

Úvod k Stratégií rozvoja kultúry v Bratislavskom samosprávnom kraji na roky 2021 - 2027 s výhľadom do roku 2030

Kultúra 3.0 a multiplikačné efekty

Kultúru, jej vývoj v rámci verejnej politiky, ako aj jej (súčasnú i minulé) postavenie v spoločnosti je možné charakterizovať cez koncept Kultúry 1.0, 2.0 a 3.0, ktorého autorom je Pier Luigi Sacco. Saccov koncept popisuje vzťahy medzi kultúrnou aktivitou a jej pridanou hodnotou hlavne pre hospodárstvo a spoločnosť. Už číslovanie konceptov naznačuje vývoj tohto vzťahu v čase a priestore. Preto v tejto časti Stratégie prekladáme zhrnutie Saccovho konceptu, ktorý tvorí jeden z teoretických základov, na základe ktorého sú tvorené programy v rámci štrukturálnych fondov EÚ pre oblasť kultúry.

Kultúra 1.0

Sacco pri koncepte Kultúry 1.0, ktorý zasadil časovo a priestorovo do storočí pred-industriálnej spoločnosti, opisuje vzťah medzi kultúrnymi aktivitami a spoločnosťou (prípadne hospodárstvom) ako patronátny systém. V rámci daného rámca kultúra a kultúrne aktivity nie sú súčasťou hospodárstva a nie sú prístupné pre väčšinu. Ide primárne o tvorbu pre spoločenskú elitu a pod jej patronátom. V rámci tohto prístupu k organizácii kultúry boli kultúrne aktivity realizované na základe individuálnej iniciatívy patrónov, finančne zabezpečených ľudí, ktorí mali vysoké spoločenské postavenie. Ich bohatstvo nebolo založené na týchto kultúrnych aktivitách, ale na iných zdrojoch. Títo patróni používali časť svojich zdrojov na podporu živobytia tých, ktorí kultúrne aktivity vytvárali, za čo získavali ich tvorbu, ktoré mohli zdieľať spolu so svojimi známymi. Patronát nad kultúrnymi aktivitami taktiež predstavoval istú formu budovania spoločenského postavenia a vylepšovania reputácie patróna. Kultúrna tvorba však v takýchto podmienkach nedokázala prežiť bez patrónov. V takomto mecenášskom vzťahu mzda kultúrnych tvorcov nebola súčasťou trhovej transakcie, ale skôr akousi symbolickou vzájomnou výmenou medzi patrónom a tvorcom kultúrnych aktivít (a táto prax v niektorých kultúrnych sférach stále pretrváva, napr. ako sponzorstvo). Tento koncept sa vyznačuje tým, že je podporovaný iba určitý počet producentov kultúrnych

aktivít, ktorí sú závislí od svojvôle patróna a ich tvorba sa dostáva iba k veľmi obmedzenému počtu divákov. Pre daný systém je tak typická obmedzená tvorba a obmedzený prístup k nej. Spoločenské zmeny, ktoré priniesla priemyselná revolúcia a vznik moderných národných štátov, znamenali aj postupnú zmenu v tejto oblasti. Začal sa rozširovať počet prijímateľov kultúrnych aktivít a spochybnili sa výsady, ktoré patrili vládnucim vrstvám. S novým pohľadom na práva sa postupne uznalo aj právo na prístup ku kultúre ako súčasť ľudských práv (Duncan, 1991). Okrem toho sa spolu so zvýšením životnej úrovne pracujúcej triedy, zvýšila aj ochota platiť za niektoré formy kultúrnych aktivít (Sasson, 2006). Postupne sa spolu s rozvojom moderných národných štátov rozvíjajú aj kultúrne politiky, a to s pomocou verejných zdrojov, ktoré sú cielené a prístupné pre širšiu spoločnosť. Kultúrne politiky sú v tomto období stále silno prepojené s konceptom Kultúry 1.0, ale s tým rozdielom, že patrónmi už nie sú iba jednotlivci, ale kultúru podporuje aj štát.¹ Kultúra však stále nie je ekonomicky produktívnou činnosťou, ale ide skôr o činnosť, ktorá absorbuje zdroje vyrobené v iných sektoroch hospodárstva. Aj napriek týmto iniciatívam a politikám bol prístup väčšiny obyvateľstva ku kultúrnym aktivitám obmedzený a to až do vypuknutia „kultúrnej“ priemyselnej revolúcie, ku ktorej dochádza v desaťročiach tesne pred a po prelome 20. storočia, keď sa vytvárajú technologické podmienky na vytváranie trhov s masovou kultúrou (Sasson, 2006).

Kultúra 2.0

Koncept Kultúra 2.0 je spojený s „kultúrnou“ priemyselnou revolúciou, vznikom masových trhov s kultúrnymi aktivitami, ktoré umožnili vynálezy modernej tlače, fotografie a kina, reprodukovanej hudby, rozhlasového vysielania a pod. Vznik týchto trhov umožnil nielen dodávať, ale aj sprístupniť novú kultúrnu tvorbu širšiemu publiku za dostupnejšie ceny (Sacco, 2011).

¹ Verejná podpora kultúry zo strany štátu sa odvíja najmä od modelov kultúrnej politiky, ktoré štát uplatňuje. Autori Hillman-Chartrand a McCaughey (1989) a Craik (2007) zadefinovali 5 základných modelov: štát ako „facilitátor“ (v USA), štát ako „patrón“ (vo Veľkej Británii a Austrálii), štát ako „architekt“ (Francúzsko), štát ako inžinier (post-komunistické krajiny, Kuba a Kórea), štát ako „podporovateľ elít“ (Austrália).

V koncepte Kultúra 2.0 sa publikum kultúrnych aktivít výrazne rozširuje, ale kultúrna tvorba je limitovaná náročným a finančne nákladným prístupom k technológiám. Potenciálni tvorcovia kultúrnych aktivít, aj pre obmedzený prístup k technológiám, podliehajú systémom výberu zo strany tých, ktorí kultúrne aktivity financujú (napr. na fondoch, kde získavajú podporu na tvorbu).

Na rozdiel od konceptu Kultúry 1.0, kde kultúrne aktivity vznikali pod patronátom spoločenskej elity a pod jej patronátom a neboli primárne súčasťou trhovej transakcie, v koncepte Kultúry 2.0 sa objavujú najmä vďaka kultúrnej priemyselnej revolúcii aj kultúrne a kreatívne činnosti, ktoré sami o sebe prinášajú ekonomickú hodnotu a predstavujú špecifický sektor celého hospodárstva, pričom ide primárne o zábavný priemysel (Sacco, 2018). Časom sa kultúrny priemysel postupne stáva aj vyhľadávanou ekonomickou a spoločenskou hnacou silou (Howkins, 2001; Hesmondhalgh, 2002).

Kultúrne politiky sa taktiež transformujú - zaoberajú sa nielen tým, ako zlepšiť prístup širšej verejnosti ku kultúrnym aktivitám, ale aj zvýšením produkčných a podnikateľských kapacít v týchto odvetviach vzhľadom na ich stále relevantnejšie prispievanie v rámci hospodárstva štátov. V koncepte kultúry 2.0 sa stalo navrhovanie kultúrnych politík obzvlášť náročnou úlohou a to vzhľadom na špecifiká týchto odvetví, ktoré je len ťažko porovnateľné s tradičnými výrobnými odvetviami. Na pochopenie logiky priemyselnej organizácie kultúrnych a kreatívnych sektorov sa nemožno spoliehať na známe modely maximalizácie zisku, a to najmä preto, že interakcie v týchto sektoroch fungujú na iných princípoch, keď rozhodnutie vyrábať ako aj rozhodnutie konzumovať kultúrne aktivity sú určované voľbou iných v sociálnej sieti, ako napr. recenzia na film od kritika (Sacco, 2011, Potts a kol., 2008).

Okrem týchto odlišností sa v rámci kultúrnych politík zameraných na rozvoj Kultúry 2.0 začala venovať pozornosť aj multiplikačným efektom kultúry a kreatívneho priemyslu aj na iné odvetvia (Sacco, 2018) a oblasti spoločnosti (Bakshshi, 2008).

Kultúra 3.0

V súčasnosti sa koncept Kultúry 2.0, založený najmä na zväčšovaní trhov kultúrnych aktivít, transformuje na koncept Kultúry 3.0, ktorý je založený najmä na rýchlom technologickom pokroku, rozširujúcom najmä možnosti tvorby kultúrnych aktivít.

Pre koncept Kultúry 3.0 je typický technologický pokrok na strane tvorby kultúrnych aktivít ľahší a lacnejší prístup k výrobnej technológii, ktorá umožňuje vytvorenie jednotlivých kultúrnych aktivít – či už ide o profesionálne spracovanie textu, filmov, fotografií, zvuku alebo multimédií. Tento technologický pokrok sa odvíja najmä od výrazných zmien v oblasti osobných počítačov, ktoré spôsobujú čoraz výraznejšie stieranie hraníc medzi tvorcami a užívateľmi kultúrnych aktivít, pričom sa tieto dve role stávajú zameniteľnými.

Tvorcovia aj užívatelia sa aktívne podieľajú na kultúrnych aktivitách, nejde už len o pasívne vstrebávanie kultúrnych podnetov. To znamená, že popri tvorcach aj užívatelia využívajú svoje schopnosti a prispievajú k procesu kultúrnych aktivít – dochádza k rozširovaniu schopností prejavu, prehodnocovaniu očakávaní a presvedčení, pretváraníu spoločenskej identity jednotlivcov a pod. (Sacco, 2018).

Ďalšou črtou Kultúry 3.0. sú rozširujúce sa komunity praxe, ktorých členovia komunikujú na základe netrhuvo sprostredkovaných výmen umožnených najmä rozvojom online platforiem, ktoré sa organizujú najmä pri výrobe a zdieľaní kultúrnych obsahov. Kultúrne obsahy už nie sú iba pasívne prijímané kultúrne aktivity, ale sú nahrádzané aktívnymi vzormi prijímania, pričom dochádza aj k tvorivému privlastňovaniu používateľmi a manipulácii s kultúrnym obsahom (Sacco, 2018).

Koncept Kultúra 3.0 taktiež zahŕňa aj nový prístup k finančnej udržateľnosti kultúrnej tvorby a účasti na nej. Zatiaľ čo v koncepte Kultúra 1.0 boli kultúrne aktivity finančne podporované patrónmi a v koncepte Kultúra 2.0 sa pridalo aj financovanie cez verejné zdroje, v rámci Kultúry 3.0 vznikajú nové formy financovania, ktoré využívajú komunitu a novou dodatočnou formou je napr. využívanie crowdfundingu na financovanie kultúrnych aktivít (Sacco, 2018).

Ďalším charakteristickým znakom Kultúry 3.0 je, že kultúra je prítomná všade, je súčasťou každodenného života, je súborom unikátnych duchovných, hmotných, intelektuálnych a

emocionálnych črt spoločnosti alebo sociálnej skupiny, ktorý okrem umenia a literatúry zahŕňa aj životné štýly, spôsoby spolunažívania, hodnotové systémy, tradície a presvedčenia (UNESCO, 2001). Koncept Kultúry 3.0 postupne transformuje kultúrny a kreatívny sektor zo samostatného makroekonomického sektoru na ekosystém, ktorého vzťahy so širšou ekonomikou a spoločnosťou ako takou sú čoraz viac prepletené (Sacco, 2011), čo je možné sledovať cez rôzne multiplikačné efekty, ktoré tento sektor prináša.

Multiplikačné efekty v kontexte kultúry a kreatívneho priemyslu

Pojem multiplikačný efekt (*spillover effect*) sa v oblasti umenia, kultúry a kreatívneho priemyslu používa na zachytenie a vyjadrenie ich nepriamych spoločenských a ekonomických vplyvov a výsledkov verejných politík v tejto oblasti. *KEA European Affairs* definuje multiplikačné efekty v oblasti kreativity ako „výhody vyplývajúce z činností (umelcov a kreatívnych profesionálov) kultúrneho a kreatívneho priemyslu, ktoré majú pozitívne účinky na iné odvetvia hospodárstva alebo oblasti spoločnosti. Tieto pozitívne externality sú výsledkom procesov, prostredníctvom ktorých sa na kultúre založená kreativita šíri naprieč ostatnými hospodárskymi odvetvami, čím prispieva k inovácii v širšom hospodárstve. K tomuto multiplikačnému efektu môže dôjsť v dôsledku neplánovaných interakcií medzi ekonomickými subjektmi, ale je možné k nim pristupovať aj strategickejším spôsobom s cieľom využiť potenciál kreativity založenej na kultúre na sociálno-ekonomický rozvoj.“²

V analytickom materiáli spoločnosti Tom Fleming Creative Consultancy: *Cultural and creative spillovers in Europe* (2015) sú multiplikačné efekty v oblasti kultúry a kreatívy definované ako „ako procesy, v rámci ktorých majú aktivity v umení, kultúre a kreatívnom priemysle široký dopad na miesta, spoločnosť alebo hospodárstvo prostredníctvom presahu konceptov, myšlienok, skúseností, schopností, znalostí a rôzneho druhu kapitálu z týchto odvetví.“³

Multiplikačné efekty umenia, kultúry a kreatívneho priemyslu v rôznych oblastiach a ich podkategórie

² Pre viac informácií pozri: https://urbact.eu/sites/default/files/creative_spin_final_report.pdf

³ Pre viac informácií pozri:

https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/Cultural_creative_spillovers_in_Europe_full_report.pdf

Multiplikačné efekty umenia, kultúry a kreatívneho priemyslu je možné rozdeliť do troch základných kategórií⁴, ktoré sa ďalej členia na podkategórie týchto efektov (vid'. obrázok 1):

- 1) multiplikačné efekty v oblasti znalostí,
- 2) multiplikačné efekty v oblasti priemyslu,
- 3) multiplikačné efekty v oblasti sieťovania.

Multiplikačné efekty v oblasti znalostí (*knowledge spillovers*) odkazujú k novým ideám, inováciám a procesom vyvíjaným v rámci umeleckých organizácií, umelcami a podnikmi v kreatívnom priemysle, ktoré presahujú do širšieho hospodárstva a spoločnosti. Ako príklady je možné uviesť stimulovanie kreativity, rozvíjanie zručností obyvateľov, či posilnenie cezhraničnej a medzi sektorovej spolupráce.

Multiplikačné efekty v oblasti priemyslu (*industry spillovers*) odkazujú na vertikálny hodnotový reťazec a horizontálne medzi sektorové výhody pre hospodárstvo a spoločnosť. Ide o taký typ multiplikačných efektov, v ktorých činnosti v jednom sektore ovplyvňujú výkonnosť v naprieč hodnotovým reťazcom medzi sektormi alebo v rámci sektorov (napríklad produktivita, konkurencieschopnosť alebo prax). Tieto pramene z vplyvu dynamiky kreatívneho priemyslu - podnikov, umelcov, umeleckých organizácií alebo umeleckých podujatí. Ako príklady je možné uviesť vplyv na trh s nehnuteľnosťami či stimulácia domácich i zahraničných investícií.

Multiplikačné efekty v oblasti sieťovania (*Network spillovers*) sa vzťahujú na vplyvy a následky na hospodárstvo a spoločnosť, ktoré vznikajú z prítomnosti veľkej hustoty umenia a/alebo kreatívneho priemyslu v špecifickom priestore (klaster alebo kultúrna štvrť). Sieťové multiplikačné efekty sú spájané s klastrovaním (ako systémom rozširovania tacitného poznania) a zhukovaním, pričom prínosy sú veľmi široké, vrátane ekonomického rastu, nárastu atraktivity regiónu a posilnenie jeho identity/zviditeľnenia. Ako príklady je možné uviesť budovanie spoločenskej súdržnosti, zvyšovanie blahobytu či vytváranie atraktívneho ekosystému ako aj identity mesta a priestoru.

⁴ Toto rozdelenie je používané v rôznych analytických materiáloch: Frontier Economics (2007) *Creative industry spillovers – Understanding the impact on the wider economy*; Nesta (2008) *Policy briefing: Beyond the creative industries: making policy for creative economy*, Tom Fleming Creative Consultancy (2015) *Cultural and creative spillovers in Europe* atď.

Obrázok 1: Diagram multiplikačných efektov a ich podkategórií



Zdroj: Tom Fleming Creative Consultancy (2015) *Cultural and creative spillovers in Europe*, s.

Zdroje:

Bakhshi, H.; McVittie, E.; Simmie, J. (2008) *Creating Innovation. Do the Creative Industries Support Innovation in the Wider Economy?* NESTA: London, UK.

Brown, A. S.; Novak-Leonard, J.L.; Gilbride, S. (2011) *Getting in on the Act: How Art Groups Are Creating Opportunities for Active Participation*; James Irvine Foundation: San Francisco, CA, USA.

Craik, J. (2007) *Re-Visioning Arts and Cultural Policy*. ANU E Press (The Australian National University): Canberra, Austrálie,

Duncan, C. (1991) *Art museums and the ritual of citizenship*, in I Karp & SD Lavine (Eds), *Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*, Smithsonian Institute, Washington DC, 88-103.

Frontier Economics (2007) *Creative industry spillovers – Understanding the impact on the wider economy*, DCMS

Hesmondhalgh, D. (2002), *The cultural industries*, Sage, London.

Howkins, J. (2001) *The creative economy. How people make money from ideas*, Allen Lane, London.

Nesta (2008) *Policy briefing: Beyond the creative industries: making policy for creative economy*

Potts, J.D.; Cunningham, S.D.; Hartley, J.; Ormerod, P. *Social network markets: A new definition of the creative industries*. *J. Cult. Econ.* 2008, 32, 166–185.

Sasson, D. (2006), *The culture of the Europeans. 1800 to the present*, HarperPress, London

Sacco, P. L. (2011), *Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming*, EENC Paper, DOI: <https://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

Sacco, P. L., Ferilli G., Tavano Blessi G. (2018) *From Culture 1.0 to Culture 3.0: Three Socio-Technical Regimes of Social and Economic Value Creation through Culture, and Their Impact on European Cohesion Policies*, DOI: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/11/3923/htm>

Tom Fleming Creative Consultancy (2015) *Cultural and creative spillovers in Europe*

UNESCO. (2001). *UNESCO Universal Declaration of Cultural Diversity*. Paris: UNESCO.