

VÝUKA

Kreativní průmysly ve městech



Průmysl kulturní a kreativní (PKK)

Průmysl kulturní a kreativní (PKK) je průmysl, který využívá kulturní a kreativní kompetence lidí k výrobě a poskytování produktů a služeb. Jeho charakteristickým znakem je vysoká míra inovací a konkurenceschopnosti. PKK je rozdělen do dvou hlavních skupin: kulturní průmysl a kreativní průmysl. Kulturní průmysl zahrnuje například hudbu, film, divadlo a literaturu. Kreativní průmysl zahrnuje například design, architekturu, reklamní agentury a IT.

Obsahové vymezení a produkční typ

PKK je průmysl, který využívá kulturní a kreativní kompetence lidí k výrobě a poskytování produktů a služeb. Jeho charakteristickým znakem je vysoká míra inovací a konkurenceschopnosti. PKK je rozdělen do dvou hlavních skupin: kulturní průmysl a kreativní průmysl.

Podmínky

Podmínky pro rozvoj kreativních průmyslů zahrnují: vysokou úroveň vzdělání a kvalifikace pracovní síly, podporu vlády a soukromého sektoru, dostupnost financování, kulturní a kreativní prostředí, konkurenceschopnost a inovativnost.

Místní podmínky

Místní podmínky pro rozvoj kreativních průmyslů zahrnují: dostupnost financování, kulturní a kreativní prostředí, konkurenceschopnost a inovativnost.

Strategie

Strategie pro rozvoj kreativních průmyslů zahrnují: podporu vlády a soukromého sektoru, dostupnost financování, kulturní a kreativní prostředí, konkurenceschopnost a inovativnost.

Strategie

Strategie pro rozvoj kreativních průmyslů zahrnují: podporu vlády a soukromého sektoru, dostupnost financování, kulturní a kreativní prostředí, konkurenceschopnost a inovativnost.

I. Co to jsou kreativní průmysly

1. Úvod do kreativních průmyslů



2. Historický vývoj od 20. století



3. Obsahové vymezení - kkp, ekonomie, třída/milieu, klasy



4. Kreativní města, atributy, hodnocení



5. Kreativní průmysly ve světě



Měpování kulturách a kreativních odvětví



Zdroje a odkazy

- Černý, M. (2010). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2011). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2012). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2013). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2014). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2015). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2016). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2017). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2018). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.
- Černý, M. (2019). Kreativní průmysly a kulturní ekonomie. Praha: Oeconomica.

VÝUKA



Předmět Kulturní a kreativní průmysly

- naučí studenty terminologii ale také pochopení hlavního konceptu vymezení kreativních odvětví mezi ostatními průmysly a znalostní ekonomikou.

- znalosti atributů kreativních měst jsou nezbytné pro chápání umění, kultury, kreativity v rozvoji města předpokladem pro producentskou činnost manažerů v kultuře a kreativních odvětvích.

Cíle předmětu:

- Seznámit studenty se základy konceptu kulturních a kreativních průmyslů a používanou terminologií, historií a vývojem této disciplíny.
- Uvést studenty do problematiky definice kreativních průmyslů, přístupy osobností, rozdíly dle zemí, náročnosti mapování a analyzování kreativních odvětví na základě NACE.
- Podrobně probrat jednotlivá kreativní odvětví a jejich charakteristiky na příkladu města Brna, Zlína a České republiky.

DDML316 Základní teorie a produkce v KKP

ZS 2016
III. Bc DM

14:30 – 17:45

3.10. - hotovo
24.10.
7.11.
14.11.
28.11.
12.12.

Zkouškové leden 2017

Literatura

Povinná literatura
FLORIDA, Richard. The Rise Of The Creative Class. United States: Basic Books, 2002. 434 s. ISBN 978-0-465-02477-3.

HOWKINS, J.: The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, Penguin Books, 2001.

THROSBY, D.: Economics and Culture, Cambridge University Press, 2004

ŽÁKOVÁ, Eva a A.KOL. Kulturní a kreativní průmysly v ČR. : Institut umění - Dvůrův ústav, 2011. 392 s. ISBN 978-80-7008-099-2

ČIKÁNEK, Martin: Kreativní průmysly - přiležitost pro novou ekonomiku. ISBN: 978-80-7008-231-7.

MAPOVÁNÍ KKP
Svazek I <http://www.wufo.cz/so/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-i>
Svazek II <http://www.wufo.cz/so/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-ii>

Město <http://www.wufo.cz/so/mapovani-na-ekalni-a-regionalni-urovni-mesta-brno>
Brno <http://www.kreativnibrno.cz/kreativni-soutez-brno-i-kompletni-dokument>
editorka: <http://www.wufo.cz/so/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>

Recenzitky: <http://www.wufo.cz/so/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>
<http://www.kreativnibrno.cz/>
UK <http://www.thecreativeindustries.co.uk/>
DE <http://www.kultur-creativ-wirtschaft.de/>

ZAHRAŇNÍ STUDIE
Cultural times The first global map of cultural and creative industries (December 2015, orientace dle str. 31)
http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf

Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU (December 2014) http://www.wufo.com/publication/wufoAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU%24FEI/Creating_Growth.pdf

Cultural policy in the time of creative industries (June 2016): http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/cultural_policy_in_the_time_of_the_creative_industries.pdf - Creative Australia

Studie k KKP od NESTA
<http://www.nesta.org.uk/projects/manifesto-creative-economy>

World creative
<http://www.worldcreative.org/>

K nástrojům podpory
How to support creative industries (November 2010) http://www.creativeindustries.eu/images/city_support_of_CI.pdf

Související literatura
DVOŘÁK, J. Kreativní management pro divadlo aneb O divadle jinak 2. vyd. Praha: Pražská scéna, 2004. info

přibližně doplněno...

Výukové metody

Kombinace přednášky, semináře a cvičení.
Samostudium dle doporučených pramenů. Exkurze do vybraných kreativních coworkingů v Brně.

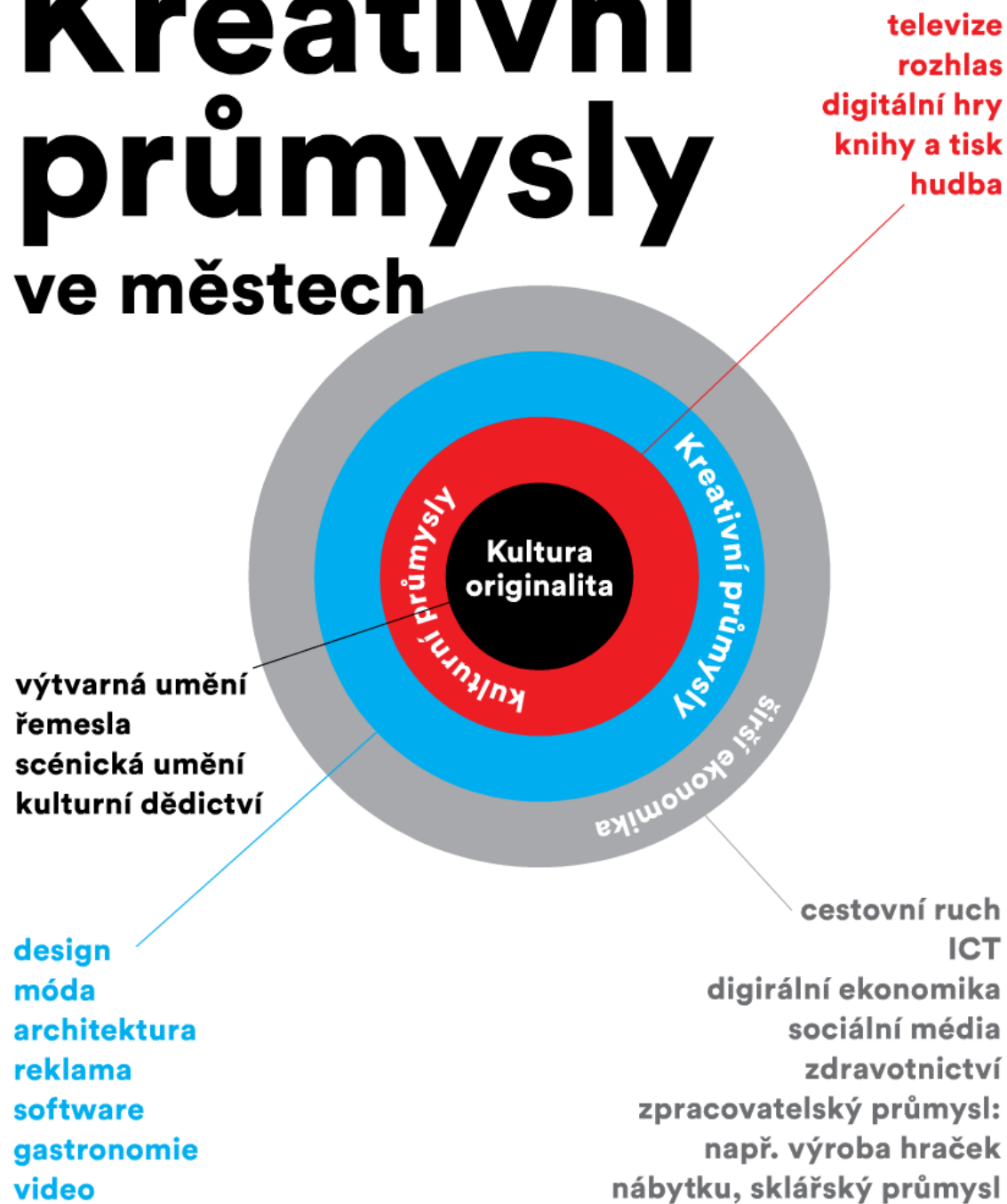
Metody hodnocení

Klasifikovaný zápočet, jehož udělení je podmíněno:
• 80% aktivní účasti v hodinách, • zpracováním průběžných drobných úkolů, • seminární práce (téma bude upřesněno).

Osnova

- Úvod do oblasti kreativních průmyslů
- Historický vývoj od 20. století
- Obsahové vymezení – kulturní sektor, kulturní průmysly, kreativní průmysly, kreativní ekonomie, kreativní třída/milieu, kreativní klastry
- Kreativní města, historie, atributy, hodnocení
- Kreativní průmysly v ČR – satelitní účet kultury, mapování IDU
- Kreativní průmysly v EU a ostatních zemích - přístupy
- Kreativní trident, kreativní index, nový kreativní index
- Kreativní průmysly a Evropská unie, program Creative Europe, kreativní města UNESCO
- Jednotlivá kreativní odvětví
- Podnikatelská dimenze kulturních a kreativních odvětví
- Inovace a spillover efekty
- Nástroje podpory kreativních průmyslů
- Kreativní centra – revitalizace brownfields tažené kulturou
- Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst

Kreativní průmysly ve městech



Předmět Kulturní a kreativní průmysly

- naučí studenty terminologii ale také pochopení hlavního konceptu vymezení kreativních odvětví mezi ostatními průmysly a znalostní ekonomikou.

- znalosti atributů kreativních měst jsou nezbytné pro chápání umění, kultury, kreativity v rozvoji města předpokladem pro producentskou činnost manažerů v kultuře a kreativních odvětvích.

Cíle předmětu:

- Seznámit studenty se základy konceptu kulturních a kreativních průmyslů a používanou terminologií, historií a vývojem této disciplíny.
- Uvést studenty do problematiky definice kreativních průmyslů, přístupy osobností, rozdíly dle zemí, náročnosti mapování a analyzování kreativních odvětví na základě NACE.
- Podrobně probrat jednotlivá kreativní odvětví a jejich charakteristiky na příkladu města Brna, Zlína a České republiky.

Výukové metody

Kombinace přednášky, semináře a cvičení.
Samostudium dle doporučených pramenů. Exkurze do vybraných kreativních coworkingů v Brně.

Metody hodnocení

Klasifikovaný zápočet, jehož udělení je podmíněno:

- 80% aktivní účastí v hodinách,
- zpracováním průběžných drobných úkolů,
- seminární práce (téma bude upřesněno).

Osnova

- Úvod do oblasti kreativních průmyslů
- Historický vývoj od 20. století
- Obsahové vymezení – kulturní sektor, kulturní průmysly, kreativní průmysly, kreativní ekonomie, kreativní třída/milieu, kreativní klastry
- Kreativní města, historie, atributy, hodnocení
- Kreativní průmysly v ČR – satelitní účet kultury, mapování IDU
- Kreativní průmysly v EU a ostatních zemích - přístupy
- Kreativní trident, kreativní index, nový kreativní index
- Kreativní průmysly a Evropská unie, program Creative Europe, kreativní města UNESCO
- Jednotlivá kreativní odvětví
- Podnikatelská dimenze kulturních a kreativních odvětví
- Inovace a spillover efekty
- Nástroje podpory kreativních průmyslů
- Kreativní centra – revitalizace brownfields tažené kulturou
- Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst

DDML316 Základní teorie a produkce v KKP

ZS 2016
III. Bc DM

14:30 – 17:45

3.10. - hotovo

24.10.

7.11.

14.11.

28.11.

12.12.

Zkouškové leden 2017

Literatura

Povinná literatura

FLORIDA, Richard. The Rise Of The Creative Class. United States: Basic Books, 2002. 434 s. ISBN 978-0-465-02477-3.

HOWKINS, J.: The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, Penguin Books, 2001.

THROSBY, D.: Economics and Culture, Cambridge Univerzity Press, 2004

ŽÁKOVÁ, Eva a A KOL. Kulturní a kreativní průmysly v ČR. : Institut umění - Divadelní ústav, 2011. 392 s. ISBN 978-80-7008-009-2.

CIKÁNEK, Martin: Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku. ISBN: 978-80-7008-231-7.

MAPOVÁNÍ KKO

Svazek I [http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-i-](http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-i)

Svazek II <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-ii>

Města <http://www.idu.cz/cs/mapovani-na-lokalni-a-regionalni-urovni-mesta-kraj>

Brno <http://www.kreativnibrno.cz/kreativni-odvetvi-brno/> a kompletní dokument http://kb.creos.cz/data/editor/File/mapovani_kko_brno_2014_final_med.pdf

Rozcestníky: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>, <http://www.kreativnicesko.cz/>,

UK <http://www.thecreativeindustries.co.uk/> a <http://www.nesta.org.uk/our-projects/topic/2#filter-block>

DE <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/>

ZAHRANIČNÍ STUDIE

Cultural times The first global map of cultural an creative industries (December 2015, orientace dle str. 31)

Rozcestníky: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>, <http://www.kreativnicesko.cz/>,

UK <http://www.thecreativeindustries.co.uk/> a <http://www.nesta.org.uk/our-projects/topic/2#filter-block>

DE <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/>

ZAHRANIČNÍ STUDIE

Cultural times The first global map of cultural and creative industries (December 2015, orientace dle str. 31)

http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf

Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU(December 2014) http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/%24FILE/Creating-Growth.pdf

Cultural policy in the time of creative industries (June 2016): http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/cultural_policy_in_the_time_of_the_creative_industries_.pdf + Creative Australia

Studie k KKP od NESTA

<http://www.nesta.org.uk/project/manifesto-creative-economy>

World creative

<http://www.worldcreative.org/>

K nástrojům podpory

How to support creative industries (November 2010) http://www.creativeincubators.eu/images/city_support_of_CI.pdf

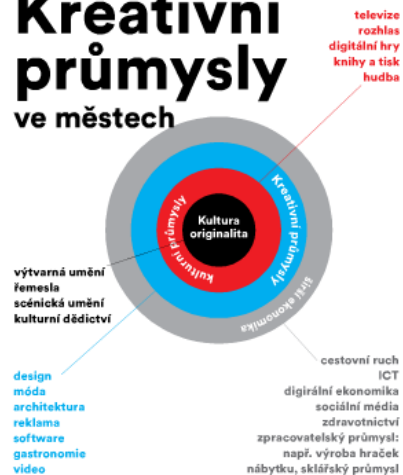
Související literatura

DVOŘÁK, J. Kreativní management pro divadlo aneb O divadle jinak. 2. vyd. Praha: Pražská scéna, 2004. info

průběžně doplňováno...

VÝUKA

Kreativní průmysly ve městech



Předmět Kulturní a kreativní průmysly

- naučí studenty terminologii ale také pochopení hlavního konceptu vymezení kreativních odvětví mezi ostatními průmysly a znalostní ekonomikou.

- znalosti atributů kreativních měst jsou nezbytné pro chápání umění, kultury, kreativity v rozvoji města předpokladem pro producentskou činnost manažerů v kultuře a kreativních odvětvích.

Cíle předmětu:

- Seznámit studenty se základy konceptu kulturních a kreativních průmyslů a používanou terminologií, historií a vývojem této disciplíny.
- Uvést studenty do problematiky definice kreativních průmyslů, přístupy osobností, rozdíly dle zemí, náročnosti mapování a analyzování kreativních odvětví na základě NACE.
- Podrobně probrat jednotlivá kreativní odvětví a jejich charakteristiky na příkladu města Brna, Zlína a České republiky.

DDML316 Základní teorie a produkce v KKP

ZS 2016
III. Bc DM

14:30 – 17:45

3.10. - hotovo
24.10.
7.11.
14.11.
28.11.
12.12.

Zkouškové leden 2017

Literatura

Povinná literatura
FLORIDA, Richard. The Rise Of The Creative Class. United States: Basic Books, 2002. 434 s. ISBN 978-0-465-02477-3.

HOWKINS, J.: The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, Penguin Books, 2001.

THROSBY, D.: Economics and Culture, Cambridge University Press, 2004

ŽÁKOVÁ, Eva a A.KOL. Kulturní a kreativní průmysly v ČR. : Institut umění - Dvůrův ústav, 2011. 392 s. ISBN 978-80-7008-099-2

CIKÁNEK, Martin: Kreativní průmysly - přiležitost pro novou ekonomiku. ISBN: 978-80-7008-231-7.

MAPOVÁNÍ KKP
Svazek I <http://www.wfu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-i>
Svazek II <http://www.wfu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-ii>

Město <http://www.wfu.cz/cs/mapovani-mo-ekalni-a-regionalni-urovni-mesta-brno>
Brno <http://www.kreativnibrno.cz/kreativni-soubor-brno-i-kompletni-dokument>
editonFileMapovani_kko_brxo_2014_final_med.pdf

Recenzitky: <http://www.wfu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>, <http://www.kreativnibrno.cz/>
UK <http://www.thecreativeindustries.co.uk/> a <http://www.nesta.org.uk/bour-projects/brno/2#liber-block>
DE <https://www.kultur-creativ-wirtschaft.de/>

ZAHRAANIČNÍ STUDIE
Cultural times The first global map of cultural and creative industries (December 2015, orientace dle str. 31)
http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf

Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU (December 2014) http://www.wfu.com/Publication/vw/Assets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU%24FEI/Creating_Growth.pdf

Cultural policy in the time of creative industries (June 2016): http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/cultural_policy_in_the_time_of_the_creative_industries.pdf - Creative Australia

Studie k KKP od NESTA
<http://www.nesta.org.uk/projects/manifesto-creative-economy>

World creative
<http://www.worldcreative.org/>

K nástrojům podpory
How to support creative industries (November 2010) http://www.creativeindustries.eu/images/city_support_of_CI.pdf

Související literatura
DVOŘÁK, J. Kreativní management pro divadlo aneb O divadle jinak 2. vyd. Praha: Pražská scéna, 2004. info

přibližně doplněno...

Výukové metody

Kombinace přednášky, semináře a cvičení.
Samostudium dle doporučených pramenů. Exkurze do vybraných kreativních coworkingů v Brně.

Metody hodnocení

Klasifikovaný zápočet, jehož udělení je podmíněno:
• 80% aktivní účasti v hodinách, • zpracováním průběžných drobných úkolů, • seminární práce (téma bude upřesněno).

Osnova

- Úvod do oblasti kreativních průmyslů
- Historický vývoj od 20. století
- Obsahové vymezení – kulturní sektor, kulturní průmysly, kreativní průmysly, kreativní ekonomie, kreativní třída/milieu, kreativní klastry
- Kreativní města, historie, atributy, hodnocení
- Kreativní průmysly v ČR – satelitní účet kultury, mapování IDU
- Kreativní průmysly v EU a ostatních zemích - přístupy
- Kreativní trident, kreativní index, nový kreativní index
- Kreativní průmysly a Evropská unie, program Creative Europe, kreativní města UNESCO
- Jednotlivá kreativní odvětví
- Podnikatelská dimenze kulturních a kreativních odvětví
- Inovace a spillover efekty
- Nástroje podpory kreativních průmyslů
- Kreativní centra – revitalizace brownfields tažené kulturou
- Budoucnost kreativních průmyslů a kreativních měst

I. Co to jsou kreativní průmysly

1. Úvod do kreativních průmyslů

2. Historický vývoj od 20. století

3. Obsahové vymezení – kkp,
ekonomie, třída/milieu, klastry

4. Kreativní města, atributy, hodnocení

5. Kreativní průmysly ve světě



1. Úvod do kreativních průmyslů

2. Historický vývoj od 20. století

Kreativita / česky tvořivost

- je zvláštní soubor schopností, které umožňují uměleckou, vědeckou nebo jinou tvůrčí činnost; ta se projevuje jako vynalézavost, jako vznik něčeho nového, originálního, popř. tvůrčím řešením problémů
- nelze ji kvantifikovat
- je nevyčerpatelná
- stimuluje ji například umění
- kreativita je vlastností všech lidí bez rozdílu

```
graph TD; A((KREATIVITA)) --> B((Kulturní /umělecká)); A --> C((Ekonomická /podnikatelská)); A --> D((Technologická /vědecká));
```

KREATIVITA

**Kulturní
/umělecká**

**Ekonomická
/podnikatelská**

**Technologická
/vědecká**

Albert Einstein: „Reflektuji-li své myšlenkové pochody, docházím k závěru, že dar fantazie pro mne znamená daleko víc než schopnost absorbovat myšlenky a vědění.“

**„Kreativita není talent.
Je to způsob myšlení.“**

- John Cleese

John Cleese je britský herec, komik, spisovatel a filmový producent, jeden z šesti členů komediální skupiny Monty Python.

“Creativity is the process of having original ideas that have value.”

--Sir Ken Robinson

Kreativec vaším průvodcem

1. Jste osobním manažerem či producentem nějakého umělce nebo kreativec
2. Vyberte si obor z kkp odkud váš kreativec pochází (mimo divadlo :-)
3. Vymyslete profil vašeho kreativec, kdo to je, je skutečný, vymyšlený, co dělá, jak se mu daří, co mu chybí....?
4. Další profesní události budete s kreativecem řešit každou hodinu

1. Úvod do kreativních průmyslů

2. Historický vývoj od 20. století

**3. Obsahové vymezení – kkp,
ekonomie, třída/milieu, klastry**

KREÁČNÍ PRŮMYSL
1941

Max Horkheimer
Theodor W. Adorno
1944

Morin, Huet a Miege
60. léta

Charles Landry
1995

John Howkins
The Creative Economy
2001

Ch. D. Throsby
Economics and Culture
2001

Richard Florida
The Rise of the Creative Class
2002

Wiesand
Söndermann
Creative Sector – an Engine for Diversity,
Growth and Jobs in Europe
2005

Ekonomika kultury
v Evropě (The Economy
of Culture in Europe)
2006

Ekonomika
kultury
2006

Zelená kniha o využití
potenciálu kulturních a
kreativních průmyslů 2010

Zelená kniha
2010

Evropa
2020

Průmysl 4.0 ?
2020

kulturní průmysl

kulturní průmysly

kreativní průmysly

kulturní a kreativní průmysly

absence vědy a výzkumu


průmysl v oblasti kreativních průmyslů je v České republice stále v počátcích svého rozvoje. Vzhledem k tomu, že kreativní průmysly jsou v České republice stále v počátcích svého rozvoje, je důležité se zaměřit na podporu výzkumu a vývoje v této oblasti.

- kreativní průmysly
- audiovizuální průmysly
- umělecké průmysly
- designové průmysly

- kreativní průmysly (kreativní)
- jazykové a kreativní služby
- kulturní průmysly (other core cultural industries)
- kulturní průmysly (other cultural industries)
- průmyslové a kreativní průmysly (creative industries)

- kreativní sektor
- obecní sektor
- veřejný sektor
- neformální sektor

- kreativní třída
- vyšší střední třída
- kreativní profesionálové



Max Horkheimer
Theodor W. Adorno
1944



Max Horkheimer
Theodor W. Adorno

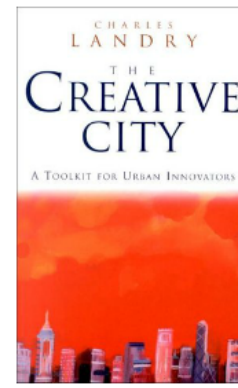
Pojem „**kulturní průmysl**“ se poprvé objevil již ve 40. letech 20. století, kdy jej ve svém kritickém díle Dialektika osvícení (1944) použili němečtí filozofové Kritické teorie z Frankfurtské školy. Theodor Adorno a Max Horkheimer. V té době byl jeho smysl poněkud vzdálen dnešnímu významu.

Dialektika osvícenství http://de.wikipedia.org/wiki/Dialektik_der_Aufkl%C3%A4rung



Morin, Huet a Miege

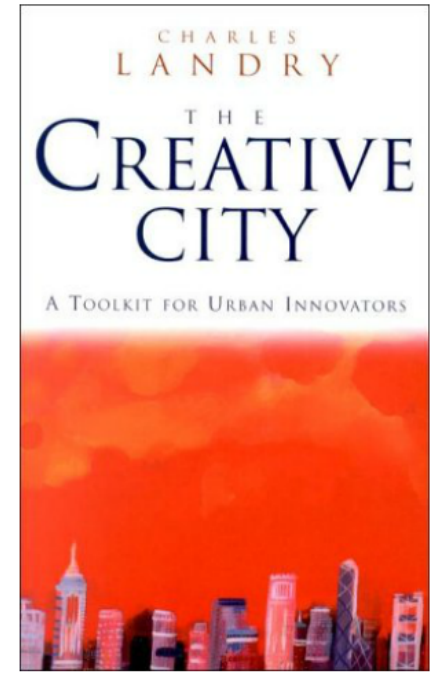
60. léta



**The Creative City:
A Toolkit for Urban
Innovators Routledge**

Charles Landry

1995



The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators Routledge

SMART
MONKEY
TV



You Tube



The Creative Economy

John Howkins

2001



The Creative Economy

- **Patentové průmysly** – průmyslová odvětví produkující či nakládající s patenty, – například farmaceutický průmysl, informační a komunikační technologie, průmyslový design, chemický průmysl, vesmírný a automobilový průmysl a další. Převládající aktivitou je výzkum a vývoj, zajišťován jak komerčními tak vědeckými pracovišti
- **Průmysly ochranných známek a designové průmysly** – jedná o odvětví s velice širokým záběrem, díky čemuž se obtížně rozlišují od autorskoprávních a patentových průmyslů.

kreativní průmysly

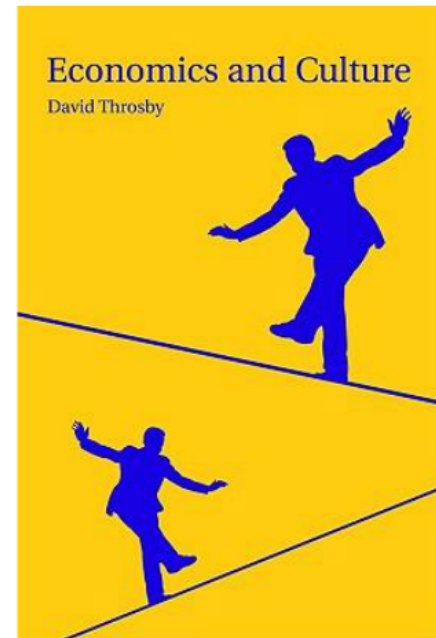
- autorskoprávní průmysly
- patentové průmysly
- průmysly ochranných zámekek
- designové průmysly



Economics and Culture

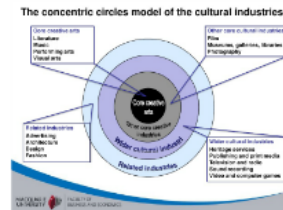
Ch. D. Throsby

2001



Economics and Culture

- **Core creative arts** – literatura, hudba, jevištní umění a výstavní umění
- **Other core cultural industries** – film, muzika a výtvarný umění
- **Wider cultural industries** – památková péče, nakladatelský průmysl, počítačové zvukových záznamů, televizní, rozhlas, videohry a počítačové hry.
- **Related industries** – reklamní průmysl, architektura, design a módní průmysl

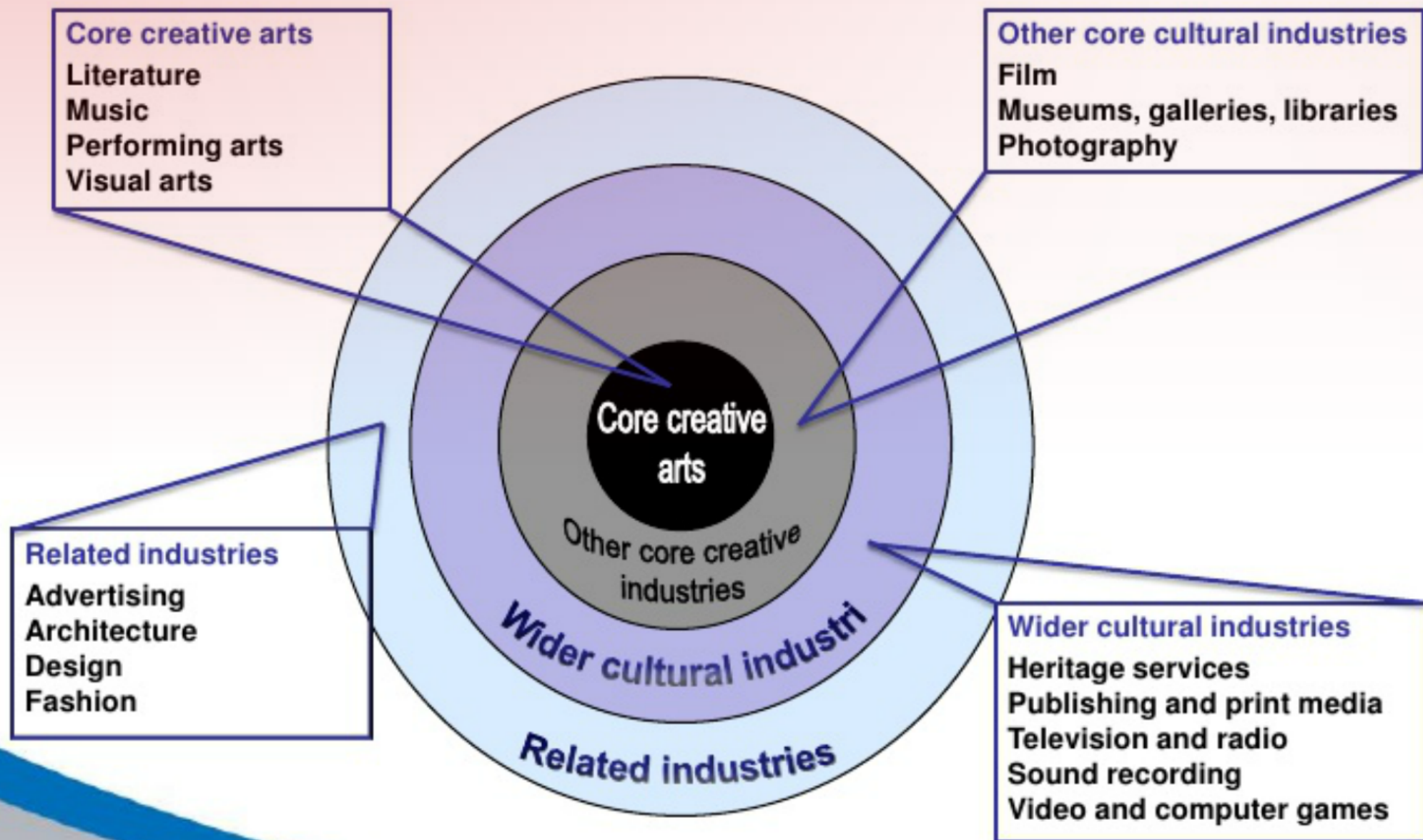


kreativní průmysly (kruhy)

- **jádro - core creative arts**
- **ústřední kulturní průmysly (other core cultural industries)**
- **širší kulturní průmysly (wider cultural industries)**
- **příbuzná odvětví (related industries)**



The concentric circles model of the cultural industries

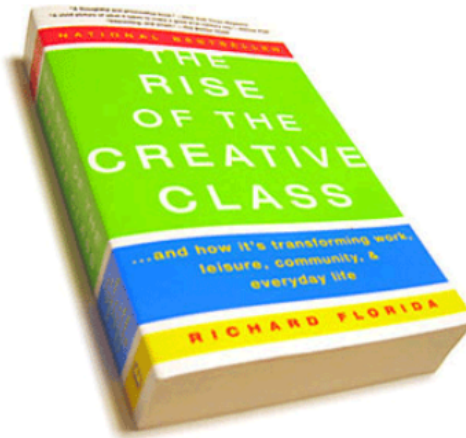
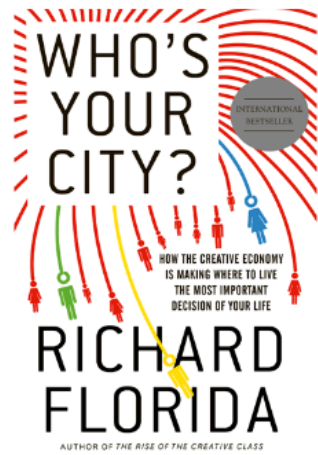




The Rise of the Creative Class

Richard Florida

2002



The Rise of the Creative Class

- **super kreativní jádro**, jež zahrnuje vědce, inženýry, univerzitní profesory, básníky, spisovatele, umělce, návrháře, architekty a další profese, jejichž cílem je vytvořit nové formy nebo návrhy, které jsou snadno přenosné a široce uplatnitelné;
- **kreativní profesionálové**, kteří pracují v průmyslu, jež vyžadujícím intenzivní znalosti, například high-tech sektor, finanční služby, zdravotnictví nebo management; tito lidé uplatňují své znalosti pro kreativní řešení problémů

#McKCities



You Tube

Do roku 2030 bude většina dělnických míst s pouhými opakujícími se úkony nahrazena roboty.

Podle Floridy kreativní třída v USA již činí asi 30 % zaměstnanců, dělníků je asi 26 % a ve službách pracuje asi 43 % lidí.

Richard Florida: Do kreativní třídy řadí vědce, inženýry a doktory ve vývoji a konstrukci, architekty, designéry, pedagogy, umělce všeho druhu, pracovníky v zábavním průmyslu. Další autoři přidávají i top manažery v podnicích, kteří mají na starosti vize a strategie, urbanisty a plánovače rozvoje měst a regionů apod. Tyto profese souhrnně nazývá ústřední kreativní třídou.

Poptávka po nových konceptech, výrobcích a službách zvýší nároky na kreativitu lidí.

*Creative Sector - an Engine for Diversity,
Growth and Jobs in Europe*

Wiesand
Söndermann
2005

kreativní sektor

- **oblast komerční**
- **veřejný sektor**
- **neformální sektor**

Ekonomika kultury
v Evropě (The Economy
of Culture in Europe)
2006

Zelená kniha o využití
potenciálu kulturních a
kreativních průmyslů 2010



Průmysl 4.0 ?

Ekonomika
kultury
2006

Zelená kniha
2010



Evropa
2020

kulturní a kreativní průmysly

Kultura 3.0

2011



Pier Luigi Sacco

KREÁČNÍ PRŮMYSL

1941

Max Horkheimer
Theodor W. Adorno

1944

kulturní průmysl

německý filosofický výčet
(Horkheimer a Adorno) naprosto
důležitou roli v oblasti průmyslu
kultury a průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury

Morin, Huet a Miege

60. léta

kulturní průmysly

The Creative City:
A Toolkit for Urban
Innovators Routledge

Charles Landry

1995

absence vědy a výzkumu

průmysl v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury

kreativní průmysly
- kulturní průmysly
- kreativní průmysly
- kreativní průmysly
- kreativní průmysly

The Creative Economy

John Howkins

2001

kreativní průmysly

průmysl v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury
v oblasti průmyslu kultury

kreativní průmysly (kreativní)
- kulturní průmysly (other core
cultural industries)
- kulturní průmysly (other cultural
industries)
- kulturní průmysly (other cultural
industries)

Economics and Culture

Ch. D. Throsby

2001

The Rise of the Creative Class

Richard Florida

2002

kreativní průmysly

kreativní sektor
- obecní sektor
- veřejný sektor
- neformální sektor

Wiesand
Söndermann

2005

kreativní průmysly

Ekonomika kultury
v Evropě (The Economy
of Culture in Europe)

2006

Ekonomika
kultury

2006

kulturní a kreativní průmysly

Zelená kniha o využití
potenciálu kulturních a
kreativních průmyslů 2010

Zelená kniha

2010

kulturní a kreativní průmysly



Průmysl 4.0 ?

Evropa

2020

kulturní a kreativní průmysly



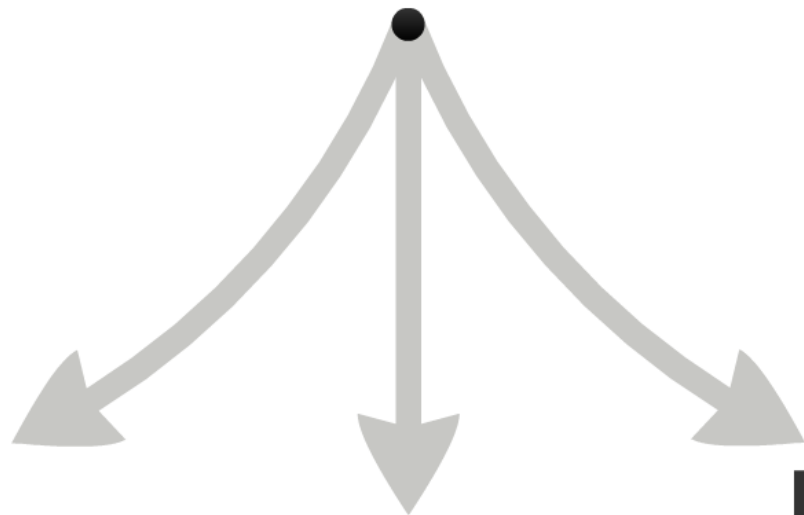
YouTube

2. Historický vývoj od 20. století

**3. Obsahové vymezení – kkp,
ekonomie, třída/milieu, klastry**

4. Kreativní města, atributy, hodnoc

Kulturní kreativní průmysly



Kulturní sektor

- *Kulturní dědictví*
- *Scénická umění*
- *Výtvarné umění*
- *Knihovny a archivy*
- *Řemesla*
- *Kulturní a umělecké vzdělávání*

Kulturní průmysly

- *Hudba*
- *Knihy a tisk*
- *Rozhlas*
- *Televize*
- *Film a video*
- *Videohry a hry*

Kreativní průmysly

- *Architektura*
- *Design*
- *Reklama*
- *Móda*
- *Software*
- *Gastronomie*

Kreativní třída

- společenská třída
- mají za úkol přinášet nové nápady na zvyšování přidané hodnoty ve všech oblastech
- Florida zde řadí **vědce, inženýry a doktory ve vývoji a konstrukci, architekty, designéry, pedagogy, umělce všeho druhu, pracovníky v zábavním průmyslu**
- Další autoři přidávají i **top manažery v podnicích, kteří mají na starosti vize a strategie, urbanisty a plánovače rozvoje měst a regionů** apod.
- Kreativní třída vyznává individualitu, sebevyjádření, otevřenost, respekt vůči odlišnostem, toleranci k jinakosti a odmítá dogmata a paradigmata.
- určuje společenské normy dnešní doby (oproti tzv. manažerské třídě 50.-80.let)
- nepracuje v tradičním hierarchickém uspořádání

Kreativní ekonomika

- koncept na rozhraní mezi kreativitou, kulturou, ekonomikou, technologiemi a společností

jedno pracovní místo v kultuře vytváří až 2,8 pracovních míst v navazujících odvětvích
/ studie Johna Myerscougha Ekonomický význam umění v Británii (The Economic Importance of the Arts in Britain) z roku 1988

Kreativní klastry

- vychází z průmyslových klastrů
- klastr je geograficky blízké seskupení vzájemně provázaných firem, specializovaných dodavatelů, poskytovatelů služeb a souvisejících institucí v konkrétním oboru i firem v příbuzných oborech, které spolu soutěží, ale také spolupracují, mají společné znaky a také se doplňují
- př. Silicon Valley v oblasti IT
- více ke klastrové politice: **Národní klastrová asociace** <http://nca.cz/upload/prumyslove-klastry-bruskova.pdf>

Kreativní klastry

- vychází z průmyslových klastrů
- klastr je geograficky blízké seskupení vzájemně provázaných firem, specializovaných dodavatelů, poskytovatelů služeb a souvisejících institucí v konkrétním oboru i firem v příbuzných oborech, které spolu soutěží, ale také spolupracují, mají společné znaky a také se doplňují
- př. Silicon Valley v oblasti IT
- více ke klastrové politice: **Národní klastrová asociace** <http://nca.cz/upload/prumyslove-klastry-bruskova.pdf>

př. kreativního klastru: Cluster 2020 - Anglie, Francie, Německo

<http://www.eciaplatform.eu/project/cluster2020/>

př. kreativního klastru: Kreativní Zlín
www.kreativnizlin.cz





Kreativní Zlín je nezávislá pracovní skupina tvořená zástupci veřejného, soukromého, neziskového a vzdělávacího sektoru z kreativních a návazných odvětví ve zlínské aglomeraci.

Pracovní skupina vznikla v září 2014 z podnětu Statutárního města Zlína v návaznosti na doporučení vyplývající z projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice vedeného příspěvkovou organizací Ministerstva kultury České republiky – Institutem umění-Divadelním ústavem.

Mapování ve Zlínském kraji provedla expertka Lia Ghilardi z britské společnosti Noema Research za podpory Krajské hospodářské komory Zlínského kraje a Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Zlín se tak společně s Brnem a Ostravou zařadil mezi ta města České republiky, kde bylo mapování kreativních průmyslů provedeno jako v jednom z prvních.

**3. Obsahové vymezení – kkp,
ekonomie, třída/milieu, klastry**

4. Kreativní města, atributy, hodnocení

21. století = s

5. Kreativní průmysly ve světě

21. století = století měst

Komunitní plánování, Future
City Game

Rozvoj a revitalizace měst

Ekonomika, zaměstnanost

Sdílené pracovní
prostory
coworkingy, huby

Inovace

Kreativní město

Image

Talent a kreativita

Brownfields

Kultura a umění

Veřejné prostory

Identita

...

Cities provide a concentration of people hungry for entertainment in many forms, and with diverse appetites. They provide a market for culture and allow cultural diversity to flourish – an effect increasingly displayed in China. Rising urbanization and demand for entertainment have prompted large investments in construction and real estate in the country. Chinese conglomerate Dalian Wanda Group, now the world's largest cinema operator, is investing US\$1b to set up its Han Show Theatre in Wuhan (population 10.2m). Dalian Wanda Group is also investing in the nearby Wanda Movie Park, a giant indoor theme park, using European and Chinese talent to help develop the shows and attractions.

Urbanization is accompanied by changing employment patterns and the acquisition of new skills: African urbanization is part of a shift from agriculture to manufacturing and services. In Latin America, governments are awakening to the opportunities offered by, and the needs of, their developing creative industries. A vocational school for performing arts was recently established in La Plata, Argentina, to equip unemployed youngsters and adults for jobs in this growing arena.

A new creative class emerges with the growth of global cities

Urbanization, coupled with the development of cultural activities, is also fueling the emergence of a new economic class in both developed and emerging countries – the “creative

class.” This class, according to Richard Florida, urban studies theorist, includes “super-creative” scientists, artists, engineers, designers and novelists, as well as “creative professionals” who work in a wide range of knowledge-based occupations. The creative class is the incarnation of the triptych “Technology, Talent and Tolerance,” defined by Florida, and is a key motor of growth, innovation and attractiveness in urban areas. The combination of cheap inner city property and strong endorsement of creative freedom helped revive Berlin, which now draws artists and cultural entrepreneurs from around the world.

Global talent in global cities (2014) Top 10 city ranking

1	New York
2	London
3	Paris
4	San Francisco
5	Singapore
6	Sydney
7	Los Angeles
8	Berlin
9	Tokyo
10	Barcelona

Source: *Global talent in global cities*, EY, 2015

According to the EY *Global Talent in Global Cities 2015* study, the city ranking for creative class attraction is:

- New York – enjoys a unique cultural scene, embedded in a cosmopolitan and forward-thinking urban environment, generally considered beneficial to creative activities
- London – ahead of Paris owing to its international openness (33% of its population was born abroad, compared with just 12% in Paris)
- Paris – ranks third due to its cultural heritage and technology assets, but is penalized by a weaker entrepreneurial environment

Cultural projects are drivers of urban regeneration

World-class cultural infrastructure is a catalyst of urban development: building a museum often offers opportunities to engage in large urban development projects and to develop a new “city brand” around cultural and creative industries. Such flagship projects boost a city's attractiveness for tourists, talent and highly skilled workers.

Bilbao, in Spain's Basque Country, is now an icon of culture-led urban regeneration, with the Guggenheim Museum. In a region blighted by high unemployment in the 1990s (around 25%), the US\$700m revitalization plan enhanced the city's attractiveness, underpinned 4,400 existing jobs in the city, and created more than 1,000 full-time jobs. Tourist visits have since multiplied eight-fold.

"This means a city needs to embed a culture of creativity in the way it operates and to infuse how all of its organizations operate. Initially there was a focus on the contribution of the arts and the creative industries in driving innovation in cities and helping to make them distinctive."

Charles Landry

- How programmes in education and learning, and professional development across the lifecycle help create the conditions for creativity.
- Obstacles to generating creativity and innovation. Can the creativity agenda co-exist with a culture of risk aversion? The impact of the growing litigation culture, exacting safety standards and other sociological factors.
- How the physical context supports the development of a strong urban culture to encourage creatives to stay or be attracted to the region.

Lia Ghilardi

Každé město má i svou vlastní „kulturní DNA“. Existuje tedy nějaký jedinečný soubor vlastností, které město musí získat, aby mohlo dosáhnout statutu „kreativního města“? Jsou takové vlastnosti shodné pro všechna města? A jak dosaženou míru kreativity a s ní související tvůrčí energii udržet dlouhodobě? Existují „přirozeně kreativní“ města, která mohou spouštět svůj kreativní potenciál kdykoli, a města ostatní, která budou vždy jen nesměle usilovat o to, aby posílila své tvůrčí a konkurenční schopnosti?

Creative Cities Network UNESCO

The screenshot displays the UNESCO Creative Cities Network website. At the top, there is a navigation bar with the UNESCO logo and various menu items: Education, Natural Sciences, Social and Human Sciences, Culture, Communication and Information, and Media Services. Below this is a secondary navigation bar with links for About us, Themes, Worldwide, Communities, Events, and Resources. The main header features the UNESCO logo and the text 'Creative Cities Network'. The main content area is titled 'CREATIVE CITIES NETWORK ANNUAL MEETING' and '2015 Annual Meeting of the Creative Cities Network'. It announces the IX Annual Meeting of the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) in Kanazawa, Japan, from May 25 to 28, 2015. The text describes the meeting's purpose: to review initiatives, reflect on development objectives, address selection criteria, and define work areas for the coming year. It also lists previous annual meetings in Paris (2008), Santa Fe (2008), Lyon (2009), Shenzhen (2010), Seoul (2011), Montréal (2012), Bologna (2013), and Chengdu (2014). A 'Links' section provides a provisional programme and a website link: <http://creativekanazawa.jp/>. A blue banner at the bottom of the main content area reads 'CALL FOR APPLICATIONS 2015' and states 'The Call for Applications for Creative Cities designations 2015 will be announced soon on this website.' The right sidebar contains 'RESOURCES' with links to 'The Creative Cities Network', 'Evaluation and Studies', 'Interviews and Articles', and 'Contact us'. It also lists 'Thematic Networks' such as Literature, Film, Music, Crafts and Folk Art, Design, Media Arts, and Gastronomy. Below this is a 'Facebook Photo Gallery' and a 'VIDEO FROM UCCN ANNUAL MEETING CHENGDU' section, which includes a video player and text about the IX UCCN Annual Meeting in Chengdu, China, held from September 27 to 29.

<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>

"Culture turn"

Kulturní obrat

VB

Londýn, Manchester, Newcastle, Liverpool či
Birmingham

Německo

Berlín, RUHR - Porúří

ČR

Ostrava, Plzeň, Brno, Zlín

4. Kreativní města, atributy, hodnocení

5. Kreativní průmysly ve světě



**Kanada
USA**

**Richard Florida
Silicon Valley**

EU

ASIE

**ENABLING
CROSS
OVERS**

Hong Kong
Prof. Chung-Hong and Jack (2004) Stern University
from Hong Kong designed the system of measuring
of creativity – Outcomes of **Creativity Index, DCI**

Shanghai – City of Design
<http://www.shanghai.gov.cn/>

**Latin America
The Orange
Economy, 2013**

18th World Economic
Forum
Davos, 2013

Australia

Charles David Throsby

Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia, 2011.
<http://www.creativeindustries.gov.au/>
Policy and Practice, Digital Industry Australia
<http://dita.gov.au/dita/>

Creative Industries Innovation Centre, Sydney, 2011
<http://www.creativeindustries.gov.au/>


Creative Industries Australia is a business forum
of the Australia Business Arts Foundation (ABAF)
BAAF is supported by the Australian Government
through the Ministry of the Arts

<http://www.worldcreative.org/>

EU

Evropská komise 
Strategie Evropy 2020

Ekonomika kultury v Evropě (The Economy of Culture in Europe) 2006

Zelená kniha o využití potenciálu kulturních a kreativních průmyslů 2010 

ECIA - European Creative Industries Alliance 

Creative City UNESCO

John Howkins

Charles Landry

Evropská komise http://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/index_en.htm

Strategie Europe 2020

Ekonomika kultury v Evropě (The Economy of Culture in Europe) 2006

Zelená kniha o využití potenciálu kulturních a kreativních průmyslů 2010 <http://www.culturenet.cz/aktuality/diskuse-o-vyuziti-potencialu-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-na-evropske-urovni/n:7819/>

ECIA - European Creative Industries Alliance <http://www.eciaplatform.eu/>

Creative City UNESCO

John Howkins

Charles Landry

Kanada USA

<http://www.nesta.org.uk/publications/creative-economy-employment-us-canada-and-uk>

Richard Florida
Sillicon Valley

ASIE



ENABLING CROSS OVERS

Good Practices in the Creative Industries



http://asef.org/images/stories/publications/ebooks/ASEF_Publication_EnablingCrossovers.pdf

<http://www.forum-avignon.org/en/infographic-cultural-and-creative-industries-asia-pacific>

Hong Kong

Hui, Chung-Hung and Mok (2004) from University of Hong Kong designed the system of measuring of creativity - **Outcomes of Creativity Index, OCI**

Shanghai - City of Design

<http://www.creativecity.sh.cn/en/>



Australia

Charles David Throsby

Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia, 2011

<http://arts.gov.au/sites/default/files/creative-industries/sdip/strategic-digital-industry-plan.pdf>

<http://arts.gov.au/creative>

Creative Industries Innovation Centre, Sydney, 2009

<http://www.creativeplusbusiness.com>

<http://arts.gov.au/sites/default/files/creative-industries/sdip/strategic-digital-industry-plan.pdf>

Creative Partnerships Australia is a business name of the Australia Business Arts Foundation (AbaF).

CPA is supported by the Australian Government

through the Ministry for the Arts. <https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/about-us/>

Latin America

The Orange Economy, 2013

[http://publications.iadb.org/handle/11319/3659?
locale-attribute=en](http://publications.iadb.org/handle/11319/3659?locale-attribute=en)

"Orange is the happiest color." Frank Sinatra



**Kanada
USA**

**Richard Florida
Silicon Valley**

EU

ASIE

**ENABLING
CROSS
OVERS**

Hong Kong
Prof. Chung-Hung and Jack (2004) Stern University
from Hong Kong designed the system of measuring
of creativity – Outcomes of **Creativity Index, DCI**

Shanghai – City of Design
<http://www.shanghai.gov.cn>

**Latin America
The Orange
Economy, 2013**

18th World Economic
Forum
Davos, 2013

Australia

Charles David Throsby

Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia, 2011.
<http://www.creativeindustries.gov.au>
Policy and Practice, Digital Industry Australia
<http://dita.gov.au/dita>

Creative Industries Innovation Centre, Sydney, 2011
<http://www.creativeindustries.gov.au>

Creative Industries Australia is a business forum
of the Australia Business Arts Foundation (ABAF)
BAAF is supported by the Australian Government
through the Ministry of the Arts

<http://www.worldcreative.org/>



<http://www.worldcreative.org/>

- ▶ A preview, providing a forward-looking analysis of the main challenges to develop CCI, according to local technical evolutions, innovation and economic outlook of each global region.



I. Co to jsou kreativní průmysly

1. Úvod do kreativních průmyslů

2. Historický vývoj od 20. století

3. Obsahové vymezení – kkp,
ekonomie, třída/milieu, klastry

4. Kreativní města, atributy, hodnocení

5. Kreativní průmysly ve světě