



Kreativní průmysly: Cesta ze země montoven a překladišť

Martin Cikánek

V *Disku* 32 byla v červnu minulého roku publikována stať Júlia Gajdoše nazvaná „Kreativní průmysly: Rozvoj kultury, nebo nová tržní totalita?“. Autor se v textu zabývá novou a dynamicky se rozvíjející oblastí ekonomiky – tzv. kreativními průmysly. Podstata a důvod, proč se kreativním průmyslům dostalo pozornosti ze strany ekonomů a tvůrců (nejen) kulturních politik v mnoha vyspělých ekonomikách světa, spočívá mimo jiné v bohatství, které kreativní průmysly vytvářejí, či ve významu jejich příspěvku k růstu obecného blahobytu. Toho kreativní průmysly dosahují prostřednictvím využívání výsledků individuální lidské kreativity, jejichž hodnota se odráží především v hodnotě duševního vlastnictví, které se s těmito výsledky přímo či nepřímo pojí. Ani bohatství a ani obecný blahobyt však v tomto kontextu nutně neznamenají rychlý a své okolí nemilosrdně drancující zisk, jak autor ve svém článku několikrát naznačuje. Nutně neznamenají ani zisk čpící oním romantickým zápachem nečistého či přímo ďábelského, jak u nás bývá v posledních dvaceti letech podsouváno všemu, co chce výsostný svět posvátného umění spojit s něčím tak přízemním, jako jsou peníze. A nutně nejde ani o zisk, který si jako ultimátní cíl podřizuje vše včetně kreativních

1 Článek vznikl jako součást výzkumného projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice (NAKI DF11P010VV31). MgA. Martin Cikánek, M. A. je vedoucím tohoto výzkumného projektu.

pochodů v myslích a srdcích tvůrců, ať profesionálních, či spontánních amatérů reprezentujících nezávislou občanskou společnost. Zisk, který prostřednictvím honby za sebou samým odduchovňuje umění. Osobně jsem přesvědčen, že je tomu přesně naopak, a v následujícím textu se pokusím naznačit, co mě k takovému přesvědčení vede.

Byť příspěvek Júlia Gajdoše považuji za mimořádně kvalitní, velmi inspirativní, velmi fundovaný, a jako člověk, který se kreativními průmysly dlouhodobě zabývá, jsem za jeho kritické názory nesmírně vděčný, rád bych zde oponoval některým interpretacím či explikacím kreativních průmyslů, které Gajdoš prezentuje, neboť je považuji tu za nepřesné, tu za neúplné a v ojedinělých případech i za chybné. Ve svém článku reflektuje Július Gajdoš také výzkum kulturních a kreativních průmyslů, který v České republice v době publikování probíhal. Tento výzkum za uplynulý rok významně pokročil. Institut umění – Divadelní ústav (IDU) zahájil v březnu tohoto roku pětiletý výzkumný projekt s názvem *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v České republice* (dále mapovací projekt), který přímo navazuje na letos končící výzkumný projekt *Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, respektive kreativních průmyslů v ČR*, na nějž Gajdoš ve svém článku důkladně odkazuje. Je tedy namístě stručně referovat také o aktuálním stavu tohoto výzkumu u nás. V žádném případě však nemám ambici zde podat úplnou

a zcela vyčerpávající informaci či představit nový mapovací projekt v celé šíři jeho záběru. Věřím, že následující text rovněž naznačí, proč by „postoj umělců a kulturních pracovníků [rozumí se vůči kreativním průmyslům] měl být vstřícný a připravenost [na dialog se správci veřejných rozpočtů, kteří díky kreativním průmyslům prozřeli] nutná,“ jak ve své stati píše Július Gajdoš (2010: 9). Nejdříve se však krátce zaměřím na českou terminologii užívanou v souvislosti s kreativními průmysly.

Terminologická úskalí

Jak ve svém článku Július Gajdoš správně zmiňuje, kreativní průmysly jsou konceptem, který vznikl v anglosaském jazykovém prostředí. „Co unese angličtina coby 'lingua franca', nemusí nutně přijmout čeština“ (Gajdoš 2010: 9), a tak při přenosu do prostředí českého tento koncept zákonitě naráží na nejrůznější terminologická úskalí. Už jen samotné označení kreativní průmysly se může jevit jako nanejvýš problematičtější. Nebylo by vhodnější používat „tvůrčí“ místo „kreativní“ či „odvětví“ místo „průmysly“? Tyto a mnohé další otázky týkající se terminologie byly kladeny a zevrubně diskutovány už v roce 2008 nad rukopisem mé monografie o kreativních průmyslech (Cikánek 2009). Tehdy jsem se rozhodl pro kalkový překlad a stále jej považuji za nejvhodnější. Nejen Gajdošova polemika, nýbrž i nejrůznější vyjádření v tisku (naposledy například Šmídová 2011) či diskuse na konferencích věnovaných kreativním průmyslům a kreativní ekonomice (naposledy například British Council 2011 nebo Kulturní most 2011) jasně indikují, že tento kalk ne každého plně uspokojuje. Záměrně teď nebudu pokračovat výčtem argumentů, proč jsem stále přesvědčený, že je termín kreativní průmysly nejvhodnější, a ani výčtem slovanských zemí, které tento kalkový překlad po větších či menších peripetiích přijaly. Stejně tak nebudu uvádět ani argumenty kolegů, kteří mají za to, že by se měla používat jiná forma překladu. V rámci

mapovacího projektu jsme zadali vypracování lingvistické studie o české terminologii související s kreativními průmysly a myslím si, že bude lepší ponechat tuto diskusi až na dobu po publikování této studie či dalších textů, které budou ze studie vycházet. Ještě před publikací lingvistické studie plánujeme rovněž v rámci mapovacího projektu uspořádat debatu s odbornou veřejností, od níž očekáváme, že také významně napomůže k odstranění terminologických nejasností okolo kreativních průmyslů.

Dosavadní práce na lingvistické studii i dosavadní interní debaty řešitelského týmu mapovacího projektu na toto téma však jasně ukazují, že terminologie je v tomto momentě spíše druhotná a že mnohem zásadnější problém, ze kterého vyvěrají i terminologická úskalí, spočívá spíše v neexistenci obecného konsensu o tom, co to kreativní průmysly vlastně jsou. I má monografie o kreativních průmyslech (Cikánek 2009) byla původně napsána jen jako referenční text pro potřeby řešitelského týmu projektu *Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, respektive kreativních průmyslů v ČR*. Otevřeně zde musím říci, že když jsem se v roce 2007 po návratu ze zahraničních studií a stáží začal zúčastňovat řešitelských schůzek k výše zmíněnému projektu, byl jsem nemile překvapen, jak každý z řešitelů měl vlastní představu o tom, co jsou to kreativní nebo kulturní průmysly, jak málo měly tyto jednotlivé představy společného a jak zacyklená tehdy práce na projektu z tohoto důvodu byla. Tento nedostatek jsme odstranili důkladnou debatou, během níž jsme si vymezení užívaných pojmů vyjasnili a posléze si tyto pojmy také osvojili. Nyní je třeba to samé zopakovat v rámci celé odborné veřejnosti. I Július Gajdoš nazírá kreativní průmysly silně adornoovskou optikou, což – jak se pokusím vysvětlit dále – není úplně namístě a pramení nejspíše z nepřesného pochopení tohoto konceptu. Největší zmatek však do této problematiky vnáší její autoři, kteří kreativní průmysly, kreativní ekonomiku, kreativní města, kreativní klastry, kreativní třídu a další

používají jen jako tzv. *buzzwords*, kterými chtějí učinit své texty atraktivnější, aniž by ze zahraniční odborné literatury znali přesné významy těchto slovních spojení či měli opravdu nastudované prameny, jež citují. Jako příklad takové formulační nešikovnosti můžeme uvést i Michaelu Hečkovou (2011), aniž bychom tím však chtěli zpochybnit význam její publikační činnosti s tématem související. Podstatné a klíčové je tedy především dospět ke shodě a porozumění ohledně obsahu diskutovaných termínů a konceptů, ke kterým odkazují. Diskuse o formě termínů, o tom, zda singulár, nebo plurál, zda kalk, nebo raději český opis apod., je pak spíše doprovodným procesem k této diskusi o konceptech než stěžejním problémem.

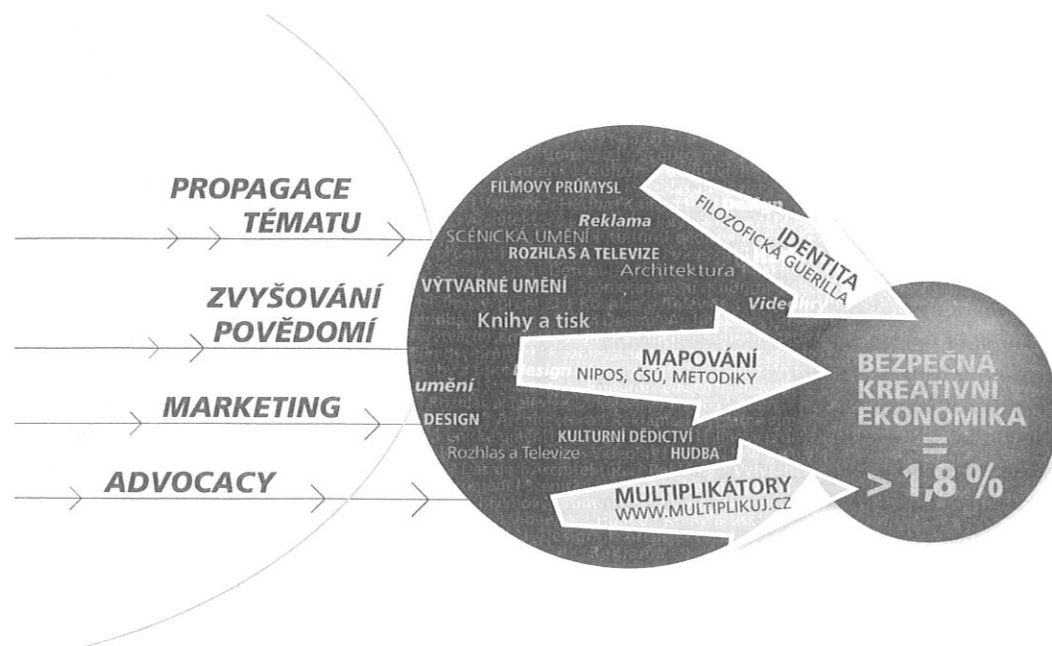
S obsahem diskutovaných termínů souvisí otázka definic. Byť jsem ve své monografii o kreativních průmyslech věnoval celou jednu kapitolu definicím kreativních průmyslů, a to jak akademickým, tak těm používaným v politické praxi národních vlád i nadnárodních entit, záměrně v tomto textu žádnou z definic kreativních průmyslů neuvádím. V rámci mapovacího projektu a ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS), Českým statistickým úřadem (ČSÚ), Vysokou školou ekonomickou v Praze a dalšími institucemi a organizacemi totiž plánujeme do konce tohoto roku přijít s návrhem definice kreativních průmyslů, která by se měla stát oficiální pro Českou republiku. Před zveřejněním tohoto návrhu bude opět uspořádána minimálně jedna debata s odbornou veřejností. Věříme, že o návrhu definice bude diskutováno i v tisku včetně odborného a že se nám podaří nalézt formulaci, na které se odborná veřejnost i veřejná správa shodne v co největší míře.

Július Gajdoš se ve svém článku zabývá i definicí kreativity samotné a na humorném příkladu pozorujících a napodobujících opic demonstruje paradoxy, které se s pokusy definovat kreativitu pojí. Za mapovací projekt musím uvést, že aktuálně necítíme potřebu definovat samotnou kreativitu. Definice,

které v češtině existují a mají původ především v oboru psychologie (např. Nakonečný 2003), nám přijdou jako dostačující. Pokud se však výzkumem kreativity v současnosti v ČR někdo zabývá – a potřebu takového výzkumu Gajdoš ve svém článku naznačuje –, budeme rádi o tomto výzkumu informováni, a bude-li to účelné, rádi navážeme i nějakou užší formu spolupráce. Naopak potřebu definovat či spíše redefinovat inovace v ČR cítíme velmi silně. Technologické a netechnologické inovace by měly být celospolečensky vnímány jako sobě rovné. Inovace ve službách, v marketingu, ve vzdělávání, ale také například nové postupy v umělecké tvorbě či nové objevy v humanitních vědách by se měly dostat do centra pozornosti veřejné správy a aktuálně zejména tvůrců nových programů pro strukturální fondy stejnou měrou, jako například inovace v komunikačních technologiích, farmaceutickém průmyslu atp. Kreativní průmysly a tlak EU na prosazování této agendy může hrát v redefinici inovací u nás významnou roli a ve svém důsledku může znamenat více – a nikoliv méně, jak ve svém článku naznačuje Július Gajdoš – finančních prostředků i pro oblast kultury, přičemž už s největší pravděpodobností nepůjde jen o finanční prostředky určené k rekonstrukci či konzervaci nemovitých památek, jak tomu bylo doposud.

Výzkum kreativních průmyslů v ČR – aktuální stav

Kulturními a kreativními průmysly se v České republice soustavně zabývá pouze Institut umění – Divadelní ústav, a to zejména prostřednictvím dvou výše zmíněných výzkumných projektů, které jsou financovány Ministerstvem kultury České republiky. Nově zahájený projekt *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR* je financován z Programu aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity (NAKI). Jde o projekt pětiletý, který bude probíhat až do roku 2015. Hlavním cílem mapovacího projektu



je především získání kompletních a detailních informací o stavu jednotlivých odvětví kulturních a kreativních průmyslů v České republice včetně informací o působení globálního prostředí na tato odvětví, a to zejména v souvislosti s možnými riziky stírání kulturních specifik české národní identity globální masovou kulturou. Své cíle projekt naplňuje prostřednictvím tří projektových streamů.

1. Stream Mapování se zabývá především metodikou zjišťování ekonomických výkonů kreativních průmyslů v ČR. Těmi jsou například hrubá přidaná hodnota a hrubý domácí produkt kreativních průmyslů v ČR, zaměstnanost generovaná kreativními průmysly v ČR, aktivity vyvíjené firmami z oblasti kreativních průmyslů u nás a export našich kreativních průmyslů do zahraničí. Ve spolupráci s Českým statistickým úřadem a Národním informačním poradenským střediskem pro kulturu (NIPOS) bychom měli v rámci tohoto streamu dosáhnout optimalizace metodiky tzv. satelitního účtu kultura. „Cílem vedení těchto účtů je zejména postihnout všechny finanční toky, které do kultury na jedné straně vcházejí a na straně druhé z kultury vycházejí“ (NIPOS 2010: 14). Jak se předpokládalo, zkušební naplnění tohoto účtu za rok 2009 odhalilo mnohé nedostatky a mnohá úska-

lí, zejména co se dostupnosti potřebných dat týče: „Nutno dodat, že kulturní účet se v současné době nachází v raném stadiu svého vývoje. S ohledem na nemalé problémy s disponibilními údaji (souvisejícími v nemalé míře se strukturou používaných statistických klasifikací neodpovídající členění kultury) a nejasným věcným vymezením kulturního sektoru se předpokládá jeho postupné zdokonalování. Mělo by se to týkat jak otázky zpřesňování výsledků, tak i zahrnutí dalších – zatím nepostižených – stránek ekonomiky kultury, které by měl účet obsahovat (dovoz a vývoz, uplatnění stálých cen atd.)“ (NIPOS a ČSÚ 2011: 11).

K citovanému nejasnému vymezení kulturního sektoru na okraj dodejme, že jednotlivá odvětví tvořící satelitní účet kultura v ČR se velice nápadně překrývají s odvětvími, která jsou v EU obecně považována za odvětví spadající do kreativních průmyslů. Kromě oblasti tradičního umění, kam patří například výtvarné umění, interpretační umění či kulturní dědictví (NIPOS a ČSÚ 2011: 9), jsou v publikovaných výsledcích satelitního účtu kultura v ČR za rok 2009 zahrnuta i data týkající se tzv. kulturních průmyslů (například filmový průmysl, hudební průmysl, televizní

a rozhlasové vysílání a další) i tzv. kreativní průmysly (například reklama, design, architektura), a to vše pod hlavičkou kultura, respektive satelitní účet kultura.

V momentě, kdy dojde k optimalizaci metodiky pro mapování kreativních průmyslů na národní úrovni, budeme v dalších letech projektu pokračovat v rámci streamu Mapování s vývojem metodik pro úroveň nižší, tedy krajské a regionální a případně i městské či místní. Rovněž se předpokládá, že při vytváření metodik pro nižší správní/geografické úrovně bude pracováno i s kvalitativními ukazateli, díky nimž se podaří postihnout komplexní a mnohohrstevnaté vztahy v rámci kulturních a kreativních průmyslů (tzv. kreativní ekologie) a které také napomohou ke kvalitnější interpretaci výsledků kvantitativních šetření. Na národní úrovni by takovým korektivem mohlo být nazírání kreativních průmyslů prizmatem tzv. produkčního/hodnotového řetězce, jak se v zahraniční děje. Zásadním problémem je v tomto případě opět výše zmíněná disponibilita relevantních dat.

2. V rámci streamu Multiplikátory budou vyvinuty nástroje pro sledování a hodnocení multiplikačních ekonomických efektů kulturní a umělecké činnosti a využívání kulturního dědictví u nás. V současné době je k certifikaci připravována metodika pro měření multiplikačních ekonomických efektů u velkých akcí (například festivalů) s významným procentem zahraničních návštěvníků a jasnými vazbami na cestovní ruch a kulturní turistiku. V dalších letech projektu se zaměříme na vývoj nástrojů, pomocí nichž bude možné změřit i ekonomické dopady kulturních institucí lokálního charakteru, které slouží především místním komunitám, a to mimo pozornost zahraničních návštěvníků a kulturních turistů. Počítá se také se zpřístupněním těchto nástrojů on-line na webové adrese www.multiplikuj.cz.

3. Konečně v rámci třetího projektového streamu Identita se budeme zabývat otázkami naší národní identity a jejího významu pro české kreativní průmysly. Dlouhodobá dominance anglosaské produkce v hudebním průmyslu či v kinematografii je nanejvýš varující. Reflexe a rozvíjení kreativních průmyslů na národní či regionální úrovni pak může představovat účinný způsob, jak alespoň částečně eliminovat ne-

gativní jevy spojené s kulturní globalizací. Mapovací projekt v rámci tohoto streamu pracuje s hypotézou, že se české kreativní průmysly snaží v posledních dvaceti letech spíše napodobovat zahraniční vzory než být originální a autentické a přicházejí s původními produkty či službami. Takové chování pak vyúsťuje v celkovou provinčnost českých kreativních průmyslů (i českého umění jakožto jejich součástí), což se pak projevuje citelným nezájmem o české kreativní průmysly na zahraničních trzích (např. Nekolný 2011).² V rámci streamu Identita bychom tuto a další související hypotézy rádi verifikovali a zároveň dali impuls k tomu, aby vznikl intelektuálně hodnotný materiál s potenciálem navést české kreativní průmysly na cestu k větší původnosti, k odvaze víc riskovat a experimentovat a přicházet s originálními produkty a službami – spíše než se snažit napodobovat zahraniční vzory. Hlavní akcí tohoto streamu v tomto roce bude konference o odrazu naší národní identity v českých kreativních průmyslech, která proběhne na začátku prosince na Nové scéně Národního divadla v Praze.

Z dalších projektů či organizací, které se důkladněji či alespoň okrajově zabývají výzkumem kreativních průmyslů u nás či souvisejícími tématy, je třeba jmenovat iniciativu Přeshraniční klastrová iniciativa pro rozvoj kreativního průmyslu, která je financována z Operačního programu přeshraniční spolupráce SR a ČR 2007–2013. Řešitelé tohoto projektu jsou Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, fakulta managementu a ekonomiky, a Trenčianská univerzita Alexandra Dubčeka, fakulta sociálně-ekonomických vztahů. Osobou za touto klastrovou iniciativou je doc. Jitka Kloudová z Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která rovněž poměrně hojně publikuje. Ve svých textech se zaměřuje zejména na kreativní index a kreativní ekonomiku (např. Kloudová a kol. 2010). Na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně působí rovněž Radim Bačuvčík, který se v rámci svého dlouhodobého výzkumného projektu snaží sestavit „detailní popis nákupního chování obyvatel České republiky na trzích různých kulturních produktů“ (Bačuvčík 2010: 6). Vysoká škola

² Nekolný zde upozorňuje na varovné signály, podle nichž za posledních pět let klesl export segmentu divadlo o 20 %.

ekonomická v Praze zahájila v letošním roce výzkumný projekt *Efektivní metodiky podpory malých a středních subjektů sektoru kultury v prostředí národní a evropské ekonomiky* a v rámci svého výzkumu zaměřeného na cestovní ruch se věnuje i kulturní turistice. Významným subjektem na poli teoretické reflexe kreativních průmyslů u nás je rovněž nezisková organizace ProCulture zaměřující se také na pozitivní sociální efekty, které s sebou kreativní průmysly přináší (Smolíková 2011). British Council v Praze sice není výzkumnou organizací, funguje však především jako velký propagátor tématu kreativních průmyslů v České republice a už na tomto poli vykonal mnoho pozitivního. Zároveň je třeba mít na paměti, že Velká Británie si uvědomuje význam kreativních průmyslů a kreativních talentů pro svou budoucí prosperitu a některé aktivity British Council (například cenu pro Mladého podnikatele v kreativních průmyslech) lze považovat mimo jiné za sofistikovaný lov mladých talentů pro britskou ekonomiku. Přednáška Martina Smithe (2011) na květnové konferenci spolupořádané Britskou radou v Praze (British Council 2011) na tuto motivaci také zřetelně odkazovala.

Na závěr tohoto rychlého přehledu stavu výzkumu kreativních průmyslů v ČR ještě stručně zmiňme významnou mezinárodní akci, která se uskutečnila v Praze v březnu roku 2009. Jedná se o ministerskou konferenci Forum pro kreativní Evropu (www.forumprokreativnievropu.cz). Pořádalo ji Ministerstvo kultury České republiky ve spolupráci s Evropskou komisí, a to jako jednu ze stěžejních akcí českého předsednictví Radě EU a zároveň jako hlavní událost Evropského roku kreativity a inovací 2009. Obsahovou náplň konference zajišťoval Institut umění – Divadelní ústav ve spolupráci s ProCulture. V Praze se tehdy sešly největší světové kapacity v oboru kreativních průmyslů a kulturní politiky, které doplnili zástupci členských států EU z akademické, umělecké i veřejné sféry, referující o implementaci programů na podporu a rozvoj kreativních průmyslů ve

svých zemích. Konference byla bezpochyby nejvýznamnějším počinem na poli kulturní politiky u nás v několika posledních letech. Do České republiky přinesla velké množství nejnovějších poznatků ze současného kulturně politického výzkumu a měla potenciál posunout zaostalou českou kulturní politiku blíž k dění ve vyspělém světě. Bohužel zůstává otázkou, jestli se tak opravdu stalo. Konference sice byla významným impulzem například k zahájení iniciativy Kreativní centrum města Brno (Chrastová 2010), avšak její reflexe v akademických kruzích byla minimální. V loňském roce byl v českém a anglickém jazyce publikován konferenční sborník, který obsahuje všechny příspěvky na konferenci přednesené (IDU a MK ČR 2010).

Kreativní průmysly neznamena- jen rychle rostoucí HDP

Jako nejproblematictější spatřuji v článku Júlia Gajdoše nedostatečné rozlišování mezi konceptem kreativních průmyslů a ideovým východiskem kulturní politiky, které akcentuje ekonomické přínosy kultury. Jedná se však o dvě velmi rozdílné věci. V případě ekonomických přínosů kultury jde opravdu o myšlenkový koncept, jehož kořeny sahají do neoliberalismem prodchnuté Anglie poloviny 80. let minulého století. Zásadní práci v tomto směru byla studie Johna Myerscougha *The Economic Importance of Arts in Britain* (1988; česky k této problematice například Raabová 2010). Myerscough tehdy prováděl terénní výzkum v britských kulturních organizacích, který kombinoval se statistickými údaji dostupnými na národní úrovni, a zdokumentoval tak přínos kulturního sektoru k britské ekonomice. Ve své době se jednalo o průlomové dílo, které významně ovlivnilo kulturně politický výzkum i kulturně politickou praxi v celém světě. Z dnešního pohledu se však opravdu jedná o poněkud zplošťující pohled a už dlouhá léta nikdo soudný nezpochybňuje, že umění a kulturu nelze okleštit pouze na její ekonomickou

dimenzi. Další ideová východiska, která ovlivňují kulturní politiku od dob Myerscougha, jsou akcentace pozitivních sociálních dopadů kultury (Matarasso 1998, česky např. Cikánek 2007[a]) či akcentace imanentních hodnot kultury (Holden 2004, česky např. Cikánek 2007[b]). Moderní kulturní politika by dle mého názoru měla pracovat se všemi třemi východisky vyváženě a vždy podle aktuální situace v dané zemi by se z nich měl nakombinovat ten správný mix. Že je hlavní postavou současné české kulturní politiky (MK ČR 2009) kulturní turista, který vyráží mimo své bydliště kulturně konzumovat a přitom multiplikuje, a o nikom jiném se v tomto dokumentu v podstatě nedočteme, není zcela jistě úplně v pořádku.

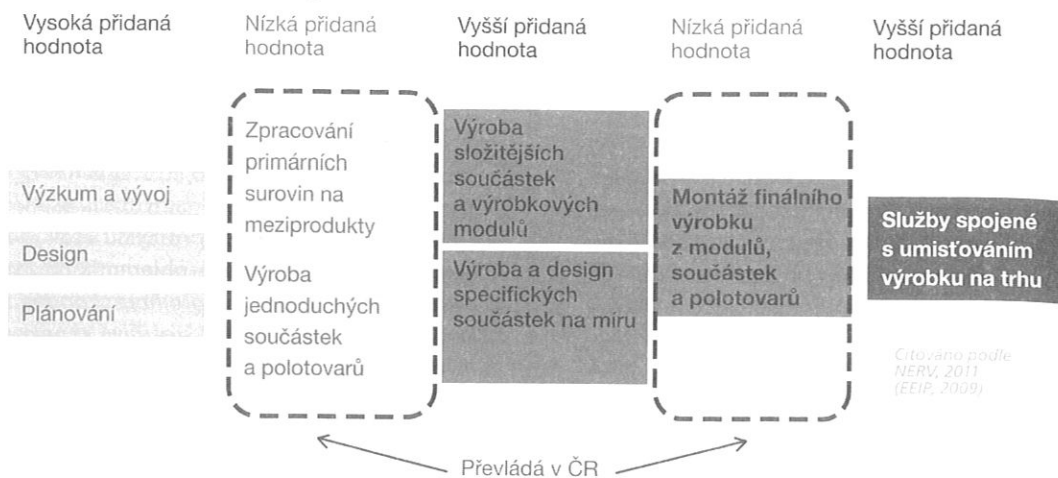
V rámci mapovacího projektu se ekonomickým dopadům kultury na úrovni jednotlivých kulturních organizací či akcí zabývá stream Multiplikátory. Nutno otevřeně přiznat, že jde v kontextu výzkumu kreativních průmyslů o jistý anachronismus. Do mapovacího projektu jsme tento stream zařadili především z důvodů poptávky po nástrojích schopných sledovat a hodnotit multiplikační efekt ze strany samotných kulturních organizací.³ Dalším z důvodů zařazení tohoto streamu do mapovacího projektu byla potřeba dohnat zahraniční kulturně politický výzkum, za kterým máme v tomto směru zhruba dvacetileté zpoždění. Konečně také předpokládáme, že s daty, která budou v rámci streamu Multiplikátory sebrána, půjde pracovat i v rámci streamu Mapování a že v ideálním případě napomohou s řešením obtíží s aktuální dostupností či neexistencí relevantních dat (viz výše). Zároveň velice strážlivě předpokládáme, že vývoj situace s ekonomickými dopady umění a kultury bude u nás v zásadě

³ Například ředitelka Dejvického divadla v Praze Eva Měříčková uvádí, že česká veřejná správa začala argumentům, proč podporovat kulturu, naslouchat teprve v momentě, kdy manažeři českých kulturních organizací začali mluvit o ekonomických dopadech kultury. Předchozím argumentům o tom, jak je kultura potřebná pro duši jedince i celé společnosti, nebylo přitom dopřáno téměř žádného sluchu (Open Think Tank 2010).

kopírovat vývoj v zahraničí. Během několika let budou provedena šetření ekonomických dopadů na dostatečném vzorku kulturních organizací, a ekonomické dopady kultury tak začnou být považovány za samozřejmé a prokázané a nebude třeba je dále v kulturní politice ČR a i kulturních strategiích krajů či měst příliš akcentovat.

V případě kreativních průmyslů však jde o mnohem komplexnější problematiku a „redukce jejich slovníku na pouhou ekonomickou teorii [...] je poměrně necitlivá a nekre-ativní“, pokud bychom měli Júlia Gajdoše (2010: 10) parafrázovat. Základní ideou kreativních průmyslů je vytvoření kontinua (často bývá graficky vyjadřováno také formou soustředných kruhů) jdoucího od absolutně nekomerčního umění přes umění nekomerční, které však může být komerčně využito, kontinua dále pokračujícího v oblasti komerčních kulturních produktů a končícího až mezi praktickými a velice kapitalizovatelnými aplikacemi kreativity. Přínos tohoto kontinua spočívá především v tom, že institucionalizuje souvislost mezi nekomerčním a menšinovým uměním s odvětvími, kterými mohou být například vývoj komerčních softwarů, vývoj počítačových her, informačních a komunikačních technologií (ICT) a podobně. Nejde tedy o žádnou marginalizaci umění a kultury, nýbrž o potvrzení jejich významu, který jde daleko za hranice samotného kulturního sektoru. Zároveň také nejde o žádné sundávání tzv. vysokého umění z jeho pomyslného piedestalu, jak by se po přečtení článku Júlia Gajdoše mohlo zdát. Umění zůstává na piedestalu dál a dále uspokojuje diváka či posluchače s vysokým kulturním kapitálem. Nově je reflektováno především to, že význam umění a kultury je daleko širší, než se původně myslelo, z čehož vyplývají především další důvody, proč by toto umění mělo být podporováno z veřejných rozpočtů, a to možná ještě více než doposud. Zde je nutno vytknout, že současnou Evropskou unií zajímá na kreativních průmyslech především jejich rychlý ekonomický růst a fakt, že vytvářejí pracovní místa. Stejný scénář můžeme pravděpodobně

Postupně modifikovaný tvar hodnotového řetězce



očekávat i v případě České republiky, jejího ministerstva kultury či vlády v případě, že se zde agenda kreativních průmyslů začne důsledněji implementovat. To ale neznamená, že by kreativní průmysly byly jen o rychle rostoucím HDP a nových pracovních místech. Je teď především úkolem pro výzkum, aby daleko kvalitněji prozkoumal a popsal kreativní ekologie (Holden 2007, Howkins 2009), tedy vztahy, vazby a procesy existující a probíhající na výše zmíněném kontinuu. Na kulturním sektoru pak bude, aby stávající i nové poznatky o kreativních ekologiích a kreativních průmyslech přetvořil v pádné argumenty, a ty pak předkládal jak politikům, tak veřejnosti. Pokud by i přesto došlo k odduchování kultury, jak píše Július Gajdoš, pak to nebude vinou kreativních průmyslů, ale spíš toho, jak s nimi bude či nebude nakládáno.

Ven ze země montoven a překladišť

Česká republika je velice nelichotivě označována jako země montoven a překladišť. V našem hospodářství převládají stadia produkčního/hodnotového řetězce jako montáž finálního výrobku z modulů, součástek a polotovárů či výroba jednoduchých součástek

a polotovárů nebo zpracování primárních surovin na meziprodukty. Tedy vesměs činnosti, které tvoří nižší přidanou hodnotu a vytvářejí pracovní místa především pro méně kvalifikovanou pracovní sílu (NERV 2011).

Napovídají tomu i výsledky testovacího naplnění satelitního účtu kultura v ČR za rok 2009:

„Objem produkce sektoru [kultura] lze pro rok 2009 odhadovat ve výši 202,8 mld. Kč, což by představovalo téměř 2,3 % celostátní produkce. Třetinový podíl na produkci sektoru měly reklamní činnosti, za nimi se postupně umístily činnosti vydavatelské (16,3 %), architektonické (12,4 %) a tvorba a vysílání rozhlasových a televizních programů (10,3 %). Pro porovnání těchto relací lze dodat, že celá sféra kulturního dědictví se na produkci sektoru podílela jen ze 3,3 %. [...] Pokud bychom propočítali, resp. odhad, prodloužili až k HDP, lze předpokládat – s ohledem na relativně nízkou úroveň daní vztahujících se k sektoru kultury (cca 1 mld. Kč) a naopak vysokou úroveň provozních dotací (cca 19 mld. Kč) – objem této veličiny v částce zhruba 64 mld. Kč (1,76 % celkového HDP)“ (NIPOS a ČSÚ 2011: 27–28).

Necelá 1,8 % HDP, představující současnou českou kreativní ekonomiku, je číslo relativně hluboko pod evropským průměrem 2,6 %⁴

⁴ Údaj z roku 2003 (EK 2006).

a indikuje, že s vyspělým světem možná úplně nedržíme krok a že nebylo úplně správné rozhodnutí našich vlád v 90. letech minulého století využít výhodu polohové renty, kterou naše země má, a udělat z ČR logistické centrum, kam se odněkud přivezou součástky či polotovary, zde se smontují a posléze se zase někam odvezou.

Jedním ze základních předpokladů úspěšně fungujících kreativních průmyslů je i zdravá, kreativní a experimentující sféra nekomerčního umění (Holden 2007). Číslo 1,8 % HDP tedy zároveň naznačuje, že u nás nebude vše v pořádku ani s oblastí umění podporovaného z veřejných rozpočtů, tedy toho, které má být opravdu výsostně a oduševnělé. Osobně si nemyslím, že by hlavní problém tkvěl v jeho podfinancování. I když se například pražským operním domům může o rozpočtu Vídeňské státní opery jen zdát, nemyslím si, že by byla česká kultura podfinancována nějak kriticky. Problém na straně poskytovatelů prostředků z veřejných rozpočtů vidím spíše v nekonceptnosti při rozdělování těchto prostředků. Na straně příjemců těchto prostředků zase vidím zásadní problém v tom, že současný systém je doslova demotivující k jakémukoli riskování a experimentování v umělecké tvorbě. Zároveň ani nevyžaduje – a tím pádem nedostává – nějakou oslnivou kvalitu a tvůrci spíše napodobují zahraniční vzory, než aby se snažili přicházet s něčím originálním či autentickým.

Zahrnutí konceptu kulturních a kreativních průmyslů do vládní agendy ČR pro nás v současnosti může znamenat především cestu ven ze země montoven a překladišť a zároveň může být účinným lékem na kulturně politickou šmíru, se kterou se zde dlouhodobě potýkáme. Je však třeba, aby byl tento koncept pochopen v celé své šíři a zejména bez přílišné adornoovské skepse, která je už nějakých 70 let stará, vznikla jako dobově silně determinovaná a je opravdu otázkou, zda je stále aktuální. Rovněž je třeba, aby byl tento koncept důkladně zkoumán, studován a reflektován, a ne pouze vytrhován z kontextu prostřednictvím atraktivně znějících frází

o nebezpečí neoliberalismu a jim podobných. A konečně je třeba, aby si především umělci uvědomili, že jako součást kreativních průmyslů budou daleko silnější skupinou s daleko větší vyjednávací silou, než když zůstanou sami. Pokud si toto neuvedomí, tak bych risko směřování „od postupného snižování až k úplnému zastavení dotací na umění a kulturu“ (Gajdoš 2010: 10) viděl jako mnohem reálnější. A stejně tak bych toto nebezpečí viděl jako daleko reálnější v případě, že se u nás koncept kreativních průmyslů neuchytí například z důvodů silně zavádějící argumentace, že zde údajně nemáme tak silnou tradici zábavního průmyslu, jako mají například v Británii, neboť „kultura v německy mluvících zemích s jejich vlivem na střední Evropu, jak ji reprezentuje například divadlo či vážná hudba, považovala se vždycky za jistý druh duchovní instituce“ (tamtéž).

Literatura a prameny:

- BAČUVČÍK, R. (2010) *Jak posloucháme hudbu? Vztah obyvatel České republiky k hudbě a jejímu poslechu 2009*, Zlín: VeRBuM
- British Council Praha (2011) *Konference Kreativita a inovace ve městech a regionech České republiky*, květen 2011 v Praze, www.britishcouncil.org/cz/czechrepublic.htm
- CIKÁNEK, M. (2007a) „Proč podporovat kulturu? Je užitečná“, A2 38/2007
- CIKÁNEK, M. (2007b) „Proč podporovat kulturu? Je krásná“, A2 39/2007
- CIKÁNEK, M. (2009) *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku*, Praha: Institut umění – Divadelní ústav
- Evropská komise (2006) *Economy of culture in Europe*, www.ec.europa.eu, česky na www.culturenet.cz
- GAJDOŠ, J. (2010) „Kreativní průmysly: Rozvoj kultury, nebo nová tržní totalita?“, *Disk 32*: 7–18
- HOLDEN, J. (2004) *Capturing Cultural Value – How Culture Has Become a Tool of Government Policy*, London: Demos
- HOLDEN, J. (2007) *Publicly-funded Culture And the Creative Industries*, London: Demos
- HOWKINS, J. (2009) *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job*, U.Q.P.
- HEČKOVÁ, M. (2011) „Multiplikuj, dokud můžeš“

- aneb reportáž z konference Kreativita a rozvoj měst a regionů České republiky", *Konstrukt* 5/2011, www.konstruktmag.cz
- CHRÁSTOVÁ, T. (2010) *Kreativní centrum Brno – představení projektu*. Příspěvek na konferenci Role kreativity v rozvoji města, www.kreativni-brno.cz
- KLOUDOVÁ a kol. (2010) *Kreativní ekonomika – trendy, výzvy, příležitosti*, Praha: Grada
- Kulturní most, přeshraniční projekt Dolní Rakousy a Jihočeský kraj (2010) *Konference pro kulturu a kreativní průmysly v jižních Čechách*, květen 2011 v Českých Budějovicích, www.kanatreti.cz
- Institut umění – Divadelní ústav a Ministerstvo kultury ČR (2010) *Sborník odborných příspěvků z mezinárodní konference Fórum pro kreativní Evropu*, www.culturenet.cz, www.forumforcreativeeurope.cz
- MATARASSO, F. (1997) *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*, www.comedia.org.uk
- MYERSCOUGH, J. (1998) *The Economic Importance of the Arts in Britain*, London: Policy Study Institute
- Ministerstvo kultury České republiky (2009) *Státní kulturní politika 2009–2014*. K dispozici na www.mkcr.cz
- NAKONEČNÝ, M. (2003) *Úvod do psychologie*, Praha: Academia
- NEKOLNÝ, B. (2011) *Komentář k Analýze vlivu dotací poskytovaných ze státního rozpočtu nestátním neziskovým organizacím v oblasti kultury*

- provedené iniciativou Za Česko kulturní (zpracovatel Data Mind, s.r.o. 2011), www.zacesko-kulturni.cz
- Národní ekonomická rada vlády: *Závěrečná zpráva podskupin Národní ekonomické rady vlády pro konkurenceschopnost a podporu podnikání/Kapitola VII: Zkvalitňování charakteristik podnikání*, www.vlada.cz
- Národní informační poradenské středisko pro kulturu (2010) *Systém účtů kultury*, www.nipos-mk.cz
- Národní informační poradenské středisko pro kulturu a Český statistický úřad (2011) *Výsledky účtů kultury ČR za rok 2009*, www.nipos-mk.cz, www.cszo.cz
- Open Think Tank (2010) – debatní akce o kulturní politice pořádána iniciativou Za Česko kulturní v říjnu 2010, www.openthinktank.cz
- RAABOVÁ, T. (2010) *Prague Fringe Festival: studie ekonomického dopadu*, k dispozici na www.ekonomickedopady.cz
- SMITH, M. (2011) *Kulturní kapitál, investice a kreativní ekonomika: pohled ze soukromého sektoru*. Příspěvek na konferenci Kreativita a inovace ve městech a regionech České republiky, květen 2011 v Praze, www.britishcouncil.org/cz/czech-republic.htm
- SMOLÍKOVÁ, M. (2011) *Důležitost kulturních a kreativních průmyslů nejen pro rozvoj ekonomiky*. Příspěvek na Konferenci pro kulturu a kreativní průmysly v jižních Čechách, květen 2011 v Českých Budějovicích, www.kanatreti.cz
- ŠMÍDOVÁ, Z. (2011) „Ostrov svobody“, *Tvar* 13/2011

Od kulturních průmyslů ke 'kontinuu'

Július Gajdoš

Je to vždy potěšující, jestliže publikovaný článek vyvolá reakci či případnou diskusi, protože jen tak se vytváří prostor pro ověřování myšlenek, které si vždycky ověřujeme z reakce druhých. Konstruktivní kritika vyžaduje ovšem přijmout nejméně dvě zásady: jistou míru odosobnění a poodstoupení od svého způsobu myšlení, a to do té míry, aby kritik pochopil, co autor zamýšlel, případně aby rozpoznal, kam směřoval a dospěl (ale třeba i nedospěl, kam chtěl), a to i ve vztahu k jazyku, který toto myšlení zprostředkovává, jelikož – jak o tom výstižně píše Eva Illouz – „jazyk je neutrální, protože člověk předpokládá, že se jeho prostřednictvím zúčastňuje na objektivizaci a pokouší se neutralizovat subjektivní dezinterpretaci, ale současně je subjektivní, protože potřeba na něco reagovat vychází ze subjektivní potřeby a pocitu [...], které nikdy nevyžadují vyšší oprávnění než skutečnost, že dotyčný se cítí jako subjekt“ (Illouz 2008: 135).¹

Po přečtení reakce Martina Cikánka na můj článek z *Disku* 32 si nejsem zcela jistý, jestli k tomu v jeho případě skutečně došlo. Přesto si dovoluji dovolat se v duchu výše zmíněné citace jeho subjektivního pochopení. To mě vede k tomu, abych kladl otázky v naději, že si je můj oponent bude klást se mnou, a to právě proto, že se situoval do

pozice jednoznačného prosazovatele kreativních průmyslů, jejichž nejsem zásadním odpůrcem, dokonce si ani nepřipadám jako jejich *advocatus diaboli*. Nemohl bych jinak být členem I. mezinárodní akademické rady pro kreativní výzkum. Společně s námi by si tyto otázky měli samozřejmě klást i představitelé Institutu umění, pokud je předmětem jejich výzkumu umění a kultura, a nikoliv pouze sociálně-ekonomický potenciál kultury (jak jsem se na to ve svém minulém článku nepřímo ptal). Právě proto, že oba se účastníme téhož dialogu, nesmíme opouštět půdu kritického myšlení, nýbrž o to houževnatěji klást nepřijemné otázky, bránit předčasné (a vždy mocenské) institucionalizaci nezralých idejí, projevujících se i byrokratizací jazyka (tedy čímsi zcela odporujícím kreativě a vytváření prostoru pro ni), a volat po pokračování diskuse, i když se to třeba momentálně některým institucím nebo stranám nehodí. Naší povinností je poukazovat na nesoulad v koncepcích, postojích a ve výroci, protože právě a jenom kritické myšlení nám nedovolí stát se pouhým fanouškem i sebelepší koncepce, a to jednoduše z toho důvodu, abychom nebyli zaskočení, když se případně odhalí, kolik neprozíravě ekonomizujícího a v podstatě sobeckého zjednodušení celé problematiky se skrývá za dobrými úmysly. To neznamená, že bychom se měli stát odpůrci těchto dobrých úmyslů. Jde o to, být (konstruktivně) kritický, tj. snažit se o vyjasnění postojů,

¹ Illouz, E. „Saving the Modern Soul“, *Therapy, Emotions, and The Culture of Self-Help*, Berkeley: University of California Press 2008.