

KREATÍVNE KOMUNITY

/

KREATÍVNE CENTRÁ

ODBORNÁ KONFERENCIA
26. 11. 2020, 9.00 – 18.00
KOŠICE – TABAČKA KULTURFABRIK

Tento projekt podporilo Mesto Košice.



OBSAH KONFERENCIE

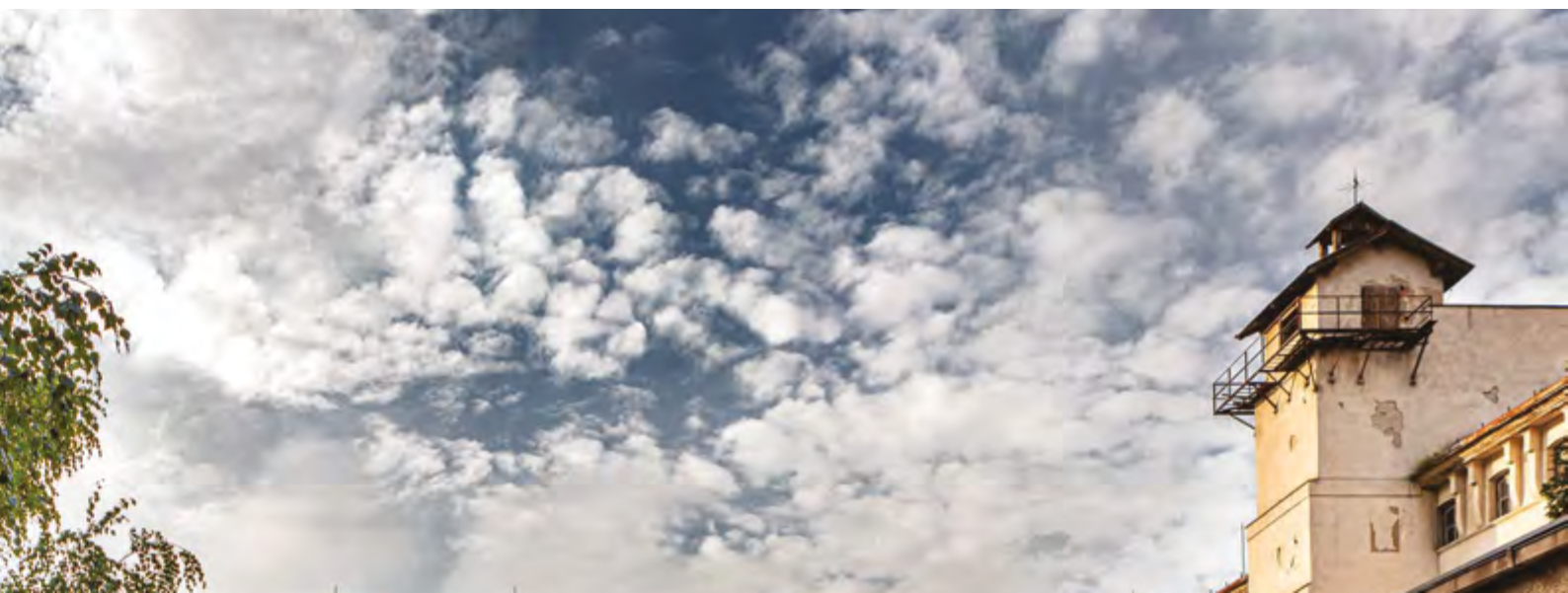
Konferencia KREATÍVNE KOMUNITY/KREATÍVNE CENTRÁ je primárne určená pre aktérov kreatívnej, umeleckej a kultúrnej scény, zástupcov kultúrnej politiky, reprezentantov samosprávy, verejnej a štátnej správy. Jednotlivé bloky sa budú sústreďovať najmä na prezentácie funkčných modelov kreatívnych centier v kontexte zriaďovania, obsahu, zapájania miestnych komunit, udržateľnosti a financovania. Panelová diskusia bude venovaná otázkam prepájania a koordinácie činností kreatívneho sektora so subjektmi verejnej správy.

ORGANIZÁTOR

STROJ, o. z., zastrešuje kreatívne subjekty sídliace v priestoroch areálu na Strojárskej 3 v Košiciach. Medzi naše hlavné priority patrí aktívne podieľanie sa na rozvoji kreatívneho priemyslu na Slovensku, podpora umeleckých, pracovných a vzdelávacích aktivít. Prepájame jednotlivcov a ich činnosti k užšej spolupráci a pomoci. Iniciujeme koordináciu potrieb a cieľov združenia s aktivitami verejnej správy v regióne – Košickým samosprávnym krajom a mestom Košice.

POZVANÍ HOSTIA

Okruh rečníkov, ktorí vystúpia s prezentáciami je zložený zo zástupcov kreatívnych centier v SR a ČR. Ide o etablované organizácie, výber ktorých je postavený na rôznorodosti ich zriadenia a fungovania, od projektov kreovaných iniciatívami zdola cez partnerstvá občianskeho a verejného sektora až po projekty vytvárané prostredníctvom samosprávy.



HLAVNÉ

TÉZY

KONFERENCIE

1 / EKONOMICKÁ STRÁNKA

Prvotná téza pojednáva o jednej z najdôležitejších častí pri zhmotňovaní vízie kreatívneho centra. Práve otázka umného nastavenia ekonomického modelu je základom, od ktorého sa môže kreatívne centrum rozvíjať ďalej ku svojej obsahovej náplni. V tejto časti sa tak pokúsime zodpovedať dielčie otázky, ktoré nám následne môžu pomôcť pochopiť princípy toho, ako vytvoríť perspektívny model fungujúceho kreatívneho centra so zreteľom na jeho udržateľnosť.

Aké sú možnosti financovania, ich prednosti a slabiny?

(crowdfunding, grantové výzvy verejných a súkromných inštitúcií, podpora zo strany štátu, špeciálne komerčné úvery...)

Poznáme fungujúce a dobré príklady zapojenia súkromného sektora do tejto sféry podnikania? Môžeme vôbec hovoriť o podnikaní, resp. trhovej stratégii investície do kreatívnych centier?

Podmienky, výhody a úskalia sponzoringu? Záleží odkiaľ prichádzajú peniaze alebo kedy povedať nie?

Do nami zamýšľanej tézy je však možné zaradiť i širšie ekonomické súvislosti, z ktorých častokrát projekty kreatívnych centier vyvierajú. V tomto zmysle možno spomenúť nasledovné otázky:

Kreatívne centrum ako líder (nielen) kreatívnej ekonomiky mesta/kraja – realita alebo fikcia?

Zakladanie kreatívnych centier v Európe sa posledných 20 rokov nieslo v znamení „hyperoptimistickej“ vízie prechodu z industriálnej ekonomiky 20. storočia k novému modelu ekonomiky znalostnej. Kreatívne centrá mali v tomto modeli plniť úlohu ohnísk a katalyzátorov, vďaka ktorým sa mestá, regióny i celé národné štáty transformujú a zabezpečia si rast. Dnes už vieme, že takéto predstavy sú značne nadhodnotené. Dôležitou úlohou nového kreatívneho centra však stále zostáva priaznivo pôsobiť na celkovú hospodársku situáciu a ponúkať alternatívu k dominantným sektorom ekonomiky. Nemožno však jeho činnosť podmieňovať iba ekonomickou účelnosťou, keďže v tomto ohľade by zanikli iné benefity, ktoré nemajú zo svojej povahy hodnotu vyslovene ekonomického charakteru.

Ako nastaviť realistickú víziu kreatívneho centra? Akým spôsobom zabezpečiť generovanie pracovných miest v sektore a zároveň udržať jeho špecifiká v spojení s kreatívou a kultúrou?

Čo sú to kreatívne subjekty a aké zastúpenie by mali mať v rámci kreatívneho centra?

Z viacerých prieskumov vyplýva, že (s veľkým náskokom) najväčší podiel na HDP a zisku v rámci kreatívnych odvetví má oblasť reklamy. V tomto smere sa preto môže zdať príťažlivý ten model, ktorý sa orientuje iba na oblasti s vyšším ekonomickým potenciálom, zároveň však vzrastá riziko zanedbania iných, ktoré nie sú až tak profitujúce, avšak možno s väčším kultúrnym presahom (remeslá, nezávislé vydavateľstvá, umelecké činnosti...).

Ako zabezpečiť aby aj iné, menej ekonomicky významné činnosti mali v projekte kreatívneho centra svoje zastúpenie?

2 / POLITICKÁ STRÁNKA

Kreatívny priemysel sa za posledné desaťročie stal vcelku významným programovým bodom kultúrnej politiky štátu. Vo viacerých akčných plánoch a stratégiách o ňom nachádzame zmienky ako o novej hybnej sile ekonomiky, avšak konkrétna implementácia zamýšľaných krokov v realite naráža okrem iného aj na značne odlišné a nejednotné predstavy vedúcich politických reprezentantov (miest/krajov).

Aká je rola verejného sektora pri formovaní kreatívnych centier?

Trend nahradzovania už existujúcich kreatívnych klastrov „zdola“ viac kreatívnymi, viac „up-market“ centrami (mestskými usporiadaniami) a problémy s tým spojené.

Aké sú úskalia a problémy toho, keď sa miestne politické špičky spoliehajú na prilákanie kreatívnej triedy zvonku – dovážanie budúcich kreatívnych podnikov a zoskupovanie kreatívnej sily na jedno miesto? Prilákanie mladých a kreatívnych, húfne sa sťahujúce firmy, ktoré ženú ekonomiku strmo nahor vs. orientácia na aktuálny stav a udržanie ľudí v regióne.

Ako môže kreatívne centrum prispieť k rozšíreniu poznania o tom, ako kultúrny a kreatívny priemysel funguje; čo si ľudia myslia v priebehu tvorby, užívania produktov kultúrneho a kreatívneho priemyslu?

(Ne)existencia „politckej vôle“, fenomén vyčerpania zdrojov určených pre kreatívne centrá na opravu budov v majetku verejných inštitúcií, ekonomické motívy verejného sektora, organizačná štruktúra...

Aké idey ohľadne kreatívneho priemyslu pretrvávajú v okruhu tvorcov verejných kultúrnych politík?

Dokážu verejné kultúrne politiky zaistiť v obsahu kreatívnych centier pod svojou zriaďovateľskou pôsobnosťou aj existenciu činností nekomerčného charakteru?

3 / VEREJNÁ, SPOLOČENSKÁ STRÁNKA

Máme za to, že dobre nastavený model kreatívneho centra sa môže stať dôležitým mestským prvkom nielen v súvislosti s rozvojom novej ekonomiky, ale aj v závislosti na bežnom živote.

Má kreatívne centrum poskytovať priestor pre kreatívnu činnosť širšej verejnosti?

Aké sú možnosti zapojenia verejnosti do samotnej činnosti kreatívneho centra?

Špecifiká spoluprác so školami, orientácia na mladú generáciu a rôzne možnosti podporných edukačných programov.

Kooperácia komunit – rola kreatívneho centra v rámci vytvárania komunitného života.

Ako môže prispieť kreatívne centrum ku zvyšovaniu kvality verejného priestoru?

4 / PRÁCA V KULTÚRNOM A KREATÍVNO M PRIEMYSE

Samostatnou kategóriou, ktorá možno na prvý pohľad až tak naliehavo nesúvisí s projektom kreatívneho centra, avšak jej význam sa ukazuje predovšetkým v dnešných neistých časoch, je otázka práce v sektore, jej podmienok a ocenenia.

Síce sa rastu sektora kreatívneho priemyslu začína prikladať stále väčšia pozornosť (aj na najvyšších politických úrovniach), podmienky práce zostávajú skôr okrajovou záležitosťou. Napriek tomu, že o kreatívnej ekonomike sa v strategických dokumentoch dočítame ako o budúcnosti a z marginalizovanej skupiny umelcov, dizajnérov a iných pracovníkov v kultúre a kreatívnych odvetviach sa razom stávajú vzory a nové modely riziko tolerujúcich podnikateľov pre novú ekonomiku, v našich podmienkach je práca v kreatívnom sektore vnímaná stále ako niečo pomimo. I keď sa kreatívnej/tvorivej i umeleckej činnosti prikladá význam náročnej aktivity, v bežnom ponímaní stále nenaberá zmysel serióznej, naozajstnej práce.

Medzi niekoľko dôležitých problémových bodov týkajúcich sa práce v sektore môžeme zaradiť:

- častokrát nutnosť viacerých pracovných úväzkov,
- prevahu SZČO, dobrovoľnej práce,
- nepravidelnú prácu,
- nestabilitu v príjmoch, neadekvátne ohodnotenie,
- kontrakty na krátkodobé obdobia,
- málo sociálnej ochrany,
- neisté vyhliadky na kariérny postup,
- príjmovú nerovnosť,
- pracovné podmienky – nutnosť zdieľaných priestorov (výhoda/nevýhoda?),
- distribúciu finančných zdrojov, viazanosť na jednotlivé projekty.

Kreatívne siete majú v prvom rade dynamizovať sektor a ekonomiku kreatívneho priemyslu, zároveň však slúžia ako sociálna záchranná sieť – kreatívni pracovníci sú závislí na úzkej a dlhodobo udržiavanej sieti priateľov a kontaktov, vďaka ktorým sa dostávajú k spoluprácam za možné provízie.



TEŠÍME SA NA VÁS

V prípade akýchkoľvek otázok
sa na nás neváhajte obrátiť.

Monika Kicová
+421 918 085 462
info@kcstroj.sk



TABAČKA
KULTURFABRIK



mehehe