012 podporu vlády pre iniciatívy zamerané na kreativitu a vytváranie synergií medzi kultúrou, vzdelávaním a priemyslom a vytvorí pre túto oblasť špeciálny prierezový program štátnej podpory. V tejto súvislosti má ministerstvo kultúry v Pláne práce vlády SR na rok 2011 úlohu predložiť

Koncepciu na podporu kultúrnych a kreatívnych priemyslov v SR. Na tento účel ministerstvo kultúry zriaduje pracovnú skupinu.

Pre Slovensko sú pritom viac než 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. Praktické skúsenosti ukazujú, že bez poznania relevantných ukazovateľov kreatívneho priemyslu ako národohospodárskeho odvetvia je veľmi ťažké hovoriť o kreatívnom priemysle ako o samostatnom odvetí, ktoré si zaslúži osobitnú pozornosť, napriek tomu, že predstavuje sčasti horizontálny presah tradičných odvetví priemyslu. Táto axióma platí v prípade slovenského kreatívneho priemyslu, ktorý je určený na priamu konzumáciu spotrebiteľom, a sčasti je limitovaný aj takými faktormi, akými sú jazyková bariéra a sociálno-historický kontext vývoja spoločnosti či subkultúry. Toto špecifikum je však zároveň výraznou výhodou v rámci ochrany diverzity v podmienkach globalizácie a znamená pre oblasť kreatívneho priemyslu niečo ako pridanú hodnotu, ktorá má aj svoje ekonomické vyjadrenie.

Kreatívny priemysel je oblasťou, ktorej rozvoj sa nedá kontinuálne udržať bez dôrazu na spoločenskú zodpovednosť firiem. [Zelená kniha európskych rámcových podmienok spoločenskej zodpovednosti firiem](#) ukladá jednotlivým európskym politikám povinnosť implementovať pravidlá formou zapojenia „súkromného sektora“ do rozhodovania a zvýraznenia ich spoločenskej zodpovednosti tým, že od regulačných praktík prejde do riadenia formou samoregulačných alebo koregulačných mechanizmov. Pripravované úpravy práv, povinností a podmienok v kreatívnom priemysle v Európe smerujú v zásade k posilneniu pozície tohto segmentu, a to vrátane minimalizovania regulácie a eliminácie administratívnych prekážok.

### **Prečo kreatívny priemysel?**

Záveru:

- kreatívny priemysel je vo všeobecnosti cross-sektorálny s minimálnym teritoriálnym obmedzením,
- Slovensko má tvorivý potenciál na rozvoj kreatívneho priemyslu,
- aj s ohľadom na obmedzené prirodzené nerastné bohatstvo je vhodné orientovať sa na typ ekonomiky nezávislý od vyčerpatelných zdrojov.

S ohľadom na vývoj v právnej aj hospodárskej oblasti budú pre progres kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike kľúčové primerané krížové aktivity:

- sebareflexia prostredia – „uvedomenie“ si vzájomných vzťahov, ktoré sú spôsobilé vytvoriť udržateľné ekonomické prostredie,
- zber dát, ktoré vytvoria obraz o rozsahu, vplyve a stabilite v hospodárskom prostredí,
- nájdenie optimálneho prístupu k požiadavke trhu, resp. k akceptovaniu ovplyvňovania elitou,
- popularizácia kreatívneho priemyslu samotného,
- zvyšovanie spotrebiteľského povedomia o význame podpory inovatívnosti a dopyte po produktoch s pridanou hodnotou,
- posilňovanie role vzdelávania, vedy a výskumu v procese vývoja kreatívneho potenciálu populácie,
- nastavenie strategických a politických materiálov krajiny,
- nastavenie primárnych nástrojov podpory kreatívneho priemyslu tak, aby sa vymyslenému/ vytvorenému umožnila realizácia,
- zníženie regulácie a administratívnych prekážok a vytvorenie priestoru pre samoreguláciu a koreguláciu.

Úlohou štátu v procese kreatívnej ekonomiky je vytvárať podmienky pre prirodzený rozvoj kreativity, podporovať novátorské a iniciačné projekty, kreatívne vzdelávanie, networking a výchovu ku kvalite a slobode výberu. Akémukoľvek pozitívnemu vývoju v oblasti rozvoja kreatívnej ekonomiky musí predchádzať rozhodnutie (najlepšie konsenzuálne) politických elít o smerovaní a budúcom charaktere krajiny.

Slavomíra SALAJOVÁ, v Bratislave marec 2011

Použitá literatúra:

- [Čikánek, M. (2009) Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku (Institut umění)]  
[Kloudová, J. A kolektiv (2010) Kreativní ekonomika (Eurokódex)]