

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE  
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

Evidenčné číslo: 101004/B/2016/36086129769336324

**INŠTITUCIONÁLNA HUSTOTA V KREATÍVNOM  
ODVETVÍ**

Bakalárska práca

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE  
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

**INŠTITUCIONÁLNA HUSTOTA V KREATÍVnom  
ODVETVÍ**

Bakalárska práca

**Študijný program:** Verejná správa a regionálny rozvoj

**Študijný odbor:** 6218 Verejná správa a regionálny rozvoj

**Školiace pracovisko:** Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja

**Vedúci záverečnej práce:** doc. RNDr. Alžbeta Ivaničková, CSc.

**Bratislava 2016**

**Martin Krpelán**

## **Čestné vyhlásenie**

**Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracoval samostatne a že som uviedol  
všetku použitú literatúru.**

**Dátum:** .....

.....

(Martin Krpelán)

## ABSTRAKT

KRPELÁN, Martin: *Inštitucionálna hustota v kreatívnom odvetví.* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta, katedra Verejnej správy a regionálneho rozvoja. doc. RNDr. Alžbeta Ivaničková, CSc.– Bratislava NHF, 2016, 52

Cieľom mojej bakalárskej práce je objasnenie vzťahu inštitúcia a inštitucionálna hustota ku kreatívnemu odvetviu na príklade Bratislavského kraja. V rámci špecifického cieľa sa zameriam na inštitucionálnu hustotu v tomto odvetví. Práca je rozdelená na dve kapitoly. Prvá kapitola je venovaná teoretickej stránke. Objasňujem pojmy ako je inštitúcia, inštitucionálna hustota a pojem kreatívny, kreatívne odvetvie, potom uvádzam základné poznatky. V druhej kapitole sa venujem inštitucionálnej hustote, kde na konkrétnych podnikoch, ktoré pôsobia v kreatívnom odvetví ukazujem ich pôsobenie na trhu v podmienkach Slovenskej republiky. Výsledkom práce je poznanie ako sa mení počet a prestíž týchto organizácií v kreatívnom odvetví.

**Kľúčové slová:** inštitucionálna hustota, kreatívny priemysel, kreatívne odvetvie.

## ABSTRAKT

KRPELÁN, Martin: *Inštitucionálna hustota v kreatívnom odvetví.* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta, katedra Verejnej správy a regionálneho rozvoja. doc. RNDr. Alžbeta Ivaničková, CSc.– Bratislava NHF, 2016, 52

The aim of my bachelor work is to clarify the relationship between institutions and institutional density of the creative industries. I apply my fork on the Bratislava region. Within the specific objective will focus on institutional density in the industry. The work is divided into two chapters. The first chapter is devoted to theoretical aspects. I clarify concepts such as institution institutional density and creative, creative industries and introduce basic knowledge. The second chapter deals with institutional density at individual companies operating in the creative industry shows its effects on the market in the Slovak Republic. The result is knowing how to change the number and prestige of these organizations in the creative industry.

**Key words:** instutional density, creativ, creative industry.

# Obsah

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Úvod.....                                                                 | 6  |
| 1. Teoretický vstup do skúmanej problematiky .....                        | 7  |
| 1.1. Vymedzenie pojmu inštitúcia.....                                     | 7  |
| 1.1.1. Inštitucionálna hustota .....                                      | 8  |
| 1.1.2. Význam inštitúcie pre kreatívne odvetvia .....                     | 10 |
| 1.1.3. Inštitúcie a inštitucionálna hustota v regionálnom rozvoji.....    | 11 |
| 1.1.4. Kooperácia s inštitúciami v SR podporujúce kreatívne odvetvia..... | 13 |
| 1.2. Vymedzenie pojmu kreatívny .....                                     | 16 |
| 1.2.1. Kreatívna ekonomika .....                                          | 18 |
| 1.2.2. Kreatívne odvetvie .....                                           | 19 |
| 1.2.3. Klasifikácia kreatívnych odvetví v podmienkach SR .....            | 22 |
| 1.2.4. Štruktúra kreatívneho priemyslu na Slovensku.....                  | 24 |
| 1.2.5. Kreatívny priemysel na Slovensku.....                              | 25 |
| 1.2.6. Spoločné znaky kreatívneho odvetvia.....                           | 27 |
| 2. Ciele a metodika práce .....                                           | 29 |
| 2.1. Ciele práce.....                                                     | 29 |
| 2.2. Metodika práce a metódy skúmania.....                                | 30 |
| 3. Praktická časť.....                                                    | 31 |
| 3.1. Kreatívny priemysel – divadlo v Bratislavskom kraji.....             | 31 |
| 3.2.1 Hodnotový reťazec – Divadlá .....                                   | 36 |
| 3.2. Kreatívny priemysel – múzeá a galérie v Bratislavskom kraji.....     | 38 |
| 3.2.1 Hodnotový reťazec – Múzeá a galérie .....                           | 42 |
| 3.3. Kreatívne priemysel – hudba v Bratislavskom kraji .....              | 45 |
| 3.3.2 Hodnotový reťazec – hudba v Bratislavskom kraji.....                | 48 |
| 4. Diskusia.....                                                          | 50 |
| 5. Záver .....                                                            | 52 |
| Použitá literatúra .....                                                  | 53 |

## Úvod

V dnešnej spoločnosti neustále narastá význam a potenciál sviežich nápadov, myšlienok, ktoré dokážu novým spôsobom riešiť celospoločenské problémy alebo hľadať nové cesty. Tento potenciál kreativity sa využíva v rôznych odvetviach hospodárstva. Slovenská republika má vysoký potenciál stať sa kreatívnym centrom.

V práci sa zameriam na vyjadrenie vzťahu inštitucionálna hustota a kreatívny priemysel z teoretického hľadiska a praktickej analýzy. V prvých kapitolách vysvetlím základné pojmy ako je inštitúcia, inštitucionálna hustota. Na základe týchto poznatkov uvediem príklady z prostredia Slovenskej republiky.

Následne sa v mojej práci budem venovať kreatívnemu priemyslu. Vysvetlím pojmy, ktoré sa spájajú s týmto odvetvím. Uvediem podmienky kreatívneho odvetvia na území Slovenskej republiky ako aj celú štruktúru, ktorá pôsobí na našom území.

Priblížim niekoľko názorov a pohľadov odborníkov na túto tému. Spomeniem názory zahraničných, ale aj domácich odborníkov, ktorí sa s touto témou zaoberajú.

Všeobecným cieľom mojej práce je analýza hustoty inštitucionálneho prostredia, ktoré podporuje kreatívny priemysel. Súčasťou všeobecného cieľa sú čiastkové ciele: získanie všeobecných poznatkov o inštitucionalizácii a kreatívnom odvetví, sumarizácia základných informácií o inštitúciách podporujúcich kreatívne odvetvia a informácie o kreatívnom odvetví na základe dostupných štatistických údajov a sekundárnych prameňov, verifikácia zameraná na hustotu inštitúcií podporujúcich kreatívne odvetvia v Bratislavskom kraji.

Na vyobrazenie danej problematiky budem využívať metódy: syntéza, analýza, metóda verifikácie.

Vzťahy budeme skúmať na vybranom Slovenskom regióne, konkrétne v Bratislavskom kraji. Budeme sa zaoberať tým ako inštitúcie pôsobia na jednotlivé oblasti kreatívneho odvetvia. Je tu možnosť rôznych interakcií. Môžu vznikať inštitúcie, ktoré sú podnecované už vzniknutou oblasťou kreatívneho priemyslu. To znamená že si to trh prakticky vyžaduje aby daná inštitúcia vznikla. Druhý scenár môže byť opačný, kedy inštitúcie vznikajú skôr ako sa bude daná oblasť realizovať.

# 1. Teoretický vstup do skúmanej problematiky

## 1.1. Vymedzenie pojmu inštitúcia

Význam pojmu inštitúcia sa v najširšom sociologickom a antropologickom zmysle chápe ako spôsob konania, ktorý sa traduje. Vo funkcionalistickom zmysle, sa chápu pojmy inštitúcia a inštitúcie ako schvaľované a sankcionované vzory konania v spoločnosti. Tejto téme sa venoval aj filozof a antropológ A. Gehlen (1972) ktorý počas svojho života vytvoril teóriu inštitúcií. Táto teória predpokladá, že inštitúcie zastupujú ľudskú alternatívu k inštinktívnej vybavenosti, ktorou disponujú zvieratá pre situácie ktoré nastávajú v ich prostredí. Keďže človek takouto, vopred danou vybavenosťou nedisponuje, musí svoje konanie inštitucionalizovať. To znamená že dáva istým spôsobom konania určitú stabilnú formu, alebo ich dokáže fixovať ako kultúrne vzory. Takéto správanie mu dáva priestor na orientovanie sa v komplexnej realite. Dokáže šetriť energiou, ktorú by musel použiť, pri vzniku rôznych situácií pri ktorých by musel vždy premýšľať od znova ako sa má zachovať. Inštitúcie sa triedia na základe toho, aké oblasti ľudských činností regulujú.

Rozlišujeme:

- mocenské (politické),
- náboženské,
- ekonomické,
- vzdelávacie
- a pod. inštitúcie, resp. inštitucionálne systémy.

Vo svojom súhrne, t.j. ako inštitucionálny systém celej spoločnosti, inštitúcie vymedzujú spôsoby konania, ktoré chránia skupiny alebo spoločnosť pred fyzickým zánikom, pred nedostatkom, pred vonkajšou alebo vnútornou agresiou, pred stratou pocitu zmyslu takto mnohostranne zaistovanej existencie. Povaha inštitúcie je základným aspektom ktorým ich dokážeme odlišovať od organizácií. Spôsob akým ľudia vykonávajú isté činnosti definuje inštitúcie zatiaľ čo organizácie sú kreované ľuďmi, ktoré činnosť vykonávajú inštitucionalizovaným spôsobom. Organizácie sú vytvárané za určitým účelom, napríklad organizačné zabezpečenie a uľahčenie kontroly danej činnosti. Napríklad vzdelávacia inštitúcia je škola a škola je organizácia. Inštitúcie sa postupne formujú

v spoločnosti. Je pre ne charakteristická vysoká stabilita. Pôsobením rôznych faktorov ale môže dochádzať k ich zmenám. Zmeny tie, napríklad ktoré zaznamenala inštitúcia rodiny vo vývoji modernej spoločnosti.

### **1.1.1. Inštitucionálna hustota**

V dnešnej dobe sa dostáva uznanie k úlohe, ktorú spĺňajú inštitúcie v ekonomickom rozvoji. Pre úspešný rozvoj sú dôležité inštitucionálne vzťahy a samotné inštitúcie, ktoré vytvárajú inštitucionálne zázemie. Pod týmto pojmom nemôžeme chápať len samotné kamenné inštitúcie, ale patrí sem aj vnímanie inštitúcií ako určitých zvykov, tradícií v správaní, až k politickým, právnym, ekonomickým inštitúciám a normám. Tieto všetky súčasti výrazne ovplyvňujú možnosti rozvoja. Môžu mať pozitívny dopad na rozvoj alebo mu môžu brániť.

Tento pojem sa dotýka aj citlivého, racionálneho chápania spolupráce a konkurencie, ktorá vzniká medzi firmami. Konkurenti, ktorý na seba pôsobia, môžu nájsť výhodnú pozíciu spolupráce, z ktorej bude mať úžitok každá strana. Výhodnosť, ktorá tu vzniká sa stretáva aj vo vzťahoch súkromného, verejného a tretieho sektora. Medzi prioritné schopnosti, ktoré podmieňujú tieto vzťahy sú, vzájomná komunikácia a spolupráca. Cieľom je kreovať kultúru vzájomnosti, ochoty priučiť sa, generovať nový unikátny typ rozvoja.

Siete, ktoré vznikajú medzi spolupracujúcimi firmami (spolupráca inštitúcií – aktérov), vytvárajú bohaté podporné prostredie. Majú veľmi dôležitý aspekt najmä v regiónoch, ktorých rozvoj závisí od dynamiky rozvoja malého a stredného podnikania. V takýchto oblastiach je potom umožnený dynamický tok informácií a priesaky informácií, zručností, znalostí. V takomto prostredí sa financie rýchlejšie a ľahšie dokážu akumulovať a triediť. Interakcia všetkých aktérov i miestnych aktérov, dokáže tvoriť vhodné kultúrne a spoločenské prostredie. Pri nasledovaní svojho cieľa, ktorým je miestny ekonomický rozvoj sa hranice medzi sektormi postupne stávajú rozmazané. Dôležité postavenie majú v tomto systéme rozvojové agentúry. Zakladajú sa s rôznym zámerom a môžu mať odlišný základ, napríklad iniciované obcou, regiónom, štátom. Tieto inštitúcie môžu mať aj súkromnú formu. V našich pomeroch časť týchto funkcií zastupujú vybrané oddelenia

mestských úradov. Ďalšou inštitucionálnou možnosťou je zakladanie združení, alebo spoločností pre miestny rozvoj. Tieto inštitúcie môžu pokrývať určitý mikroregión.<sup>1</sup>

Rodriguez-Pose (2013) tvrdí, že pre účinnosť inštitucionálneho usporiadania nie je nevyhnutne príliš veľa alebo príliš málo inštitúcií, je to skôr otázka či existuje správna kombinácia efektívnych inštitúcií.<sup>2</sup>

Ďalej Rodriguez-Pose (2013) predpokladá, že dynamiku inštitúcií zabezpečuje:

- inštitucionálna štruktúra (ktoré inštitúcie sú prítomné, ako sú organizované, ich veľkosť atď),
- inštitucionálne usporiadanie (ako sa inštitúcie vzťahujú k danému problému a ako sú vhodné pre daný účel),
- inštitúcia musí byť hnacou silou rastu.

Na základe poznatkov z literatúry je možné určiť päť dimenzií inštitucionálnej sily na regionálnej úrovni, a ide o:

- kvalitu ľudského kapitálu a schopnosť jeho uplatnenia na miestnej úrovni,
- prítomnosť veľkých organizácií - verejnom alebo súkromnom sektore - so schopnosťou investovať, komunikovať účinne s ostatnými veľkými subjektmi, a prispievať k rozvojovým procesom,
- miestne finančné schopnosti,
- záväzok k rastu a rozvoj,
- schopnosť zapojiť sa do spolupráce.

Podľa Healeya (1998) inštitucionálna hustota úzko súvisí s pojmom inštitucionálny kapitál, ktorý určuje do značnej miery rozvojový potenciál akéhokoľvek odvetvia, resp. územia. Inštitucionalisti veria, že čím je väčšia hustota kombináciou intelektuálneho kapitálu (t. j. znalostí), sociálneho kapitálu (dôvera, reciprocita, kooperatívny duch a iné spoločenské vzťahy) a politického kapitálu (kapacita pre kolektívne akcie), v danom území, tým väčší je potenciál pre rozvoj odvetví a územia.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> BUČEK, J. Komunálna ekonómia a komunálna politika: Inštitucionálny kontext. [Online]. [cit.23.10.2015]. Dostupné na internete:

<<http://www3.ekf.tuke.sk/re/0%20Poziadavky%20na%20skusku%2007%2008/Oblast%202/Miestny%20ekonomicky%20rozvoj.doc>>

<sup>2</sup> RODRIGUEZ-POSE, A. Do institutions matter for regional development? *Regional Studies*, 47 (7), 1034-1047.(2013) ISSN 0034-3404

<sup>3</sup> HAELEY, P., (1998) Building Institutional Capacity through Collaborative Approaches to Urban Planning Environment and Planning A. [Online]., September 1998, 30: 1531-1546. Dostupné na internete: <<http://epn.sagepub.com/content/30/9/1531.full.pdf+html>>

Predpokladom pre úspešný rozvoj regiónov a pre schopnosť vytvárať inovácie je rozmanitosť a množstvo inštitucionálnych foriem, ktoré existujú v danom regióne, čo Amin a Thrift nazývajú ako inštitucionálnu hustotu (*institutional thickness*). Podstatou úspechu tak nie je len prítomnosť veľkého počtu väzieb, ale taktiež to, ako sú navzájom prepojené, čo sa ich prostredníctvom šíri a v neposlednom rade aké vzťahy utvárajú. Amin a Thrift tvrdia, že inštitucionálna hustota regiónu do značnej miery predurčuje to, akým spôsobom sa bude región schopný zapojiť do medzinárodnej deľby práce.<sup>4</sup>

### 1.1.2. Význam inštitúcie pre kreatívne odvetvia

V dnešnej dobe je zrejmé, že správne usporiadanie inštitucionálneho rámca môže dynamicky podporiť aj výrobu. Z toho vyplýva aký význam majú inštitúcie v každom odvetví priemyslu, ale aj celkovo hospodárstva. Inštitucionálne usporiadanie rozhoduje o úspešnosti celého ekonomického celku. „Inštitucionálne usporiadanie je vo svojej podstate súbor pravidiel, na základe ktorých sa správa systém vo svojej funkčnosti a rozvoja schopnosti.”<sup>5</sup>

Takéto pravidlá môžu vznikať interne v systéme alebo môžu byť prenesené z externého prostredia. Systém, ktorý sa dynamicky vyvíja a posúva určitým smerom bude mať časom svoje vlastné požiadavky na reštrukturalizáciu svojho inštitucionálneho systému. História a rozvoj spoločnosti ukázal ako trh nedokáže sám a včas riešiť problémy v ekonomike, ktoré vznikajú postupom času. Preto je potrebná regulácia prostredníctvom inštitúcií. Trhové sily sú dôležité a silné, no nedostačujúce v oblasti regulácií.

Budem vyhádzať z: Neoinštitucionálnej ekonomickej teórie, ktorá chápe inštitúciu ako obmedzenia, ktoré tvarujú správanie účastníkov ekonomického života. Tento ekonomický prúd hľadá výkonnosť ekonomiky najmä v jej inštitucionálnej štruktúre. “Účastníci ekonomického života sa pri sledovaní svojich cieľov zoskupujú do rôznych organizácií, čo definuje inštitucionálnu štruktúru spoločnosti.”<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> AMIN A., THRIFT N. (1995) Institutional issues for the European regions: from markets and plans to socioeconomics and powers of association. *Economy and Society*, [Online], Vol. 24, Issue 1, p. 41-66 1995. Dostupné na internete: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03085149500000002>>

<sup>5</sup> IVANIČKOVÁ, A., VLČKOVÁ, V. Inštitucionálne aspekty regionálnej ekonomiky. [cit. 23.10.2015]. ISSN 1335-1419. Bratislava, november 1999

<sup>6</sup> IVANIČKOVÁ, A., VLČKOVÁ, V. Inštitucionálne aspekty regionálnej ekonomiky. [cit. 23.10.2015]. ISSN 1335-1419. Bratislava, november 1999

Zmeny v oblasti inštitúcií môžu byť vyvolané zmenou relatívnych cien ako boli napríklad ropné šoky. Preto v chápaní neoinštitucionalistov vývoj spoločnosti prebieha vývojom inštitúcií. Za takéto inštitúcie sú pokladané napríklad: pravidlá, ktoré regulujú vzájomné vzťahy, organizácie, etické normy.

Inštitucionálne zmeny vyvolané transformačným procesom sú zmeny, ku ktorým dochádza pôsobením trhu. Na týchto procesoch sa podieľajú rôzne aspekty ako vznik nových inštitúcií, ktoré vytvárajú vhodné ekonomické prostredie.

Ide aj o zapájanie podnikov a firiem do regionálnych sietí. Tieto procesy môžu byť vyvolané štrukturálnymi zmenami, kedy dochádza v transformačnom procese ku všetkým typom reštrukturalizácie. Pri účasti štátu ide najmä o tvorbu komplementárnych inštitúcií vo vzťahu ku koordinácii trhového mechanizmu. “Teda dôležitou úlohou štátu v tejto oblasti je vytváranie podmienok pre formovanie inštitúcií i v regionálnych štruktúrach.”<sup>7</sup>

Tieto procesy môžu byť vyvolané aj inštitucionálnymi zmenami, kde je transformačný proces sprevádzaný vznikom inštitúcií. Je teda potrebné vytvoriť inštitúcie, presne zadané inštitucionálne prostredie. V tomto prostredí chápeme inštitúcie ako navrhované limity, teda pravidlá, obmedzenia, nariadenia, ktoré budú priamo alebo nepriamo pôsobiť na ekonomickú výkonnosť. Všetky tieto človekom vedome nastolené nariadenia, by mali spolu podporovať ekonomický rozvoj a dynamický rast odvetvia.

### **1.1.3. Inštitúcie a inštitucionálna hustota v regionálnom rozvoji**

Inštitucionálne prostredie alebo aj ináč povedané: *inštitucionálne milieu*, je vytvorené fyzickými inštitúciami a mäkkými (ktoré môžeme nazvať aj: inštitúty) charakteristikami. V rámci týchto dvoch kategórií inštitúcií, ktoré predstavujú: pravidlá, normy, zákony a zvyky, pôsobia vzťahy závislostí.

Existenciu formálnych inštitúcií ovplyvňujú pravidlá, v ktorých existujú a ktoré zároveň vytvárajú. Formálne organizované inštitúcie sú schopné pôsobiť úspešne a ovplyvňovať vývoj v želanom smere. Situáciu, v ktorej sú verejné inštitúcie schopné podporovať procesy znalostnej ekonomiky len v ťažko sa meniacom systéme pravidiel, v ktorom pôsobia, sa popisuje ako problém *zacyklenia*.

---

<sup>7</sup> IVANIČKOVÁ, A., VLČKOVÁ, V. Inštitucionálne aspekty regionálnej ekonomiky. [cit. 23.10.2015]. ISSN 1335-1419. Bratislava, november 1999

“Z hľadiska skúmania vplyvu inštitúcií v regióne je potrebné zaradiť ich do štruktúry regionálneho prostredia. Benneworth (2008) popisuje tri dimenzie regiónu:

- hardvérové vybavenie regiónu (angl. hardware), ktoré zahŕňa hmotné a viditeľné prvky t.j. technická infraštruktúra, produkčné faktory, priemyselná štruktúra atď.,<sup>7</sup>
- softvérové vybavenie regiónu (angl. software), ktoré zahŕňa inštitucionálnu štruktúru a inštitucionálnu kapacitu,
- myšlienkové resp. intelektuálne vybavenie regiónu (angl. mindware), ktoré zahŕňa kultúrnu identitu a imidž regiónu.”<sup>8</sup>

Každá z týchto troch zložiek má inú schopnosť reagovať na zmeny v regionálnych rozvojových tendenciách a taktiež každá zložka má odlišnú schopnosť adaptácie na vzniknuté zmeny.

Ako tradičné inštitúcie, ktoré vystupujú v danej problematike môžeme vymenovať tieto typy:

- organizácie štátnej správy,
- regionálnej a miestnej samosprávy,
- výskumné inštitúcie,
- univerzity a iné vzdelávacie inštitúcie,
- firmy,
- finančné inštitúcie,
- záujmové združenia
- a iné organizácie tretieho sektora.

Neustály rozvoj spoločnosti vedie k nástupu nových inštitúcií, ktoré majú rôzny charakter, napríklad aj podporný. Tieto inštitúcie majú za úlohu podporu malých a stredných podnikov, ktoré sa chcú uplatniť v kreatívnom odvetví.

V niektorých regiónoch sa stali inštitúcie tou dominantou silou pri reštrukturalizácii a v niektorých prípadoch mali opačný význam, brzdili procesy zmien. Tieto skúsenosti v rozvoji spoločnosti ukázali, že inštitucionálna hustota môže mať ako stimulačný tak aj brzdiaci účinok. Napríklad ak je v krajine existujúca sieť inštitúcií naviazaná na tradičný priemysel, môže pri modernizácii odvetví spomaľovať procesy zmien a adaptácie.

---

<sup>8</sup> ŠEBOVÁ, M., 2009., Vplyv inštitucionálnej hustoty na znalostné procesy v priemyselných regiónoch ekonomického jadra., [online]., [cit. 23.10.2015]., Dostupné na Internet: <<http://www.ceeol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=3df78226-1265-46b5-a5de-1a5b6c934925>>

Inštitucionálne prostredie má určitý predpoklad, že sa bude meniť pomalšie ako sa mení samotná priemyselná štruktúra. Takýto jav sa nazýva: „*sklerotické inštitucionálne milieu*.“

Prispôbenie inštitucionálneho rámca k potrebám zmien prebiehajúcich v regióne si vyžaduje vytvorenie nových a rozpustenie starých inštitúcií.

Šebová (2009) uvádza, že pri týchto procesoch je ale malá motivácia pre zrušenie existujúcich inštitúcií. Skôr prebieha proces, kde existujúce inštitúcie prejdú určitým reštrukturalizačným procesom a ešte viac posilnia svoju pozíciu v danom regióne. „V dôsledku toho, napriek zmenám v priemyselnej štruktúre, spôsobeným zámernou politikou alebo krízou, regionálnym inštitúciám a organizáciám chýba kapacita prispôbiť sa týmto zmenám (Cumbers et al, 2006).“<sup>9</sup>

V regiónoch nie je problém sprostredkovateľských inštitúcií. Najväčším problémom je ich vzájomná koordinácia a mobilizácia. Inštitúcie spolu nedokážu spolupracovať na efektívnej úrovni a tak smerovať k pozitívnemu vplyvu na regionálnu dynamiku poznatkov.

#### **1.1.4. Kooperácia s inštitúciami v SR podporujúce kreatívne odvetvia**

Pri tejto téme mi nedá nespomenúť podujatie, ktoré sa konalo na území Slovenskej republiky v roku 2013. Ide o Košice, ktoré sa stali hlavným mestom kultúry pre Európu. Vďaka tomuto titulu Slovensko mohlo na praktickom príklade zistiť, ako v tejto oblasti zaostáva regionálna ale aj štrukturálna podpora kreatívneho priemyslu. Malo to však obrovský prínos, začalo sa vo veľkom rozprávať o téme kreatívneho rozvoja. V roku 2013 Ministerstvo kultúry SR obdržalo štúdiu s názvom „Správa o potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku“. Jedným z najväčších problémov bol nedostatok dát pre vypracovanie analýzy. Dáta boli v obmedzenom množstve a aj ich presnosť bola diskutabilná. Avšak táto štúdia mapuje segmenty kreatívneho priemyslu a prináša isté odporúčania.

Kreatívny priemysel je súčasťou dvoch operačných programov, OP Veda a inovácie a Integrovaného regionálneho operačného programu (IROP), kde existuje špecifická os na podporu kreatívneho priemyslu v infraštruktúre.

---

<sup>9</sup> ŠEBOVÁ, M., 2009., Vplyv inštitucionálnej hustoty na znalostné procesy v priemyselných regiónoch ekonomického jadra., [online]., [cit. 23.10.2015]., Dostupné na Internet: <<http://www.ceeol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=3df78226-1265-46b5-a5de-1a5b6c934925>>

Kreatívnemu priemyslu by pomohla podpora vnútornej organizácie sektoru a reprezentatívnych zoskupení. Za týmto účelom vzniklo prierezové Fórum kreatívneho priemyslu, dobrým príkladom je Slovak Fashion Council, organizácia združujúca módných tvorcov. Záujmom v hudobnom priemysle sa zase venuje Slovenský ochranný zväz autorský (SOZA).

Magistrát hlavného mesta SR Bratislavy sa tiež zapojil do viacerých medzinárodných projektov, ktoré sa dotýkali rozvoja inovatívneho podnikania a v rámci neho aj kreatívneho priemyslu.

V rámci projektu InCompass sa Bratislava zapojila do výmeny skúseností o kreatívnych centrách v európskych mestách, spôsobe ich fungovania a faktoroch ich rozvoja.

Mesto tiež angažovalo konzultanta, ktorý na základe pracovných ciest vypracoval štúdiu, ktorú prerokovali regionálne implementačné skupiny.

V rámci pokroku vznikol aj projekt: Kultúrna Bratislava. Bratislava ako hlavné mesto Slovenskej republiky má dynamicky sa rozvíjajúcu kultúrnu a umeleckú scénu, ktorú treba podporiť a zviditeľniť. Táto scéna nie je zriaďovaná inštitúciami verejnej správy. Na rozdiel od iných porovnateľných európskych miest však Bratislava dlhodobo nemá koncepciu rozvoja kultúry, ani efektívny a transparentný spôsob podpory mestom nezriaďovaných iniciatív.

A4 – asociácia združení pre súčasnú kultúru rozbehla od 1. decembra 2014 projekt *Partnerstvo pre kreatívnu Bratislavu*, v ktorom chce v spolupráci s vytvorenou sieťou mimovládnych organizácií, ktoré pracujú v regióne a zameriavajú sa na oblasť kultúry, sériou pripravených a realizovaných aktivít partnerstve s vedením mesta a v kontexte aktuálnej téme o kreatívnej ekonomike a tematizovania významu kultúrnych mimovládnych organizácií v regióne iniciovať vznik a implementáciu potrebných nástrojov v kultúrnej politike mesta a kraja.

Projekt nadväzuje na doterajšie úsilie, výzvy a iniciatívy A4 aj ďalších mimovládnych organizácií, usilujúcich sa upozorniť na problematiku a iniciovať dialóg s politickou reprezentáciou.

Hlavným cieľom projektu je zvýšenie zapojenia mimovládnych organizácií do tvorby politík a rozhodovacích procesov na miestnej, regionálnej a národnej úrovni. Projekt bude realizovaný od decembra 2014 do marca 2016.

V kreatívnom odvetví vystupuje mnoho ďalších inštitúcií. Jedna z najdôležitejších, ktorá je spravovaná štátom sa nazýva: *Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky*. Pôsobnosť tohto orgánu je stanovenie všeobecne záväzných právnych predpisov a zapracovanie

medzinárodných zmlúv. Ministerstvo sa podieľa na vytváraní podmienok pre rozvoj a prezentáciu kultúry vo všetkých oblastiach umenia, taktiež koordinuje postupy ministerstva pri zabezpečovaní implementácie štátnej kultúrnej politiky.

Jedným zo známejších orgánov je napríklad združenie *Slovenský ochranný zväz autorský (SOZA)*. SOZA je občianske združenie autorov a vydavateľov hudobných diel. Hlavnou úlohou SOZI je ochrana majetkových autorských práv skladateľov a vydavateľov hudobných diel. Toto združenie ochraňuje ich autorské práva, ktoré vyplývajú z ich duševného vlastníctva. Združenie aj udeľuje licencie, ktoré umožňujú používanie hudobných diel autorov, ktorí sú v spojení s týmto združením.

Ďalšou známejšou inštitúciou je *Slovenská akadémia vied*, skrátene (SAV). SAV je samosprávna vedecká inštitúcia, ktorá je zriadená zákonom. Jedným z jej cieľov je vykonávanie primárne základného výskumu v prírodných, technických, lekárskech, spoločenských a humanitných vedách. SAV je národná inštitúcia, ktorá realizuje výskum v rámci Slovenskej republiky ako samosprávna inštitúcia neuniverzitného typu. SAV je financovaná primárne z verejných zdrojov. SAV v mnohých smeroch spolupracuje s univerzitami na Slovensku ale aj v zahraničí.

Jednou z organizácií, ktoré vystupujú v sfére divadla je: Divadelný ústav Bratislava. Táto organizácia je celoslovenskou odbornou inštitúciou v priamom riadení Ministerstva kultúry SR. Divadelný ústav Bratislava sa zaoberá komplexným výskumom, dokumentáciou a poskytovaním informácií vo vzťahu k divadelnej kultúre. Vo svojej odbornej činnosti systematicky zhromažďuje, vedecky spracováva a sprístupňuje zbierkové, archívne a dokumentačné fondy z histórie a súčasnosti slovenského profesionálneho divadla, spravuje kultúrne dedičstvo v oblasti divadelnej kultúry na Slovensku.

*Národné osvetové centrum* je štátnou príspevkovou organizáciou Ministerstva kultúry Slovenskej republiky, ktorá zabezpečuje funkciu celoslovenského odbornometodického pracoviska pre kultúrno-osvetovú činnosť. Svojou činnosťou podporuje rozvoj kultúrnych, osvetových a umeleckých aktivít v miestnych a regionálnych podmienkach. Národné osvetové centrum je významnou kultúrno-spoločenskou organizáciou spolupracujúcou s ďalšími kultúrnymi inštitúciami, inštitúciami verejnej správy, samosprávami, tretím sektorom i širokou verejnosťou.

*Slovak fashion council* je združením, ktorého cieľom je podpora slovenských módných a textilných dizajnérov ako aj firiem, ktoré pôsobia v tejto oblasti odvetvia. Ich cieľom je podpora týchto jednotlivcov, alebo menších spoločností pri prenikaní na domáci ale aj zahraničný trh. Je to pomoc pri prieniku do daného segmentu, ale aj vytváranie

priaznivých podmienok pre existenciu takýchto podnikov. Združenie sa snaží zabezpečiť profesionálny rozvoj textilného priemyslu na Slovensku.

## 1.2. Vymedzenie pojmu kreatívny

V súčasnosti neexistuje jedna univerzálne platná definícia kreatívneho odvetvia. Používa sa niekoľko rôznych definícií, s ktorými kreatívny priemysel pracuje a vo väčšine prípadov sa od seba ani neodlišujú. Záleží na uhle pohľadu, cez ktorý sa na kreatívny priemysel pozeráme. Neexistenciu jednotnej definície utvrdzuje aj fakt, že samotný fenomén s prívlastkom kreatívny završuje svoju prvú dekádu existencie.

Definovaniu kreatívnej ekonomiky predchádza vymedzenie samostatnej kreativity. Kreativita je považovaná za materiálny, ale aj nemateriálny prejav samotnej tvorby i správania. Podľa amerického psychológa P. Guilforda (1950) sa kreativita chápe, ako: *„vlastnosť človeka vychádzajúca z určitých potrieb, ktoré sa prejavujú určitými mentálnymi procesmi a smerujú k definovanému cieľu.“*<sup>10</sup>

V dnešnej dobe sa kladie dôraz na zvyšovanie kvality ľudskej tvorivej činnosti. Kreativita teda tvorivosť je jednou zo základných schopností ľudí, ktoré sú tvorené ich sociálnymi, biologickými a psychologickými faktormi. Kreativitu môžeme vnímať ako proces, ktorý dokáže prinášať nové nápady, riešenia, koncepty, umelecké formy alebo produkty. Je prejavom inteligencie, ktorá sa spája s kreatívnym myslením a znalosťami.<sup>11</sup>

T. I. Lubart (1999) definoval kreativitu ako určitú schopnosť vytvárať nové originálne diela.<sup>12</sup> S. G. Isaksen a D. J. Treffinger (2004) vyzdvihujú: *„výskum kreativity preukázal, že kreativitu je potrebné vzťahovať na ľudí, procesy, produkty alebo situácie.“*<sup>13</sup>

Kreativita je predstavovaná cez schopnosti, s ktorými dokážeme vykonávať činnosti, ktoré sú originálne, jedinečné a nové. V individuálnom živote predstavuje kreativita schopnosť riešiť osobnostné problémy napríklad v práci. Zo sociálneho hľadiska je kreativita hnacím motorom, ktorý dokáže priniesť nové vedecké objavy, priniesť nové hnutia v umení.

---

<sup>10</sup> GUILFORD, J.P. 1950. Creativity. In: American Psychologist. [cit. 23.10.2015] ISSN 0003-066X, 1950, vol.5, n. 9, p. 444-445

<sup>11</sup> AVETISYAN, S., VLČKOVÁ, V. 2012. Region Direct: Ľudský kapitál, kreatívne triedy a rozvoj priestoru: teória a koncepty. Slovenská sekcia European Regional Science Association

<sup>12</sup> LUBART, T.I. 1999. Creativity across cultures. IN R.J. Stenberg (ed.) Handbook of creativity. Cambridge: Cambridge university Press, 1999. ISBN 978-0521576048

<sup>13</sup> ISAKSEN, S.G. – TREFFINGER, D. J. 2004. Celebrating 50 Years of Reflective Practice: Version of Creativity Problem Solving. In Mendeley. [cit. 23.10.2015] Journal of Creative Behaviour. 2004. ISSN 00657743, vol.38, no.2 p. 75-101.

Kreatívne myslenie znamená schopnosť jednotlivca, skupiny riešiť problémy novým spôsobom, ktorý je efektívny, je to skladanie existujúcich námetov, scenárov, možností do novej kombinácie.<sup>14</sup>

M. Nákonečný (1998) uviedol že tvorivosť predstavuje zvláštny komplex rôznych schopností. Tieto schopnosti teda aj zručnosti sa môžu prejavovať uplatňovaním kognitívnych a motivačných faktorov spolu s neintelektuálnymi rysmi osobnosti. Podstatou tvorivosti je teda predovšetkým spoločensky hodnotná originalita.

Jeden z najpoprednejších autorov, ktorý sa zaoberal otázkou kreatívneho odvetvia bol R. Florida. R. Florida (2002) vymedzuje ľudskú kreativitu v niekoľkých dimenziách ako napríklad:

- ekonomická kreativita – podnikanie/obchod,
- technologická kreativita – invencia,
- umelecká a kultúrna kreativita.

Podľa Floridu (2002) je kreatívna ekonomika teda výsledkom tvorivého myslenia a vzťahov ktoré vznikajú medzi umením, technológiami a obchodom. Tieto vzťahy vytvárajú následne efekty, ktoré sa navzájom posilňujú, ovplyvňujú nie len umenie, kultúru ale aj inovácie. Florida považuje *“ľudskú kreativitu za jedinečný ekonomický zdroj, ktorý dokáže vytvárať nové ideí a tým je dôvodom rastu blahobytu a prosperity.”*<sup>15</sup>

Kreativita dokáže implementovať nápady do práce a kapitálu, preto sa stáva jedným z najdôležitejších výrobných faktorov. Kreativita je nehmotná, imaginárna a napriek týmto faktom dokáže vďaka novým kreatívnym nápadom bez dodatočného zapojenia práce, kapitálu alebo inej kvalitnejšej formy zdrojov zvýšiť produkciu. Kreativita je neobmedzeným zdrojom.

Kreativita má tri hlavné zložky:

1. schopnosti vo vzťahu k odboru,
2. schopnosti vo vzťahu ku kreativite,
3. motivácia k riešeniu úloh.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> PÁSTOR, R., PARÍZKOVÁ, J., 2012. Region Direct: Kreatívne odvetvia-môdne návrhárstvo: teoretické východiská. Slovenská sekcia European Regional Science Association

<sup>15</sup> FLORIDA, R. 2002. Entrepreneurship, Creativity and Regional Development. [online] [cit. 23.10.2015] Dostupné na Internet:

<[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship\\_Creativity\\_and\\_Regional\\_Development.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship_Creativity_and_Regional_Development.pdf)>

<sup>16</sup> SOCHUEÁKOVÁ, J. 2012, Podniková ekonomika a manažment - Kreatívna ekonomika a jej meranie, Katedra ekonomiky Žilinskej univerzity, 2013. ISSN 1336-5878

### 1.2.1. Kreatívna ekonomika

Kreatívna ekonomika sa kreuje ako dôsledok pôsobenia ľudskej tvorivosti, technologickej vyspelosti, mobility a záujmu človeka o humanizáciu ľudskej spoločnosti, ktorá vytvára podmienky pre rastúcu schopnosť prijímať produkty, ktoré sú výsledkom tvorivej činnosti.

V aktuálnych hospodárskych, sociálnych a spoločenských podmienkach sa čo raz viac zvyrazňujú faktory a dôsledky kreatívnej ekonomiky, pri čom hospodárska kríza poukázala na vplyvy faktoru ekonomiky. „*Kreatívna ekonomika sa v súčasnosti stáva predmetom mnohých vedných odborov, ktoré sa zaoberajú vytváraním nových modelov.*“<sup>17</sup> Tieto nové modely vychádzajú najmä z pohľadu nelineárnych dynamických ekonomických systémov, „*pretože práve kritické hodnoty dosahované v lineárnych systémoch majú za následok krízu.*“<sup>18</sup>

Popularizácie sa dostalo kreatívnej ekonomike spolu s knihou *The Creative Economy* (Kreatívna Ekonomika) v roku 2001 od autora Johna Howkinsa. V tejto knihe bola hodnota kreatívneho produktu rozdelená na dve dimenzie a to hodnotu platformy a hodnotu duševného vlastníctva. Hodnota platformy predstavuje nosiča výsledku duševnej činnosti. Howkins nahliadal na kreatívny priemysel cez optiku práv duševného vlastníctva, ktoré malo štyri formy:<sup>19</sup>

- autorské práva,
- patentové,
- priemyselné ochranné známky,
- dizajnový priemysel.

Kreatívna ekonomika vkladá oživenie do mnohých sektorov od výroby, poskytovanie služieb, mikroekonomickej sféry ktorú predstavuje maloobchod a do

---

<sup>17</sup> SALAJOVÁ, S. 2011. Prečo kreatívna ekonomika? [Online]. [cit. 23.10.2015]. Dostupné na: <<http://iconference.sk/Icondoc/seminarsvk.pdf>>

<sup>18</sup> KLOUDOVÁ, J. a kol. 2010. Kreatívni ekonomika vybrané ekonomické, právni, masmediálni a informační aspekty. Bratislava. [cit. 23.10.2015] Eurokódex, s. r. o. 2010, 216s. ISBN 9788089447206

<sup>19</sup> Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike [Online]. [cit. 23.10.2015]. Dostupné na: <[http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m\\_Mater-Dokum-140744.html#\\_Toc310945521](http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m_Mater-Dokum-140744.html#_Toc310945521)>

zábavného priemyslu. Nové spôsoby myslenia, vnímania a konania sú hlavné aspekty, ktoré stvárajú kreatívnu ekonomiku.<sup>20</sup>

Kreatívna ekonomika predstavuje úlohu kreatívnych ľudí, priemyslu, ktorých postavenie v hospodárstve a spoločnosti narastá. Do kreatívnej ekonomiky spadá oveľa viac faktorov ako len umenie a kultúra. Strata kreatívnej triedy dokáže spôsobiť pokles v hospodárstve, preto je dôležité túto triedu prilákať.<sup>21</sup>

### 1.2.2. Kreatívne odvetvie

Hartley (2007) tvrdí, že termín kreatívneho odvetvia zaviedol vo Veľkej Británii odbor kultúry, médií a športu (DCMS) v roku 1990, ktorý sa zameriaval na priemysel a v ňom na firmy, ktorých výstupy boli považované za kreatívne. Dôležitý príspevok uskutočnilo DCMS, keď dokázalo posunúť koncepciu od svojho združenia, ktoré malo silno umelecké zameranie na akúkoľvek činnosť, ktorej výsledkom sú produkty s potrebou ochrany duševného vlastníctva. Táto transformácia zahŕňala oblasti ako reklama, video, architektúra, hudba, filmová tvorba, výtvarné umenie, starožitné trhy, remeslá, softvér, dizajn, televíziu a rádio. Podľa tohto je teda kreatívne odvetvie založené na individuálnej tvorivosti, talente a zručnosti.

Podľa Hartleyho (2007) sa kreatívne odvetvie teraz nachádza v druhej fáze rozvoja, pre ktorú je príznačné, že sa rozšíril z tvorivých výstupov na celú oblasť hospodárstva. Do úvahy sa berie ako kreatívne výstupy vytvárajú hodnotu podnikom, ktoré nepovažujeme za tvorivé.

Tretia fáza, ktorá postupne prichádza je charakteristická rozširovaním digitálnych médií do populárnej kultúry, kedy sa ťažisko presúva do obsahu vytváraného používateľom a do otvorených sietí.

Kreatívny priemysel sa úzko spája s pojmom kultúrny priemysel. Pojem kultúrny priemysel sa začal výraznejšie používať v prvej polovici 20. storočia, kedy mal pôvodne a priori negatívnu konotáciu spájanú so znehodnocovaním umenia a kultúry. Nerobil sa rozdiel, či ide o znehodnocovanie masovým ideologickým ovplyvňovaním fašistickým

---

<sup>20</sup> PÁSTOR, R., PARÍZKOVÁ, J., 2012. Region Direct: *Kreatívne odvetvia-môdne návrhárstvo: teoretické východiská*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

<sup>21</sup> AVETISYAN, S., VLČKOVÁ, V. 2012. Region Direct: *Ludský kapitál, kreatívne triedy a rozvoj priestoru: teória a koncepty*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

Nemeckom alebo prázdnotou a povrchnosťou orientovanou na spotrebu, ktorá bola typická pre americký trh v druhej polovici 20.storočia.

Problematicou, ktorá vzniká v kreatívnom odvetví sa v súčasnej dobe zaoberá mnoho štúdií. Tieto štúdie sledujú rôzne faktory, ktoré sú spájané s kreativitou a ich vplyvom na ekonomiku:

- faktor momentu kreativity (Charles David Throsby (2007)),
- faktor informačných a komunikačných technológií (John Hartley (2004)),
- faktor komunikatívnosti kultúrneho produktu (David Hesmondhalgh (2012)),
- faktor expresívnej hodnoty (Work Foundation (2007)),
- faktor povolania (Richard Florida (2002)).

Udalosť, ktorá významne predstavila problematiku kreatívnej triedy širšej verejnosti bolo dielo Richarda Floridu *The Rise of the Creative Class* (Vzostup kreatívnej triedy) z roku 2003.

Florida vo svojom diele tvrdí, že na atraktivitu, ekonomickú výkonnosť konkurencieschopnosť mesta má priamy vplyv prítomnosť tvorivých ľudí, ktorí žijú a pracujú v meste.<sup>22</sup>

Kreativita poskytuje priestor pre zlepšovanie konkurencieschopnosti regiónov. C.Karlsson (2009) tvrdí, že kreativita je základom inovácií – teda kľúčového prvku konkurencieschopnosti. Tyler, Kitson a Martin (2004), sú názoru, že na dosiahnutie nárastu produktivity je nevyhnutné zväziť nie len tzv. tvrdé faktory produktivity, ale aj mäkké faktory, ktoré sú mestsko – sociálno – ekonomické rozmery. (Kitson, Martin, Ttyler 2004).

Ľudský kapitál, ktorý je súhrnom schopností, zručností a znalostí dokáže vo významnej miere ovplyvniť produktivitu ekonomických subjektov v regióne. S rastom produktivity dokáže vytvárať konkurenčnú výhodu, ktorá sa následne premietne do hospodárskeho výsledku daného ekonomického subjektu a môže sa potom podieľať na jeho raste prípadne na prijímaní nových zamestnancov.

Pre daný región to znamená vytváranie nových pracovných príležitostí, zvyšovanie príjmov domácností, v dôsledku čoho sa bude zvyšovať aj ich spotreba, čo zabezpečí regionálny rast a rozvoj.

---

<sup>22</sup> FLORIDA, R. 2002. Entrepreneurship, Creativity and Regional Development. [online] [cit. 23.10.2015]  
Dostupné na Internetu:  
<[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship\\_Creativity\\_and\\_Regional\\_Development.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship_Creativity_and_Regional_Development.pdf)  
>

Sociálno–inštitucionálny kapitál je ďalší faktor, pri ktorom je dôležitá jeho hĺbka, rozsah a orientácia inštitucionálnych foriem a sociálnych sietí.

Kultúrny kapitál predstavuje možnosti, vybavenosť a kvalita kultúrnych zariadení. Verejná infraštruktúra, ktorá predstavuje ďalší faktor patrí medzi základy konkurenčnej výhody. Základná výrobná báza regionálnej ekonomiky je zastúpená vo výrobnom kapitáli.

Veľmi dôležitý faktor je prítomnosť kreatívnych jednotlivcov, ktorý svojimi znalosťami prispievajú k novým inováciám – kreatívny kapitál.

Florida taktiež vo svojich dielach poukázal na 20% nárast kreatívnej triedy v Amerike za poslednú dekádu minulého storočia.

Nápad, teda idea, ktorá je reprezentovaná tvorivosťou sa postupne stáva dôležitým a popredným výrobným vstupom popri kapitáli a ľudskej práci. Tvorivosť ako faktor, je nevyčerpatel'ný zdroj, zároveň je, ale aj ťažko definovateľný.

Kreatívnu ekonomiku možno v zjednodušenom ponímaní chápať ako ekonomiku, ktorá je založená na kreativite.<sup>23</sup> Podľa Howkinsa (2001), schopnosti a talent predstavujú základné vstupy, ktoré sú prostredníctvom kreativity transformované. Je pre ňu charakteristické, že základné firmy a organizácie, ktoré v tejto ekonomike pôsobia, majú vysoký podiel kreatívnych zamestnancov na celkovom počte.<sup>24</sup> Ale je pre ne príznačné, že organizácie často spolupracujú s univerzitami a výskumnými inštitúciami, ktoré sa podieľajú na výskume a tvorbe znalostí.<sup>25</sup>

Kreatívna ekonomika je prepojenou množinou podnikov a organizácii, ľudí v danom, špecifickom priestore.<sup>26</sup>

Je mnoho vymedzení kreatívnych odvetví. Britské Ministerstvo pre kultúru, médiá a šport vytvorili klasifikáciu, ktorá pozostáva z trinástich odvetví a na jej základe zbierala a vyhodnocovala štatistické údaje, ako napr. ohľadom fluktuácie zamestnancov. Na základe tohto dokumentu mohli regionálne rozvojové agentúry a miestne úrady realizovať nové druhy ekonomických stratégií. Sú to tie, ktoré majú potenciál po bohatstve na základe svojho pôvodu v individuálnej tvorivosti, talente a zručnosti. Tieto zručnosti sa využívajú

---

<sup>23</sup> FLORIDA, R. 2002. Entrepreneurship, Creativity and Regional Development. [Online]. [cit. 23.10.2015]. Dostupné na internete: <[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship\\_Creativity\\_and\\_Regional\\_Development.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship_Creativity_and_Regional_Development.pdf)>

<sup>24</sup> Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike [Online]. [cit. 23.10.2015]. Dostupné na: <[http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m\\_Mater-Dokum-140744.html#\\_Toc310945521](http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m_Mater-Dokum-140744.html#_Toc310945521)>

<sup>25</sup> BACULÁKOVÁ, K. Kreatívne mestá a kreatívne klastre, Ekonomická univerzita v Bratislave, Fakulta medzinárodných vzťahov

<sup>26</sup> MIŠŮNOVÁ, E. 2009 Kultúrne a kreatívne odvetvia a cestovný ruch – teoretické koncepcie a prax, Regionálne európske informačné centrum Banská Bystrica, ISSN 1337-8473

prostredníctvom talentu. Pri kreatívnom odvetví sa chápe ako vstup do transformačného procesu kreativita a vzniknutý výstup je duševné vlastníctvo. (DCMS)

Ďalší známy klasifikačný systém, ktorý slúži na skúmanie kreatívnych odvetví vytvoril J. Howkins (2001), ktorý skúmal 15 odvetví. Organizácia WIPO (World Intellectual Property Organisation) vychádza vo svojej klasifikácii z duševných práv. Dôležitý aspekt, ktorý treba zohľadniť pri nazeraní na kreatívne odvetvia je rozličnosť medzi produkciou duševného práva a procesy, ktoré slúžia na prenos výrobku k spotrebiteľovi. (Curran Van Egeraat (2009)). UNCTAD pri svojom komplexnom definovaní kreatívnych odvetví využíva pohľad na kreatívne odvetvia ako na cykly tvorby, výroby a distribúcie produktov a služieb, ktoré sú výsledkom primárnych vstupov ako kreativita a intelektuálny kapitál. UNESCO chápe za kreatívne odvetvia tie, ktorých produkty alebo služby obsahujú tvorivé úsilie, ale aj činnosť ako je napr. reklama. (UNESCO)

Mnoho štúdií sa zameriava na výskum v rámci kreatívnych odvetví výlučne na kultúrne odvetvia. Tie sa zakladajú na princípe ziskového, neziskového a verejnoprospešného charakteru. (Markusen, Wassall, DeNatale, Cohen (2008)).

O'Connor (2010), definoval kultúrne odvetvia ako činnosti, ktoré sa zaoberajú primárne nehmotnými (symbolickými) produktmi. Sú to produkty, ktorých kultúrna hodnota dáva základ pre ich ekonomickú hodnotu. (O'Connor (2010)). Kombináciou tvorby, výroby a komercializácie tvorivého obsahu, ktorý je nehmotného a hmotného charakteru identifikuje kultúrne odvetvie. (UNESCO) Tento obsah býva chránený autorským právom. Môže mať podobu tovaru alebo služby.

### **1.2.3. Klasifikácia kreatívnych odvetví v podmienkach SR**

Pri klasifikácii odvetví v kreatívnom priemysle vychádzame z klasifikácie, ktorú uvádza DCMS z roku 2013. Odvetvia sú zoskupené do siedmych kategórií.

Prvou kategóriou je: *Reklama a marketing*. Je najväčšou kategóriou z hľadiska počtu firiem. Táto kategória zahŕňa firmy, ktoré poskytujú poradenstvo, pomoc a prevádzkovú podporu podnikom ale aj iným organizáciám v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou. Taktiež sem patria firmy, ktoré sa podieľajú na tvorbe a realizácii reklamných kampaní, marketingových kampaní, ktoré slúžia na prilákanie nových zákazníkov. Patria sem aj spoločnosti, ktoré sa zaoberajú predajom vysielacieho času a priestoru. Do tejto kategórie nespádajú podniky, ktorých činnosť je napríklad tlač reklamných materiálov, výroba

reklamných sloganov pre rozhlas alebo televíziu, predaj reklamného priestoru priamo vlastníkovi alebo vydavateľovi.

Druhou kategóriou je: *Architektúra*. Sem patria podniky, ktoré ponúkajú služby v oblasti návrhu, vypracovania projektu stavby ale aj podniky poskytujúce architektonické služby v oblasti projektovania miest, obcí, krajinnej architektúry.

*Dizajn a módný dizajn*, je tretou kategóriou do ktorej patria firmy z oblasti módného návrhárstva, odevov, obuvi, textílií, ostatných odevných doplnkov. Spadajú sem aj firmy zaoberajúce sa dizajnom nábytku a tovarov osobnej spotreby. Do dizajnu a módy patria aj podniky, ktoré sa sústreďujú na priemyselný dizajn. To je tvorba a rozvoj návrhov z niekoľkých hľadísk, ako sú optimálne použitie, cena, vzhľad produktu, návrh materiálu, mechanizmu, tvaru a farby.

Ďalšou rozsiahlou kategóriou je: *Film, TV, video, rádio a fotografia*. Sem spadajú firmy, podniky, spoločnosti, ktoré sa zaoberajú tvorbou filmov, videozáznamov a televíznych programov, televíznych reklám. Patria sem aj podniky, ktoré sa zaoberajú výrobnou činnosťou do ktorej patrí napríklad, strihanie, prenos záznamu medzi rôzne nosiče, titulkovanie, skryté titulkovanie, animácie, špeciálne efekty a aj činnosti filmových laboratórií a činnosti špeciálnych laboratórií pre animované filmy. Zaraďujeme sem aj distribúciu filmov, videozáznamov, činnosti filmových archívov, televízne spoločnosti a stanice pre usporiadateľov expozícií. Patrí sem aj kúpa a predaj distribučných práv na filmy a iné filmové produkcie.

Kategória: *IT, softvér a počítačové služby*. Sem patria firmy, ktoré projektujú štruktúru a obsah (alebo tvoria) počítačového kódu, ktorý je potrebný pre tvorbu a implementáciu softvérov, databáz, webových stránok.

*Vydavateľská činnosť*. Zahŕňa firmy, ktoré sa zaoberajú vydavateľskou činnosťou rôznych kníh, brožúr, letákov, atlasov, máp ale aj podniky, ktoré vydávajú encyklopédie a zvykové nahrávky kníh. Firmy, ktoré sa zaoberajú výrobou glóbusov alebo vydávajú propagačný materiál sem nezaraďujeme.

Posledná kategória je: *Hudba, scénické a vizuálne umenie*. Táto kategória patrí medzi tie najmenšie čo sa týka počtu firiem na našom trhu. Sem patrí príprava originálnych zvukových nahrávok na nosičoch ako sú pásky a CD a ich následné vydávanie, propagácia a distribúcia. Patria sem aj učitelia klavíru, tanečné štúdiá, umelecké kurzy. Patria sem aj školy: divadelné školy, školy výtvarného umenia, herecké školy, fotografické školy (okrem tých akademických). Podniky, alebo osoby poskytujúce kurzy cudzích jazykov, činnosti osobných agentov, castingové činnosti, výroba sôch (iných ako umelecké originály),

reštaurovanie organov a iných historických hudobných nástrojov, prevádzka kín sú činnosti ktoré do tejto kategórie nespádajú.<sup>27</sup>

## 1.2.4. Štruktúra kreatívneho priemyslu na Slovensku

**Tabuľka č.1:** štruktúra kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike

| Oblasť                                  | Poznámka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Architektúra                            | interiérový dizajn a záhradnú architektúru                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Divadlo                                 | dramatikov, choreografov a ďalších autorov dramatických a hudobnodramatických diel, ako aj nehudobné interpretačné umenie (herci, tanečníci, mímovia, atď.)                                                                                                                                                                                                                                     |
| Dizajn                                  | priemyselný dizajn a umelecký dizajn, ako aj úžitkové umenie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Film a video                            | audiovizuálny priemysel vrátane filmového priemyslu (tak výrobcov originálov audiovizuálnych diel, ako aj vydavateľov ich rozmnoženín), ako aj súvisiace povolania a poskytovanie audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie                                                                                                                                                              |
| Hardvér a súvisiace služby              | vývoj, výroba, dovoz, vývoz a predaj súvisiaceho hardvéru (o. i. PC, mobilné zariadenia, televízory), nosičov a poskytovanie súvisiacej technologickej základne (o. i. webhosting)                                                                                                                                                                                                              |
| Podporné služby                         | umelecké agentúry, eventové agentúry, organizácie kolektívnej správy práv, poradenské spoločnosti, copyright clearing a pod.                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Hudba                                   | hudobných skladateľov i hudobných interpretov (speváci, hudobníci), ako i textárov; rovnako i hudobný priemysel (výrobcovia zvukových záznamov hudobných diel a vydavateľstvá hudobných diel)                                                                                                                                                                                                   |
| Informačno-komunikačné technológie      | elektronické komunikácie a poskytovanie služieb informačnej spoločnosti, ako aj špecifických obsahových služieb (o. i. retransmisia, direct to home (DTH), multiplex)                                                                                                                                                                                                                           |
| Komunikačné médiá                       | mediálny priemysel vrátane rozhlasového a televízneho vysielania, tlačových agentúr, vydávania periodickej tlače a poskytovania e-news, ako aj súvisiace povolania (o.i. novinári, reportéri, dokumentárni a reportážni fotografi); nezahrňa audiovizuálne mediálne služby na požiadanie (napr. video na požiadanie (VoD) a služby informačnej spoločnosti)                                     |
| Kultúrne dedičstvo a prírodné dedičstvo | pamiatkové rezervácie, pamiatkové zóny, nehnuteľné kultúrne pamiatky, hnutelné kultúrne pamiatky, nehmotné kultúrne dedičstvo, archeologické nálezy, archeologické náleziská, prírodné pamiatky, chránené krajinné prvky, jaskyne, prírodné vodopády, hvezdárne a planetária, skanzeny, arboréta, botanické záhrady, mestské záhrady a parky, hrady, zámky, kaštiele a významné sakrálné stavby |
| Literatúra a knižný trh                 | spisovateľov, editorov, prekladateľov, redaktorov a vydavateľov neperiodických publikácií, ako aj vydavateľov audiokníh                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Módny priemysel                         | haute couture a parfumérstvo, ako aj návrhárstvo v súvisiacich oblastiach (napr. nechťový dizajn), a súvisiace povolania (štylisti, aranžéri, floristi a pod.)                                                                                                                                                                                                                                  |
| Multimediálny priemysel                 | herný priemysel, ako aj vydávanie multimediálnych diel a počítačových a konzolových hier                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

<sup>27</sup> BALOG, M. a kolektív. 2014. Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku. Slovenská inovačná a energetická agentúra 2014. ISBN 978-80-88823-57-5

|                     |                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pamäťové inštitúcie | zbierkové predmety a fondy múzeí, knižníc, galérií, archívov, Slovenského filmového ústavu, Ústavu pamäti národa a Rozhlas a televízia Slovenska                                             |
| Reklamný priemysel  | reklamné agentúry, mediálne agentúry, marketing a Public Relation                                                                                                                            |
| Remeslá             | remeslá tradičnej ľudovej a mestskej kultúry                                                                                                                                                 |
| Softvér             | vývoj a výrobu softvéru; nezahŕňa vývoj a výrobu počítačových hier a konzolových hier                                                                                                        |
| Trh s umením        | legálny trh so starožitnosťami a aukčné spoločnosti, ako aj súvisiace povolania (napr. reštaurátori)                                                                                         |
| Vizuálne umenie     | všetky formy výtvarného umenia, umeleckej fotografie a svetelného dizajnu, ako aj nové formy multimediálnych inštalácií atď.                                                                 |
| Zábavný priemysel   | zoologické záhrady a voľnočasové aktivity inde neuvedené (o. i. varieté, kabaret, cirkus, lunapark, zábavné a športové podujatia, amatérska umelecká tvorba, kurzy zručností), vývoj hračiek |

**Zdroj:** *Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike.* [online]. 2011. [cit. 18.10.2015]. Dostupné na internete: <1snsc.sk/subory/Podpora\_kulturneho\_a\_kreativneho\_priemyslu\_v\_SR.doc>

### 1.2.5. Kreatívny priemysel na Slovensku

Slovenská republika sa nachádza v období kedy si začína uvedomovať potenciál a silu tohto segmentu. Podľa odborníkov je toto uvedomenie založené na vnútenom rozpoznaní. Slovensko zastáva malého hráča v zoskupení dvadsiatich ôsmich krajín v Európskej únii, z tohto vyplýva že naša úloha je viac menej daná a naše postavenie ako prispôsobovateľa len ťažko dokážeme prelomiť. Nahráva tomu aj fakt že Európska únia vydáva smernice, odporúčania, právne normy, ktoré musíme nasledovať a rešpektovať. Na Slovensku sa v posledných rokoch uskutočnilo mnoho prednášok k tejto téme. Zviditeľniť našu krajinu sa nám podarilo aj vďaka titulu, ktorý získalo mesto Košice: Európske centrum kultúry pre rok 2013.<sup>28</sup>

Postupom času sa aj v slovenských pomeroch stáva z kreatívneho odvetvia diskutovaná a sledovaná oblasť. Stále vznikajú nové projekty, ktorých zameranie je jasné. Zvyšovať povedomie vôbec o samotnom termíne kreatívneho odvetvia a oboznamovať spoločnosť s jeho štruktúrou. Hľadajú sa možnosti spolupráce medzi verejnými a súkromnými organizáciami. Hľadajú sa aj spôsoby ako spolupracovať s krajinami v Európskej únii a aj mimo nej.

<sup>28</sup> PAJERSKÁ, E. 2012. Region Direct: *Postavenie kreatívnej politiky v podmienkach Slovenskej republiky.* Slovenská sekcia European Regional Science Association

3. septembra 2008 sa uskutočnil seminár s názvom Inovácie a kreatívny potenciál. Toto podujatie sa zameralo na otázky ako a akým spôsobom sa dá podporiť kreatívny priemysel na Slovensku. Taktiež aj vytváranie nových firiem, ktoré by pôsobili v tejto sfére priemyslu alebo rozvíjať existujúce podniky, ktorých zameraním sú inovácie.

Fórum kreatívneho odvetvia je organizácia, ktorá funguje na území Slovenskej republiky a jej aktivity sú zamerané na podporu a skúmanie kreatívneho odvetvia. Hlavným cieľom tejto organizácie je podieľať sa na vytváraní zdravého hospodárskeho prostredia obsahujúceho primeraný regulačný rámec.

Podľa vzorov politik niektorých krajín v Európskej únii aj Slovenská republika plánuje vytvoriť nadrezortnú skupinu, ktorej úlohou bude vypracovanie Stratégie rozvoja kreatívneho odvetvia na Slovensku. Východiská tejto správy sa momentálne nachádzajú v pripomienkovom konaní.

Tento dokument nadväzuje na Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho odvetvia o ktorom rokovala vláda v decembri 2011.

Prvá kapitola tohto dokumentu opisuje stav, ktorý na Slovensku je. Na našom území sa nachádza približne 4000 jednotiek, ktoré svojou činnosťou môžeme zaradiť do sféry kreatívneho odvetvia. Spolu to predstavuje približne 6 % z celkového slovenského podnikateľského sektora. Tento sektor zamestnáva 45 tisíc ľudí, čo tvorí 4 % z celkovej zamestnanosti na Slovensku. Toto číslo je však orezané o osoby v slobodnom podnikaní a živnostníkov.

Z pohľadu regiónov je Bratislava centrom kreatívneho odvetvia na Slovensku.

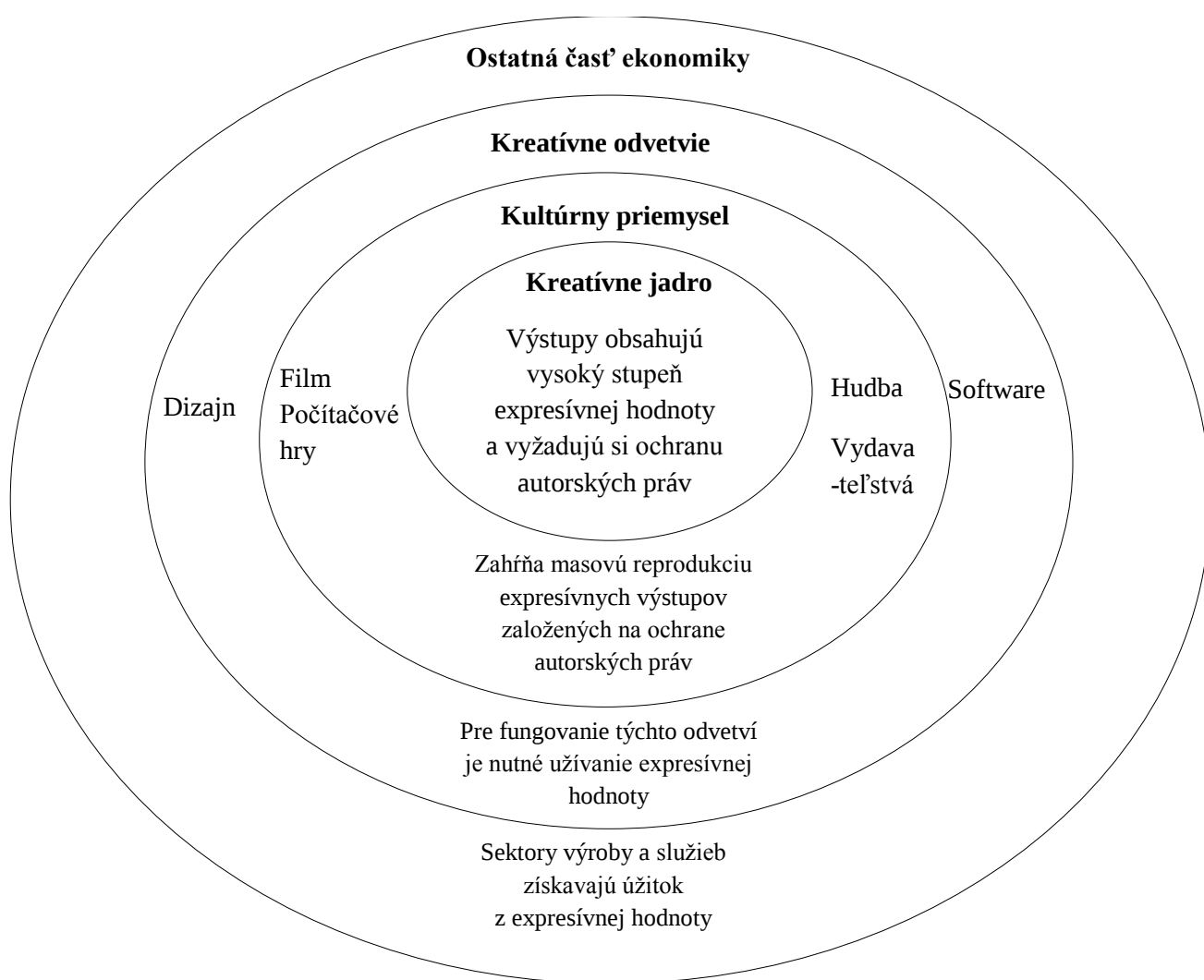
Dokument sa venuje aj významu duševného vlastníctva, ktoré je dôležité pre rozvoj kreatívneho odvetvia z hľadiska ochrany, vymožitelnosti a ochrany práv autorov.

28. júna 2013 Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky uzatvorilo zmluvu s bratislavskou spoločnosťou Neulogy, ktorej úlohou bolo vypracovanie správy o stave kreatívneho odvetvia na Slovensku. Cena tejto zmluvy bola 97 600 eur bez DPH. Táto správa obsahuje štruktúru sektora, vzájomné vzťahy, definíciu rámcov kreatívneho odvetvia, ale aj návrhy ďalších krokov pre rozvoj a podporu kreatívneho odvetvia. Na základe tejto správy bude Ministerstvo kultúry v spolupráci s ostatnými inštitúciami pripravovať kroky a postupy s cieľom, ktorý bude ekonomicky využiť potenciál domácej kultúry.

### 1.2.6. Spoločné znaky kreatívneho odvetvia

Podľa DCMS sa všetkých trinásť podskupín, ktoré sú v kreatívnom priemysle odlišujú v mnohých faktoroch, ale majú jeden model podnikového jadra. Vo všetkých podskupinách sa vytvára idea expresívnej hodnoty, ktorá sa nasledovne uplatňuje na trhu. Sú to nové pôžitky, skúsenosti, nadhľady, ktoré stimulujú naše vnemy a dokážu obohatiť náš život. V 21. storočí sa tieto hodnoty nenachádzajú len v tradičnom umení, ale sú prezentované aj v počítačových hrách softwarových programoch a inom interaktívnom materiáli, ktorý je prístupný na internete.

Obrázok 1: Štylizovaná typológia



**Zdroj:** *The Work Foundation: Staying Ahead (2007) (Štylizovaná typológia, vlastné spracovanie*

Výstupy, ktoré obsahujú vysokú expresívnu hodnotu a je nutnosťou ich ochrana autorskými právami sa nachádzajú v kreatívnom jadre. Aktivita, ktoré sú založené na reprodukcii expresívnych výstupov, ktoré sú tiež chránené autorskými právami sa nachádzajú v kultúrnom priemysle. Výrobky a služby, ktoré tiež dokážu istým spôsobom profitovať z prínosu expresívnej produkcie sa nachádzajú v ostatnej časti národnej ekonomiky.

## 2. Ciele a metodika práce

### 2.1. Ciele práce

Kreatívny priemysel označuje tie časti ekonomiky, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu a ktorých základom je ľudská kreativita a talent.<sup>29</sup>

Na území Slovenskej republiky je podľa môjho názoru celkom malé povedomie ohľadom štruktúry kreatívneho odvetvia, týka sa to najmä širokej verejnosti na Slovensku, ktorá nemá jasnú predstavu o tom čo do tohto odvetvia zaraďujeme a nepozná ani adekvátne inštitúcie, ktoré môžu tento priemysel podporovať.

V mojej práci sa sústredím najmä na spoznanie tejto problematiky, vychádzajúc z teoretických základov z oblasti inštitúcií a inštitucionálnej hustoty a následne aj z oblasti kreatívneho odvetvia.

Všeobecným cieľom mojej práce je analyzovať hustotu inštitucionálneho prostredia (miliéu), podporujúceho kreatívne odvetvia.

Súčasťou všeobecného cieľa sú aj čiastkové ciele, ktoré podmieňujú dosiahnutie hlavného cieľa:

1. Získanie všeobecných poznatkov o inštitualizácii a kreatívnom odvetví.
2. Sumarizácia základných informácií o inštitúciách podporujúcich kreatívne odvetvia a informácie o kreatívnom odvetví na základe dostupných štatistických údajov a sekundárnych prameňov.
3. Verifikácia zameraná na hustotu inštitúcií podporujúcich kreatívne odvetvia v Bratislavskom kraji.

Pri splnení týchto vytýčených cieľov, dosiahnutý výsledok poukáže na interakciu inštitúcií a kreatívneho priemyslu v Bratislavskom regióne. V ďalšej kapitole priblížim metódy, ktoré som využíval pre dosiahnutie mojich cieľov.

---

<sup>29</sup> LOYDLOVÁ, M. Kreatívny priemysel – oblasť kultúry a ekonomiky. [online]. [cit. 16.10.2015]. Dostupné na internete: <[http://of.euba.sk/konfVeda2012/Prispevky/Loydlova\\_Miroslava.pdf](http://of.euba.sk/konfVeda2012/Prispevky/Loydlova_Miroslava.pdf)>

## 2.2. Metodika práce a metody skúmania

Hneď na začiatku písania bakalárskej práce je potrebné určiť si osnovu a metódy skúmania, ktoré mi budú udávať smer počas celého procesu tvorby.

- **metóda analýzy:** Išlo o analýzu množstva informácií, ktoré som načerpal v odbornej literatúre domácich aj zahraničných autorov, časopisoch a na internete. Túto metódu som využil v prvej časti písania bakalárskej práce, kde som podrobne opísal a zadefinoval pojmy ako inštitúcia a inštitucionálna hustota. Bolo potrebné analyzovať informácie a štatistické údaje. Metódu som využil následne pri kreatívnom odvetví a jeho štruktúre.
- **metóda syntézy:** Je v podstate súčasťou analýzy, ide o spájanie určitých predpokladov a vytvorenie definície pre skupinu subjektov. Túto metódu som využil v praktickej časti, kde som vytváral jednotný záver na celú pozorovanú skupinu subjektov.
- **komparácia (porovnávanie):** je všeobecná operácia myslenia ktorá vyúsťuje do zistenia, či sú dva predmety alebo javy rovnaké (totožné), podobné alebo odlišné. Touto metódou som sa riadil pri určovaní inštitucionálnej hustoty.
- **metóda verifikácie:** Ide o metódu, kde sa využívajú konkrétne príklady s presnými údajmi. Túto metódu som využil v praktickej časti, kde som pracoval so skutočnými údajmi reálnych subjektov kreatívneho priemyslu v Bratislavskom kraji a inštitúciami vo vzťahu k tomuto odvetviu.

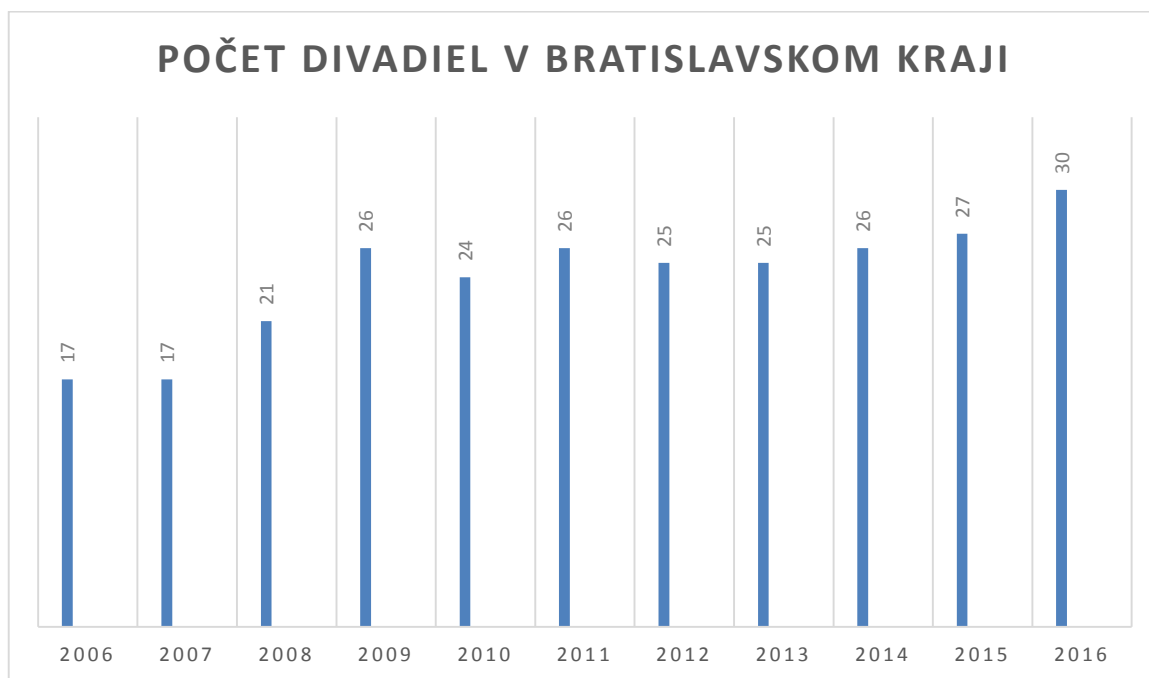
### **3. Praktická časť**

Pre môj výskum som vybral inštitúcie, ktoré sú v regióne najdôležitejšími aktérmi vyjednávania a rozhodovania s účasťou na kreatívnom priemysle. Sú medzi nimi inštitúcie verejnej správy ako lokálne/regionálne, tak aj inštitúcie súkromného a občianskeho sektora. Ide o konkrétne inštitúcie v regióne a patria do súboru najdôležitejších aktérov, ktoré priradujem k vybraným oblastiam v rámci štruktúry kreatívneho priemyslu, a sú to divadlo, hudobný priemysel a galérie s múzeami. Takto zvolený súbor najdôležitejších inštitúcií vychádza z predstáv, že tvoria určitý stupeň naplnenia inštitucionálnej hustoty voči vybraným zložkám kreatívneho priemyslu. Pri ponímaní inštitúcie, inštitúcia predstavuje pravidlá hry voči kreatívnemu priemyslu, teda inštitúcie vyformovali politické/ekonomické organizácie, ktoré predstavujú jednotlivých hráčov vo vzťahu ku kreatívnemu priemyslu.

#### **3.1. Kreatívny priemysel – divadlo v Bratislavskom kraji**

V roku 2015 v rámci sledovaných divadiel pôsobilo v Bratislavskom kraji 7 štátnych divadelných subjektov (v správe štátu, kraja alebo obce), ktoré vykazovali 7 stálych scén, a 20 divadelných subjektov v súkromnom zriadení. Divadelná scéna pôsobiaca na území BSK disponuje celkovým počtom sedadiel 6 316. Odohrané predstavenia vykazujúcich divadiel v Bratislavskom samosprávnom kraji navštívilo inscenácie v divadelných zariadeniach asi 640 780 návštevníkov. Bratislava je tak bezpochyby národným centrom divadelného života a pôsobiskom aktívnych divadelných inštitúcií, ponúkajúcich množstvo hier a inscenácií. Štátne divadlá, resp. divadlá v správe štátu, BSK alebo obce v riešenom území, navštívilo v Bratislavskom samosprávnom kraji v roku 2015 celkovo 424 296 návštevníkov a súkromné divadlá navštívilo 216 484 osôb.

**Graf č. 1:** *Vývoj počtu divadiel v Bratislavskom kraji*

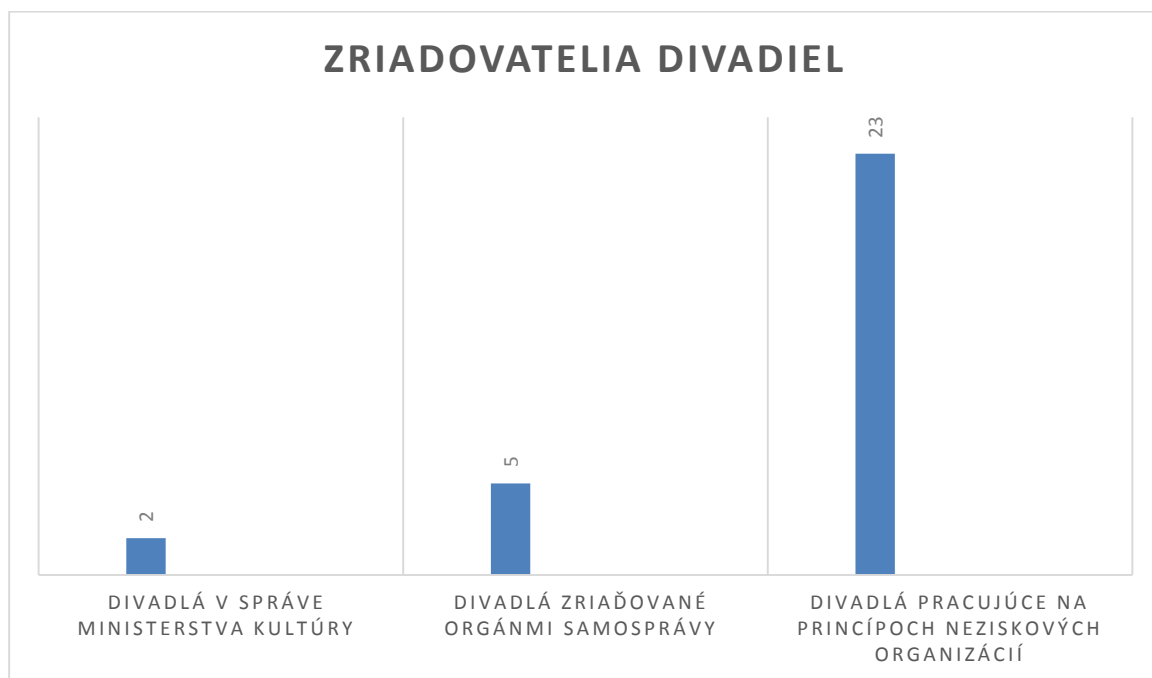


**Zdroj:** <http://datacube.statistics.sk/TM1WebSK/TM1WebLogin.aspx>

Môžeme vidieť, že počet divadiel každým rokom narastá. Záujem o kultúru tohto druhu na Slovensku neustále rastie. Divadelná tvorba sa postupom rokov posúva stále vpred. Je však zrejmé, že počet divadiel, ktoré najnovšie vznikajú sú zastrešené súkromným investorom. Práve takéto divadlá majú stále väčší a väčší úspech, pretože prinášajú tvorbu, ktorú by verejné alebo štátne scény neuvádzali.

Divadelná tvorba, ktorá sa uvádza v divadlách je modernejšia. Divadlá majú lepšie podmienky ako napríklad pred desiatimi rokmi. Spoločne s rozvojom techniky, dokážu priniesť na pódia zážitky podobné tým v kinách.

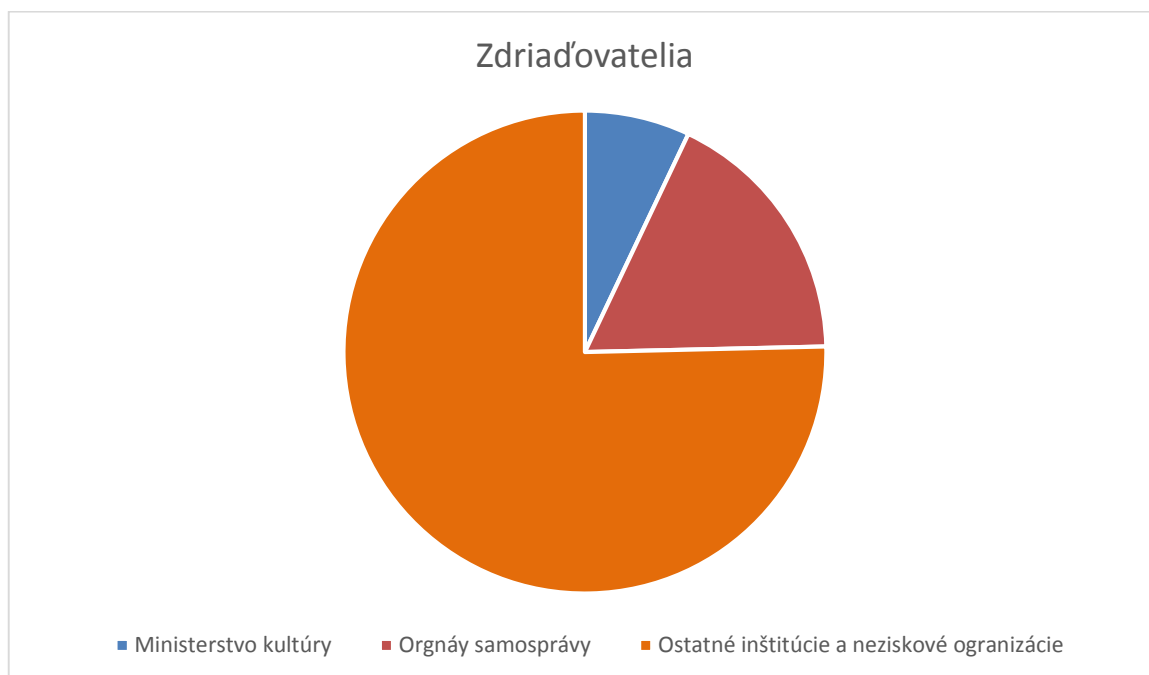
**Graf č. 2:** Zriaďovatelia divadiel v Bratislavskom kraji



**Zdroj:** <http://www.theatre.sk/sk/divadlo-na-slovensku/>

Ako môžeme vidieť na grafe väčšina divadiel je zriaďovaná súkromnými osobami. V správe Ministerstva kultúry sa nachádzajú iba dve divadlá a to Slovenské národné divadlo a divadlo Nová scéna. Orgány samosprávy zriaďujú päť divadiel. Môžeme konštatovať, že v zriaďovaní divadiel sú dôležitými hráčmi súkromné organizácie, angažujú sa prevažne súkromné osoby.

**Graf č. 3:** *Inštitúcie a ich podiel na tvorbe divadiel v Bratislavskom kraji.*



**Zdroj:** <http://www.theatre.sk/sk/divadlo-na-slovensku/>

Celkový počet existujúcich divadiel v roku 2016 bol 30.

- V správe Ministerstva kultúry patria dve divadlá, ktorý sa podieľa na tvorbe divadiel je to 6.7 %,
- Samospráva vykreditovala 5 divadiel. To znamená 16,7 %,
- Ostatné inštitúty neziskové organizácie, vytvorili 23 divadiel, t.j. 76,6 %.

**Tabuľka č. 2:** *Vzťah inštitúcií a divadiel*

**Zdroj:** <http://www.theatre.sk/sk/divadlo-na-slovensku/>

| <i>Inštitút – názov</i>                           | <i>Počet inštitútov</i> | <i>Počet divadiel</i> |
|---------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>Ministerstvo kultúry</b>                       | 1                       | 2                     |
| <b>Orgány samosprávy</b>                          | 1                       | 5                     |
| <b>Ostatné inštitúcie a neziskové organizácie</b> | 23                      | 18                    |

Najmenej divadiel (Tab. 2) spravuje Ministerstvo kultúry. Ministerstvo kultúry má v správe dve divadlá. Ďalej orgány samosprávy, ktoré spravujú päť divadiel. Najviac divadiel spravujú neziskové organizácie a súkromné osoby.

Je množstvo organizácií, ktoré sú založené na inštitúte prezentujúcom divadelnú tvorbu. Napríklad Občianske združenie – Len Tak Tak si spravuje aj rovnomenné divadlo, a sa zameriava aj na spájanie ľudí s fyzickým postihnutím. Toto občianske združenie im dáva možnosť realizovať sa v divadelnej tvorbe spolu s ľuďmi bez fyzického postihnutia. Napríklad aj tanečná škola ElleDanse, ktorá sa zaoberá výučbou a poskytovaním pohybových tréningov, ale taktiež sa angažuje aj v netradičných a moderných divadelných vystúpeniach. Ďalším občianskym združením, ktoré sa angažuje zároveň aj v tvorbe divadelných inscenácií je Činoherný klub Devínska Nová Ves, o.z.. Toto združenie funguje ako inštitúcia a zároveň aj organizuje divadelné vystúpenia. Spomeniem Radošinské naivné divadlo, ktoré funguje pod záštitou občianskeho združenia ČLOVEČINA. Ďalším príkladom fungovania divadiel je, že majú vlastnú právnickú osobu. Napríklad Štúdio L+S, funguje pod vlastnou rovnomennou spoločnosťou. No zároveň majú aj vlastnú neziskovú organizáciu.

Zároveň sú tu aj inštitúcie, ktoré sa v divadelnej tvorbe neangažujú, napríklad Asociácia súčasného divadla. Tento subjekt sa zameriava na udeľovanie prestížnych ocenení v oblasti divadelnej tvorby.

Inštitúcia, ktorá tvorí pravidlá pre divadlo má rôzne formy organizácie. Tieto rôzne organizácie vytvorili na Slovensku 52 divadiel. Z toho 30 je v Bratislave. Je to dôkaz toho že inštitucionálna hustota tu funguje na rozvinutejšej úrovni ako na ostatnom území Slovenskej republiky.

### 3.2.1 Hodnotový reťazec – Divadlá

Hodnotový reťazec predstavuje proces, ktorý sa odohráva od vytvorenia produktu alebo služby až po spotrebu. V tomto prípade ide o vytvorenie inscenácie pre divadelné účely, až po jeho spotrebu zákazníkmi, teda návštevníkmi divadla. Pre účely bakalárskej práce budeme využívať hodnotový reťazec, ktorý uviedlo britské Ministerstvo kultúry, médií a športu.

V tomto hodnotovom reťazci máme 4 body, ktoré sú rozdelené nasledovne:

- Tvorba obsahu,
- Rozvoj obsahu,
- Distribúcia a umiestnenie,  
(*táto fáza je ovplyvňované podporným prostredím*),
- Spotreba.<sup>30</sup>

Základným predpokladom pre vytvorenie niečoho nového je idea. Čiže nápad, ktorý sa dá transformovať do spotrebiteľnej podoby. V tejto fáze (Tvorba obsahu) sú dôležití spisovatelia, scenáristi a všetci, ktorý sa podieľajú na tvorbe nového nápadu pre divadelné predstavenie.

Vo fáze Rozvoja obsahu taktiež vystupujú účastníci divadla. V tejto fáze je dôležité dostať celú myšlienku do podoby, ktorá môže byť pre zákazníka zaujímavá. Divadlo sa musí nasvietiť, nacvičiť a celkovo nové predstavenie obsahuje množstvo príprav, ktoré musia byť zvládnuté. Tu sú dôležití kulisári, osvetľovači, zvukári a všetci, ktorí tvoria divadelnú scénu

Distribúcia a umiestnenie znamená hľadanie priestoru na realizáciu divadelného predstavenia. Niektoré divadlá majú vlastné priestory, ale niektoré musia nadviazať s inými subjektmi zmluvu o prenájme priestorov.

Všetky tieto tri oblasti sú ovplyvňované podporným prostredím. Do podporného prostredia radíme právne prostredie, sponzorov a rôzne inštitúcie, ktoré sa podieľajú na ovplyvňovaní tohto prostredia. Môžu to byť verejné inštitúcie ako Ministerstvo kultúry, mesto Bratislava alebo aj súkromné ako rôzne občianske združenia a fyzické osoby.

Je mnoho spoločností, ktoré sa sústreďujú na podporu kreatívneho odvetvia. Napríklad zoskupenie *Neulogy*, od roku 2012 začala podporovať kreatívne myšlienky.

---

<sup>30</sup> HIGGS, P., CUNNINGHAM, S., 2008, Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? [online]., [cit. 10.4.2016]., Dostupné na Interneti: <<http://eprints.qut.edu.au/18129/1/c18129.pdf>>

Podpora predstavuje buď finančnú pomoc, alebo podporu zo strany jednotlivcov, ktorí dokážu pomôcť myšlienku dostať do finálnej podoby. Ďalšou asociáciou je *A4*, toto združenie predstavuje podporu divadelnej tvorby. Organizujú napríklad festivaly, na ktorých dávajú príležitosť nádejným predstaveniam.

Ministerstvo kultúry spolupracuje na niekoľkých projektoch. Napríklad veľmi úspešný projekt je *Nadácia Orange*. Už podľa názvu je zrejmé že spolupracuje s poskytovateľom telefonických služieb, spoločnosťou *ORANGE*. Táto nadácia podporuje niekoľko foriem umenia a vyskytuje sa aj v divadle. Záujemcovia sa musia prihlásiť so svojím projektom a následne prebieha hlasovanie. Ďalšou formou podpory je *Šanca pre Váš región*. Táto nadácia je pod záštitou Ministerstva kultúry Slovenskej republiky. Vďaka tejto podpore môžu vznikať nové oddychové zóny, kreatívne dielne ale môže slúžiť aj na propagáciu a informovanosť verejnosti o kreatívnom odvetví. *Divadlo Potôň* v roku 2011 získalo podporu od Ministerstva financií Slovenskej republiky vo výške 11.000 EUR na rekonštrukciu svojich priestorov. Tým je vidieť že nielen Ministerstvo kultúry ale aj iné ministerstvá sa môžu zúčastniť na podpore divadelnej tvorby.

Taktiež aj Mesto Bratislava podporuje umenie v rôznych formách. Už len od začiatku tohto roka dokázala podporiť niekoľko divadiel. Finančné žiadosti sú väčšinou na podporu konkrétneho predstavenia alebo podujatia.

Ďalšou verejno-právnou inštitúciou je *Fond na podporu umenia*. Je to inštitúcia zabezpečujúca podporu umeleckých aktivít, kultúry a kreatívneho priemyslu. Fond poskytuje finančné prostriedky najmä na tvorbu, šírenie a prezentáciu umeleckých diel.<sup>31</sup>

Na podpore divadiel sa zúčastňujú aj súkromné spoločnosti, napríklad *Nadácia Tatra banky*, jedna z ich priorít je podpora divadiel ako jednou z dominantných oblastí kreatívnej tvorby.

Niekoľko divadiel získava prostriedky aj vlastnou formou, kedy na stránke uvedie čísla bankových účtov. Táto podpora je čisto dobrovoľná a nikto za ňu neočakáva niečo na odplatu.

**Spotreba** je poslednou fázou, kde spotrebiteľ teda v prípade divadiel návštevník príde a vychutná si predstavenie. V niektorých prípadoch je obtiažné diferencovať subjekty, ktoré sú zamerané výlučne na tvorbu kreatívneho obsahu a subjekty, ktoré pôsobia v ďalších štádiách hodnototvorného reťazca. Pre viaceré inštitúcie, ktoré zaradíme do tejto skupiny

---

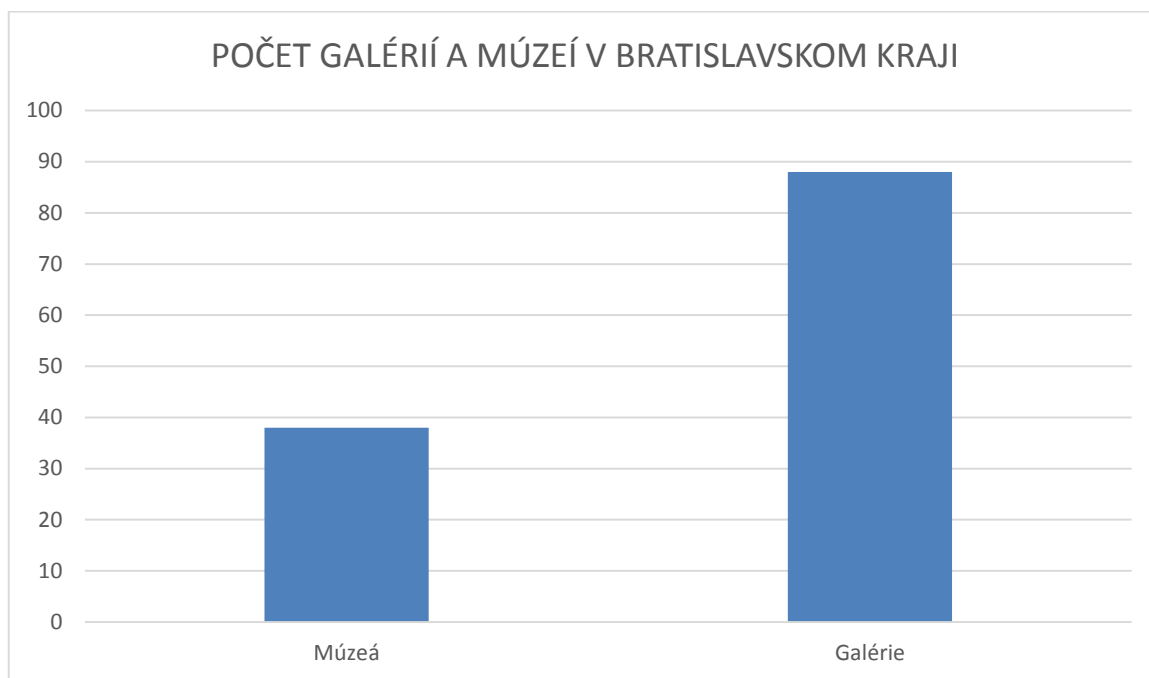
<sup>31</sup> Fond na podporu umenia, [online], [cit. 10.4.2016], Dostupné na: <<http://www.fpu.sk/#>>

je charakteristické, že sú súčasne poskytovateľmi výstupov, ale aj konzumentmi vstupov. Napr. inštitúcie verejnej správy sú integrované do hodnototvorného reťazca vo väčšej miere ako v prípade iných odvetví národného hospodárstva. Pramení to z faktu, že produkty kultúry a teda sčasti aj produkty tu skúmaných odvetví sú považované za „semi-verejné“ statky. Inštitúcie verejnej správy ovplyvňujú hodnotový reťazec odvetvia primárne prostredníctvom tvorby legislatívy, podpornými aktivitami (napr. finančná podpora, poskytnutie priestorov za zvýhodnený nájom, resp. bez nájmu), pričom však aj subjekty na strane tvorby kreatívneho obsahu súkromných inštitúcií vstupujú do týchto procesov a to napríklad pri tvorbe odvetvových politík (profesionáli z odvetvia sú členmi príslušných komisií zriaďovaných inštitúciami verejnej správy), alebo pri kooperácii na spoločných projektoch.

### **3.2. Kreatívny priemysel – múzeá a galérie v Bratislavskom kraji**

Na území BSK sa nachádza 102 kultúrno-osvetových zariadení, ktoré usporiadali dovedna 6 027 podujatí. Na území Bratislavského kraja pôsobili v nadväznosti na údaje uvedené v kultúrnej štatistike v roku 2015 3 galérie so 4 pobočkami, ktoré svoju činnosť vykonávali v podobe 25 stálych expozícií. Celkovo sa však v kraji uskutočnilo 68 realizovaných výstav, ktoré v roku 2015 navštívilo 136 092 návštevníkov. Bratislavský kraj sa na celkovej návštevnosti galérií v SR podieľal viac ako 25 % všetkých osôb, ktoré v roku 2015 zavítali do galérií v krajine. V roku 2015 sa v Bratislave postupne etablovalo viac ako 60 menších galérií prezentujúcich rôzne formy súčasného umenia. Ich zriaďovateľmi sú fyzické a právnické osoby, pričom ich činnosť nie je jednotne monitorovaná. Galérie sú však obdobne zamerané na autorskú prezentáciu umeleckých diel, ako aj na ponúkanie priestoru pre začínajúcich umelcov. Tieto komerčné galérie týmto spôsobom vytvárajú príležitosti pre manifestovanie aktuálnych trendov kreatívneho sveta umenia. Ich význam je preto prierezového charakteru.

**Graf č. 4:** *Počet galérií a múzeí v Bratislavskom kraji*

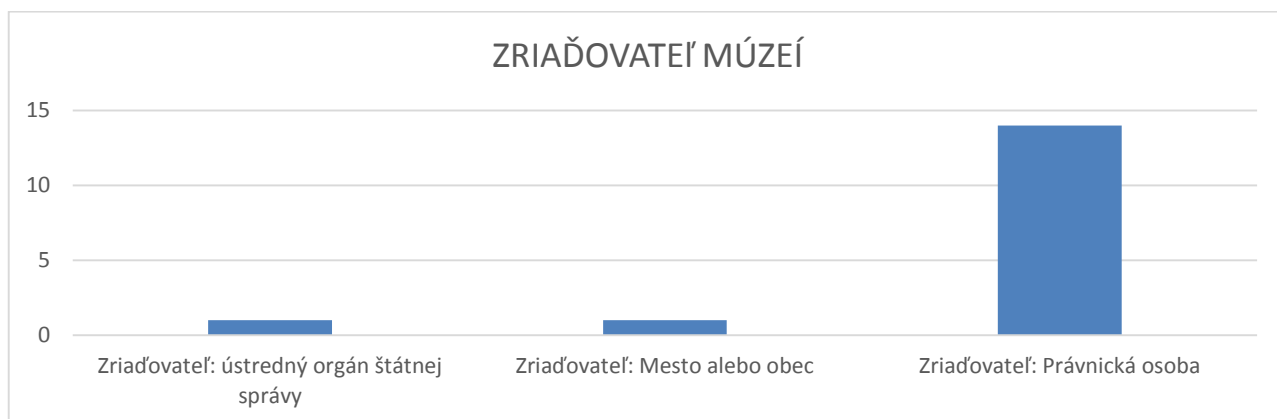


**Zdroj:** <http://datacube.statistics.sk/TM1WebSK/TM1WebLogin.aspx>

Graf č. 4 znázorňuje množstvo galérií a múzeí v Bratislavskom kraji. Múzeí sa nachádza v Bratislavskom kraji 38. Ale čo sa týka organizácií ako výsledku pôsobenia inštitútu zameraného na múzeá a galérie vystupuje len niekoľko, ktoré spravujú naraz aj jedenásť múzeí. Ten istý prípad sú galérie, tých sa nachádza v Bratislavskom kraji 88, ale odohráva sa tu rovnaká situácia, kde jedna organizácia spravuje hneď niekoľko galérií súčasne.

Múzeá sú priestory, kde sa organizujú výstavy, prehliadky historických predmetov. Galérie predstavujú súčasné umenie a preto môžu obmieňať svoje ponuky častejšie.

**Graf č. 5:** Zriaďovatelia múzeí



**Zdroj:** <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo-/muzea-a-galerie/register-muzei-a-galerii-sr-ef.html>

Tak isto ako v prípade divadiel, aj tu jasný trend, ktorý nám ukazuje, že najviac, zriaďovateľov sú práve súkromné organizácie/osoby. Súkromné osoby vystupujú ako neziskové organizácie, ktoré často nesú rovnaký názov ako ich galéria alebo múzeum.

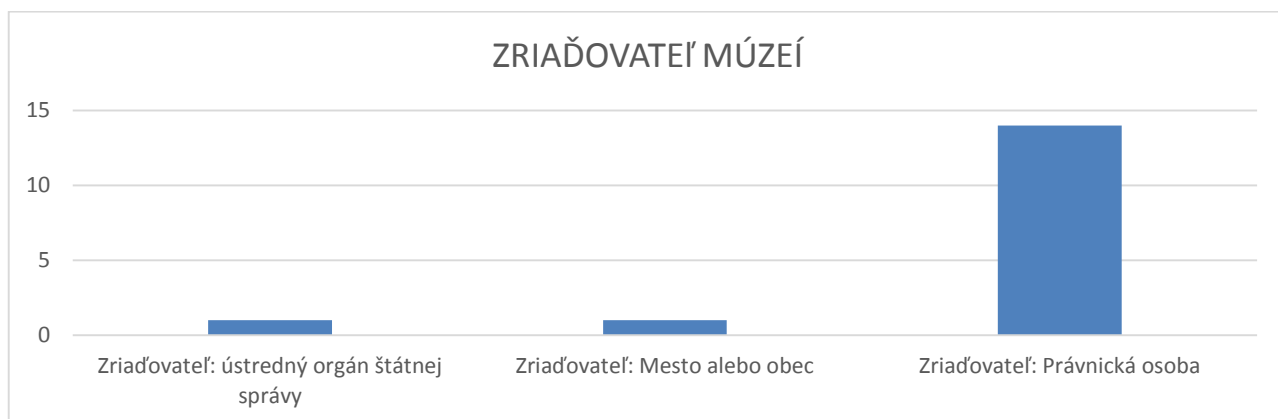
**Tabuľka č. 2:** Vzťah inštitúcií a múzeí

| Inštitút – názov                           | Počet inštitútov | Počet múzeí |
|--------------------------------------------|------------------|-------------|
| Ministerstvo kultúry                       | 1                | 11          |
| Orgány samosprávy                          | 1                | 11          |
| Ostatné inštitúcie a neziskové organizácie | 14               | 14          |

**Zdroj:** <http://www.citylife.sk/miesta/muzea>

Slovenské národné múzeum má tiež niekoľko expozícií, ktoré sú zriadené ako samostatné múzea. Z toho vyplýva, že jedna organizácia prevádzkuje hneď niekoľko múzeí na území Bratislavského kraja. Táto jedna organizácia zriaďuje až jedenásť múzijských expozícií. Ďalším príkladom je mesto Bratislava ako správny orgán. Pod názvom: Múzeum mesta Bratislava (MMB) sa nachádza tiež niekoľko múzeí. Konkrétne táto organizácia spravuje jedenásť múzeí, ktoré fungujú ako samostatné jednotky. Ostatné organizácie prevádzkujú múzeá pod formou neziskových organizácií.

**Graf č. 6:** Zriaďovatelia galérií



**Zdroj:** <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo-/muzea-a-galerie/register-muzei-a-galerii-sr-ef.html>

Rovnako ako v prípade múzeí, aj tu nastáva situácia, kedy jedna organizácia riadi viacero galérií. Ako je to napríklad v prípade mesta Bratislava. Slovenská technická univerzita v Bratislave spravuje hneď dve galérie.

**Tabuľka č. 3:** Vzťah inštitúcií a galérií

| <i>Inštitút – názov</i>                           | <i>Počet inštitútov</i> | <i>Počet galérií</i> |
|---------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| <b>Ministerstvo kultúry</b>                       | 1                       | 2                    |
| <b>Orgány samosprávy</b>                          | 1                       | 3                    |
| <b>Ostatné inštitúcie a neziskové organizácie</b> | 72                      | 80                   |

**Zdroj:** <http://www.citylife.sk/miesta/galerie>

Tabuľka č. 2 predstavuje rovnaký vzťah ako v prípade múzeí. Jedna organizácia môže riadiť viac galérií. Ďalším príkladom môže byť spoločnosť ULÚV, ktorá riadi dve galérie. Slovenská národná galéria je najvyššia a centrálna galerijná inštitúcia Slovenska. Tvorí zbierky a prezentuje výtvarné umenie širokej verejnosti. Je celonárodnou umenovednou inštitúciou, ktorá zbiera, chráni a interpretuje umelecké diela v domácom i medzinárodnom priestore.

### 3.2.1 Hodnotový reťazec – Múzeá a galérie

Aj v prípade múzeí a galérií využijeme hodnotový reťazec ktorý uviedlo britské Ministerstvo kultúry, médií a športu.<sup>32</sup>

Pri múzeách a galériách budú účastníci o niečo odlišnejší. Pretože čo sa týka múzeí nemôžeme hovoriť o produkcii ale iba o myšlienkach, ktoré môžeme transformovať do podoby, ktorá sa dá spotrebovať. To znamená vytvorenie expozície, ktorá bude zaujímavá pre spotrebiteľa, teda návštevníka. Pre tieto účely musia byť objavy, ktoré majú historickú hodnotu. Následne myšlienka, ako tieto nálezy prezentovať verejnosti s tým, aby sa zaujímala o históriu.

V oblasti galérií tu vystupujú umelci, výtvarníci a maliari, ktorí majú myšlienku pre nové diela. Nápad pre obraz, sochu a iné umelecké produkty.

Fáza rozvoja obsahuje úkony, ktoré sú spojené z dotiahnutím projektu do finálnej podoby. V prípade galérií je to prenášanie myšlienok do hmotnej podoby. Môžeme hovoriť o obrazoch, sochách, subkultúrach a rôznych iných výtvarných dielach.

Distribúcia a umiestnenie pri tomto procese sa hľadajú priestory, kde sa dá daná výstava prezentovať. V Bratislavskom kraji je veľké množstvo galérií a preto ponúkané priestory na prenájom sú naozaj rôznorodé.

Spomínané tri oblasti sú ovplyvňované podporným prostredím. Toto prostredie sa môže zúčastniť na projektoch napríklad finančnou pomocou, kedy poskytnuté peniaze slúžia na podporu projektu. Môžu to byť rôzne občianske združenia a taktiež aj Ministerstvo kultúry. Výtvarný umelci môžu dostávať príspevky z rôznych organizácií či už štátnych alebo súkromných pre podporu svojej tvorby. *Ministerstvo kultúry* alebo rôzne súkromné osoby môžu podporovať archeologický výskum za účelom nájdenia nových historických predmetov alebo pamiatok. Ministerstvo kultúry už cez spomínané nadácie podporuje aj fungovanie múzeí a galérií. Napríklad nadácia *Orange* sa zameriava na rozvoj a uchovávanie duchovných hodnôt. Taktiež nadácia *Šanca pre Váš región*, sa zameriava aj na ochranu historického duchovného vlastníctva.

Taktiež aj spomínaný *Fond na podporu umenia*, sa angažuje aj v tejto oblasti a finančnými prostriedkami podporuje aj múzeá a galérie. Finančná podpora sa rozdeľuje do niekoľkých skupín, a každá má svoje vlastné pravidlá pre získanie dotácie.

---

<sup>32</sup> HIGGS, P., CUNNINGHAM, S., 2008, Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? [online]., [cit. 23.10.2015]., Dostupné na Interneti:<<http://eprints.qut.edu.au/18129/1/c18129.pdf>>

Jednou z významných inštitúcií je aj *Zväz múzeí na Slovensku*, ktorý poskytuje taktiež finančnú pomoc ale aj poradenstvo múzeám. Niektoré múzeá fungujú aj cez zbierku daní prostredníctvom 2% príspevku. Takáto podpora od spoločností je celkovo úspešná medzi galériami ale aj divadlami. Je to jednoduchý prístup k finančným prostriedkom, kedy sa verejnosť slobodne rozhoduje komu venuje svoje 2% z daní na základe svojich subjektívnych pocitov.

Rovnako ako pri divadlách a múzeách aj pri galériách vystupuje Ministerstvo kultúry spolu s nadáciami a spoluprácou s ostatnými inštitúciami. Ako je spomínaný *Orange*. Samozrejme aj *Mesto Bratislava* vystupuje v podpore galérií. Nakoľko je na území Bratislavského kraja veľký počet galérií, je potrebné, aby záujemcovia podávali žiadosť o dotáciu. Dotácie sa sústreďujú na podporu výstav, alebo aj na rekonštrukcie priestorov. Vzhľadom na veľký počet galérií a pri väčšinovom vlastníctve súkromnou osobou je financovanie z vlastných prostriedkov prípadne úverov a dosiahnutých ziskov najviac zastúpené.

Galérie podporujú aj významne Slovenské spoločnosti ako je *Slovenská sporiteľňa*, *Penta* a *J&T*.

Spotreba je samozrejme účasť verejnosti na výstavách a expozíciách. Expozície sú špecifické tým, že si tu môžu návštevníci zároveň aj zakúpiť vystavované predmety.

Inštitúcie v rámci galérií a múzeí zohrávajú kľúčovú úlohu pri určovaní „standardov“ zbierania a zberateľstva, vystavovania, vzdelávania, hodnotenia, ale aj oceňovania. Zvyšujú hodnotu obchodovaného predmetu prostredníctvom akvizícií alebo jeho prezentácie vo vlastných priestoroch v rámci skupinových alebo monografických výstav. V súčasnosti sú muzeálne a galerijné inštitúcie súčasťou rovnakého ekonomického systému ako aukčné domy a súkromné galérie, zabezpečujú cirkuláciu finančného a kultúrneho kapitálu.

Slovenská národná galéria ako centrálna galerijná inštitúcia Slovenska má v rámci hodnotového reťazca dôležité miesto pri tvorbe obsahu a rozvoji obsahu, z hľadiska jej akvizičnej činnosti.

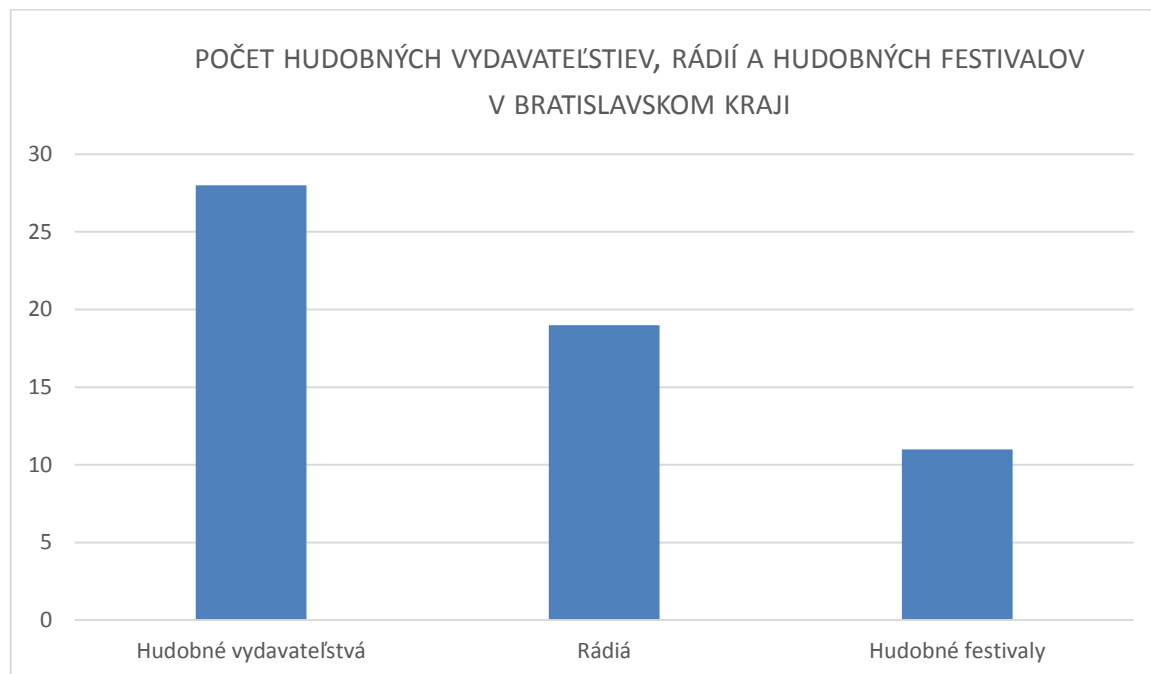
V rámci hodnotového reťazca dôležité miesto v časti distribúcie a umiestnenia a v konečnom článku reťazca spotreba má inštitút reprezentovaný aukčnými spoločnosťami. V segmente spotreba je pravdepodobne najdôležitejší inštitút reprezentovaný kupcom, zberateľom, investorom. Je konečným konzumentom, zdrojom príjmov, odberateľom. Zberateľ je finálnym článkom putovania diela ako tovaru a je jeho konečným spotrebiteľom.

Súkromné galérie ako inštitúcie s často krátkou životnosťou, ktoré majú rôznorodé zacielenie z hľadiska výstavnej činnosti, v rámci hodnotového reťazca pôsobia galeristi ako

zástupcovia tvorcov, vystavovaním a predajom zhodnocujú ich diela, príp. ich umiestňujú na medzinárodný trh.

### 3.3. Kreatívne priemysel – hudba v Bratislavskom kraji

**Graf č. 7:** Počet hudobných vydavateľstiev, rádii a hudobných festivalov v Bratislavskom kraji



**Zdroj:** vlastné spracovanie na základe internetových portálov ako: *azet.sk*, *...* *.....* *.....kamdomesta.sk*, *zoznam.sk*, *radia.sk*, *best.sk*

Na základe grafu č. 7 uvádza, koľko jednotiek z jednotlivých oblastí hudobného priemyslu sa nachádza v Bratislavskom kraji.

Hudobné vydavateľstvá sa koncentrujú najmä v meste Bratislava, kde sa ich nachádza väčšina, t.j. 28. Hudobné vydavateľstvá väčšinou fungujú ako forma spoločností. Najčastejšie to je forma spoločnosti s ručením obmedzeným. Nájdu sa tu však aj vydavateľstvá, ktoré sú založené formou občianskych združení. Z celkového počtu vydavateľstiev na Slovensku, ktorých je 101, najväčšia koncentrácia je v Bratislavskom kraji.

Rádií sa v Bratislavskom kraji nachádza 19. Tu však nastáva situácia, kedy jedna organizácia spravuje aj viacero rádii, ako je napríklad Slovenský rozhlas, ktorý spravuje hneď deväť rádii. Do tejto kategórie som zaradil aj internetové rádiá. Pokiaľ by sme počítali len z FM rádiami, bol by ich počet 16. Z celkového počtu 42 FM rádii, je najväčšia koncentrácia práve v Bratislavskom kraji. Avšak treba brať na vedomie, že tu sídlia všetky celoslovenské rádiá a preto je ich počet najvyšší. Pretože v ostatných krajoch sa už potom nachádzajú väčšinou len regionálne rádiá.

Keď vezmeme do úvahy rozlohu Bratislavského kraja, má veľké zastúpenie hudobných festivalov. Organizuje sa tu každoročne až jedenásť festivalov, ktoré sú zamerané na hudbu. Organizuje sa tu aj niekoľko najväčších festivalov v žánroch ako hip-hop alebo reggae. Festivaly sú organizované väčšinou právnickými osobami. Ale niekoľko je ich organizovaných aj mestom, občianskymi združeniami a sú spolufinancované ministerstvom kultúry.

**Tabuľka č. 4:** *Vzťah inštitúcií a rádii*

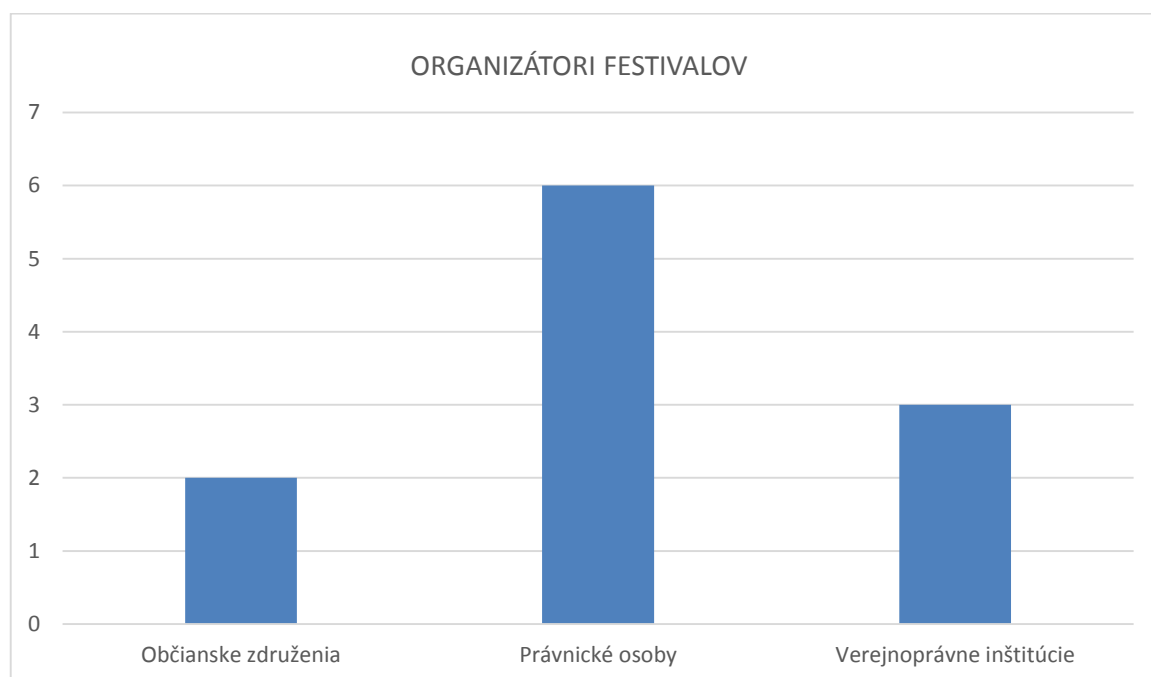
| <i><b>Inštitút – názov</b></i>                    | <i><b>Počet inštitútov</b></i> | <i><b>Počet rádii</b></i> |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| <b>Verejnoprávna inštitúcia</b>                   | 1                              | 9                         |
| <b>Internetové rádiá</b>                          | 3                              | 3                         |
| <b>Ostatné inštitúcie a neziskové organizácie</b> | 7                              | 7                         |

**Zdroj:** *vlastné spracovanie na základe portálu: [radia.sk](http://radia.sk)*

Môžeme vidieť jasný vzťah inštitútov a rádii. Pri verejnoprávnej inštitúcii, ktorou je RTVS máme ako výsledný výstup deväť rádii. V ostatných prípadoch je to rovnocenné. Každé rádio má svoju vlastnú organizáciu. Väčšina rádii funguje ako právnická osoba, ktorá operuje vo forme spoločnosti s ručením obmedzeným. V prípade Fun-rádia hovoríme o akciovej spoločnosti.

V Bratislavskom kraji sa najviac koncertujú rádia z pomedzi všetkých krajov na Slovensku. Je to aj z dôvodu, že mnoho celoslovenských rádii tu má svoje sídlo. V ostatných krajoch potom môžeme nájsť počet rádii, ktoré majú krajský charakter.

**Graf č. 8:** Organizátori festivalov



**Zdroj:** *vlastné spracovanie na základe internetových stránok jednotlivých podujatí*

Na základe grafu č. 8 znázorňuje, že najviac sa v tejto oblasti angažujú právnické osoby. To znamená že organizátormi mnohých festivalov sú rôzne spoločnosti, ktoré sa pohybujú v oblasti hudobného priemyslu. Taktiež tu máme niekoľko občianskych združení, ktoré spolupracujú s orgánmi verejnej správy.

Oblasť hudobných vydavateľstiev zahŕňa organizácie a spoločnosti, ktoré kreujú svoje podnikanie pod rovnakým názvom. Koľko vydavateľstiev, toľko rovnomených spoločností. Forma spoločnosti je najčastejšie: spoločnosť s ručeným obmedzením.

Aj v tejto oblasti môžeme hovoriť o veľkej koncentrácii v Bratislavskom kraji. Keďže z celkového počtu 101 hudobných vydavateľstiev sa nachádza práve 28 v Bratislavskom kraji.

### 3.3.2 Hodnotový reťazec – hudba v Bratislavskom kraji

Hodnotový reťazec hudobného priemyslu má vo svojom prvom kroku ako najdôležitejších účastníkov skladateľov a textárov. Tieto dve skupiny vytvárajú nový obsah, ktorých základom sú ich nápady a ideí.

Pri rozvoji obsahu sú dôležitý rovnako ako pri tvorbe obsahu. Lenže sa k nim pridajú aj ďalšie články, viac hudobných nástrojov teda aj viac hudobníkov, môžu taktiež spolupracovať s tanečníkmi a tvoriť choreografiu k svojej hudbe, alebo môžu písať text pre iného/inú speváčku/speváka.

Distribúcia a umiestnenie môže mať rôzne podoby. Jednak môže ísť o prezentovanie hudby naživo svojím poslucháčom, kde sa hľadajú priestory na prenájom. K tomuto účelu môžu slúžiť rôzne kluby ale aj verejné priestranstvá, na ktorých sa organizujú koncerty.

Môže však ísť aj o fyzickú distribúciu nosičov, na ktorých sa hudba môže predávať verejnosti. K tomuto účelu slúžia hudobné vydavateľstvá.

Tieto tri oblasti sú takisto ovplyvňované podporným prostredím. Hudobníci majú výhodu v tom, že väčšinou produkujú hudbu za účelom dosiahnutia zisku. Avšak môže nastať situácia, kedy sú podporovaní verejnými alebo súkromnými inštitúciami. Ide o podporu rôznych turné, festivalov alebo prezentovanie hudby v zahraničí.

Hudobný priemysel ako aj predošlé dve odvetvia sú podporované *Ministerstvom kultúry* prostredníctvom nadácií. Pre získanie finančnej podpory je dôležité, aby sa uchádzači dobrovoľne prihlásili. *Mesto Bratislava* finančne podporuje rôzne hudobné podujatia, ktoré sa organizujú v Bratislavskom kraji. Je to jednak finančná podpora, ale aj propagácia podujatia. *Fond na podporu umenia* sa rôznymi spôsobmi angažuje aj v hudobnom priemysle. Je to podpora festivalov a podujatí, výskumnej činnosti, alebo aj vydávanie hudby na nosičoch.

Hudobné festivaly získavajú finančné prostriedky prostredníctvom sponzorských zmlúv, kedy im spoločnosti poskytnú financie a oni im za túto podporu propagujú ich produkty.

Spotreba sa môže vyskytovať v rôznych podobách. Verejnosť môže prísť osobne na koncert alebo predstavenie, kedy si kúpi lístok a tým podporuje hudobníka ale aj inštitút (priestor), kde sa podujatie odohráva, alebo si môže kúpiť hudobný nosič, čím taktiež podporuje hudobníka a zároveň aj hudobné vydavateľstvá.

V rámci hodnotového reťazca článok distribúcia a umiestnenie majú dôležité miesto Vydavateľstvá – pobočky veľkých nadnárodných spoločností (Universal, Sony Music,

Warner) alebo českých vydavateľstiev, ktoré pôsobia na slovenskom trhu (CS Muzika, Supraphon) – venujú sa najmä distribúcii. K ním možno zaradiť aj nezávislé slovenské vydavateľstvá (Forza, Slnko Records, Deadred Records, Exitab, Pavian, Hevhetia a i.). Do tohto článku možno zaradiť promotérov ako sú agentúry pôsobiace ako pobočky nadnárodných spoločností, príp. ich zastupujúce (napr. XL Group – Live Nation), nezávislé agentúry (Vivien, Cool Factory, Pohoda, Vresk, Grape Festival, Duna, Konvergencie a i.), kluboví promotéri – jednotlivci, občianske združenia, mikro-firmy.

Produkčné a manažment agentúry, individuálni agenti naplňajú v rámci hodnotového reťazca tvorba obsahu a rozvoj obsahu.

Hudobné centrum je príspevková organizácia MK SR, ktorej poslaním je podporovať slovenskú hudobnú kultúru. Hudobné centrum organizuje a sprostredkúva koncerty a festivaly, propaguje hudobnú kultúru, vydáva knihy a hudobniny, dokumentuje hudobné dianie, poskytuje informácie o slovenskej hudbe, prakticky sa pohybuje celým hodnotovým reťazcom.

Hudobný fond je verejnoprávna inštitúcia zriadená na základe zákona 13/1993 Z. z. o umeleckých fondoch, ktorá vydáva hudobné diela slovenských autorov a notové materiály, spravuje archív slovenskej hudby, udeľuje štipendiá a granty, je súčasťou hodnotového reťazca distribúcia a umiestnenie.

Hudobný priemysel a najmä distribúcia zaznamenali po roku 1989 obrovský rast.

## 4. Diskusia

Na základe údajov, ktoré som predložil v praktickej časti práce, môžeme hovoriť o inštitucionálnej hustote na území Bratislavského kraja.

Pre praktické vyobrazenie týchto skutočností som sa rozhodol pre oblasť divadla, múzeí a galérií a oblasť hudby.

Môžeme podľa grafu č.1, vidieť jasne narastajúcu tendenciu vznikajúcich divadiel. Keď vezmeme do úvahy, že Bratislavský kraj je najmenší na území Slovenskej republiky, tak rastúci počet divadiel neupadá. Môžeme teda povedať, že záujem o tento druh umenia má stúpajúcu tendenciu.

Na základe grafu č.2, môžeme vidieť ďalší fakt, a to, že zriaďovateľom sa stávajú najčastejšie právnické osoby alebo iné organizácie založené na inštitúte poskytovania divadelnej tvorby. V súkromnom sektore má divadlo svoje vlastné miesto a mnoho organizácií sa do tejto oblasti púšťa s vlastnými projektmi.

Vzhľadom na fakt, že na celom území Slovenskej republiky sa nachádza 52 divadiel a na území Bratislavského kraja je ich 30, môžeme povedať, že inštitucionálna hustota v spomínanom kraji je najvyššia.

V Bratislavskom kraji sa nachádza veľké množstvo galérií a múzeí. V tomto prípade znova funguje najvyššia inštitucionálna hustota. Z celkového počtu múzeí, ktorý je cez sto, sa tu nachádza 38. V oblasti galérií tiež môžeme hovoriť o inštitucionálnej hustote, pretože na najmenší kraj je tu cez osemdesiat galérií. I keď oblasť galérií zahrňuje aj niekoľko priestorov, ktoré fungujú na princípe prenájmu.

Posledná skúmaná oblasť, je oblasť hudby. V tomto prípade na základe údajov, ktoré sú zahrnuté v praktickej časti mojej práce, môžeme hovoriť o inštitucionálnej hustote. Pretože pri každej skúmanej oblasti, akou sú napríklad hudobné vydavateľstvá, jasne vidno že Bratislavský kraj disponuje najvyšším počtom organizácií, ktoré kreujú túto oblasť.

Môžeme jasne vidieť, že z celkového počtu 101 hudobných vydavateľstiev na území Slovenskej republiky je až 28 koncentrovaných v Bratislavskom kraji.

Inštitucionálna hustota zahŕňa profesijné združenia, dobrovoľné agentúry, sektorové koalície, konkrétne inštitúcie, a miestne elity a ich konsenzuálne inštitúcie ako: spoločné dohody, zdieľané názory a pod.

Možno konštatovať , že v Bratislavskom kraji existuje hustota inštitucionálneho usporiadania, ktorá je v intenciách veľkého množstva organizácií , ktoré majú správnu kombináciu efektívnych inštitúcií.

Bratislavský kraj má ešte jednu výraznú vlastnosť, ktorá potvrdzuje určitý stupeň inštitucionálnej hustoty a to, že na danom území je veľká koncentrácia intelektuálneho kapitálu, sociálneho kapitálu (dôvera, kooperatívny duch a iné spoločenské vzťahy) a politický kapitál, schopnosť pre kolektívne akcie.

Inštitucionálna hustota vystupuje v hodnotovom reťazci v tretej etape. Práve v distribúcií vystupuje najviac inštitúcií, ktoré podporujú kreatívny priemysel. Nachádza sa tu mnoho verejných inštitúcií, ktoré môžu podporovať dané odvetvia formou nadácií alebo zbierok. O túto finančnú pomoc musia účastníci daného odvetvia sami požiadať a splniť určité podmienky. Taktiež tu funguje podpora cez rôzne občianske združenia a dobrovoľné príspevky. Práve formou dobrovoľných príspevkov mnoho účastníkov získava potrebné finančné zdroje.

Hodnotový reťazec v prípade kreatívneho priemyslu je iný ako napríklad výrobný reťazec vo výrobnom priemysle. Vo výrobnom priemysle sú jasne definované úlohy jednotlivých etáp. V prípade kreatívneho priemyslu sa zasahovanie v hodnotovom reťazci prelína so všetkými etapami. Jednotlivé etapy sú na sebe závislé a navzájom naviazané.

## 5. Záver

Moja práca sa sústredila na inštitúcie, ktoré pôsobia v kreatívnom priemysle na území Bratislavského kraja.

Snažil som sa systematicky vysvetliť všetky potrebné pojmy pre pochopenie tejto témy. V prvej časti práce som postupoval od inštitúcií až ku kreatívnemu priemyslu. Vysvetlením pojmov ako inštitúcia a kreatívny priemysel a presné vymedzenie podmienok na území Slovenska, čitateľ získal dostatok informácií na pochopenie situácie. V praktickej časti som sa zamerlal na tri oblasti, ktorými sú: divadlo, hudobný priemysel a múzeá s galériami.

Na základe grafov, ktoré sa nachádzajú v praktickej časti mojej bakalárskej práce, môžeme vidieť, že inštitucionálna hustota na území Bratislavského kraja naozaj existuje. Bratislavský kraj jednoznačne prevyšuje všetky ostatné kraje svojou koncentráciou rôznych organizácií a inštitúcií, ktoré sa pohybujú v oblasti kreatívneho priemyslu.

Na Slovensku je podľa mňa otázka kultúry na omnoho lepšej úrovni ako napríklad pred piatimi rokmi. Najmä mladí ľudia začali omnoho viac kultúrne žiť. To môžeme vidieť na divadlách, múzeách a galériách. Taktiež aj na hudobných festivaloch, ktoré na území Bratislavského kraja vznikajú a udržiujú svoje pôsobenie.

Tento fakt uvádzam z mojich vlastných skúseností na základe toho, akých ľudí stretávam na týchto miestach a ako sa správajú moji vlastní kamaráti. Je vidno, že otázka kultúry sa prebúda v povedomí mladých ľudí už od roku 2013. Tomuto faktu som naozaj rád. Pretože bola veľká výzva získať mladého diváka/návštevníka.

Myslím si, že môžeme očakávať novovzniknuté inštitúcie ale aj inštitúty, ktoré sa budú venovať kultúrnemu pôžitku. Čoraz viac ľudí sa angažuje v takýchto smeroch a preto je vidno že to robia „mladý pre mladých“.

Svetové trendy sa ku nám postupne dostávajú a ľudia chápu modernú kultúru a je u nás žiadaná. Preto si nemyslím, že môže nastať významný úpadok kultúry a umenia na Slovensku.

## Použitá literatúra

### Knižné zdroje:

AVETISYAN, S., VLČKOVÁ, V. 2012. Region Direct: *Ľudský kapitál, kreatívne triedy a rozvoj priestoru: teória a koncepty*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

BACULÁKOVÁ, K. *Kreatívne mestá a kreatívne klastre*, Ekonomická univerzita v Bratislave, Fakulta medzinárodných vzťahov

BALOG, M. a kolektív. 2014. *Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku*. Slovenská inovačná a energetická agentúra 2014. ISBN 978-80-88823-57-5

BUČEK, M., REHÁK, Š., TVRDOŇ, J. 2010. Regionálna ekonómia a politika. IURA EDITION, Bratislava. 269s. ISBN 978-80-8078-362-4

CIKÁNEK, M. 2009. *Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: institut umění – Divadelní ústav, 2009. 86s. ISBN 978-80-7008-231-7

GUILFORD, J.P. 1950. Creativity. In: American Psychologist. [cit. 23.10.2015] ISSN 0003-066X, 1950, vol.5, n. 9, p. 444-445

HASPOROVÁ, M. *Kreatívne mestá*. 2013. EKONOÓM, 2013. Udržateľný marketing a udržateľná spotreba IV – Predpoklad ďalšieho rozvoja a udržateľnosti samosprávy ISBN 978-80-225-3681-3

HOWKINS, J. 2009 *The Creative Ecologies. Where thinking is a proper job*. University of Queensland Press, 2009. 161. P. ISBN13: 9780702236990

ISAKSEN, S.G. – TREFFINGER, D. J. 2004. Celebrating 50 Years of Reflective Practice: *Version of Creativity Problem Solving*. In Mendeley. Journal of Creative Behaviour. 2004. ISSN 00657743, vol.38, no.2 p. 75-101.

IVANIČKOVÁ, A., VLČKOVÁ, V. *Inštitucionálne aspekty regionálnej ekonomiky*. [cit. 23.10.2015]. ISSN 1335-1419. Bratislava, november 1999

KLOUDOVÁ, J. a kol. 2010 *Kreativní ekonomika vybrané ekonomické, právní, masmediální a informační aspekty*. Bratislava. Eurokódex, s. r. o. 2010, 216s. ISBN 9788089447206

LUBART, T.I. 1999. Creativity across cultures. IN R.J. Stenberg (ed.) *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge university Press, 1999. ISBN 978-0521576048

MIŠÚNOVÁ, E. 2009 *Kultúrne a kreatívne odvetvia a cestovný ruch – teoretické koncepcie a prax*, Regionálne európske informačné centrum Banská Bystrica, ISSN 1337-8473

PAJERSKÁ, E. 2012. Region Direct: *Postavenie kreatívnej politiky v podmienkach Slovenskej republiky*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

PÁSTOR, R., PARÍZKOVÁ, J., 2012. Region Direct: *Kreatívne odvetvia-môdne návrhárstvo: teoretické východiská*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

REHÁK, Š., ČERŇENKO, T., 2012. Region Direct: *City ranking z pohľadu konceptu kreatívnych miest*. Slovenská sekcia European Regional Science Association

RODRÍGUEZ-POSE, A., 2013 Do institutions matter for regional development? *Regional Studies*, 47 (7). 1034-1047. ISSN 0034-3404

SOCHULÁKOVÁ, J. 2012, Podniková ekonomika a manažment - Kreatívna ekonomika a jej meranie, Katedra ekonomiky Žilinskej univerzity, 2013. ISSN 1336-5878

### **Elektronické zdroje:**

AMIN A., THRIFT N. (1995) Institutional issues for the European regions: from markets and plans to socioeconomics and powers of association. *Economy and Society*, [Online]., Vol. 24, Issue 1, p. 41-66 1995. Dostupné na internete: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03085149500000002>>

BUČEK, J. Komunálna ekonómia a komunálna politika: :Inštitucionálny kontext. [Online]. Dostupné na:<  
<http://www3.ekf.tuke.sk/re/0%20Poziadavky%20na%20skusku%2007%2008/Oblast%202/Miestny%20ekonomicky%20rozvoj.doc>>

CHAPAIN, C., COOKE, P., De PROPRIIS, L., MACNEILL, S., MATEOS-GARCIA, J. (2010): *Creative Clusters and Innovation*. [Online]. [Research Report, Nesta, p. 56.] Access 15. 7. 2013. Dostupné na internete: <<http://craftni.org/images/uploads/Creative-Clusters-29Nov.pdf>>.

FLORIDA, R. 2002. *Entrepreneurship, Creativity and Regional Development*. [Online] Dostupné na internete:  
[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship\\_Creativity\\_and\\_Regional\\_Development.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship_Creativity_and_Regional_Development.pdf)

HAELEY, P., (1998) Building Institutional Capacity through Collaborative Approaches to Urban Planning Environment and Planning A. [Online]., September 1998, 30: 1531-1546. Dostupné na internete: <<http://epn.sagepub.com/content/30/9/1531.full.pdf+html>>

HIGGS, P., CUNNINGHAM, S., 2008, CREATIVE INDUSTRIES MAPPING: WHERE HAVE WE COME FROM AND WHERE ARE WE GOING? [ONLINE]., [CIT. 23.10.2015]., DOSTUPNÉ NA INTERNETE:<[HTTP://EPRINTS.QUT.EDU.AU/18129/1/C18129.PDF](http://eprints.qut.edu.au/18129/1/C18129.PDF)>

Incompass - Regional Policy Improvement for Financially Sustainable Creative Incubator Units [Online] Dostupné na:  
[http://www.bratislava.sk/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=700000&id\\_dokumenty=11041744](http://www.bratislava.sk/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=700000&id_dokumenty=11041744)

Košice: Plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Košice 2009 – 2015. [Online.] Dostupné na internete: <[http://www.kosice.sk/static/prilohy/phsr/Politika\\_a\\_strategia\\_rozvoja\\_mesta\\_Kosice\\_2008-2015.pdf](http://www.kosice.sk/static/prilohy/phsr/Politika_a_strategia_rozvoja_mesta_Kosice_2008-2015.pdf)>.

SALAJOVÁ, S. 2011. Prečo kreatívna ekonomika? [online]. Dostupné na: <http://iconference.sk/Icondoc/seminarsvk.pdf>

SMART Education and Training Research Network for Innovation and Entrepreneurship in Sustainable Emerging Economic Sectors [Online] Dostupné na: [http://www.bratislava.sk/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=700000&id\\_dokumenty=11041739](http://www.bratislava.sk/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=700000&id_dokumenty=11041739)

SOCHUĽÁKOVÁ, J. 2012, Podniková ekonomika a manažment - Kreatívna ekonomika a jej meranie, Katedra ekonomiky Žilinskej univerzity, 2013. ISSN 1336-5878  
Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike [Online]. Dostupné na: < [http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m\\_Mater-Dokum-140744.html#\\_Toc310945521](http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m_Mater-Dokum-140744.html#_Toc310945521)>

Stanovisko EP [Online]. Dostupné na: <https://www.google.sk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CDgQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.culture.gov.sk%2Fextdoc%2F2672%2FSTANOVISKO%2520EP&ei=VOVku5jEC6OQ7AaFv4GgAQ&usg=AFQjCNGHqAKYNIMKBl0pftgOVwpXhco6SQ&sig2=wcRwU9tvzOOOPWM1QnP5yg&bvm=bv.65788261,d.ZGU>

ŠEBOVÁ, M., 2009., Vplyv inštitucionálnej hustoty na znalostné procesy v priemyselnych regiónoch ekonomického jadra., [online]., [cit. 23.10.2015]., Dostupné na Internet: <<http://www.ceeol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=3df78226-1265-46b5-a5de-1a5b6c934925>>

Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike [Online]. Dostupné na: < [http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m\\_Mater-Dokum-140744.html#\\_Toc310945521](http://rpo.rokovania.sk/RokovanieVlady/html/m_Mater-Dokum-140744.html#_Toc310945521)>

Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike. [online]. 2011. [cit. 18.10.2015]. Dostupné na internete: < [1snsk.sk/subory/Podpora\\_kulturneho\\_a\\_kreativneho\\_priemyslu\\_v\\_SR.doc](http://1snsk.sk/subory/Podpora_kulturneho_a_kreativneho_priemyslu_v_SR.doc)>

### **Internetové stránky:**

<http://www.azet.sk>

<http://www.theatre.sk>

<http://www.radia.sk>

<http://www.kamdomesta.sk>

<http://www.citylife.sk>

<http://www.best.sk>

<http://www.livemusic.sk>

<http://www.rtvsk.sk>

<http://www.azet.sk>

<http://www.zoznam.sk>

<http://fpu.sk/>

<http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo-/muzea-a-galerie/register-muzei-a-galerii-sr-ef.html>