



KULTURNE IN KREATIVNE INDUSTRIJE PO SLOVENSKO



INDUSTRIES - SLOVENE STYLE

CULT

KULTURNE IN KREATIVNE INDUSTRIJE

Kulturne in kreativne industrije po slovensko

Izdajatelj
Ministrstvo Republike Slovenije za kulturo
Maistrova 10, Ljubljana, Slovenija
[www.mk.gov](http://www.mk.gov.si)

Zastopnica izdajatelja
Majda Širca, ministrica za kulturo

Urednica
Lilijana Stepančič

Besedila prispevale
dr. Maja Breznik Močnik, mag. Brigita
Lipovšek, Helena Pivec, Lilijana Stepančič,
Majda Širca in dr. Blanka Tivadar

V angleščino prevedel
Rawley Grau

Slovenščino pregledal
Jaka Žuraj

Oblikoval
The Miha Artnak

Fotografije
Tilen Sepič
Shutterstock

Tisk
Tiskarna Pleško

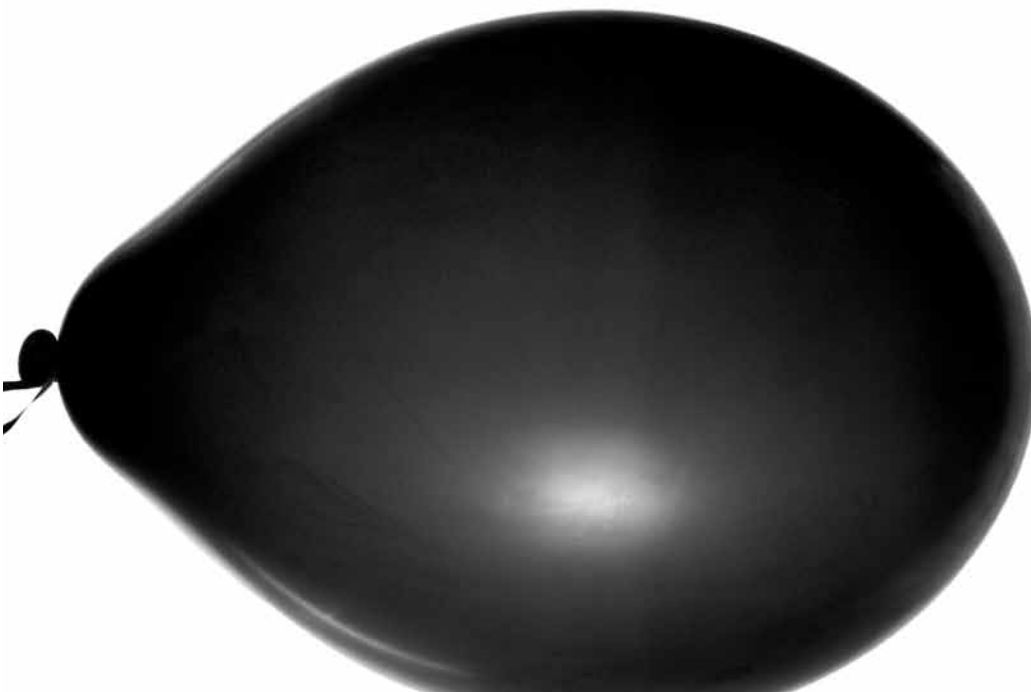
Naklada
800 izvodov
Medvode, januar 2011

Angleška različica je na voljo na spletni
strani: <http://www.mk.gov.si/en/>



KKIPS

KULTURNE IN KREATIVNE INDUSTRIJE PO SLOVENSKO



Knjižica predstavlja ukrepe Ministrstva
za kulturo za spodbujanje kulturnih in
ustvarjalnih industrij v letu 2011.
Natečaji in razpisi bodo objavljeni na
spletni strani www.mk.gov.si.
Vabimo vas, da nam pošljete svoje
odzive in nove pobude.
Knjižica je dostopna na www.mk.gov.si.



VSEBINA

10 — Uvod

12 — Kaj so kulturne in kreativne industrije?

Začnimo z definicijo
Kaj pravi Wikipedia?
Ali so KKI fenomen zadnjih let?
Ustvarjalni paradoks
Prehod v kreativno ekonomijo

16 — Kulturne in kreativne industrije v Sloveniji

Statistični podatki
Več kot 30.000 delovno aktivnih
Manjši delež zmanjšanja zaposlenih
Največ gospodarskih subjektov na področju arhitekture
Prevladujejo mala in mikro podjetja
Druge pravne osebe

26 — Kako Ministrstvo za kulturo spodbuja KKI

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

351.854(497.4)
008(497.4)

KULTURNE in kreativne industrije po slovensko :
KKIPS /
[besedila prispevale Maja Breznik Močnik ... [et al.] ;
urednica Lilijana Stepančič ; fotografije Tilen Sepič,
Shutterstock]. -
Ljubljana : Ministrstvo za kulturo, 2011

Vsebuje tudi angleški prevod, tiskan v obratni
smeri: Cultural and creative industries -
Slovene style : CCI /
[Slovene-to-English translation Rawley Grau]

ISBN 978-961-6370-15-8

1. Breznik, Maja, 1967— 2. Stepančič, Lilijana 3.
Cultural and creative industries - Slovene style

254443520

Novi prostori, nove priložnosti

Distribucijsko skladiščno središče za knjigo

Muzejska trgovina

Sejmi

Za odgovorno prihodnost

Razstave o oglaševanju

Partnerstvo med šolo in podjetji

Konvencija in alternativa v tekstilni industriji

Tradicija in inovacija v umetnostni obrti

Grafično oblikovanje in vidna sporočila

Digitalne informacijske in komunikacijske tehnologije

Culture.si

Od filma do podcasta

Prosto programsko orodje

Moč ustvarjalnosti v skupnosti

Družbene iniciative kot skupnostna umetnost

Lokalna trajnostna oskrba s hrano

Festivali ustvarjalne kuhinje

Vprašali se boste, zakaj v naslovu knjižice dodajamo globalno uveljavljeni dejavnosti, kot so kreativne in kulturne industrije, načinovni prislov. Ali s tem ne zanikamo temeljne narave, ki kulturni in kreativni industriji omogoča globalno delovanje, to je univerzalnost, značilno za ustvarjanje in enako ne glede na narod, razred in zemljepisno pripadnost? Ne, prav nasprotno. S prislovom opozarjamo, da univerzalnost sestavljajo manjši deli in da so globalni procesi uspešni, če upoštevajo lokalne značilnosti. Zaradi njih je kreativnost tudi kontekstualna, krajevna, slovenska. S prislovom po slovensko ne odpiramo vprašanj, povezanih s konceptom *genius loci* in njegovo izrazno vrednostjo, temveč poudarjamo posebnosti v strukturiranju kreativnosti v nekem prostoru. Če so te vgrajene v kulturno politiko, so njeni ukrepi toliko bolj učinkoviti.



UVOD



O kulturnih in kreativnih industrijah se veliko govori, a malo ve. Celo v Bruslju, kjer imamo kulturni ministri in ministrice ta pojem večkrat na agendi, se zdi, da je v zraku kot predmet poželenja, ki pa poleževa prej na papirjih, kot v življenju.

A skupni imenovalac vendarle je: vsi vidimo v kulturnih in kreativnih industrijah priložnost, da kultura sestopi – še več, dobesedno stopi v vse pore, ki jih lahko vzpostavljajo inovacija, ustvarjalni duh in tisti razmislek, ki si ne postavljajo meje med različnimi sferami bivanja. Pravzaprav je pri kulturnih in kreativnih industrijah še najbolj zavajajoča prav industrija, ki v naših glavah vedno asociira na tekoči trak množične proizvodnje.

Da ne bi ostali pri papirnatem žongliranju s kulturnimi in kreativnimi industrijami, sem odgovore na vprašanje, kako tudi v slovenski danosti premikati sfero kulture v druga polja in kako druga polja plemenititi z ustvarjalnostjo, začela iskati v preprostih stvareh.

Ni bolj preprostega in samoumevnega vprašanja, kot je tisto, ki ga postavlja tesnoba ekonomske krize. Vsakdo je pomislil: Ali v vsej Sloveniji res ne zmoremo takega ustvarjalnega potenciala, ki bi izboljšal kreacije v Muri? Ali v Labodu? Ali izdelkov v lesni, papirni in steklarski industriji? So naši izdelki dobro predstavljeni, komunicirani, dizajnirani,

ponujeni, potrošniku všečno predstavljani? Ali naši muzeji dovolj vabijo ljudi ali pa se prehitro zadovoljijo z obiski šolskih avtobusov. Lahko šarimo po muzejskih trgovinicah z replikami in vso tisto ponudbo, ki nam je poznana iz tujih galerij in muzejskih trgovin?

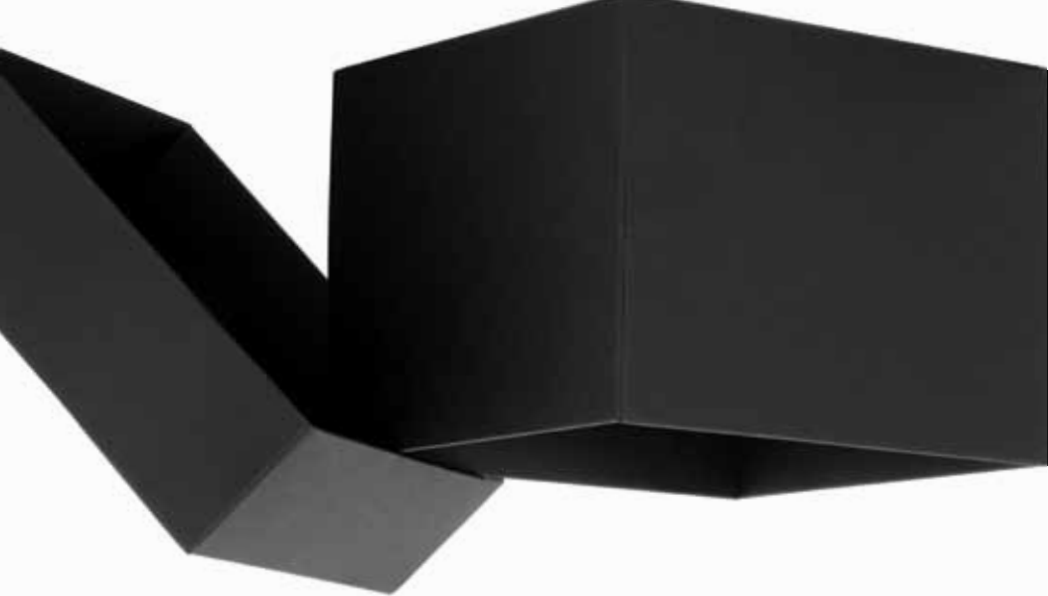
Zakaj je Rex, eden najboljših stolov v zgodovini slovenskega oblikovanja, prišel v Muzej sodobne umetnosti v New Yorku in v marsikateri slovenski dom? Ali morda zato, ker so v kamniški tovarni Stol takrat ustanovili inštitut, v katerem so oblikovalci mislili, in ne le planirali izdelke. Pa tudi v tovarni Tomos, Meblu, Cicibanu in še kje, kjer so – ne glede na socializem – podjetja znali upravljati več kot le samoupravno.

Zakaj zdrava hrana ne penetrira dlje kot v getoizirane lekarniško umaknjene police in zakaj se reciklirane stvari najdejo le za skritimi vogali butične ponudbe? Zakaj toliko mladih ljudi kopiči svojo energijo, ne da bi znali, vedeli in zmogli razbremeniti svoje potenciale s pravimi partnerji in primernimi nišami? In zakaj večina prebivalcev ne pozna dobro lepote naše kulturne dediščine in celotne kulturne ponudbe? Zakaj nam lahko dan na dan kričijo iz ekonomskopropagandnih sporočil o WC-čistilih, pralnih praških in čokoladah, medtem ko je večina zagotovo želenega prezrta?

Takih vprašanj je bilo iz noči v noč več. A najbolj mi je bilo všeč, da je bilo tudi odgovorov iz dneva v dan več. Na ministrstvu za kulturo smo se vrgli v preverjanje idej in v bistvu začeli delati to, kar bi moralo biti bistvo našega dela: začeli smo cukati za rokav vse druge vladne resorje in se povezovati med seboj. Kajti kultura ni deljiva na alternativno, elitno, amatersko, oficijalno, mrtvo, živo, klasično, mladinsko, ustvarjalnost je kratko malo baza vseh procesov okoli nas.

Majda Širca
ministrica za kulturo
Republike Slovenije

Ljubljana, december 2010



KAJ SO KULTURNE IN KREATIVNE INDUSTRIJE?

Začnimo z definicijo

Definiranje kulturnih in kreativnih industrij ni preprosta naloga. Termin je bil v slovenščino prenesen iz drugih jezikov in okolij, v katerih je opredeljen na različne načine. Poleg tega nekatera okolja uporabljajo za vse le izraz kulturne industrije, druge pa k temu dodajajo še širši pomen kreativne industrije. Izraz kulturne industrije ima daljšo zgodovino kakor kreativne industrije. Njegovi izvori segajo v prvo polovico dvajsetega stoletja, ko sta film in gramofonska plošča ustvarila nove oblike umetnosti, občinstva in podjetništva. Težave so tudi z razmejitvijo, kaj so kulturne in kaj kreativne industrije, čeprav na splošno velja, da prva oznaka definira tiste dejavnosti, ki so bolj neposredno povezane z umetnostjo, denimo glasba, gledališče in film, druga pa vključuje še tiste aktivnosti, ki imajo malo skupnega s tradicionalno definiranimi umetnostmi, in zajema, na primer, oglaševanje in grafično oblikovanje.

V Sloveniji smo še pred nekaj leti uporabljali izraz kulturne industrije, najprej v edninski in nato v množinski obliki. Z razvojem dejavnosti pa se je prijel raba kulturne in kreativne industrije, pri čemer se angleška beseda *creative* enkrat prevaja kot kreativno, drugič pa kot ustvarjalno. Brez zadržka lahko uporabljamo oboje.

Kaj pravi Wikipedia?

Če hočemo izbirati med definicijami, kaj so KKI, bo najbolje, da pogledamo, kaj o tem pravi javno dostopna spletna enciklopedija Wikipedia, ki je eden od proizvodov kreativnih industrij. Začela je nastajati z novimi informacijsko komunikacijskimi računalniškimi programi, iz katerih je prevzela novo obliko organiziranosti dela, to je dejavno udeležbo uporabnikov, in na tej podlagi ustvarila danes obširno in večjezikovno bazo leksikonskih podatkov. Wikipedia predstavlja pojma kulturne in kreativne industrije vsakega posebej s priporočilom, naj se povežujeta.¹

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_industries
in http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_industry,
oboje 15. 12. 2010.

Sklicujoč se na mednarodne organizacije, kot sta Unesco in GATT (The General Agreement on Tariffs and Trade), so kulturne industrije definirane kot dejavnosti, ki združujejo ustvarjalnost, proizvodnjo in distribucijo dobrin in storitev, ki so v svojem bistvu kultura. Pogosto jih varujejo zakoni o intelektualni lastnini. Temeljijo na znanju in so delovno intenzivne. Vključujejo besedno, glasbeno, televizijsko in filmsko proizvodnjo in založništvo, umetno obrt in oblikovanje. Nekatere države k temu dodajajo še arhitekturo, vizualno in izvedbeno umetnost, šport, oglaševanje in kulturni turizem. Wikipedia tudi navaja, da bodo družbe s podpiranjem ustvarjalnosti in spodbujanjem inovativnosti vzdrževale kulturno raznolikost in da bodo tudi zato gospodarsko uspešne.

Ali so KKI fenomen zadnjih let?

Mnogi avtorji so na to vprašanje odgovorili z da in ne.² Odgovor ne je legitimen, če pomislimo, da je ustvarjanje predmetov, ki imajo ob uporabni še izrazno vrednost, staro, kakor je stara človeška družba. Prav tako dolgo obstajajo tudi ljudje, ki želijo imeti take predmete. Poleg tega vemo, da s slogom in lepoto v glasbi, likovni umetnosti, igri, zabavi ali modi izražamo kulturne vrednote in sporočamo družbeni položaj. Menjava tovrstnih predmetov in storitev ni navadna ekonomija. Kljub dolgi bradi zgodovine pa lahko mirno rečemo, da so KKI, kakor jih poznamo danes, stare približno petnajst let. Čeprav

² John Newbigin, The Creative Economy: An Introductory Guide, Creative and Cultural Economy series/ 1, The British Council, London, 2010, str. 13.

so še najstnice, so povsem suverene. Uveljavile so se z razvojem novih tehnologij. Pravzaprav so njihov proizvod. Na primer, vizualni računalniški simulatorji realnih situacij so skupinsko delo umetnikov, oblikovalcev, matematikov, računalniških programerjev in prodajalcev. A če nosilci državnega upravljanja in oblasti ne bi prepoznali v teh dejavnostih potencialov, ki vplivajo na razvoj družbe, ne bi mogli govoriti o KKI v takšnem smislu in obsegu, kot govorimo danes. Z državnimi in mednarodnimi strategijami so se KKI institucionalizirale in dobile prepoznavno družbeno veljavo.

Med vodilnimi državami v KKI je Velika Britanija, ki je na tem področju aktivna od druge polovice devetdesetih let. Pri iskanju poti, kako ublažiti domače težave, ki so nastale z novo svetovno realnostjo zaradi nove globalnopolitične razporeditve moči po padcu berlinskega zidu in vse bolj intenzivne selitve industrijske proizvodnje in razvojnih oddelkov podjetij na t. i. globalni jug, je prepoznala izzive v ustvarjalnosti, kulturi in umetnosti. V njih je videla potenciale, ki lahko pozitivno vplivajo na prestrukturiranje gospodarske dejavnosti ter njeno svetovno konkurenčnost in rast. Poleg tega pa pripomorejo k regeneraciji opustelih urbanih in ruralnih okolij. Po njeni poti so postopoma stopale druge države. Posvojile so jo mednarodne institucije, kot sta Unctad in Unesco in v svoje programe jo je vnesla Evropska unija.

Ustvarjalni paradoks

KKI ne spreminjajo pomena ustvarjanja, domišljije ali inovativnosti, ki so od nekdaj in povsod ena od temeljnih značilnosti človeka, temveč pogled na kulturo, umetnost in gospodarsko

dejavnost. So ustvarjalni paradoks, saj, gledano tradicionalno, ustvarjanje, ki je enkratno in zaneseno po četrte, povezujejo z mehansko in segmentirano industrijsko proizvodnjo. A povezovanje, ki ne izhaja iz ustaljenih pomenov, ponuja nešteto novih izzivov. V teoretični misli o kulturi in umetnosti preizprašuje pomene, kaj sta visoka in nizka (oziroma elitna in popularna ali urbana in ljudska) umetnost in kultura oziroma njuni produkti in storitve. V gospodarstvu spodbuja delovanje manj rigidnih modelov organizacije proizvodnje in trženja. Igrivost in eksperiment, temeljni značilnosti znanstvenega in umetniškega dela, postajata pomembna tudi za neumetniška in neznanstvena področja.

Prehod na kreativno ekonomijo

V zadnjem desetletju so v mnogih državah KKI, torej dejavnosti, ki prepletajo temeljne umetniške in kulturne prakse z dosežki uporabnih znanosti in poslovanja, prerasle v kreativne ekonomije. Mnogi sektorji gospodarstva so prevzeli prilagodljivost in sposobnost KKI, da ustvarjalno uporabljajo znanje, usvajajo nove tehnologije in delujejo z novimi poslovnimi modeli. To pot je ubralo tudi marsikatero podjetje v Sloveniji.

Definicija kulturnih in kreativnih industrij

Leta 2010 je Evropska komisija podala delovno definicijo KKI v Zeleni knjigi – *Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij*:

„Kulturne industrije“ so tiste industrije, ki proizvajajo in distribuirajo dobrine ali storitve, ki imajo takrat, ko se razvijejo, posebni atribut, uporabo in namen, ki uteleša ali posreduje kulturno izražanje, ne glede na komercialno vrednost, ki jo lahko imajo. Poleg tradicionalnih umetnostnih področij (scenske umetnosti, likovne umetnosti, kulturna dediščina – z javnim sektorjem vred) zajemajo tudi film, DVD in video, televizijo in radio, videoigre, nove medije, glasbo, knjige in tisk. Ta koncept je definiran v odnosu do kulturnih izražanj iz Konvencije o varstvu in spodbujanju raznolikosti kulturnih izražanj Unesca iz leta 2005.

„Ustvarjalne industrije“ so tiste industrije, ki uporabljajo kulturo kot vložek in imajo kulturno razsežnost, čeprav so njihovi rezultati po večini funkcionalni. Te industrije zajemajo arhitekturo in oblikovanje, ki kreativne elemente vključujeta v širše procese, in podsektorje, kot so grafično in modno oblikovanje ali oglaševanje.³

³ Green paper, Unlocking the potential of cultural and creative industries, European Commission, Bruselj, 2010, str. 5.



KULTURNE IN KREATIVNE INDUSTRIJE V SLOVENIJI

Statistični podatki

Stanje KKI v Sloveniji predstavljamo z nekaterimi statistični podatki. Ti kažejo, da so bile KKI bolj učinkovite pri težavah, ki jih je prinesla gospodarska kriza. KKI so v Sloveniji, tako kakor drugje v Evropi, organizirane predvsem kot mala in mikro podjetja. Velika večina jih deluje lokalno. Poleg tega pa ima Slovenija tudi razvit javni sektor KKI.

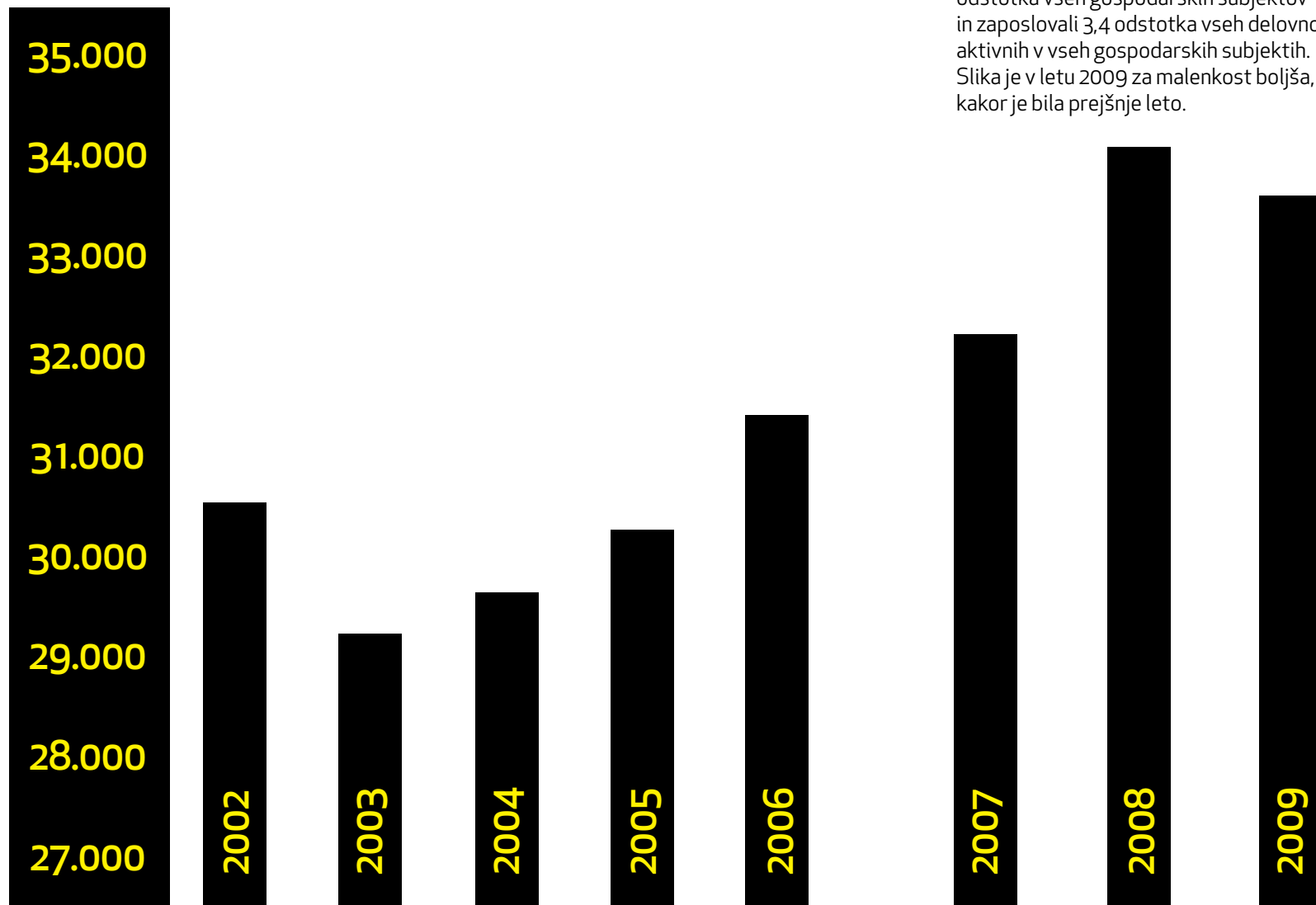
Več kot trideset tisoč delovno aktivnih

Po podatkih Statističnega urada Slovenije se je število delovno aktivnih oseb* v KKI med letoma 2002 in 2009 povečalo za 11 odstotkov. Leta 2009 so te industrije zaposlovale 33.758 ljudi, to je 4 odstotke vseh zaposlenih prebivalcev. Ta delež se je v zadnjih treh letih stalno povečeval. Zajema delovno aktivne v gospodarskih družbah, javnih in zasebnih zavodih, društvih in ustanovah ter samozaposlene. Za primerjavo

povejmo, da KKI v Evropski uniji zaposlujejo pet milijonov ljudi.

Leta 2009 je bilo največ delovno aktivnih v okviru KKI v arhitekturi, saj je na tem področju kar 38 odstotkov vseh zaposlenih v KKI. Delež zaposlenih v arhitekturi se iz leta v leto spreminja. Drugo mesto je pripadlo založništvu s 15,6 odstotka, ne glede na to, da je število zaposlenih v zadnjih osmih letih padlo skoraj za 4 odstotne točke. Prav tako se je nekoliko zmanjšal delež zaposlenih na radiu in televiziji, medtem ko je število delovno aktivnih na področjih oblikovanja, umetniškega ustvarjanja in filma zraslo. V umetniškem ustvarjanju se je med letoma 2002 in 2009 povečalo za 2 odstotni točki.

* Delovno aktivne osebe so vse osebe, ki so pokojninsko in invalidsko zavarovane oziroma so v delovnem razmerju na območju Republike Slovenije, delovno razmerje pa je lahko sklenjeno za določen ali nedoločen čas, za polni ali skrajšani delovni čas. V tej knjižici uporabljamo za termin delovno aktivne osebe tudi izraz zaposleni.



Če pogledamo statistične podatke le za gospodarske družbe in samostojne podjetnike, registrirane za dejavnosti KKI, so ti leta 2009 predstavljali 7,4 odstotka vseh gospodarskih subjektov in zaposlovali 3,4 odstotka vseh delovno aktivnih v vseh gospodarskih subjektih. Slika je v letu 2009 za malenkost boljša, kakor je bila prejšnje leto.

Razlike v deležih med gospodarskimi družbami in samostojnimi podjetniki KKI so pravzaprav majhne. Deleži so večji pri gospodarskih družbah, ki zavzemajo 8,4-odstotni delež vseh družb in zaposlujejo 3,6 odstotka zaposlenih v vseh družbah.

Leta 2009 je bilo registriranih 4529 gospodarskih družb KKI. Glede na predhodno leto se je njihovo število povečalo za 4 odstotke, kar je enako slovenskemu povprečju za vse gospodarske družbe. Skupno število zaposlenih v vseh gospodarskih družbah se je leta 2009 glede na leto 2008 zmanjšalo za 6 odstotkov. Tu kažejo KKI ugodnejšo sliko, saj se je število zaposlenih zmanjšalo za 3 odstotke.

Slika samostojnih podjetnikov ni bistveno drugačna. Leta 2009 je bilo registriranih 4627 samostojnih podjetnikov KKI, kar je za 14 odstotkov več od predhodnega leta in kar je krepko preseglo poprečno rast teh podjetij, ki je bila 4-odstotna. Število zaposlenih v podjetjih samostojnih podjetnikov se je med letoma 2008 in 2009 zmanjšalo za 7 odstotkov. Medtem ko je bil padec zaposlenih v podjetjih KKI v tem letu manjši in je znašal 4 odstotke.

Graf: Število delovno aktivnih v kulturnih in ustvarjalnih industrijah v Sloveniji med letoma 2002 in 2009.

Vir: SURS, Statistični register delovno aktivnega prebivalstva.

Druge kulturne dejavnosti

Varstvo kult. dediščine

Muzeji

Arhivi

Knjižnice

Umetniško ustvarjanje

Umetniško uprizorjanje

Izobraževanje

Oblikovanje

Arhitektura

Oglaševanje

RTV

Glasbeno založništvo

Film

Založništvo

0

500

2000

3000

Graf: Število gospodarskih družb in podjetij samostojnih podjetnikov na področju kulturnih in ustvarjalnih industrij leta 2009.

Vir podatkov: AJPEŠ, Letna poročila gospodarskih družb in letna poročila malih samostojnih podjetnikov.

Arhitektura na prvem mestu

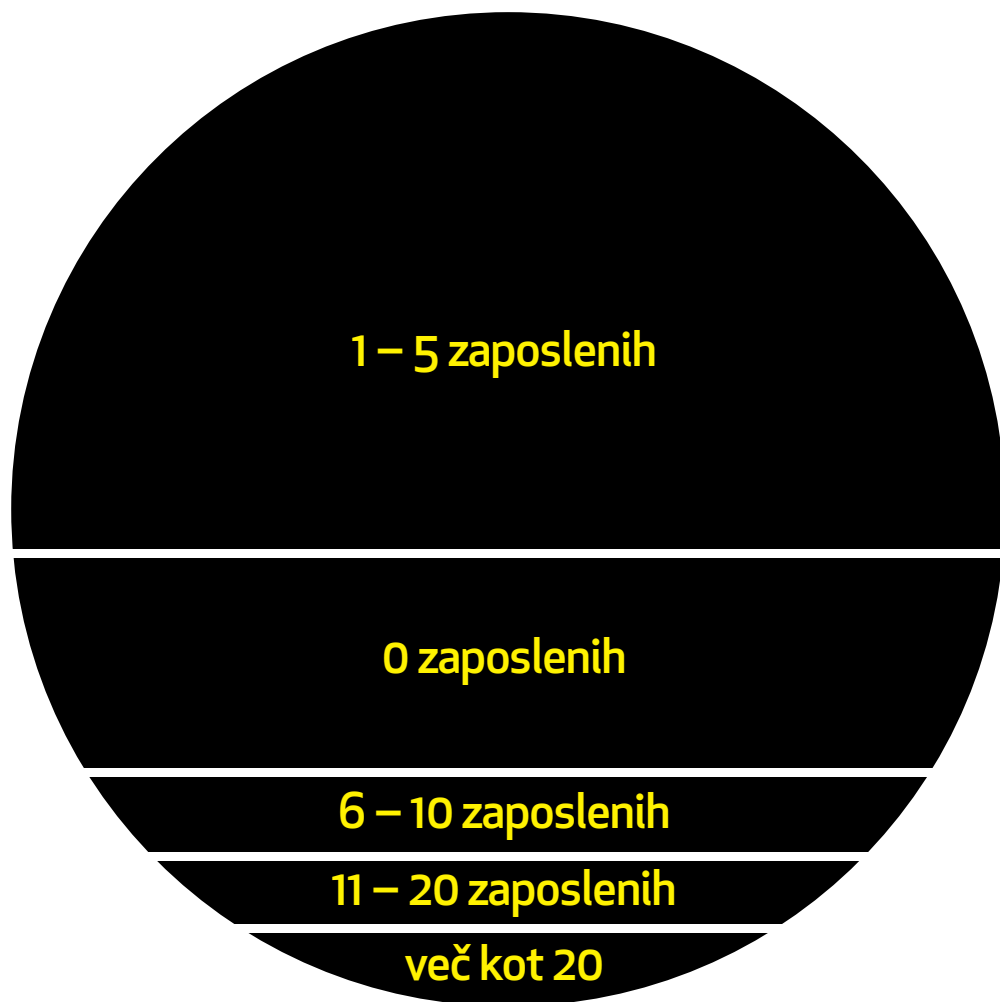
Leta 2009 je največ gospodarskih subjektov v KKI opravljalo dejavnosti na področju arhitekture, čeprav so se v gradbeništvu, ki se je v preteklih desetih letih zelo hitro razvijalo, že kazala znamenja krize. Zanimljivo je bilo število registriranih gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov na področjih

varstva kulturne dediščine, muzejev, arhivov in knjižnic. V Sloveniji so ta področja pokrita s pravnimi osebami javnega prava. Oznaka druge kulturne dejavnosti vključuje rezervacije in druge s potovanji povezane dejavnosti, spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizorjanje, obratovanje objektov za kulturne prireditve, botanične in živalske vrtove, varstvo naravnih vrednot, zabaviščne parke in druge nerazvrščene dejavnosti za prosti čas.

Samostojni podjetniki
Gospodarske družbe

Graf: Deleži gospodarskih družb v kulturnih in ustvarjalnih industrijah leta 2009 glede na velikost podjetja (merilo velikosti: število zaposlenih).

Vir podatkov: AJ PES,
Letna poročila gospodarskih družb.



Prevladujejo mala in mikro podjetja

Mikro in mala podjetja so tista, ki zaposlujejo od nič do devet oziroma od deset do devetinštirideset ljudi. Tako kot v Evropi tudi v Sloveniji prevladujejo v KKI mala in mikro podjetja. V Sloveniji zavzemajo zelo velik delež, ki se giblje med 85 in 95 odstotki vseh podjetij.

Generalni direktorat za podjetništvo in industrijo pri Evropski komisiji je zapisal: »Kreativne industrije niso samo pomemben ekonomski dejavnik sam po sebi temveč vnašajo v ekonomijo znanje in dinamičnost.«

Za potrebe Ministrstva za kulturo smo se pri definiciji KKI* oprli na metodologijo Eurostata in definicijo kulturnih in ustvarjalnih industrij v dokumentu Evropske komisije *Zelena knjiga – Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij*:

► kulturne industrije:

- uprizoritvene umetnosti
- vizualne umetnosti
- kulturna dediščina
- film
- DVD in video
- televizija in radio
- video igre
- novi mediji
- glasba
- knjige in tisk

► kreativne industrije:

- arhitektura
- oblikovanje
- grafično in modno oblikovanje
- oglaševanje

*KKI smo v okviru veljavne Standardne klasifikacije dejavnosti definirali po naslednjih šifrah dejavnosti: 32.990, 47.610, 47.621, 47.622, 58.110, 58.120, 58.130, 58.140, 58.190, 59.110, 59.120, 59.130, 59.140, 59.200, 60.100, 60.200, 63.910, 71.111, 71.112, 71.129, 74.100, 74.200, 79.900, 85.520, 90.010, 90.020, 90.030, 90.040, 91.011, 91.012, 91.020, 91.030, 91.040, 93.210, 93.299.

Druge pravne osebe

V Sloveniji je bilo leta 2009 na področju KKI evidentiranih 376 pravnih oseb zasebnega prava, ki niso gospodarske družbe, 270 pravnih oseb javnega prava in 614 društev. Od navedenih pravnih oseb zasebnega prava se jih je največ ukvarjalo z umetniškim ustvarjanjem in založništvom. Med pravnimi osebami javnega prava je bilo največ knjižnic. Med društvi pa so prevladovala tista, ki delujejo na umetniškem ustvarjanju in uprizorjanju.



Društva
 Pravne osebe javnega prava
 Pravne osebe zasebnega prava

Graf: Število pravnih oseb javnega in zasebnega prava, ki niso gospodarske družbe, ter društev kulturnih in ustvarjalnih industrij v letu 2009.

Vir podatkov: AJPES, Letna poročila pravnih oseb javnega in zasebnega prava ter društev za leto 2009.

KAKO MINISTRSTVO ZA KULTURO SPODBUJA KKI

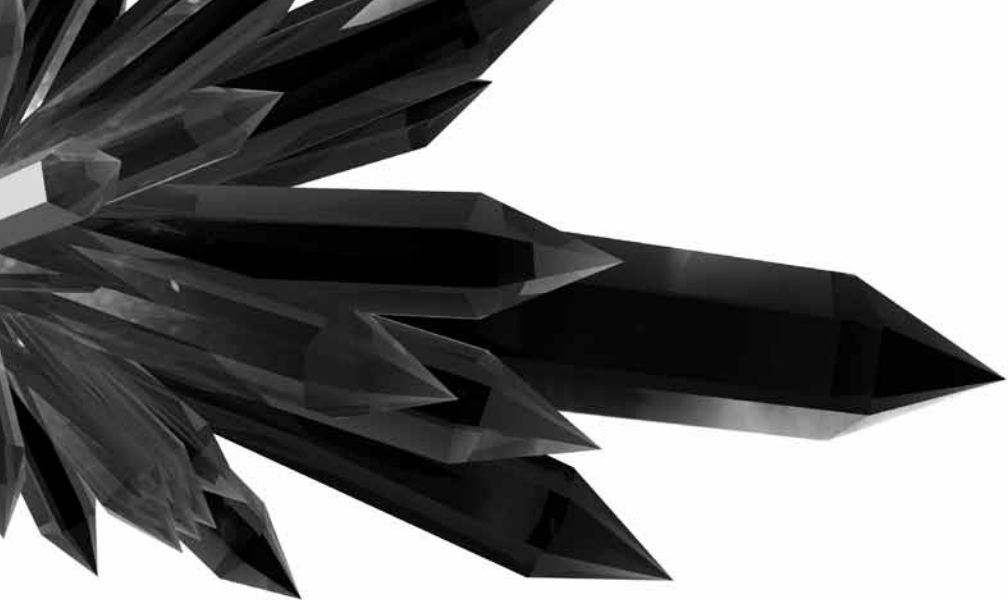
Razvoj in uspeh KKI v nekem okolju sta odvisna tudi od tradicije in oblik javne podpore kulturi na lokalnem in državnem nivoju. Pri tem ima ministrstvo za kulturo pomembno vlogo, saj financira in sofinancira mnoge knjige, predstave, filme in vrsto drugih dejavnost KKI. Od leta 2000 snuje svoje razvojne načrte na podlagi Nacionalnih programov za kulturo, ki govorijo tudi o KKI.

Nacionalni program za kulturo za obdobje med letoma 2008 in 2011, ki ga je sprejel državni zbor, navaja, da so »kulturne industrije«, prinesle »izjemne tehnološke možnosti za dostop do umetnosti in kulture, za izobraževanje in razvoj ter s tem tudi gospodarsko rast«. Poudarja tudi, da so »lahko gonilna sila tehnoloških inovacij« in da njihov razvoj »spodbuja samozaposlovanje in nastajanje malih in srednjih podjetij«.

Izhajajoč iz nacionalnega programa za kulturo in potreb družbe je Ministrstvo za kulturo sprejelo ukrepe za spodbujanje KKI, ki jih bo izvedlo leta 2011 v sodelovanju z drugimi ministrstvi in agencijami RS, ki delujejo na področju kulture. Program ukrepov pokriva

razna področja KKI, od tradicionalnih, kakršna je knjiga, do takih, kakršni sta pridelava živil in kulinarika, ki so novost v pojmovanju, kaj so KKI pri nas. Pri tem je Ministrstvo za kulturo izhajalo iz teh prednostnih usmeritev:

- medresorsko povezovanje,
- priprava ustreznih zakonskih podlag,
- spodbujanje povezovanja akterjev KKI med seboj in z akterji na drugih področjih, predvsem povezovanja kulture z gospodarstvom, izobraževanjem, znanostjo in tehnologijo,
- izobraževanje akterjev v KKI in porabnikov ponudbe KKI,
- promocija KKI kot agensov kreativnosti in inovativnosti.



POLITIKE IN INSTRUMENTI POMOČI MINISTRSTVA ZA KULTURO ZA 2011

Novi prostori, nove priložnosti

praviloma niso v redni prodaji, temveč ležijo v kupcem nedostopnih skladiščih. Korak k bolj učinkovitemu in širše razvejenemu knjigotrštvu bo prineslo novo knjižno središče, ki ga načrtuje Javna agencija RS za knjigo. Središče z računalniško programsko infrastrukturo za distribucijo bo na sodoben način povezovalo dejavnosti javnega skladišča, knjigarne in družabnega prostora. Z njim se bosta povečala dostopnost knjige in izboljšalo stanje v distribuciji knjige.

Distribucijsko skladiščno središče za knjigo

Brez knjige in knjigotrštva v Sloveniji ni mogoče misliti KKI, saj že dolgo povezuje več kot avtorje, založnike in tiskarje. Poleg tega založništvo tiskanih knjig zaposluje veliko ljudi in njegova produkcija je velika. Slovenija je namreč ena od držav z največ izdanimi knjižnimi naslovi na prebivalca. Pri tem pa mnoge zanimive in aktualne publikacije malih in velikih založb, muzejev, galerij, fakultet, znanstvenih inštitutov in občin, ki so izšle tudi s finančno podporo iz javnih sredstev,

Muzejska trgovina

Raziskava, ki jo je podprlo Ministrstvo za kulturo, o stanju muzejskih trgovin v Sloveniji je pokazala, da imamo veliko različnih, kakovostnih in tržno privlačnih spominkov in daril, a so naprodaj samo v okolju, v katerem so nastali. Odprtje nove, povezovalne muzejske trgovine s potencialom, da se razvije v mrežo

tovrstnih trgovin, bo sedanji dejavnosti muzejskih trgovin dalo novega zagona.

Sejmi

Ob muzejski trgovini vidi Ministrstvo za kulturo v sejmih, eni najbolj tradicionalnih oblik menjave blaga med proizvajalci in kupci, primerno orodje za širitev prodaje in promocijo izdelkov KKI. Še posebno je zainteresirano podpreti sejmje, ki bodo specializirani za uporabne in okrasne izdelke s kulturnim sporočilom, kot so predmeti dobrega oblikovanja in umetnostne obrti, spominki kulturne dediščine in replike. S tem bo dobila tovrstna ustvarjalna proizvodnja največkrat malih podjetij in samostojnih proizvajalcev dodatno priložnost za podjetniško delovanje in družbeno uveljavitev.

Za odgovorno prihodnost

Razstave o zgodovini oglaševanja

Pogled v preteklost dejavnosti lahko prinese boljše razumevanje njenega sedanja stanja. Tudi pri oglaševanju, tej prevladujoči obliki družbene komunikacije, je lahko pogled v lastno zgodovino produktiven. Ministrstvo za kulturo bo podpiralo razstave, ki bodo kompleksno predstavile oglaševanje, za katero smo še pred desetimi leti uporabljali izraz reklame in pred tridesetimi propaganda. Te »začasne platforme«, ki združujejo razne

deležnike, bi lahko proizvedle uporabno raziskavo o potrošniški ideologiji in preučile, kje so poti naprej in kako nove tehnologije, torej spletni programi, blogi in socialna omrežja, vplivajo na njen razvoj.

Partnerstvo med šolami in podjetji

Konvencija in alternativa v tekstilni industriji

Pred modno in tekstilno industrijo so danes tako kakor pred drugimi industrijskimi panogami vprašanja, povezana z globalnimi klimatskimi spremembami, onesnaževanjem okolja, energetskega vira in neetičnim proizvodnjo. V iskanju novih poti se v modi vse bolj uveljavlja koncept počasne mode, ki je alternativa hitri, poceni, »kupi in zavrzi« proizvodnji. Koncept nastaja vzporedno z gibanjem trajnostnega razvoja, ki poudarja zmanjševanje vplivov tekstilne industrije na okolje in ohranjanje tradicionalnega znanja posamezne kulture. Ministrstvo za kulturo bo v izobraževanju na Oddelku za tekstilstvo Naravoslovnotehniške fakultete v Ljubljani podpiralo uveljavljanje novih poti v skladu s konceptom upočasnjene mode. Študenti in študentke bodo uporabljali znanje, ki izhaja iz slovenske tekstilne tradicije, in ga s proizvajalci, oblikovalci in tržnimi strokovnjaki vgradili v oblikovanje nove linije tekstilnih izdelkov.

Tradicija in inovativnost umetnostne obrti

V Sloveniji je umetnostna obrt razvita obrtna dejavnost in pomembna panoga KKI. Od drugih tradicionalnih obrti se razlikuje po inovacijah, ki so na ustvarjalni način vnesene v največkrat ročno narejene izdelke. To jim daje aktualnost in zato so bolj pisani na kožo sodobnega človeka. Ministrstvo za kulturo bo spodbujalo sistemsko širitev znanja in veščin, ki jih imajo izdelovalci umetnostne obrti, povezovanje njihovega dela s tržniki in turističnimi delavci in mednarodno izmenjavo izkušenj na tem področju. Prav širitev na mednarodne trge je izziv, ki je lahko dodatna spodbuda za te dejavnosti KKI.

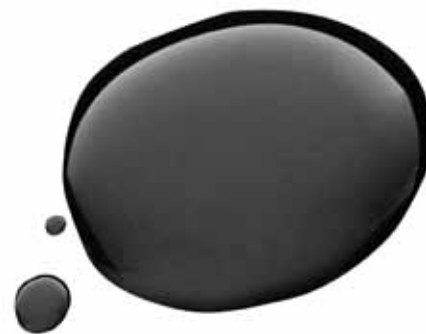
Grafično oblikovanje in vidna sporočila

Grafično oblikovanje in oblikovanje vidnih sporočil imata veliko družbeno moč, saj drži, da so dobro oblikovani sporočila, zamisel ali vsebina polovica uspeha. V izobraževalnih delavnicah, ki jih bo podpiralo Ministrstvo za kulturo na visokošolskih oddelkih za oblikovanje in arhitekturo, bo pred študentkami in študenti naloga, da oblikujejo celostno grafično podobo, spočilo ali embalažo za manjše podjetje ali ustanovo, tako da bi postala bolj prepoznavna in uspešna.

Digitalne informacijske in komunikacijske tehnologije

Culture.si

Danes si življenja ne moremo predstavljati brez hitro dostopnih informacij, ki jih ponujajo komunikacijski programi novih tehnologij. Za mednarodno promocijo umetnosti in dediščine opravlja to nalogo v Sloveniji portal Culture.si, ki vsebuje informacije v angleščini o producentih, festivalih, prizoriščih, izobraževalnih programih, podpornih dejavnostih in virih financiranja, koledar aktualnih gostovanj in nastopov v tujini in izbor mednarodnih dogodkov v Sloveniji, kontaktne imenike in banko slik in logotipov. Portal je osnovan na odprtokodni spletni platformi MediaWiki, ki poganja tudi Wikipedio, in je odlično orodje za skupinski razvoj in urejanje kompleksnih zbirk znanja. Podatki so zaščiteni s prostimi licencami Creative Commons, tako da so brezplačno dostopni in uporabljivi. Ministrstvo za kulturo vidi v projektu pomembno javno dostopno bazo podatkov, uporabno tako na ozkem področju umetnosti in kulture kakor širše za druge dejavnosti družbe.



Od filma do podcasta

Filmi so najstarejši umetniški komunikacijski medij, ki je neločljivo povezan s KKI. Je popularen in ne zgublja občinstva, čeprav je za njim že sto let delovanja. Podcasti so novejši komunikacijski medij, ki vse bolj pridobiva veljavo. Oba medija sta primerna za predstavljanje in obdelavo tem iz kulture in umetnosti. Ministrstvo za kulturo bo podprlo njuno produkcijo, ki bo javno distribuirana in dostopna širšemu krogu ljudi.

Prosto programsko orodje

Digitalna informacijska in komunikacijska tehnologija ima velik pomen ne le za KKI, temveč za razvoj družbe kot take, zato ni zanemarljivo vprašanje, kako družba na splošno gleda na prosto programsko orodje. Ministrstvo za kulturo bo podpiralo akcije, ki bodo spodbujale širitev proste programske opreme, saj je pomemben dejavnik za kulturno in znanstveno ustvarjanje, širjenje informacij in širok dostop do znanja. Če bi tako orodje nadomestilo kakšno avtorsko varovano programsko orodje, bi lahko veliko prihranili pri javni in individualni porabi. Na tej podlagi bi lahko nastale pomembne storitvene dejavnosti v ekonomskem smislu, ki bi opravljale podporne storitve za uporabnike in storitve razvijanja programske opreme. V tem okolju bi lahko nastajale tudi nove tehnološke inovacije.

Moč ustvarjalnosti v skupnosti

Družbene iniciative kot skupnostna umetnost

V družbi se čedalje bolj uveljavljajo iniciative, ki temeljijo na delovanju ljudi v skupnosti z namenom, da uveljavijo razne interese, ki so koristni za vso skupnost. Pri tem se največkrat opirajo na nove, ustvarjalne metode dela. Delujejo podobno kot skupnostna umetnost, ki je v Sloveniji znana z angleškim izrazom *community arts*. Uporabljajo orodje, ki je značilno za umetniške prakse, aktivizem, raziskovanje in politiko. V sodelovanju z Javnim skladom RS za kulturne dejavnosti, ki ima izjemno razvejeno kulturno mrežo, bo Ministrstvo za kulturo podpiralo družbene iniciative v obliki kreativnih dogodkov, projektov ali akcij, ki bodo uveljavljala načela trajnostnega razvoja, varstva okolja, medetničnih odnosov, pomena javnega prostora in enakih možnosti v oblikovanju družbenih politik. Čeprav tovrstne iniciative mnogokrat niso razumljene kot tradicionalne KKI, so izjemno pomembne za delovanje družbe v celoti. S tem ustvarjajo tudi primerno okolje za nastanek in razvoj KKI.

Lokalna trajnostna oskrba s hrano

Festivali ustvarjalne kuhinje

Ustvarjalnost je pomemben dejavnik razvoja tudi v dejavnostih, ki jih na splošno ne uvrščamo med KKI, kot so pridelava živil in prehranjevanje. Ministrstvo za

kulturo bo v sodelovanju z Ministrstvom za kmetijstvo sprejelo skupne ukrepe, s katerimi bi popularizirali pomen porabe svežih živil, pridelanih na naravi prijazen način v bližnji okolici, in kulinariko s tovrstnimi sestavinami. Arhitekti, oblikovalci in umetniki bi lahko s proizvajalci in distributerji živil načrtovali in izvajali kreativne festivale kuhanja, s katerimi bi promovirali skrb za okolje in zdravo prehranjevanje in ki bi bili tudi nova poslovna priložnost za male kmete in distributerje njihovih pridelkov.



