

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

Evidenčné číslo: 101004/I/2021/421000077581

KREATÍVNE CENTRÁ A ICH FUNGOVANIE NA
SLOVENSKU

Diplomová práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

KREATÍVNE CENTRÁ A ICH FUNGOVANIE NA
SLOVENSKU

Diplomová práca

Študijný program:	verejná správa a regionálny rozvoj (Jednoodborové štúdium, inžiniersky II. st., denná forma)
Študijný odbor:	ekonómia a manažment
Školiace pracovisko:	Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja
Vedúci záverečnej práce:	Ing. Eva Belvončíková, M.A. PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že predkladanú záverečnú prácu na tému „Kreatívne centrá a ich fungovanie na Slovensku“ som vypracovala samostatne s použitím uvedených zdrojov. Všetky zdroje, ktoré som použila pri písaní záverečnej práce uvádzam v Zozname použitej literatúry.

23. apríl 2021

.....
Bc. Francesca Dobrovská

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcela pod'akovať mojej vedúcej záverečnej práce Ing. Eve Belvončíkovej, M.A. PhD. za jej odbornú pomoc, cenné rady, pripomienky, ochotu a čas, ktorými mi bola nápomocná pri písaní záverečnej práce. Ďalej by som chcela pod'akovať kreatívnemu centru Nová Cvernovka, konkrétne Braňovi Čavojovi a Tabačka Kulturfabrik, konkrétne Petrovi Radkoffovi za spoluprácu, prostredníctvom poskytnutého interview.

ABSTRAKT

DOBROVSKÁ, Francesca: *Kreatívne centrá a ich fungovanie na Slovensku*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta; Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Eva Belvončíková, M.A. PhD. – Bratislava: NHF EU, 2021, 72s.

Cieľom záverečnej práce je preskúmať situáciu vo vybraných kreatívnych centrách na Slovensku v Bratislave a v Košiciach, zistiť lokalizačné faktory centier, spôsoby fungovania centier, aký typ podnikateľov sa v nich lokalizuje, spôsoby spolupráce s verejným sektorom a spôsoby financovania centier. Práca je rozdelená do 5 kapitol. Obsahuje 2 grafy, 10 tabuliek, 2 ilustrácie a 2 prílohy. Prvá kapitola je venovaná súčasnému stavu riešenej problematiky doma a v zahraničí, teda zadefinovaniu základných pojmov ako kreativita, kreatívna trieda, kreatívny index, kreatívny priemysel, klasifikácia kreatívnych odvetví, kreatívne centrum a jeho typy, služby, financovanie a subjekty. V ďalšej časti je špecifikovaný cieľ práce. Tretia časť je zameraná na metodiku práce a na použité metódy skúmania. Štvrtá kapitola je zameraná na zhodnotenie celkového fungovania kreatívnych centier na Slovensku, s následným podrobnejším zameraním na Bratislavu a Košice, kde sme sa sústredili na ich vznik, spoluprácu, financovanie, priestory, služby, nájomníkov a budúcnosť. Záverečná kapitola sa zaoberá diskusiou o danej problematike, porovnaním zistených výsledkov, navrhnutými odporúčaniami. Výsledkom riešenia danej problematiky je, že na Slovensku existuje niekoľko typov kultúrnych centier a odlišujú sa svojím zameraním a fungovaním.

Kľúčové slová:

kreatívne centrum, financovanie, lokalizačné faktory, fungovanie, kreatívny priemysel, kreatívna trieda, kreatívna ekonomika

ABSTRACT

DOBROVSKÁ, Francesca: *Creative hubs and their functioning in Slovakia*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of National Economy; Department of Public Administration and Regional Development. – Supervisor: Ing. Eva Belvončíková, PhD. – Bratislava: NHF EU, 2021, 72p.

The aim of the final thesis is to examine the situation in selected creative hubs in Slovakia in Bratislava and Košice, to find out the localization factors of the hubs, ways of functioning the hubs, what type of entrepreneurs are located in them, ways of cooperation with the public sector and ways of financing the hubs. The thesis is divided into 5 chapters. It contains 2 graphs, 10 tables, 2 illustration and 2 appendix. The first chapter is devoted to the current state of the problem at home and abroad, the definition of the basic terms such as creativity, creative class, creative index, creative industry, classification of creative industries, creative hub and its types, services and subjects. The third chapter deals with methodology and the methods used in the research. The fourth chapter is focused on the evaluation of the functioning of creative hubs in Slovakia, followed by a more detailed focus on Bratislava and Košice, where we focused on their creation, cooperation, financing, spaces, services, tenants and the future. The final chapter deals with the discussion of the issue, comparing the results, the proposed recommendations. The result of solving the problem is that there are several types of cultural hubs in Slovakia and they differ in their focus and functioning.

Keywords:

creative hubs, financing, localization factors, functioning, creative industry, creative class, creative economy

OBSAH

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK.....	9
ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK.....	10
Úvod.....	11
1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	12
1.1. Kreativita.....	12
1.2. Kreatívna trieda.....	13
1.3. Kreatívny index.....	14
1.4. Kultúrny a kreatívny priemysel	14
1.5. Klasifikácia kultúrnych a kreatívnych odvetví.....	17
1.6. Kreatívna ekonomika	18
1.7. Kreatívne centrum.....	19
1.8. Kategorizácia a charakteristiky kreatívnych centier.....	21
1.8.1. Typy kreatívnych centier a typ organizácie.....	21
1.8.2. Služby kreatívnych centier	22
1.8.3. Subjekty lokalizujúce sa v kreatívnych centrách	24
1.8.4. Financovanie kreatívnych centier	24
2. Cieľ práce.....	26
3. Metodika práce a metódy skúmania	27
4. Výsledky práce	29
4.1. Zmapovanie kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku.....	29
4.2. Nová Cvernovka	32
4.2.1. História továrne a „stará“ Cvernovka.....	32
4.2.2. Nová Cvernovka.....	33
4.2.3. Priestory a nájomcovia	33
4.2.4. Služby	37
4.2.5. Financovanie	38
4.2.6. Spolupráca s verejným sektorom a s inými kreatívnymi centrami	40
4.2.7. Pandémia Covid-19 a budúcnosť	41
4.3. Tabačka Kulturfabrik	42
4.3.1. Prvé kultúrne centrá v Košiciach a vznik „starej“ Tabačky	42
4.3.2. „Nová“ Tabačka Kulturfabrik.....	43
4.3.3. Priestory a nájomcovia	44
4.3.4. Služby	46
4.3.5. Financovanie	48

4.3.6.	Spolupráca s verejným sektorom a s inými kreatívnymi centrami	49
4.3.7.	Pandémia Covid-19 a budúcnosť	50
5.	Diskusia.....	52
Záver.....		59
Zoznam použitej literatúry.....		61
ZOZNAM PRÍLOH		67

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK

Tabuľky:

Tabuľka č. 1: Porovnanie modelov kreatívneho priemyslu.....	16
Tabuľka č. 2: Kultúrne centrá na Slovensku	31
Tabuľka č. 3: Ateliéry a prevádzky v budove školy (suterén – 2.poschodie)	34
Tabuľka č. 4: Ateliéry a prevádzky v budove školy (3. – 5.poschodie) a internátu	35
Tabuľka č. 5: Služby poskytované Novou Cvernovkou.....	38
Tabuľka č. 6: Zdroje príjmu Novej Cvernovky	39
Tabuľka č. 7: Finančná podpora Novej Cvernovky z verejných zdrojov.....	40
Tabuľka č. 8: Služby poskytované Tabačkou Kulturfabrik.....	47
Tabuľka č. 9: Zdroje príjmu Tabačky Kulturfabrik	48
Tabuľka č. 10: Finančná podpora Tabačky Kulturfabrik z verejných zdrojov.....	49

Grafy:

Graf č. 1: Rozdelenie ateliérov a prevádzok Novej Cvernovky na základe klasifikácie DCMS z roku 2015	36
Graf č. 2: Rozdelenie ateliérov a prevádzok Tabačky Kulturfabrik na základe klasifikácie DCMS z roku 2015	45

Ilustrácie:

Ilustrácia č. 1: Mapa exteriéru Novej Cvernovky	34
Ilustrácia č. 2: Zelené strechy Tabačky Kulturfabrik	51

ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK

BSK	Bratislavský samosprávny kraj
DCMS	Department for Digital, Culture, Media & Sport (Ministerstvo pre digitalizáciu, kultúru, média a šport)
EHMK	Európske hlavné mesto kultúry
FPU	Fond na podporu umenia
KSK	Košický samosprávny kraj
LDA	London Development Agency (Londýnska rozvojová agentúra)
MK SR	Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky
NACE	Statistical Classification of Economic Activities in the European Community (Štatistická klasifikácia ekonomických činností v Európskom spoločenstve)
NC	Nová Cvernovka
OZ	Občianske združenie
SIC	Standard Industrial Classification (Štandardná priemyselná klasifikácia)
SOC	Standard Occupational Classification (Štandardná klasifikácia povolani)
SR	Slovenská republika
TEH	Trans Europe Halles (platforma/sieť pre spájanie kultúrnych centier po Európe)
TK	Tabačka Kulturfabrik
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development (Konferencia Spojených národov pre obchod a rozvoj)
WIPO	World Intellectual Property Organization (Svetová organizácia duševného vlastníctva)

Úvod

Kreatívne centrá sa začali používať najmä v politických kruhoch ako pojem spájajúci sa s rozvojom kreatívnej ekonomiky a podporou inovácií. Pojem je oficiálne známy už od roku 2003, kedy ho prvýkrát použila Londýnska rozvojová agentúra. V súčasnosti je tento pojem často používaný aj napriek tomu, že nemá jednotné vymedzenie. Vo všeobecnosti sa však dá povedať, že ide o miesto vo fyzickej alebo virtuálnej podobe spájajúce podnikateľov pracujúcich v kultúrnom a kreatívnom priemysle. Ide najmä o poskytnutie priestorov, pomoci pri rozvoji podnikania a podpory pri vytváraní sietí a kontaktov. Dôležité je podotknúť, že každé kreatívne centrum je iné a závisí od miestneho kontextu, spoločenstva a je vybudované v regiónoch, ktoré sa od seba líšia svojimi hospodárskym, sociálnymi a kultúrnymi aktivitami.

Prvé kreatívne centrá začali vznikať vo Veľkej Británii, kvôli rozvíjaniu konceptu kreatívneho priemyslu a zmene ekonomickej paradigmy, ktorá zasiahla britské mestá. Tie sa nemohli ďalej orientovať na tradičné priemyselné odvetvia a zameranie sa na kreatívnu ekonomiku bolo prirodzeným spôsobom revitalizácie mesta. Vznik kreatívnych centier je často spojený s pôvodnou industriálnou budovou, ktorá sa následne revitalizuje a začlení do moderného konceptu mesta. Vďaka tomu sa kreatívne centrá rýchlo rozšírili do celého sveta a stali sa bežnou súčasťou miest s kreatívnym potenciálom. K vývoju kreatívnych centier dochádza aj na Slovensku. Napriek tomu počet štúdií a analýz, ktoré by sa zaoberali problematikou kreatívnych centier na Slovensku, je zanedbateľný. Z uvedeného dôvodu sme sa rozhodli touto témou v práci zaoberať. Na základe preštudovaných materiálov a dostupných údajov sme stanovili hlavný cieľ práce: preskúmať fungovanie vybraných kreatívnych centier na Slovensku.

Prínosom záverečnej práce je predovšetkým porovnanie fungovania dvoch vybraných kreatívnych centier na Slovensku, konkrétne v Bratislave a Košiciach. Najmä dôvod ich vzniku, lokalizačné faktory týchto centier, ich spolupráca s verejným sektorom alebo inými kreatívnymi centrami, poskytované priestory a služby, identifikovanie nájomcov, spôsoby financovania a ich plány do budúcnosti. Medzi ďalšie prínosy patrí prehľad názorov od rôznych autorov na tému kreatívne centrá a ich fungovanie a príklady fungovania kreatívnych centier vo svete. Ďalším prínosom je zmapovanie kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1. Kreativita

Kreativitou, alebo inými slovami tvorivosťou sa zaoberali v minulosti najmä psychológovia. V súčasnosti je kreativita významný pojem pre ekonómiu, manažment, umenie, pedagogiku, vedu, ale aj pre rôzne ďalšie odbory. Kreativita predstavuje v súčasnosti hnaciu silu ekonomiky a význam kreatívnych odvetví naberá na sile. Zdrojom kreatívnej ekonomiky už nie je len množstvo práce a kapitálu ale významnou sa stáva práve ľudská kreativita, ktorá sa považuje za pilier kreatívnej ekonomiky. Nakoľko dochádza k skúmaniu kreativity z pohľadu rôznych disciplín, existuje aj množstvo definícií.

Z psychologického pohľadu považujú Hartl a Hartlová kreativitu za „*schopnosť, pre ktorú sú typické také duševné procesy, ktoré vedú k nápadom, riešeniam, koncepciám, umeleckým formám, teóriami či výrobkom, ktoré sú jedinečné a neobvyklé.*“¹

Za jednu z najúplnejších definícií sa považuje definícia od Vernona (1989), ktorý definuje kreativitu ako schopnosť človeka produkovať nové alebo originálne nápady, postrehy, reštrukturalizácie, vynálezy alebo umelecké predmety, ktoré odborníci považujú za vedecky, esteticky, spoločensky alebo technologicky hodnotné prvky. Podľa Sternberga a Lubarta (1991) je kreativita považovaná za schopnosť vytvárať nové, vhodné a originálne nápady.

Z ekonomického pohľadu Kloudová (2010) hovorí o ľudskej kreativite ako o schopnosti tvoriť a prichádzať s novými nápadmi. Môže sa prejavovať ako vo vedeckej, umeleckej, ale aj ekonomickej oblasti. Považuje sa za prejav ľudskej inteligencie v spojení s kreatívnym myslením a so znalosťami.

Florida (2002) vo svojom diele rozlišuje tri typy ľudskej kreativity, a to technologickú, ekonomickú a umeleckú kreativitu. UNCTAD (2008) chápe pod pojmom technologická kreativita, zvedavosť a ochotu experimentovať a hľadať nové spôsoby riešenia problémov a taktiež vytvárať nové súvislosti pri riešení problémov. Ekonomická kreativita je dynamický proces, vedúci k inováciám v oblasti technológií, marketingu, obchodných postupov atď. a je zameraná na získanie konkurenčnej výhody. Umelecká kreativita zahŕňa predstavivosť, ale aj schopnosť generovať originálne nápady a nové spôsoby interpretácie sveta, vyjadrené v obraze, texte alebo zvukom.

¹Hartl, P. – Hartlová, H.: *Psychologický slovník*. 2000. s. 631

1.2. Kreatívna trieda

Spomínaný americký ekonóm R. Florida sa zaslúžil o vznik pojmu kreatívna trieda. Florida (2002) tvrdil, že ekonomický rast nezávisí len od prístupu vnímania kreatívnej triedy, ale najmä od transformácie tejto výhody do ekonomických výstupov či už vo forme nových myšlienok, obchodov, high-tech a regionálneho rastu. Kreatívnu triedu tvoria kreatívni ľudia, ktorých hlavným pracovným nástrojom je tvorivosť a kreatívne myslenie a ich hlavnou úlohou je prichádzať s novými myšlienkami, podnetmi, pohľadmi, technológiami, novými a inovatívnymi produktami alebo kreatívnym obsahom. Jej členovia zastávajú takú prácu, v ktorej tvoria zmysluplné nové formy. Kreatívna trieda sa vyznačuje vysokou mobilitou, je slobodnejšia, flexibilnejšia a s vyššou mierou individuality ako ostatné triedy. Kreatívna trieda je platená za to, aby bola nezávislá a samostatná, kým ostatné triedy sú platené za to, aby postupovali podľa vopred stanoveného plánu. Kreatívnu triedu rozdeľuje ju do dvoch skupín, ktorými sú super kreatívne jadro a kreatívni profesionáli. Medzi super-kreatívne jadro, alebo ústrednú kreatívnu triedu zaraďujeme inžinierov, vedcov, básnikov, umelcov, architektov, profesorov, spisovateľov, návrhárov, programátorov, prírodovedcov a iné povolania, ktorých cieľom je byť inovatívny a kreatívny. Do druhej skupiny zaraďuje pracovníkov, ktorí sú klasickí znalostne orientovaní. Pracujú v priemysle, kde sa vyžadujú intenzívne znalosti napríklad v high-tech sektore, finančných službách, zdravotníctve, manažmente, obchode, právnom sektore. Uplatňujú svoje znalosti a kreativitu pre riešenie špecifických problémov.

Throsby (2001) definuje kreatívnych pracovníkov, z iného uhla pohľadu, ako: tí, ktorí sa zaoberajú produkciou primárnych tvorivých výstupov (napr. spisovatelia, vizuálni umelci, hudobníci, tvorcovia filmu, televízie a videa, sochári, remeselníci), tí, ktorí sa zaoberajú tlmočnickou činnosťou (napr. umelci tlmočiaci dramatické, tanečné a hudobné diela atď. v najrôznejších médiách od živého vystúpenia po digitálny prenos cez internet) a tí, ktorí poskytujú kreatívne služby na podporu umeleckej a kultúrnej produkcie (napr. redaktori kníh, svetelní dizajnéri, hudobní producenti atď.).

Kloudová (2010) definuje kreatívnu triedu ako pracovnú silu, ktorá využíva tvorivosť a kreatívne myslenie ako nástroj, ktorý prináša nové pohľady a podnety, vytvára nové a inovované produkty. Zvýšenie platu, zvyšovanie životnej úrovne a uprednostňovanie voľného času môžeme považovať za významnú motiváciu kreatívnej triedy, ale aj iných pracovníkov. Najvýznamnejšou motiváciou pre kreatívnu triedu je však sebarealizácia, uspokojenie v podobe tvorivej práce, ale aj sloboda tvorby a rozhodovania.

Za centrá, kde pracujú státisíce pracovníkov kreatívnej triedy v Európe sa považujú najmä mestá Londýn, Paríž, Mníchov, Varšava, Amsterdam, Kodaň, Berlín, Madrid, Miláno.²

1.3. Kreatívny index

R. Florida (2002) spolu so svojimi spolupracovníkmi zostavil kreatívny index, alebo index kreativity. Kreatívny index je ukazovateľ, ktorého úlohou je vyjadriť schopnosť mesta alebo regiónu prilákať kreatívnu triedu a pretaviť jej kreatívny potenciál na reálne výstupy kreatívnej ekonomiky. Výstupmi môžu byť nové myšlienky, high-tech firmy alebo celkový ekonomický rast mesta alebo regiónu. Index kreativity je postavený na 3T, a to talent, technológie a tolerancia. Florida a Tinagli (2004) predstavili rozšírenú a modifikovanú verziu kreatívneho indexu pre podmienky Európy, a to tzv. Euro-Creativity index. Hui so svojimi spolupracovníkmi (2005) predstavili kreatívny index pre podmienky Ázie, a to tzv. hongkonský model 5C, alebo index výstupu kreativity. Model vychádza zo štyroch druhov kapitálu, medzi ktoré patrí aj sociálny kapitál, ktorý podľa R. Floridu zabraňuje rastu kreativity.

1.4. Kultúrny a kreatívny priemysel³

„Pojem kreatívny priemysel bol prvýkrát použitý v Austrálii v roku 1994 v správe *Creative Nation*.“⁴ Dôležitosť jeho postavenia dokumentuje aj fakt, že „Podľa uznesenie Európskeho parlamentu z 12. mája 2011 o uvoľnení potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu poskytuje kultúrny a kreatívny priemysel v Európskej únii 5 miliónov pracovných miest a predstavuje 2,6% jej HDP.“⁵ Kreatívny priemysel označuje celý rad aktivít, z ktorých niektoré patria k najstarším v histórii a iné vznikli až s príchodom digitálnych technológií. V niektorých krajinách sa definície úzko zaoberajú kultúrou a umením. Naopak, iné krajiny majú širšie definície, ktoré zahŕňajú napríklad aj stravovanie a gastronómiu.

²Krajňáková, E. – Vojtovič, S.: *Vzdelávanie a príprava odborníkov pre kreatívny priemysel*. 2015. In: *Sociálno-ekonomická revue*. Dostupné na internete: <<https://fsev.tnuni.sk/revue/archive/REVUE-2015-02.pdf>> s.93

³Pojmy kultúrny priemysel a kreatívny priemysel niektorí autori zamieňajú alebo ich považujú za ekvivalenty. Iní autori tvrdia, že nie každý kreatívny priemysel musí byť zároveň kultúrny priemysel, a naopak.

⁴UNCTAD.: *Creative Economy Report 2008*. 2008. [cit. 2020-23-11]. Dostupné na internete: <https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf> s.11

⁵MK SR.: *Kultúrny a kreatívny priemysel*. [cit. 2020-23-11]. Dostupné na internete: <<https://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/umenie-a-kreativita/kulturny-a-kreativny-priemysel/>>

Howkins (2001) pri definovaní kreatívneho priemyslu vychádza z oblasti duševného vlastníctva, ktoré je vyjadrené v štyroch špecifických formách. Sú to autorské právo, patentové právo, ochranná známka a dizajn. Následne definuje štyri priemyselné odvetvia, a to autorsko-právny priemysel, patentový priemysel, priemysel ochranných znáмок, dizajnový priemysel.

Kreatívny priemysel podľa Department for Digital, Culture, Media & Sport (ďalej DCMS) zahŕňa tie odvetvia, ktoré majú pôvod v individuálnej tvorivosti, zručnostiach, talente a tiež tie, ktoré majú potenciál pre bohatstvo a vytváranie pracovných miest prostredníctvom vytvárania a využívania duševného vlastníctva. Pojem duševné vlastníctvo sa považoval, a stále považuje za ústredný pri akomkoľvek chápaní kreatívneho priemyslu. Pod týmto pojmom môžeme rozumieť hodnotu nápadu, ktorý môže byť chránený autorským právom, patentmi, ochrannými známkami alebo inými právnymi a regulačnými mechanizmami, aby sa zabránilo jeho kopírovaniu alebo komerčnej výhode bez súhlas osoby, ktorej nápad ho získal.⁶

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky (ďalej MK SR) uvádza, že „*kreatívny priemysel označuje činnosti vytvárajúce ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania postavenom na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti ako architektúra, dizajn, film, hudba, výtvarné a divadelné umenie ale aj tvorba počítačových hier či reklama. Táto problematika však nezasahuje len oblasť kultúry a tvorivosti, ale aj mnohé odvetvia hospodárstva.*“⁷

V posledných rokoch vzniklo niekoľko rôznych modelov, ktoré sa snažia o systematické pochopenie štrukturálnych charakteristík kreatívneho priemyslu. Každý z modelov má odlišný základ pre klasifikáciu na základné a periférne odvetvia. Medzi najznámejšie modely zaraďujeme DCMS model, model symbolických textov, model koncentrických kruhov a model autorských práv (viď. Tabuľka č.1).

Ďalším modelom je model UNCTAD, ktorý reaguje na skutočnosť, že väčšina inštitúcií a krajín zaraďuje pod kreatívny priemysel rôzne odvetvia, ale veľmi málo z nich sa snaží klasifikovať tieto odvetvia v pododvetviach a skupinách. Podľa tohto modelu sa rozdeľuje kreatívny priemysel do štyroch širších skupín, a to kultúrne bohatstvo, umenie,

⁶DCMS.: *Creative Industries Mapping Document 2001*. 2001. Dostupné na internete: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>>

⁷MK SR.: *Kultúrny a kreatívny priemysel*. [cit. 2020-23-11]. Dostupné na internete: <<https://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/umenie-a-kreativita/kulturny-a-kreativny-priemysel/>>

média a funkčná kreativita. Do prvej skupiny zaraďujeme tradičné kultúrne prejavy (umenie a remeslá, festivaly, oslavy) a kultúrne pamiatky (múzea, archeologické pamiatky, knižnice, výstavy). Druhú skupinu rozdeľujeme na vizuálne umenie (maliarstvo, fotografovanie, sochárstvo) a herecké umenie (divadlo, tanec, cirkus, opera, živá hudba). Tretia skupina zahŕňa vydavateľstvá a tlačené média (knihy, tlač a iné publikácie) a audiovizuálne média (film, rádio, televízia). Posledná štvrtá skupina obsahuje dizajn (bytový, grafický, módný, návrhárstvo), nové média (software, videohry) a kreatívne služby (reklamné, kultúrne, rekreačné, digitálne a iné súvisiace kreatívne služby, kreatívny výskum a vývoj).⁸

Tabuľka č.1 Porovnanie modelov kreatívneho priemyslu

DCMS model	Model symbolických textov	Model koncentrických kruhov	Model autorských práv
Reklama	Hlavné kultúrne odvetvia	Hlavné kreatívne umenie	Hlavné autorsky chránené odvetvia
Architektúra	Reklama	Literatúra	Reklama
Umenie a trh so starožitnosťami	Film	Hudba	
Remeslá	Internet	Výtvarné umenie	Film a video
Dizajn	Hudba	Múžické umenie	Hudba
Móda	Vydavateľstvo	Ostatné kľúčové kultúrne odvetvia	Múžické umenie
Film a video	TV a rádio	Film	Vydavateľstvo
Hudba	Video a počítačové hry	Múzeá a knižnice	Softvér
Divadelné umenie	Periférne kultúrne odvetvia	Širší kultúrny priemysel	TV a rádio
Vydavateľstvo	Kreatívne umenie	Služby v oblasti kultúrneho dedičstva	Vizuálne a grafické umenie
Softvér	Hraničné kultúrne odvetvia	Vydavateľstvo	Závislé autorsky chránené odvetvia
TV a rádio	Spotrebná elektronika	Zaznamenávanie zvuku	Záznamový materiál
Video a počítačové hry	Móda	TV a rádio	Spotrebná elektronika
	Softvér	Video a počítačové hry	Hudobné nástroje
	Šport	Súvisiace odvetvia	Papier
		Reklama	Kopírky, fotografické vybavenie
		Architektúra	Čiastočne autorsky chránené odvetvia
		Dizajn	Architektúra
		Móda	Odevy a obuv
			Dizajn
			Móda
			Domáce potreby
			Hračky

Zdroj: UNCTAD (2008), vlastné spracovanie

⁸UNCTAD.: *Creative Economy Report 2008*. 2008. Dostupné na internete: <https://unctad.org/system/files/official-document/dite20082cer_en.pdf>

1.5. Klasifikácia kultúrnych a kreatívnych odvetví

Význam a veľkosť kreatívneho sektora sa v ekonomike určuje dvomi hlavnými spôsobmi. Pri prvom spôsobe sa vychádza z odvetvovej perspektívy. V rámci nej sa identifikujú odvetvia, ktoré sú považované za kľúčové z hľadiska rozvoja kreatívnej ekonomiky. Prístup používa klasifikáciu odvetví, a to Štatistická klasifikácia ekonomických činností v Európskom spoločenstve (ďalej NACE) / Štandardná priemyselná klasifikácia (ďalej SIC). Táto klasifikácia odvetví určuje príslušnosť k odvetviu na základe hlavnej činnosti firmy. Prvýkrát prišli s touto klasifikáciou podľa odvetví DCMS v rokoch 1998 a 2001 pre účely britskej vlády. Druhým spôsobom je definovanie kreatívnej ekonomiky z perspektívy povolání. Tento prístup vychádza z prác Floridu (2002) a Markusenovej (2008). V rámci tohto prístupu sa vymedzujú skupiny kreatívnych povolání, bez ohľadu na to, v ktorom odvetví pracovníci pracujú. Spojením oboch spomínaných spôsobov vzniká kombinovaný prístup. Tento prístup identifikuje kreatívnych pracovníkov ako v kreatívnych odvetviach, tak aj mimo nich. S týmto prístupom prišiel ako prvý Higgs (2008) a nazval ho kreatívny trident.⁹

Pre analýzu ateliérov a prevádzok vo vybraných kreatívnych centrách vychádzame z klasifikácie kreatívnych odvetví anglického DCMS z roku 2015. Ide o kombinovaný prístup, ktorý vychádza jednak z odvetvovej perspektívy, ale aj z perspektívy povolání. Na určenie toho, ktoré priemyselné odvetvie (štvorciferné SIC) je kreatívne používajú kreatívnu intenzitu, t.j. podiel kreatívnych povolání na zamestnanosti v odvetví. Odvetvia podľa ich príbuznosti zoskupili do 9 kategórií, nasledovne:

1. reklama a marketing,
2. architektúra,
3. remeslá,
4. dizajn: produktový, grafický a módný,
5. film, televízia, video, rádio a fotografia,
6. IT, softvér a počítačové služby,
7. vydavateľstvo,
8. múzeá, galérie a knižnice,
9. hudba, scénické a vizuálne umenie.

⁹Balog, M. a kol.: *Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku*. 2014. Dostupné na internete: <https://www.siea.sk/wp-content/uploads/inovacie/publikacie/publikacia_Moznosti_rozvoja_kreativneho_priemyslu_web_SIEA.pdf>

Pri perspektíve povolání vychádzajú z kreatívnych povolání, ktoré boli definované DCMS v roku 2013 a zoznam je prevzatý zo Štandardnej klasifikácie povolání (ďalej SOC).¹⁰ Podrobné znenie klasifikácia DCMS z roku 2015 je uvedené v Prílohe č.2.

1.6. Kreatívna ekonomika

Bez ohľadu na spôsob, akým sú kreatívne odvetvia definované možno povedať, že sú súčasťou kreatívnej ekonomiky. Keďže neexistuje zhoda v definícii kreativity, neexistuje ani jednotná definícia kreatívnej ekonomiky.

Pojem kreatívna ekonomika ako prvý použil J. Howkins. Howkins (2001) vníma kreatívnu ekonomiku, cez jej podstatu, ktorou sú transakcie vzťahujúce sa k výstupom kreatívneho priemyslu. Každá transakcia môže mať dve doplnujúce hodnoty kreatívneho produktu, a to hodnotu duševného vlastníctva a hodnotu fyzického nosiča alebo platformy. „*Kreatívna ekonomika (CE) je ekvivalentná hodnote kreatívnych produktov (CP) vynásobenej počtom transakcií (T), to znamená $CE = CP \times T$.*“¹¹

Podľa UNCTAD (2008) je kreatívna ekonomika vyvíjajúci sa koncept založený na kreatívnych aktívach, ktoré potenciálne vytvárajú ekonomický rast a rozvoj. Môže podporovať tvorbu príjmu, tvorbu pracovných miest a príjmu z vývozu, a zároveň podporovať sociálne začlenenie, kultúrnu rozmanitosť a ľudský rozvoj. Zahŕňa ekonomické, kultúrne a sociálne aspekty v ich interakcii s technológiou, duševným vlastníctvom a cestovným ruchom. Je to súbor znalostných ekonomických aktivít s rozvojovým rozmerom a prierezovými väzbami na makro a mikro úrovni k celkovej ekonomike. Je to uskutočniteľná možnosť rozvoja, ktorá vyžaduje inovatívne, multidisciplinárne politické reakcie a medzirezortné kroky. Srdcom kreatívnej ekonomiky sú kreatívne odvetvia/kreatívny priemysel.

Kreatívna ekonomika je vzájomné prepojená množina troch oblastí, ktoré sa navzájom ovplyvňujú, a to kreatívny klaster (podnikanie a organizácie), kreatívna pracovná sila (ľudia) a kreatívne spoločenstvo (miesto).¹²

¹⁰DCMS.: *Creative Industries Economic Estimates Methodology*. 2016. Dostupné na internete:<https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf>

¹¹Howkins, J.: *The Creative Economy: How people make money from ideas*. 2001. s.21

¹²DeNatale, D. – Wassall, G.: *The Creative Economy: A New Definition*. 2007. Dostupné na internete:<<https://www.nefa.org/sites/default/files/documents/ResearchCreativeEconReport2007.pdf>>

Kreatívna ekonomika patrí medzi jedno z najdynamickejších odvetví svetového hospodárstva. Nie každá ekonomika stavia svoj ekonomický rast a budúcu konkurencieschopnosť na budovaní kreatívneho sektoru. Kreatívna ekonomika je postavená na oblasti vzdelávania, umenia, kultúry, vedy a jej rozvoj je možný hlavne tam, kde sú zaistené základné ľudské potreby. Z toho vyplýva, že nie každá spoločnosť je pripravená sa rozvíjať v oblasti kreatívnej ekonomiky a najčastejšie je to možné predovšetkým v ekonomikách, ktoré sú bohaté, založené na znalostiach a vyspelých technológiách. Existujú tri predpoklady pre rast podielu kreatívneho sektoru na výstupe ekonomiky, a to: vyspelosť a bohatosť spotrebiteľov, schopnosť a vzdelanosť pracovnej sily, prostredie, ktoré je na vysokej ekonomickej a technologickej úrovni, otvorené novým riešeniam a musí tam existovať dobré inštitucionálne zázemie.¹³

1.7. Kreatívne centrum

Kreatívne centrum je pojem, ktorý nemá, podobne ako kreatívna ekonomika jednotné vymedzenie. Odborná literatúra, ale aj jednotliví autori ho chápu rôznym spôsobom. „*Prvýkrát bol pojem kreatívne centrum spomenutý v roku 2003, práve London Development Agency (ďalej LDA), ktorá tento pojem stotožňovala s kreatívnymi zónami v meste.*“¹⁴

Virani a Malem (2015) sa vo svojom diele zaoberali skúmaním teoretických prístupov ku kreatívnemu centru a zosumarizovali dve vetvy konceptov. Prvá vetva sa zaoberá prístupmi, ktoré stotožňujú pojem kreatívne centrá s klastrami a považujú ich za synonymum. Patrí tu napríklad LDA (2003), Oakley (2004), Evans (2009) a Bagwell (2008). Sústreďí sa najmä na ich geografické, priestorové a organizačné charakteristiky. Naopak, druhá vetva konceptov vidí medzi týmito pojmi rozdiel a nestotožňuje ich. Zameriavajú sa skôr na to, čo robia a aké konkrétne služby poskytujú. Patrí tu napríklad British Council (2016). Zistenia Viraniho a Malema (2015) však naznačujú, že napriek určitým odlišnostiam je možné kreatívne centrá chápať cez štyri hlavné charakteristiky. Prvou je poskytovanie služieb šitých na mieru kreatívnym malým a stredným podnikom (ďalej MSP), vrátane mikropodnikov. Druhou charakteristikou je osobitné zameranie na počiatočné štádium týchto MSP a mikropodnikov. Ďalej súčasťou kreatívnych centier je

¹³Kloudová, J.: *Kreativní ekonomika a její měření*. 2009. In: *Ekonomický časopis*.

¹⁴Virani, T. E. – Malem, W.: *Re-articulating the Creative Hub Concept as a Model for Business Support in the Local Creative Economy: The Case of Mare Street in Hackney*. 2015. [cit. 2021-11-02]. Dostupné na internete: <<http://www.creativeworkslondon.org.uk/wp-content/uploads/2013/11/PWK-Working-Paper-12OCT.pdf>> s.5

manažment – manažérsky tím, ktorý vykonáva množstvo dôležitých činností. A poslednou štvrtou charakteristikou je, že sa kreatívne centrá stali dôležitými pre zdravie miestnej kreatívnej ekonomiky.

Oakley (2004) chápe kreatívne centrá ako synonymum pre kultúrne štvrte. Evans (2009) ich považuje za zoskupenia hospodárskej činnosti. Bagwell (2008) hovorí, že ide o zoskupené okresy v meste. LDA (2003) ich vidí ako tvorivé zóny a budovy, ktoré pozostávajú z viacerých kreatívnych a kultúrnych odvetví. Tento spôsob chápania kreatívnych centier úzko súvisí s politikou „kreatívneho mesta“.

British Council (2016) sa zaoberá rozdielom medzi pojmami kreatívne centrum a kreatívny klaster. Kreatívne centrum je viac ako len budova a tvorba siete. Úspech závisí hlavne od spolupráce medzi členmi centra. Kreatívne centrum chápe ako miesto, vo fyzickej alebo virtuálnej podobe spájajúce podnikateľov pracujúcich v kultúrnom a kreatívnom priemysle. Ide najmä o poskytnutie priestorov, pomoci pri rozvoji podnikania a podpory pri vytváraní sietí a kontaktov. Na druhej strane kreatívne klastre považuje za podobnú formu priemyselným klastrom, kde ide o lokalizáciu firiem na jednom mieste. Dôležité je podotknúť, že každé kreatívne centrum je iné a závisí od miestneho kontextu, pretože je vybudované v rôznom spoločensťve, regióne, ktoré sa líši svojimi kultúrnymi, hospodárskymi a sociálnymi aktivitami.

European Creative Hubs Forum definuje kreatívne centrá po vzore British Council ako „*infraštruktúru alebo miesto, ktoré využíva časť svojho priestoru na prenájom alebo dostupného priestoru na vytváranie sietí, organizačný a obchodný rozvoj v rámci sektora kultúrneho a kreatívneho priemyslu.*¹⁵“ Sedini a kol. (2013) identifikovali šesť komponentov, ktoré zvyčajne tvoria kreatívne centrá, a to inkubátory, špecializovaní poskytovatelia kultúrnych služieb pre spoločnosti a umelcov, virtuálne platformy, rozvojové agentúry, co-workingové vybavenia a klastre.

MK SR vymedzuje pojem kreatívne centrum ako „*centrum zamerané na rozvoj kreatívneho alebo kultúrneho priemyslu v regióne, v rámci ktorého sa realizujú jednotlivé programy. Jeho aktivity sú zamerané na rozvoj podnikania, kreatívneho talentu, na podporu nanotechnologických inovácií s použitím informačných technológií, ako aj na podporu dopytu práve po kreatívnej tvorbe.*“¹⁶

¹⁵Creative Hubs.: What is a Creative Hub?. [cit. 2021-14-02]. Dostupné na internete: <<https://creativehubs.org/en/creative-hubs-project/what-is-a-creative-hub/>>

¹⁶MK SR.: Model centralizovanej podpory. 2016. [cit. 2021-14-02]. Dostupné na internete: <https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha_7_Model_centralizovanej_podpory2.pdf> s.3

1.8. Kategorizácia a charakteristiky kreatívnych centier

Existuje niekoľko výskumov a prípadových štúdií zaoberajúcich sa kreatívnymi centrami na národnej, regionálnej alebo lokálnej úrovni, ktoré skúmajú niekoľko kategórií.

Matheson a Easson (2015) rozlišujú v svojej štúdií zameranej na kreatívne centrá v Európe štyri kategórie, a to typ priestoru, štruktúru kreatívneho centra, odvetvie a poskytované služby.

Virani a Malem (2015) kategorizujú kreatívne centrá len na základe typov kreatívnych centier a poskytovaných služieb. Výskum je zameraný na kreatívne centrá pre podnikateľov a týka sa dvoch kreatívnych centier v Londýne.

Creason a Deal (2015) mapovali rozmanitosť kreatívnych centier v USA a skúmali, či rozmanité a zdanlivo neštruktúrované kreatívne centrá v USA majú reprodukovateľné kvality. Na mapovanie a následné rozčlenenie kreatívnych centier použili deväť kategórií, a to štruktúra kreatívneho centra, typ kreatívneho centra, počet ľudí v tíme, poskytované talentové programy, rozpočet, zdroje príjmu, funkcia priestoru, veľkosť priestoru, nástroje a stratégie.

Mayangsari a Setiawan (2017) mapovali 12 kreatívnych centier v meste Bandung v Indonézii. Pri mapovaní použili mix dvoch prístupov. Prvým bol prístup od autorov Virani a Malem (2015) a druhým bol prístup od autorov Matheson a Easson (2015).

V našej práci sa zameriame na mnohé z uvedených kategórií kreatívnych centier, ktoré bližšie charakterizujeme v nasledujúcej časti.

1.8.1. Typy kreatívnych centier a typ organizácie

Virani a Malem (2015) tvrdia, že kreatívne centrum má mnoho podôb alebo môže byť kombináciou podôb, ako sú napríklad: co-workingy, podnikateľské inkubátory, školiace inštitúcie, servisné strediská pre podniky a online fóra. Co-working poskytuje pracovisko a vybavenie na základe jednoduchých vstupno-výstupných zmluvných podmienok. Mnoho takýchto spoločných pracovných priestorov má svojho manažéra. Školiace inštitúcie môžu byť univerzity, ale tiež tu spadajú rôzne kurzy a programy. Inkubátory poskytujú podporu podnikania cez vlastné vedenie alebo prostredníctvom partnerov. Podniky, ktoré chcú vstúpiť do inkubátora, sa vyberajú na základe žiadosti.

Matheson a Easson (2015) rozlišujú na základe tvaru a veľkosti šesť typov kreatívnych centier, a to: štúdio, centrum, sieť, klaster, online platforma a alternatívy. V štúdií zistili, že z desiatich vybraných kreatívnych centier v Európe prevláda typ centrum a nasleduje typ klaster. Centrum je budova veľkého rozsahu, ktorá môže obsahovať ďalšie jednotky, ako napr. kaviareň, bistro, bar, obchody, výstavné priestory. Klaster je spoločné umiestnené kreatívnych jednotlivcov a firiem v geografickej oblasti. Štúdio predstavuje malý kolektív jednotlivcov alebo malých podnikateľov v co-workingovom priestore. Sieť predstavuje rozptýlenú skupinu jednotlivcov alebo podnikov, ktorá býva špecifická pre dané odvetvie alebo miesto. Online platforma funguje len na báze online metód, ako sociálne médiá, webové stránky, ktoré spájajú rozptýlené publikum.

Na základe typu organizácie rozlišujú či ide o ziskové/súkromné alebo neziskové/sociálne kreatívne centrá. Na základe rovnakého prístupu postupovali vo svojej štúdií Mayangsari a Setiawan (2017) v Bandungu, kde v 12 vybraných kreatívnych centrách rovnako prevládal typ centrum a z pohľadu druhu organizácie bola polovica kreatívnych centier zisková a polovica nezisková.

Creason a Deal (2015) rozlišujú pri type kreatívneho centra, či ide o občianske, kultúrne, komunitné, dizajnové kreatívne centrum alebo co-working. Na základe typu organizácie rozlišujú ziskové a neziskové kreatívne centrá.

1.8.2. Služby kreatívnych centier

Kreatívne centrá poskytujú služby, ktoré sú dôležité pre mikropodniky, ale aj pre malé a stredné podniky v kreatívnom sektore. Práve prostredníctvom služieb sa ich snažia podporiť a pomôcť im s ich rastom, rozvojom alebo udrжанím sa. Nejde len o poskytnutie služieb, ale aj o poskytnutie priestoru pre existenciu týchto služieb.

Matheson a Easson (2015) rozdelili služby, ktoré vo všeobecnosti ponúkajú kreatívne centrá do ôsmich kategórií, nasledovne: horúci stôl (hot desking), štúdiový priestor (studio space), školenia, workshopy, podujatia, mobilná práca (mobile working), prístup k vybaveniu/zručnostiam/zdrojom/sieťam, inkubácia/podpora podnikania/mentorstvo/financovanie, maloobchodné príležitosti, výskum a vývoj.

Pod pojmom tzv. horúci stôl (hot desking) chápeme systém organizácie pracovného priestoru, v ktorom stoly používajú rôzni ľudia v rôznom čase. Tento systém môže byť implementovaný v súkromných kanceláriách, ale aj v zdieľaných kancelárskych priestoroch. Cieľom je zvyčajne maximalizácia efektívnosti priestoru a zníženie

nadbytočných kancelárskych priestorov. Dochádza k nárastu inovácií zamestnancov, k podpore medziodborovej spolupráce.¹⁷

European Creative Hubs Forum taktiež načrtlo niekoľko aktivít, ktoré by podľa nich mali kreatívne centrá realizovať, ako napríklad: podpora podnikania, vytváranie sietí, výskum, komunikácia a podpora talentov.¹⁸

Ďalším rozdelením služieb poskytovaných kreatívnym centrom sa zaoberali Virani a Malem (2015). Rozdeľuje služby do dvoch veľkých skupín, nasledovne: tvrdé služby (hard services) a mäkké služby (soft services). Do prvej skupiny, teda medzi tzv. tvrdé služby (hard services) zaraďujeme služby, ktoré sa týkajú najmä infraštruktúry, ktorá existuje v kreatívnom centre. Zaraďujeme tu desať typov služieb, ako sú: priestor na prenájom (stoly), zasadačka/rokovacia miestnosť, online/virtuálne služby, štúdiové priestory, laboratória, inkubačná jednotka, online podpora, stroje a doplnkové nástroje, maloobchodné príležitosti, výskum a vývoj. Vyznačujú sa tým, že sú fyzicky dostupné. Druhou skupinou sú tzv. mäkké služby (soft services). Hovoríme o formálnych/neformálnych a nehmateľných výhodách, ktoré kreatívne centrá poskytujú. Zaraďujeme sem osem typov služieb, ako sú: neformálna sieť, kurátorstvo (curation), súvisiace komunity, transakčné vzťahy, výmena znalosti, podpora podnikania, konzultácia, príležitosti na spoluprácu, sieťovanie, mentorstvo. Dôležité je podotknúť, že mäkké služby kreatívne centrum spoplatňuje.

Virani a Malem (2015) kladú veľký dôraz na službu kurátorstva, ktorú poskytuje manažment kreatívneho centra. Manažment je rozhodujúci pre úspech celého kreatívneho centra, pretože musí vykonávať dôležité činnosti na to, aby kreatívne centrum správne fungovalo. Medzi tieto činnosti zaraďujú služby súvisiace s prevádzkou budovy a poskytnutím priestoru ako napr. zabezpečenie elektriny, kúrenia, vody a sociálneho zariadenia. Dôležitou úlohou manažérov je vytvárať tzv. komunitného ducha, prostredníctvom rôznych komunitných aktivít, stretnutí a akcií. Manažérsky tím sa často skladá z viacerých osôb, ktoré zabezpečujú udržateľnosť centra napr. aj cez dôsledný výber firiem/jednotlivcov, ktoré budú v kreatívnom centre pôsobiť aby boli pre komunitu prínosom. Creason a Deal pri svojej štúdií taktiež skúmajú manažment kreatívneho centra, cez zisťovanie počtu ľudí v manažérskom tíme.

¹⁷Bishop, C.: *What is hot-desking and what are the benefits?*. 2021. Dostupné na internete: <<https://www.wework.com/ideas/office-design-space/what-is-hot-desking>>

¹⁸Creative Hubs.: *What is a Creative Hub?*. [cit. 2021-14-02]. Dostupné na internete: <<https://creativehubs.org/en/creative-hubs-project/what-is-a-creative-hub/>>

Mayangsari a Setiawan (2017) skúmali v štúdií z mesta Bandung, služby poskytované dvanástimi kreatívnymi centrami. Z tzv. tvrdých služieb väčšina centier prevádzkuje najmä priestor na prenájom, štúdio, online/virtuálne služby. Z tzv. mäkkých služieb väčšina centier poskytuje neformálne siete, výmenu znalostí, podporu podnikania, príležitosti na spoluprácu a mentorstvo.

1.8.3. Subjekty lokalizujúce sa v kreatívnych centrách

Britská rada (2018) pri definovaní kreatívneho centra skúma aj to, kto sa v týchto centrách lokalizuje. Kreatívne centrum spája podnikavých ľudí, ktorí pracujú v kreatívnom a kultúrnom priemysle. Sústreďujú sa tam najmä malí a strední podnikatelia a tzv. nezávislí pracovníci (freelanceri). Zatiaľ čo niektoré kreatívne centrá sa špecializujú na konkrétny sektor, iné vítajú širokú škálu odvetví. Zameranie kreatívneho centra na niektoré odvetvie znamená aj odlišnosť v subjektoch pôsobenia v tomto centre oproti inému centru, ktoré je zamerané na iné odvetvie.

Niektoré štúdie sa nezameriavajú na konkrétne na odvetvia, ktoré sa v kreatívnom centre lokalizujú, ale delia kreatívne centrum podľa odvetvia na špecifické a multiodvetvové. Príkladom takéhoto delenia sú napr. štúdie podľa Mayangsari a Setawan (2017), Matheson a Easson (2015).

Mayangsari a Setiawan (2017) vo svojej štúdií, z mesta Bandung, zistili že z 12 kreatívnych centier je väčšina multiodvetvových, a len päť kreatívnych centier je špecificky zameraných na konkrétne odvetvie, ako napr. informačné technológie, „hobby“ – ručné práce.

1.8.4. Financovanie kreatívnych centier

V súčasnej ekonomickej situácii sa manažéri kreatívnych centier čoraz viac usilujú o diverzifikáciu zdrojov príjmov. Sú financované z vlastných zdrojov, zdrojov zo súkromného sektora a verejných zdrojov. Často sa sústreďia najmä na možnosti súkromného, rizikového kapitálu alebo na anjelské investovanie. Dôvodom je vybudovať kreatívne centrum, ktoré je dlhodobo udržateľné.¹⁹

¹⁹Matheson, J. – Easson, G.: *Creative HubKit: Made by hubs for emerging hubs*. 2015. Dostupné na internete: <http://creativehubs.net/uploads/Creative_HubKit.pdf>

Creason a Deal (2015) pri kreatívnych centrách skúmali rozpočet a zdroje príjmu týchto kreatívnych centier. Podľa výšky rozpočtu členili kreatívne centrá na štyri skupiny a pri zdrojoch príjmov sledovali odkiaľ pochádzajú vlastné zdroje, teda či z prenájmu priestorov, z poskytnutia služieb, alebo z predaja produktov.

Kalitova a Durankova (2019) vo svojom prieskume, ktorého sa zúčastnilo 149 kreatívnych centier zo 45 krajín uvádzajú, že kreatívne centrá sú vo väčšine financované z vlastných zdrojov. Ide najmä o príjmy z poskytovaných služieb a príjmy od členov. Ani jedno zo sledovaných kreatívnych centier nebolo financované z regionálnych verejných zdrojov alebo univerzít.

Shiach a kolektív (2017) v štúdií, realizovanej vo Veľkej Británii a Brazílii uvádzajú, že kreatívne centrum ImpactHub vo Veľkej Británii je financované z vlastných zdrojov, kapitálom „anjelských“ investorov a prostriedkami od materských inštitúcií. Kreatívne centrum Ori v Brazílii je financované z rôznych zdrojov ako vlastné zdroje, crowdfunding a verejné zdroje. Toto centrum nevyužíva žiadne stimuly ani daňové úľavy, ktoré sa bežne v Brazílii týmto centrámi poskytujú.

2. Cieľ práce

Hlavným cieľom diplomovej práce je preskúmať fungovanie vybraných kreatívnych centier na Slovensku. Na základe preštudovaných materiálov a dostupnosti údajov o kreatívnych centrách budeme podrobne analyzovať lokalizačné faktory centier, spôsoby fungovania centier, aký typ podnikateľov sa v nich lokalizuje, spôsoby financovania centier, spôsoby spolupráce s verejným sektorom a inými kreatívnymi centrami.

Dosiahnutie stanoveného hlavného cieľa diplomovej práce je založené na splnení čiastkových cieľov medzi, ktoré patrí:

- zmapovanie kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku,
- analýza vzniku/založenia vybraných kreatívnych centier a ich lokalizačné faktory,
- analýza poskytovaných priestorov kreatívnych centier a ich nájomcov,
- analýza poskytovaných služieb kreatívnych centier,
- analýza financovania kreatívnych centier z rôznych finančných zdrojov,
- analýza spolupráce kreatívnych centier s verejným sektorom, s inými kreatívnymi centrami a organizáciami,
- analýza plánov do budúcnosti v rámci rozvoja daných kreatívnych centier.

Na základe preštudovanej literatúry sme si stanovili výskumnú otázku: „Akým spôsobom kreatívne centrá fungujú, kde sa lokalizujú, aké služby a pre koho ich poskytujú a ako sú financované?“

3. Metodika práce a metódy skúmania

Objektom skúmania diplomovej práce sú fungujúce kreatívne centrá na Slovensku, konkrétne v mestách Bratislava a Košice. V Bratislave sme zvolili kultúrne a kreatívne centrum Nová Cvernovka, v Košiciach sme vybrali kultúrno-kreatívne centrum Tabačka Kulturfabrik. Kreatívne centrá sme vyberali podľa niekoľkých kritérií. Malo ísť o rozsiahle kreatívne centrá, ktoré sú lokalizované vo veľkých mestách, kde sa podľa teórie koncentruje kreatívna ekonomika. Zároveň ide o multiodvetvové kreatívne centrá, ktoré sa vyznačujú určitou komplexnosťou a zastrešujú množstvo jednotiek a ľudí.

Záverečnú prácu sme rozdelili na dve časti, a to teoretickú a empirickú časť. V teoretickej časti sme sa venovali okrem charakteristiky základných pojmov ako kreativita, kreatívna trieda, kreatívny priemysel a klasifikácia kreatívnych odvetví aj charakteristike kreatívnych centier, ich histórií a s tým súvisiacich pojmov. Pri vyhľadávaní a súhrne údajov sme využili metódu literárnej rešerše, kde sme prostredníctvom odbornej literatúry, vedeckých článkov a výskumov spracovali súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.

Vstup do empirickej časti diplomovej práce tvorí prehľad kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku. Ten zahŕňa nezávislé kultúrne centrá a organizácie zamerané na podporu podnikania najmä v kultúrnych a kreatívnych odvetviach. Vychádzali sme zo slovenskej siete nezávislých kultúrnych centier Anténa a doplnili sme ho na základe európskej siete nezávislých kultúrnych centier Trans Europe Halles. Následne sme do prehľadu pridali co-workingy a fab-labym ktoré mnoho autorov zaraďuje medzi kreatívne centrá zamerané predovšetkým na podporu podnikania.

Neskôr sme sa zamerali na podrobnú analýzu fungovania dvoch nezávislých kultúrno-kreatívnych centier Nová Cvernovka a Tabačka Kulturfabrik. Skúmali sme lokalizačné faktory vybraných kreatívnych centier v konkrétnom meste, v konkrétnej mestskej časti a budove. Následne sme analyzovali ich vznik/založenie a spoluprácu s verejným sektorom, inými kreatívnymi centrami a organizáciami. Ďalej sme sa pozreli na ateliéry a prevádzky, ktoré poskytujú a roztriedili sme ich na základe klasifikácie DCMS (2015) na jednotlivé kultúrne a kreatívne odvetvia. Ďalšia časť sa venovala poskytovaným službám, ktoré sme spracovali do prehľadnej tabuľky. Následne sme skúmali spôsoby financovania vybraných kreatívnych centier z pohľadu vlastných, verejných zdrojov a zdrojov zo súkromného sektora. Posledná časť empirickej časti bola zameraná na plánovaný rozvoj týchto centier.

Empirická časť záverečnej práce je postavená na kvalitatívnom výskume. Využili sme metódy, ako sekundárna analýza a online interview. Sekundárnu analýzu sme použili najmä na zistenie základných údajov o kreatívnych centrách. Údaje pochádzali z webových stránok jednotlivých kreatívnych centier, z ktorých sme zozbierali základné údaje ako adresa, zoznam ateliérov a prevádzok, informácie o základnom fungovaní centra. Metóda interview slúžila na doplnenie údajov získaných sekundárnou analýzou. Otázky boli otvorené, čo nám umožnilo získať podrobnejšie a detailnejšie odpovede a informácie o fungovaní vybraných kreatívnych centier. Taktiež tu existoval priestor na prípadne doplňujúce otázky počas odpovedi respondentov. Celkovo boli uskutočnené dva individuálne rozhovory cez online platformu Zoom, v období od marca do apríla 2021. Ich trvanie sa pohybovalo v rozmedzí 1-1,5 hodiny. Respondentmi boli zakladatelia jednotlivých kreatívnych centier, nakoľko najlepšie disponovali potrebnými informáciami a údajmi. Najskôr sme ich oboznámili s témou a cieľom diplomovej práce, následne sme im položili 32 otázok ohľadom fungovania ich kreatívneho centra. Išlo o pološtruktúrované rozhovory. Zo všetkých interview boli, so súhlasom respondentov, uskutočnené zvukové záznamy.

4. Výsledky práce

V tejto kapitole uvádzame výsledky za jednotlivé čiastkové práce ktorých, cieľom bolo získať prehľad o kultúrnych a kreatívnych centrách na Slovensku a zhodnotiť fungovanie dvoch vybraných kultúrno-kreatívnych centier na Slovensku. V prvej časti zmapujeme kultúrne kreatívne centrá na základe národnej a európskej siete nezávislých kultúrnych centier a doplníme ich o organizácie zamerané na podporu podnikania najmä v kultúrnych a kreatívnych odvetviach. V druhej časti na základe interview popíšeme fungovanie kultúrno-kreatívneho centra Nová Cvernovka v Bratislave a Tabačka Kulturfabrik v Košiciach.

4.1. Zmapovanie kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku

Pri mapovaní kultúrnych a kreatívnych centier bolo naším cieľom poskytnúť komplexný pohľad na všetky typy takýchto centier na Slovensku.

Zložku kultúrnych centier tvoria kultúrne centrá a organizácie pôsobiace v oblasti profesionálneho nezávislého súčasného umenia a kultúry na Slovensku, združené v národnej sieti Anténa.²⁰ Súčasťou siete sú členovia, ktorí sa rozdeľujú na riadnych a pridružených. Riadnym a pridružený členom musí byť právnická osoba (v prípade pridružených aj fyzická osoba), vykonávajúca činnosť v oblasti nezávislej kultúry. Taktiež je potrebné splniť nasledujúce kritéria: 1) vykonáva svoju činnosť na profesionálnej báze, 2) jej hlavná činnosť nie je vykonávaná za účelom zisku, 3) vykonáva aktivity kontinuálne počas celého roka a nevenuje sa iba jednorazovým aktivitám, 4) prevádzkuje stály priestor, určený primárne na realizáciu aktivít v oblasti nezávislej kultúry. Kritéria 3) a 4) musí spĺňať riadny člen siete.²¹ Anténa má v súčasnosti 21 riadnych a 6 pridružených členov. Členovia pochádzajú z celého územia Slovenska, ale najviac členov – 4 sa nachádza v Bratislave (3 riadni a 1 pridružený), Košice (3 riadni) a Banská Štiavnica (2 riadni a 1 pridružený). Jednotlivé kultúrne a kreatívne centrá sme rozdelili podľa zamerania do niekoľkých kategórií.

²⁰Anténa.: *O anténe*. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/o-antene>>

²¹Anténa.: *Členovia*. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/clenovia>>

Rozdelenie členov siete Anténa podľa ich zamerania:

Kultúrne a komunitné centrum:

- Záhrada (Banská Bystrica)
- Bašta (Bardejov)
- A4 (Bratislava)
- KC Dunaj (Bratislava)
- Bombura NKP (Brezno)
- Periférne centra (Dúbravica)
- Diera do sveta (Liptovský Mikuláš)
- Hájovňa (Banská Štiavnica)
- Hidepark (Nitra)
- Klub Lúč (Trenčín)
- Malý Berlín (Trnava)
- Stanica Žilina-Záriečie (Žilina)
- Nová Synagóga (Žilina)
- Nástupište 1-12 (Topoľčany)
- Divadlo Potôň (Bátovce)
- *Eleuzína (Banská Štiavnica)*
- *Akropola (Kremnica)*
- *Barmuseum (Martin)*
- *Lýceum (Modra)*

Divadlo:

- Divadlo z pasáže (Banská Bystrica)
- Divadlo na Peróne (Košice)
- *Nomantínels (Bratislava)*

Kultúrne a kreatívne centrum:

- Nová Cvernovka (Bratislava)
- Tabačka Kulturfabrik (Košice)
- Wave (Prešov)
- *Kláštór (Rožňava)*

Kino:

- Kino Úsmev (Košice)

Ku kultúrnym centráм sme priradili ešte Creative Industry (Košice), ktoré je členom európskej siete nezávislých kultúrnych centier Trans Europe Halles.

Na Slovensku sa okrem 28 kultúrnych centier nachádza 62 co-workingov (k 15.3.2020, z toho až 19 co-workingov sa nachádza v Bratislave.²² Nachádzajú sa tu aj 4 fab-laby, ktoré sú všetky lokalizované v Bratislave.²³

²²Országhová, K.: *Co-workingové priestory a ich úloha v lokálnej ekonomike*. 2020. s. 46

²³Belvončíková, E.: *Interný materiál k projektu COST CA18214*. 2021

Tabuľka č. 2 Kultúrne centrá na Slovensku

Kultúrne centrá	Coworkingy		Fab-laby
Záhřada	eDocu coworking	Ponk Coworking Nitra	Fablab Bratislava at Slovak Centre of Scientific and . Technical Information (SCSTI)
Bařta	Coworking Cvernovka	ADdata co-working	Lab.cafe
A4	Platform House	Hive5 CoWorking	Creative Point
KC Dunaj	Campus City	Office2meet	Paralelnej Polis na Kominárskej 3/C
Bombura NKP	Campus Mlyny	Steel Tower Levice	
Periféria centra	Space up	Facility System Hub	
Diera do sveta	Progressbar	Fleck Coworking	
Hájovňa	Impact Hub	IDEA Space	
Hidepark	Dvojbodka	STAGE @ RevoMind	
Klub Lúč	Binarium kancelária	Coworking Hacman Prievizda	
Malý Berlín	Coworking AP	Banka	
Stanica Źilina Zárezie	HubHUB	Metro	
Nová Synagóga	Connect	Cancel	
Eleuzína	Stori Stage	LINK CoWorking	
Akropola	RubixLab	Coworking Benar	
Barmuseum	Pana Trade Center	Oblok	
Lýceum	KOLABO	Business inovation center	
Divadlo z pasáže	Zarobenô co-working	PRIESTOR CoWorking	
Divadlo na Peróne	D1 Shared Office	Kruhač	
Nomantinelis	Coworking Senec	Eastcubator Prešov Kupel'ná	
Nová Cvernovka	Coworking v Stupave	Eastcubator Prešov Okružná	
Tabačka Kulturfabrik	Nádvorie coworking	My Residence Showroom & Coworking	
Wave	1st Office	Coworking Poprad	
Klářtor	Urban Office	HUBa Coworking	
Kino Źsmev	Floreát Ideapark	KeEastcubator	
Creative Industy	TVOJOFFICE.sk	Salia	
	Starport	Halmi Place	
	436 Lab	Monopol Space	
	co WORKING spiř		

Zdroj: vlastné spracovanie

Nasledujúca časť práce sa bude venovať dvom vybraným kultúrno-kreatívnym centráam lokalizovaným v metropolách západu a východu Slovenska.

4.2. Nová Cvernovka

4.2.1. História továrne a „stará“ Cvernovka

Cvernovka, ako ju ľudovo nazývali, bola fabrika na nite a nit'ové produkty. V minulosti patrila medzi najväčšie továrne svojho druhu v Európe. So svojou výrobou začala v roku 1902 a išlo o prvú továreň na nite v Uhorsku. Svoje produkty vyvážala do celého sveta. Továreň sa dostala do konkurzu a v roku 2004 definitívne zanikla. Nový majiteľ začal budovy v areály od roku 2004 prenajímať súkromným nájomníkom.²⁴

V hlavnej budove Pradiarne na Páričkovej ulici sa medzi rokmi 2006 a 2007 začali schádzať umelci z kreatívnych odvetví, najmä kvôli lacnému nájmu v dobrých priestoroch. Nájom sa vtedy pohyboval okolo 1€ na m² až po 4€ na m². Spontánnosť a nadšenie tejto komunity skončilo v roku 2012, kedy došlo zo strany Stavebného úradu Ružinov k zákazu konania všetkých verejných akcií, nakoľko priestory neboli skolaudované a boli evidované ako sklad.²⁵ V tom istom roku došlo aj k zmene majiteľa, ktorý naďalej vyberal nájomné, čo len prispelo k ďalšiemu rozvoju kreatívnych odvetví v tejto budove. V tomto období sa v Cvernovke nachádzalo veľké množstvo umelcov, kreatívcov, architektov, výtvarníkov, dizajnérov, a tak sa v priebehu pár rokov z uzavretej komunity umelcov stávalo centrum pre širokú verejnosť a zapamätateľné miesto Bratislavy. Spočiatku túto komunitu nikto nevedol a nešlo ani o oficiálne kreatívne centrum. „stará“ Cvernovka, teda nevznikla zámerne, ale prirodzene a organicky. Koncom roku 2015 opäť došlo k zmene majiteľa, ktorý dal výpoveď niektorým nájomníkom z Etážovej budovy. Umelci z Pradiarne sa rozhodli na túto skutočnosť reagovať, vytvorili Nadáciu Cvernovka.

Nadáciu Cvernovka založili štyria umelci, a to Šymon Kliman, Viliam Csino, Boris Meluš a Branislav Čavoj. Jej cieľom bolo združiť umelcov Cvernovky a spoločne s developerom sa podieľať na ďalšom smerovaní Cvernovky.²⁶ Nadácia Cvernovka zahlásila hromadnú pripomienku o zachovaní kultúrnej funkcie budovy Pradiarne do novo vzniknutého Územného plánu zóny Cvernovka, ktorú podpísalo okolo 2 000 ľudí. Avšak k 1. júlu 2016 všetci nájomníci Pradiarne dostali výpoveď.

²⁴Vtedy.sk.: *Prvá továreň na nite vznikla v Bratislave pred 115 rokmi*. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.vtedy.sk/prva-tovaren-na-nite-vznikla-v-bratislave-pred-115-rokmi>>

²⁵Repka, R. – Čierne diery.: *Príbeh Cvernovky, alebo ako v Bratislave popierame históriu i zákony*. 2015. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://dennikn.sk/111591/pribeh-cvernovky-alebo-ako-v-bratislave-popierame-historiu-i-zakony/>>

²⁶Nadácia Cvernovka.: *O nás*. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<http://nadaciacvernovka.sk>>

4.2.2. Nová Cvernovka

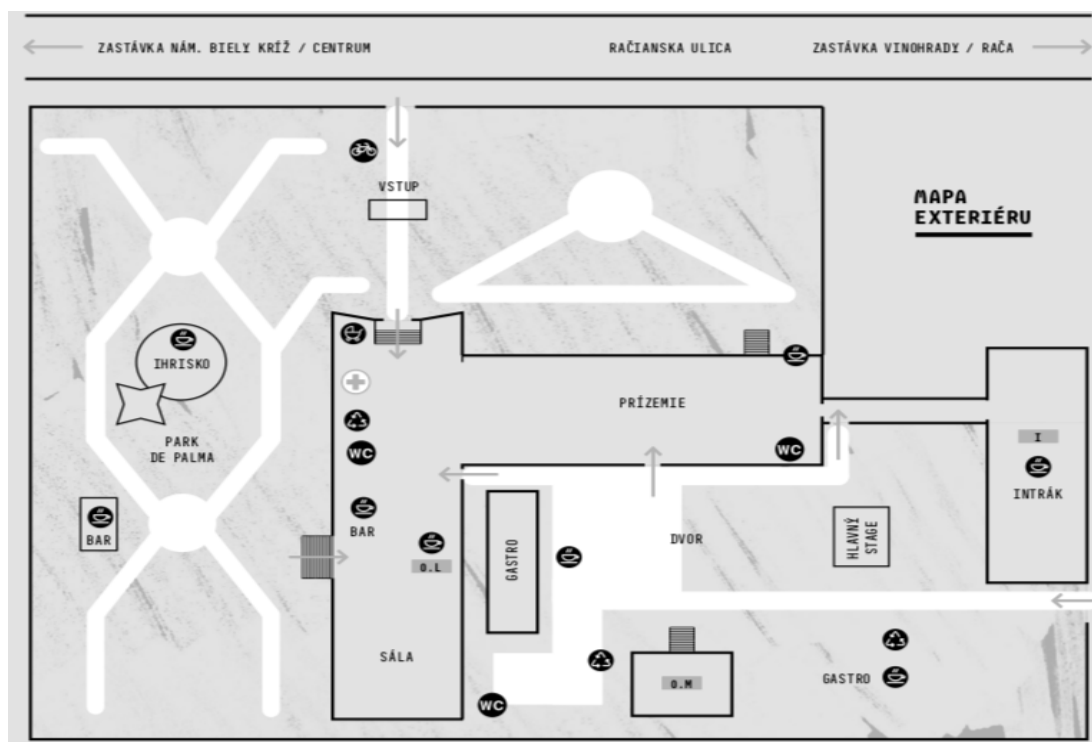
Zakladatelia Nadácia Cvernovka nechceli aby táto komunita zanikla, a tak prišiel zámer založiť kultúrne a kreatívne centrum Nová Cvernovka (ďalej NC). Cieľom bolo aby umelecko-kreatívny systém ostal na jednom mieste, pod jednou strechou a samozrejme v Bratislave, kde táto komunita prirodzene vznikla. Z niekoľkých budov, nakoniec „zvítazila“ bývalá chemická škola s celým areálom. Zakladatelia považovali za dve najväčšie výhody tejto budovy jej vlastníctvo samosprávou a rozsiahly areál okolo budovy. Práve vlastníctvo budovy samosprávou v nich vzbudzovalo nádej, že pôjde o stabilnejšiu alternatívu v porovnaní s prenájatím budovy od súkromného vlastníka. Budova sa nachádza v Bratislave na Račianskej ulici č. 78 v Novom meste. Práve lokalita je jediným mínus tejto budovy, s ktorým bojovali a bojujú dodnes. Vďaka Nadácii Cvernovka, Bratislavskému samosprávnemu kraju (ďalej BSK), ateliérom zo „starej“ Cvernovky, partnerom, verejnosti a spolupráci úradov v roku 2016 vzniklo kultúrne a kreatívne centrum NC. Branislavovi Čavojovi (jeden zo zakladateľov NC) sa so vznikom spájajú tri najväčšie výzvy, ktorým museli čeliť, a to nájdenie priestorov, následne presťahovanie 35 ateliérov zo starých priestorov a prerábanie úplne zdevastovanej budovy. Dopredu ich hnala idea centra, ktoré bude prevádzkovať ateliéry pre umelcov a kreatívcov a zároveň prevádzkovať kultúrny priestor a areál pre verejnosť.

4.2.3. Priestory a nájomcovia

V NC sa nachádza multifunkčný priestor, vonkajšia terasa, pódium, komunitná záhrada, verejný park, detské ihrisko, verejná knižnica, variabilný výstavný priestor, zasadačka a okolo 70 umeleckých a tvorivých ateliérov.

Prenájom ateliéru sa v prvých troch rokoch pohyboval v priemere na úrovni 6,3 € na m² + energie. V roku 2019 došlo k zvýšeniu prenájmu na úroveň 6,8 € na m² + energie. Prenájom kultúrneho priestoru vo väčšine prípadov závisí na individuálnej dohode. Pri akciách organizovaných NC sa nájom neplatí. Pri akciách na ktorých konfiguruje NC ako spoluorganizátor a tiež pri akciách s dramaturgiou centra sa nájom pohybuje rádovo v stovkách eur. Pri komerčnom nájme kultúrneho priestoru je to na úrovni od 1 000 € až do 2 000 €.

Ilustrácia č. 1 Mapa exteriéru Novej Cvernovky



Zdroj: Nová Cvernovka.: *Ateliéry a prevádzky*. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na internete: https://novacvernovka.eu/ateliery_prevadzky

Tabuľka č. 3 Ateliéry a prevádzky v budove školy (suterén – 2.poschodie)

Suterén	Prízemie	1.poschodie	2.poschodie
Ateliér E1437	Kultúrny priestor & sála	Ateliér Svetlík	Časopriestor
KK Bagala	Skrytý bar	EDUdrama	Peter Liška
EITD Studio	Dvanásť Duší	Pressink	Plural
Soté	Artattack shop & room	Desant Film Hub	Ľubica Segečová
Sklad 2	Kabinet pomalosti	Plaftik	Ateliér 5
Artefaktum	mile	The Július Koller Society	OZ Vagus
Das Schwarze Schwimmbad	Giraffe Bakery	Atom!	Vanda Raýmanová
	People on Earth	Crafting Plastics Studio!	Patricia Koyšová
	Čierne diery a Egreš	Monika Pascoe Mikysková	Belanex
	Lebo Mäďved'	Viktor Szemző	Stredná trieda
		Truestory	Trnka Graus
		N/A	Emil Drličiak

Zdroj: Nová Cvernovka.: *Ateliéry a prevádzky*. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na internete: https://novacvernovka.eu/ateliery_prevadzky, vlastné spracovanie

Tabuľka č. 4 Ateliéry a prevádzky v budove školy (3. – 5.poschodie) a internátu

3.poschodie	4.poschodie	5.poschodie	Internát
Bartinki & Fashion Revolution Slovakia	Zvukolam	Coworking Cvernovka	Freedu
Malografia	Ateliér 307		Helen Tóth
Hula	Strihači		Marek Šulík
Richie ...	Archee		Woven
2021	Šymon Kliman		Kutlik
Endrius	Miestor		Ateliér Imrich Kovács
Laurinc Studio	Ateliér S6K		Lukáš Moravský Fotograf
Kubo Media	Lujmari & Materia-Lab		Jurs Ateliér
Kolektív			Ján Hrčka
			Ateliér Amulet
			Ateliér Osobný priestor
			Na skejt maľované

Zdroj: Nová Cvernovka.: *Ateliéry a prevádzky*. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na internete: <https://novacvernovka.eu/ateliery_prevadzky>, vlastné spracovanie

Budova bývalej školy je obsadená na 96%, nakoľko vždy niekto odíde a niekto nový príde. Budova bývalého internátu slúži v súčasnosti len dočasne a do dvoch rokov sa začne jeho veľká rekonštrukcia. V súčasnosti je obsadený na 90%, ak neberieme do úvahy priestory, ktoré sú zanedbané a potrebujú zrekonštruovať. Obsadenosť celej NC je relatívne vysoká. V porovnaní s rokmi 2017 a 2018 hovoríme o vyššej obsadenosti, nakoľko obsadenosť školy sa pohybovala okolo 90% a obsadenosť internátu okolo 60-70%.

Zaradenie ateliérov a prevádzok na základe klasifikácie DCMS z roku 2015:

Architektúra

- Plural
- N/A
- Miestor
- Archee
- 2021
- Ateliér S6K
- Woven

Remeslá

- Ateliér E1437

Vydavateľstvo

- KK Bagala
- Kabinet pomalosti
- Kubo Media
- Malografia

Dizajn: produktový, grafický, módný dizajn

- Bartinki & Fashion Revolution Slovakia
- mile
- People on Earth
- Stredná trieda
- Peter Liška
- Ľubica Segečová
- Das Schwarze Schwimmbad
- Pressink
- Emil Drličiak
- Belanex
- Richie ...
- Crafting Plastics Studio!
- Lebo Mäďved'
- Ateliér Amulet
- Kutlik

Priestor pre kultúrny program

- Kultúrny priestor & sála

Hudba, scénické a vizuálne umenie

- EDUdrama
- EITD Studio
- Soté
- Sklad 2
- Artefaktum
- Lujmari & Materia-Lab
- Patricia Koyšová
- Hula
- Monika Pascoe Mikysková
- The Július Koller Society
- Na skejt maľované
- Helen Tóth
- Ján Hrčka
- Ateliér Osobný

Priestory nepatriace medzi kultúrne kreatívne odvetvia

- *Skrytý bar* je alko/nealko bar.
- *Dvanásť Duší* je bistro.
- *Giraffe Bakery* je cukrárske laboratórium.
- *OZ Vagus* je priestor OZ, ktoré sa venuje práci s ľuďmi bez domova.
- *Freedu* je vzdelávacie centrum.
- *Ateliér Imrich Kovács* je tetovacie štúdio.
- *Artattack shop & room* je obchod s lokálnym dizajnom.²⁷

Film, TV, video, rádio a fotografia

- Desant Film Hub
- Šymon Kliman
- Strihači
- Endrius
- Vanda Raýmanová
- Ateliér Svetlák
- Viktor Szemző
- Truestory
- Trnka Graus
- Plaftik
- Zvukolam
- Časopriestor
- Ateliér 5
- Kolektív
- Laurinc Studio
- Jurs Ateliér
- Marek Šulík
- Lukáš Moravský Fotograf

Priestor co-workingu

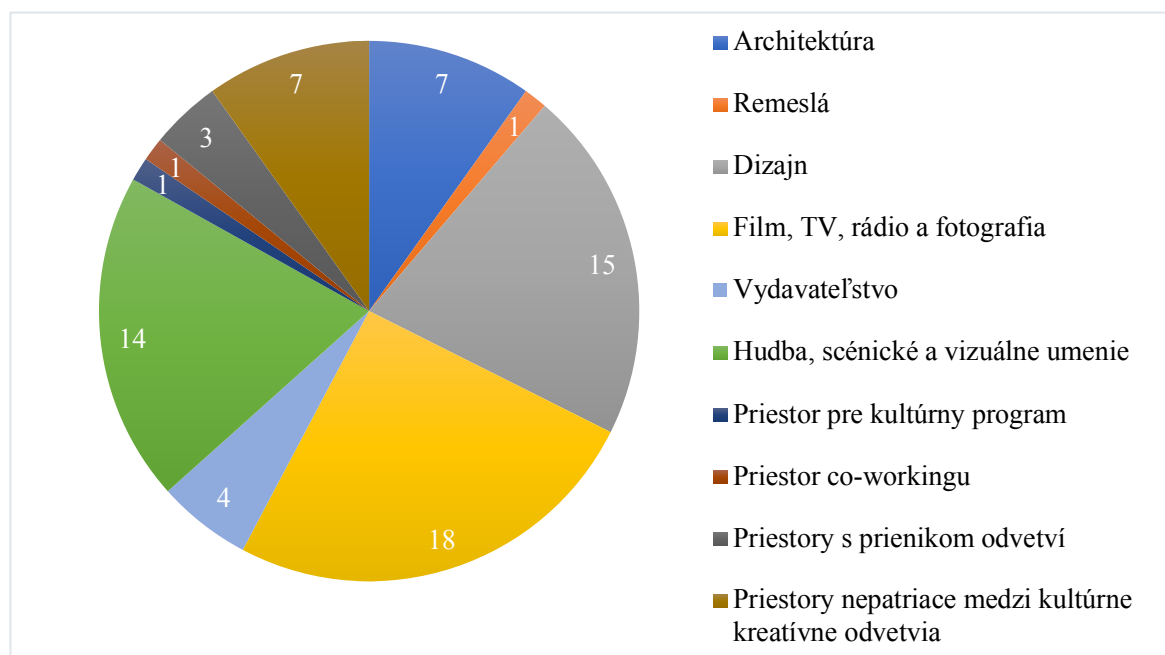
- Coworking Cvernovka

Priestor s prienikom viacerých kultúrnych kreatívnych odvetví

- Atom!
- Čierne diery a Egresh
- Ateliér 307

²⁷ Nová Cvernovka.: *Ateliéry a prevádzky*. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na internete: <https://novacvernovka.eu/ateliery_prevadzky>

Graf č. 1 Rozdelenie ateliérov a prevádzok Novej Cvernovky na základe klasifikácie DCMS z roku 2015



Zdroj: vlastné spracovanie

V priestoroch, ktoré slúžia na rôzne podujatia prevládajú „kmeňové“ akcie, ktoré si organizujú sami alebo sú spoluorganizátormi akcie. Nasledujú akcie, kedy poskytnú priestor externým promotérom ale s ich dramaturgiou a najmenšiu časť obsadenosti tohto priestoru tvoria komerčné akcie. V roku 2019 sa v týchto priestoroch konali akcie každý deň, a hlavne večer. Napríklad vždy v pondelky sú tu diskusie Denníka N, ktorý si priestor prenajme. Najčastejšie sa vyskytujúcou akciou za rok 2019 boli hudobné podujatia, nasledovali diskusné formáty, potom to boli festivaly. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi, tam je významný nárast najmä oproti roku 2017, kedy sa kultúrny program len rozbíhal.

V súčasnosti NC združuje približne 400 ľudí. Podľa pohlavia to je takmer presne 50% žien a 50% mužov. Podľa odvetvia v ktorom pôsobia, ide hlavne o „film, TV, rádio a fotografia“, nasleduje „dizajn“ a „hudba, scénické a vizuálne umenie“. Podľa veku ide skôr o ľudí vo vekovej skupine 20-35 rokov a približne 35% tvoria ľudia vo vekovej skupine 35-45 rokov. Oproti „starej“ Cvernovke ide celkovo o zostarnutie nájomníkov.

4.2.4. Služby

Nie úplne vyhovujúca poloha, ich motivuje poskytovať kvalitnejšie služby, aby ľudia obetovali tu dlhšiu cestu a čas kvôli kvalitným službám a pestrému programu.

Tabuľka č. 5 Služby poskytované Novou Cvernovkou

Služba	Poskytuje/neposkytuje	Popis
inkubácia/podpora podnikania	poskytuje	hlavne cez co-working
koučovanie/mentorstvo/konzultácie	poskytuje	hlavne cez co-working
finančná podpora/programy nájomníkom	neposkytuje *	ak sa abstrahuje od zvýhodnených podmienok nájmu
výmena znalosti	poskytuje	-
reštaurácia/kaviareň/bar	poskytuje	-
kníhkupectvo/knižnica	poskytuje	-
príležitosti na spoluprácu v rámci kreatívneho centra (komunitné aktivity, stretnutia, raňajky)	poskytuje	-
prístup k strojom/technike/zariadeniam	poskytuje **	majú komunitnú dielňu
vlastná dramaturgia	poskytuje	pri kultúrnych podujatiach
ubytovanie	poskytuje	program umeleckých rezidencií

*Chystajú rozbehnúť program štipendií, o ktoré sa budú môcť uchádzať umelci z NC (2021).

**Chcú zriadiť kreatívne dielne, ktoré by boli zamerané na rôzne smery.

Zdroj: vlastné spracovanie

NC poskytuje aj službu kurátorstvo, ktorú vykonávajú cez manažment centra. Manažérsky tím sa skladá z desiatich ľudí. Celý manažment NC zastrešuje programová riaditeľka, pod ktorú spadá osoba zodpovedná za public relations, osoba pracujúca v oblasti sociálnych sietí, štyria dramaturgovia a tri osoby v produkcii. Manažéri centra zabezpečujú služby spojené s prevádzkou priestorov od zabezpečenie elektriny po sociálne zariadenia. Dôležitosť manažmentu vidí zakladateľ aj pri obsadzovaní voľných ateliérov, kde od roku 2018 má manažérsky tím vypracovanú postupnosť určitých krokov. V prvom rade cez výzvu ponúknu priestor najskôr ľuďom z NC, v prípade ak nikto nereaguje, uskutočnia verejnú výzvu. Následne záujemcovia vyplnia dotazník s piatimi otázkami, (napr. aká je pridaná hodnota pre NC, aká je pridaná hodnota pre sektor, nakoľko je myšlienka udržateľná) a dochádza k výberu na základe dotazníka. Ak vyhovuje viac kandidátov, dochádza k osobnému 15-20 minútovému rozhovoru a k finálnemu výberu. Manažment sa v neposlednom rade snaží o naplnenie funkcie tzv. komunitného ducha cez usporadúvanie rôznych komunitných akcií, stretnutí a ďalších aktivít.

4.2.5. Financovanie

Pri vzniku NC figurovali viaceré finančné zdroje. Počiatočný kapitál na vznik a rekonštrukciu centra poskytol verejný sektor (viac viď. 4.2.6.). Ďalšie prostriedky získali

od ľudí prostredníctvom rôznych crowdfundingových zbierok a od partnerov zo súkromného sektora. Najvýznamnejší darca NC bola Nadácia Všeobecnej úverovej banky, vďaka ktorej sa budovu podarilo zrekonštruovať a vybudovať infraštruktúru. Okrem samotnej Nadácie Cvernovka investovali do vzniku a rekonštrukcie svoje financie aj samotný umelci a kreatívci. Tieto zdroje však nepokryli potrebnú začiatočnú investíciu, a tak si nadácia musela vziať úver a pôžičky.

V súčasnosti Branislav Čavoj nazerá na financovanie NC z dvoch pohľadov. Prvým pohľadom je nazeranie na kreatívne centrum, ktorým sa rozumie prevádzka ateliérov a showroomov. Druhým pohľadom je nazeranie na kultúrne centrum, pod ktorým sa rozumie prevádzka kultúrneho priestoru. Pri kreatívnom centre sa za najväčší zdroj príjmu považuje príjem z dlhodobého prenájmu ateliérov a showroomov. Vďaka tomuto príjmu je kreatívne centrum dlhodobo udržateľné a pokrýva všetky potrebné náklady, spojené s jeho činnosťou. Ak sa pozrieme na kultúrne centrum, tu sú najväčším zdrojom príjmu práve granty od súkromného sektora, ktoré tvoria približne 50% príjmu. Asi tretinu príjmu tvoria granty z FPU. Nižšie percento tvoria zdroje z verejného sektora (kraj, mesto, mestská časť) a z prenájmu kultúrnej sály.

V tabuľke č. 4 zaraďujeme do kategórie vlastné zdroje – príjmy z prenájmu priestorov a s tým spojené služby, iné výnosy (napr. charitatívna reklama, spolupráca na kultúrnych projektoch) a taktiež výnosy zo vstupného na kultúrne podujatia. Do príjmov od súkromného sektora, zaraďujeme dary rovnako od fyzických ako aj právnických osôb. Medzi verejné zdroje zaraďujeme granty od mesta, mestskej časti a z FPU.

Tabuľka č. 6 Zdroje príjmu Novej Cvernovky

	2017	2018	2019
Vlastné zdroje	329 900 €	592 806 €	699 231 €
Zdroje zo súkromného sektora	70 540 €	149 104 €	126 605 €
Verejné zdroje	22 670 €	35 280 €	53 639 €
Úvery/pôžičky	563 509 €	506 719 €	287 977 €
SPOLU	986 619 €	1 283 909 €	1 167 452 €

Zdroj: účtovné závierky Nadácie Cvernovka za roky 2017-2019, vlastné spracovanie

Pri pohľade na NC ako celok si všimneme, že jej financovanie je v súčasnosti do veľkej miery postavené na vlastných zdrojoch. Vlastné zdroje tvorili 60% celkových príjmov. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi tam vidíme nárast z 33% v roku 2017 a na 46% v roku 2018. Úvery a pôžičky tvorili 25% z celkových príjmov v roku 2019. Pri pohľade na predchádzajúce roky si môžeme všimnúť, že ide o podstatné zníženie tohto

podielu na celkových príjmoch, nakoľko v roku 2017 predstavovali úvery a pôžičky dokopy 57% príjmov. Nasledujú zdroje zo súkromného sektora, ktoré predstavujú 11% celkových príjmov. V predchádzajúcich rokoch sa zdroje zo súkromného sektora pohybovali od 7% do 12%. Najnižším zdrojom príjmov z celkových príjmov sú verejné zdroje, ktoré sa v roku 2019 pohybovali na 5%. Predstavuje to však nárast v porovnaní s rokmi 2017 a 2018, kedy verejné zdroje tvorili 2-3% z celkových príjmov. V budúcnosti sa dá očakávať, že vďaka vyššej podpore od FPU (od roku 2022 bude NC zaradená medzi „veľké“ kultúrne centrá = nárok na vyššiu podporu) budú prevládať verejné zdroje nad zdrojmi zo súkromného sektora. NC je posledné dva roky v účtovnom zisku, ale nebolo tomu tak vždy. Prvé roky boli totiž v účtovnej strate najmä kvôli rekonštrukcii.

4.2.6. Spolupráca s verejným sektorom a s inými kreatívnymi centrami

Verejný sektor – BSK sa podieľal na spolupráci s NC hneď od jej založenia v roku 2016 poskytnutím rozľahlých priestorov bývalej chemickej školy pre potreby centra. Nadácia Cvernovky požiadala o prenájom priestorov a zastupiteľstvo kraja do dvoch mesiacov od požiadania schválilo nadácií 25-ročný prenájom budovy za „zvýhodnených“ podmienok. Ide o cenu nižšiu ako by bol komerčný nájom, ale za rovnakú cenu by to verejný sektor prenajal aj inému subjektu, preto hovoríme o „zvýhodnenom“ nájme. Prenájom funguje systémom zápočtu investície, čo znamená, že sú povinný buď do budovy a areálu investovať alebo platiť nájom. Povinná investícia predstavuje maximálne 2,3 mil. €, alebo 120 tis. € ročne. BSK sa na vzniku NC už iným spôsobom nepodieľal. V rámci verejného sektora došlo ešte k finančnej podpore NC od bratislavskej mestskej časti – Nové Mesto vo výške 7 000 €.

Tabuľka č. 7 Finančná podpora Novej Cvernovky z verejných zdrojov

	2017	2018	2019
Fond na podporu umenia *	12 500 €	27 000 €	48 599 €
BSK	9 870 €	5 000 €	4 000 €
Mestská časť BA – Nové Mesto	500 €	3 320 €	- €
Hlavné mesto SR Bratislava	800 €		- €

*FPU má dve kategórie podpory. Kategóriu tzv. „malých“ kultúrnych centier a kategóriu „veľkých“ kultúrnych centier. Podmienkou presunu z kategórie „malých“ do kategórie „veľkých“ kultúrnych centier je 5 ročná existencia kultúrneho centra s vyššou finančnou podporou. NC je v súčasnej dobe zaradená medzi „malými“ kultúrnymi centrami.

Zdroj: účtovné závierky Nadácie Cvernovka za roky 2017-2019, vlastné spracovanie

V súčasnosti sa verejný sektor podieľa na činnosti NC, okrem poskytnutia priestorov na 25 rokov, cez finančné podpory najmä z Fondu na podporu umenia (ďalej FPU), BSK, hlavného mesta a mestskej časti v ktorej pôsobia.

NC spolupracuje na lokálnej, národnej aj medzinárodnej (európskej) úrovni s nezávislými kultúrnymi centrami. Na národnej úrovni sú od roku 2018 súčasťou siete Anténa. Dva roky sú členmi európskej siete nezávislých kultúrnych centier Trans Europe Halles (ďalej TEH) a tento rok organizujú aj pravidelný TEH meeting, čiže konferenciu o kreatívnom priemysle a kultúre, kde sa stretnú ľudia z celej Európy. Disponujú aj rôznymi ad-hoc spoluprácami na úrovni občianskych iniciatív alebo neziskových organizácií. Takisto sú súčasťou Hlasu občianskych organizácií, *„neformálnej platformy občianskych iniciatív a mimovládnych neziskových organizácií, ktorá sa chce aktívne podieľať na ochrane a rozvoji občianskej spoločnosti na Slovensku“*²⁸.

4.2.7. Pandémia Covid-19 a budúcnosť

Pandémia Covid-19 ovplyvnila poskytovanie vlastných služieb, tvorbu komunity a financovanie centra. V dôsledku pandémie došlo k obmedzeniu tvorby tzv. komunitného ducha, nakoľko všetky komunitné aktivity sa museli zrušiť, alebo organizovať cez online platformy. V rámci financovania centra nedošlo k výraznému prepadu, najmä kvôli možnosti fungovania ateliérov. Stúpol však počet neplatičov nájomov. Kultúrny program, prenájom kultúrnych priestorov a reštaurácia/kaviareň/bar samozrejme nefungovali, takže NC prišla o určitý príjem. Kvôli pandémie pristúpila NC k niekoľkým krokom, ako je požiadanie o odklad splátok istiny v oboch bankách, v ktorých majú úvery a zníženie plátov o 30%. V prípade ak pandémia nezasiahne do veľkej miery fungovanie ateliérov, tak sa aj napriek pandemií udržia.

V rámci pomoci od štátu v dôsledku pandémie sa uchádzali o podporu z MK SR, kde však kvôli limitovaniu kritériami nemôžu žiadať o plnú podporu. V čase interview, podpora ešte nebola pridelená. Využili dotácie na nájomne od Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky, čo bolo v prospech svojich nájomníkov. NC poskytla zľavu z nájomného svojim nájomníkom a v tej istej výške im poskytlo ministerstvo dotáciu. Nie ako nadácia, ale ako

²⁸Hlas občianskych organizácií.: *Naša misia*. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.platformahlas.sk/nasa-misia/>>

s.r.o. prevádzkujúca bar sa zapojili do výzvy cestovného ruchu od Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky. V oblasti zamestnanosti v zásade však nespĺňali skoro žiadne kritéria potrebné na pomoc z rôznych balíkov opatrení (Prvá pomoc a Prvá pomoc+).

Plány na rok 2021 sú okrem spomínaného programu štipendií, kreatívnych dielní aj realizovanie športovej infraštruktúry prostredníctvom grantu z mesta a revitalizácie verejného parku (Park de Palma). Do dvoch rokov by chceli uskutočniť veľkú rekonštrukciu budovy bývalého internátu, kde vzniknú tri funkcie. Pôjde o nájomné bývanie s komunitnými prvkami – cohousing, o modulárne priestory skôr zamerané na sociálne inovácie, o verejnú funkciu. V rámci verejnej funkcie hovoríme napr. o spojení materskej školy so seniorským domom. Celému areálu chcú dať koncept „urbánneho ekocentra“, čiže cez program pritiahnúť ľudí (hlavne mladých ľudí), ktorí budú vzdelávaní nie len v oblasti kultúry ale aj ekológie.

4.3. Tabačka Kulturfabrik

4.3.1. Prvé kultúrne centrá v Košiciach a vznik „starej“ Tabačky

Myšlienka vybudovať nezávislé kultúrne centrum skrsla Petrovi Radkoffovi v 90-tych rokoch, a preto v roku 1995 vzniklo Občianske združenie (ďalej OZ) Bona Fide, ktoré sa venovalo kultúre. Táto myšlienka však narazila na prekážku, ktorou boli priestory. Na Slovensku v tej dobe nebola viditeľná ani tendencia, ktorá by sa snažila uvoľniť priestor pre nezávislú kultúru a dalo by sa povedať, že tieto zodpovedajúce priestory chýbali. Viac ako 10 rokov preto museli byť trpezliví a čakať na príležitosť, ktorá by im dovolila založiť nezávislé kultúrne centrum. V roku 2005 sa im naskytla možnosť vybudovať prvé centrum v starom kultúrnom dome na periférii. Fungovalo pod názvom IC Culture Train od roku 2005 do roku 2008. S týmito priestormi v starom kultúrnom dome neboli až tak spokojní, nakoľko priestor mal svoje limity a bol na periférii.

V čase keď sa Košice uchádzali o titul Európskeho hlavného mesta kultúry (ďalej EHMK) na rok 2013 bol Peter Radkoff oslovený, aby viedol expertnú skupinu pre súčasné umenie a nezávislú kultúru. Nové nezávislé kultúrne centrum malo vzniknúť revitalizáciu opusteného vojenského objektu (kasárne s parkom) v centre mesta. Preto OZ v júni 2008 presunulo všetky svoje aktivity z bývalých priestorov do kasární. Kasárne bola obrovská výzva, bolo tam množstvo budov a obrovský areál. Mali veľké plány, avšak mesto ich

sklamalo. Po získaní titulu EHMK 2013 sa z nezávislého kultúrneho centra stalo kultúrne centrum priamo vedené a regulované mestskou samosprávou a vtedy dostalo OZ od mesta výpoveď a muselo v septembri 2008 opustiť priestory.²⁹ Po veľkých neúspechoch však stále zostali verní mestu Košice a intenzívne tu hľadali nové priestory, čo považujú za najväčšiu výzvu. Petrovi Radkoffovi veľmi záležalo na priestore, v ktorom by malo vzniknúť kreatívne centrum, nakoľko to pri kreatívnom centre hrá veľkú rolu. V roku 2009 sa dostali k opustenej továrni, pri ktorej vedeli, že ide o adekvátnu náhradu za kasárne.

Tabačka, ako ju ľudovo nazývali, bola tabaková továreň na výrobu cigár a fajkového tabaku. Fabrika bola zriadená v roku 1851 a jej výroba sa postupom rokov zvyšovala. Vybudovanie konkurenčných tabakových tovární spôsobilo v roku 1951 zánik Tabačky. Medzi rokmi 1951-1953 došlo k rekonštrukcii areálu a začalo tu pôsobiť Odborné učilište Aurela Stodolu. Priestory boli využívané učilišťom do roku 2007.³⁰

Do priestorov bývalej tabakovej továrne vdýchlo OZ Bona Fide život v roku 2009, kedy svojpomocne a na vlastné náklady z jednej z budov vytvorili alternatívny kultúrny priestor, ktorý nazývajú „stará“ Tabačka. V tomto malom, svojpomocne renovovanom priestore sa konal bohatý každodenný kultúrny program.

4.3.2. „Nová“ Tabačka Kulturfabrik

Záujem o „starú“ Tabačku najmä od mladých ľudí z Košíc bol natoľko veľký, že si to v roku 2012 všimol Košický samosprávny kraj (ďalej KSK) a schválil im dlhodobý nájom na túto budovu za účelom zriadenia kultúrneho a kreatívneho centra. Následne ešte KSK investoval spolu s OZ Bona Fide nemalé finančné prostriedky do rekonštrukcie budov. Vďaka tomu vznikla „nová“ Tabačka Kulturfabrik, ktorá otvorila svoje brány verejnosti v máji 2015 s využívanou plochou 2 500 m².

Tabačka Kulturfabrik (ďalej TK) je centrum umeleckej kreativity so sídlom v Košiciach. Zakladateľom kreatívneho centra je Peter Radkoff a jeho tím. Nachádza sa na Gorského ulici č. 2 v širšom centre Košíc. Jej cieľom je podporovať multikultúrnú spoločnosť, otvorený spôsob zmýšľania, experiment a kreativitu. Zámerom je budovať verejný priestor, ktorý je kultúrnym centrom pre všetkých a miestom zdieľania vedomostí,

²⁹Tabačka.: *OZ Bona Fide*. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/oz-bona-fide/>>

³⁰Tabačka.: *História areálu*. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/historia-arealu/>>

stretávania ľudí, spoločnej tvorby a realizácie nápadov. Venujú sa aj podpore iniciatív z rôznych oblastí kreatívneho priemyslu.³¹

4.3.3. Priestory a nájomcovia

V TK sa nachádza niekoľko multifunkčných verejných priestorov, ktoré sa dajú prispôbiť rôznym typom akcií a rôznym potrebám užívateľov. Súčasťou TK je aj galéria, kino a dvor. Pre mladých podnikateľov je tu možnosť pracovať v HUBa co-workingu, alebo si môžu prenajať 13 samostatných kancelárií. V súčasnosti je spomínaných 13 samostatných kancelárií ale plne obsadených. V priestoroch bývalej továrne je k dispozícii niekoľko ateliérov, ktoré však nespádajú pod TK. Tieto ateliéry je možné si prenajať priamo od KSK, za rovnakú cenu na m², akú odvádza TK za svoje priestory.

Prenájom vlastných kancelárií pre organizácie sa pohybuje približne na rovnakej úrovni za m², ako platí nájom TK kraju. Takže približne 10 € na m² a niečo navyše napr. za upratovanie spoločných priestorov. Nebolo to vždy tak, nakoľko prvé dva roky nájomcom účtovali za prenájom celej kancelárie napr. 40 € za mesiac, to sa odrazilo na neschopnosti platiť vlastné výdavky. Prenájom priestorov na rôzne podujatia sa pohybuje v troch kategóriách cien. Prvou je komerčná cena napr. pre firmu, ktorá si prenajme viac priestorov naraz. Ďalšou cenou je bežná cena napr. pre neziskové organizácie, dá sa povedať, že ide o komunitnú cenu. Posledná cena, je cena naozaj nízka, určená pre akcie, ktoré chce TK podporiť.

Zaradenie ateliérov a prevádzok na základe klasifikácie DCMS z roku 2015 (stav k 16.3.2021):

Dizajn: produktový, grafický, módný dizajn

- T-N-G štúdio

IT, softvér a počítačové služby

- Matsuko

Film, TV, video, rádio a fotografia

- Kino Tabačka

Múzeá, galérie a knižnice

- Galéria Tabačka/White Box

³¹Tabačka.: *Pribeh Tabačky*. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/>>

Hudba, scénické a vizuálne umenie

- Orgon Studio
- MusicLab
- Night Fabrik
- Showmedia Studio a DJ Center

Priestor pre kultúrny program

- Veľká sála
- Fabrik Space
- Black Box
- Mid Box

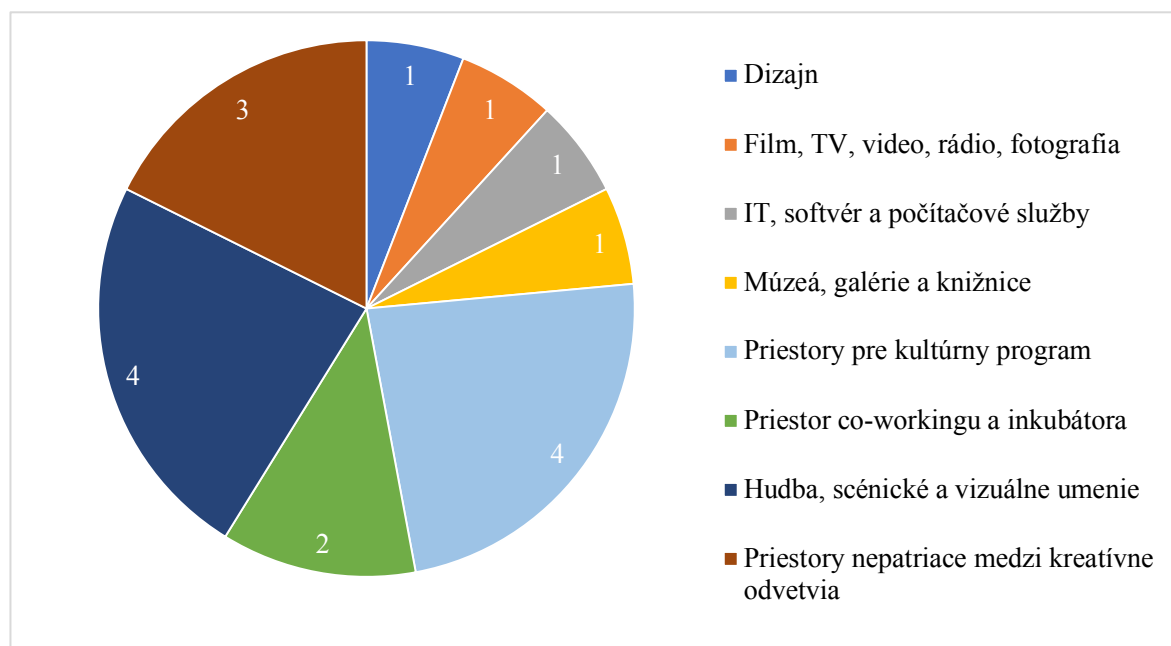
Priestor co-workingu a inkubátora

- HUBa coworking
- Tabačka kreatívny inkubátor

Priestory nepatriace medzi kreatívne odvetvia

- *Bistro Tabačka* je bistro poskytujúce reštauračný servis.
- *Hostel Tabačka* je ubytovanie a na designovaním izieb sa podieľali mladí, ale aj renomovaná lokálni umelci, architekti, výtvarníci a dizajnéri.
- *Lovely Food* je obchodík malej firmy, ktorá vyrába napr. džemy, sirupy, zaváraniny.³²

Graf č. 2: Rozdelenie ateliérov a prevádzok Tabačky Kulturfabrik na základe klasifikácie DCMS z roku 2015



Zdroj: vlastné spracovanie

³²Tabačka.: *Služby*. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/sluzby/>>

S väčším priestorom sa výrazne rozšírili aj programové možnosti. TK sa stala miestom na prezentáciu a produkciu rôznych žánrov súčasného umenia. Od koncertov, divadelných predstavení, cez súčasné tanečné umenie, nový cirkus, výstavy, multikultúrne podujatia, interaktívne inštalácie až po workshopy, prednášky a množstvo komunitných aktivít.³³ V priestoroch, ktoré slúžia na rôzne podujatia prevládajú akcie organizované inými subjektami. Kmeňové akcie tvoja približne 25-30% z celkového objemu zorganizovaných podujatí. V roku 2019 sa v TK uskutočnilo 1 050 podujatí, ktoré navštívilo vyše 40 000 divákov. Častokrát spadali na deň aj tri akcie. Konkrétne TK zastrešovala 52 hudobných podujatí, 52 podujatí elektronickej hudby, 12 divadelných predstavení, 5 workshopov, 2 umelecké rezidencie, 4 podujatia zamerané na literatúru, 7 programov v rámci Platformy kultúra/umenie a technológia, 45 diskusií a prednášok, 5 výstav, 90 komunitných umeleckých programov a jedno podujatie k výročiu 17. novembra. Oproti rokom 2017 a 2018 sa počet celkovo organizovaných akcií zvýšil z 1 020 akcií na 1 050. Akcie zastrešované TK v roku 2019 predstavovali 26% z celkového počtu akcií.

Nájomcovia TK sú organizácie pôsobiace v kreatívnom priemysle. Nejedná sa teda o jednotlivcov alebo individuálnych kreatívov. V súčasnosti TK združuje približne 40-50 ľudí. Podľa pohlavia to je takmer presne 50% žien a 50% mužov. Je tam veľká rôznorodosť odvetví ako napr. architekti, dizajnéri, ľudia venujúci sa elektrickej hudbe. Dá sa povedať, že sa to každých cca 5 rokov mení, keďže fungujú skoro ako inkubátor. Ide o to aby ľudia, ktorí niečo organizujú boli na jednom mieste, vznikala tam synergia a určitá podpora od centra a následne sa organizácie osamostatnili a nahradili ich iné. Podľa veku ide skôr o mladších ľudí napr. vo veku od 20-35 rokov. Minimálne percento tvoria starší ľudia.

4.3.4. Služby

Niektoré služby poskytuje TK sama a niektoré sú poskytované cez svojich nájomcov, ale v rámci priestorov tohto kultúrneho a kreatívneho centra.

³³Tabačka.: *Pribeh Tabačky*. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/>>

Tabuľka č. 8 *Služby poskytované Tabačkou Kulturfabrik*

Služba	Poskytuje/neposkytuje	Popis
inkubácia/podpora podnikania	poskytuje	-
koučovanie/mentorstvo/konzultácie	poskytuje	hlavne cez co-working
finančná podpora/programy nájomníkom	poskytuje *	cez symbolický poplatok/nájom
výmena znalosti	poskytuje	-
reštaurácia/kaviareň/bar	poskytuje	-
kníhkupectvo/knižnica	neposkytuje	v rámci detského kútika sa nachádza polica s knihami
príležitosti na spoluprácu v rámci kreatívneho centra (komunitné aktivity, stretnutia, raňajky)	poskytuje	-
prístup k strojom/technike/zariadeniam	poskytuje **	cez rezidenčný program
vlastná dramaturgia	poskytuje	pri kultúrnych podujatiach
ubytovanie	poskytuje	-

*Niekedy poskytovali priestory, techniku, personál zadarmo. Teraz si vypýtajú symbolický poplatok/nájom.

**Majú rezidenčný program, do ktorého sa vedľa zapojiť umelci mimo TK a dostanú v rámci toho všetko cez techniku, personál a podobne. Na zapojenie do rezidenčného programu je potrebné splniť ale aj niekoľko podmienok, ako napr. žiadateľ musí mať grant na projekt, ktorý chce uskutočniť.

**Plánujú projekt Tablab, ktorý spočíva vo vytvorení štúdií (štúdio zamerané na 3D a virtuálnu realitu, zvukové štúdio, audiovizuálne štúdio), kde si budete môcť zakúpiť členstvo a toto štúdio využívať.

Zdroj: vlastné spracovanie

TK poskytuje aj službu kurátorstvo, ktorú vykonávajú cez manažérsky tím. Manažment centra sa skladá z umeleckého riaditeľa – Petra Radkoffa, generálnej manažérky, ôsmich dramaturgov, dvoch ľudí zaoberajúcich sa produkciou a technickou podporou a troch ľudí tvoriacich tzv. promo tím. Manažéri centra zabezpečujú služby spojené s prevádzkou priestorov od zabezpečenie elektriny cez sociálne zariadenia. Dôležitosť manažmentu vidí zakladateľ aj pri obsadzovaní voľných ateliérov, kde od roku má manažérsky tím vypracovanú postupnosť určitých krokov. Od záujemcov vyžadujú životopis a motivačný list, aby zakladatelia vedeli aký majú zámer a prečo tu chcú pôsobiť. Následné uskutočnia osobné pohovory. Potom si z daných možností vyberú najvhodnejšiu organizáciu, ktorý sa hodí do daného systému TK. Dôležité je aby ako celok boli obsadené kancelárie vyvážené, aby tam boli reprezentované viaceré oblasti. Nakoľko majú priestorov málo (len 13) berú celý tento výber nájomníkov veľmi zodpovedne. Manažment sa v neposlednom rade snaží o naplnenie funkcie tzv. komunitného ducha cez usporadúvanie rôznych komunitných akcií, stretnutí a ďalších aktivít.

4.3.5. Financovanie

Pri vzniku TK figurovali viaceré finančné zdroje. Počiatočný kapitál na vznik kreatívneho centra v tomto novom priestore a jeho rekonštrukciu, okrem verejných zdrojov (viac vid'. 4.3.6.), získali napr. od ľudí prostredníctvom rôznych crowdfundingových zbierok a dofinancovali ho vlastnými zdrojmi. Značnú časť počiatočnej investície realizovali formou tretích strán, cez rezidenčných partnerov, ktorí zariaďovali vlastné priestory vybavením a technikou. TK mala dostatok zdrojov potrebných na počiatočnú investíciu a tak nemusela žiadať o úver v banke.

V tabuľke č. 8 zaraďujeme do kategórie vlastné príjmy – príjmy z prenájmu priestorov a s tým spojené služby a výnosy zo vstupného na kultúrne podujatia. Do príjmov zo súkromného sektora zaraďujeme dary rovnako od fyzických ako aj od právnických osôb, ako napr. od Nadácie Orange a iné menšie finančné podpory. Medzi domáce verejné zdroje patria granty od mesta a z FPU. TK disponuje aj zahraničnými verejnými zdrojmi z grantov EHP a Nórska, a financiami od Visegrad Fund.

Tabuľka č. 9 Zdroje príjmu Tabačky Kulturfabrik

	2017	2018	2019 *
Vlastné zdroje	655 140,32 €	877 052,98 €	-
Zdroje zo súkromného sektora	13 187,12 €	14 000,00 €	-
Domáce verejné zdroje	202 569,95 €	242 900,00 €	-
Zahraničné verejné zdroje	147 062,71 €	1 500,00 €	-
SPOLU	1 017 960,10 €	1 135 452,98 €	-

* Za rok 2019 neboli poskytnuté potrebné údaje.

Zdroj: výročné správy Tabačky Kulturfabrik za roky 2017-2019, vlastné spracovanie

Pri pohľade na financovanie TK ako celku si všimneme, že je do veľkej miery postavené na vlastných zdrojoch. Vlastné zdroje v roku 2017 predstavovali 64%, a v roku 2018 dokonca až 77% zo všetkých príjmov. Druhou najväčšou skupinou sú domáce verejné zdroje, ktoré tvorili 20-21% z celkových príjmov. V roku 2017 predstavovali zahraničné verejné zdroje 14% a v roku 2018 už len 0,1% z celkových príjmov. Zdroje zo súkromného sektora predstavujú v oboch rokoch približne 1,2%. TK za celé sledované obdobie nečerpala žiadne finančné prostriedky z úverov alebo pôžičiek.

4.3.6. Spolupráca s verejným sektorom a s inými kreatívnymi centrami

Na vzniku a založení TK sa podieľal verejný sektor v oblasti poskytnutia priestorov, nakoľko celá budova bývalej tabakovej továrne je vo vlastníctve KSK. Poslanci KSK schválili OZ v apríli 10-ročný prenájom budovy so „zvýhodnenými“ podmienkami za účelom zriadenia kultúrneho a kreatívneho centra. Za „zvýhodnenú“ podmienku sa považuje prenájom budovy za 10 € na m². Ide o cenu nižšiu ako by bol komerčný nájom, preto hovoríme o „zvýhodnenom“ nájme, ale za rovnakú cenu KSK prenajíma priestory bývalej továrne aj iným subjektom. Pre predstavu je to 10 000 € mesačne za priestory. KSK sa rozhodol nie len pre podporu rozvoja kreatívnej ekonomiky v regióne, ale aj pre investíciu do obnovy svojho majetku. Preto sa s OZ dohodli, že urobia spoločne rozsiahlu rekonštrukciu a modernizáciu tohto chátrajúceho priemyselného areálu. KSK dal do tejto rekonštrukcie okolo 500 000 € a holé steny odovzdalo OZ. To vložilo do tohto projektu ďalších 350 000 € (z toho napr. crowdfunding – 15 000 €, investície tretích strán – rezidenčných partnerov ako napr. hostel, bistro) čom bolo zahrnuté zariadenie a vybavenie celého priestoru, doplnenie funkcie, nájdenie zmyslu, použitie vlastného know-how. Táto spolupráca na začiatku fungovala veľmi dobre.

V súčasnosti dostávajú pravidelne od mesta grant pre nezriaďované kultúrne inštitúcie. Prvé roky sa výška grantu pohybovala do výšky 50 000 € a teraz je to do výšky 15 000 €, čo je pre tak veľké kreatívne centrum nepostačujúce. Od KSK, s ktorým dá sa povedať partnersky založili TK, nedostávajú okrem priestorov za „zvýhodnený“ prenájom žiadnu finančnú podporu. TK sa vo všeobecnosti výrazne angažuje v spolupráci s krajskou aj mestskou samosprávou. Podieľajú sa na príprave Krajského kreatívneho centra, ktoré má vzniknúť v rovnakom dvore. Zúčastňujú sa aj na tvorbe systému grantovej podpory KSK pre kultúrne podujatia a organizácie. Pomoc z verejného sektora sa prejavuje aj v podobe finančnej podpory z FPU.

Tabuľka č. 10 Finančná podpora Tabačky Kulturfabrik z verejných zdrojov

	2017	2018	2019 *
Fond na podporu umenia	151 363,07 €	215 000,00 €	-
Mesto Košice	51 206,88 €	26 000,00 €	-

*Za rok 2019 neboli poskytnuté potrebné údaje.

Zdroj: výročné správy Tabačky Kulturfabrik za roky 2017-2018, vlastné spracovanie

TK spolupracuje na lokálnej, národnej aj medzinárodnej (európskej) úrovni s nezávislými kultúrnymi centrami. Na medzinárodnej (európskej) úrovni je od roku 2007 členom európskej siete nezávislých kultúrnych centier TEH. Spolupracujú s českou sieťou Nová síť, ktorá je „*otvorenou kultúrnou organizáciou, ktorá podporuje živé umenie a spoluprácu v kultúre*“³⁴. Chodia tam na „malú inventúru“, čo je vlastne prehliadka českej tvorby a funguje to zároveň ako konferencia. Na národnej úrovni je od roku 2008 členom siete Anténa. S členmi Antény, spolupracujú aj samostatne mimo siete. K prirodzenej spolupráce dochádza s Baštou v Bardejove, s Wave v Prešove nakoľko sú blízko seba. Priamo v Košiciach spolupracujú s Creative Industry. Majú aj rôzne iné menšie spolupráce napr. s umelcami.

4.3.7. Pandémia Covid-19 a budúcnosť

Pri prvej vlne pandémie sa dá povedať, že hasili situáciu. Bolo potrebné operatívne riešiť vzniknuté problémy. Covid-19 ovplyvnil financovanie centra, poskytovanie vlastných služieb a tvorbu komunity. V dôsledku pandémie došlo k obmedzeniu tvorby tzv. komunitného ducha, nakoľko všetky komunitné aktivity museli byť zrušené a organizované online. Došlo k výraznému finančnému prepadu TK, najmä kvôli závislosti príjmov na kultúrnom programe. Snažili sa o rýchlu reakciu, aby sa nedostali do konkurzu. Rovnako nefungovalo ani ubytovanie a gastro prevádzky. Niekoľko ľudí odišlo, hlavne z oblasti gastru, s čím sa bude TK musieť po otvorení popasovať. Taktiež sa im uvoľnila jedna kancelária v dôsledku nemožnosti nájomcu platiť nájom. Prišli letné mesiace, prišlo uvoľňovanie a TK musela flexibilne reagovať na situáciu a hľadať nový zmysel, nové možnosti ako je rekonštrukcia, oprava. Pustili sa do rekonštrukcie Fabricafe, čo je prvý priestor, v ktorom sa začala písať história dnešnej Tabačky. Tento priestor bol počas veľkej rekonštrukcie vynechaný a teraz si zaslúži renovovať. Premenuje sa na Fabrik Space a stane sa z neho priestor na podporu a rozvoj komunit, rozvoj občianskej participácie. Druhá vlna pandémie už nespôsobila taký šok a keďže im končil trojročný grant od FPU mali veľa času sa zamýšľať nad novou víziou na grant.

V rámci pomoci od štátu v dôsledku pandémie sa uchádzali o najvyššiu možnú podporu z MK SR. Ani táto najvyššia možná podpora nepokryje celú stratu

³⁴ Nová síť.: *O Nové síti*. [cit. 2021-17-03]. Dostupné na internete: <<http://www.novasit.cz/nova-sit>>

spôsobenú pandémiou Covid-19. Podpora v čase poskytnutia interview ešte nebola pridelená. Zo strany KSK im bol odpustený nájom do výšky 50%.

Plán na tento rok je dokončiť rekonštrukciu a sprístupniť Fabrik Space. Ďalšími plánmi na nasledujúce roky sú okrem spomínaného Tablabu aj myšlienka vzniku sociálneho podniku. Posúvať TK smerom sociálneho inovačného kreatívneho labu, teda laboratória pre nové kreatívne inovačné nápady. Aktívne sa podieľajú na rozvoji mesta Košice, a konkrétne na vzniku novej kreatívnej štvrte so živým námestím. Rovnako uvažujú nad zelenými strechami na budove bývalej tabakovej továrni. Novú kreatívnu štvrť je možné si predstaviť ako „kreatívny Aupark“. Na jednej strane hlavnej ulice je námestie s nákupným centrom Aupark ako komerčný priestor a na strane druhej bude živé námestie s „kreatívnym Auparkom“. ³⁵ Ploché strechy TK chcú využiť a prerobiť na zelené strechy. Zelené strechu budú zároveň slúžiť aj ako komunitné záhrady a na niektorých miestach sa budú nachádzať mestské včely. Plánujú rovnako vytvoriť energetický ekosystém s alternatívnymi zdrojmi energie a zbierať dažďovú vodu.

Ilustrácia č. 2 Zelené strechy Tabačky Kulturfabrik



Zdroj: Tabacka Kulturfabrik.: *Výročná správa Tabacka Kulturfabrik 2017*. 2017. [cit. 2020-31-11].
Dostupné na internete: <https://public.tabacka.sk/wp-content/uploads/2019/01/tbck_Vyrocnasprava_2017_web.pdf>

³⁵Tabacka Kulturfabrik.: *Na konci košickej Hlavnej má vzniknúť nová mestská štvrť*. [cit. 2021-16-03].
Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/aktuality/nezaradene/na-konci-košickej-hlavnej-ma-vzniknut-nova-mestska-stvrt/>>

5. Diskusia

Literatúry o kreatívnych centrách je pomerne málo, aj napriek tomu, že v súčasnosti je tento pojem často používaný najmä v politických kruhoch. Kreatívne centrum ako pojem nemá jednotné vymedzenie a dá sa na jeho definovanie nazerať cez dve vetvy konceptov, ktoré definoval Virani a Malem (2015). Prvá vetva sa zaoberá prístupmi, ktoré stotožňujú kreatívne centrá s klastrami a považujú ich za synonymum. Naopak, druhá vetva konceptov tieto pojmy značne rozlišuje a zameriava sa predovšetkým na vymedzenie kreatívnych centier cez poskytované služby. V našej práci sme na kreatívne centrum nazerali práve cez tento pohľad.

Preto chápeme kreatívne centrum ako miesto vo fyzickej alebo virtuálnej podobe spájajúce podnikateľov pracujúcich v kultúrnom a kreatívnom priemysle. Ide najmä o poskytnutie priestorov, pomoci pri rozvoji podnikania a podpory pri vytváraní sietí a kontaktov. Vo veľkých mestách sa sústreďí veľa a rôznych typov takýchto priestorov, aby sa pokrylo čo najširšie spektrum potrieb všetkých občanov. Potvrdilo sa to aj v našom mapovaní, pri ktorom sme sa zamerali na nezávislé kultúrne a kreatívne centrá a doplnili sme ich fungujúcimi co-workingami a fab-labmi. V Bratislave sa nachádzajú 4 kultúrne centrá: KC Dunaj, Nova Cvernovka, A4, Nomantinel. Rovnako sa tu nachádza 19 co-workingov a 4 fab-laby. V Košiciach sa nachádzajú tiež 4 kultúrne centrá: Tabačka Kulturfabrik, Na Peróne, Kino Úsmev, Creative Infusty. Taktiež sa tu nachádza 7 co-workingov.

V našej diplomovej práci sme sa zaoberali dvomi kreatívnymi centrami a ich fungovaním na Slovensku. Preskúmali sme oblasti ako sú vznik a lokalita, priestory, služby, nájomcovia, spolupráca s verejným sektorom a inými kreatívnymi centrami alebo organizáciami, financovanie, a plány do budúcnosti. Na základe preštudovanej zahraničnej a domácej literatúry, výskumov a štúdií sme dospeli k nasledovným záverom.

Pri kreatívnom centre je veľmi dôležité, kde sa lokalizuje. Z mnohých štúdií vyplýva, že kreatívne centrá sa väčšinou lokalizujú vo veľkých mestách, v industriálnych budovách ktoré sa vďaka revitalizácií začlenia do moderného konceptu mesta. Nová Cvernovka (ďalej NC) sídli na západnom Slovensku v hlavnom a najväčšom meste Slovenska – v Bratislave. Tabačka Kulturfabrik (ďalej TK) sídli na východnom Slovensku v metropole východu – v meste Košice. Obe kreatívne centrá vznikli v mestách, ktoré spadajú do veľkostnej kategórie nad 100 000 obyvateľov. Ide o jediné mesta Slovenska, ktoré tvoria centrum metropolitných regiónov Bratislavy a Košíc. Poloha v rámci mesta zohráva, podľa výpovedi

zakladateľov, v súčasnej dobe veľkú úlohu. Kým TK leží v centre mesta a predstavuje to veľké pozitívum, tak naopak NC sa nachádza mimo centra mesta a znamená to pre zakladateľov určité negatívum (najmä oproti predchádzajúcej polohe „starej“ Cvernovky v širšom centre mesta). Cvernovka a Tabačka boli v minulosti továrne, ktoré ostali opustené a ich priestory chátrali. Obe kreatívne centrá sa teda v súčasnosti nachádzajú v industriálnych priestoroch, ktoré boli revitalizované. Práve v takýchto priestoroch sa nachádza množstvo kreatívnych centier po svete. Nakoľko po revitalizácii sa budova začlení do moderného konceptu mesta.

Pre NC bola bývala továreň prvým priestorom, kde sa začala vytvárať komunita umelcov a začiatky kultúrno-kreatívneho centra. Následne v roku 2016 boli nútení priestory opustiť a nasťahovať sa do bývalej chemickej školy, kde vybudovali oficiálne kreatívne centrum, fungujúce dodnes. NC je teda nezávislé kultúrno-kreatívne centrum vytvorené zdola, veľmi prirodzene prostredníctvom komunity. Naopak, pre zakladateľov TK je bývala továreň až tretím miestom, kde sa kreatívne centrum usídlilo. Predtým sídlilo v kasárňach a starom kultúrnom dome. Kultúrne centrum v Košiciach – ako inštitúcia/organizácia vzniklo už v roku 2005, pod názvom TK a na tomto mieste funguje od roku 2015. Ide rovnako o nezávislé kultúrno-kreatívne centrum vytvorené zdola, ktoré však vzniklo z potreby zakladateľa vyplniť „medzeru na trhu“. Vybrané centrá sú zastrešované organizáciami spadajúcimi medzi tretí/neziskový sektor. Nadácia Cvernovka je zakladateľom NC a TK spadá pod Tabačku Kulturfabrik, n.o. – nezisková organizácia. Zistili sme, že obe centrá sú založené neziskovými organizáciami, aj keď v zahraničí sa stretávame častokrát aj kreatívnymi centrami, ktoré sú založené ziskovou organizáciou.

Kreatívne centrum je budova veľkého rozsahu, ktorá môže obsahovať ďalšie jednotky ako napr. kaviareň, bistro, bar, výstavne priestory, obchody. (Matheson, Easson 2015) Oba kreatívne centrá vo svojej rozsiahlej budove disponujú priestorom pre kultúrny program, co-workingom, bistrom, obchodmi, dvorom s verejným parkom. TK má navyše oproti NC inkubátor, hostel, kino a detský kútik. Naopak NC má navyše samostatný bar, cukrárenskú výrobu a predaj, verejnú knižnicu, komunitnú záhradu a detské ihrisko. NC má viac ako 70 ateliérov, ktoré si prenajímajú jednotlivci, pričom TK má len 13 samostatných kancelárií, ktoré si prenajímajú organizácie. Ateliéry sa síce v budove Tabačky nachádzajú, ale nie sú súčasťou kreatívneho centra, nakoľko ich prenajíma samotný KSK. Obsadenosť priestorov v oboch kreatívnych centrách je relatívne vysoká, od 90-100%. Prenájom priestoru v NC sa pohybuje v priemere na úrovni 6,8 € na m² + energie a TK prenajíma samostatné kancelárie za 10 € na m² so všetkým.

Podľa klasifikácie DCMS z roku 2015, sme zistili, že v NC je najpočetnejšou skupinou práve „film, TV, rádio a fotografia“, nasleduje „dizajn“ a „hudba, scénické a vizuálne umenie“. Pre TK je najpočetnejšou skupinou „dizajn“, potom „film, TV, rádio a fotografia“. NC má jeden priestor slúžiaci na kultúrny program (ročne tam organizujú približne 80 podujatí), ktorý je plno využívaný a najväčšiu časť z programu tvoria „kmeňové“ akcie. TK má štyri priestory pre kultúrny program, v ktorých robia ročne až okolo 1 000 až 1 100 podujatí, ale len 25-30% akcií je „kmeňových“. Čo sa týka špecifikácie nájomcov, prevládajú najmä mladí ľudia vo vekovej kategórii 20-35 rokov a pri rozdelení podľa pohlavia to je približne 50 na 50. Ide o multidvetvové zameranie kreatívnych centier, nakoľko v nich pôsobia nájomcovia z rôznorodých kultúrnych kreatívnych odvetví. Väčšina kultúrnych centier po svete je multidvetvových, nakoľko dokážu zastrešiť ľudí z rôznych oblastí, medzi ktorými môže vzniknúť synergia a určitá spolupráca.

Kreatívne centrá poskytujú služby, ktoré sú dôležité pre mikropodniky, ale aj pre malé a stredné podniky v kreatívnom sektore. Práve prostredníctvom služieb sa ich snažia podporiť a pomôcť im s ich rastom, rozvojom alebo udrzaním sa. Služby rozdeľujeme na tzv. tvrdé a mäkké služby. (Virani, Malem 2015). Obe kreatívne centrá poskytujú nasledujúce tzv. tvrdé služby: reštaurácia/ kaviareň/ bar, co-working, ubytovanie, prístup k strojom/ technike/ zariadeniam (TK cez svoj rezidenčný program, NC v rámci komunitnej dielne) a vlastnú dramaturgiu, ktorú si môže organizátor kultúrneho programu zaplatiť k cene prenájmu. NC navyše oproti TK disponuje službou kníhkupectvo/knižnica. Z tzv. mäkkých služieb vybrané kreatívne centrá poskytujú inkubáciu/podporu podnikania (v prípade TK vieme povedať, že organizácie pôsobiace v tomto centre sa približne každých 5 rokov vymenia), koučovanie/ mentorstvo/ konzultácie, výmenu znalostí, príležitosti na spoluprácu v rámci kreatívneho centra (napr. komunitné aktivity, stretnutia). TK navyše oproti NC disponuje službou finančnej podpory/ programov nájomníkom (cez symbolický poplatok/nájom). Centrá vo svete sa rovnako ako naše skúmané centrá orientujú aj na poskytovanie tzv. mäkkých ale aj tzv. tvrdých služieb.

Obe centrá ešte poskytujú dôležitú tzv. mäkkú službu, a to kurátorstvo, ktorú vykonávajú cez manažérsky tím (pri NC ho tvorí 10 ľudí, pri TK je to 15 ľudí). Okrem zabezpečovania služieb spojených s prevádzkou priestorov, tvorby „komunitného ducha“ manažment zastáva významnú funkciu pri výbere nových nájomníkov, kde majú obe centrá určitú postupnosť krokov. NC sa chystá v blízkej dobe rozbehnúť program štipendií, o ktoré sa budú môcť uchádzať umelci z centra, a taktiež chcú zriadiť kreatívne dielne, ktoré budú zamerané na rôzne smery. TK plánuje poskytovať službu v podobe Tablabu. Ide

o vytvorenie troch štúdií (štúdio zameraných na 3D a virtuálnu realitu, zvukové štúdio, audiovizuálne štúdio), ktoré po zaplatení členstva bude môcť využívať široká verejnosť. Dôležité je aby centrá svoje služby rozvíjali, rovnako ako nami vybrané centrá, nakoľko to môže prilákať nových ľudí, ale aj prispieť napr. k rozvoju mesta, k udržateľnejšiemu fungovaniu centra.

V súčasnej ekonomickej situácii sa manažéri kreatívnych centier čoraz viac usilujú o diverzifikáciu zdrojov príjmov. Sú financované z vlastných zdrojov, zdrojov zo súkromného sektora a verejných zdrojov. Dôvodom je vybudovať kreatívne centrum, ktoré je dlhodobo udržateľné (Matheson, Easson 2015). Diverzifikáciu príjmov majú aj obe vybrané kreatívne centrá, ktoré disponujú vlastnými zdrojmi, zdrojmi zo súkromného sektora, domácimi verejnými zdrojmi a v prípade TK aj zahraničnými verejnými zdrojmi. Počiatočný kapitál NC na vybudovanie kreatívneho centra pochádzal z crowdfundingových zbierok, od partnerov zo súkromného sektora, z úverov/pôžičiek. TK vybudovala kreatívne centrum za pomoci verejných zdrojov, vlastných zdrojov (z predchádzajúcej činnosti centra), crowdfundingových zbierok. V oboch centrách sa na revitalizácii podieľali aj samotní nájomníci.

Obe kreatívne centrá sú v súčasnosti do veľkej miery financované z vlastných zdrojov. Vlastné zdroje v sledovanom období (2016-2019) tvorili v prípade NC od 33% do 60% - rastúca tendencia, a v prípade TK to bolo od 64% až do 77% - rastúca tendencia. Rozdiel medzi centrami nastáva pri ďalších zdrojoch príjmu v ich podieloch. Pri NC druhé najväčšie percento zdrojov príjmu predstavujú úvery/pôžičky, ktoré v prvom sledovanom roku tvorili až 57%, no následne to pokleslo na 25% - klesajúca tendencia. Nasledujú zdroje zo súkromného sektora, ktoré sa pohybovali na úrovni 7-12%. A najmenšie percento predstavovali domáce verejné zdroje, a to 2-5%. Pri TK druhý najväčší podiel z celkových príjmov predstavovali domáce verejné zdroje, a to 20-21%. Ďalšiu skupinu tvoria zahraničné verejné zdroje (Visegrad Fund, Granty EHP a Nórska), ktoré v roku 2017 predstavovali až 14%, ale v roku 2018 už len 0,1% - klesajúca tendencia. Zdroje zo súkromného sektora predstavujú približne 1,2%. Pri financovaní týchto centier vidíme, že existujú značné rozdiely v jednotlivých podieloch zdrojov príjmu. Z pohľadu stability centra, je dôležité byť čo najmenej závislý na iných zdrojoch a prevládať by mali vlastné zdroje. Obe centrá to dodržiavajú a ich príjmy sú diverzifikované.

Dôležitosť potreby podporovať kreatívne centrá verejným sektorom spočíva najmä v ich pridanej hodnote. Prispievajú napr. k zvýšeniu zamestnanosti, k rozvoju potenciálu ľudí, často produkujú výstupy, ktoré predstavujú významné vstupy do inovačného procesu

iných sektorov a v neposlednom rade, je náročné kopírovať výstupy tohto sektora napr. inými krajinami. (Balog, 2014) Obe kreatívne centrá sídlia v budovách, ktoré sú celé vo vlastníctve samosprávnych krajov, či je to Bratislavský samosprávny kraj (ďalej BSK) v prípade NC, alebo Košický samosprávny kraj (ďalej KSK) pri TK. Kreatívne centrá zhodnotili, že vlastníctvo budovy krajom pre nich predstavuje veľké pozitívum, nakoľko majú budovu prenajatú za nižšiu cenu ako by bol komerčný nájom. Zároveň to považujú za stabilnejšiu alternatívu, nakoľko TK má nájomnú zmluvu s KSK na 10 rokov a NC s BSK na 25 rokov. Rozdiel medzi dvomi vybranými kreatívnymi centrami spočíva v revitalizácii budovy. NC je povinná do budovy a areálu investovať (povinná investícia predstavuje maximálne 120 tis. € ročne- celkovo 2,3 mil. €), alebo platiť nájom. KSK spoločne s TK revitalizovali budovu centra, pričom investícia KSK predstavovala 500 tis. € a zakladatelia TK investovali ďalších 350 tis. €. V súčasnosti nemajú stanovenú povinnú investíciu a kraju platia mesačne nájom.

Ďalším rozmerom spolupráce s verejným sektorom je poskytovanie grantov. Najväčšia podpora z verejných zdrojov im plynie z Fondu na podporu umenia (ďalej FPU). TK sa zaraďuje podľa podmienok FPU do kategórie „veľkých“ kultúrnych centier a NC do kategórie „malých“ kultúrnych centier. Podmienkou presunu z kategórie „malých“ do kategórie „veľkých“ kultúrnych centier je 5 ročná existencia centra. Rozdiel vo finančnej podpore medzi týmito kategóriami je približne 100-150 tis. €. NC je ďalej podporovaná BSK, mestskou časťou Nové Mesto a mestom Bratislava. TK okrem podpory z FPU plynie podpora len od mesta Košice. Verejný sektor sa podieľa na fungovaní oboch centier, čo je predpokladom väčšej stability centier.

Obe vybrané kreatívne centrá sú súčasťou slovenskej siete nezávislých kultúrnych centier Anténa, ktorá ich zastupuje v komunikácii s orgánmi štátnej správy a samosprávy, prispieva k vytvoreniu profesionálnych podmienok pre fungovanie, iniciuje spoluprácu medzi centrami, výmenu skúsenosti a tvorbu spoločných projektov. Rovnako sú súčasťou európskej siete nezávislých kultúrnych centier Trans Europe Halles, ktorá sa snaží kreatívne centrá navzájom spájať, podporovať a starať sa o postavenie kultúrneho a kreatívneho sektora v Európe. Vybrané kreatívne centrá disponujú aj rôznymi ad-hoc spolupracami. Spolupráce medzi centrami prispieva k ich rozvoju, výmene znalostí, inšpirovaniu sa poskytovanými službami a môže pomôcť k riešeniu prípadných problémov.

Do súčasných aktivít oboch centier výrazne zasiahla pandémia Covid-19. V oboch prípadoch ostali zatvorené reštaurácie, bary a nekonali sa takmer žiadny kultúrny program. Predstavovalo to obrovskú stratu príjmu najmä pre TK, ktorej príjmy sú založené najmä na

príjmoch z kultúrneho programu, nakoľko na dlhodobý prenájom má len 13 priestorov. V rámci fungovania NC nedošlo k výraznému finančnému prepadu, najmä kvôli možnosti fungovania ateliérov, ktoré tvoria veľkú časť ich celkových príjmov. V dôsledku pandémie došlo taktiež k obmedzeniu tvorby tzv. komunitného ducha, nakoľko všetky komunitné aktivity museli byť zrušiť a organizované online. Obe kreatívne centrá zaznamenali prepady v príjmoch a tak sa mohli uchádzať o podporu z Ministerstva kultúry Slovenskej republiky. V čase realizácie interview ešte subjekty nevedeli, či podporu získajú. Hoci pandémia ovplyvnila plány vybraných kreatívnych, centrá sa ňou vyrovnali a zatiaľ dokážu fungovať vo svojej činnosti ďalej, a dokonca majú množstvo rozsiahlych plánov do budúcnosti.

Okrem spomínaných nových služieb, ktoré by chcela NC poskytovať sa chystajú naďalej revitalizovať svoj verejný park, realizovať športovú infraštruktúru a uskutočniť veľkú rekonštrukciu bývalého internátu. Tá by mala priniesť nájomné bývanie s komunitnými prvkami-cohousing, modulárne priestory zamerané skôr na sociálne inovácie a prepojenie materskej školy so seniorským domom. Celému areálu chcú dať koncept „urbánneho ekocentra“. TK rovnako, okrem spomínaných nových služieb sa aktívne podieľa na vzniku Krajského kreatívneho centra, na vzniku novej kreatívnej štvrte so živým námestím. Taktiež na rovných strechách budovy chcú vytvoriť zelené strechy, ktoré budú zároveň slúžiť ako komunitné záhrady s mestskými včelami. Bude tam vybudovaný energetický ekosystém s alternatívnymi zdrojmi energie a zbierať dažďovú vodu. Plánované aktivity prispievajú nielen k rozvoju miestnej komunity, ale aj k rozvoju celého mesta. Centrá sa navyše stanú ekologickejšími čím prispievajú ku kvalitnejšiemu životnému prostrediu.

Na základe nadobudnutých vedomostí a získaných informácií k danej problematike navrhujeme niekoľko odporúčaní. Navrhovaným riešeniami je využiť na vybudovanie kreatívnych kultúrnych centier staré chátrajúce industriálne priestory. V prvom rade sú tieto priestory dostatočne veľké, zapadajú do konceptu fungovania kreatívnych centier a zároveň sa budova zrekonštruje a začlení sa do moderného konceptu mesta. Dôležitá je aj dostatočná podpora z verejného sektora najmä pri vzniku centra, aby sa centrum nemuselo spoliehať na zdroje z úverov a pôžičiek, čo by mohlo spôsobiť zadlženie centra, riziko finančnej neistoty a rýchleho skončenia činnosti centra, na ktorú bolo vytvorené. Rovnako dôležitá je snaha o diverzifikáciu zdrojov príjmu.

Diplomová práca poskytuje aj niekoľko námetov pre pokračovanie vo výskume týkajúceho sa kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku. Budúci výskum by sa mohol zamerať na fungovanie kreatívnych centier z pohľadu nájomníkov týchto centier, ktorý by doplnil pohľadom zakladateľov a manažérov. Ďalšou možnosťou budúceho výskumu by

mohlo byť hlbšie rozpracovanie optimálneho modelu financovania takéhoto centra. V neposlednom rade by sa budúci výskum mohol zamerať na podrobné zmapovanie všetkých kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku, keďže centrá môžu vznikať a zanikať.

Záver

Hlavným cieľom diplomovej práce bolo preskúmať fungovanie vybraných kreatívnych centier na Slovensku. Na základe hlavného cieľa sme si stanovili výskumnú otázku: „Akým spôsobom kreatívne centrá fungujú, kde sa lokalizujú, aké služby a pre koho ich poskytujú a ako sú financované?“ Pre naplnenie hlavného cieľa a zodpovedanie výskumnej otázky, sme stanovili sedem čiastkových cieľov.

Prvým čiastkovým cieľom bolo mapovanie kultúrnych a kreatívnych centier na Slovensku, v ktorej sme zistili, že na Slovensku sa nachádza 94 kultúrnych a kreatívnych priestorov. Z toho sme zaznamenali 62 co-workingov, 28 kultúrnych a kreatívnych centier a 4 fab-laby. Najväčšia koncentrácia týchto priestorov bola v Bratislave, nasledovali Košice. Druhým čiastkovým cieľom, ktorý sme sa snažili naplniť bola analýza vzniku vybraných kreatívnych centier a ich lokalizačné faktory. Vybrané kreatívne centrá sú lokalizované vo veľkých mestách spadajúce do veľkostnej kategórie nad 100 000 obyvateľov. Kým jedno centrum sa nachádza v centre mesta, druhé sa nachádza mimo centra a svoju polohu berie ako negatívum. Obe centrá sa nachádzajú sa v industriálnych budovách, ktoré revitalizovali. Pri podrobnejšom skúmaní priestorov a nájomcov sme pozorovali značný rozdiel v počte priestorov, ktoré slúžia na prenájom umelcom a organizáciám. V Košiciach išlo o 13 priestorov, kým v Bratislave ich bolo okolo 70. Oba priestory poskytujú napr. co-working, bisto a priestor pre kultúrny program. Nájomníci pôsobia najmä v 3 odvetviach 1) dizajnu, 2) filmu, TV, rádia a fotografie, 3) hudby, scénického a vizuálneho umenia. V rámci poskytovaných služieb sme evidovali množstvo tzv. tvrdých služieb ako ubytovanie, vlastná dramaturgia a prístup k strojom/technike. V rámci tzv. mäkkých služieb sme identifikovali inkubáciu/podporu podnikania, mentorstvo/koučovanie, výmenu znalosti a podmienky na spoluprácu v rámci centra. Analýza financovania kreatívnych centier ukázala, že obe kreatívne centrá svoje sa snažia o diverzifikáciu zdroje príjmu. Najväčšiu časť ich príjmov tvorili vlastné zdroje, v rozpätí od 60-77%. Košické kreatívne centrum bolo do veľkej miery financované aj verejnými zdrojmi, a naopak pri Bratislave išlo o veľké finančné prostriedky zo súkromného sektora a v podobe úverov a pôžičiek. Na základe analýzy spolupráce kreatívnych centier s verejným sektorom a s inými kreatívnymi centrami a organizáciami sme zistili, že obe centrá sú súčasťou domácej siete Anténa a európskej siete Trans Europe Halles. Samosprávne kraje ako reprezentanci verejného sektora v oboch prípadoch prenajali centrá priestory na základe dlhodobej nájomnej zmluvy. V prípade Košíc, samosprávny

kraj sa podieľal aj na revitalizovaní budovy. Posledným čiastkovým cieľom bolo analyzovanie plánov do budúcnosti, kde sme sa dozvedeli, že kreatívne centrá sa chcú uberať cestou ekológie a rozvíjať svoje poskytované služby a začať poskytovať nové služby.

Z pohľadu stanoveného cieľa diplomovej práce a naformulovania výskumnej otázky, možno konštatovať, že hlavný cieľ ako aj výskumná otázka boli zodpovedané. Výsledky, ktoré sme nadobudli poskytujú dobrý základ pre pokračovanie vo výskume o kreatívnych centrách na Slovensku.

Zoznam použitej literatúry

1. ANTÉNA. *A4* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/a4-priestor-sucasnej-kultury>>
2. ANTÉNA. *Členovia* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/clenovia>>
3. ANTÉNA. *KC Dunaj* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/kc-dunaj>>
4. ANTÉNA. *Kino Úsmev* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/kino-usmev>>
5. ANTÉNA. *Na Peróne* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/na-perone>>
6. ANTÉNA. *O anténe* [online]. [cit. 2020-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.antenanet.sk/o-antene>>
7. BALOG, M. a kol. *Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku* [elektronický zdroj]. 1. vyd. Bratislava: Slovenská inovačná a energetická agentúra, 2014. 66 s. ISBN 978-80-88823-56-8. Dostupné na internete: <https://www.siea.sk/wp-content/uploads/inovacie/publikacie/publikacia_Moznosti_rozvoja_kreativneho_priemyslu_web_SIEA.pdf>
8. BAGWELL, S. Creative clusters and city growth. In: *Creative Industries Journal* [online]. London: Intellect Ltd, 2008, roč. 1, č.1, s.31-46. DOI 10.1386. Dostupné na internete: <<http://www.bws-school.org.uk/Curriculum-Exams/Geography/files/03%20A%20Level/Changing%20Places/Reading%20materials/Creative%20Clusters%20and%20City%20Growth.pdf>>
9. BELVONČÍKOVÁ, E. *Interný materiál k projektu COST CA18214*. 2021
10. BISHOP, C. *What is hot-desking and what are the benefits?*. [online]. [cit. 2021-14-02]. Dostupné na internete: <<https://www.wework.com/ideas/workspace-solutions/flexible-products/what-is-hot-desking>>
11. CREASON, K. – DEAL, M. *Searching for necessity: People making a difference in cities across the U.S.*. Chattanooga: Tomorrow today, 2015.
12. CREATIVE HUB. *What is a Creative Hub?* [online]. [cit. 2021-14-02]. Dostupné na internete: <<https://creativehubs.org/en/creative-hubs-project/what-is-a-creative-hub/>>

13. DCMS. *Creative Industries Mapping Documents 1998* [elektronický zdroj]. London: DCMS, 9.4.1998. 98s. Dostupné na internete: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>
14. DCMS. *Creative Industries Mapping Documents 2001* [elektronický zdroj]. London: DCMS, 9.4.2001. 184s. Dostupné na internete: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>>
15. DCMS. *Creative Industries Economic Estimates Methodology* [elektronický zdroj]. London: DCMS, 2016. 28s. Dostupné na internete: <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf>
16. DENATELE, D. – WASSALL, G. *The Creative Economy: A New Definition* [elektronický zdroj]. Boston: New England Foundation for the Arts, 2007. 53s. Dostupné na internete: <<https://www.nefa.org/sites/default/files/documents/ResearchCreativeEconReport2007.pdf>>
17. DOVEY, J. *Creative Hubs: Understanding the New Economy* [elektronický zdroj]. London: British Council, 2016. 93s. Dostupné na internete: <<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/resources/HubsReport.pdf>>
18. EVANS, G. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. In: *Urban Studies* [online]. Kalifornia: Sage Publishing, 2009, roč. 46, č.5/6, s.1003-1040. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/profile/Graeme-Evans/publication/228370244_Creative_Cities_Creative_Spaces_and_Urban_Policy/links/563b1eab08ae405111a5a4ee/Creative-Cities-Creative-Spaces-and-Urban-Policy.pdf>
19. FLORIDA, R. *The rise of the creative class: and how it is transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 2002. 513s. ISBN-13: 978-1864032657.
20. FLORIDA, R. – TINAGLI, I. *Europe in the Creative age* [elektronický zdroj]. London: Demos, 2004. 48s. Dostupné na internete: <<https://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf>>
21. HARTL, P. – HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. 776s. ISBN 978-80-262-0873-0.

22. HIGGS, P. CUNNINGHAM, S – BAKHSHI, H. *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom age* [elektronický zdroj]. London: Nesta, 2008. 115s. Dostupné na internete: <https://eprints.qut.edu.au/12166/1/beyond_creative_industries_report_NESTA.pdf>
23. HLAS OBČIANSKÝCH ORGANIZÁCIÍ. *Naša misia* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.platformahlas.sk/nasa-misia/>>
24. HOWKINS, J. *The Creative Economy: How people make money from ideas* [elektronický zdroj]. London: Penguin Group, 2001. 288s. ISBN 978-0-14-191023-9.
25. HUI, D. *A Study on Creative Index* [elektronický zdroj]. Hong Kong: Home Affairs Bureau, 2005. 100s. Dostupné na internete: <https://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf>
26. KALITOVA, A. – DURANKOVA, K. – KOVAČ, N. *The role of successful creative hubs in fostering sustainable development* [elektronický zdroj]. 2019. 23s. Dostupné na internete: <http://www.ra-un.org/uploads/4/7/5/4/47544571/4_unido_the_role_of_successful_creative_hubs_in_fostering_sustainable_development.pdf>
27. KLOUDOVÁ, J. Kreativní ekonomika a její měření. In: *Ekonomický časopis* [online]. Bratislava: Veda, 2009, roč. 57, č.3, s. 247-262. Dostupné na internete: <<https://www.sav.sk/journals/uploads/0920144503%2009%20Kloudova.pdf>>
28. KLOUDOVÁ, J. a kol. *Kreativní ekonomika: trendy, výzvy, příležitosti*. Praha: Grada, 2010, 224s. ISBN 978-80-247-3608-2.
29. KRAJŇÁKOVÁ, E. – VOJTOVIČ, S. Vzdelávanie a príprava odborníkov pre kreatívny priemysel. In: *Sociálno-ekonomická revue* [online]. Trenčín: Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trnave, 2015, č.2, s. 87-100. ISSN 1336-3727. Dostupné na internete: <<https://fsev.tnuni.sk/revue/archive/REVUE-2015-02.pdf>>
30. LONDON DEVELOPMENT AGENCY. *Creative London: Vision and plan*. London: London Development Agency [elektronický zdroj]. 2003. 48s. Dostupné na internete: <<https://creativeindustrieslondon.files.wordpress.com/2014/11/creative-london.pdf>>
31. MARKUSEN, A. et al. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. In: *Economic Development Quartely* [online]. 2008, roč. 22, č.1. s. 24-45. DOI 10.1177/0891242407311862. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/237331554_Defining_the_Creative_Economy_Industry_and_Occupational_Approaches>

32. MATHESON, J. – EASSON, G. *Creative HubKit: Made by hubs for emerging hubs* [elektronický zdroj]. 2015. 51s. Dostupné na internete: <http://creativehubs.net/uploads/Creative_HubKit.pdf>
33. MAYANGSARI, R. A. – SETIAWAN, F. A. The Identification and Distribution Patterns of Creative Hubs in Bandung. In: *International Journal of Cultural and Creative Industries* [online]. 2017. roč. 4, č. 2, s. 62-77. ISSN 2311-9527. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/320187631_The_Identification_and_Distribution_Patterns_of_Creative_Hubs_in_Bandung>
34. MINISTERSTVO KULTÚRY SR. *Model centralizovanej podpory* [elektronický zdroj]. 2016. 65s. Dostupné na internete: <https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha_7_Model_centralizovanej_podpory2.pdf>
35. MINISTERSTVO KULTÚRY SR. *Kultúrny a kreatívny priemysel* [online]. [cit. 2020-23-11]. Dostupné na internete: <<https://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/umenie-a-kreativita/kulturny-a-kreativny-priemysel/>>
36. NADÁCIA CVERNOVKA. *O nás* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<http://nadaciacvernovka.sk>>
37. NEWBIGIN, J. *What is the creative economy?* [online]. London: British Council. [cit. 2020-23-11]. Dostupné na internete: <<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>>
38. NOVÁ SÍŤ. *O Nové síti* [online]. [cit. 2021-17-03]. Dostupné na internete: <<https://www.novasit.cz/nova-sit>>
39. NOVÁ CVERNOVKA. *Ateliéry a prevádzky*. [online]. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na internete: <https://novacvernovka.eu/ateliery_prevadzky>
40. OAKLEY, K. *Not so cool Britannia: The role of the creative industries in economic development*. In: *International journal of cultural studies* [online]. London: Sage, 2004, roč. 7, č.1, s. 67-77. DOI 10.1177/1367877904040606. Dostupné na internete: <https://www.academia.edu/35069068/Not_so_cool_Britannia_The_role_of_the_creative_industries_in_economic_development>
41. ORSZÁGHOVÁ, K. *Co-workingové priestory a ich úloha v lokálnej ekonomike*. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave, 2020. 77s.
42. REPKA, R. – ČIERNE DIERY. *Príbeh Cvernovky, alebo ako v Bratislave popierame históriu i zákony* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete:

- <<https://dennikn.sk/111591/pribeh-cvernovky-alebo-ako-v-bratislave-popierame-historiu-i-zakony/>>
43. SEDINI, C. – VIGNATI, A. – ZURLO, F. Conceiving a (new) definition of hub for the development of a transnational network for creative companies. In: *The idea of creative city: The urban policy debate* [online]. European Scientific Institute, 2013, čl.11, s. 106-118. ISBN 978-608-4642-18-3. Dostupné na internete: <<http://eujournal.org/files/journals/1/books/Cracow2013.pdf>>
44. SHIACH, M. et al. *Creative Hubs and Urban Development Goals (UK/Brazil)* [elektronický zdroj]. London: Queen Mary. 2017. 51s. Dostupné na internete: <https://secureservercdn.net/160.153.137.99/o37.a9e.myftpupload.com/wp-content/uploads/2018/10/Creative-Hubs-and-Urban-Development-Goals-UK-Brazil_Published.pdf>
45. STERNBERG, R. J. – LUBART, T. I. An Investment Theory of Creativity and Its Development. In: *Human Development*. Basel: Karger, 1991, roč. 34, č. 1, s. 1-31. DOI 10.1159/000277029.
46. TABAČKA. *História areálu* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/historia-arealu/>>
47. TABAČKA. *Na konci košickej Hlavnej má vzniknúť nová mestská štvrť* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/aktuality/nezaradene/na-konci-kosickej-hlavnej-ma-vzniknut-nova-mestska-stvrt/>>
48. TABAČKA. *OZ Bona Fide* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/oz-bona-fide/>>
49. TABAČKA. *Priestory* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/priestory/>>
50. TABAČKA. *Príbeh Tabačky* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/o-tabacke/>>
51. TABAČKA. *Služby* [online]. [cit. 2021-16-03]. Dostupné na internete: <<https://www.tabacka.sk/sluzby/>>
52. THROSBY, D. *Economics and Culture*. Caambridge: Cambridge University Press, 2001, 208s. ISBN 978-0521584067
53. THROSBY, D. The Concentric circles model of the cultural industries. In: *Cultural Trends* [online]. London: Routledge, 2008, roč. 17, č. 3, s.147-164. Dostupné na internete:

- https://www.researchgate.net/publication/248952696_The_concentric_circles_model_of_the_cultural_industries>
54. TRANS EUROPE HALLES. *About us* [online]. [cit. 2021-12-03]. Dostupné na internete: <<https://teh.net/about-us/>>
55. UNCTAD. *Creative Economy Report 2008* [elektronický zdroj]. New York: United Nations. 2008. 332s. ISBN 978-0-9816619-0-2. Dostupné na internete: <https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf>
56. VERNON, P. E. The Nature-Nurture Problem in Creativity. In: *Handbook of Creativity*. New York: Plenum Press, 1989, kap. 5, s.93-111. ISBN 978-1-4419-3212-9
57. VIRANI, T. E. – MALEM, W. *Re-articulating the creative hub concept as a model for business support in the local creative economy: the case of Mare Street in Hackney*. [elektronický zdroj]. London: Queen Mary University of London, 2015, 29s. Dostupné na internete: <<http://www.creativeworkslondon.org.uk/wp-content/uploads/2013/11/PWK-Working-Paper-12OCT.pdf>>
58. VTEDY. *Prvá továreň na nite vznikla v Bratislave pred 115 rokmi* [online]. [cit. 2021-11-01]. Dostupné na internete: <<https://www.vtedy.sk/prva-tovaren-na-nite-vznikla-v-bratislave-pred-115-rokmi>>
59. Výročná správa Tabačka Kulturfabrik 2017
60. Výročná správa Tabačka Kulturfabrik 2018
61. Výročná správa Tabačka Kulturfabrik 2019
62. Účtovná závierka Nová Cvernovka 2017
63. Účtovná závierka Nová Cvernovka 2018
64. Účtovná závierka Nová Cvernovka 2019

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha č. 1: Vzor interview so zakladateľom kreatívneho centra

Príloha č. 2: Klasifikácia kultúrnych a kreatívnych odvetví DCMS z roku 2015

Príloha č. 1 Vzor interview so zakladateľom kreatívneho centra

VZNIK/ZALOŽENIE:

1. Aká bola hlavná motivácia založenia vášho kreatívneho centra?
2. Prečo ste sa rozhodli založiť kreatívne centrum práve v tomto meste?
3. Prečo ste sa rozhodli založiť kreatívne centrum v tejto mestskej časti (oblasti), v tejto konkrétnej budove?
4. Čo bolo najväčšou výzvou pri založení kreatívneho centra?
5. Podieľal sa verejný sektor na založení kreatívneho centra? Ak áno, ako?

ASPEKTY SÚČASTNOSTI:

Spolupráca:

6. Spolupracujete v rámci vášho okolia napr. s iným kreatívnym centrom, organizáciou?
7. Je vaše kreatívne centrum súčasťou nejakej národnej alebo medzinárodnej siete kreatívnych centier? Ak áno, akej?
8. Podieľa sa aj v súčasnosti na vašej činnosti verejný sektor?

Financovanie:

9. Cez aké zdroje bolo v roku 2019 zabezpečené financovanie vášho kreatívneho centra? (cez aké zdroje, koľko %)
 - verejné zdroje (mesto, VÚC, štát)
 - príjmy z prenájmu ateliérov a priestorov na diskusie, workshopy, prezentácie
 - 2% dane
 - príjmy od darcov
 - úvery
 - iné, prosím špecifikujte
10. Nastala zmena oproti rokom 2017 a 2018? (viac, menej, približne rovnako)
11. V akom rozpätí sa približne pohybovali vaše celkové príjmy za rok 2019?
 - menej ako 800 000 €
 - 800 000 € - 950 000 €
 - 950 001 € - 1 100 000 €
 - 1 100 001 € - 1 250 000 €
 - 1 250 001 € - 1 400 000 €
 - viac ako 1 400 000 €
12. Nastala zmena oproti rokom 2017 a 2018? (viac, menej, približne rovnako)
13. Vykazuje vaše kreatívne centrum za roky 2017, 2018 a 2019 zisk alebo stratu?

Priestory:

14. Koľko ateliérov/showroomov máte k dispozícii a koľko z nich bolo obsadených v roku 2019?
15. Aká bola obsadenosť priestorov, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie v roku 2019?

16. Aký druh činnosti prevládal v priestoroch, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie v roku 2019?
17. Aké zmeny nastali v roku 2019 oproti rokom 2017 a 2018?
 - v počte obsadených ateliérov/showroomov
 - v obsadenosti priestorov, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie
 - v prevládajúcej činnosti v priestoroch, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie
18. V akej počte sa konali jednotlivé činnosti v priestoroch, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie v roku 2019? (napr. 19 koncertov, 20 diskusií)
19. V akej výške sa pohybuje prenájom?
 - vlastného ateliéru/showroomu na m²
 - priestorov, slúžiacich na diskusie, workshopy, prezentácie

Služby:

20. Aké doplnkové služby a aktivity poskytuje vaše kreatívne centrum, okrem poskytnutia priestorov a množstva koncertov/diskusii/predstavení ... ?
 - inkubácia/podpora podnikania
 - koučovanie/mentorstvo/konzultácie
 - finančná podpora/programy nájomníkom
 - výmena znalostí
 - reštaurácia/kaviareň/bar
 - kníhkupectvo/ knižnica
 - príležitosti na spoluprácu v rámci kreatívneho centra (napr. komunitné aktivity, stretnutia, raňajky)
 - prístup k strojom/technike/zariadeniam
 - technická podpora
 - ubytovanie
 - iné, prosím špecifikujte
21. Uvažujete nad nejakou novou službou, ktorú by ste chceli zaviesť, príp. chcete niektorú zo služieb prestať ponúkať?

Nájomcovia ateliérov/showroomov:

22. Koľko stálych nájomníkov (v osobách) malo vaše kreatívne centrum v roku 2019?
23. Ako by ste charakterizovali vašich nájomcov v roku 2019 – kto prevláda (podľa oblasti pôsobnosti, veku, pohlavia)?
24. Aké zmeny nastali v roku 2019 oproti rokom 2017 a 2018?
 - v počte stálych nájomníkov (v osobách)
 - v charakteristike nájomcov (podľa oblasti pôsobnosti, veku, pohlavia)
25. Máte nejaké kritéria pri výbere nájomcov? Ak áno, aké?
26. Preferujete skôr dlhodobých alebo krátkodobých nájomníkov príp. nie je to pre vás dôležité?

Všeobecne:

27. Čo je v súčasnosti najväčšou výzvou vášho kreatívneho centra?
28. V čom vidíte vo všeobecnosti pridanú hodnotu kreatívneho centra?

ASPEKTY BUDÚCNOSTI:

Covid-19:

29. Aká zmena u vás nastala v dôsledku Covid-19?
- celkovo/všeobecne
 - v oblasti celkových príjmov
 - v oblasti zdrojov financovania
 - v obsadenosti priestorov
 - v počte nájomníkov (v osobách)
30. Uchádzali ste sa o pomoc/podporu z balíka opatrení Prvá pomoc/Prvá pomoc + resp. o podporu z Ministerstva kultúry SR na zmiernenie dopadov pandémie Covid-19? Ak áno, o ktorú konkrétne? Príp. viete, či aj VÚC disponuje v tejto oblasti balíkom opatrení na zmiernenie dopadov pandémie a uchádzali ste sa oň?

Budúcnosť:

31. Aké sú vaše plány v najbližšej budúcnosti?
32. Ako vnímate budúcnosť kreatívnych centier na Slovensku?

Chceli by ste niečo dodať v spojitosti s vašim kreatívnym centrom, alebo kreatívnymi centrami na Slovensku, čo nebolo zodpovedané a čo považujete za dôležité?

Príloha č.2 Klasifikácia kultúrnych a kreatívnych odvetví DCMS z roku 2015

Kreatívne povolania Skupiny	SOC (2010)	Popis	SIC (2007)/ NACE Rev. 2	Popis
Reklama a marketing	1132	Marketingoví a obchodní riaditelia	70.21	Služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou
	1134	Riaditelia pre reklamu a vzťahy s verejnosťou	73.11	Reklamné agentúry
	2472	Odborníci v oblasti vzťahov s verejnosťou	73.12	Predaj vysielacieho času
	2473	Manažéri reklamných účtov a kreatívni riaditelia		
	3543	Marketingoví pridružení odborníci		
Architektúra	2431	Architekti	71.11	Architektonické činnosti
	2432	Pracovníci plánovania mesta		
	2435	Autorizovaní architektonickí technológovia		
	3121	Technici v oblasti architektúry a plánovania mesta		
Remeslá	5211	Kováči a kováčski pracovníci	32.12	Výroba šperkov a podobných predmetov
	5411	Tkáči a pletárky		
	5441	Výrobcovia, dekoratéri a dokončovatelia skla a keramiky		
	5442	Výrobcovia nábytku a iní remeselní drevári		
	5449	Ostatné kvalifikované remeslá inde nezaradené		
Dizajn: produktový, grafický a módný dizajn	3421	Grafický dizajnéri	74.10	Špecializované dizajnérske činnosti
	3422	Produktoví, odevní a súvisiaci dizajnéri		
Film, televízia, video, rádio a fotografia	3416	Umeleckí pracovníci, producenti a režiséri	59.11	Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov
	3417	Fotografi, prevádzkovatelia audiovizuálnych a vysielacích zariadení	59.12	Podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov
			59.13	Distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov
			59.14	Premietanie filmov
			60.10	Rozhlasové vysielanie
			60.20	Televízne vysielanie
			74.20	Fotografické činnosti

IT, softvér a počítačové služby	1136	Riaditelia informačných technológií a telekomunikácií	58.21	Nakladateľstvo v oblasti počítačových hier
	2135	IT obchodní analytici, architekti a návrhári systémov	58.29	Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru
	2136	Programátori a odborníci na vývoj softvéru	62.01	Počítačové programovanie
	2137	Odborníci v oblasti webového dizajnu a vývoja	62.02	Poradenstvo týkajúce sa počítačov
Vydavateľstvo	2471	Novinári, redaktori novín a periodík	58.11	Vydávanie kníh
	3412	Autori, spisovatelia a prekladatelia	58.12	Vydávanie adresárov a katalógov
			58.13	Vydávanie novín
			58.14	Vydávanie časopisov a periodík
			58.19	Ostatné vydavateľské činnosti
			74.30	Prekladateľské a tlmočnicke činnosti
Múzeá, galérie a knižnice	2451	Knihovníci	91.01	Činnosti knižníc a archívov
	2452	Archivári a kurátori	91.02	Činnosti múzea
Hudba, scénické a vizuálne umenie	3411	Umelci	59.20	Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok
	3413	Herci, zabávači a moderátori	85.52	Umelecké vzdelávanie
	3414	Tanečníci a choreografi	90.01	Scénické umenie
	3415	Hudobníci	90.02	Podporné činnosti súvisiace so scénickým umením
			90.03	Umelecká tvorba
			90.04	Prevádzka kultúrnych zariadení

Zdroj: DCMS (2016), vlastné spracovanie