

# upsolvent

Tvorba a naplnění kompetenčního rámce pro profesní konkurenceschopnost studentů filmových, divadelních a mediálních studií.

[www.upsolvent.cz](http://www.upsolvent.cz)



*INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ* Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

# **Ekonomika kultury a kreativní průmysly**

## **Přímé přenosy z Metropolitní opery New York do kin (Met: Live in HD)**

Martin Cikánek

[martin.cikanek@gmail.com](mailto:martin.cikanek@gmail.com)

UPSOLVENT, 3.11.2010

# Trénink

Fellowship v John F. Kennedyho Centru pro Performing Arts ve Washingtonu, D.C. [www.kennedy-center.org](http://www.kennedy-center.org)

Internship na vokální divizi londýnské pobočky IMG Artists

[www.imgartists.com](http://www.imgartists.com)

[www.iamaworld.com](http://www.iamaworld.com)

# Vzdělání

Katedra kulturní politiky a managementu na City University  
London (MA Arts Management)

[www.city.ac.uk](http://www.city.ac.uk)

[www.encatc.org](http://www.encatc.org) (European Network of Cultural  
Administration Training Centers)

Hudební management na HAMU [www.hamu.cz](http://www.hamu.cz)

# Praxe

Met: Live in HD [www.metinhd.cz](http://www.metinhd.cz)

Severočeské divadlo opery a baletu Ústí nad Labem  
poradce ředitele pro oblast marketingu  
[www.operabalet.cz](http://www.operabalet.cz)

Kurz kreativní ekonomiky a kreativních průmyslů na VŠE v  
Praze

Obsahový poradce Fóra pro kreativní Evropu  
[www.forumforcreativeeurope.cz](http://www.forumforcreativeeurope.cz)

# Institut umění

- oddělení Institutu umění - Divadelního ústavu
- informační kulturní portál - newsletter
- rezidence
- hudební, literární a taneční sekce
- vědecko výzkumné projekty – kulturní politika (Sociálně ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních průmyslů 2007 - 2011) – výstupy na [www.idu.cz](http://www.idu.cz) – institut umění - výzkum
- Česká kancelář programu EU Culture

**[www.culturenet.cz](http://www.culturenet.cz)**

# Ideová východiska v moderní kulturní politice

Imanentní hodnoty umění

(John Holden: *Capturing Cultural Value*, 2004)

[www.demos.org.uk](http://www.demos.org.uk)

Sociální/společenské dopady a přínosy umění

(Francois Matarasso: *Use or Ornament/The social impact of participation in the arts*, 1997)

[www.comedia.org.uk](http://www.comedia.org.uk)

Ekonomické dopady umění a kultury

(Myerscough: *The Economic Importance of the Arts in Britain*, 1988)

# Ekonomika kultury v Evropě

## studie, říjen 2006

**Kulturní a kreativní odvětví je rostoucím sektorem, který se rozvíjí rychlejším tempem než zbytek ekonomiky. To samé platí pro zaměstnanost. Nabízí velkou škálu často vysoce kvalifikovaných možností uplatnění. Rovněž pohání řadu dalších odvětví, hlavně sektory inovací a ICT.**

**V roce 2003 odvětví na úrovni EU dosáhlo:**

- obrat – 654 miliard € (výroba automobilů – 271 miliard €, výrobci ICT – 541 miliard €)
- podíl na HDP – 2,6 % (obchod s nemovitostmi – 2,1%; oděvní průmysl – 0,5%; chemický průmysl - 2,3 %)
- celkový růst přidané hodnoty tohoto odvětví činil v období 1999–2003 19,7%; byl o 12,3 % vyšší než celkový růst hospodářství
- zaměstnanost – v roce 2004 v odvětví pracovalo 5,8 mil. lidí, což odpovídá 3,1 % celkového množství zaměstnaných v EU25. Zatímco celková zaměstnanost v EU se v letech 2002–2004 snížila, zaměstnanost v tomto odvětví vzrostla (+1,85 %).
- 46,8% pracovníků – univerzitní diplom (oproti 25,7 % z celk. zaměstnanosti) Podíl svob. povolání je ve srovnání s celk. zaměstnaností dvojnásobný (28,8% oproti 14,1%). Odvětví vykazuje 17% pracovníků na dobu určitou (13,3 % v celkové zaměstnanosti)

# Kulturní a kreativní průmysly

## Kreativní ekonomika

- Kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví
- kreativní ekonomika je souhrnem teorií kreativních průmyslů, kulturních průmyslů, kreativních měst, klastrů a kreativní třídy (Richard Florida: *The Rise of the Creative Class and How It 's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, 2002)

# Vymezení odvětví kulturních a kreativních průmyslů

**umění:** **výtvarné umění** (řemesla, malířství, sochařství, fotografie);

**scénická umění** (divadlo, tanec, cirkus, festivaly);

**kulturní dědictví** (muzea, knihovny, archívy, archeologická naleziště)

**kulturní průmysly:** **film a video; TV a rozhlas; videohry;**

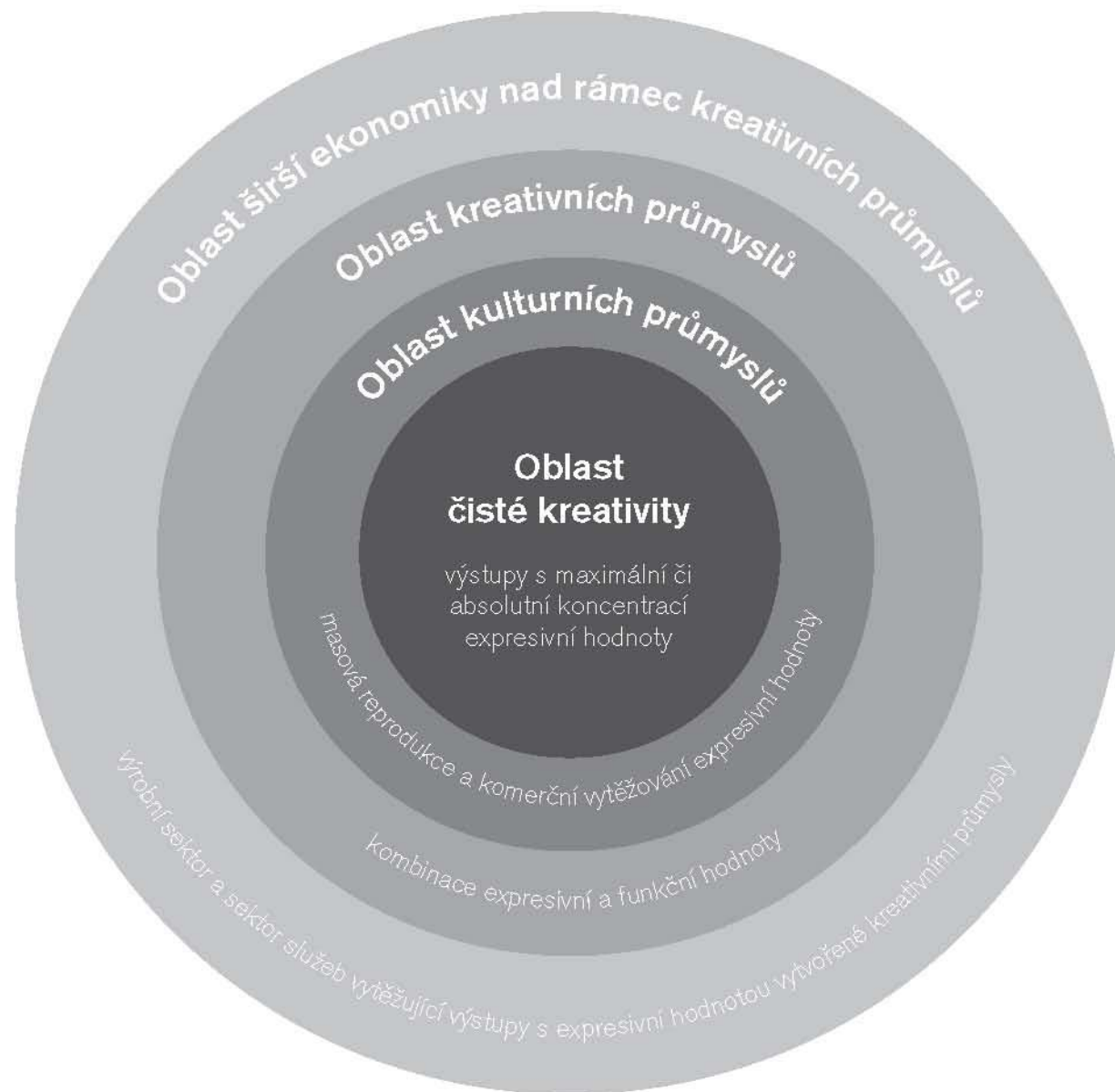
**hudba** (hudební nahrávky i živá vystoupení);

**knihy a tisk** (vydávání knih a tisku)

**kreativní průmysly:** **design** (módní návrhářství, grafický design, design interiérů, design produktů)

**architektura; reklama**

**příbuzná průmyslová odvětví:** výrobci PC; výrobci MP3, přehrávačů; odvětví mobilních telefonů atd.



# Pojítka kulturních a kreativních průmyslů

## Duševní vlastnictví

John Howkins: The Creative Economy/How People Make Money from Ideas, 2001)

Autorskoprávní průmysly (copyright industries) -reklamní průmysl, tvorba počítačových programů, design, fotografie, film, video, scénická umění, hudební průmysl, nakladatelský průmysl, rozhlas, televize, videohry, výtvarné umění, architektura

Patentové průmysly

Průmysly ochranných známek a designové průmysly

# Definice kreativní ekonomiky podle Johna Howkinse

$$CE = CP \times T$$

# Pojítka kulturních a kreativních průmyslů

David Hesmondhalg

Kulturní průmysly = organizace, jejichž primárním cílem je komunikovat něco (texty) publiku.

Kulturní průmysly se zabývají především produkcí společenských významů, tvoří a distribuují texty s převažující významovou složkou (versus funkční složka)

Rovněž pojí soutěžení o stejné zdroje:

- Omezené množství času konzumentů

- Omezené množství prostředků inzerentů

- Omezené množství talentu

# Pojítka kulturních a kreativních průmyslů

Work Foundation – Expresivní hodnota

(Staying Ahead, The Economic Performance of the UK´s  
Creative Industries, 2007)

*„Jakýkoliv z ideových rozměrů, které zvětšují a rozšiřují  
kulturní významy či porozumění kultuře“*

Díky expresivní hodnotě získáváme nové pohledy, nová  
potěšení a zážitky. Expresivní hodnota tak rozšiřuje naše  
vědění, stimuluje naše emoce a obecně obohacuje naše  
životy.....(a dá se komerčně vytěžovat:))

# Ideové rozměry expresivní hodnoty

**Estetická hodnota** – podstatou je krása, harmonie, formální uspořádání stejně jako jiné estetické charakteristiky

**Spirituální hodnota** – lidské hledání odpovědí na otázky po smyslu bytí lidské existence ať už v náboženské či světské rovině

**Společenská hodnota** – osvětluje podstatu společenství a zároveň dává do kontextu vztahy a identity tak, aby se vztahy a identity v daném společenství rozvíjely

**Historická hodnota** – jedinečná výpověď o podmínkách a čase, v němž vznikla. Zároveň dává pocit kontinuity od okamžiku vzniku po přítomnost

**Symbolická hodnota** – podstatou je význam, jehož nositelem může být například umělecké dílo

**Hodnota původnosti** – podstatou je skutečnost, originalita a výjimečnost předmětu, který je nositelem této hodnoty

Dotazy, komentáře?