



**vize2020**

# **Kultura, kreativita, ekonomie**

Mgr. Mario Kubaš

ekonomie  
kultura  
kreativita

## Paradigmatický zlom

- Industriální společnost → Znalostní společnost →  
→ Kreativní společnost
- Kapitál není hmota, ale prostor
- Nemateriální hodnoty ovlivňují materiální hodnoty



ekonomie  
kultura  
kreativita

## Ekonomický výkon kultury v EU v roce 2003: **OBRAT**

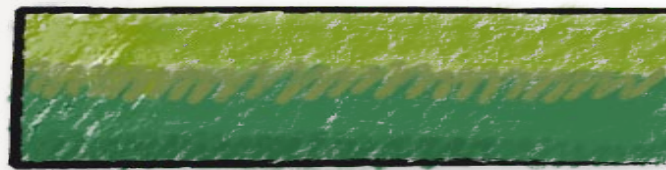
miliard €

654



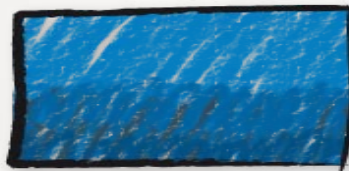
kultura

541

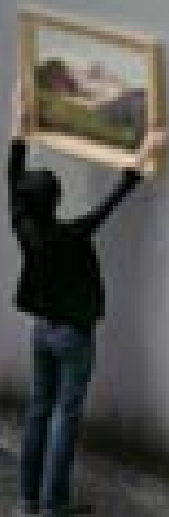


IT průmysl

271



automobilový průmysl



ekonomie  
kultura  
kreativita

## Ekonomický výkon kultury v EU v roce 2003: HDP

2,6% EU

2,3% ČR



kultura

2,1% EU

1,4% ČR



nemovitosti

1,9% EU

2,8% ČR



potravinový  
a tabákový  
průmysl

2,3% EU

1,3% ČR



chemický  
průmysl



ekonomie  
kultura  
kreativita

## Vymezení **kulturního** sektoru

### Oblasti

### Odvětví

Oblast tradičního umění

Výtvarná umění  
Scénická umění  
Kulturní dědictví

Oblast kulturních průmyslů

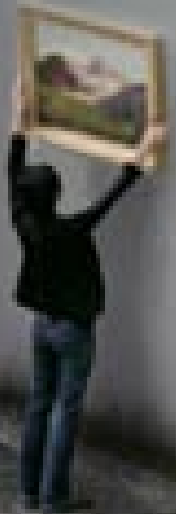
Film a video  
Televize a rozhlas  
Videohry  
Hudba  
Knihy a tisk

Oblast kreativních průmyslů

Design  
Architektura  
Reklamní průmysl

Oblast příbuzných odvětví

Výrobci PC,  
MP3 přehrávačů atd.



ekonomie  
kultura  
kreativita

## Vymezení kulturního sektoru z hlediska funkce

### Oblast čisté kreativity

- výstupy s maximální koncentrací expresivní hodnoty

### Oblast kulturních průmyslů

- masová reprodukce a komerční vytěžování expresivní hodnoty

### Oblast kreativních průmyslů

- kombinace expresivní a funkční hodnoty

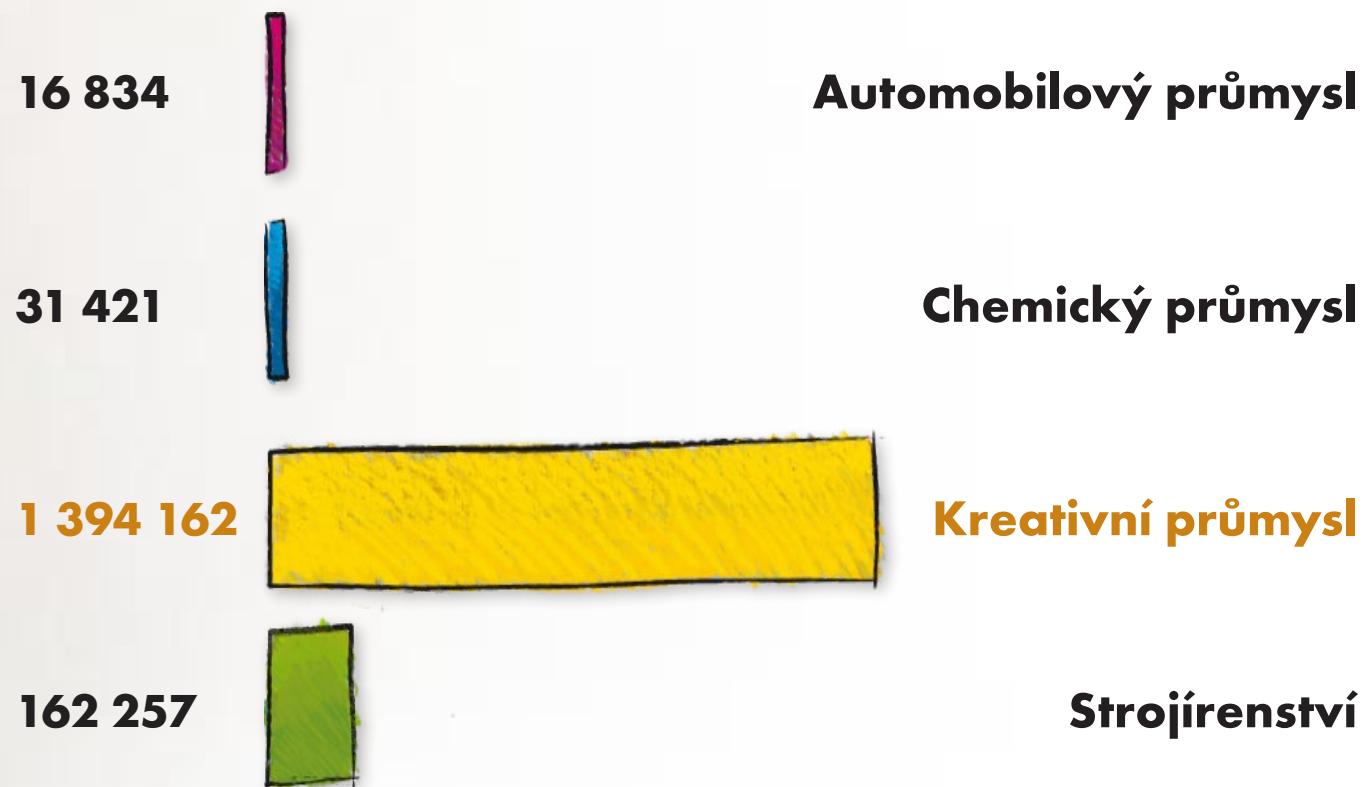
### Oblast širší ekonomiky nad rámec kreativních průmyslů

- výrobní sektor a sektor služeb vytěžující výstupy s expresivní hodnotou vytvořené kreativními průmysly



ekonomie  
kultura  
kreativita

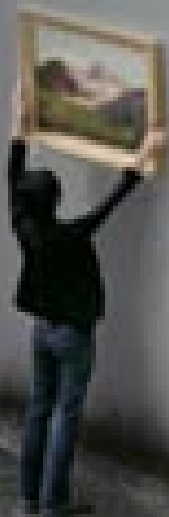
## Kreativní průmysl: množství firem v EU v roce 2002



ekonomie  
kultura  
kreativita

## Kulturní participace v letech 1981–1999

<b>USA</b>	11,52%	→	17,17%
<b>Nizozemí</b>	12%	→	45,21%
<b>Francie</b>	5,5%	→	8,15%



ekonomie  
kultura  
kreativita

***„Jestliže se nezajímáte o kulturu kvůli vašemu zaměření,  
musíte se o ni zajímat přinejmenším kvůli oportunistu  
nebo strategii.“***

Nicolas Bourriaud

ředitel Palais de Tokyo, Muzeum moderního umění v Paříži

