
KULTURNE I KREATIVNE INDUSTRIJE U EVROPI

Sažetak: *Usled tranzicije od kapitalističkih ka postkapitalističkim društvima, i prelaska sa ekonomije robe na ekonomiju usluga razvoj kulturnih i kreativnih industrija postaje fokus sve većeg broja država. Kako još uvek ne postoje međunarodno prihvaćena definicija sektora ni alati za njegovu analizu, razumevanje sektora i instrumenti kulturnih politika variraju od države do države. Komparativnom analizom kulturnih politika Velike Britanije, Španije, Srbije i Hrvatske ovaj rad pruža uvid u različit stepen razvijenosti mera i podrške vezanih za kulturne i kreativne industrije i nudi preporuke za dalji razvoj sektora. Komparativna analiza bazirana je na statističkim analizama, zakonima, smernicama i strateškim planovima ovih država, i organizovana kroz analizu jedanaest tema koje se pokazuju kao ključne za sektor: definicija sektora i ciljevi državnih politika u okviru sektora; mapiranje i analiza podataka; regionalizacija; međuresorna i međusektorska saradnja; obrazovanje i trening; tolerancija; informacije, komunikacije i tehnologija; poreska politika; intelektualna svojina; podrška malim i srednjim preduzećima; i internacionalizacija.*

Ključne reči: *kulturne industrije, kreativne industrije, ekonomski razvoj, kulturne politike*

Uvod

*Milenijumski zaokret je zaokret
od hamburgera ka softveru.
Softver je ideja; hamburger je krava.¹
Ljudska kreativnost je krajnji ekonomski resurs.*

Ričard Florida, 2002²

Digitalizacija, povezanost, globalizacija, ekspanzija ekonomije zasnovane na znanju, rastuća potražnja za ekonomijom zabave i slobodnog vremena i ekspanzija sektora koji spadaju pod intelektualnu svojinu imaju značajan uticaj na tradicionalno razumevanje umetnosti i kulture. Kao rezultat tranzicije od kapitalističkih ka postkapitalističkim društvima, termini kao što su „*kreativne industrije*“, „*kulturne industrije*“ i „*kreativna ekonomija*“ boje skorašnje diskusije o kulturi, ekonomiji, tehnologiji, urbanom planiranju, kulturnim politikama i politici uopšte.

Termin „*kulturna industrija*“ datira iz posleratne francuske kritičke teorije Teodora Adorna i Maksa Horkhajmera i bila je korišćena kao kritika masovne i standardizovane kulturne produkcije. Ekonomski potencijal umetnosti i kulture prepoznat je u Velikoj Britaniji tokom perioda vlade Margaret Tačer, u izveštaju „*Ekonomska važnost umetnosti u Britaniji*“ i time je utvrđen termin *kulturne industrije*.³ Danas je negativna konotacija koja se odnosi na ideju mešavine kulture i industrije uveliko napuštena. UNESCO tretira kulturne industrije kao sektor visoke važnosti i definiše ih kao „*one industrije koje proizvode materijalne i nematerijalne umetničke i kreativne proizvode, i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i generisanje prihoda kroz eksploataciju kulturnih dobara i proizvodnju robe i usluga (tradicionalnih i savremenih) baziranih na znanju. Zajedničko za sve kulturne industrije je korišćenje kreativnosti, znanja iz oblasti kulturne i intelektualne svojine za proizvodnju robe i usluga od društvenog i kulturnog značaja.*“⁴ Sektori koji spadaju u kulturne industrije su sektori u kulturi koji omogućavaju

¹ *The turn of the millennium is a turn from hamburgers to software. Software is an idea; hamburger is a cow* Coy P., *The Creative Economy, Business Week magazine*, 28. Avgust 2000, 25. Mart 2010. http://www.businessweek.com/2000/00_35/b3696002.htm

² Florida R., *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Basic Books 2002, str. 13

³ Termin je ovde korišćen u množini kako bi se razlikovao od adornoških negativnih konotacija, kao i zato što množina bolje opisuje varijetet kulturne produkcije druge polovine XX veka.

⁴ UNESCO, *Backgrounder on Cultural Industries*, 10. November 2010., http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/culture/Cultural_Industries/HK_Open_Forum/Backgrounder-FINAL.pdf

industrijsko umnožavanje umetničkih dela, kao što su izdavaštvo, televizijska, radio i muzička produkcija, kinematografija i advertajzing.

Termin *kreativne industrije* se često koristi naizmenično sa terminom *kulturne industrije* , ali zapravo obuhvata mnogo šire polje nego kulturne industrije, jer prevazilazi polje umetnosti i uključuje sve proizvode bazirane na kreativnosti. Ipak, Velika Britanija je bila prva zemlja koja se politički fokusirala na kreativne industrije i osnivanjem Operativne grupe za kreativne industrije (Creative Industries Task Force) u okviru Odeljenja za kulturu, medije i sport (Department for Culture, Media and Sport), 1997, počela da koristi termin u okviru državne kulturne politike. Ono definiše kreativne industrije kao *one industrije koje imaju poreklo u individualnoj kreativnosti, veštinama i talentu i koje imaju potencijal za kreiranje bogatstva i radnih mesta kroz generisanje i eksploataciju intelektualne svojine.* ⁵ Navedena definicija je najrasprostranjenija i najprihvaćenija definicija kreativnih industrija, posebno u Evropi, i uključuje advertajzing, arhitekturu, tržište umetnosti i antikviteta, zanate, dizajn, modni dizajn, film, video, fotografiju, kompjuterske igrice, muziku, izvođačke i vizuelne umetnosti, izdavaštvo, televiziju i radio.

Prelaz od kulturnih ka kreativnim industrijama promenio je pristup u smislu ekonomske orijentacije, jer su aktivnosti koje su do skoro pretežno bile smatrane neprofitnim, prepoznate kao potencijalno komercijalne aktivnosti. Najnovija tendencija je da se kreativne industrije ne ograničavaju usko na aktivnosti vezane za kulturu, već da se koristi termin „ *kreativna ekonomija* “ kako bi se naglasio značaj usluga baziranih na različitosti sadržaja, kreativnog razmišljanja i rešavanja problema među svim industrijskim sektorima. Novi način razmišljanja nastao je zbog povećane potražnje za sadržajima dokolice i doživljaja i zbog diferencijalne inflacije koja je kreirala porast cena usluga i pad cena robe. Usled ovoga, razvijene zemlje uočile su potrebu za restrukturiranjem njihovih ekonomija na način koji bi omogućio da se ne oslanjaju na materijalne resurse i tradicionalne industrije, koje postaju sve neodrživije, već da ih okrenu ka korišćenju ljudskih resursa i znanja i fokusiraju se na nematerijalne proizvode. Ovakav pristup vodio je do prepoznavanja potencijala koje imaju kultura, kreativnost, intelektualna svojina i znanje, i do stvaranja koncepta kao što je *kreativna klasa* . Danas Svetska banka prepoznaje kulturne i kreativne industrije kao jedan od glavnih biznisa jer je procenjeno da one generišu više od 7% svetskog bruto domaćeg proizvoda i prognozirano im je godišnji rast od

⁵ [Http://www.culture.gov.uk/about_us/culture/default.aspx](http://www.culture.gov.uk/about_us/culture/default.aspx)

oko 5%.⁶ U ekonomijama zemalja članica *Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj* (Organization for Economic Cooperation and Development), kreativne industrije predstavljaju jednu od vodećih ekonomija, beležeći godišnju stopu rasta od 5% do 20%.⁷ Uz to, pokazalo se da sektor ima značajnu stopu zaposlenosti i da stimulise društveni i regionalni razvoj, te zbog toga pridobija sve veću pažnju političara.

Kulturne i kreativne industrije uglavnom su privilegija razvijenih zemalja, jer zahtevaju visoku stopu inovativnosti, ekspertize i upotrebu najnovijih tehnologija. Takođe, potencijali za njihovu distribuciju i razvoj usko su povezani sa globalnom moći određene države. Pri tom, one zahtevaju veoma inovativne pristupe kada su u pitanju politike i pravni podsticaji, iz razloga što prevazilaze nadležnosti samo jedne od politika – kulturnih, ekonomskih, urbanih, itd. Ipak, poslednjih godina, političari nekih od zemalja u razvoju, kao što su Kina, Indija i Južna Afrika, prepoznali su potencijale ovog sektora i uveli zakone i strategije koje su u nekim slučajevima naprednije od onih u razvijenim zemljama. Rezultat je brzi rast kreativnih industrija, koje postaju jednako važne kao turizam i klasične industrije.

Komparativna analiza kulturnih politika Velike Britanije, Španije, Hrvatske i Srbije

Cilj ovog rada je da kroz komparativnu analizu kulturnih politika Velike Britanije, Španije, Srbije i Hrvatske pruži uvid u različit stepen razvijenosti mera i podrške vezanih za kulturne i kreativne industrije i ponudi preporuke za dalji razvoj sektora u svakoj od zemalja. Velika Britanija je izabrana zbog ranog razumevanja značaja kreativnih industrija, koje je vodilo do ozbiljnih analiza, strateškog planiranja i mera kulturne politike vezanih za ovaj sektor, pre nego što su slične inicijative i započete na nivou Evropske unije. S druge strane, Španija je izabrana kao primer države koja je veoma skoro redefinisala kulturne i kreativne industrije kao državni prioritet i u velikoj meri primenila propise, mere i modele iz iskustva Velike Britanije. Srbija i Hrvatska primeri su država koje još uvek

⁶ *World Investment Report: The Shift Towards Services*, United Nations Conference on Trade and Development, New York and Geneva 2004, str. 3.

⁷ *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*, prepared by John C. Gordon and Helen Beilby-Orrin OECD, Paris 9. August 2006, 10. November 2010, <http://www.oecd.org/dataoecd/26/51/37257281.pdf>

nisu prepoznale potencijale kulturnih i kreativnih industrija i koje i dalje imaju veoma tradicionalne mere i regulative vezane za kulturu i njen razvoj. Kao zemlje Zapadnog Balkana i bivše republike SFR Jugoslavije, ove države karakteriše tranzicioni period od 1990-ih i cilj da tranzicija rezultira u priključivanju Evropskoj uniji.

Veoma je važno naglasiti da su „*kreativne industrije veoma dinamično polje i da nisu sektor u konvencionalnom smislu te reči, već funkcionalno grupisanje nastalo kao rezultat potrebe za analitičkim pristupom i pouzdanim podacima o njihovom ekonomskom potencijalu.*“⁸ Zbog ovoga postoje različite definicije termina i različiti instrumenti za merenje sektora koji se koriste od strane različitih teoretičara, država i internacionalnih organizacija, i u skladu sa tim, ne postoje zajedničke politike koje se odnose na kulturne i kreativne industrije, kao ni sistematski pregledi i poređenja sektora u različitim zemljama baziranih na jedinstvenoj definiciji kulturnih i kreativnih industrija. Upravo iz tog razloga, ovaj rad neće moći da se vodi sistematizacijom i poređenjem u odnosu na jednu definiciju, već će uzeti u obzir različitosti u definicijama i razumevanju termina među četiri izabrane države, i tretirati ih kao jedan od indikatora razvijenosti politike mera. Komparativna analiza baziraće se na statističkim analizama, zakonima, smernicama i strateškim planovima ovih država, a biće organizovana kroz analizu jedanaest tema koje se pokazuju kao ključne za kulturne i kreativne industrije.

Definisanje kulturnih i kreativnih industrija, nadležni organi i ciljevi državnih politika u okviru sektora

Velika Britanija je razvijanjem gore navedene definicije kreativnih industrija u potpunosti odbacila termin *kulturne industrije* zbog konotacija vezanih za visoku umetnost koje ovaj termin ima. Fokusiranje na kreativne industrije u Velikoj Britaniji započeto je 1997. godine, za vreme premijera Tonija Blera, kada je osnovana Operativna grupa za kreativne industrije u okviru Odeljenja za kulturu, medije i sport. Osnovni državni program za kreativne industrije je *Program kreativne ekonomije*,⁹ koji treba da osigura najefikasnije korišćenje kreativnih talenata ze-

⁸ Mikić H., Razvojni trendovi i izazovi kreativnih industrija, u *Kreativne industrije i ekonomija znanja*, priredio Đerić A., Beograd 2009, str. 51.

⁹ <http://www.cep.culture.gov.uk/index.cfm?fuseaction=main.viewSection&intSectionID=334>

mlje, podigne svest o kreativnoj industriji, stvori zajedničku viziju o Velikoj Britaniji kao kreativnom centru i razvije politike mera i partnerstvo.

Špansko Ministarstvo kulture koristi termin *kulturno preduzetništvo* umesto *kulturne industrije* iz statističkih razloga i definiše ga kao „*one organizacije čija je primarna ekonomska aktivnost u sferi kulture*“, kao na primer: biblioteke, arhivi, muzeji i druge institucije kulture, ali i kompanije koje se bave kinematografijom, video, radio i televizijskom produkcijom i izvođačkim umetnostima.¹⁰ I pored toga, termin *kulturne industrije* je veoma često u upotrebi u javnim debatama i programima Ministarstva. Kako bi podigla svest o ekonomskom potencijalu sektora i njegovoj potrebi za podrškom, nova socijalistička vlada je osnovala Generalni direktorat za kulturne industrije i politiku, pod kojim su tri grane kulturnih industrija: fondacije i patronatstvo; internacionalna saradnja i prava intelektualne svojine. Jedan od prioriteta sadašnje španske vlade je razvoj efektivne politike podrške za sektore u kojima su kulturne industrije aktivne. U skladu sa tim, izrađen je *Plan za promociju kulturnih industrija* u decembru 2008.¹¹

Hrvatska, kao i druge države u regionu ima tradicionalni pristup kulturnim industrijama koji obuhvata polja kulturnog stvaralaštva kao što su muzika, film, knjige i audiovizuelna produkcija, ali ne i softver, advertajzing i dizajn i ne postoji oficijelna definicija sektora. Kulturne industrije nisu shvaćene kao specifičan sektor ni u kulturi, ni u ekonomiji, i ne doživljavaju se kao potencijalno profitabilni sektor. Trenutni hrvatski prioriteti koji se odnose na kulturne industrije su podrška i ulaganje u kulturni turizam kako bi se osigurao održivi kulturni i ekonomski razvoj i reforme zakonodavstva i politike, pre svega vezanih za elektronske medije, izdavaštvo, film, audiovizuelne i izvođačke umetnosti, kao i ulaganja u razvoj statistike i indikatora za sektor.¹²

¹⁰ Način na koji je termin kulturno preduzetništvo definisan i korišćen u Španiji veoma je sličan onome što *Konvencija za zaštitu i promociju različitosti kulturnog izražavanja* tretira kao „kulturne industrije“: „*industrije koje proizvode i distribuiraju robu i usluge kulture. Ova roba i usluge smatraju se specifičnim atributom, koriste ili namenom i predstavljaju ili otelotvoruju kulturne izraze bez obzira na njihovu komercijalnu vrednost*“ <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf>

¹¹ Plan Fomento Industrias, 25. Mart 2010. http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2008/Plan_fomento_industrias.pdf

¹² Vladina podrška za kulturne industrije u Hrvatskoj vidljiva je pre svega u obliku nove politike za izdavaštvo, film i nove medije, stipendije za pisce i prevodioce, *Sporazum o fiksnoj ceni knjiga* (2007), kao i podršku knjižarama za promovisanje hrvatskih pisaca i književnosti. Svi ovi zakoni imaju za cilj prilagodavanje hrvatske

Kulturne i kreativne industrije u Srbiji su u nadležnosti Sektora za savremeno stvaralaštvo, kulturne industrije i odnose u kulturi u okviru Ministarstva kulture i obuhvataju izdavaštvo, vizuelne i multimedijalne umetnosti, muziku, diskografiju, izvođačke umetnosti i kinematografiju, iako, kao i u Hrvatskoj, ne postoji oficijelna definicija sektora. Mediji i kulturno nasleđe su odvojeni sektori unutar Ministarstva kulture, dok advertajzing i softver nisu u nadležnosti ovog Ministarstva. Sektor za savremeno stvaralaštvo, kulturne industrije i kulturne odnose je odgovoran za analiziranje i informisanje o trenutnoj situaciji i razvoju kulturnih industrija i predlaganje mera za njegovo poboljšanje, ali razvoj kulturnih industrija kao sektora nije među prioritetima i ciljevima srpskog Ministarstva kulture. Aktivnosti kroz koje se pruža podrška sektoru su, slično kao u Hrvatskoj, vezane za donošenje novih zakona koji su u skladu sa evropskim standardima, kao što su Zakon o kinematografiji, Zakon o izdavaštvu, Zakon o depozitu knjiga, itd.

Mapiranje i analiza podataka

Prvi korak za kreiranje kulturne politike u oblasti kulturnih i kreativnih industrija je prikupljanje podataka (mapiranje) i njihova analiza. To je ujedno i najvažniji način merenja uspeha kulturne politike i njenih podsticajnih mera, kao i dizajniranja novih ili reforme trenutnih strategija koje se odnose na ovaj sektor. Kreativne industrije su sektor u okviru koga je teško identifikovati podatke, između ostalog zato što ne postoji međunarodno priznata definicija sektora. Instrumenti politike moraju biti vrlo fleksibilni i pratiti razvoj novih tehnologija i širenje sektora. Postoje načini za merenje malog i srednjeg preduzetništva, ali problem se često javlja s velikim multinacionalnim kompanijama, zbog različitih definicija, a time i načina merenja potencijala sektora u različitim zemljama. Takođe, vrlo je teško prikupiti podatke o zaposlenosti, jer sektor ima najveći broj frilensera i ljudi koji su zaposleni na nepuno radno vreme ili na kratkoročne ugovore.

Velika Britanija i Španija su države koje praktikuju mapiranje, analizu i istraživanje o kreativnim industrijama, njihovim potencijalima i razvoju. Obe zemlje koriste analize kao polazište za instrumente kulturne politike i kao povratnu informaciju o kvalitetu ovih instrumenata. Velika Britanija ima najduže iskustvo i najbolje prakse u

politike zakonodavstvu Evropske unije, dok u isto vreme štite domaće tržište.

razvoju instrumenata za statističku analizu i koristi metodu merenja kodiranjem za prikupljanje podataka o sektoru.

S druge strane, glavni problem Hrvatske i Srbije je u tome što ne postoji sistemski monitoring kao ni alati za analiziranje sektora što uzrokuje neusmerenu politiku koju je nemoguće pratiti i modifikovati u skladu sa potrebama. Mapiranje sektora se radi sporadično, putem privatnih inicijativa¹³ i nema uticaja ni na jednu državnu strategiju. Obe zemlje tek treba da razviju standarde za statističku analizu sektora. Veliki problem za mapiranje sektora u obe države predstavlja to što se samo umetnici koji deluju u okviru tradicionalnih umetničkih polja i stručnjaci koji rade u ustanovama računaju kao zaposleni u kulturnom sektoru, što uzrokuje deformisanu sliku potencijala sektora u pogledu zapošljavanja.

Regionalizacija

Velika Britanija i Španija su decentralizovane države, tako da se najvažnije zakonodavne mere sprovode na državnom nivou, ali se regionalnim vlastima ostavljaju velike slobode, posebno u smislu definisanja kulturnih i kreativnih industrija u skladu s lokalnim i regionalnim specifičnostima, u oblasti finansiranja, razvoja veština vezanih za sektor, urbanizma, itd. Engleska, Škotska, Vels i Severna Irska imaju zasebne poslovne usluge i savetodavna tela,¹⁴ umetnička veća i regionalne kancelarije, koji su odgovorni za pružanje usluga finansiranja, davanje saveta i informacija, naručivanje istraživanja i podsticanja partnerstava koja doprinose umetničkom sektoru. Takođe, Odeljenje za kulturu, medije i sport ima predstavnika u svakoj vladinoj kancelariji; oni deluju kao „ambasadori“ u regijama, i mogu savetovati kreativne biznise o tome gde mogu pronaći najprikladniji oblik saveća i smernica.

Španija je organizaciono sastavljena iz takozvanih „autonomnih država“ i španski Ustav poznaje tri administrativna nivoa odgovornosti u sferi kulture: centralnu vladu, autonomne zajednice i lokalne savete. Ministarstvo kul-

¹³ U Splitu su univerzitetski profesori uveli vežbe mapiranja i dizajniranja preporuka i strategija za promociju kulturnih industrija, dok je u Srbiji nevladina organizacija *Akademica* uradila mapiranje potencijala kreativnih industrija u jugozapadnoj Srbiji i pokrenula niz inicijativa vezanih za sektor

¹⁴ Regional Development Agencies u Engleskoj, Business Gateway u Škotskoj, Flexible Support for Business u Valsu, Invest Northern Ireland u Severnoj Irskoj.

ture je odgovorno za kulturnu politiku centralne vlade, ali svih sedamnaest nezavisnih zajednica na koje je Španija podeljena imaju široko polje nadležnosti vezanih za pitanja u kulturi i njihovi regionalni organi imaju i izvršnu i normativnu kontrolu nad mnogim sferama regionalne kulturne politike. Nezavisnost od centralne vlade je razlog za postojanje različitih definicija kulturnih i kreativnih industrija u različitim regionima kao i za postojanje različitih regionalnih mera i programa vezanih za sektor.

Ovakav pristup je poželjan ne samo zbog politike Evropske unije koja zahteva razmišljanje na regionalnom nivou, već i zato što su kategorije grada i regije mnogo relevantnije od kategorije države za analizu ekonomskog uticaja, ekonomskog razvoja i strateškog planiranja u okviru kulturnih i kreativnih industrija. Takođe, kulturne industrije u velikoj meri zavise od tradicije i kulturne raznolikosti, i naglašavanja lokalnih i regionalnih identiteta u doba globalizacije.

Velika Britanija ima vrlo dobru koordinaciju na regionalnom nivou sa mnogim agencijama, udruženjima i forumima, posebno usmerenu na podršku kreativnosti i inovativnosti, i svi oni dobro surađuju sa vladom, zagovaraju za svoje interese i utiču na političke mere. U obe zemlje regionalna tela pokušavaju da kroz sadržaj kreativnih i kulturnih industrija proguraju ideje o specifičnostima svog kulturnog identiteta, što je prednost na državnom nivou jer se potencira kulturna raznolikost i jednakost.

S druge strane, Srbija i Hrvatska su vrlo centralizovane države, pa je decentralizacija u svim sferama još uvek jedan od državnih prioriteta. U Srbiji samo lokalne vlasti Autonomne pokrajine Vojvodine imaju moć i sredstva za pokretanje vlastitih kulturnih projekata i strategija. U obe države primetan je nedostatak prepoznavanja potrebe za lokalnim i regionalnim razmišljanjem, mapiranjem, strateškim razvojem i delovanjem koji se odnosi na kulturne industrije, što bi bilo logično s obzirom da svaka regija ima svoje specifičnosti u pogledu ekonomije, kulture, kapaciteta i infrastrukture.

Međuresorna i međusektorska saradnja

Međuresorna i međusektorska saradnja u donošenju odluka, strateškom planiranju i merama je vrlo važan segment za razvoj kulturnih i kreativnih industrija. Nauka, područje informacija, komunikacija i tehnologije, urbanističko planiranje, ekonomski razvoj, trgovina, izvoz,

obrazovanje, turizam i međunarodni odnosi nisu u nadležnosti Ministarstva kulture, ali svi oni utiču na razvoj sektora, politike mera i akcije, tako da tradicionalno podeljena državna tela sve manje mogu samostalno da deluju u okviru određenih oblasti.

U Velikoj Britaniji i Španiji veoma je dobra saradnja organa zaduženih za kulturu sa nadležnim organima za druge oblasti, naročito onima zaduženim za ekonomiju, nauku i razvoj, spoljne poslove i saradnju, obrazovanje, itd. U Velikoj Britaniji vlada opšta tendencija da različita vladina i nevladina tela saraduju na način koji je najrelevantniji za određeni problem, tako da svako istraživanje, analiza, mera ili akcija uzme u obzir sve zainteresovane strane.¹⁵ Takođe, Velika Britanija podstiče saradnju između preduzeća, kulturnih radnika, univerziteta i javnih vlasti kroz programe, partnerstva, mreže i portale. Trenutni strateški dokument *Kreativna Britanija: novi talenti za novu ekonomiju*,¹⁶ pokriva sedam ključnih tačaka vezanih za sektor i odličan je primer međusektorske saradnje, jer je svako od sedam pitanja analizirano od strane radnih grupa koje se sastoje od stručnjaka iz neresornih javnih tela, drugih državnih tela, vladinih regionalnih kancelarija i drugih interesnih strana, iz svih trinaest oblasti kreativnih industrija. Ovakav pristup povećava razmenu iskustava i ideja i podsticanje proaktivnog ponašanja svih uključenih strana.

Situacija je značajno drugačija u Hrvatskoj i Srbiji. Kada je reč o zakonskim odredbama koje utiču na kulturne industrije, one se odnose na specifična polja kulturnog sektora (izdavaštvo, muziku, filmove, itd.) i ekonomskih sektora (malo preduzetništvo, aktivnosti transnacionalnih medijskih korporacija, itd) i ne podrazumevaju međusektorski i međuresorni pristup presudan za kulturne industrije. U Hrvatskoj u poslednje dve godine Ministarstvo kulture i Ministarstvo ekonomije, rada i preduzetništva započeli su zajedničku akciju davanja sredstava usmerenih za kulturne preduzetnike, ali zapravo bez jasne strategije.

¹⁵ Odeljenje za kulturu, medije i sport je organ koji koordinira i preuzima inicijative vezane za sektor, naročito kada su u pitanju veća dostupnost finansijama, izvoz, promocija, edukacija i razvoj veština, i usko saraduje sa svim relevantnim organizacijama, organima i asocijacijama kao što su Trade Partners UK; the Department of Trade & Industry; Department for Education & Skills; HM Customs & Excise; Inland Revenue; Patent Office; the Digital Content Forum; the FCO Public Diplomacy Department; the Arts Council; the British Council and the sectoral trade associations and bodies.

¹⁶ Creative Britain: New Talents for New Economy, 10. Novembar 2010. <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEP-Feb2008.pdf>

U Srbiji je u svrhu podsticanja međusektorske saradnje, Ministarstvo kulture osnovalo nagradu za najbolje strateško partnerstvo između biznis i kulturnog sektora u 2005. godini i pokrenulo nagradu za najuspešnije ostvarenje na polju grafičkog dizajna, industrijskog dizajna i brendinga. Ipak, saradnja Ministarstva kulture sa drugim Ministarstvima ne postoji kada su u pitanju kulturne i kreativne industrije jer je vidljiv potpuni nedostatak uključivanja ovog sektora u izradu nacionalnih strategija razvoja,¹⁷ što je znak nedostatka prepoznavanja potencijala sektora među državnim vlastima.

Obrazovanje i trening

Budući da su ideje sirovine kreativnih industrija, obrazovanje i razvijanje veština su ključni instrumenti za povećanje potencijala ljudskih resursa i znanja i formiranje i negovanje „kreativne klase“. Velika Britanija je evropski lider u restrukturiranju obrazovnog sistema. Programi obuhvataju sve starosne dobi, počevši od ranog detinjstva do obrazovanja i osposobljavanja amatera, umetnika, profesionalaca i preduzetnika kako bi se negovali i razvijali talenti i podsticanje kreativnog mišljenja.¹⁸

Španski plan za kulturne industrije predviđa stipendije za trening i specijalizacije u aktivnostima i temama vezanim za porast kompetentnosti. Osnovane su stipendija „CULTUREX“, za trening i specijalizaciju iz menadžmenta u kulturi u inostranim institucijama, stipendija za trening mladih profesionalaca, kao i „CreArte Awards“ za promociju kreativnosti u državnim školama, a uvedeni su i novi obrazovni programi kako bi se podstakao razvoj profesionalizma u sektoru. Španija je usmerena posebno na obrazovanje menadžera iz oblasti kulturnih industrija, industrije sadržaja i šou biznisa, kinematografije i izdavaštva. Ovakvo interdisciplinarno i menadžersko obrazovanje je važno jer mnogi umetnici školovani na umetničkim akademijama i ljudi koji vode mala i srednja preduzeća ne poseduju preduzetničke i menadžerske veštine koje su ključne za ekonomski rast i održivost sektora.

¹⁷ Kao što su strateški dokument Ministarstva nauke, tehnologije i ekonomskog razvoja za razdoblje 2002-2010, Strategije za razvoj malih i srednjih poduzeća, Strategije za zapošljavanje, Nove strategije za ekonomski razvoj i Nacionalne strategije za razvoj nauke.

¹⁸ UNESCO-ova *Konvencija o zaštiti i promociji različitosti kulturnog izražavanja* fokusira se upravo na ovo pitanje, *Convention On The Protection And Promotion Of The Diversity Of Cultural Expressions*, UNESCO, Paris 2005.

U Hrvatskoj i Srbiji obrazovanje u kreativnom i kulturnom sektoru organizovano je vrlo tradicionalno, sastoji se od klasičnih akademskih sistema podeljenih na različite grane, dok se studije ekonomije i menadžmenta ne fokusiraju na neprofitni i kulturni sektor. Uz to, obrazovni sistemi ne neguju kreativno razmišljanje nego reprodukciju što stvara prepreku za razvoj kreativnosti nacija. Ne postoje specifična i sistemska obuka i obrazovni programi dostupni za profesionalce koji deluju u okviru kulturnih industrija. Programi izgradnje kapaciteta u kulturnim institucijama započeti su u toku poslednjih par godina, ali je njihov uticaj na kulturni sektor još uvek zanemarljiv. Nevladin sektor u Srbiji i Hrvatskoj poseduje mnogo više preduzetničkih i menadžerskih sposobnosti od javnog sektora, uglavnom usled konstantne saradnje s inostranim donatorima.

Različitost i tolerancija

Poštovanje kulturnih, socijalnih, etničkih, rasnih, rodnih i fizičkih različitosti jedan je od ključnih elemenata u aktuelnoj raspravi o kreativnom i ekonomskom razvoju gradova i regija. Ričard Florida u svom pisanju o kreativnom kapitalu zastupa tezu da su za gradove, etničke različitosti i tolerancija jednako važni kao ekonomski potencijali i faktor lokacije. Pod ekonomskom perspektivom, etničke razlike dobijaju novo, pozitivno značenje različito od dominantne rasprave o socijalnoj segregaciji i nedostatku integracije imigranata. Posebno kreativne i kulturne industrije zavise od etničke različitosti kao kulturnog resursa, jer ona može dovesti do novih ideja i osveženja u sektoru. Istovremeno, kulturne industrije promovišu i štite kulturne različitosti držeći ih živima.¹⁹ Međutim, očito je da programe i mere za veću različitost u okviru sektora tek treba razvijati, jer trenutna radna snaga i sadržaji sektora ne prikazuju različitosti koje postoje u društvu. To je posebno važno za Veliku Britaniju, ali će postati i za Španiju, kako španski standard bude rastao, a broj imigranata se povećavao.

U izveštaju *Kreativna Britanija*, Vlada je obećala da će osigurati veću raznovrsnost radne snage u Velikoj Britaniji, ali nije izričito definisala na koji način će to biti učinjeno, osim da je na samim kompanijama zadatak da razviju monitoring instrumente o raznovrsnosti svoje radne snage i povećaju je. Veće sektora za veštine u okviru

¹⁹ Beginners Guide To Tax, 10. Novembar 2010. http://www.direct.gov.uk/en/MoneyTaxAndBenefits/Taxes/BeginnersGuideToTax/DG_4015895

kreativnih medija (Skillset) nudi primer dobre prakse sa svojim nedavno sprovedenim strategijama raznolikosti, tako da druga veća, trgovačka društva i institucije mogu da slede taj put.

U Srbiji i Hrvatskoj, promovisanje različitosti i multikulturalnosti je jedan od prioriteta kulturne politike. Razlog za to nije podrška razvoju kreativnih industrija već to što su kulturne i etničke različitosti postale gotovo nevidljive zbog porasta nacionalizma tokom 1990-ih, tako da je posebno važno za obe države da pomognu nivo tolerancije kako bi sledile međunarodne konvencije o kulturnoj različitosti i pravo na kulturno izražavanje. To ne podrazumeva samo politiku zapošljavanja, već i uključivanje različitih etničkih identiteta u regionalni identitet na koji će se kulturne industrije osloniti.

Oblast informacija, komunikacija i tehnologija

U okvirima nove ekonomije, vrlo je važna sposobnost da se brzo reaguje na promene kroz usvajanje novih poslovnih struktura i strategija i eksploataciju novih tehnologija. Digitalna eksploatacija prava autora nudi mnoge nove mogućnosti i prilike na polju kreativnih industrija. Softveri, razvoj novih aplikacija, upravljanje podacima i elektronsko umrežavanje od velike su važnosti za sektor. To je razlog zašto je informatička i tehnološka pismenost među profesionalcima i širom populacijom jedan od preduslova za stalni razvoj sektora i konkurentnosti na globalnom tržištu.

U Velikoj Britaniji, tehnološki razvoj i inovacije sektora su među prioritetima u okviru programa Nacionalne fondacije za nauku, tehnologiju i umetnost (National Endowment for Science, Technology and Art), koja je skoro započela *Program razvoja kreativnih inovatora* kako bi potpomogla identifikovanje specifične podrške potrebne malim i srednjim kreativnim preduzećima koja žele da iskoriste nove tehnologije. Takođe, osnovan je Strateški odbor za tehnologiju koji osigurava sredstva kako bi se „biznisi“ podstakli da zajedno rade, da dele znanje i stručnost, i da zajedno razvijaju nove ideje, proizvode, procese i usluge. Uz to, kreirana je mreža za prenos znanja kako bi se pomoglo kreativnim preduzećima da imaju pristup stručnom znanju i informacijama, dovodeći ih u kontakt sa tehničkim stručnjacima, dobavljačima, kupcima, univerzitetima, istraživačkim i tehnološkim organizacijama i drugima.

Španiji je prioritet modernizacija i inovacije sektora posebno na polju informacija i tehnologije, ali ovaj prioritet nije podržan odgovarajućim merama politike, jer su dati podsticaji u smislu sredstava, ali nedostaju umrežavanje i odgovarajući obrazovni programi.

U Srbiji i Hrvatskoj, inovacije i oblast informatike, komunikacija i tehnologije nisu među prioritetima, osim kada su u pitanju oblasti zaštite kulturne baštine kao što su arhivi i biblioteke i tržište knjiga. Nema zvaničnog priznanja važnosti informatike, komunikacija i tehnologije u sektoru kulturnih industrija, kao ni programa i mera za pružanje podrške i kulturne politike ne odgovaraju dovoljno efikasno na brze promene na području digitalizacije i sve veći broj korisnika novih tehnologija. Uz to, ograničeno korišćenje interneta i niska informatička i tehnološka pismenost među profesionalcima i širom populacijom razlozi su zbog kojih još uvek nije moguće razmišljati o kreativnim industrijama kao što su softver i video igrice.

Poreska politika

Poreska politika i propisi su dobro poznati instrumenti za podršku rasta potrošnje i konkurentnosti i omogućavanje povlašćenih mesta i angažmana za umetnike. U sve četiri države PDV na kulturna dobra i usluge je niži od redovne stope PDV-a ili su ove robe i usluge izuzeti od oporezivanja. Ova mera održava niže cene kulturnih proizvoda i usluga što omogućava dostupnost kulture većem delu stanovništva i čini sektor konkurentnijim.

U Velikoj Britaniji antikviteti, umetnička dela i slično prodati privatnim ugovorom javnim zbirkama, ulaz na kulturni događaj naplaćen od strane javnih vlasti ili drugih kulturnih tela, knjige, časopisi, novine, štampa i umnožavana muzika i publikacije imaju nulte stope PDV-a, dok je regularna stopa PDV-a u Velikoj Britaniji 17,5%.²⁰ Velika Britanija daje poreske olakšice za režisere britanskih filmova, implementirala je smernice za elektronsku trgovinu i definisala istraživanje i razvoj za poreske svrhe. U Velikoj Britaniji ne postoje posebni propisi o radu umetnika i oni se tretiraju u skladu sa opštim sudskim praksama vezanim za rad. Takođe ne postoje specifične mere vezane za socijalno osiguranje koje

²⁰ U Srbiji je 2007. doneta *Nova Uredba o posebnom priznanju za izuzetan doprinos umetničkom stvaralaštvu*, i osnovana komisija za procenu izvrsnosti koja donosi odluku o mesečnim izdvajanjima za umetnike, takozvane „državne penzije za umetnike“, iz državnog budžeta.

regulišu kulturni sektor, što je potencijalno loše jer su poslovi nekih umetnika veoma rizični.

Standardna stopa PDV-a u Španiji je 16%. CD-ovi i DVD-ovi nisu isključeni iz ove poreske stope. Umetnički predmeti, starine i kolekcionarski predmeti kojima se trguje između zemalja Evropske unije, karte za pozorište, bioskop, cirkus, muzeje i usluge pružene od strane glumaca imaju koristi od smanjene poreske stope, koja iznosi 7%. Knjige, novine i časopisi imaju posebne stope PDV-a od 4%, a usluge pružene od strane pisaca, kompozitora i likovnih umetnika, koje se odnose na autorska prava, su oslobođene od PDV-a. Osim toga, umetnici dobijaju poreske olakšice za velike književne i naučne nagrade. Institucije iz „trećeg sektora“, odnosno, fondacije, udruženja od javnog interesa, agencije za međunarodni razvoj i pomoć i neprofitna tela takođe su oslobođeni poreza. U Španiji postoje poreske provizije dostupne samozaposlenim umetnicima koje se odnose na oslobođenje od poreza na dohodak, uprosečavanje prihoda i poreske olakšice za kompanije.

U Hrvatskoj sva kulturna dobra i usluge imaju redovne stope PDV-a, što je 23%, osim knjiga koje imaju nulte stope PDV-a. Donacije u kulturi udruženjima i drugim pravnim licima koja se bave kulturnim aktivnostima se ne oporezuju, ali velika većina sredstava za kulturu i dalje dolazi iz javnog sektora.

U Srbiji, stope PDV-a za knjige, ulaznice za muzičke manifestacije i bioskop, i DVD-ove su smanjene na 8%, dok je standardna stopa 18%. Privatne neprofitne institucije nemaju specifičan status, porezne olakšice i druge prednosti. Osim preko poreza na dohodak, provizije dolaze i kroz *Zakon o dobiti pravnih lica* koji ih ovlašćuje na odvajanje 1,5% svojih prihoda u jednoj fiskalnoj godini za donacije u kulturi, ali u praksi se ne pokazuje kao zadovoljavajući podsticaj za njih. Trenutno, sve donacije, uključujući i one u materijalu i uslugama (osim onih koje su dodeljene od strane Vlade) opterećene su sa 5% poreza na poklon.

U Srbiji i Hrvatskoj, kao deo starog socijalističkog nasleđa, umetnici imaju privilegije u smislu poreskih olakšica na dohodak, osiguranja, subvencija, itd.²¹ Međutim, obe države priznaju samo tradicionalne umetničke discipline, što isključuje veb dizajn, softver, modu, itd. Iz ovog razloga, u Hrvatskoj je osnovano *Kulturno veće za nove*

²¹ U Srbiji je 2005. godine usvojen *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima* u skladu sa WIPO konvencijama i preporukama, direktivama Evropske unije i preporukama Internacionalne asocijacije za zaštitu intelektualne svojine (AIPPI), dok je u Hrvatskoj isti usvojen u novembru 2003, a izmenjen i dopunjen 2007.

medije kulture kako bi umetnici koji rade s novim tehnologijama dobili lakši pristup javnim fondovima.

Autorska prava i intelektualna svojina

Ključna tačka vezana za kulturne industrije u svim zemljama su prava na intelektualnu svojinu, jer su ona katalizatori koji pretvaraju kreativnu aktivnost u kreativni proizvod ili uslugu. Osim toga, ona utiču na gotovo sva područja kulturne proizvodnje i izazivaju direktne finansijske gubitke kulturnim industrijama. Nove digitalne tehnologije predstavljaju izazov tradicionalnim sredstvima za vođenje i vrednovanje intelektualnog vlasništva. S druge strane, digitalizacija stvara nove mogućnosti za kršenje autorskih prava. Globalna mreža je pravna džungla što čini nemogućim zaustavljanje ilegalne razmene, kačenja, publikovanja, preuzimanja i digitalizacije datoteka. Ovo se događa jer svaka država ima svoj vlastiti skup zakona vezanih za problem.

Strategija Vlade Velike Britanije je da se izade izvan zakona i da se podrži iznalaženje rešenja između vlasnika prava i operatora internet mreža u cilju stvaranja novih poslovnih modela. Za britansku ekonomiju koja je veoma orijentisana na poslovanje sa inostranstvom je vrlo važno da ima zagarantovanu zaštitu intelektualne svojine na određenom tržištu. Države članice EU posluju kroz multilateralne institucije poput *Svetskog zavoda za intelektualnu svojinu* i *Svetske trgovinske organizacije*, kako bi osigurale da zemlje članice imaju zakonodavstvo koje je u skladu s međunarodnim normama. Takođe, britanski *Zavod za intelektualnu svojinu* je uključen u programe izgradnje kapaciteta u sklopu programa Evropske unije i Američke kancelarije za patente i trgovinu (US Patent and Trade Office Mark) s velikim svetskim ekonomijama u razvoju poput Indije, Kine i Brazila.

Srbija i Hrvatska su napravile nacрте novih Zakona o autorskim pravima u skladu sa evropskim i međunarodnim zakonima,²² ali tek treba da razviju i sprovedu sisteme kontrole, nadoknade autorima za besplatno preuzimanje proizvoda i usluga baziranih na njihovim autorskim pravima i kompenzaciju autorima za finansijski gubitak usled javne dostupnosti proizvoda i usluga baziranih na

²² U Srbiji je 2005. godine usvojen Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima u skladu sa WIPO konvencijama i preporukama, direktivama Evropske unije i preporukama Internacionalne asocijacije za zaštitu intelektualne svojine (AIPPI), dok je u Hrvatskoj isti usvojen u novembru 2003, a izmenjen i dopunjen 2007.

autorskim pravima (u bibliotekama, muzejima, itd.), jer novi zakoni nisu regulisali ova pitanja.

Drugi problem vezan za intelektualnu svojinu je da većina korisnika interneta nije svesna da je preuzimanje sadržaja sa interneta kršenje nečijih prava. Velika Britanija reaguje na to poboljšanjem obrazovanja i razumijevanja za intelektualnu svojinu među širom populacijom kroz njihovo uključivanje u školske programe i povezivanjem nosilaca prava i onih koji pružaju internet usluge da sarađuju u cilju smanjenja ilegalnog deljenja datoteka. Da bi se ta saradnja olakšala, Odeljenje za kulturu, medije i sport, Ministarstvo trgovine i industrije i Odeljenje za patente razvili su sveobuhvatni portal vlade *Forum za intelektualnu svojinu u okviru kreativnih industrija* (Intellectual Property website) koji pruža preduzećima i pronalazačima osnovne informacije o autorskim pravima, zaštitnim znacima, patentima i dizajnu i smernice o tome kako ostvariti profit na osnovu njih.

Španija je započela sa dva nivoa akcija za borbu protiv piraterije. U prvom redu akcije, Ministarstvo je uvelo *Direktivu za informatičko društvo* i izmenilo *Zakon o intelektualnoj svojini*. U drugom redu, Ministarstvo je odobrilo *Sveobuhvatan plan za smanjenje i uklanjanje aktivnosti koje krše intelektualnu svojinu* u 2005. godini kako bi se zaustavile aktivnosti koje krše prava intelektualne svojine i predstavio *Priručnik dobre prakse za sprečavanje kršenja intelektualne svojine* u decembru 2008.

U Hrvatskoj i Srbiji naširoko se vrši piraterija stranih proizvoda i softvera, jer je domaća proizvodnja minimalna i razmena preko interneta ne utiče značajno na domaći audiovizuelni sektor. Srbija ima poseban problem s piraterijom jer je šira populacija nedovoljno informisana o autorskim pravima, a navike ilegalnog umnožavanja stečene 1990-ih i dalje su dominantne. Kolektivno ostvarivanje prava udruženja i bolji sistem kontrole kršenja autorskih prava moraju se sprovesti u cilju smanjenja CD i DVD prodaje na ulicama i fotokopiranja knjiga u fotokopirnicama. U Hrvatskoj za skoro svaki sektor kreativnih industrija postoje udruženja za kolektivno ostvarivanje prava što stvara uslove za početak pregovora koji bi doveli do primene prava javnog posuđivanja (naknade za autore), dok u Srbiji udruženja menadžera za kolektivna prava počinju da se pojavljuju, ali gotovo isključivo kroz alternativne umetničke scene i mlade umetnike.

Podrška malim i srednjim preduzećima

U različitim sektorima u okviru kreativnih industrija postoji različita potreba za podrškom. Multinacionalne korporacije su obično finansijski dobrostojeće, i uspevaju da stvore profit uz pomoć osnovne podrške kao što su smanjenja poreza, kvote, prava na intelektualnu svojinu, itd. Međutim, postoje i industrije koje karakteriše visok udeo malih i srednjih preduzeća (na primer, arhitektura, moda, zanati), i one koje podrazumevaju saradnju velikih i malih preduzeća (naročito softvera, izdavaštva i televizije), kojima je potrebna finansijska podrška, kako bi se negovala njihova raznolikost i nove ideje i kako bi bili sposobni da opstanu na tržištu.

U Španiji i Velikoj Britaniji podrška malim i srednjim preduzećima je visoko na listi prioriteta. Međutim, kako su tržišne logike ove dve države različite, razlikuju se i mere. Velika Britanija je istinski orijentisana na liberalno tržišne, a logika je da stvaranje radnih mesta i profita kroz kreativne ekonomije treba da bude uređena kroz samo poslovanje, a ne od strane vlade. Dakle, vlada radi s industrijama i reaguje na njihove potrebe tako što gradi infrastrukturu za razvoj sektora: u smislu razvoja veština, pružanja prostora za umrežavanje i pokrivanje rizika koji finansijsko tržište inače ne bi prihvatilo. Primer dobre prakse je *Kreativni fond Prednost* koji ulaže do 250.000 funti u kreativne biznise, ali u zamenu za ulog u kapital, tako da se sva dobit iz ulaganja zadržava u okviru kompanije i koristi za nova ulaganja. Tu su i kapitalne šeme za preduzetnike posebno usmerene na preduzetnike u sektoru kulture, koji žele da prekinu sa oslanjanjem na grantove i okrenu se razvoju uspešnog „biznisa“. U Španiji podrška države dolazi uglavnom u vidu javnog finansiranja, ali su od skora pokrenuti i novi vidovi podrške. To je, pre svega, grupa kredita sa subvencionisanim kamatnim stopama u saradnji sa Oficijelnim institutom za kredit (kako bi se podstaklo stvaranje novih poslovnih i profesionalnih akcija). Takođe, omogućeno je razvijanje investicionih projekata kroz osnivanje malih i srednjih preduzeća i obezbeđena su sredstva za subvencionisanje garantnih suma neophodnih kompanijama kako bi pristupile spoljnim izvorima finansiranja, kao i zajam za finansiranje poslovnih projekata u okviru kulturnih industrija. Sve ovo su veoma dobri načini za podršku sektoru jer pružaju potrebnu finansijsku podršku, ali u isto vreme zahtevaju tržišnu orijentaciju i preduzetnički pristup.

S druge strane, komunističko nasleđe u Srbiji i Hrvatskoj nameće razumevanje kulturnog sektora kao isključivo neprofitnog i subvencionisanog od strane države. Držav-

ne subvencije dodeljuju se uglavnom državnim neprofitnim ustanovama kulturne i delimično nevladinim organizacijama, dok profitni sektor i privatni neprofitni sektor imaju pravo na podnošenje zahteva za finansiranje projekata, ali nemaju podsticaje kao što su, na primer, sniženi porezi. Mala i srednja preduzeća u okviru kulture nisu prepoznata kao specifična, jer se svi zakoni, mere i programi odnose ili na određene kulturne sektore (izdavaštvo, muziku, filmove, itd.) ili ekonomske sektore, npr., malo preduzetništvo, delatnosti transnacionalnih medijskih korporacija itd. U Srbiji vlada potpuni nedostatak uključivanja kulturnih i kreativnih industrija u strategije za razvoj malih i srednjih preduzeća, strategije zapošljavanja ili strategije za ekonomski razvoj. U Hrvatskoj, subvencije koje su kreirane kao podrška za kulturne preduzetnike kroz saradnju Ministarstva kulture i Ministarstva ekonomije, rada i preduzetništva znak su prepoznavanja sektora, ali se ova podrška odvija bez mapiranja i analize strategija vezanih za posebne potrebe malih i srednjih preduzeća u kulturi. Obe države moraju pronaći način za podsticanje javnog kulturnog sektora da se više orijentiše ka tržištu, prihvate da kultura može biti isplativa i daju podsticaje malim i srednjim preduzetnicima za pokretanje biznisa u kulturi.

Internacionalizacija

Globalizacija je jedna od glavnih pretnji ali i prilika za ovaj sektor, jer moć kreativne ekonomije jedne države u najvećoj meri zavisi od plasiranja proizvoda i usluga na što većem broju inostranih tržišta. U cilju razvoja trgovine u inostranstvu, Odeljenje za kulturu, medije i sport blisko saraduje s drugim vladinim resorima i organizacijama, kao što su Britansko trgovinsko i investiciono telo (UK Trade & Investment), Odeljenja za javnu diplomatiju inostrane i komonvelt kancelarije (Department for Public Diplomacy of Foreign and Commonwealth Office) i Odeljenja British Council-a za kreativne industrije, film, muziku i izvođačke umetnosti. Kako je Velika Britanija među najvećim svetskim izvoznicama kreativne robe i usluga, Odeljenje za kulturu, medije i sport podržava rad na razvoju strategije za izvoz roba i usluga od strane grupa usredsređenih na izvoz industrija formiranih od stručnjaka iz javnog i privatnog sektora i trgovinskih tela.²³

²³ Ove grupe razvijaju politike, programe i aktivnosti posebno usmerene ka kreativnim industrijama, kako bi pomogli vladi, i asistiraju novim i starim izvoznicima da razviju sposobnost za prekomorske trgovine i kreiraju nove prilike u inostranstvu.

U Španiji, novoosnovani Generalni direktorat za kulturne industrije, zajedno s Ministarstvom spoljnih poslova i saradnje, radi na strategiji internacionalizacije sektora kako bi utvrdili povoljnu poziciju sektora na svetskom tržištu. Španski Institut za spoljnu trgovinu (ICEX), agencija Ministarstva industrije, turizma i trgovine, takođe ima veliki uticaj u tom pogledu, jer je već uspostavio alate za globalnu projekciju španske kulture i preduzeća kroz „Plan potpore za internacionalizaciju kulturnih industrija“.

U Srbiji i Hrvatskoj, tržište kulturnih dobara i usluga je visoko lokalizovano. Ograničeno tržište u smislu jezika i slaba promocija kulturnih dobara u inostranstvu rezultiraju distribuiranjem i konzumiranjem proizvoda domaće kulturne industrije uglavnom na domaćem tržištu. Popmuzika i televizijske sapunice distribuiraju se u celom regionu, filmovi se prikazuju u inostranstvu samo po festivalima, a vrlo mali broj književnih dela prevodi i distribuira na inostrana tržišta.

Zaključna razmatranja i preporuke

Iz analize kulturnih politika vezanih za kulturne i kreativne industrije može se zaključiti da postoji veliki jaz između zemalja članica Evropske unije, Velike Britanije i Španije, i zemalja Zapadnog Balkana, Hrvatske i Srbije, kada je u pitanju razumevanje sektora i korišćenje instrumenata i mera politike za njegovu podršku. Trenutni strateški dokumenti i mere, akcije i inicijative Velike Britanije u skladu su sa opštim i specifičnim državnim ciljevima i pokušavaju da identifikuju glavne prepreke za sektor i bore se protiv njih. U skladu sa specifičnostima različitih polja unutar sektora, različiti državni organi, nevladini i biznis sektor saraduju kako bi našli najfokusiranije i najrelevantnije rešenje za određene probleme. Prepoznajući da su izvor kreativnosti ljudi njihovo znanje i ideje, Velika Britanija je fokusirala najveći deo politike i mera vezanih za sektor na obrazovanje, obuku i trening za različite profile ljudi. Takođe, veliki deo pažnje posvećen je tehnologiji, inovacijama i informacijama. Državni sistem je decentralizovan i daje mnogo sloboda regijama, dok u isto vreme uspeva da održi kohezivnost i profitira od raznolikosti koje svaka regija donosi sektoru. Ovu raznolikost, putem jasno razrađenih mera internacionalizacije, država plasira na što veći broj svetskih tržišta i tako širi svoju ekonomsku moć. Sistem je fleksibilan, napredan i veoma se ulaže u istraživanje i razvoj sektora tako da u mnogim aspektima može da posluži kao primer

najboljih praksi za druge države. Međutim, u odnosu na druge aspekte, aktivnosti i programi za promociju povećanja raznolikosti radne snage u sektoru su nerazvijeni, i ne odražavaju raznolikosti i različitosti koje postoje u Britanskom društvu.

U Španiji su nedavno uobličene veoma dobre i značajne mere za kulturne industrije koje odgovaraju državnim ciljevima, posebno u oblasti finansijske podrške, kreativne klasterizacije, raspodele odgovornosti među različitim nivoima vlasti u okviru države i međunarodne promocije španskih kulturnih industrija. Međutim, budući da je jedan od glavnih ciljeva Španije davanje snažne podrške za kulturne industrije i doprinos njihovoj konsolidaciji, modernizaciji i relevantnosti, veoma je važno da se poboljša sadašnji sistem obrazovanja i osposobljavanja za sektor. Postoje univerzitetski programi vezani za specifična područja i probleme u okviru sektora, stipendije za studije i usavršavanje u inostranstvu, ali to nije dovoljno da se postigne visok nivo stručnosti i inovacije u budućnosti. Takođe, za dalji razvoj sektora je neophodno redovno izveštavanje i mapiranje sektora na svim nivoima (nacionalnom / regionalnom / opštinskom) kako bi se u skladu sa novim podacima mogle ažurirati i promeniti strategije i aktivnosti.

U Hrvatskoj i Srbiji se ne može govoriti o kreativnim industrijama kao konceptu znatno širem od umetnosti i kulture. Ne postoji definicija sektora, ne postoje organi koji se njime bave, kao ni sveobuhvatni instrumenti, mere i strategije vezane za sektor koje bi bile plod saradnje različitih interesnih strana. Različita polja savremenog stvaralaštva grupisana su na tradicionalan način i ne mogu da odgovore na tehnološke, inovacijske, multidisciplinarne i multisektorske promene koje utiču na sektor. Uz to, obrazovni sistem ne prati potrebe države i njenog budućeg ekonomskog razvoja, a kreativnost se ne shvata kao karakteristika koja treba da se stvara i podstiče od najmlađeg uzrasta. Malo tržište koje onemogućava internacionalizaciju, nedostatak tolerancije i rasprostranjenost piraterije, doprinosi nerazvijenosti kulturnih i kreativnih industrija u ove dve države i odgovara situaciji koja je karakteristična za veliki broj zemalja u tranziciji.

Kako bi Velika Britanija podstakla različitost i toleranciju u okviru sektora, potrebno je pre svega da stvori stipendije za podršku finansijski loše stojećih talenata iz različitih sredina da bi mogli da nastave svoje obrazovanje i obuku i stvore uslove za zaposlenje. Uz to, dobra praksa je osnivanje nagrade za kompaniju sa najrazličitijom radnom snagom, kako bi se industrije podstakle da praktikuju praćenje svoje raznolikosti i rade na njenom poboljšanju.

Španija, kao država treba da se fokusira na restrukturiranja obrazovnog sistema i obuke, tako da on što relevantnije odgovori potrebama sektora i njegovoj modernizaciji, kao i da razvije redovnu analizu i mapiranje sektora. Zbog toga je potrebno osnovati Odbor za obuku, obrazovanje i savetovanje za sektor u saradnji sa Ministarstvom prosvete i stručnjaka iz sva tri sektora, koji će meriti trenutne veštine i potencijale, prepoznati potrebe za obukom i obrazovanjem i stvarati strategije, aktivnosti i programe u skladu sa strategijom za celokupni sektor. Takođe, trebalo bi restrukturirati obrazovanje na način koji podržava inovativnost, kreativnost i ICT pismenost od što ranijih faza kako bi se istinski promenio način razmišljanja i povećale inovativnost i kreativne sposobnosti zemlje. Dalje, treba uvesti preduzetničke, menadžerske i ICT kurseve u sastavni deo tradicionalnih umetničkih akademija i poseban naglasak staviti na kurseve softvera, video igrice i dizajna. Uz to, treba uvesti karijerno vođenje za mlade ljude i savetovanja za profesionalce ili amateure koji žele da počnu da rade u sektoru i podržati međusektorsko partnerstvo kroz stvaranje virtuelne mreže kao mesta rasprave, prenosa znanja, i stvaranja platformi za sektor. Kako bi podstakla istraživanje i analiziranje sektora, Španija treba da stvori fond za ulaganja u istraživanje i razvoj sektora, uspostavi radne grupe sastavljene od stručnjaka u sektoru i predstavnika ministarstava i nevladinih organizacija, koje će se baviti svim aspektima kulturnih industrija i da saraduje sa univerzitetima na sprovođenju nekih od istraživanja te na taj način prilagodi univerzitetski nastavni program savremenim temama, čime će se povećati kompetencije studenata.

Budući da u Srbiji i Hrvatskoj postoje samo zakoni za pojedina područja kulturnih i kreativnih industrija, ali ne i sveobuhvatni instrumenti, poput sporazuma o značaju kreativnih industrija, definicije sektora, organa koji se bavi sektorom na nacionalnom nivou i sličnih organa na nižim nivoima, strategije za razvoj, itd., od presudnog značaja je da se postavi novi način razmišljanja, koji uključuje kulturne i kreativne industrije i da se sistem restrukturira kako bi se postavio temelj za razvoj ovih industrija kao specifičnog sektora. Za istinske promene, obe države pre svega moraju da shvate kreativne industrije kao zaseban entitet u okviru ekonomske i kulturne politike i politike urbanog razvoja. To uključuje formiranje nacionalne agencije za kulturne i kreativne industrije koja će promovisati sektor, upravljati istraživanjem i razvojem i kreirati strategiju i instrumente za podršku sektoru. U Srbiji to može da se ostvari osnivanjem zasebnog sektora za kreativne industrije u okviru Ministarstva kul-

ture, ali umesto povezivanja kulturnih industrija isključivo uz savremenu umetničku produkciju, što je trenutno slučaj, ovaj sektor bi trebalo da obuhvati i sektor kulturne baštine, audiovizuelni sektor i medije i ostvari blisku saradnju s drugim ministarstvima. U Hrvatskoj bi trebalo napraviti novi sektor za kulturne i kreativne industrije u okviru Ministarstva kulture, jer trenutno ove industrije nisu uključene nigde u hijerarhiji Ministarstva, koji bi izgledao slično kao u Srbiji.

To telo bi, pre svega, trebalo da postavi nacionalne definicije kulturnih i kreativnih industrija, koje će osim tradicionalnih umetničkih disciplina da obuhvate i softver, dizajn i advertajzing, a zatim da razvije instrumente za merenje i analizu sektora i izgradi bazu podataka za sektor. Dalje, trebalo bi utvrditi slična tela na regionalnom nivou, jer je na tom nivou lakše prikupljati podatke, pronaći sinergiju među različitim sektorima, i strateški razmišljati uzimajući u obzir lokalne specifičnosti i mapirati resurse kreativnog sektora s uključivanjem mnogo šireg spektra disciplina od tradicionalnih. Takođe, trebalo bi izraditi standarde u definicijama sektora u skladu s lokalnim specifičnostima.²⁴

Nacionalna agencija za kulturne i kreativne industrije trebala bi da promovise sektor i radi na podizanju svesti o značaju kreativne ekonomije među političarima i vlasti na svim nivoima, stručnjacima u sektoru i širom populacijom, što uključuje lobiranje, zagovaranje i obrazovanje. Ovakva agencija bi trebalo da uspostavi saradnju s raznim ministarstvima, posebno Ministarstvom nauke, Ministarstvom ekonomije i regionalnog razvoja i Ministarstvom za nacionalni investicioni plan u Srbiji, sa Ministarstvom gospodarstva, rada i poduzetništva u Hrvatskoj i podstakne sinergijsku saradnju, akcije i planiranje na regionalnom i lokalnom nivou. Dalje, trebalo bi razviti strategije za razvoj kulturnog i kreativnog sektora koji su u skladu sa drugim nacionalnim strategijama. To bi trebalo ostvariti kroz radne grupe sastavljene od članova iz resornih ministarstava i stručnjaka iz državnog, nevladinog i privatnog sektora. Kako je međusektorska saradnja gotovo nepostojeća, treba je ohrabriti uspostavljanjem profesionalne mreže, koja bi bila mesto rasprave, razmene najboljih praksi, prenosa znanja i kreiranja platformi u okviru sektora.

U cilju uspostavljanja podrške preduzetničkom pristupu u kulturi potrebno je restrukturirati udeo finansijske podrške koju različiti sektori u okviru kulture imaju: potrebno je da se izvrši revizija javnih institucija i smanje državne subvencije kako bi se institucije motivisale da se

²⁴ Ovo je učinjeno u Velikoj Britaniji i Španiji iako obe države imaju i širu nacionalnu definiciju.

više orijentišu na tržište, dok s druge strane treba identifikovati potrebu za finansijskom podrškom koju imaju različite oblasti u kulturi i utvrditi investicione fondove i finansijsku podršku za savremene umetnike i preduzetnike u kulturi. Uz to, treba smanjiti poreze za preduzetnike čija su mala i srednja preduzeća aktivna u okviru kulturnih i kreativnih industrija kako bi se omogućila njihova konkurentnost i opstanak na tržištu. Napokon, neophodno je proširiti definiciju kulture kada je reč o statističkim podacima o zaposlenosti, posebno za *vis-a-vis*, samozaposlene i frilensere; ona utiče i na socijalno i zdravstveno osiguranje u okviru kategorije umetnika i kulturnih profesionalaca.

Kako bi se omogućila kreativna klasterizacija, potrebno je mapirati kreativni potencijal i mogućnosti za stvaranje kreativnih gradova, uključiti ugovorene ciljeve u prostorno i urbano planiranje i strategije razvoja gradova, posebno planova s detaljnim opisima prostora koji definišu karakter i budućnost jednog mesta i omogućavaju kreativnu klasterizaciju. Dalje, treba poboljšati zaštitu prava intelektualne svojine da bi domaće kompanije povećale profit, a strane kompanije koje ostvaruju profit na autorskim i srodnim pravima bile podstaknute da investiraju u domaće tržište, što mora biti učinjeno kroz strožu kontrolu i kazne za povredu ovih prava i kroz obrazovanje i kampanje o ovom problemu za široku populaciju.

Relevantno obrazovanje i obuka su ključni aspekti za razvoj sektora, te stoga treba osnovati Odbor za obuku, obrazovanje i savetovanje za sektor u saradnji sa Ministarstvom obrazovanja i stručnjacima iz sva tri sektora, koji će utvrditi trenutne veštine i potencijale, prepoznati potrebe za obukom i obrazovanjem i stvoriti strategije, aktivnosti i programe u skladu sa drugim nacionalnim i lokalnim strategijama. U skladu s tim, treba restrukturirati sistem obrazovanja tako da podržava inovativnost, kreativnost i ICT pismenost od najranijih faza kako bi se istinski promenio način razmišljanja i povećale inovativnost i kreativne sposobnosti zemlje. Preduzetnički, ali i menadžerski i ICT kursevi treba da postanu sastavni deo tradicionalnih umetničkih akademija. Takođe, trebalo bi napraviti jedan univerzitetski program koji je posebno fokusiran na kreativne industrije – poslovni menadžment sa fokusom na kulturni i neprofitni sektor, kao i kreirati centre za karijerno vođenje, koji će pratiti prilike na lokalnom i nacionalnom nivou i pružati konsultantske usluge po pitanju karijere za mlade kreativne ljude i za one koji žele započeti rad u sektoru.

Što se profesionalne obuke tiče, pre svega bi trebalo osnovati programe treninga za sektor sa fokusom na menadžerske i ICT kurseve i osigurati prenos znanja od cen-

tra ka periferiji (iz Beograda ili Zagreba u druge gradove i regije), kao i između sva tri sektora (posebno nevladin sektor poseduje visok stepen potrebnih menadžerskih i ICT veština koje treba preneti u javni sektor kroz programe saradnje i podrške). U okviru obrazovanja i obuke spada i stvaranje grantova i stipendija za obuku i studiranje u inostranstvu u okviru sektora i kreiranje mogućnosti za dijasporu da u matici radi programe obuke i prenosa znanja. Najzad, preporučljivo je osnovati nagrade za sektor, posebno za područja dizajna i softvera, kako bi se podstakao njihov razvitak.

Redovno izveštavanje i analiza od lokalnog do nacionalnog nivoa su ključni za dizajniranje strategija za sektor, praćenja njegovog razvoja, ali i za ažuriranje strategija i mera politike, tako da je neophodno vršiti ovakve analize bar jedanput godišnje.

LITERATURA:

- Beacons Good Practice Guide, 25. March 2010., <http://www.scribd.com/doc/17572478/Beacons-Good-Practice-Guide>
- Compendium Cultural Policies, <http://www.culturalpolicies.net/web/index.ph>
- Connecting Croatia - javni, privatni i civilni sektor kulture u virtualnom prostoru*, priredila Cvjetičanin B., Culturelink, 10. Novembar 2010., <http://www.culturelink.org/news/publics/2009/strategy.pdf>
- Council Resolution of 20 November 1995 on the promotion of statistics on culture and economic growth (95/C 327/01), Council of the European Union, 1995, <http://www.clusterobservatory.eu/upload/CreativeAndCulturalIndustries.pdf>
- Council Resolution of 16 November 2007 on a European Agenda for Culture, The Council of the European Union, Brussels 2007, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2007/c_287/c_28720071129en00010004.pdf
- Department for Culture, Media and Sport, http://www.culture.gov.uk/about_us/creative_industries/default.aspx
- Creative Britain - New Talents for the New Economy, Department for Culture, Media and Sport, London 2008.
- Creative Economy Report 2008, UNCTAD, 2008, 10. November 2010. http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf
- Creative Industries Statistical Estimates Statistical Bulletin*, Department for Culture, Media and Sport, London 2006.
- Creative Industries Economic Estimates, Department of Culture, Media and Sport, London 2006. <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/70156235-8AB8-48F9-B15B-78A326A-8BFC4/0/CreativeIndustriesEconomicEstimates2006.pdf>
- Creative Industries Economic Estimates. Statistical Bulletin. October 2005. 25. March 2010. www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/8B1842A1-71D0-464C-9CCACD1C52A4D4E1/0/CIEconomicEstimatesREVISED24OCT.pdf

- Department for Business, Innovation and Skills <http://www.bis.gov.uk/>
- Creative Industries Mapping Document 2001 (2 ed.) Department for Culture, Media and Sport, London 2001, http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx,
- Culturenet mreža, <http://www.culturenet.hr/default.aspx?ID=19059>
- Evidence Toolkit – DET: Technical Report, Department for Culture, Media and Sport, London August 2004, 25. March 2010 www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/4B026ACA-025C-4C2F-A86E-4A96E406180E/0/DETTechnicalReportv1August2004.pdf
- Productivity Driver in Creative Industries, Department for Culture, Media and Sport, London 2007, 20. March 2010, http://www.culture.gov.uk/images/publications/Productivity_DriverinCreativeIndustries2007.pdf
- Cultural Industries Development Agency, <http://www.cida.co.uk/>
- Creative & Cultural Skills, <http://www.ccskills.org.uk/>
- Investing in Creative Industries Guide: A Guide for Local Authorities, Local Government Agencies, June 2009, 15. March 2010. <http://www.lga.gov.uk/lga/aio/2204842>
- Beggins Guide to Taxes, Her Majesty Government's Portal, http://www.direct.gov.uk/en/MoneyTaxAndBenefits/Taxes/BegginsGuideToTax/DG_4015895
- International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture, Organization for Economic Cooperation and Development, Paris 2006. <http://www.oecd.org/dataoecd/26/51/37257281.pdf>
- Jovičić S. and Mikić H., *Creative industries in Serbia - basic facts and recommendations*, British Council, Belgrade 2006.
- Kreativni kapital Srbije I, *Kreativne Industrije i ekonomija znanja*, Academica, Beograd 2009.
- “Managing Cultural Transitions: Southeastern Europe - The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe“, ed. Nada Švob-Đokic. Institute for International Relations, Zagreb. 2005.
- “Managing Cultural Transitions: Southeastern Europe - Cultural Transitions in Southeastern Europe“, ed. Nada Švob-Đokic, Institute for International Relations, Zagreb 2004.
- Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, <http://www.min-kulture.hr/>
- Ministarstvo kulture Republike Srbije, <http://www.kultura.gov.rs/>
- Ministarstvo kulture Španije, <http://www.mcu.es/industrias/index.html>
- National Institute for Excellence in the Creative Industries (NIECI). http://www.bangor.ac.uk/creative_industries/
- Plan fomento industrias, Ministerio dela Cultura, 2008. 25. Mart 2010. http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2008/Plan_fomento_industrias.pdf
- Platform on the Potentials of Cultural and Creative Industries, Brussels June 2008-September 2009, http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/platform_CCI_paper.pdf
-

Razvojni aspekti kulturnih industrija, priredio: Vujadinović D., BalkanKult, Beograd 2002.

United Kingdom Film Council, *Film theft in the UK*. 2004. 10. March 2010. <http://www.ukfilmcouncil.org.uk/copyrighttheft>.

Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making, UNESCO/Global Alliance for Culture Diversity, 23. March 2010. portal.unesco.org/culture/admin/file_download.php/cultural_stat.pdf?URL_ID=30297&filename=1419233433cultural_stat.pdf&filetype=application%2Fpdf&filesize=96994&name=cultural_stat.pdf&location=user-S/

UNESCO on Creative Industries http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=35024&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Višnja Kisić

Beograd University of Art

CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN EUROPE

Abstract

As a result of transition from capitalist to post-capitalist societies and from economy of goods to service economy, the development of cultural and creative industries is becoming the focus of a growing number of countries. As there is no internationally accepted definition of the sector or tools for its analysis, understanding of the sector and instruments of cultural policies used for its development vary significantly from country to country. Through comparative analysis of the cultural policies of Great Britain, Spain, Serbia and Croatia this paper aims at giving an insight into the different stages of development and support measures related to cultural and creative industries and offers recommendations for further development of this sector in each country. Comparative analysis is based on statistical reports, laws, policies and strategic plans of these countries, and organized in eleven topics that are emerging as key issues for cultural and creative industries: the definition of sector and state policies and objectives related to it; mapping and data analysis; regionalization; inter-sectorial cooperation; education and training; diversity and tolerance; ICT; tax policy; copyright and intellectual property rights; support to small and medium enterprises; and internationalization. Great Britain is an example of a state that seriously analyzes the sector, strategically plans its development and cultural policy measures that encourage it. Spain is a country that has recently redefined cultural and creative industries as a national priority and has largely drawn regulations, measures and models from the experience of the UK. Serbia and Croatia are examples of countries that have not yet recognized the potential of cultural and creative industries and continue to have very traditional measures and regulations related to culture and its development, which causes the underdevelopment of the creative sector.

Key words: cultural industries, creative industries, economic development, cultural policy
