



## II. Jak rozvíjet kreativní průmysly?


6. Kreativní trident, kreativní index



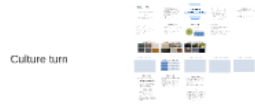
7. Mástroje podpory kreativních průmyslů




8. Financování, přístup k financím a podnikání



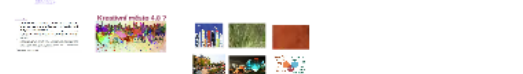
9. Kreativní centra a čtvrti – revitalizace tažené kulturou



10. Kritika v oblasti kreativních průmyslů



11. Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst



## Zdroje a odkazy

Beitl  
<https://www.beitl.cz/aktuality/2016/04/01/kreativni-prumysly>

Bru  
<https://www.beitl.cz/aktuality/2016/04/01/kreativni-prumysly>

Kreativní proces, kreativita a inovace  
<https://www.beitl.cz/aktuality/2016/04/01/kreativni-prumysly>

Mohd Khaled  
<https://www.beitl.cz/aktuality/2016/04/01/kreativni-prumysly>

Zajímavé odkazy  
<https://www.beitl.cz/aktuality/2016/04/01/kreativni-prumysly>

II.

Jak rozvíjet  
kreativní průmysly?





## 6. Kreativní trident, kreativní index

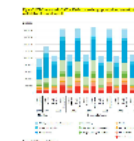
### Kreativní trident

- možnost analyzovat kreativní aktéry, pracovníky (míru kreativity/inovace)
- původně model vznikl v Austrálii v 2005, NESTA v Británii upravila v roce 2008

3 typy kreativní pracovní síly

- **"specialisti"** zaměstnanci vykonávající kreativní činnost v rámci kreativních průmyslů (umělci, individuální profesionálové v kkp)
- **"support"** zaměstnanci vykonávající nekreativní činnost v rámci kreativních průmyslů (management, administrativa)
- **"embedded"** zaměstnanci vykonávají kreativní činnost mimo kreativní průmysly (např. grafik ve výrobní firmě)

viz náš pokus mapování - produkční řetězec - není možno zjistit



- More creative people work outside the creative industries than inside them.  
- Some 25 per cent of the total creative workforce in figure that includes support staff in creative industries) is employed in non-creative sectors.

## 7. Nástroje podpory kreativních průmyslů

### PODPORA KKO

- Strategické a instit
- Finanční podpora
- Nefinanční podpor

# Kreativní trident

- možnost analyzovat kreativní aktéry, pracovníky (míru kreativity/inovace)
- původně model vznikl v Austrálii v 2005, NESTA v Británii upravila v roce 2008

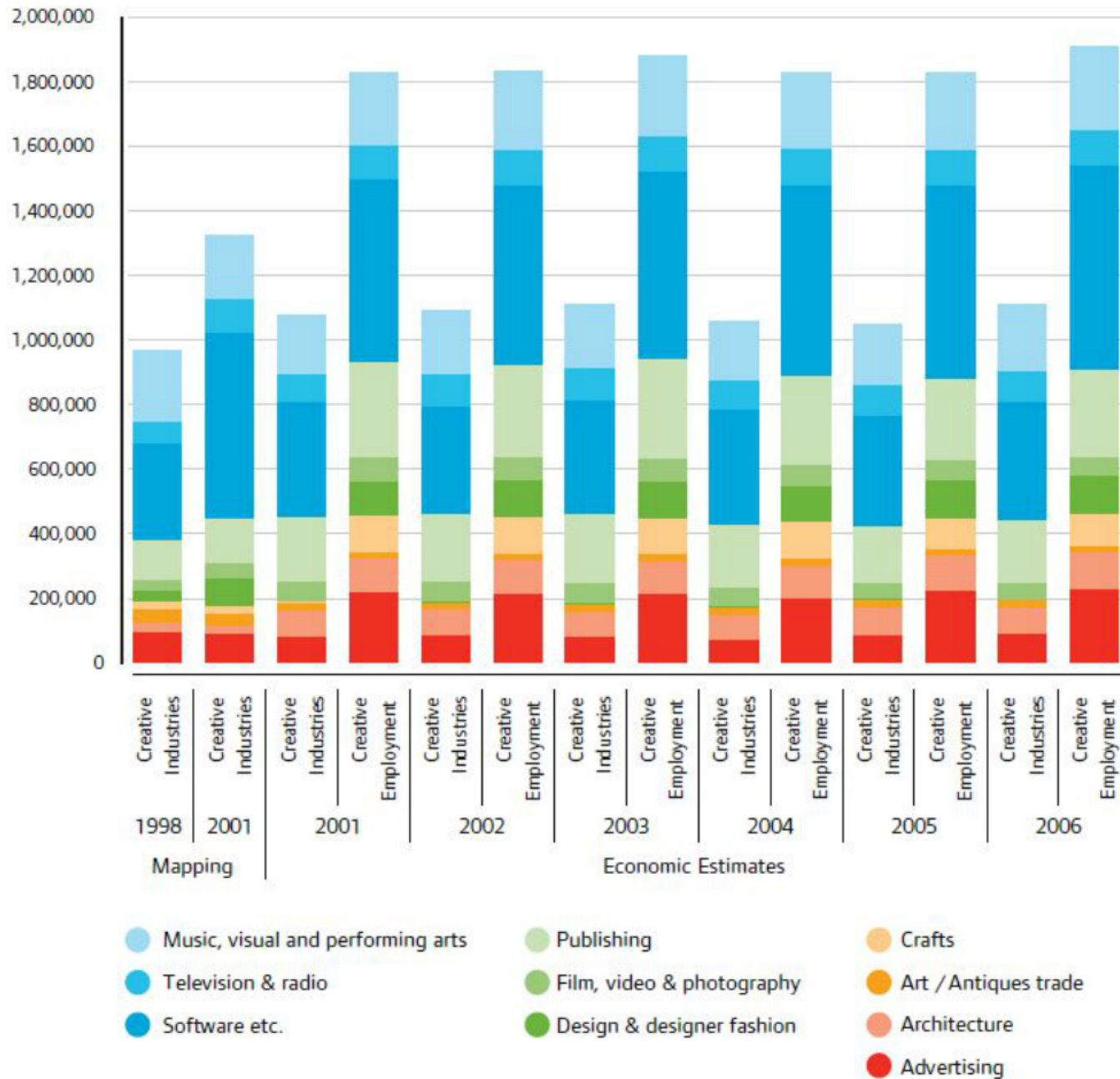
# Kreativní trident

- možnost analyzovat kreativní aktéry, pracovníky (míru kreativity/inovace)
- původně model vznikl v Austrálii v 2005, NESTA v Británii upravila v roce 2008

## 3 typy kreativní pracovní síly

- "**specialisti**" zaměstnanci vykonávající kreativní činnost v rámci kreativních průmyslů (umělci, individuální profesionálové v kkp)
- "**support**" zaměstnanci vykonávající nekreativní činnost v rámci kreativních průmyslů (management, administrativa)
- "**embedded**" zaměstnanci vykonávají kreativní činnost mimo kreativní průmysly (např. grafik ve výrobní firmě)

**Figure 1: DCMS estimates for 1998 to 2006 of sectoral employment within the creative industries and total creative employment.**



Source: DCMS Economic Estimates

# Kreativní index

- nástroj kreativní ekonomiky
- vychází z prací R. Floridy
- pomocí něj je možné analyzovat soubor vybraných územních celků na základě jejich kreativního potenciálu

# Kreativní index

- nástroj kreativní ekonomiky
- vychází z prací R. Floridy
- pomocí něj je možné analyzovat soubor vybraných územních celků na základě jejich kreativního potenciálu

3T

- Talent
- Technologie
- Tolerance

## Kreativní index 3T

<b>Index talentu</b> Index lidského kapitálu Index kreativní třídy	procento populace s vysokoškolským titulem koncentrace kreativní třídy
<b>Index technologie</b> Index inovace High-tech index	počet patentů na osobu procento výstupu odvětví high-tech oblasti na celkovém výstupu
<b>Index tolerance</b> Gay index Bohemian index Index imigrace	počet gayů v regionu na celkový počet obyvatel regionu populace s uměleckým zaměřením v regionu měří procento imigrantů v regionu

droj: Florida (2002b); zpracování: Kloudová, Ambrožová a Doubková (2008).



# Euro-creativity index

<p><b>Euro-Talent index</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Index kreativní třídy</li> <li>Index lidského kapitálu</li> <li>Index vědeckého talentu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>míra kreativních zaměstnání</li> <li>procentuální podíl obyvatel ve věku 25 – 64 let s vysokoškolským vzděláním</li> <li>počet výzkumníků a inženýrů na tisíc dělníků</li> </ul>
<p><b>Euro-Technology index</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Index inovací</li> <li>High-tech index inovací</li> <li>R&amp;D index</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>počet patentů na jeden milion obyvatel</li> <li>počet patentů v oblasti high-tech na milion obyvatel</li> <li>procentuální podíl nákladů na výzkum a vývoj na HDP</li> </ul>
<p><b>Euro-Tolerance index</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Index postojů</li> <li>Index hodnot</li> <li>Index sebevyjádření</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>procento tolerantních lidí vůči menšinám</li> <li>odraz tradic v hodnotách obyvatel</li> <li>postoj k individuálním právům a vyjadřování</li> </ul>

Zdroj: Florida a Tinagli (2004); zpracování: Kloudová, Ambrožová a Doubková (2008).



Creative Index in European Union





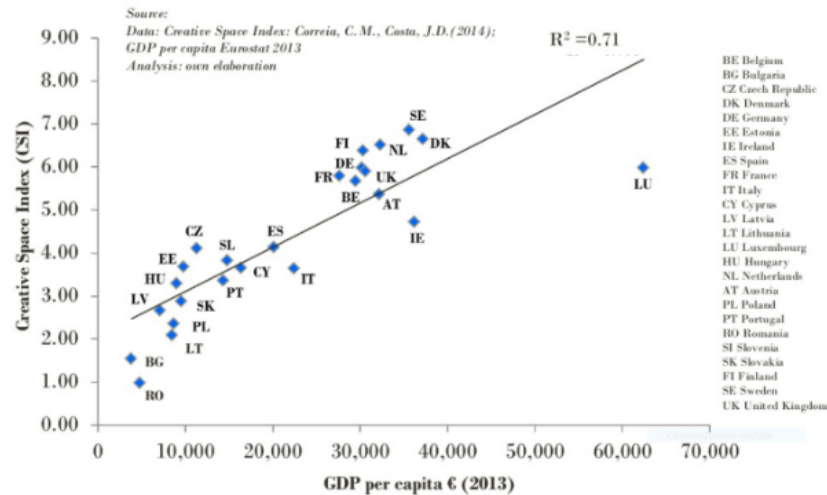
# Creative Index in European Union



Source:  
 Data: Creative Space Index: Correia, C.M.,  
 Costa, J.D.(2014) Measuring Creativity in the  
 EU Member States  
 Own elaboration

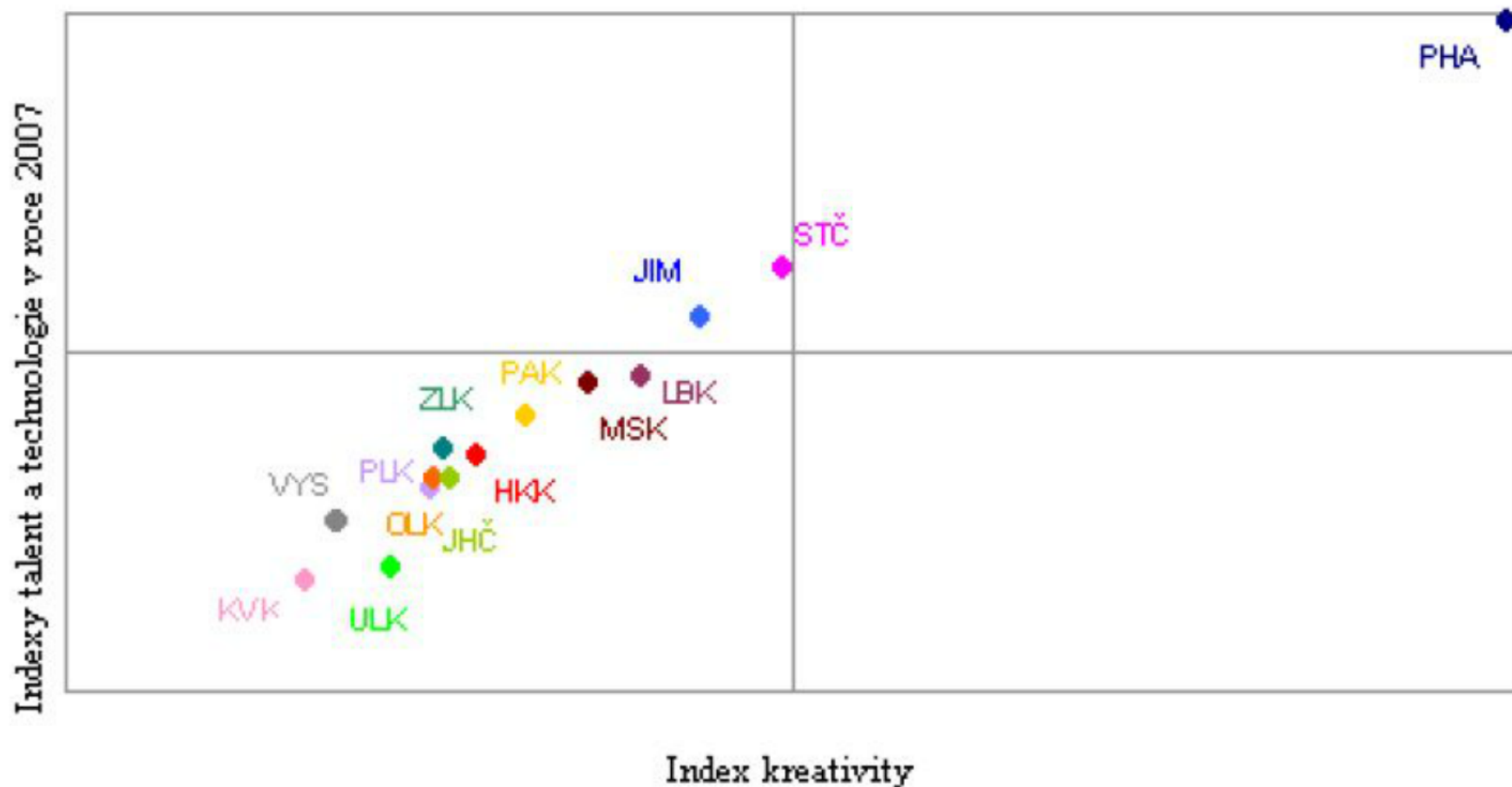


As higher GDP per capita, higher Creativity index in the EU



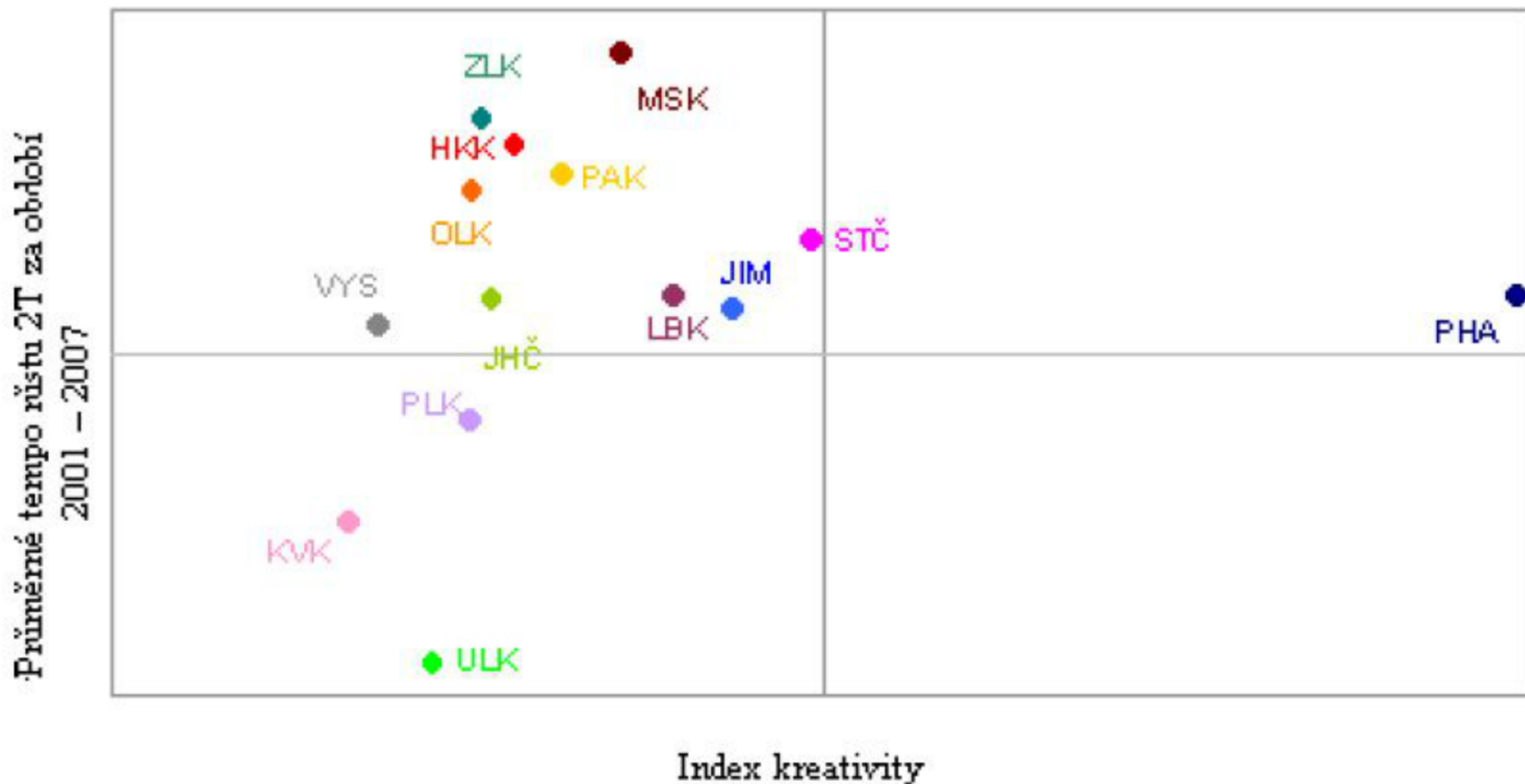
## Obrázek 2

### Situační matice kreativity pro regiony ČR, rok 2007



Zdroj: Kloudová (2008); Kloudová, Ambrožová a Doubková (2008).

## Trendová matice kreativity pro regiony ČR, léta 2001 – 2007



Zdroj: Kloudová, Ambrožová a Doubková (2008).



**Výsledek této analýzy potvrdil základní tezi kreativní ekonomie. Regiony s vyšším kreativním potenciálem dosahovaly výrazně vyšší hospodářské úrovně. Vazba mezi kreativním potenciálem (NKI) a HDP byla vyjádřena korelačním koeficientem ve výši 0,71, což svědčí o velmi těsné pozitivní vazbě.**



# PODPORA KKO

- Strategické a institucionální zajištění
- Finanční podpora
- Nefinanční podpora



# OPATŘENÍ PODPORY KKO V BRNĚ - PLÁN

- **Realizace projektů** kreativního inkubátoru, kreativních voucherů, regionální filmové kanceláře a cineport, produkčně informační centrum pro KKO
- **Podpora místních zakázek** (regionální filmová kancelář, propagace brněnských KKO, zadávání zakázek veř. správy, kreativní vouchery),
- **Podpora exportu** a tvorba zahraničních sítí, tvůrčí rezidence v Brně, spolupráce s partnerskými a dalšími městy (směr Vídeň, Bratislava, Budapešť),
- **Finanční zabezpečení** a přístup k financím
- **KKO ve strategických dokumentech** a spolupráce napříč MKČR, MPO, MMR, MŠMT a CzechTrade, CzechInvest aj.,
- **Spolupráce a klastry** - spolupráce zřizované a nezřizované scény, iniciování profesních asociací v každém odvětví.
- **Prostorové zabezpečení** - využití kulturních domů a budov zřizované scény,

# OPATŘENÍ PODPORY KKO V BRNĚ - PLÁN

## Nefinanční nástroje

### Kreativní inkubátory

- podpora podnikání v kreativních průmyslech
- podpora spoluprací kkp a ostatních firem

### Regionální film office

- support filmovým produkcím
- filmový turismus

<https://film.ostrava.cz/index.php/cz/lokace>

+ průvodce v Česku

### Umělecké rezidence

# OPATŘENÍ PODPORY KKO V BRNĚ - REALIZACE

## Finanční nástroje

# JIC Kreativní vouchery

Kreativní vouchery v Jihomoravském kraji  
- první kreativní vouchery v ČR



<https://www.jic.cz/kreativni-voucher/>

Příklady dalších voucherů v různých zemích

<http://www.eciaplatform.eu/projectcategory/vouchers/>

## 7. Nástroje podpory kreativních průmyslů

PODPORA KKO

- Strategické a instit
- Finanční podpora
- Nefinanční podpor

## 8. Financování, přístup k financím a podnikání

Financo

Kultury a umění

Ku  
a

## 9. Kreativní centra a čtvrti – revitalizace tažené kulturou

# Financování

Kultury a umění

Kulturních  
a kreativních průmyslů

# Přístup k financím

## Kultura a umění

### České financování kultury

Náš kulturní sektor je dlouhodobě podfinancovaný, a tak zcela jistě nepodává výkony, na něž má potenciál.

Navýšení rozpočtu DCMS (britské ministerstvo kultury) bylo podmíněno větší přístupností umění a odstraněním ekonomických bariér participace na umění. Tyto podmínky však přinesly i určitá negativa, především v oblasti umělecké kvality.

# Přístup k financím

## Kulturní a kreativní průmysly

- v ČR nemáme specializovaný program pro kreativní průmysly (kromě možnosti využít Creative Europe)
- existují další možnosti?

# Činnost nevýdělečná vs. výdělečná

Proč podporovat ziskové, když si sami vydělají?

- zvýšení konkurenceschopnosti
  - zvýšení zaměstnanosti
  - rozvoj zanedbaných oblastí, využití potenciálu růstu
  - aj.
- 
- dotace a granty ve všech oblastech, ve všech zemích EU i zahraničí - vzniká nerovnováha na trhu
  - finanční mechanismus běžně používaný - jde o **investici** státu, která se mu vrátí v jiných oblastech (zaměstnanost, daně....)



# Financování z veřejných zdrojů

## Měkké neinvestiční

Grantové podpory MKČR, krajů, měst

Malé granty a vouchery, např. Design pro konkurenceschopnost CzechTrade

<http://www.czechtrade.cz/programy/realizace/czechtrade/design/>

Creative Europe

<http://www.mercatorfonds.cz/>  
<http://www.mercatorfonds.cz/cz/ta/ta-epsilon/>

TA ČR Program Omega 2012 - 2017

TA ČR Program Epsilon



Průvodce programy v minulém období

<http://www.idu.cz/media/document/prirucka-podpora-kultury-z-evropske-unie.pdf>

Operační program nadnárodní spolupráce **Central Europe 2020**– viz projekt 5 měst Creative Cities

Operační program nadnárodní spolupráce **Danube**

**IROP** - Integrovaný regionální operační program

**Prioritní osa 1:** Konkurenceschopné, dostupné a bezpečné regiony (faktor konkurenceschopnosti „infrastruktura“)

**Prioritní osa 2:** Zkvalitnění veřejných služeb a podmínek života pro obyvatele regionů (faktor konkurenceschopnosti „lidé“)

**Prioritní osa 4:** Komunitně vedený místní rozvoj

**Horizon 2020** – program pro výzkum a inovace

Revitalizace brownfields **Fond JESSICA**

## Měkké i tvrdé

Nové strukturální fondy 2014 - 2020:

**OP PIK** - Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost

**ITI** - integrované územní investice (ITI) pro města, rozvojová území a hospodářsky slabé regiony (balíček opatření, která je nutné v rámci strategie realizovat)

**OP VVV** - Výzkum, věda a vzdělávání

**OP Z** - Podpora zaměstnanosti a pracovní síly

**EHP a Norské fondy** – CZ06 Kulturní dědictví a současné umění. Dotace jsou zaměřené na nemovité a movité kulturní dědictví a obnovu Židovského kulturního dědictví v České republice.

## **8. Financování, přístup k financím a podnikání**

## **9. Kreativní centra a čtvrti – revitalizace tažené kulturou**

## **10. Kritika v oblasti kreativních průmyslů**

So

- neje
- je p
- vym
- klas
- jedr
- (ut
- cíle
- aut
- je v
- na v
- noli

Culture turn



PROGRAM  
CEZHRANIČNEJ  
SPOLUPRÁCE  
SLOVENSKÁ REPUBLIKA  
ČESKÁ REPUBLIKA



EURÓPSKA ÚNIA  
EURÓPSKY FOND  
REGIONÁLNEHO ROZVOJA  
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



CreaClust  
Přeshraniční klastrová iniciativa  
pro rozvoj kreativního průmyslu



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



# Kreativní průmysly a urbánní regenerace

**Pavel Bednář**

**Název projektu:** Přeshraniční klastrová iniciativa pro rozvoj  
kreativního průmyslu

**Číslo projektu:** 22410420020

1. Definice urbánní regenerace
2. Typy urbánní regenerace
3. Dimenze culture-led urbánní regenerace
4. Kulturní a kreativní průmysly a urbánní regenerace na příkladech měst ČR
5. Diskuse výsledků
6. Závěr

# Definice urbánní regenerace

- Harvey (1989)
  - selektivní nahrazování původního obyvatelstva sociálně silnějším
  - fyzické zlepšování kvality městského prostředí
  - postmoderní styl architektury a urbanismu
  - kulturní inovace
  - spotřební atrakce
    - sportovní stadiony
    - kongresová a nákupní střediska
    - exotická stravovací místa
    - zábava
      - organizace vystoupení na dočasně nebo trvalé bázi.

Stará bytová zástavba s vysokým podílem obyvatelstva s vysokým věkem a nižším sociálním statusem

Restituce

Prodej domu zahraniční společnosti (resp. domácí společnosti s.r.o., která byla vytvořena zahraniční společností)

Vystěhování nájemníků do náhradních bytů (většinou mimo centrum)

Rekonstrukce domu (spojování malých bytů, zástavba vnitrobloku, vytváření mezonetových bytů, luxusní dostavby a zařízení)

Nové byty jsou pronajaty nebo prodány především ekonomicky silným jedincům (v současnosti se jedná o skupinu mladých, svobodných, většinou zahraničních manažérů)

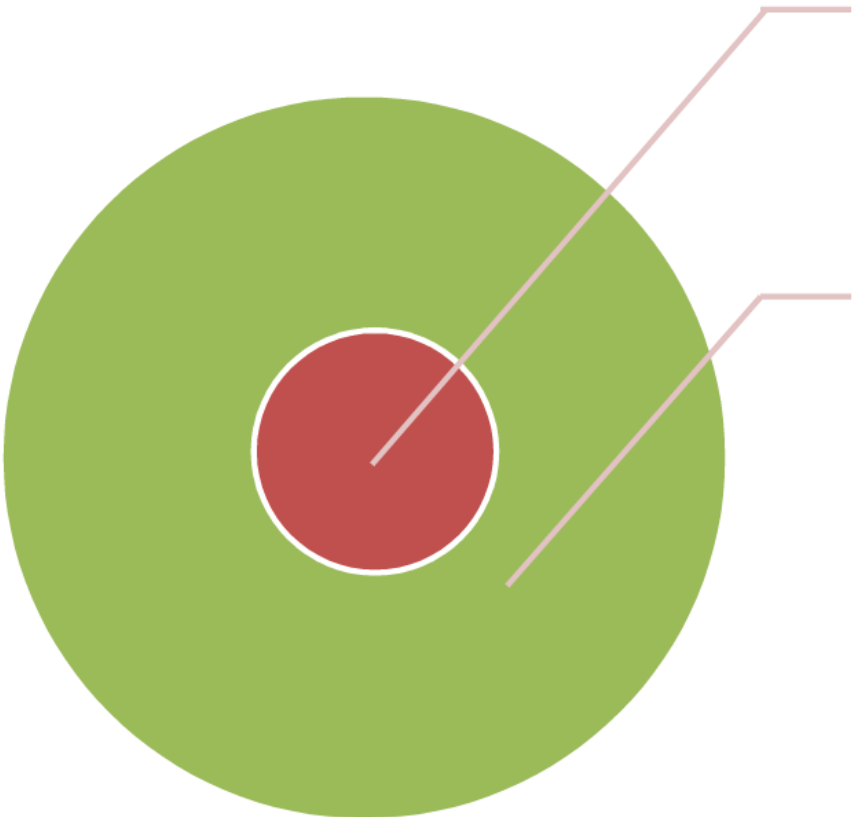
**GENTRIFIKACE**

# Typy urbánní regenerace

- Regenerace prostřednictvím kultury a kulturních akcí – culture-led
  - zajištění vyrovnanosti výdajů
  - budování měkké infrastruktury („měkkých“ lokalizačních faktorů)
  - přitáhnutí podnikatelských aktivit (restaurace, bary, kluby, kavárny) se snahou o co největší diverzifikaci
  - zvýšení ekonomického příspěvku
  - vylepšení image dané čtvrti.
- Regenerace prostřednictvím zábavy – entertainment-led
  - přitažení investic do fyzické obnovy čtvrtí
  - rozvoj brownfields
  - nárůst zaměstnanosti
  - tvorba příjmů
  - vylepšení image dané čtvrti.



# Diskuse výsledků



Jádro města – flagship  
development veřejného sektoru  
(muzea, divadla, galerie, koncertní  
haly, knihovny)

Vnitřní město – komerční nebo  
veřejný sektor (víceúčelové haly,  
KKP okrsky, kreativní huby)

Prostorový vzorec rozmístění  
aktivit kreativních a kulturních  
průmyslů v culture-led urbánní  
regeneraci

## Kreativní centrum

- pojem nemá jasnou definici
- základní rysy - prostory, zaměření na KKP, lokální specifikace

rozdělení:

- dle funkcí - kulturní centrum, centrum pro tvorbu a produkci, hub a coworking
- dle rozlohy - budova, areál, síť budov, čtvrť

## KREATIVNÍ ČTVRTI (EVANS 2009, 40)

- MONO CULTURE INDUSTRIES (vertikální modus)  
Čtvrť zaměřená na: např. TV / film & hudební postprodukce a studia, nová média, textil, keramika
- PLURAL CULTURE INDUSTRIES (horizontální modus)  
Čtvrť zaměřená na: např. coworkingové prostory, vizuální umění, architektura a design, multimédia, řemesla / designéři, divadelní umění, umělecká centra
- CULTURE PRODUCTION-CONSUMPTION  
Čtvrť zaměřená na: ateliéry s prodejními plochami, trhy s uměním, kulturní události a slavnosti
- CULTURAL CONSUMPTION  
Čtvrť zaměřená na: např. maloobchod (móda výpočetní technika / elektronika), pouliční trhy (starožitnosti, řemesla, potraviny), umělecké a zábavní zařízení a čtvrtě, (např. muzejní ostrovy, divadelní čtvrtě, "red light districts"), čtvrť restaurací/barů/klubů



# *Lipsko 90. léta*

















# *Lipsko 90. léta*

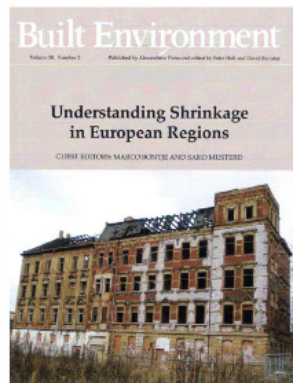




# Lipsko - první změny



## Aurelienbogen Plagwitz







© Elton Hubner



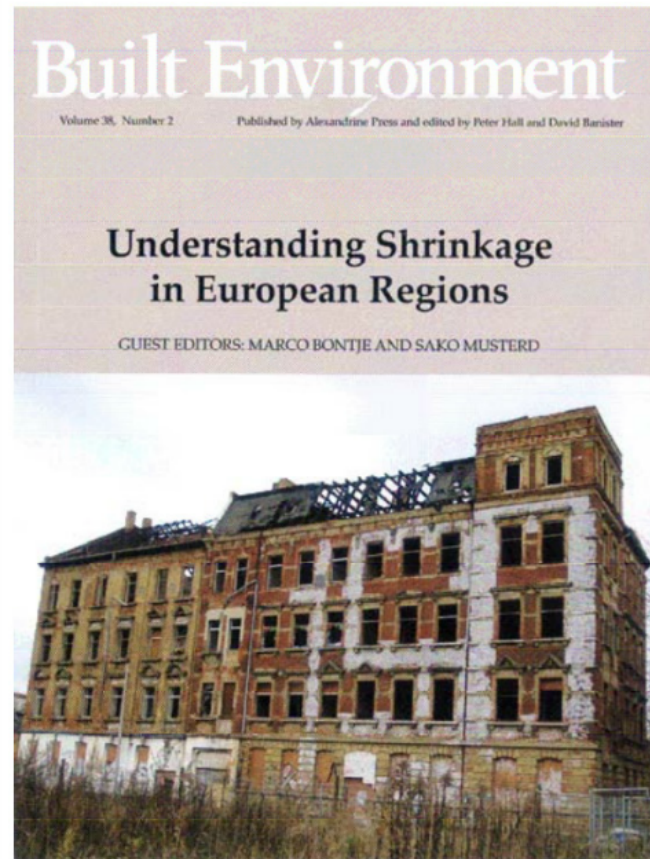
WIEDERERÖFFNUNG  
HOTEL  
  
ARENA CITY \*\*\*\*\*  
Tel. 0341 / 211 33 05

  
Wiedereröffnung  
RENA CITY HOTEL \*\*\*\*\*  
Telefon 0341 2113305





## Aurelienbogen Plagwitz





# Lipsko - první změny



## Aurelienbogen Plagwitz





# Lipsko - gentrifikace











Das ist all den  
Dingen gewidmet,  
an die du wirklich  
liebst.

Handwerk  
Brotzeit 1,80€  
Käsebrat 2,20€  
Roulette 2,10€  
Brotzeit 2,50€  
Schinkenbrat 2,30€  
Käsebrat 2,20€  
Brotzeit 2,10€  
Käsebrat 2,30€  
Kaffee 1,50€



# Lipsko - gentrifikace



# Urbánní regenerace a KKP - Brno

Veřejný sektor  
top-down

- Kreativní centrum - káznice

Neziskový sektor  
bottom-up

- Industri, Malá Amerika, Mosilana, Distillery, Briess, Vlněna

Komerční sektor  
top-down

- Vaňkovka - galerie

# Urbánní regenerace a KKP- Ostrava

## Komerční sektor – bottom up

- Stodolní ulice
- Přeměna „ostravského Bronxu“ z culture led → property led urbánní regeneraci

## Veřejný sektor – top down

- Černá louka v rámci EHMK – Ostrava 2015
- kulturní okrsek → městská galerie, koncertní síň

## Komerční sektor - top down

- Dolní Vítkovice, Landek Park, Trojhalí – silný domácí vlastník + podpora z veřejných zdrojů
- Propojení kultury, vzdělávání a komerčních aktivit



# Urbánní regenerace a KKP - Zlín

Veřejný sektor  
top-down

- 14/15 Baťův institut - galerie, knihovna, muzeum

Neziskový  
sektor

Komerční  
sektor

- Zlínský Zámek

Akademický  
sektor

- UPPER

# Urbánní regenerace a KKP - Plzeň

Veřejný sektor  
top-down

- DEPO2015 Kreativní zóna

Neziskový  
sektor

- Papírna Plzeň
- Johan centrum

Komerční  
sektor

- ?

# Urbánní regenerace a KKP - Praha

## Veřejný sektor top-down

- Kreativní Praha - Art District Praha 7, Pražské kreativní centrum

## Neziskový sektor

- Meetfactory
- Játka78

## Komerční sektor

- Krymská
- Radlická kulturní sportovna
- Impact Hub

# Diskuse výsledků

- Projekty urbánní regenerace by měly být spojeny s denním trojúhelníkem pohybu po městě – práce, služby, bydlení
- Podpora komplexní regenerace:
  - Kulturní a kreativní aktivity dlouhodobého i krátkodobého charakteru
  - Ostatní aktivity: kancelářské prostory, drobná výroby, osobní služby – prodejny potravin
  - Bydlení – lofity
  - Dopravní dostupnost lokality prostřednictvím MHD.
- Propojení kreativních průmyslů a kulturních s vazbou na cestovní ruch z jakékoliv hierarchické prostorové úrovně.

# Závěr

- V České republice dochází k rozvoji culture-led urbánní regenerace, ale prozatím se nachází v úvodních etapách vývoje.
- V České republice se objevují dva typy aktérů iniciace culture-led urbánní regenerace – komerční sektor a veřejný sektor.
- V České republice jsou podmínky vzniku culture-led urbánní regenerace vždy jedinečné a závisí na dané lokalitě a podmínkách.
- V České republice hraje veřejný sektor v culture-led urbánní regeneraci svou roli s různou intenzitou:
  - Laissez faire = financování technické infrastruktury
  - Intervence se snahou o různorodost = finance+poradenství v projektu
  - Dominace = finance+obsahová náplň projektu.



## **10. Kritika v oblasti kreativních průmyslů**

## **11. Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst**

# Sociologická kritika

- nejedná se o společenskou třídu
- je příliš diverzifikovaná, aby se mohla stát třídou
- vymezení kkp je příliš široké, aby mohla být třída homogenní
- klasifikační znak "kreativita" není dostatečný k identifikaci třídní struktury
- jedná se o symbolické násilí - snaha přesvědčit ostatní o vlastní (utopistické) pravdě
- cílem je legitimizovat své postavení
- autoři kritiky neuznávají odhady Floridy (30-40 % pracujícího obyvatelstva je v kkp, odvolávají se na EU studie mluvící o 2-3 %) a zároveň poukazují na velké rozdíly mezi výsledky USA a EU
- nelíbí se jim argumentace hraničící s nátlakem - "nebudeme-li podporovat kreativní průmysly, neprosadíme se v celospolečenském měřítku"
- kreativní clustery, centra, huby vnímají jako sociálně-inženýrský přístup, zároveň protichůdný oproti
- lidská kreativita má tendenci se vůči institucionální zkostnatělosti a jasně definovaným pravidlům vymezovat

# Gentrifikační kritika

- kapitalismus zneužívá kreativitu k přetváření městského prostředí
- gentrifikace vede mj. k radikalismu lokálních obyvatel

Stará bytová zástavba s vysokým podílem obyvatelstva s vysokým věkem a nižším sociálním statusem

Restituce

Prodej domu zahraniční společnosti (resp. domácí společnosti s.r.o., která byla vytvořena zahraniční společností)

Vystěhování nájemníků do náhradních bytů (většinou mimo centrum)

Rekonstrukce domu (spojování malých bytů, zástavba vnitrobloku, vytváření mezonetových bytů, luxusní dostavby a zařízení)

Nové byty jsou pronajaty nebo prodány především ekonomicky silným jedincům (v současnosti se jedná o skupinu mladých, svobodných, většinou zahraničních manažérů)

**GENTRIFIKACE**

# Finanční a politická kritika

Tony Blair / New Labor / VB (březen 2007, v Tate Modern)

Tony Blair za téma jednoho ze svých projevů na odchodnou (legacy speeches) vybral i bilancování úspěchů, kterých dosáhl na poli kulturní politiky. . Před elitou britského kulturního sektoru prohlásil, že **umění a kultura jsou srdcem všeho, o čem moderní Británie dnes je, a že: „podněty čerpané z knih, divadelních her, hudby a jiného umění, stejně tak jako potěšení z designu, architektury či uměleckých řemesel nebývale zvyšují schopnost Británie být přemýšlivá, smělá a atraktivní pro okolní svět. Dynamické umění a kultura znamenají dynamický národ.“**



\* 1984. Absolvent bakalářského studia žurnalistiky a filmové vědy na Masarykově univerzitě. V letech 2006 až 2009 novinář v MF DNES, Metropolisu a Computer Pressu. Od roku 2010 publicista na volné noze. Pravidelně píše pro Finmag, nárazově pro Reportér, 067.cz a další média. Napsal a vydal průvodce Brnem. V roce 2011 spoluzaložil satirickou skupinu Žít Brno, opustil ji po jejím přerodu v politické hnutí v roce 2014. Je zavřený v bublině brněnské kavárny a nezná skutečný život.

[http://www.rozhlas.cz/radiowave/rozhovory/\\_zprava/brno-v-roce-2016-jeste-vic-umelecke-kreativni-a-gentrifikovane--1598471](http://www.rozhlas.cz/radiowave/rozhovory/_zprava/brno-v-roce-2016-jeste-vic-umelecke-kreativni-a-gentrifikovane--1598471)

# **11. Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst**

## KREATIVNÍ MĚSTO

- Kreativní město - fáze 1.0 („první generace“) - Město atraktivní pro tzv. kreativní třídu (Florida 2002). Dle Floridy je kvalita lokality hlavní konkurenční výhodou, protože firmy a investice přicházejí tam, kde jsou lidé (tzv. kreativní třída), a ne naopak. Kreativita a kultura jsou pak hlavními hnacími motory ekonomiky.
- Kreativní město - fáze 2.0 („druhá generace“) – Město rozvíjející kulturní a kreativní odvětví, založené na lokálních neopakovatelných zdrojích. Tato odvětví nabalují další příbuzné obory, čímž dochází ke vzniku a udržení pracovních míst, revitalizaci a atraktivizaci socio-kulturního milieu města.
- Kreativní město - fáze 3.0 („třetí generace“) – Vize města, jehož konkurenceschopnost vyplývá z kulturnosti. Město generující inovace, nové identity, nové ekonomiky/trhy a nové prostory (CARTA 2009). Nutné je splnění podmínky „3C“ – Kultura/Culture, Komunikace/Communication, Spolupráce/Co-operation.

Více viz Landry 2000; INTELI 2011.



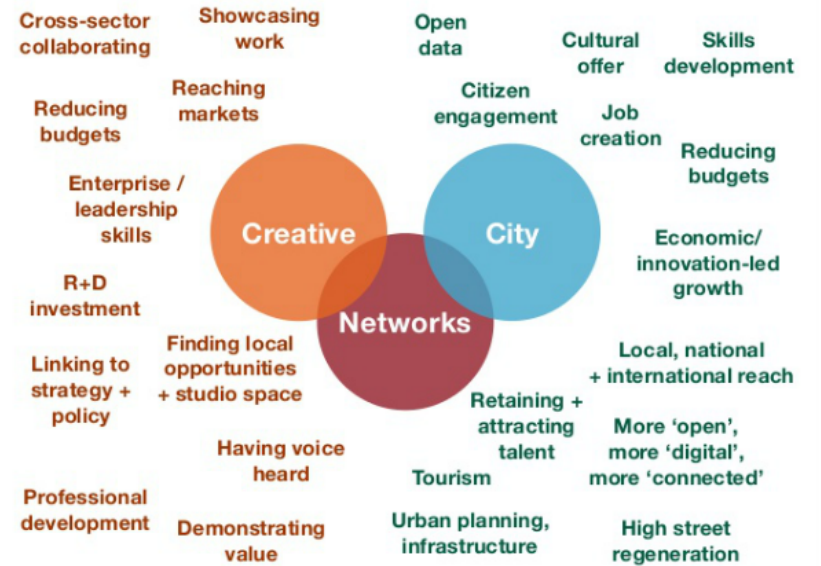
# Kreativní město 4.0 ?











## II. Jak rozvíjet kreativní průmysly?

### 6. Kreativní trident, kreativní index



### 7. Nástroje podpory kreativních průmyslů

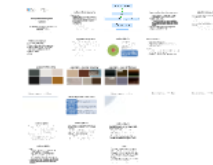


### 8. Financování, přístup k financím a podnikání



### 9. Kreativní centra a čtvrti – revitalizace tažené kulturou

#### Culture turn



### 10. Kritika v oblasti kreativních průmyslů

#### Sociologická kritika

Sociologická kritika se zaměřuje na sociální kontext kreativních průmyslů. Kritičtí autoři upozorňují na to, že kreativní průmysly mohou být nástrojem pro sociální segregaci a vytváření nových forem sociálního vyloučení. Kritika se také týká komercializace kultury a ztráty autenticity.

#### Gentrifikační kritika

Gentrifikační kritika se zaměřuje na vliv kreativních průmyslů na změny v městské struktuře. Kritičtí autoři upozorňují na to, že kreativní průmysly mohou být nástrojem pro gentrifikaci a vytváření nových forem sociálního vyloučení. Kritika se také týká komercializace kultury a ztráty autenticity.

### 11. Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst

