

Kulturno izobraževalno društvo KIBLA, Ulica kneza Koclja 9, 2000 Maribor, tel.: 00 386 59 076 371, fax.: 00 386 59 076 370, [kibla@kibla.org](mailto:kibla@kibla.org), [www.kibla.org](http://www.kibla.org)

NMCB Delavnica

Maribor, MMC KIBLA, 9., 10., 11. marec, 2012

**Delavnica:**  
**TRŽENJE, IN STRATEGIJE KOMUNICIRANJA V SODOBNI  
KULTURNI PRODUKCIJI**

**Gradivo:**  
**Dejan Pestotnik**

**Projekt: NEW MEDIA CROSS BORDER**  
**Produkcija: KID KIBLA**

**Termin: 09., 10., 11. marec 2012**  
**Lokacija: Multimedijški center KIBLA, Maribor**

*»Kultura je tisto, kar ostane, ko vse pozabimo«*  
Herriot

Naložba v vašo prihodnost  
Operacijo delno financira Evropska unija  
Instrument za predpristopno pomoč



Ulaganje u vašu budućnost  
Operaciju dijelomično financira Evropska unija  
Instrument pretpristupne pomoći

1/4

## Izhodišče

Kultura je skupina fizičnih in duhovnih dejavnosti ter spoznanj o njih; o sebi in drugih v času in prostoru. Je dejavnost, ki nam preprosto omogoča, da se ohranjamo, da se zavedamo lastne identitete in položaja v ožjem in širšem okolju, na temelju pozitivne civilizacijske dediščine, lastne preteklosti in sedanjosti, ki sta podlaga za boljšo prihodnost.

Kultura kot specifično področje družbenega življenja, za katrega je značilna kreativnost, svoboda in ustvarjalnost, postavlja temelje za razvoj in napredek sodobne družbe. Trdimo lahko, da je kultura pomemben dejavnik gospodarske razvitosti, saj živahna in pestra kulturna ponudba porajata ustvarjalno mišljenje, ki konstruktivno učinkuje na ekonomske razmere.

Kultura obkroža naša življenja, odpira nam misli in čustva, predstavlja nekaj vzvišenega, globokega, magičnega in neotipljivega. Če govorimo o vzišenem in »nad«, tedaj mislimo umetnost in v tem kontekstu je kultura produkt umetnikovih emocij in razmišljanj, ki s tržnimi prijemi oživijo, kajti umetnost v resnici začne delovati šele v interakciji z občinstvom.

Vezi med kulturo in gospodarstvom so zaradi novih zahtev in izzivov časa nujne. Treba jih je okrepiti in splesti tam, kjer jih še ni. Zato je bistvo mojega cikla predavanj dokazati, da znotraj kulture same obstajajo potrebe po sodobnem upravljanju, strateškem razmišljanju, tržni usmeritvi in ravnanju. Če je umetnost javna dobrina, ki lahko pripomore v obče dobro, je nujno zagotavljati njen obstoj in razvoj. Vprašanje je ali to lahko zagotovi država, prosti trg ali sinergični učinki kombiniranja obeh.

Ko začnemo govoriti o kulturi in njenem trženju, za uspeh katerega je bistveno poznavanje področja, se najprej zapletemo v številne definicije pojma kultura. Zaradi doslednosti in natančne rabe se bomo sprva posvetili razumevanju pojmov kultura in umetnost. Kaj ju družijo in kje so razlike, ki jih pri površni omembi niti ne opazimo. Ugotovimo, da je za namene našega izobraževalnega ciklusa morda relevantnejša uporaba besede umetnost namesto kulture oziroma opozorilo, da govorimo o kulturi v ožjem pomenu besede.

Obstajajo različni načini spodbujanja umetnosti. Eden teh je ugodna kulturna politika, ki ponuja dobre pogoje za umetniško dejavnost. Slovenski nacionalni program za kulturo še ni na koncu svoje trnove poti in tako je kultura eno redkih področij v vladi, ki še nima dolgoročnega razvojnega programa.

Umetnost se tako kot druga področja srečuje z redkostjo virov in nujnostjo izbir med različnimi alternativami. Torej umetnost kot rezultat emocionalnega navdiha in ustvarjalnosti potrebuje tudi pragmatične ekonomske rešitve – poslovne strategije upravljanja in trženja.

Trženjskem upravljanju umetnosti, odnosu med umetnostjo in gospodarskim sektorjem ter problemom financiranja umetnosti, pri čemer bomo posebno pozornost namenili sponzoriranju umetnosti kot še ne izkoriščene priložnosti sodelovanja umetnosti in poslovnega sveta.

V okviru delavnice se bomo posebej osredotočili na primer »Festival – kot umetniški dogodek«, za katerega je ključno sodelovanje različnih ravni družbenega življenja v določenem prostoru in kot tak lahko pomembno vpliva na njegov razvoj, tudi s kulturnim turizmom. Obravnavali bomo festival kot neprofiten dogodek, ki potrošnikom ponuja storitev – doživetje umetniške izkušnje. Zato bomo predstavili osnovna načela trženja neprofitnega sektorja, storitev in dogodkov.

Drugi del delavnice bo namenjen študijskemu primeru festivala. Omenjene teoretične postavke bomo skušali konkretizirati skozi konkreten primer.

## Vsebina delavnice

Analiza in predstavitve bodo služile kot primerjava, tako da bo mogoče razložiti internacionalizacijske pojave v širšem kontekstu svetovne globalizacije, izrednega stanja, umeščenost v enotno evropsko tržišče ter v kontekstu splošnega razvoja kulturnih industrij. Poleg predavanja, v katerem bom opredelil mesto in specifičnost kulturne industrije na področju umetnosti ter razlikovanje med kulturnimi dobrinami ter z njimi povezanega trga delovne sile, bom opredelili tudi druge dejavnosti: sodobna intermedijska umetnost, avdiovizualne umetnosti, književne izdaje, dediščina, muzeji, dejavnost multimedijev in internet.

## Vsebinski sklopi

1. KULTURA IN KULTURNA POLITIKA
  - kultura vs. umetnost (opredelitev pojma kultura, opredelitev pojma umetnost)
  - kulturna politika (kaj je kulturna politika, kulturna politika nekoč in danes, Slovenska kulturna politika v preoblikovanju, Slovenski nacionalni program za kulturo)
2. UPRAVLJANJE IN TRŽENJE UMETNOSTI
  - umetnost in tržno razmišljanje
  - pomen umetnosti za gospodarstvo in obratno
  - umetnost med trgom in državo
  - javna podpora umetnosti
  - umetnost na trgu (strah pred komercializacijo umetnosti)

- ekonomski pristop k umetnosti (povpraševanje in ponudba na umetniškem trgu)
  - finančni viri festivala kot umetniškega dogodka
  - sponzorstvo (sponzorstvo v kulturi, mecenstvo in donatorstvo, davčne olajšave in vlaganje v umetnost, sponzorski trg ponudnikov, stran povpraševanja na sponzorskem trgu)
3. TRŽENJE UMETNIŠKEGA FESTIVALA
    - kaj je festival (festival kot del turistične ponudbe, kulturni turizem,
    - trženje umetnosti kot neprofitne dejavnosti
    - festival kot storitev (občinstvo)
    - festival kot dogodek (dejavniki konkurenčne prednosti festivala, trendi za prihodnost)
    - trženjska spleta trženja storitev in dogodkov (izdelek ali storitev, cena, komuniciranje – PR, lokacija in prodajne poti, procesiranje, fizični dokazi, ljudje
  4. ŠTUDIJSKI PRIMER – UMETNIŠKI FESTIVAL
    - Slušatelji v skupinah izpeljejo projekt« od razvoja ideje do zaključka
  5. ZAKLJUČEK IN EVALUACIJA

## Urnik delavnice

petek, 9. marec 2012

popoldan - prihod udeležencev, namestitev v hotelu

20.00, MMC KIBLA - galerija KiBela, otvoritev razstave Mirjana Rukavina

sobota, 10. marec 2012

10.00 – 13.00 - pričetek delavnice

13.00 – 14.00 – odmor, kosilo

14.00 – 17.00 - delavnica

19.00 večerja

nedelja, 11. marec 2012

10.00 – 13.00 - delavnica

13.00 – 14.00 – odmor, kosilo

14.00 – 17.00 – evaluacija delavnice in zaključek

17.00 – odhod udeležencev

Mentor delavnice:

Dejan Pestotnik

