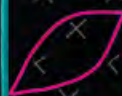
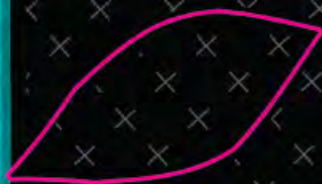




Lokalni razvoj
& **KULTURNE**
INDUSTRIJE





Grupa za kreativnu ekonomiju

Izdavač: Fondacija Grupa za kreativnu ekonomiju
Cara Uroša 36–38/8, Beograd, Srbija
www.kreativnaekonomija.com



Ova publikacija nastala je u saradnji sa Stalnom konferencijom gradova i opština
– Savezom gradova i opština Srbije i Regionalnom razvojnom agencijom JUG



Izradu i publikovanje ove knjige omogućili su Uneskov Međunarodni fond za kulturnu raznolikost
i Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije



Lokalni razvoj & **KULTURNE INDUSTRIJE**

priručnik za planiranje i upravljanje
na lokalnom nivou

Urednik
Hristina Mikić





SADRŽAJ

Predgovor.....	7
1. Kultura u održivom razvoju	9
2. Upravljanje razvojem kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou: međunarodni okvir, koncepti i modeli	15
3. Proces i faze planiranja razvoja kulturnih i kreativnih industrija	27
4. Istraživanje, analiza i procena razvojnog potencijala kulturnih i kreativnih industrija	31
4.1. Vredovanje lokalnih kulturnih resursa i izraza	32
a) Tradicionalni kulturni izrazi	33
b) Savremeni kulturni izrazi	34
5. Metode i tehnike analize kulturnih i kreativnih industrija	41
a) Uvod u analizu i osnovni indikatori	42
b) Osnovne metode i tehnike analize	48
6. Strateški ciljevi, aktivnosti i projekti	55
7. Kreiranje mera podrške razvoju kulturnih i kreativnih industrija	63
7.1. Unapređenje institucionalnog okruženja i upravljanja	65
7.2. Ekonomske mere	72
a) Direktno i indirektno finansiranje	72
b) Mere usmerene na lokalno tržište rada, zaposlenost i unapređenje ljudskih resursa	81
c) Podrška razvoju kreativnog preduzetništva	92
7.3. Regulatorne mere	97
7.4. Tehničko-tehnološke mere	98
7.5. Organizacione mere	100
8. Monitoring i evaluacija programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija	107
Prilog 1: Uneskov okvir za klasifikaciju kulturnih industrija	119
Prilog 2: Okvir klasifikacije kulturnih i kreativnih delatnosti	120
Prilog 3: Okvir za klasifikaciju zanata	121

PREDGOVOR

U savremenom razvoju, kultura utiče na lokalnu sredinu i njen socioekonomski prosperitet na različite načine. Kulturni izrazi kao skup simboličkih, umetničkih i kulturnih atributa zajednice čuvar su kulturnih kodova i arhetipova koji definišu autentično stvaralaštvo određenog prostora. Oni se neprekidno stvaraju, razvijaju, reinterpretiraju, podstiču inovacije i razvoj kreativne privrede. Kulturni izrazi stvaraju sadržaje na kojima se temelje usluge i proizvodi i kao takvi predstavljaju glavne faktore razvoja kreativne ekonomije.

Priručnik integriše perspektivu lokalnog planiranja sa specifičnostima kulturnih i kreativnih industrija. On se bazira na duhu, načelima i smernicama Uneskovke Konvencije o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza (2005) i adaptira ih u diskurs planiranja i upravljanja lokalnim ekonomskim i kulturnim razvojem. Namenjen je širem krugu zainteresovanih strana koje direktno i indirektno učestvuju (ili mogu učestvovati) u ovim procesima. Njegova osnovna svrha je da omogući celovitiju i kvalitetniju zaštitu i unapređenje raznolikosti kulturnih izraza i uspostavi balans između njihove kulturne funkcije i ekonomske valorizacije.

David Throsby autor je 1. glave, Hristina Mikić autor je odrednica 2, 3, glave 5 odeljak a), 7.1, 7.2 a) i c), 7.3, 7.4, 7.5. Estela Radonjić-Živkov priredila je odrednicu 4.1. odeljak a), Ksenija Marković autor je odrednice 4.1. odeljak b), Dejan Molnar autor je 5. glave odeljak b), Ivan Petković i Dragana Petković priredili su 6. glavu, Maja Jandrić napisala je naslov 7.2. b) i Maja Marsenić pripremila je 8. glavu. Studiju slučaja AFAl Kulturni akcelerator, Južna Afrika priredile su Belisa Rodrigues, Sophia Sanan i Ayanda Mpono iz Instituta za afričku umetnost u Kejptaunu, dok je ostale studije slučaja priredila Ivana Samardžić.

Koristimo priliku da zahvalimo Nenadu Radujeviću iz Beogradske nedelje mode, Miroslavu Mogoroviću iz studija Art & PopCorn, kreativnim preduzetnicima Biljani Marinkov, Jeleni Đorđević, Karolini Petrović, Moniki Novčić i Miljani Petrov, dizajnerima Ani Ljubinković, Magdaleni Klačnji, Georgeu Styleru, Budislavi Keković, Vladi Saviću, Vesni Pešić, Antei Arizanović, Jovani Božović, Aji Jung, osnivaču Beogradskog festivala igre, Vladi Dekiću, direktoru profesionalnog ansambla „Kolo“, Jani Rodić iz Live View studija na podršci afirmisanju kulturnih izraza i čijim radovima je ilustrovan ovaj Priručnik, Danielle Cliche šefu Sekretarijata Uneskovke Konvencije, Asji Drači-Muntean i Ivani Zečević iz Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije.

Najzad, posebnu zahvalnost dugujemo recenzentima ovog izdanja prof. dr Gojku Rikaloviću i prof. dr Stevanu Devetakoviću sa Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu koji su pročitali ovaj tekst i dali korisne sugestije.

Urednik

Beograd, novembar 2015.



A hand on the left side of the frame holds a white, smoke-like trail that curves upwards and to the right. The background is a solid red color with numerous thin, parallel yellow lines radiating from the top left towards the bottom right. At the top right, there is a white, cloud-like shape. In the lower left corner, the feet of a white swan are visible, pointing upwards.

1

KULTURA U
ODRŽIVOM
RAZVOJU

Koncept „održivog razvoja“ datira iz vremena sedamdesetih godina prošlog veka, a nastao je kao rezultat debate na izveštaj Rimskog kluba koji je ukazao na posledice brzog ekonomskog rasta po životnu sredinu (Meadows et al., 1972). Međutim, ovaj koncept nije se ustoličio sve do 1987. publikovanjem izveštaja „Naša zajednička budućnost“, koji je sačinila Komisija UN za životnu sredinu i razvoj tzv. „Brutlandska komisija“ (UN, 1987). Komisija je tvrdila da resursi koji se eksploatišu u industrijskim zemljama ugrožavaju vazduh, zemljište i vodu na planeti, i da takva eksploatacija neposredno doprinosi problemu siromaštva i nižoj stopi razvoja u zemljama u razvoju. Ona je ukazala na dugoročne posledice u slučaju odsustva mera i aktivnosti, i zauzela se za donošenje politika koje imaju za cilj postizanje održivog razvoja, definišući ga kao „razvoj koji zadovoljava potrebe današnjih generacija ne ugrožavajući mogućnost budućim generacijama da i one zadovolje svoje potrebe“.

Osamdesetih godina prošlog veka debata o ekologiji i održivosti životne sredine se nastavila, ali je došlo do promene pravca razmišljanja o ekonomiji razvoja. Ideje iz prethodnog perioda o centralizaciji ekonomskog rasta u razvojnim politikama (povećanju BDP po glavi stanovnika) zamenjene su širim poimanjem razvoja kao procesa usmerenog na čoveka, a ne na proizvodnju. Indikatori koji su se smatrali relevantnim za procenu nivoa razvoja u različitim zemljama prošireni su, od onih koji su korišćeni samo za merenje materijalne dobiti, na čitav niz statističkih pokazatelja koji su odražavali druge aspekte razvoja, kao što su nivo uhranjenosti stanovništva, zdravstveno stanje, stepen pismenosti, pristup obrazovanju i kvalitet životne sredine.

Ova promena paradigme, ubrzala se naročito nakon izveštaja o ljudskom razvoju koje je UNDP počeo da objavljuje od 1991, ali i radovima ekonomiste Amartya Sena (*Amartya Sen*), koji je ljudski razvoj okarakterisao kao „ljudsku sposobnost širenja“, odnosno kao unapređenje ljudskih kapaciteta da vode život koji žele, uključujući i pristup kulturnim resursima i učešće u kulturnim aktivnostima (Sen, 1990). Težište na izuzetno važnu ulogu kulture u ovom sve razvijenijem scenariju stavila je Komisija UN za kulturu i razvoj („Komisija Pereza de Kueljara“), koja je 1995. godine objavila izveštaj „Naša kreativna raznolikost“ (UNESCO, 1995).

Mada postoji opšta prihvaćenost ideje da ljudski razvoj treba da bude u žiži razmišljanja o razvoju, ugrađivanje kulture u razvojne procese i dalje je nejasno, bez usaglašenog modela kojim bi se opisao taj proces. Napredak u poslednjih desetih godina u razumevanju uloge kulture u gore pomenutom razvoju svakako je ojačao prihvatanje postojanja te uloge, ali način artikulacije procesa i kako ga pretočiti u politiku i dalje čekaju na potpuno rešenje. U međuvremenu, razmatranja unutar kulturne politike sve više su obuzeta kulturnim industrijama. Mada značaj kulturnih industrija u odnosu na pitanje integrisanja kulture u održivi razvoj možda i nije odmah vidljivo, ove delatnosti zaista nude pragmatičan način za privlačenje pažnje donosioca odluka.

Prepoznavanje doprinosa koji kulturne industrije imaju u rešavanju socijalnih i ekonomskih pitanja u razvijenim i zemljama u razvoju, dovodi do toga da paradigma kulturnih industrija omogućava povezivanje kulture i ekonomije na način kojim se priznaje i ekonomski značaj kreativnih aktivnosti, ali i kulturnih vrednosti stvorenih njihovom realizacijom. Koje su implikacije kulturnih industrija na kulturnu politiku? Prvo, mogu se razlikovati situacije u ekonomski naprednim zemljama u poređenju sa

zemljama u ranijoj fazi razvoja. Kulturnim industrijama u razvijenim zemljama uglavnom dominiraju velike korporacije – svetski poznate izdavačke kuće ili muzičke produkcije, na primer – što se može shvatiti kao snažna komercijalna orijentacija kulturne politike. Nasuprot tome, kulturni sektor u zemljama u razvoju tipično je u rukama malih i srednjih preduzeća, sa primarnim težištem na lokalni ekonomski i kulturni razvoj.

Međutim, to je u velikoj meri netačna podela jer, bez obzira na stepen razvoja, većina zemalja zainteresovana je za kulturu na svim nivoima. Stoga, u razvijenim zemljama na primer, iako velika preduzeća u oblasti kulture mogu najviše doprineti ekonomski, kulturni sektor u ovim zemljama je, kao i svugde drugo u svetu, okrenut lokalnim kulturnim zbivanjima koja se zasnivaju na izvornoj kulturnoj produkciji i potrošnji. Slično tome, pažnja kreatora razvojne politike u zemljama u razvoju nije isključivo usredsređena na lokalni kulturni razvoj, već se teži istraživanju mogućnosti za veću integraciju ovog sektora u globalno kulturno tržište.

Dakle, kada razmatramo značaj kulturnih industrija za održivi razvoj, potreban je sveobuhvatniji pogled koji je dovoljno uopšten da identifikuje elemente razvojnih procesa, gde god da se oni pojave, ali taj pogled mora imati i dozu fleksibilnosti kako bi se procesi prilagodili konkretnim okolnostima i potrebama zemalja.

Uzevši u obzir način na koji se razvilo razumevanje koncepta održivosti i uloge kulture u razvoju kako je opisano u prethodnom delu, u nastavku ćemo se pozabaviti paketom načela za kulturno održivi razvoj i ukazati na to da se on najbolje može operacionalizovati kroz široko osmišljavanje razvoja kulturnih industrija i njihovo potencijalno pozicioniranje u planskim dokumentima bilo koje zemlje, regiona, grada ili opštine.

Možemo početi beleženjem formalnih sličnosti između prirodnog kapitala (prirodnih resursa, biodiverziteta i prirodnih ekosistema) i kulturnog kapitala (kulturnih bogatstava, kulturne raznolikosti i „kulturnih ekosistema“ ili mreža). Prema tome, moguće je izvesti niz razvojnih načela koji se mogu smatrati *kulturno održivim* po kriterijumima koji se odnose na održivi razvoj iz *ekološke* ili *perspektive zaštite životne sredine*. Predloženi paket načela je sledeći:

- *Međugeneracijska pravičnost*: razvoj mora imati dugoročnu perspektivu, ne treba da bude puko postizanje kompromisa između kapaciteta budućih generacija za pristup kulturnim resursima i ispunjavanje njihovih kulturnih potreba; ovaj zahtev podrazumeva da se posebna pažnja mora posvetiti zaštiti i unapređenju materijalnog i nematerijalnog kulturnog kapitala nekog naroda.
- *Intrageneracijska pravičnost*: razvoj mora da obezbedi da svi članovi zajednice bez diskriminacije mogu da pristupe, učestvuju i uživaju u kulturnoj proizvodnji; posebnu pažnju treba posvetiti najsiromašnijim članovima društva kako bi se osiguralo da razvoj bude usklađen sa ciljevima za smanjenje siromaštva.
- *Značaj raznolikosti*: kao što održivi razvoj zahteva zaštitu biodiverziteta, treba uzeti u obzir vrednost kulturne raznolikosti u odnosu na ekonomski, društveni i kulturni razvoj.
- *Princip predostrožnosti*: u suočavanju sa odlukama koje ostavljaju trajne posledice, kao što su uništavanje kulturnog nasleđa ili nestanak vrednih

kulturnih praksi, potrebno je opredeliti se za rešenja koja smanjuju rizik.

- *Međusobna povezanost*: ekonomski, društveni, kulturni i ekološki sistemi ne mogu se posmatrati odvojeno jedni od drugih; potreban je holistički pristup, odnosno, pristup koji prepoznaje međusobne veze, a naročito povezanost ekonomskog i kulturnog razvoja.

Ova načela mogu se posmatrati kao kontrolna lista na osnovu koje se može vršiti procena mera razvojnih politika u cilju obezbeđivanja kulturne održivosti.

Razlozi za zagovaranje integracije kulture u održivi razvoj iz perspektive kulturnih industrija u osnovi su pragmatični. Razvojna politika u razvijenim i zemljama u razvoju generalno je uokvirena ekonomskim uslovima, i artikuliše se kroz različita sredstva putem kojih vlade sprovode ekonomsku politiku: fiskalnu i monetarnu politiku, trgovinsku politiku, politiku zapošljavanja, politiku regionalnog razvoja, i slično. Ekonomisti zaduženi za kontrolu javnih finansija u trezorima i ministarstvima finansija ponekad nisu impresionirani argumentacijom koja se isključivo zasniva na kulturnim vrednostima. U takvim okolnostima, može se zaključiti da je najveća nada za integrisanje kulture u razvojnu agendu kroz ukazivanje na to kako kulturne industrije utiču na održiv razvoj, kao i doprinosom koji umetnička i kulturna produkcija, njena diseminacija i učešće u kulturnim aktivnostima imaju na ekonomsko osnaživanje, kulturno bogaćenje i društvenu koheziju u zajednici.

Takav pristup ne podrazumeva da ekonomski ciljevi imaju prednost nad kulturnim u kulturnom održivom razvoju. Ostvarivanje održivosti u razvoju kulturnih industrija u svim segmentima zahteva pažljivo negovanje ključnih umetničkih aktivnosti koje predstavljaju temelj na kojem se grade ostale industrije. Ovaj argument može se ojačati kroz osmišljavanje razvojnih politika u oblasti kulturnih industrija koje prate koncept „koncentričnih krugova“ izgrađenih oko primarne umetničke i kulturne produkcije (Throsby, 2001). Pomenuti model ukazuje da je kreativnim umetnicima i umetničkim organizacijama potrebno zdravo i podsticajno okruženje kako bi se mogle razviti komercijalnije delatnosti u kulturnom sektoru. Obezbeđivanjem adekvatne politike podrške za umetničke aktivnosti i kulturno nasleđe može se osigurati integritet umetničke i kulturne produkcije i potrošnje sa ciljem poboljšanja ekonomskog doprinosa koji kulturna preduzeća mogu ostvariti.

Razmatranja u prethodnom tekstu mogu se grupisati u paket praktičnih smernica za formulisanje politike čiji je cilj usmeren na integrisanje kulture u održivi razvoj. Te smernice bile bi sledeće:

- Ne postoji jedan savršen recept ili jedan instrument javne politike koji može obezbediti održivi razvoj; umesto toga, potrebno je obezbediti paket mera čiji će se sastavni delovi razlikovati od zemlje do zemlje, u zavisnosti od njihovih specifičnih potreba.
- Samim tim, kreiranje politike neće biti odgovornost jednog ministarstva, već će zahtevati saradnju više državnih organa i agencija koji se bave različitim pitanjima ekonomskog, socijalnog i kulturnog razvoja.
- Prepoznavanje ekonomskih potencijala kulturnih industrija pruža praktičan način za uvođenje kulture u širi plan ekonomskog razvoja. U isto vreme, neophodno je prihvatiti da razvojna politika mora da obezbedi ekonomske i kulturne koristi; to

zahteva uspostavljanje jasnih razlika između ekonomskih i kulturnih vrednosti koje ovaj sektor treba da stvori.

- U skladu sa prethodnim zahtevom, bitan element bilo koje kulturno održive razvojne politike, bez obzira na nacionalni kontekst, mora biti posvećivanje pažnje potrebama kreativnih umetnika i umetničkih organizacija i odlučna politika u pogledu očuvanja materijalnog i nematerijalnog kulturnog nasleđa.
- Pažnju treba posvetiti i dugoročnim ulaganjima u infrastrukturu, uključujući: *fizičku infrastrukturu* za potrebe kulturne proizvodnje, distribucije i potrošnje; *institucionalnu infrastrukturu* kao što su javne kulturne organizacije i agencije; *pravnu i regulatornu infrastrukturu* kao što je efikasan sistem zaštite autorskih prava; *finansijsku infrastrukturu* za obezbeđivanje kvalitetne osnove za pristup finansijama.
- Imajući u vidu da se procesi kulturno održivog razvoja odigravaju u okviru zajednica, važno je da se na lokalnom nivou dugoročno radi na izgradnji lokalnih kapaciteta, kako bi se donošenje odluka i raspodela resursa za kulturu delegirale koliko je to moguće, lokalnim nivoima.
- Svaki paket mera razvojne politike trebalo bi proceniti u skladu sa napred navedenim načelima kulturno održivog razvoja, kako bi se obezbedilo da budu ispunjeni bitni zahtevi održivosti.

Napomena: Ovaj rad zasnovan je na delovima izveštaja Throsby, D. (2008) "Culture in sustainable development: insights for the future implementation of art 13", UNESCO CE/o8/Throsby/Art. 13.

Literatura

Sen, A. (1990) "Development as capacity expansion", in Keith Griffin and John Knight (eds.), *Human development and the international development strategy for the 1990s*, London: Macmillan, pp. 41–58.

Meadows, D. et al. (1972) *The limits to growth: a report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind*, New York: Universe Books

Throsby, D. (2001) *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press

UNESCO World Commission on culture and development (1995) *Our Creative Diversity*, Paris: UNESCO

Ansambl narodnih igara i pesama „KOLO” osnovan je 1948. Izvodi narodne koreografske minijature, tematski režirane narodne igre i posebne pevačke programe. Na fotografijama (str.14-15) deo scenskog nastupa Banatski motivi (Niš, 2015) // koreografija: Dobrivoje Putnik // www.kolo.rs



2

**UPRAVLJANJE
RAZVOJEM KULTURNIH
I KREATIVNIH INDUSTRIJA
NA LOKALNOM NIVOU:
MEĐUNARODNI OKVIR,
KONCEPTI I MODELI**



Institucionalne okvire za razvoj kulturnih industrija i osiguravanje ljudskog prava na pristup i uživanje kulturnih sadržaja čine brojni, međupovezani strateški dokumenti, političke agende i multilateralni sporazumi. Njima se u prvom redu iskazuju nastojanja da se povežu kultura i procesi razvoja ljudskog društva. Ideje o slobodi mišljenja, kulturi i slobodnom ispoljavanju stvaralačkih potencijala pojedinaca i grupa imaju dugu tradiciju. Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima daje centralno mesto i značaj koji svaka jedinka ima u pogledu prava na dostojanstven život, slobodu i ličnu sigurnost (UN 1948), a određenje kulture kao ljudskog prava predstavlja najosnovniju dimenziju ljudskog dostojanstva (Pascual i dr. 2011). Kao takvo, pravo na kulturu utkano je i u osnivački akt Uneska, gde se ono kroz njegove funkcije i aktivnosti ostvaruje kroz podsticanje „bogatstva raznolikosti kultura i slobodan protok ideja putem reči i slika“ (UNESCO 2007:3). Kroz istorijsku perspektivu čini se da uloga kulture i kulturnih industrija, kao i njihov tretman u međunarodnom institucionalnom okviru nisu bili jasno formulisani, sve do objavljivanja izveštaja Svetske komisije za kulturu pod nazivom „Naša kreativna raznolikost“ kojim je kulturi data esencijalna dimenzija u novoj razvojnoj paradigmi sa „ljudskim likom“ i predloženo njeno postavljanje na centralno mesto, sa dosadašnjih margina razvoja (UNESCO 1995). Dalja konceptualizacija ovih premisa usledila je održavanjem Međunarodne konferencije o kulturnim politikama za razvoj u Stokholmu 1998. godine (UNESCO 1998) kada je oko 150 predstavnika vlada postiglo saglasnost da kulturu uključe u svoje razvojne politike i strategije i publikovanjem Svetskog izveštaja o kulturi (UNESCO 2000). Ovi dokument su značajni, jer su pružili narative o tome kako kultura može doprineti razvoju shvaćenom u najširem smislu te reči, ujedno podvlačeći značaj kulturnog stvaralaštva i njegove raznolikosti kao izvora ljudskog napretka.

Debati o održivom razvoju i kulturi, 1997. godine pridružuje se Radna grupa za kulturu i razvoj Saveta Evrope, objavljujući izveštaj „U/od margina(ma)“ (Council of Europe 1997). Glavna tema ovog izveštaja je evropska perspektiva u promeni tretmana kulture i promišljanjem o njenoj novoj razvojnoj ulozi. Izveštaj je donet u periodu uspostavljanja evrointegracionih procesa i njihovog jačanja, kada se o kulturi kao dimenziji tih procesa nije ni govorilo u Evropi. Zbog osetljivosti teme, Savet Evrope zastupao je ideju interkulturalizma sagledavajući ovaj fenomen kao proces koegzistencije različitih kultura koje dolaze u dodir, i time jedna drugu obogaćuju.

Ovde svakako treba imati u vidu, da okruženje u kome se raspravljalo o ovim temama, oslikava period kada kulturna dobra i usluge dobijaju rastući značaj u međunarodnoj trgovini. O tome govore i podaci iz Uneskovog Izveštaja o međunarodnim tokovima kulturnih dobara i usluga (UNESCO 2000a) koji pokazuje da je vrednost trgovine ovim dobrima uvećana za skoro 5 puta u periodu 1980–98. i da je na kraju pomenutog perioda dostigla udeo od 2,8% svetskog izvoza i 3,8% vrednosti svetskog uvoza. Nasuprot pomenutim tendencijama, pitanje održavanja i podsticanja kulturne raznolikosti i kulturnih industrija bilo je još uvek poprište protivrečnih stavova, a diskusije na ove teme su više puta pokrenute i na prethodnim Uneskovim konferencijama u Monaku (1969), Veneciji (1970) i Meksiku (1982). Jačanje kulturne raznolikosti bio je veliki izazov za zemlje koje nisu postigle ekonomsku i političku stabilnost, jer bi usmeravanje javnih politika ka ovom pristupu vodilo nacionalnoj dezintegraciji kao posledicu postojanja izražene kulturne raznolikosti. Nasuprot protivrečnostima koje nosi ovaj koncept u sebi, procesi njegovog prihvatanja kao centralnog principa javnih politika afirmisani su kroz različite radne materijale i

saopštenja međunarodnih organizacija. Uporedo sa ovim uvodi se i termin kulturnih industrija u javne politike. On se veoma diskretno spominje u Uneskovoj deklaraciji o kulturnim politikama, kroz isticanje značaja kulturnih industrija u širenju kulturnih sadržaja i osiguravanju dostupnosti kulture, te im se daje tretman ključnih mehanizama za demokratizaciju kulture (UNESCO 1982; UNESCO 1982a). Iste godine, Unesko objavljuje komparativnu studiju o kulturnim industrijama i njihovoj ulozi u nekim od najrazvijenijih zemalja čije su javne politike prepoznavale ovaj koncept (Kanada, Francuska, Finska), ali isto tako i u zemljama u razvoju (Kenija, Tanzanija), te onima koje pripadaju socijalističkom bloku poput Kube (UNESCO, 1982a).

Nešto značajnije mesto kulturne industrije su dobile u Svetskom izveštaju o kulturi (UNESCO 2000), gde je započelo njihovo razmatranje u svetlu ekonomskih fenomena. One su viđene kao ključni mehanizam za smanjenje neravnoteže koja postoji u tokovima i razmeni kulturnih dobara na globalnom nivou. Ideja o unapređenju kulturne raznolikosti i kulturnih industrija postavljena je u centar multilaterarnih odnosa donošenjem Univerzalne deklaracije o kulturnoj raznolikosti (UNESCO 2001), a kasnije i Uneskove Konvencije o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza (2005). To je period kada je po prvi put na eksplicitnom nivou upućen apel državama da prepoznaju značaj kulturnih industrija, ne samo kao moćnih instrumenata za ostvarivanje kolektivnih i individualnih kulturnih identiteta, već i vodećih snaga u sveobuhvatnom održivom kulturnom i ekonomskom razvoju.

Ovom trendu, mada u izmenjenim narativima i perspektivama, svoj doprinos daju i ostale agencije Ujedinjenih nacija koje se prvenstveno bave pitanjima trgovine i razvoja. Tako na primer, UNCTAD nakon usvajanja Deklaracije o kulturnim industrijama i razvoju (UNCTAD 2004) objavljuje dva svetska Izveštaja o kreativnoj ekonomiji (UNCTAD 2008; UNCTAD 2010) u kojima se podvlači kulturna i ekonomska dimenzija kulture i razvoja, te apostrofiraju na značaj većeg uključivanja zemalja u razvoju u ove procese, koje obiluju velikim bogatstvom kulturne raznolikosti i autentičnih izraza.

Početak 21. veka označiće period jačanja dijaloga među kulturama u svom bogatstvu raznolikosti kulturnih izraza i potvrđivanja dualne prirode kulturnih sadržaja, kao ekonomskih i kulturnih dobara (UNESCO 2007:3–4). Ovim otpočinje proces afirmisanja načela komplementarnosti ekonomskih i kulturnih perspektiva razvoja. Kulminacija pomenutih tendencija i isticanje značaja koji ima kulturno senzitivni pristup razvoju dogodila se 2010. godine objavljivanjem Rezultata Milenijumskih razvojnih ciljeva (UN, 2010a), kao i usvajanjem UN Rezolucije o kulturi i razvoju (UN, 2010b). Oba dokumenta apelovala su da zemlje članice UN razviju načine kojima mogu dokumentovati i podsticati razvoj kulturnih i kreativnih industrija i njihovo razvojno dimenzioniranje (prikupljanje podataka, istraživanja, studije, indikatori praćenja razvoja i sl).

Skoro usvojena Agenda održivog razvoja do 2030. Ujedinjenih nacija govori o relevantnom mestu kulture u stvaranju novog globalnog partnerstva sa ciljem smanjenja siromaštva i transformacije ekonomija putem održivog razvoja (UN, 2015). Smatra se da razvoj mora biti pre svega inkluzivan, odnosno da omogućava svim grupama da učestvuju u kreiranju mogućnosti, dele koristi od razvoja i učestvuju u donošenju odluka (Commission on Growth and Development, 2008; UN 2013). Drugim rečima, održiv i inkluzivan razvoj podrazumeva neprekidan proces strukturnih promena u društvu i jačanja sinergijskog delovanja kulture i kreativnih industrija. To sa sobom

nosi transformaciju primarne uloge kulture kao nosioca istorije i sećanja, ka diversifikaciji njenih razvojnih funkcija. Razvojne funkcije kulturnih i kreativnih industrija i njihov mogući uticaj na ostvarivanje UN milenijumskih ciljeva održivog razvoja do 2030. prikazani su u tabeli 1.

Kao što je napred objašnjeno, normativni i vrednosno-idejni instrumenti međunarodnih organizacija nameću institucionalne okvire delovanja u oblasti kulturnih i kreativnih industrija. Njihovim usvajanjem osiguravaju se uslovi da pitanja razvoja kreativnog sektora budu bolje rešena. U osnovi većine pomenutih međunarodnih aktivnosti uočava se primarna utemeljenost u ljudskim slobodama i pravima, na kojima je izgrađeno moderno demokratsko društvo i konceptu održivog razvoja. Fenomeni kulturnih i kreativnih industrija ne mogu se posmatrati odvojeno od šireg društvenog konteksta u kome nastaju. Ekonomsko dimenzioniranje kulturnih i kreativnih industrija i efikasne politike upravljanja omogućavaju da se kroz zaštitu i unapređenje kulturnih raznolikosti obezbede osnove za ostvarivanje kako ekonomskih, tako i kulturnih prava pojedinaca i društvenih grupa, pri čemu se nijedna dimenzija ovog razvojnog procesa ne sme negirati. Veoma je važno da oba procesa, i ekonomski i kulturološki, budu praćeni i podržavani s posebnom pažnjom, jer, u protivnom favorizovanje jednog od njih dovodi do razvojnih neravnoteža, koje tokom vremena mogu delovati kao kočnice daljeg razvoja.

Koncepti i klasifikacije: Važno pitanje uključivanja kulturnih i kreativnih industrija u razvojne procese na lokalnom nivou predstavlja izbor njihovog koncepta i klasifikacije. Prvi put termin „kulturna industrija“ pojavio se sredinom šezdesetih godina prošlog veka u kritici Frankfurtske sociološke škole o industrijalizaciji kulturnih sadržaja. Nastanak termina „kreativne industrije“ vezuje se za 1994. godinu i usvajanje australijske strategije „Kreativna nacija: kulturna politika komonvelta“ (DCA, 1994). Najveći doprinos popularizaciji kreativnog sektora dala je Velika Britanija, naročito kroz programe Britanskog saveta i širenje ideje o mapiranju ovog sektora. Danas ovaj koncept zauzima značajno mesto u razvojnim politikama širom sveta, a podjednako se koriste i termin kulturne industrije i kreativne industrije. Kreativne industrije više pogoduju zemljama anglosaksonskog bloka, kao i onim koje insistiraju na bliskoj vezi informaciono-komunikacionih tehnologija i kulturnih proizvoda i usluga. Termin kulturne industrije bliži je zemljama koje karakteriše jaka uloga države u kulturi i javni sektor u kulturi, a ova oblast vidi se kao ključna za promovisanje i održavanje kulture raznolikosti i osiguravanje demokratičnosti kulturne politike. Za potrebe našeg priručnika dovoljno je razumeti da su kulturne industrije deo šire grupe kreativnih industrija, i da podjednako mogu biti značajne za javnu politiku, u zavisnosti od lokalnog kulturnog i ekonomskog konteksta. Više o konceptima kulturnih i kreativnih industrija i okviru njihove klasifikacije može se pročitati u Uneskovom priručniku „Merenje ekonomskog doprinosa kulturnih industrija“ (UNESCO, 2012). Uglavnom se savremeni koncept kreativnih industrija vezuje za postindustrijsko društvo, veliki uticaj informaciono-komunikacionih tehnologija i značaju informacija, znanja i kreativnosti u ekonomiji. Ovaj priručnik se bavi primenom načela i ciljeva Uneskovke Konvencije o zaštiti i promociji kulturnih izraza (2005), u procese razvojnog planiranja na lokalnom nivou, te je i definicija kulturnih industrija i pratećih elemenata prilagođena ovoj konvenciji. Ona pruža deskriptivnu definiciju kulturnih industrija. U njoj su one definisane „kao delatnosti koje proizvode i distribuiraju kulturna dobra i usluge“.

Tabela 1. Uticaja razvoja kulturnih i kreativnih industrija na ostvarivanje UN milenijumskih ciljeva održivog razvoja 2030.

Cilj	Mehanizam uticaja	Cilj	Mehanizam uticaja	Cilj // Mehanizam uticaja
 <p>Iskoreniti ekstremno siromaštvo u svim njegovim formama</p>	<p>Manje poslovne jedinice koje prevladaju u KKI otvaraju mogućnost za zapošljavanje i povećanje dohotka i često omogućuju i bolje balansiranje između posla i porodice</p>	 <p>Afirmacija održivog i inkluzivnog razvoja</p>	<p>Razvoj kreativnih industrija može omogućiti unapređenje kreativnog preduzetništva, inovacije i osnaživanje mikro i malih organizacija; kombinacijom tehnologija i inovacija u sferi kreativne ekonomije može se ostvariti visoka dodata vrednost i produktivnost</p>	 <p>Održivo korišćenje teritorijalnog ekosistema</p> <p>Kreativna ekonomija istovremeno stimuliše kreativnost i civilni angažman u aktivnostima zaštite životne sredine, čime promoviše koristi od kulturne raznolikosti i biodiverziteta</p>
 <p>Unaprediti rodnu ravnopravnost i osnažiti žene</p>	<p>Razvoj KKI ima pozitivan uticaj na zapošljavanje žena - veliko učešće žena u pojedinim delatnostima kreativnog sektora; posedovanje specifičnih znanja i veština; mogućnosti za bolji balans između obaveza na poslu i obaveza u domaćinstvu; fleksibilni oblici zapošljavanja</p>	 <p>Industrija, inovacija i razvoj infrastrukture</p>	<p>Bolja povezanost KKI i tradicionalnih sektora može doprineti transferu tehnologije, znanja i poslovnih modela i ubrzati pozitivne eksterne efekte koje KKI imaju na razvoj cele ekonomije; estetizacija tradicionalne proizvodnje bazirana na softiranom dizajnu može dati doprinos diverzifikaciji industrije i stvaranju visoke dodate vrednosti</p>	 <p>Partnerstvo za razvoj</p> <p>Kulture i kreativne industrije podstiču međunarodnu saradnju, socijalnu uključenost mladih i razvoj novih tehnologija (naročito IKT)</p>
 <p>Odgovorna potrošnja resursa i proizvodnja</p>	<p>Razvoj kreativnog turzima koji se bazira na KKI može doprineti kreiranju radnih mesta i promovisanju lokalnih kultura i kreativnih dobara na održiv način</p>	 <p>Promocija mira i inkluzivnog društva</p>	<p>Kulture i kreativne industrije predstavljaju nosioce kulturnih vrednosti, putem kulturnih sadržaja omogućavaju interkulturalnu komunikaciju, upoznavanje drugih kultura i promovisanje miroljubivog i nenasilnog društva</p>	

Napomena: Korišćene ilustracije u tabeli UN ciljevi održivog razvoja 2030. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals>



Kulturna dobra i usluge i aktivnosti su ona dobra i usluge koja sadrže ili prenose kulturne izraze bez obzira na komercijalnu vrednost koju mogu imati (UNESCO, 2005). Konvencija je primarno namenjena nacionalnom nivou i zaštiti kulturnog sektora u procesima međunarodne trgovine, kako u pogledu produkcije ovih sadržaja, tako i njihove distribucije. U osnovi kulturnih dobara i usluga jesu kulturni izrazi – rezultat kreativnosti pojedinca i grupa koji imaju kulturni sadržaj. Uneskova Konvencija (2005) teži antropološkom definisanju kulture i kulturnih industrija. Ovaj pristup podrazumeva da kulturni sadržaji nastaju kao stvaralaštvo i praksa čitavog društva – sve ono što je čovek stvorio svojim radom u cilju duhovnog i materijalnog napretka društva – i da postoje različiti oblici u kojima se pojavljuje individualna kreativnost. Pojedina pravna tumačenja ove konvencije pokazuju da je za prepoznavanje kulturnog sadržaja kakvog ga konvencija definiše, najvažnije da on poseduje neki od ova tri elementa: simboličko značenje, umetničku dimenziju i/ili kulturnu vrednost (Von Schorlemer and Stoll, 2012:153).

Konvencija ne daje perskriptivnu definiciju kulturnih industrija, niti njihovu klasifikaciju. Ovakav pristup omogućava da se u skladu sa konkretnim društveno-ekonomskim kontekstom odrede privredne grane i poslovni subjekti koji sačinjavaju sektor kulturnih industrija. Primetno je da se u klasifikaciji ovog sektora često koristi i adaptira Uneskov Okvir za kulturnu statistiku (2009) radi lakše operacionalizacije mera i delovanja javnih politika, kao i radi lakšeg redizajniranja statistike u oblasti kulture (Throsby, 2015).

Rasprave koje se vode oko klasifikacije kulturnih i kreativnih industrija traju skoro jednu deceniju. Ukoliko se uzmu u obzir i polemike u okviru teorije estetike i klasifikacije umetnosti kao njihova preteča, onda ova debata traje skoro jedan vek. Stvaralaštvo samo po sebi je dinamična oblast u kojoj je teško povući jasne granice gde jedna forma prestaje, a druga počinje. Zbog toga je nemoguće naći konačne odgovore na pitanja klasifikacije kulturnih i kreativnih industrija, već ovoj temi treba pristupati kontekstualno – u odnosu na tradiciju, razumevanje kulture i društveni kontekst. Uneskov okvir klasifikacije kulturnih industrija sadrži 6 domena unutar kojih su grupisane različite delatnosti koje pripadaju ovom sektoru. Okvir je zasnovan na konceptu kulturnog ciklusa u stvaranju i produkciji kulturnih sadržaja i sve delatnosti se dele na aktivnosti stvaranja, produkcije, diseminacije, izlaganja/prenošenja i potrošnje kulturnih sadržaja (UNESCO, 2009). Kulturni domeni su veoma slični sektorima, granama i oblastima kako ih prepoznaje standardna industrijska klasifikacija delatnosti. Radi šire slike o potencijalnom efektu kulture na ekonomiju, pomenuti okvir obuhvata i povezane domene i opremu i materijal koji služe za nesmetano obavljanje kulturne produkcije. Međutim, mere javnih politika uglavnom su fokusirane da pruže podršku razvoju ključnim kulturnim i kreativnim industrijama. Okvirne klasifikacije kulturnih i kreativnih industrija prikazane su u prilogu ovog priručnika. Ovde treba i napomenuti Trozbijev model koji opisuje odnose između umetnosti i kulturnih i kreativnih industrija, a koji kombinuje kulturni i industrijski pristup u klasifikaciji ovog sektora. On omogućava da se bolje razumeju odnosi između kulturnih i komercijalnih vrednosti. U njemu, centralno mesto zauzimaju umetničke delatnosti koje su u sedištu – književnost, muzika, izvođačke umetnosti, likovne umetnosti, film, muzeji, galerije, biblioteke, fotografija. One omogućuju da se kreira kulturna vrednost u obliku umetničkog ili kulturnog sadržaja. Iz ovog centra sledi niz slojeva, koncentričnih krugova koji opisuju delatnosti koje koriste umetničke ideje i sadržaje na komercijalni način. Što su delatnosti dalje od

centra, njima se smanjuje kulturna vrednost, a povećava komercijalna (Throsby, 2010:91).

Specifično pitanje u klasifikaciji kulturnih i kreativnih industrija predstavlja tretman umetničkih, starih i retkih zanata, kao i domaće radinosti. Ove aktivnosti veoma često predstavljaju najznačajniji deo kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou, naročito malih opština. Najširi okvir klasifikacije ovih aktivnosti prikazan je u prilogu 3 ovog priručnika, kao i veza sa kulturnim domenima koje smo napred objasnili. Veza između ovih delatnosti i domena je uslovnog i kontekstualnog karaktera. Naime, iskustva u praksi pokazala su da je neophodno nakon preliminarnog mapiranja sektora izvršiti proveru proizvodnog asortimana kreativnih preduzetnika, jer se veoma često mogu susresti situacije da je reč o proizvodnji robe široke potrošnje, a ne o proizvodima koji se zasnivaju na tradicionalnim kulturnim izrazima. Da se ne bi dobila pogrešna slika o veličini i razvojnoj dinamici sektora, provera terenskim obilascima ovih poslovnih aktivnosti je neophodna.

Modeli upravljanja i razvoja kreativnog sektora: Uneskova Konvencija usmerena je na podsticanje raznolikost kulturnih izraza kroz razvojne politike i druge prikladne mere. Prepoznavanje potencijala i održivo upravljanje kulturnim i kreativnim industrijama treba da posluži lokalnim samoupravama i drugim zainteresovanim stranama kao okvir za njegovo uključivanje i u druge lokalne razvojne strategije i projekte (npr. lokalne planove održivog razvoja; lokalne planove zaštite životne sredine, lokalne strategije razvoja turizma; akcione planove za mlade, rome ili ekonomsko osnaživanje žena; razvoj lokalne privrede i sl.).

Savremeni javni menadžment u oblasti kulturnih i kreativnih industrija suočen je sa nekoliko ključnih pitanja – na koji način upravljati raznolikim i heterogenim kulturnim delatnostima, kako obezbediti adekvatne mere koje će podržati ovaj sektor, na koji način stvoriti uslove za njegov održiv razvoj..? Kao odgovor na ove izazove, generalno se mogu prepoznati dva modela upravljanja razvojem kreativnog sektora na lokalnom nivou: intervencionistički i deregulatorni. Prvi tip podrazumeva jaku ulogu lokalne samouprave i njenu usmerenost na procese i načine postizanja rezultata u kreativnom sektoru, dok su sami rezultati od sekundarnog značaja. Lokalna samouprava i javni sektor su nosioci politike razvoja kreativnog sektora, a način donošenja odluka i mera hijerarhijski. Drugi tip podrazumeva fleksibilnost lokalne samouprave, uz fokusiranje na rezultate razvoja kreativnog sektora, dok su procesi i načini postizanja rezultata prepušteni akterima iz kreativnih industrija. Veoma često ovaj tip karakteriše i prepuštanje upravljanja razvojem kreativnog sektora posredničkim (agencije za kreativne industrije) ili savetodavnim (saveti za kulturu, radne grupe) telima, a lokalna samouprava je fokusirana na izgradnju i jačanje lokalnih institucija.

Mere i pristupi lokalnom razvoju kreativnog sektora zavise od razvojne faze u kojoj se on nalazi. Karakteristične su uglavnom tri faze:

- **Faza primarnog rasta** u kojoj se stvaraju inicijalni uslovi za razvoj sektora. Mere koje se preduzimaju u ovoj fazi trebalo bi da stvore stimulativne preduslove za rast i razvoj kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou. Uglavnom su ove mere vezane za oblast unapređenja institucionalnog okruženja i upravljanja (detaljno objašnjeno u odeljku 7.1. ovog Priručnika). Napominjeno da se najveći deo aktivnosti u ovoj fazi odnosi na mapiranje sektora, uspostavljanje statističke

osnove za praćenje njegovog razvoja, uspostavljanje institucionalnih mehanizama za koordinaciju javnih politika i planova, podizanje javne svesti o razvojnim potencijalima sektora i stvaranje strateških alijansi u formi mreža, lokalnih akcionih grupa, radnih tela i sl.

- **Faza kreativnog uzleta** je faza kada dolazi do razvoja sektora, strukturnih promena u njemu i širenja tržišta kulturnih dobara i usluga. Mere u ovoj fazi trebalo bi da ojačaju ljudske, finansijske i infrastrukturne kapacitete sektora. Najveći broj ovih mera objašnjen je u odeljcima 7.2; 7.3 i 7.5. Napominjemo da je prioritet u ovoj fazi razvoj novih modela podrške finansijskog i nefinansijskog karaktera koji obuhvata sledeće aktivnosti po prioritetima: izgradnju ljudskih kapaciteta, unapređenje veština i znanja; unapređenje kulturne infrastrukture, stvaranje uslova za širenje kreativnog preduzetništva kroz poslovnu inkubaciju i biznis akceleratora; unapređenje uslova za pristup finansijama.
- Treća faza je faza **dodatnog rasta kreativnog sektora sa značajnim efektima prelivanja**. Mnoga istraživanja i studije pokazala su da kulturne delatnosti proizvode eksterne efekte koji mimo tržišnog mehanizma utiču na lokalnu sredinu. Ekonomska teorija in naziva eksternim efektima (tzv. efekti prelivanja) i njih stvara investiranje u određene kulture projekte ili delovanje određenih subjekata iz kreativnog sektora. Prema svom dejstvu eksterni efekti mogu biti multiplikatorski, akceleratorski i gravitacioni. *Efekti multiplikacije* predstavljaju snagu kojom investicije u kreativni sektor utiču na rast dohotka lokalne zajednice i novo zapošljavanje. *Akceleratorski efekti* odnose se na efekte koje investiranje u kreativni sektor proizvodi na dinamiku rasta lokalne ekonomije i njenu diversifikaciju. *Gravitacioni efekti* su efekti koji se pojavljuju u dugom roku i utiču na atraktivnost regiona, unapređenje kvaliteta života, migracije stanovništva, unapređenje poslovne klime i sl. Prema tipovima efekti prelivanja mogu biti u obliku transfera znanja, privrednog rasta i umrežavanja (Tom Fleming Creative Consultancy, 2015). *Efekti transfera znanja* iz kreativnog sektora odnose se na nove ideje, inovacije i procese koji se mogu koristiti u drugim privrednim oblastima. Oni se mogu ispoljiti u vidu stimulisanja kreativnosti, unapređenja veština i rasta zapošljivosti radne snage, jačanja međusektorske saradnje, razvoja novih poslovnih modela i upravljačkih struktura, razmene i stvaranja novog znanja. *Efekti prelivanja privrednog rasta na druge delatnosti* ukazuju na koristi koje se ostvaruju u okviru različitih lanca vrednosti kulturnih i kreativnih industrija odnosno privrednih grana koje se nalaze u ulozi njihovih dobavljača (npr. povećanje investiranja, rast produkcije, poboljšanje produktivnosti i sl.). *Mrežni efekti prelivanja* povezani su sa koncentracijom kreativnih biznisa i njihovom aglomeracijom na određenoj teritoriji. Mogu se ispoljiti u vidu urbanog razvoja, socijalne kohezije, unapređenja kvaliteta života, kreiranja atraktivnog okruženja, stvaranja inovativnog duha mesta, gradskog/opštinskog identiteta i sl.). Ovu fazu razvoja kreativnog sektora treba da karakterišu mere usmerene na podsticanje i jačanje uticaja kreativnih industrija na druge sektore lokalne privrede. Neke od njih su detaljnije opisane u odeljku 7.4, ali se mogu kombinovati i sa drugim merama opisanim u 7. delu ovog Priručnika.

Sve tri faze mogu se smatrati modelom održivog razvoja kulturnih i kreativnih industrija, jer se u svakoj fazi stvaraju uslovi za narednu fazu, rast i razvoj ovog sektora.

Literatura

- Commission on Growth and Development (2008) *Growth Report: Strategies for sustained Growth and Inclusive Development*, Washington: World Bank
- Council of Europe (1997) *From the margins: A contribution to the debate on Culture and Development in Europe*, Strasbourg: Council of Europe
- DCA (1994) *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, Department for cultural affairs
- Pascual, i dr. (2011) *Vodič za učešće građana/ki u razvoju lokalnih kulturnih politika u evropskim gradovima*, Kotor: Expedito
- Tom Fleming Creative Consultancy (2015) *Cultural and creative spillovers in Europe: Report on preliminary evidence review*, Tom Flemin Creative Consultancy
- Throsby, D. (2010) *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge: Cambridge University Press
- Throsby, D. (2015) *Asia and the Pacific Policy Studies* Vol. 2, Issue 2, pages 370–382, May 2015
- UN (1948) *Universal declaration on human rights*, New York: United Nations
- UN (2013) *New global partnership: eradicate poverty ad transform economies through sustainable development*, New York: United Nations
- UN (2015) *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*, A/RES/70/1 New York: United Nations
- UN General Assembly (2010a) *Keeping the promise: united to achieve the Millennium Development Goals*, The outcome of the Millennium Summit, A/65/L.1, New York: UN
- UN General Assembly (2010b) *Resolution on Culture and Development*.A/C.2/65/L.50. New York: UN
- UNCTAD (2004) *Creative Industries and Development*. Eleventh session, Sao Paolo: UNCTAD
- UNCTAD (2008) *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making*, New York: UN
- UNCTAD (2010) *Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option*, New York: UN
- UNESCO (1982) *Mexico City Declaration on Cultural Polices*, UNESCO World Conference on Cultural Policies, Mecixo City
- UNESCO (1982a) *Cultural industries: a challenge for the future of culture*, Paris: UNESCO
- UNESCO World Comission on culture and development (1995) *Our Creative Diversity*, Paris: UNESCO
- UNESCO (1998) *Culture, Creativity and Markets*, Paris: UNESCO
- UNESCO (2000) *Cultural Diversity, Conflicts and Pluralism*, Paris: UNESCO
- UNESCO (2000a) *Flows of Selected Goods and Services 1989–1998*, Paris: UNESCO
- UNESCO (2001) *Universal declaration on cultural diverstiy*, Records of the General Conference, 31st Session, Paris: UNESCO, 15 October to 3 November 2001
- UNESCO (2007) *Deset objašnjenja uz Konvenciju o zaštiti i promovisanju raznolikosti kulturnih izraza*, CLT/CEI/DCE/2007/PI/32, Pariz: UNESCO
- UNESCO (2012) *Measuring economic contribution of cultural industries: review and assessment of current methodology*, Montreal: UNESCO, Institute for statistics
- Von Schorlemer, S. and Stoll, P.T. (eds.) (2012) *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Springer





A man in a dark suit, white shirt, and striped tie is talking to a woman in a red top and black skirt. They are outdoors, possibly on a boat or a dock, with a wooden chair and a microphone visible. The man has a crest on his jacket. The woman is holding a red handbag. The background shows trees and a building.

3

**PROCES I FAZE
PLANIRANJA
RAZVOJA
KULTURNIH
I KREATIVNIH
INDUSTRIJA**

Planiranje razvoja kulturnih i kreativnih industrija predstavlja kompleksan proces koji započinje analizom stanja i procenom razvojnog potencijala sektora, nastavlja se utvrđivanjem ciljeva i završava programiranjem mera podrške. Kao ishod ovog procesa nastaju strateški dokumenti (politike, strategije, agende, planovi...) koji predstavljaju skup promišljenih mera kojima se usmerava razvoj kreativnog sektora. Planiranje razvoja kulturnih i kreativnih industrija mora da obezbedi realizaciju ekonomskih i kulturnih ciljeva i da uspostavi ravnotežu između njih. Među ekonomske ciljeve razvoja kreativnog sektora spadaju: efikasnost korišćenja resursa, zaposlenost, stabilnost cena, povećanje izvoznih performansi, internacionalizaciju poslovanja u kreativnom sektoru, stvaranje održivih modela razvoja sektora, podsticanje kreativnog preduzetništva, unapređenje ljudskih resursa i obrazovanja, transfer znanja i tehnologije, olakšavanje pristupa finansijama, podsticanje inovacija i sl. Kulturni ciljevi podrazumevaju dostupnost kulturnih sadržaja za sve građane, ostvarivanje kulturnih prava, zaštitu kulturne raznolikosti, unapređenje kulturnih potreba stanovništva, obezbeđivanje uslova za kulturni razvoj, slobodu stvaralaštva i afirmaciju kreativnog rada, promociju i zaštitu jezičke raznolikosti, podsticanje kulturne izvrsnosti, jačanje lokalnog kulturnog identiteta, socijalne kohezije, stvaranje svesti o raznolikosti i bogatstvu lokalne kulturne ponude, smanjenje nasilja i promovisanje kulture mira, unapređenje kvaliteta životnog okruženja, kulturnu diplomatiju i dr. Konkretni ciljevi biće utvrđeni u odnosu na potrebe lokalne zajednice, kreativnih preduzetnika, javnih institucija u kulturi, civilnih organizacija i drugih zainteresovanih strana.

Proces izrade plana razvoja kulturnih i kreativnih industrija sastoji se od nekoliko faza:

- *Ocena institucionalnog okvira i upravljanja* – podrazumeva aktivnosti na analizi postojećeg modela upravljanja razvojem kreativnog sektora, identifikaciji zainteresovanih strana i njihovom uključivanju u procese strateškog planiranja. Zainteresovane strane mogu biti subjekti koji su na neki način povezani sa razvojem kreativnog sektora ili od njega mogu imati koristi u budućnosti. Identifikaciju zainteresovanih strana najbolje je sprovesti na osnovu analize aktera (kroz fokus grupe, intervju, razgovore) i procene njihovih kapaciteta. Ona treba da obezbedi uvid u dosadašnji rad konkretnog aktera, funkciju i nadležnosti koje bi mogao imati u programu. Analiza može poslužiti da se dođe do saznanja da li određena organizacija ima primarnu (direktan uticaj), sekundarnu (uticaj na donošenje odluka) ili tercijarnu ulogu (indirektan uticaj) u realizaciji programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija. U odnosu na ovo neki *stejkholderi* će u kasnijoj fazi dobiti ulogu partnera u okviru strateških projekata i učestvovati u donošenju odluka, drugi će imati savetodavnu ulogu, dok će deo njih imati konsultativnu funkciju.
- *Istraživanje, analiza i procena razvojnog potencijala kulturnih i kreativnih industrija* – predstavlja najznačajniju fazu za planiranje lokalne politike razvoja zasnovane na činjenicama. Planiranje javnih politika zasnovanih na činjenicama uvedeno je tokom devedesetih godina u Velikoj Britaniji kao proces modernizacije državne uprave. Principi po kojima javne politike treba da budu formulisane na istraživanjima eksplicitno su potvrđeni u dokumentu britanske vlade „Modernizacija vlade: bela knjiga“ (Cabinet Office, 1999). Ovaj dokument ukazao je na značaj koji relevantne informacije imaju u procesu donošenja odluka. Iako se britanska vlada smatra najzaslužnijom u afirmaciji ovih načela, ona nisu bila nova. Pojedini autori ukazuju

na američko iskustvo iz šezdesetih godina prošlog veka u oblasti planiranja odbrane, urbanog razvoja i budžeta kao preteči planiranja javnih politika zasnovanih na relevantnim istraživanjima (Howelett, 2009). U oblasti planiranja razvoja kulturnih i kreativnih industrija poštovanje ovog načela najčešće se ostvaruje kroz tzv. polazne studije o razvoju kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou. One su veoma popularne poslednjih 20 godina u Evropi. Ove studije uglavnom sadrže podatke o mapiranju sektora (identifikaciju relevantnih preduzetnika, organizacija i drugih aktera koji posluju u kreativnom sektoru), analizu veličine sektora, njegovog doprinosa lokalnom razvoju i osnovne karakteristike sektora. Detaljno objašnjenje ove faze planiranja dato je u glavama 4 i 5.

- Proces identifikacije *strateških ciljeva, aktivnosti i mera* predstavlja fazu pronalazaženja rešenja na identifikovane probleme koje treba rešiti u budućnosti. Na osnovu polazne studije o razvoju kulturnih i kreativnih industrija iz analitičko-istraživačke faze lokalnog planiranja, identifikuju se problemi, njihovi uzroci i posledice, snage nasuprot slabosti budućeg razvoja, rešenja i buduće mere i aktivnosti. Konsolidacijom ovih podataka nastaje razvojna agenda. Ona daje široki razvojni okvir, te se na bazi nje može formirati veliki broj programa i projekata. Kod planiranja razvojne agende preporučuje se korišćenje participativnih metoda planiranja kao što su fokus grupe, *World cafe* model, metod otvorenih konsultacija itd. Zbog ograničenih resursa, utvrđivanje prioriteta u formi strateških projekata (*flagship project*) neizostavan je deo ove faze. Pomenuti projekti usmereni su na ostvarivanje ključnih ciljeva razvoja kulturnih i kreativnih industrija u dužem vremenskom periodu i predstavljaju ključnih aktivnosti od kojih često zavisi uspeh razvojne politike. Ovom pitanju lokalnog razvojnog planiranja posvećena je glava 6.
- *Monitoring i evaluacija* predstavljaju poslednju fazu lokalnog planiranja i upravljanja razvojem kreativnog sektora. Monitoring se sprovodi na kraju svake godine realizacije politike razvoja kreativnog sekora. Evaluacija se sačinjava na kraju perioda za koji se ona donosi i temelji se na ponovnoj studiji o razvoju kreativnih industrija i podacima i informacijama iz periodičnih izveštaja o monitoringu. Podaci, izveštaji i zaključci iz ove faze poslužiće u planiranju novog razvojnog ciklusa i korigovarnju mera podrške ovom sektoru. Ova faza razvojnog planiranja detaljno je objašnjena u glavi 8.

Literatura

- Cabinet Office (1999) *Modernizing Government: White Paper*, London : The Stationery Office
- Howlett, M. (2009) "Policy analytical capacity and evidence-based policy-making: Lessons from Canada" *Canadian Public Administration*, 52(2), 153–175.
- Mikić, H. i dr. (2014) *Biznis plan za rehabilitaciju kulturnih dobra: priručnik za izradu i implementaciju*, Beograd: Republički zavod za zaštitu spomenika kulture





4

ISTRAŽIVANJE, ANALIZA I
PROCENA RAZVOJNOG
POTENCIJALA KULTURNIH I
KREATIVNIH INDUSTRIJA

4.1. Vredovanje lokalnih kulturnih resursa i izraza

Vredovanje kulturnih resursa i izraza je složen i sveobuhvatan proces. Njime se prepoznaju obeležja kulturnih izraza koja predstavljaju vrednosti za određenu zajednicu ili društvo. Ovaj proces podrazumeva uključivanje stručnjaka različitih profila, lokalnu zajednicu, publiku i druge zainteresovane strane. Kod tradicionalnih kulturnih izraza ovaj proces vodiće antropolozi i etnolozi u saradnji sa drugim profilima. U slučaju savremenih kulturnih izraza ove procene će vršiti profesionalci specijalizovani za određeni tip estetskog vrednovanja (književni kritičari, likovni kritičari, muzički kritičari itd.) u saradnji sa drugim strukama.

Znajčajno za ovaj postupak jeste i to što se u novije vreme u procesu vrednovanja kulturnih dobara i usluga poklanja pažnja i ekonomskim vrednostima. Ekonomska valorizacija kulturnih izraza treba da da ekonomsku procenu ovih resursa – mogućnost za razvoj privrednih delatnosti, kreativnog preduzetništva, zapošljavanja, ekonomskog osnaživanja ranjivih grupa, itd. Prepoznata ekonomska vrednost potencijalno znači lakše očuvanje kulturnog izraza.

Proces vrednovanja kulturnih izraza je važan, jer se njime prepoznaju specifične vrednosti kulturnih sadržaja koji ih čine – simboličko značenje, specifičan kulturni kod, umetnička dimenzija i autentične kulturne vrednosti koje izražavaju kulturne identitete.

Prema Uneskovoju Konvenciji (2005) „kulturni izrazi su rezultat stvaralaštva pojedinaca, grupa i zajednica koji imaju kulturni sadržaj“. Iako je kultura termin koji ima više od 450 značenja, savremeno shvatanje kulturnih sadržaja i raznolikosti teži antropološkom definisanju ovog fenomena. Ovaj pristup (koji zagovara i Uneskova konvencija 2005) podrazumeva da kulturni sadržaji nastaju kao stvaralaštvo i praksa čitavog društva – sve ono što je čovek stvorio svojim radom u cilju duhovnog i materijalnog napretka društva – i da postoje različiti pojavi oblici individualne kreativnosti. Neka tumačenja Uneskove konvencije ukazuju da je za prepoznavanje kulturnog sadržaja kakvog ga definiše Konvencija najvažnije da ono poseduje neki od ova tri elementa: simboličko značenje, umetničku dimenziju i/ili kulturnu vrednost (Obunjen, 2012:153).

Kulturni izrazi se prenose, stvaraju i baštine putem određenih delatnosti koje stvaraju dobra i usluge. Klasifikacija kreativnog sektora i njegov opseg zavise od kulturne tradicije, društvenog konteksta, kao i razvoja i modela kulturne i ekonomske politike. O pitanjima operativnih klasifikacija kreativnog sektora za potrebe razvojnog planiranja na lokalnom nivou bilo je detaljnije reči u poglavlju 2 ovog Priručnika.

Vredovanje kulturnih resursa i izraza sastoji se od nekoliko faza: a) prikupljanje podataka o konkretnom kulturnom izrazu kroz izučavanje postojećih dokumenata, terenski rad, intervju, razgovore sa članovima zajednice, itd. b) sintezu i analizu prikupljenih podataka c) poređenje sa dosadašnjim rezultatima istraživanja, i sl. d) proces valorizacije njegovih vrednosti u zavisnosti od svrhe i ciljeva vrednovanja.

Vredovanje kulturnih resursa i izraza u kontekstu planiranja razvojnih politika ima za cilj da pomogne njihovom dokumentovanju, proceni razvojnog potencijala, očuvanju i

zaštiti. Pomenute aktivnosti su u cilju kreiranja mera javnih politika koje će omogućiti (u zavisnosti od vrste kulturnih izraza i delatnosti kroz koje se stvaraju, prenose i baštine):

- zaštitu i očuvanje autentičnosti kulturnih izaza;
- raznolikost individualnih i kolektivnih izraza;
- očuvanje i bogaćenje estetskih, simboličkih i umetničkihe atributa kulturnih izraza;
- integritet i održivu reprodukciju resursa;
- jačanje i podršku kreiranju održivih modela za stvaranje i prenošenje kulturnih izraza (kulturne i kreativne industrije);
- razvoj i jačanje kreativnog preduzetništva;
- uravnotežen kulturni i ekonomski razvoj.

Kulturni izrazi mogu se uslovno podeliti na tradicionalne i savremene, međutim, nekad je gotovo nemoguće pronaći tanku liniju koja ove dve grupe razdvaja. Često savremeni izrazi nastaju inspirisani tradicionalnim. Pogrešno je „tradicionalne“ definisati samo kao ruralne ili one koji imaju istorijsku vrednost. Evidentno je da i jedni i drugi moraju da imaju prepoznatu kulturnu, umetničku ili simboličku vrednost. Ostale vrednosti se prepoznaju u zavisnosti od vrste izraza.

Zanimljivo je napomenuti da savremeno stvaralaštvo često predstavlja savremene interpretacije tradicionalnih kulturnih izraza. Ovo se odnosi na pojavu kada je ono inspirisano kulturnim nasleđem npr. kada savremeni autori u svom radu koriste folklorne motive ili tehnike, arhitektonsku plastiku, motive unutrašnje arhitekture i dekoracije, i sl. Tako nastaju proizvodi koji zadovoljavaju potrebe savremene publike/potrošača, a uz to nose informaciju o simboličkim, umetničkim i kulturnim vrednostima podneblja – njegovoj istoriji i narativima.

a) Tradicionalni kulturni izrazi

Narodno stvaralaštvo u najvećem broju slučajeva temelji se na tradicionalnom znanju i tradicionalnim kulturnim izrazima. Prvi od njih predstavljaju forme tradicionalnih postupaka, veština, znanja, načina rada, tehnika i sl. dok su drugi izraz kulturnog i socijalnog identiteta zajednica i njenog živućeg nasleđa. Ono može biti u vidu umetničkog stvaralaštva (usmena predavanja i izrazi) i određene vrste primenjenog stvaralaštva (izrada ćilima, torbi, ukrasnih predmeta, pletenih stvari, ukrasni moleraž, duborezi, itd.). Veoma često ovo stvaralaštvo nazivaju i folklornim stvaralaštvom ili folklornim izrazom (WIPO, 2010).

Tradicionalni kulturni izrazi mogu se pojaviti u materijalnom i nematerijalnom obliku i to u vidu (Desai, 2012:11)

- usmenog stvaralaštva (izrazi, toponimi, priče, basne, legende itd.);
- muzičkih izraza (pesme, instrumentalna muzika);
- plesnih izraza (plesne forme i sl);
- običaji, rituali i tradicionalni festivali i događaji;
- pokretna i nepokretna kulturna dobra nastala kao proizvod tradicionalnih; znanja i praksi, kao i sama znanja i prakse;

- pokretna i nepokretna kulturna dobra nastala kao proizvodi tradicionalnih zanata, kao i sami zanati (crteži, grnčarija, mural, korparstvo, izrada nakita, tekstila, podnih obloga, ćilima, mozaika...).

Unutar diskursa javnih politika očuvanje i zaštita tradicionalnih kulturnih izraza često može biti konfliktna, jer se „zahteva zaštita tradicionalne kulture, uz istovremenu potrebu da se stimuliše kreativnost zasnovana na tradiciji“ (WIPO, 2010: 2). Tradicionalni kulturni izrazi se najčešće transponuju u dobra i usluge putem domaće radinosti, umetničkih, starih i retkih zanata, ali isto tako oni mogu biti interpolirani i u ruralno kreativno preduzetništvo.

Različiti tradicionalni proizvodi i znanja nisu svi podjednako vredni. Za njihovo vrednovanje u zavisnosti od grupe kojoj pripadaju mogu se koristiti različiti kriterijumi i različiti standardi. Vrednovanje je vrlo složen postupak koji podrazumeva širi ugao posmatranja, pa samim tim zahteva interdisciplinarnost. Ono što bi bilo uglavnom zajedničko za sve grupe, odnosno kriterijumi koje neki tradicionalni izraza mora da poseduje su:

- Starost – ukoliko potiče iz prošlih vremena i ukoliko se kulturni obrazac u kontinuitetu prenosi sa generacije na generaciju formalnim i neformalnim putem;
- Autentičnost – originalnost i jedinstvenost objekata ili prakse;
- Reprerzentativnost – kulturni izrazi koji su jedinstveni, tipični i reliktni;
- Umetnički ili estetski značaj – način njegove izrade, stil, tehničku savršenost, lepotu, veštinu i kvalitet izrade, harmoniju, formu i druga estetska obeležja;
- Naučni i tehnološki značaj – tradicionalni izrazi koji su bili značajni za razvoj društva i koja mogu biti značajna za dalja naučna istraživanja;
- Religijski značaj – tradicionalni izrazi sa posebnim značajem za grupu ljudi, odnosno objekti koji se smatraju „svetim“ u okviru pojedinih religijskih sistema;
- Kulturni značaj – tradicionalni izrazi koji učestvuju u razvoju različitih kulturnih formi;
- Socijalni značaj – uloga tradicionalnih izraza u zajednici, njegov doprinos stvaranju identiteta zajednice, kao i svedočenje o razvoju društva.

b) Savremeni kulturni izrazi

Stvaralaštvo je ljudska snaga/sposobnost da se stvaraju rešenja koja su nova i originalna, ali i skup procesa koji se u svojim raznorodnim oblicima pojavljuju u različitim kulturnim domenima, čineći savremenu kulturnu produkciju. Ipak u praksi se terminom savremeno stvaralaštvo najčešće referiše na procese stvaranja u umetnosti. Ovako usko shvatanje dovodi da se pod savremenim kulturnim izrazima podrazumevaju uglavnom dela savremene likovne umetnosti, predstave, koncerti, književna dela i sl. Time dolazi do sužavanja obima savremenog stvaralaštva – ono se svodi samo na umetničke delatnosti, dok se iz ove sfere izuzimaju različite druge kreativne delatnosti. Stoga proizilazi nepochodnost za širim obuhvatom savremenog stvaralaštva koje osim umetničkog, uključuje i druge kreativne aktivnosti (autorske modne kolekcije, književne ilustracije, *home decor* – detalji za uređenje doma i sl.) koje su isto tako nosioci kulturnih sadržaja i vrednosti.

Savremeno stvaralaštvo čine kulturne delatnosti kroz koje se samostalno ili udruženo stvaraju umetnička dela. Primer „udruženog“ delovanja umetničkih delatnosti jeste multidisciplinarni sistem pozorišta. U okviru pozorišta angažovan je spektar različitih umetničkih aktivnosti (gluma, režija, dramaturgija, scenografija, kostimografija itd.) koje stvaraju sebi svojstven stvaralački izraz (glumački izraz, rediteljski postupak, scenska rešenja itd.), dalje integrisan u jedinstvenu umetničku celinu predstave. Pored toga, savremeno stvaralaštvo obuhvata i širi spektar različitih kulturnih delatnosti – dakle, pored umetničkih, primenjeno-umetničkih i zanatskih delatnosti. Ove savremene stvaralačke delatnosti proizvode dobra i usluge koje prenose i sadrže kulturne izraze i koja imaju raznovrsne estetske, ali i upotrebne vrednosti. Značajno svojstvo njihovog bližeg određenja jeste to što nastaju primenom raznorodnih umetničkih, primenjeno-umetničkih i zanatskih veština stečenih kroz formalno obrazovanje i/ili u praksi.

Savremene delatnosti koje ne pripadju klasičnim umetnostima, a zasnivaju se na umetničkim tehnikama i znanjima su na primer: ilustracija (koja koristi tehnike slikarskog procesa); grafika knjige (koja je zasnovana na principima na likovne grafike), keramika (koja koristi vajarske tehnike i znanja) itd. Postoji i mnoštvo kreativnih delatnosti koje se temelje na umetničkim procesima izvedenim iz više različitih umetničkih disciplina, npr. modni dizajn, industrijski dizajn, dizajn enterijera i sl. podrazumevaju raznovrsna znanja iz „bazičnih“ umetnosti poput slikarstva ili vajarstva.

Savremeni kulturni izrazi mogu se stvarati, prenositi i baštiniti institucionalno, putem kulturnih i kreativnih industrija i određenih transferzalnih oblasti.

Institucionalno savremeno stvaralaštvo odvija se u ustanovama kulture koje omogućavaju produkciju, diseminaciju, zaštitu i očuvanje kulturnih izraza. Osim ovim osnovnim delatnostima, one se mogu baviti i drugim poslovima. Pozorišne organizacije, na primer, pored pozorišne produkcije, mogu se pružati i dodatne usluge (poput radionica, tematskih predstava, različitih događaja itd.); proizvodnjom pozorišnih suvenira; ili izdavanjem i prodajom monografija ili DVD izdanja sa poznatim predstavama kuće, pozorišnom muzikom, prepoznatljivim replikama itd. Slično, koristeći svoje tehničke, prostorne, kadrovske i druge resurse, biblioteke, muzeji i galerije pored osnovnih delatnosti mogu organizovati i različite prateće programe kojima bi privukle publiku i proširile obim svojih usluga. Ove ustanove mahom osniva Država, odnosno lokalna samouprava, te se o njihovom uređenju i finansiranju brine javna administracija na različitim nivoima vlasti (državnom, gradskom, opštinskom). Postoje i ustanove kulture u privatnom vlasništvu, kao što su privatna pozorišta, muzeji, galerije, kulturni centri itd., ali se one ređe pojavljuju.

Kulturne ustanove koje se bave produkcijom, diseminacijom i očuvanjem dela savremenog stvaralaštva čine:

- Biblioteke, čija je uloga da promovišu knjige i književna dela, te ih učine dostupnim publici.
- Pozorišta, koja se bave produkcijom i izvođenjem dela pozorišne umetnosti (pripremom i izvođenjem predstava).
- Pozorišni muzeji, u kojima se čuva i izlaže arhivski materijal i dokumentacija u vezi sa važnim ostvarenjima pozorišne umetnosti; dalje, organizuju različiti muzejski programi sa ciljem edukacije i privlačenja publike.

- Koncertne kuće i filharmonije, koje obezbeđuju uslove za muzičko stvaralaštvo i omogućavaju njegovu dostupnost publici.
- Fonoteke i biblioteke zvuka, u kojima se vrši zaštita i očuvanje zapisa muzičkog (zvučnog) stvaralaštva.
- Muzeji, instituti za konzervaciju, ateljei i galerije, u kojima se čuvaju, restauriraju i izlažu dela vizuelnih umetnosti. Pored izlaganja, odnosno promocije, ove ustanove kroz svoje projekte mogu da pružaju finansijsku i organizacionu podršku savremenim umetnicima.
- Kulturni centri koji svoje resurse koriste radi omogućavanja produkcije i (češće) promovisanje profesionalnog i amaterskog kulturnog stvaralaštva.

Savremeno stvaralaštvo nastaje i put do publike/korisnika nalazi i kroz kulturne i kreativne industrije. O njihovoj klasifikaciji detaljna objašnjenja su data u 2. poglavlju ovog Priručnika. Ovde treba napomenuti da pojedine delatnosti mogu pripadati kreativnom sektoru, ali ne moraju predstavljati savremeno stvaralaštvo. Na primer, iako mu formalno pripadaju izdavanje video-traka i diskova ili njihova prodaja ne mogu se smatrati stvaralaštvom, za razliku od dizajna zvuka ili muzičke produkcije koji to jesu. I štamparstvo pripada sektoru kreativnih industrija, ali nije stvaralačka delatnost, za razliku od književnosti koja predstavlja umetničko stvaralaštvo ili ilustracije knjige zasnovane na kreativnom stvaralačkom procesu.

Bez obzira na to koja je delatnost u pitanju, o savremenom stvaralaštvu govorimo samo onda kada proizvod te delatnosti novina koja u sebi integriše kreativni izraz autora i određene kulturne vrednosti i zadovoljava umetničke i tržišne kategorije. Tako na primer, gumene „Tigar“ HTZ čizme, iako su proizvod dizajna nisu proizvod kreativnog rada, dok kolekcija modnih čizama za kišu od istog proizvođača jeste.

Transferzalne oblasti relevantne za stvaranje i prenošenje savremenih kulturnih izraza su:

- Obrazovanje – omogućava razvoj veština i znanja potrebnih za bavljenje savremenim stvaralaštvom. Ipak, ne samo umetnički i primenjeno-umetnički fakulteti i škole već i osnovne i srednje škole jesu organizacije u kojima nastaju, neguju se i promovišu kulturni izrazi;
- Društveno-humanističke nauke, kao i tehničko-tehnološke nauke svojim istraživanjima daju podstrek savremenom stvaralaštvu. Istraživanja na polju ekonomije, prava, menadžmenta značajna su za uspostavljanje adekvatnog normativnog i organizacionog okvira stvaralačkih delatnosti. Takođe, istraživanja na polju tehničko-tehnološkog razvoja značajno mogu doprineti razvoju stvaralačkih mogućnosti. Ovo se posebno odnosi na aktivnosti čija je važna tehnička komponenta (film, radio, industrija video-igara isl.)
- I aktivnosti u oblasti kulturnog i kreativnog turizma mogu biti važne za savremeno stvaralaštvo – kao mesta diseminacije savremenih kulturnih izraza poput kulturnih, etno i privrednih manifestacija i festivala.

Dobra i usluge koja sadrže ili prenose kulturne izraze nose specifičan pečat svog autora, vremena i društva u kome nastaju. Veoma često radi tržišne održivosti ona moraju odgovarati savremenim trendovima i tendencijama što ih čini pogodnim za distribuciju na globalnom nivou. Kao takva ona su uspešna sredstva interkulturalne komunikacije –

oruđe kulturne interakcije i izgradnje mostova među različitim narodima i kulturama.

Dela savremenog stvaralaštva mogu imati različite tipove vrednosti. Oni se razlikuju u odnosu na to da li vrednujemo delo klasične umetnosti ili drugog savremenog stvaralaštva. Kada su u pitanju prva, procenijavanje njihove vrednosti zasniva se na različitim estetičkim teorijama i zakonitostima, kao i zakonitostima određene umetnosti. Ovi procesom utvrđuje se stepen postignutih estetskih (umetničkih) vrednosti; posebnost i retkost dela, specifičnosti stvaralačkog procesa; koliko je delo originalno i inventivo; koliko doprinosi podsticanju izvrsnosti u umetničkom eksperimentu; i koliko dobro reprezentuje stil i karakteristike autora i/ili škole kojoj pripada.

Osim kritičara i profesionalne javnosti kao što je pomenuto na početku ovog teksta, u vrednovanju umetničkih dela uključena je i publika, odnosno šira javnost. Ovo je naročito značajno kada je u pitanju institucionalno kulturno stvaralaštvo. S obzirom na to da se ono većinski finansira iz javnih sredstava, važno je utvrditi koliko i na koji način stvaralaštvo nekog pozorišta, muzeja, galerije itd. doprinosi razvoju lokalne zajednice. Kriterijumi procene mogu biti: u kojoj meri delo zadovoljava potrebe publike; u kojoj meri doprinosi njenom razvoju i razvoju njenih potreba; u kojoj meri i na koji način odgovara aktuelnim društvenim pitanjima – širem društvenom kontekstu; u kojoj meri delo samoodrživo i da li je ostvarena društvena rentabilnost; i koliko su delo i proces njegovog stvaranja doprineli razvoju mreže društvenih veza značajnih za dalji razvoj ustanove, odnosno određene umetničke grane.

Dobra i usluge koja prenose i sadrže kulturne izraze takođe, treba da zadovolje set različitih vrednosti, od kojih neke pripadaju estetskom, a druge ekonomskom diskursu. Sve one se mogu podeliti na:

- *Estetske vrednosti* koje su u vezi sa umetničkom i kulturnom vrednošću; vrednošću retkosti i reprezentativnosti; originalnošću, autentičnošću i inventivnošću. Estetske vrednosti uglavno se tiču estetske funkcije koju kulturne izrazi vrše, a koja se odnosi na to da moraju zadovoljiti potrebu stvaralaca i publike za lepim; preneti viziju autora; i zadovoljiti (ili naprediti) utvrđene estetske standarde;
- *Praktična vrednost* u vezi sa aspektom primene/upotrebe dobra ili usluge. Ovo se odnosi na njegovu sposobnost da pored estetske ostvari i određenu upotrebnu funkciju;
- *Kontekstualni smisao* u vezi je sa funkcijom određenog dela da bude reprezent vremena i zajednice u kome nastaje; da svojim postojanjem i delovanjem otvara neizrečena pitanja i doprinosi rešavanju onih aktuelnih;
- *Razvojne vrednosti* u vezi su sa sposobnošću dobra/usluge da doprinese razvoju delatnosti kojoj pripada, srodnih delatnosti, lokalnih kreativnih industrija i (opštem) razvoju zajednice.

Analiza estetskih vrednosti podrazumeva stručnu procenu umetničke vrednosti kulturnog izraza, stepen njegove originalnosti i autentičnosti. U ovom segmentu procesa vrednovanja naročito je značajno poznavanje specifičnih kvaliteta i renomea autora. Ispravna procena estetske vrednosti zahteva i komparativnu analizu tog dela i drugih dela koja pripadaju istom stvaralačkom domenu. Ova analiza uključuje i procenu

reprezentativnosti i retkosti izraza. Kreativno delo je reprezentativno kada predstavlja reprezentativni primerak te vrste dela i kada svojom originalnošću doprinosi napretku struke. Dobra i usluge koja sadrže i prenose kulturne izraze su retka kada su, u kontekstu izrade, materijala, korišćenih tehnika ili njihove kombinacije, posebna i drugačija u odnosu na dela, tj. usluge koje pripadaju istoj grupi.

S estetskim vrednovanjem u vezi je i procena *kulturne vrednosti* – na koji način kulturna dobra i usluge vrše funkciju nosilaca kulturnih sadržaja. Ovo uključuje procenu njihovih saznanjnih, moralnih i kulturoloških uloga. Ovo se odnosi i na sposobnost dela da prenosi informacije o simboličkim i moralnim vrednostima, o tradiciji, folkloru, pa i ideologijama podneblja na kome nastaje.

Utvrđivanje društvene vrednosti odnosi se na to koliko i na koji način dobro ili usluga odgovara društvenim prilikama, aktuelnim pitanjima, razvojnim problemima, strateškim planovima. Kulturne delatnosti, kao i sam proces stvaranja jesu kontekstualno vredni ukoliko doprinose podizanju svesti o značaju stvaralaštva; afirmaciji kreativnog preduzetništva; razvoju ženskog preduzetništva; oživljavanju starih, retkih i umetničkih zanata, itd.

Analiza praktične vrednosti odnosi se na procenu tržišta, ciljne grupe, njenih potreba, mogućnosti i konkurencije. Utvrđivanje ove vrednosti podrazumeva ocenu stepena koliko dobro ili usluga koji sadrže ili prenose kulturne izraze zadovoljava potrebe tržišta i ciljne grupe. Sam pojam praktičnosti važno je shvatiti fleksibilno i njegov smisao prilagoditi tipu kulturnog izraza koji se vrednuje. U slučaju dizajnerskih dela vrednovaće se klasično shvaćena upotrebna vrednost (koliko je dizajnersko rešenje upotrebljivo, kolika je potreba za istim i da li već postoje slična rešenja na tržištu), dok se npr. u slučaju događaja ocena praktičnosti tiče njegove adekvatnosti trenutnim prilikama.

Na kraju, *analiza razvojnih vrednosti* uključuje procenu (samo)održivosti – sposobnosti dobara i usluga koji sadrže ili prenose kulturne izraze da se dalje razvijaju i evoluiraju u nova rešenja. U ovom segmentu vrednovanja značajna je i procena mogućnosti da određen stvaralački proces i njegov ishod utiču na razvoj srodnih delatnosti, razvoj lokalne kreativne ekonomije i unapređenje zajednice, uključujući i ekonomske vrednosti opisane na početku ovog odeljka.

Literatura

- Desai, L (2012) "Traditional Cultural Expressions", *Indian Legal Impetus*, Vol. V, Issue XI
- Mandić T. i Ristić I. (2014) *Psihologija kreativnosti*, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju
- Obunjen, N. (2012) "Artical 4: Definitions" u: Von Schorlemer, S. and Stoll, P-T. eds. *The Unesco Convention on the protection and promotion of the Diversity of cultural expression: Explanori Note*, Berlin Heidelberg: Springer-Verlag: 133-162.
- WIPO (2010) *Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions/Folklore*, No. 913, Geneva: WIPO







5

**METODE I TEHNIKE ANALIZE
KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA**

a) Uvod u analizu i osnovni indikatori

Istraživanja i analize kulturnih i kreativnih industrija služe da se dođe do podataka o njihovom stanju, nivou razvijenosti, strukturi, karakteristikama i socioekonomskom doprinosu lokalnoj ekonomiji. Ona se koriste kako bi se kvalitetnije donosile odluke i formulisale adekvatne mere podrške ovom sektoru, ali i preispitivala njihova učinkovitost i funkcionalnost.

Početak istraživanja je mapiranje sektora i formiranje kvalitetne baze relevantnih kreativnih preduzetnika, preduzeća, NVO i javnih institucija koji deluju u oblasti kulturnih i kreativnih industrija. „Mapiranje“ je termin koji je ušao u upotrebu sa studijama mapiranja kreativnih industrija u Velikoj Britaniji krajem devedesetih godina prošlog veka. Ovaj termin označava „seriju analitičkih metoda koje se koriste radi prikupljanja i predstavljanja informacija o obuhvatu i veličini kreativnih industrija naročito na teritorijama gde se relativno malo zna o njima“ (BOP Consulting, 2011:11). Ipak ove studije ne predstavljaju potpuna metodološka sredstva za istraživanje kreativnog sektora (naročito merenje ekonomskog doprinosa ili učinka), ali su dobra podrška u prikupljanju preliminarnih podataka o sektoru (Throsby, 2010: 93). Kao što smo napomenuli u delu 2 prikupljanje podataka o kreativnom sektoru nije lak posao i zahteva dobro poznavanje različitih analitičkih metoda, regulative o registraciji pravnih subjekata, klasifikacije delatnosti, pa i samu strukturu kreativnog sektora. Za više informacija o problemima u prikupljanju podataka o kulturnim i kreativnim industrijama i mogućim rešenjima mogu se pogledati studije „Merenje ekonomskog doprinosa kulturnih industrija: studija slučaja Srbija“ (Mikić, 2015) i „Indikatori kultura i razvoj: metodološki priručnik“ (UNESCO, 2014).

Određeni broj podataka za analizu razvojnog potencijala kulturnih i kreativnih industrija može se naći u poslovnim registrima, bazama privrednih komora i sekretarijatima za privredu. U nekim državama statistički zavodi imaju svoje decentralizovane regionalne kancelarije koje prikupljaju podatke na nivou okruga ili opština. Važan izvor podataka mogu biti i lokalna udruženja preduzetnika. Svi ovi izvori poznati su kao sekundarni izvori podataka. Podaci iz sekundarnih izvora uglavnom su uopštenijeg karaktera i male analitičke vrednosti. Važno je istaći da su podaci o kreativnim preduzetnicima i njihovim karakteristikama veoma oskudni, kako na makroekonomskom nivou, tako i lokalnom i regionalnom nivou, te zahtevaju prikupljanje primarnih podataka.

Primarni izvori podataka jesu oni koje sami prikupljamo anketama ili drugim vidovima terenskog istraživanja. Svrha ankete je doći do procena odnosno numeričkih opisa pojave koju posmatramo. Izabrana metoda zavisi od vremena koje imamo na raspolaganju za anketu, visine budžeta i raspoloživih ljudskih resursa. Podaci koji se na ovaj način prikupe neophodno je obraditi u statističkim tabelama ili odgovarajućim statističkim programima (SPSS, Statistica i dr.) kako bi se njima lakše manipuliralo. Osim toga istraživanja se mogu sprovoditi i u vidu grupne diskusije u kojima mogu učestvovati 6–10 relevantnih učesnika. Oni se okupljaju da bi izrazili svoja mišljenja o određenoj temi. Grupu uvek treba da vodi moderator koji je posebno pripremljen za određenu temu i koji se rukovodi ciljevima istraživanja. Ispitanici se biraju iz grupe zainteresovanih strana, ali nije redak slučaj da se mogu sprovoditi i različite grupne diskusije. Tako na primer, jedna diskusija može da bude sa učesnicima koji predstavljaju

kreativne preduzetnike, drugu grupu mogu činiti lokalne NVO, treću žene koje rade u kulturnim i kreativnim industrijama. Svrha grupnih diskusija je da se iznesu različita stanovišta i argumenti, a rasprava se može produbljivati u pravcu koji se učini da je najpodesniji za dobijanje relevantnih podataka.

Drugi korak je obrada podataka i utvrđivanje trendova. Obrada podataka uglavnom treba da omogući konstruisanje određenih indikatora. Indikatori predstavljaju pokazatelje stanja određene pojave i njene apsolutne i relativne promene tokom vremena ili u poređenju sa drugim pojavama. Indikatori mogu biti predstavljeni u vidu egzaktnog statističkog podatka ili kao subjektivna ocena neke pojave kroz opisivanje njene pojave (Throsby, 2013). U nastavku je dat okvir indikatora za procenu stanja i nivoa razvoja kulturnih i kreativnih industrija. On se može koristiti i za evaluaciju javnih politika i programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou. Okvirni set indikatora prati ključne oblasti Uneskove Konvencije o zaštiti i unapređenju kulturnih izraza (2005) adaptirajući ih na lokalni nivo. On je primenjen u istraživanju kulturnih i kreativnih industrija opštine Pirot koja je u bila i pilot teritorija za razvoj metodologije. Ovi pokazatelji su prilagođeni i mogu se primeniti u istraživanju malih i srednjih preduzeća, ali i kreativnih preduzetnika.

Poslednji korak je interpretacija rezultata. Za te svrhe mogu se primeniti pojedinačno ili kombinovano analiza strukture kreativnog sektora, analiza razvojnog doprinosa i analiza lanca vrednosti u kulturnim i kreativnim industrijama. Skup sistemski analiziranih i interpretiranih podataka predstavlja polaznu studiju/izveštaj o razvoju kulturnih i kreativnih industrija. Ona primarno treba da posluži kao osnov za izradu javnih politika i programa, ali i kao orijentir za monitoring rezultata njihovih mera. Neki indikatori prikazani u njoj biće redovno prikupljeni u okviru opštinske statistike u oblasti kulturnih i kreativnih industrija, dok će se drugi prikupljati longitudinalno, najčešće na kraju perioda za koji se određeni program donosi. Sekundarna funkcija polazne studije/izveštaja o kulturnim i kreativnim industrijama je promovisanje raznolikosti lokalnih kulturnih izraza, identiteta kulturnih predela i njenih stanovnika i unapređenje duha mesta.

Tabela 2: Okvirni indikatori za praćenje razvoja kulturnih i kreativnih industrija i monitoring javnih politika u ovoj oblasti

Indikator	Definicija indikatora	Izvor podataka
Institucionalno okruženje i upravljanje		
Nivo demokratizacije odlučivanja i harmonizacija razvojnih politika sa međunarodnim standardima	Udeo predstavnika KKI i civilnog sektora u procesima odlučivanja (%) Nivo poštovanja međunarodnih konvencija, standarda i preporuka u oblasti KKI i njihova integrisanost u opštinske procedure i politike (prosečna ocena na skali 1-5) Stepen uključenosti KKI u razvojne politike na lokalnom nivou i integracija raznolikosti kulturnih izraza u održivi razvoj (prosečna ocena na skali 1-5)	Polazna studija o kulturnim i kreativnim industrijama
Kvalitet opštinske podrške razvoju KKI	Percepcija i ocena predstavnika KKI o podršci opštine razvoju sektora (prosečna ocena na skali 1-5)	Polazna studija o kulturnim i kreativnim industrijama
Nivo i kvalitet privatno-javnog partnerstva	Percepcija i ocena predstavnika KKI o kvalitetu saradnje sa opštinom i njenim službama (prosečna ocena na skali 1-5)	Polazna studija o kulturnim i kreativnim industrijama
Nivo odlučivanja i kreiranja razvojnih politika zasnovanih na činjenicama	Statističko-dokumentaciona baza na lokalnom nivou trebalo bi da prati nekoliko polaznih indikatora putem kojih se može pratiti dinamika razvoja sektora. Uglavnom ovi pokazatelji bi trebalo da govore o resursima i kapacitetima kojima raspolaže opština/grad za razvoj kreativne ekonomije. Spisak mogućih indikatora ove vrste predstavljen je u okviru sekcije “tržište rada i zapošljavanje” i “razvoj KKI i kreativnog preduzetništva”	APR, Poslovni registri, Nacionalna statistika, Polazna studija o KKI
Finansiranje kreativnog sektora		
Ocena uslova finansiranja od strane kreativnih preduzetnika	Percepcija kreativnih preduzetnika o uslovima finansiranja njihovog poslovanja (prosečna ocena na skali 1-5)	Polazna studija o KKI
Udeo i struktura budžetskih izvora finansiranja kulturnih i kreativnih industrija	Udeo budžetskih izvora finansiranja kulturnih i kreativnih industrija u ukupnim javnim rashodima na nivou opštine/grada; <i>per capita</i> javni rashodi za KKI (u €) // dinamički pokazatelj: stopa rasta budžetskih rashoda (%) Struktura finansijskih subvencija za KKI prema vrstama // dinamički pokazatelj: stopa promene relativnog udela pojedinih kategorija javnih rashoda(%)	Budžet opštine/grada ii završni račun
Struktura finansiranja KKI i pristup različitim sredstvima finansiranja	Udeo različitih vrsta prihoda u ukupnim приходima koje ostvare javne institucije, kreativni preduzetnici, NVO, privredna društva u KKI (%)	Polazna studija o KKI
Stepen uključenosti korporativnog sektora u finansiranju raznolikosti kulturnih izraza // Intenzitet i kvalitet Biz&Art saradnje	Ocena saradnje sa privrednim sektorom – percepcija aktera kreativnog sektora o kvalitetu i frekvenciji saradnje sa korporativnim sektorom Udeo preduzetnika koji nije saradivao sa korporativnim sektorom (%) Udeo preduzetnika koji je saradivao sa korporativnim sektorom (%) // Udeo korporativnih izvora finansiranja u ukupnim izvorima finansiranja KKI (%)	Polazna studija o KKI
Tržište rada i zapošljavanje, unapređenje ljudskih resursa		
Indikator uspešnosti mera aktivne politike tržišta rada targetiranih ka povećanju zaposlenosti žena i mladih	Broj preduzetnica u kreativnim industrijama (referentni period/ciljana vrednost) // Broj novoosnovanih preduzetnica u KKI Broj kreativnih // novosnovanih preduzetnika do 30 godina starosti (referentni period/ciljana vrednost) //	APR, Polazna studija o KKI

Indikator	Definicija indikatora	Izvor podataka
Indikator rodne ravnopravnosti u KKI	<p>Udeo žena vlasnica/osnivača kreativnih preduzeća, organizacija (%)</p> <p>Broj obučениh preduzetnica za započinjanje posla u KKI (referentna godišnja vrednost /ciljana vrednost)</p> <p>Udeo radno angažovanih žena u KKI (%)</p> <p>Jaz u prihodima preduzetnika u odnosu na pol (%)</p>	APR, Polazna studija o KKI
Indikator dinamike samozapošljavanja u kreativnim industrijama	<p>Broj obučениh preduzetnika za rad u KKI (referentna/ciljana vrednost)</p> <p>Broj novih preduzetnika u KKI koji su bili u statusu nezaposlenih (referentni period/ciljana vrednost)</p>	
Kvalitet ljudskih resursa /obrazovni gepovi u KKI	<p>Udeo vlasnika/osnivača KKI koji poseduje tradicionalna i umetnička znanja i veštne</p> <p>Udeo angažovane kreativne klase u ukupnom broju angažovane radne snage u KKI /distribucija prema oblastima KKI</p> <p>Procenat nedostajućih znanja za razvoj KKI</p>	
Razvoj kreativnog preduzetništva, kulturnih i kreativnih industrija, umrežavanje		
Indikator dinamike poslovne aktivnosti u KKI	<p>Broj aktivnih preduzetnika, preduzeća, zadruga u KKI na nivou opštine/grada i prema oblastima // dinamički pokazatelj: stopa rasta poslovne aktivnosti u KKI (%)</p> <p>Broj novoosnovanih preduzeća i preduzetnika u KKI na nivou opštine/grada i njihova distribucija po oblastima //dinamički pokazatelj: stopa rasta novoosnovanih preduzeća i preduzetnika u KKI (%)</p> <p>Broj ugašenih preduzeća i preduzetnika u KKI na nivou grada/opštine i njihova distribucija po oblastima // dinamički pokazatelj: stopa smrtnosti preduzeća i preduzetnika u KKI na nivou opštine (%)</p>	Privredni registri, Polazna studija o KKI
Nivo i dinamika zapošljavanja u KKI	<p>Broj zaposlenih u KKI (formalna i neformalna) // (broj zaposlenih, % u odnosu na ukupan broj zaposlenih na teritoriji konkretne opštine/grada) // demografske karakteristike (pol, starost, obrazovanje)</p> <p>Distribucija zaposlenih/angažovane radne snage u KKI prema oblastima // broj zaposlenih i/ili relativni udeo zaposlene/angažovane radne snage prema oblastima (%) // demografske karakteristike (pol, starost, obrazovanje)</p>	Administrativni izvori podataka o zaposlenosti, Anкета o radnoj snazi, Polazna studija o KKI
Nivo i dinamika ekonomskog rasta KKI	<p>Promet koji se ostvari u KKI na teritoriji opštine/grada i njegova struktura po oblastima (u € / %) // dinamički pokazatelj: stopa rasta prometa u KKI (%)</p> <p>BDV koja se ostvari u KKI na teritoriji opštine/grada i njena struktura po oblastima (u € / %) // dinamički pokazatelj: stopa rasta BDV (%)</p>	Polazna studija o KKI, APR
Nivo kreativnog preduzetništva kod ranjivih grupa	<p>Broj i udeo preduzetnika, kooperativa iz ranjivih grupa (romi, žene, mladi, osobe sa posebnim potrebama) u ukupnom broju preduzetnika/kooperativa u KKI (broj preduzetnika; %)</p> <p>Broj i udeo novoosnovanih preduzetnika iz ranjivih grupa (broj preduzetnika; %)</p>	Polazna studija o KKI, APR, NZS

Indikator	Definicija indikatora	Izvor podataka
Stopa preduzetničkih poduhvata u povoju*	Procenat preduzetnika koji su aktivni u oblasti KKI, a da u poslednja 3 meseca nisu ostvarili prihode od ovog posla (referentna vrednost/ciljana vrednost)	Polazna studija o KKI, GEM izvrštaj
Stepen utemeljenosti kreativnog preduzetništva*	Kreativno preduzetništvo u ranoj fazi – udeo kreativnih preduzetnika koji su vlasnici/upravljači poslovnog poduhvata manje od 48 meseci Utemeljeno kreativno preduzetništvo – udeo kreativnih preduzetnika koji su vlasnici/upravljači poslovnog poduhvata duže od 48 meseci (do 96 meseci) Zrelo kreativno preduzetništvo – udeo kreativnih preduzetnika koji su vlasnici/upravljači poslovnog poduhvata duže od 8 godina	Polazna studija o KKI, APR, GEM Izveštaj
Indikator glavnih faktora nepovoljnog poslovnog okruženja za razvoj kreativnog preduzetništva	Ocena i rangiranje osnovnih problema sa kojima se suočavaju KKI u poslovanju (ocene 1–5; rang)	Polazna studija o KKI, Privredna komora
Stepen međunarodne orijentacije kreativnog sektora*	Procenat KKI koji imaju udeo stranih klijenata više od 25% godišnje (%)	Polazna studija o KKI, Privredna komora
Nivo i kvalitet socijalnog kapitala	Udeo KKI koji pripada poslovnim udruženjima, asocijacijama, mrežama ili drugim oblicima poslovnog udruživanja (%) Procena kvaliteta saradnje unutar poslovnih i profesionalnih udruženja (od 1 do 5/prosečna vrednost) Udeo civilnih organizacija, kooperativa i socijalnih preduzeća u ukupnom broju KKI (%)	Polazna studija o KKI
Stepen transfera znanja i tehnologije	Udeo KKI koji sarađuje sa univerzitetima i naučnim institutima (%) Udeo KKI koji zajednički razvija inovacije, nove proizvode, poslovne modele, oblike promocije, marketinga itd. sa obrazovnim institucijama i naučnim institutima (%)	
Participacija i dostupnost kulturnih izraza		
Stepen potrošnje u kulturi	Godišnji izdaci za kulturna dobra i usluge domaćinstava/ <i>per capita</i> za kulturu i rekreaciju (u €; %)	Anketa o potrošnji domaćinstva
Nivo kulturne participacije	Prosečna godišnja posećenost manifestacija i kulturnih institucija // udeo u odnosu na ukupan broj stanovnika opštine/grada (%)	Polazna studija o KKI, godišnji opštinski izveštaji
Stepen digitalne dostupnosti kulturnih izraza	Udeo domaćinstava koji poseduju priključak za internet (%) Udeo KKI koji ima veb prezentaciju za promociju kulturnih dobara i usluga (%) Nivo digitalnog jaza – % razlike KKI koji imaju veb prezentaciju u odnosu na regionalni ili republički prosek	Polazna studija o KKI, nacionalni godišnji izveštaji „Upotreba IKT“

* adaptirano prema indikatorima Global Entrepreneurship Monitoring, 2014



b) Osnovne metode i tehnike analize

Pojedinačni pokazatelji/indikatori pružaju samo parcijalne informacije, tako da je poželjno da se istovremeno koristi više analitičkih metoda i tehnika. Njihov izbor zavisi od raspoloživih podataka, strukture kulturnih i kreativnih industrija, svrhe i ciljeva razvojnog planiranja. Standardni metodi su: lokacioni koeficijent (LQ), „*shift-share*“ analiza (S-S; analiza pomaka i učešća), analiza klastera i *input-output* analiza. Ove metode mogu se koristiti za analizu kreativnog sektora u većim gradovima, metropolama ili pak na regionalnom nivou. Njihova primena može biti komplikovana u slučaju malih opština.

Lokacioni koeficijent (LQ) je pokazatelj koji omogućava analitičarima da identifikuju one delatnosti u kojima je lokalna ekonomija specijalizovana. U pitanju je takva vrsta pokazatelja koja se zasniva na poređenju lokalne ekonomije sa tzv. referentnim ekonomskim sistemom. Referentni ekonomski sistem uvek je veći, tako da se u zavisnosti od potrebe analize lokalna ekonomija (LAU nivo) može upoređivati sa ekonomijom okruga/oblasti (NUTS 3 nivo), regiona (NUTS 2 nivo) ili sa nacionalnom ekonomijom kao celinom.² Imajući u vidu da se prilikom ove analize vrše poređenja sa većim ekonomskim sistemima/celinama, neophodno je da se „konstruišu“ relativni pokazatelji. Vrednost lokacionog koeficijenta se računa za svaku delatnost u okviru lokalne ekonomije. Da bi se izračunao lokacioni koeficijent za određenu delatnost potrebno je da se učešće posmatrane delatnosti u lokalnoj ekonomiji podeli sa učešćem koje ta ista delatnost ima u referentnom ekonomskom sistemu (npr. regionu, okrugu...). Lokacioni koeficijent, koji se drugačije naziva i faktor koncentracije, jeste statička mera koja pokazuje samo trenutnu „sliku“. Ovaj pokazatelj ne daje nikakve informacije o tome da li značaj posmatrane delatnosti za lokalnu ekonomiju raste ili opada. Dakle, u pitanju je odnos. Najčešće se kao reprezentativni pokazatelj zastupljenosti (koncentracije) određene delatnosti u lokalnoj ekonomiji uzima zaposlenost (broj zaposlenih)³. Pretpostavka koja se sledi jeste da broj zaposlenih u dobroj meri reflektuje obim poslovne aktivnosti posmatranih delatnosti. Obrazac za izračunavanje lokacionog koeficijenta ima sledeći oblik:

$$LQ = \frac{\frac{L(le, i)}{L(le, uk)}}{\frac{L(RE, i)}{L(RE, uk)}}$$

gde su:

$L(le, i)$ – broj zaposlenih radnika u delatnosti KI i na nivou lokalne ekonomije

$L(le, uk)$ – ukupan broj zaposlenih radnika na nivou lokalne ekonomije

$L(RE, i)$ – broj zaposlenih radnika u delatnosti KI i na nivou regionalne ekonomije

$L(RE, uk)$ – ukupan broj zaposlenih radnika na nivou regionalne ekonomije.

Ukoliko je vrednost lokacionog koeficijenta veća od 1 to znači da je posmatrana delatnost koncentrisanija u lokalnoj ekonomiji u odnosu na regionalnu ekonomiju (ili drugi nivo ekonomije koji poredimo) i da postoji lokalna specijalizacija u toj delatnosti. Ukoliko je odnos manji od 1, to znači da ne postoji lokalna specijalizacija, dok ratio koji iznosi 1 znači da je nivo koncentracije konkretne delatnosti na lokalnom nivou ista kao i na regionalnom nivou (ili drugom nivou ekonomije koji poredimo). Za potrebe analize lokalne privredne strukture i za potrebe njenog poređenja sa regionalnom privrednom

strukturuom, potrebno je izračunati vrednost lokacionih koeficijenata za sve delatnosti/sektore kulturnih i kreativnih industrija. Ovaj obračun je veoma važan iz praktičnih razloga. Naime, lokalna ekonomija bi trebala da ostvaruje bolje poslovne performanse u onim delatnostima u kojima je vrednost lokacionog koeficijenta veća od jedan. Ukoliko pretpostavimo da veća zaposlenost znači i veći nivo kulturne produkcije, to znači da lokalna ekonomija proizvodi više u toj delatnosti nego što je apsorbirana moć lokalnog tržišta kreativnosti. Dalje, to znači da se deo proizvoda te delatnosti „izvozi“ iz lokalne ekonomije.

Sa ciljem da se što bolje razume pomenuti pokazatelj, prikazujemo kako se rezultati mogu tabelarno predstaviti (videti Tabelu 3.), ukoliko se privredna struktura neke opštine poredi sa višim referentnim sistemom (npr. regionalnim). Poželjno je da se vrednosti lokacionih koeficijenata izračunaju za duži niz godina unazad (kreirati odgovarajuće vremenske serije lokacionih koeficijenata), jer se na taj način dolazi do vrednih informacija o karakteristikama lokalne strukture kreativne ekonomije tokom vremena.

Tabela 3. Lokacioni koeficijenti delatnosti kulturnih i kreativnih industrija na opštinskom/gradskom nivou

Delatnost	Opština/Grad	Regionalna ekonomija			Lokacioni koeficijent
	Broj zaposlenih u odabranoj godini	Učešće br. zaposl.	Broj zaposlenih u odabranoj godini	Učešće br. zaposl.	opština: region
KI 1					
KI 2					
KI 3					

Interpretacija konkretnih vrednosti lokacionog koeficijenta takođe zasluđuje pažnju. Vrednost LQ se može interpretirati na sledeći način:⁴

- 0–1: niska kreativnost
- 1–1,1: niska do srednja kreativnost
- 1,1–1,25: srednja do visoka kreativnost
- 1,25–2,5: visoka kreativnost.

Pri tome, nije dovoljno samo izračunati vrednost, već treba i razumeti „sadržinu“ dobijenih podataka, kako bi se mogli izvesti pravilni zaključci. Razmotrimo neke od mogućnosti koje se mogu javiti u praksi (Blakely and Bradshaw, 2006: 125–126):

- Visoko koncentrisane delatnosti jesu lokalni „lideri“. Međutim, činjenica je da lokacioni koeficijent pokazuje samo trenutno stanje. Dakle, lokalni analitičari takođe bi trebalo da ispitaju održivost dominantne pozicije takvih delatnosti. Planeri lokalnog razvoja bi trebalo da imaju dodatne informacije o tome da li su i koliko vodeće delatnosti osetljive na eventualne promene koje se mogu dogoditi. Važno je da se odredi stepen „ranjivosti“ vodećih delatnosti u slučaju nekih „šokova“, pre nego što se proglašavaju za glavne nosioce razvoja. Ovome bi doprineli

podaci o kretanju lokacionih koeficijenata tokom vremena (podaci u obliku vremenskih serija).

- Visoko koncentrisane delatnosti, ponekad, mogu predstavljati i opasnost za lokalnu ekonomiju. Naime, ukoliko su previše dominantne, pojedine delatnosti mogu destruktivno delovati na razvoj ostalih, a time i ugroziti vitalnost celokupne lokalne privrede. Dakle, nije dobro da lokalna ekonomija bude previše oslonjena na jednu delatnost.
- Nizak lokacioni koeficijent za određenu delatnost ne znači nužno slabost te lokalne ekonomije. Logično je da nemaju svi lokaliteti iste predispozicije, niti uslove za razvoj svih delatnosti. Nekada je lokacioni koeficijent nizak, jer u lokalnoj ekonomiji ne postoje prirodni uslovi za razvoj određene delatnosti.
- Ukoliko lokacioni koeficijent ima vrednost jedan, treba razmotriti mogućnosti i uslove pod kojima se može pojačati položaj te delatnosti.

„Shift-share“ analiza (analiza pomaka i učešća): Konstatovali smo da je lokacioni koeficijent (LQ) statički pokazatelj. Kao takav on ima određena ograničenja. Iz tog razloga u analizu treba uvoditi dodatne dinamičke pokazatelje, koji nam pokazuju kako se i zašto lokalna struktura kreativne privrede menja tokom vremena. „Shift-share“ analiza doslovno znači analiza „pomaka i učešća“. No, budući da se radi o raščlanjavanju na komponente koje doprinose rastu/padu nivoa poslovne aktivnosti na lokalnom nivou, u može se upotrebljavati i sledeći naziv – analiza komponenti lokalnih promena.⁵ Pomoću pomenute analize lokalni privredni rast/pad se može dekomponovati na tri dela:

- *Proporcionalni (hipotetički) rast* – predstavlja onaj deo ukupne promene u određenoj kreativnoj delatnosti u okviru lokalne ekonomije koji bi se dogodio kada bi se promene odvijale u istom smeru i istim tempom kao što se odvijaju promene na nivou regionalne ekonomije kao celine. Drugim rečima, sve delatnosti u lokalnoj ekonomiji „dele sudbinu“ kretanja (promena) regionalne ekonomije kao celine.
- *Strukturni pomak* – predstavlja deo ukupne promene koji je rezultat sektorske strukture. Upoređuje se dinamika pojedinačnih kreativnih delatnosti u odnosu na ukupnu privrednu dinamiku na nivou regionalne ekonomije. Strukturni pomak daje odgovor na pitanje da li je lokalna privredna struktura (struktura zastupljenih delatnosti na lokalnom nivou) povoljna ili nepovoljna. Povoljna sektorska struktura postoji u situaciji kada u lokalnoj privrednoj strukturi dominiraju one kreativne delatnosti čiji je rast iznad prosečnog rasta na nivou regionalne privrede kao celine. Suprotno, nepovoljna lokalna privredna struktura postoji u situaciji kada u lokalnoj privrednoj strukturi dominiraju one kreativne delatnosti čiji je rast ispod prosečnog rasta na nivou regionalne privrede kao celine.
- *Diferencijalni pomak* – predstavlja deo ukupne promene koji nastaje kao rezultat razlike u dinami (u stopama rasta) u okviru određene kreativne delatnosti na lokalnom nivou u odnosu na dinamiku (stopu rasta) u istoj toj delatnosti na regionalnom nivou. Pozitivan diferencijalni pomak postoji u onim kreativnim delatnostima u kojima se na nivou lokalne ekonomije ostvaruje brži rast (ili sporiji pad) nego u istoj delatnosti na regionalnom nivou. U suprotnom, diferencijalni pomak je negativan. Ovaj pomak postoji usled različitih specifičnosti lokalne ekonomije. U slučaju da postoji pozitivan diferencijalni

pomak u određenoj delatnosti na lokalnom nivou, to znači da posmatrana lokalna ekonomija poseduje konkurentsku prednost u toj konkretnoj delatnosti.

Ukupna promena (rast/pad) u okviru određene delatnosti na nivou lokalne ekonomije može se izraziti kao zbir prethodno opisanih „učesća i pomaka“ – proporcionalnog, strukturnog i diferencijalnog. Za planere i donosiocce ekonomskih odluka na lokalnom nivou posebno je važan diferencijalni pomak, jer on pruža informaciju o tome da li i u kojim kreativnim delatnostima lokalna ekonomija ima konkurentskih prednosti (u poređenju sa regionalnom ekonomijom), te o tome u koje od njih treba usmeravati investicije. Kao i u slučaju lokacionog koeficijenta, i u ovoj analizi se kao indikator/promenljiva mogu koristiti različiti agregati, poput zaposlenosti, vrednosti osnovnih sredstava, vrednosti bruto domaćeg proizvoda i sl. Za potrebe ovog Priručnika (prvenstveno zbog dostupnosti podataka), opredelili smo se da kao promenljivu u jednačini koristimo broj zaposlenih. Kao i u slučaju analize lokacionog koeficijenta, kao referentni ekonomski sistem posmatramo regionalnu ekonomiju.

$$\Delta L(l_e, i) = L_0(l_e, i) * rL(RE) + L_0(l_e, i) * [rL(RE, i) - rL(RE)] + L_0(l_e, i) * [rL(l_e, i) - rL(RE, i)]$$

\downarrow
 proporcionalni pomak

\downarrow
 strukturni pomak

\downarrow
 diferencijalni pomak

gde su:

$\Delta L(l_e, i)$ – apsolutna promena broja zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama „i“ na nivou lokalne ekonomije

$L_0(l_e, i)$ – broj zaposlenih u kulturnim i kreativnim industrijama „i“ na nivou lokalne ekonomije u početnom periodu

$rL(l_e, i)$ – stopa rasta zaposlenosti u delatnosti kulturnim i kreativnim industrijama „i“ na nivou lokalne ekonomije

$rL(RE)$ – stopa rasta ukupne zaposlenosti na nivou regionalne ekonomije

$rL(RE, i)$ – stopa rasta zaposlenosti u delatnosti kulturnih i kreativnih industrija „i“ na nivou regionalne ekonomije.

Kako treba komentarisati rezultate koji se mogu dobiti pomoću AKLOP analize i kako se za razvojne svrhe mogu koristiti dobijene informacije? Navedimo neke korisne sugestije za planere lokalnog razvoja kulturnih i kreativnih industrija:

- Pozitivan i visok nivo tzv. diferencijalnog pomaka u nekoj delatnosti ukazuje na to da lokalna ekonomija ima „razvojni potencijal i snagu“ u toj kreativnoj delatnosti.
- Vrednost diferencijalnog pomaka za određenu kreativnu delatnost treba uvek povezivati sa vrednošću lokacionog koeficijenta za istu delatnost.
- Neke delatnosti u okviru lokalne ekonomije ne mogu se okarakterisati kao dominantne iako imaju visok nivo diferencijalnog pomaka. Istina, one rastu brže od proseka za tu delatnost na nivou referentnog ekonomskog sistema, ali imaju nisku vrednost lokacionog koeficijenta. Da li će takve delatnosti postati dominantne zavisi od različitih faktora, prvenstveno od toga da li lokalna ekonomija poseduje ključne resurse za dalji razvitak konkretne delatnosti.
- Neke kreativne delatnosti sa relativno niskim diferencijalnim pomakom mogu posedovati potencijal za budući razvoj, ukoliko su koncentrisane u lokalnoj ekonomiji (visok LQ). Takvim delatnostima treba posvetiti posebnu pažnju, jer pomoću adekvatnih mera i podsticaja veoma lako mogu postati lokalni „lideri“.

- U određenim okolnostima pojedine kreativne delatnosti mogu imati visok diferencijalni pomak, ali to ne znači da lokalna ekonomija poseduje konkurentske prednosti u njima. Naime, dinamičan rast nekih delatnosti može biti isključivo posledica nekih drugih okolnosti, a ne postojanja konkurentskih prednosti. Lokalna ekonomija ima „snagu“ u onim kreativnim delatnostima u kojima nivo poslovne aktivnosti sporije opada na lokalnom nivou nego na nivou referentnog ekonomskog sistema. Dakle, bez obzira na negativna kretanja, sporiji pad svakako znači postojanje određenog stepena konkurentske prednosti.

Klaster analiza: Važno pitanje na koje treba odgovoriti prilikom planiranja lokalnog razvoja jeste koje su najvažnije kreativne delatnosti u lokalnoj ekonomiji sa stanovništa potencijala za dalji rast i razvoj. Postoje delatnosti koje imaju isti nivo koncentrisanosti/specijalizacije, ali nemaju podjednak značaj za lokalnu privredu. One delatnosti koje čine sastavni deo industrijskih klastera (npr. kreativnih) jesu najznačajniji nosioci razvoja u lokalnim sredinama. Najopštije rečeno, klasteri predstavljaju koncentraciju ekonomskih aktivnosti u prostoru. Njega čine funkcionalno povezana preduzeća koja posluju u određenoj geografskoj lokaciji. U mnogim gradovima i regionima postoje identifikovani klasteri. Pravi izazov za ovakvu vrstu analize predstavlja pronalaženje klastera koji do sada nisu uočeni, te se ne koriste sve potencijalne prednosti lokalne privredne strukture. Identifikacija klastera može biti veoma složen postupak. Za to postoje različite metode koje se primenjuju u praksi. Za potrebe Priručnika, opisaćemo jedan metod koji se često koristi prilikom analize lokalnih klastera i kao takva se može primeniti u većini opština i gradova. Pomenuti postupak bi se mogao sprovesti na sledeći način. Potrebno je da se u lokalnoj ekonomiji pronađu one kreativne delatnosti koje potencijalno mogu da čine klaster. Potencijalne klasterne delatnosti predstavljaju kreativne delatnosti sa visokim stepenom koncentracije u lokalnoj ekonomiji (mereno pomoću LQ) i u kojima lokalna ekonomija ima konkurentske prednosti (S-S analiza). Sve kulturne i kreativne industrije iz strukture lokalne ekonomije treba klasifikovati kao što je to predstavljeno u Tabeli 5.

Tabela 4. Identifikovanje klastera na osnovu analize lokacionog koeficijenta i „Shift-share“ analize

Koncentracija delatnosti na lokalnom nivou (LQ)	Konkurentnost (efekat diferencijalnog pomaka iz „Shift-share“ analize)	
	Nekonkurentne delatnosti (opadajuće)	Konkurentne delatnosti (rastuće)
Visok LQ	Delatnosti koje su u procesu transformacije	Potencijalni klasteri
Nizak LQ	Delatnosti „u nestajanju“	Delatnosti „u nastajanju“

Izvor: Blakely and Bradshaw (2006): 142.

Jedino delatnosti iz gornjeg desnog polja predstavljaju potencijalne klasterne, dok ostale, pozicionirane u nekom od preostala tri polja, treba eliminisati iz dalje analize. Dakle, opisani korak predstavlja „prvi krug eliminacije“. Važno je razumeti da se u ovoj fazi ne može pouzdano odrediti postojanje klastera. Zbog toga analizu treba proširiti, odnosno nastaviti.

Input-output analiza: Ono što je važno za razvojno planiranje i procenu razvojnog potencijala kulturnih i kreativnih industrija jeste razumevanje međusobnih odnosa i

uticaja između delatnosti u strukturi lokalne privrede. Razlog za to je što promena u okviru jedne kreativne delatnosti izaziva niz efekata u drugim delatnostima sa kojima je povezana, čime se uticaj inicijalne promene širi na ostale kreativne delatnosti, ali i na celokupnu lokalnu ekonomiju. Uticaj inicijalne promene na celokupnu lokalnu privredu može se izračunati pomoću tzv. multiplikatora, koji izražavaju kumulativnu promenu izazvanu promenom u nekoj od delatnosti lokalne privrede. Izračunavanje multiplikatora vrši se pomoću *input-output* analize. Analički okvir čine *input-output* tabele koje se dobijaju tako što se sve delatnosti lokalne ekonomije poređaju vertikalno i horizontalno, tako da kreiraju jednu matricu. Po vertikali se unose (navode) dobavljači, a po horizontali kupci. Potom se vrši procena koliko iznose međusobne transakcije za jedinično povećanje proizvodnje u konkretnoj delatnosti. Inicijalno je ovakva analiza primenjivana na nivou nacionalnih privreda, ali se potom metodologija prilagodila potrebama analize lokalnih i regionalnih privreda. Ovakvi podaci često potiču iz tzv. studija učinaka koje analiziraju sektorske veze unutar određenih kreativnih delatnosti, projekata, manifestacija, itd.⁶

Napomene:

¹ Detaljnije o ovim analizama videti u: Mikić, (2012) i Mikić (2015).

² Klasifikacija teritorijalnih celina u skladu sa NUTS klasifikacijom, prema: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/regions>

³ Naravno, kao reprezentativni pokazatelji obima ekonomske aktivnosti mogu se uzeti i drugi agregati poput vrednosti osnovnih sredstava, vrednosti ostvarenog društvenog proizvoda i sl. ukoliko postoje raspoloživi podaci.

⁴ prema: Capone (2008): 346.

⁵ skraćenica koja će se koristiti: AKLOP, prema: Molnar (2011): 148.

⁶ O *input-output* tabelama i studijama učinaka kreativnog sektora videti više u: Mikić (2012); Reeves (2002)

Literatura

Blakely, E. J. and T. K. Bradshaw (2006) *Planning Local Economic Development – Theory and Practice*, California: Sage Publications

BOP Consulting (2010) *Mapping the creative industries: a toolkit*, Creative and cultural Economy series 2, London: British Council

Capone, F. (2008) „Mapping and analysing creative systems in Italy (1991-2001)“, u: Cooke, P. and Lazeretti, L. (ed.) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Edward Elgar Publishing Limited, UK

Singer, S., Amoros, E. J. and Moska, D. (2015) *Global Entrepreneurship Monitoring: Global Report 2014*, London: Global Entrepreneurship Research Association

Molnar D. (2011) *Lokalni ekonomski razvoj: teorija, analiza, praksa*, Banat-info i NIP Zrenjanin a.d., Zrenjanin

Reeves, M. (2002) *Mesuring the economic and social impact of the arts: a review*, London: Art Council of England

Throsby, D. (2010) *Economics of cultural policy*, Cambridge: Cambridge University Press

Throsby, D. (2015) „Culture in sustainable development“ in: Isar, Y.R. (ed) *Reshaping cultural policies*, Convention Global Report, Paris: UNESCO

Mikić, H. (2012) *Measuring economic contribution of cultural industries: review and assessment of current methodology*, Montreal: UNESCO-Institute for statistics

UNESCO (2014) *Culture for development indicators: Methodology Manual*, Paris: UNESCO

Mikić, H. (2015) *Measuring economic contribution of cultural industries: a case study on Serbia*, Montreal: UNESCO Institute for statistics



STRATEŠKI CILJEVI,
AKTIVNOSTI I PROJEKTI

6



Kreiranja razvojne politike i proces strateškog planiranja započinju anaizom stanja i faktora koji utiču na razvoj kulturnih i kreativnih industrija. Detalji ovih analiza predstavljeni su poglavljju 4 i 5 ovog Priručnika.

Strateški ciljevi predstavljaju rešenja na identifikovane probleme koje treba ostvariti u budućnosti. Jasnim i preciznim definisanjem ciljeva i mera njihove realizacije utičemo na tok realizacije programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija. Ciljevi treba da budu osmišljeni „MUDRO“. Akronim MUDRO ukazuje na skup obeležja koje ciljevi moraju zadovoljiti u procesu razvojnog planiranja. MUDRO je skraćenica od **M**erljivi, **U**okvireni vremenom (vremenski ograničeni), **D**ostižni, **R**elevantni i **O**dređeni.

Kao što smo napomenuli, postavljanje strateških ciljeva i aktivnosti zasniva se na adekvatnoj analizi i uočavanju trendova u kulturnim i kreativnim industrijama. Na osnovu nje identifikuju se razvojni gepovi i problemi.

Analiza problema i problemsko stablo jedan je od najbitnijih koraka u programiranju strateških ciljeva, aktivnosti i razvoju projektnih ideja. Pravilna analiza problema predstavlja preduslov za njihovo utvrđivanje. Kao jedna od najkorišćenijih metoda koja se koristi za potrebe analize problema je metoda problemskog stabla. Ovom metodom pronalazimo rešenje problema mapiranjem uzroka i posledica koji se odnose na taj problem.

Metoda problemsko stablo se provodi u grupi, mada je najefikasnija ukoliko se radi u više manjih grupa. Prvi korak je diskusija na osnovu koje želimo da dođemo do ključnih problema koje dalje treba analizirati. U ovom procesu ključnu ulogu imaju moderatori koji treba da rukovode diskusijom u pravcu što relevantnije identifikacije ključnih problema. Centralni problem koji je uočen postavlja se na sredinu grafikona i predstavlja osnovu problema – stablo. Potom se pristupa prepoznavanju uzroka i posledica problema. Uzroci problema su koreni stabla, a posledice grane stabla. Čitav postupak se predstavlja grafički kako bi se spoznale uzročno-posledične veze sa glavnim problemom odnosno hijerarhija problema. Uobičajeno se ovakvi postupci sprovode uz pomoć vizuelizacije – beleženjem rezultata diskusije na raznobojnim papirićima i na odgovarajućim mestima problemskog stabla. Na kraju diskusije, predstavnici različitih grupa predstavljaju međusobne rezultate. Na ovaj način povećavaju se šanse da se pravilno prepoznaju problemi razvoja kulturnih i kreativnih industrija. Na kraju, na osnovu definisanog problemskog stabla kreira se stablo ciljeva.

SWOT analiza predstavlja jednu od najrasprostranjenijih i najkorisnijih tehnika strateškog planiranja koja se koristi za analizu situacije. Ova metoda ima široku primenu, a njome možemo bolje da razumemo situaciju i okolinu, kao i faktore koji utiču na nju. Naziv analize potiče od četiri engleske reči koje opisuju četiri faktora koja deluju na pojave koje analiziramo. S se odnosi na Snage (engl. *Strengths*) – i predstavlja unutrašnje prednosti; W se odnosi na Slabosti (engl. *Weaknesses*) – i predstavlja unutrašnje nedostatke; O se odnosi na Šanse (engl. *Opportunities*) – i predstavlja spoljašnje prednosti koje mogu povoljno da utiču na određenu pojavu; T se odnosi na Pretnje (engl. *Threats*) – i predstavlja spoljašnje pretnje koje mogu negativno da utiču na analiziranu pojavu.

Najčešća greška koje se dešavaju prilikom ove analize jeste utvrđivanje koji od faktora je sa internim ili eksternim dejstvom. Najlakši način da se utvrdi dejstvo određenog faktora je kroz postavljanje pitanja da li na ovaj faktor možemo da utičemo kroz razvoju strategiju ili ne možemo. Ukoliko uticaj kroz strategiju postoji, onda su u pitanju interni faktori. Njih treba sagledati kroz snage i pojačati ih, odnosno s druge strane razumeti koje su to ključne slabosti koje postoje i kako ih eliminisati ili čak pretvoriti u snage. Sa druge strane, ukoliko realizacijom aktivnosti ne možemo da utičemo na neki faktor, u pitanju su eksterni faktori. Njih treba sagledavati u pravcu maksimalne iskorišćenosti pozitivnih faktora i minimalizacije negativnih uticaja faktora.

Programiranje strateških ciljeva i aktivnosti zahteva određene tehnike planiranja. *Participativni pristup planiranju* razvijen je kao odgovor na neefikasnost konvencionalnog pristupa razvojnog planiranju. Konvencionalni pristup je karakterističan za centralizovane države i podrazumeva da centralna vlast ima glavnu ulogu u procesima razvojnog planiranja, bez uvažavanja potreba lokalne zajednice i njenog znanja.¹ Proces participativnog planiranja usmeren je ka mobilisanju znanja i veština lokalnih aktera sa ciljem da uključi lokalnu zajednicu i zainteresovane strane da upravljaju lokalnim resursima i njihovim korišćenjem.²

Uspesno participativno planiranje zavisi od uključenosti svih zainteresovanih strana, organizacionog kapaciteta lokalnih aktera koji rukovode procesom, podrška lokalnih donosioca odluka i informisanosti učesnika. Faze procesa planiranja razvoja kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou objašnjene su u odeljku 3. ovog Priručnika. Proces participativnog planiranja može se sprovesti na nekoliko načina. Najčešće korišćene tehnike su lokalne akcione grupe (fokus grupe), World cafe model, metod otvorenih konsultacija itd.

Fokus grupe je jedan od najkorišćenijih modela u participativnom planiranju. Prilikom formiranja grupe, treba voditi računa ne samo o potencijalnim članovima grupe, kao i njihovom relevantnom znanju, već i o različitosti članova grupe, odnosno organizacija odakle potiču. Ovo se radi u cilju prikupljanja što raznovrsnijih podataka, kao i radi određivanja relevantnih problema koje želimo rešiti i ciljeva kojima ćemo to i postići. Nakon što se formiraju grupe, kroz veći broj sastanaka dolazi se do željenog cilja. U ovom modelu ključnu ulogu imaju moderatori grupa i način na koji su pripremljeni, jer oni usmeravaju celokupni proces. Kako bi bile najefikasnije, ove grupe bi trebalo da imaju do desetak članova.

World cafe metodologija je adekvatna za dijalog velikih grupa. Ona omogućava da se raspravlja o različitim pitanjima na neformalan i kreativan način. Sprovodi se u opuštenoj atmosferi, koja podseća na razgovor u kafiću. Uobičajno ovaj model ima nekoliko faza:³

- Postavku – kreira se specifično okruženje po uzoru na kafić; postavljaju se mali okrugli stolovi sa do pet mesta;
- Dobrodošlica i upoznavanje – moderatori pozdravljaju učesnike, daju uvod u model *World cafe*, postavljaju kontekst diskusije i usmeravaju učesnike na pravce diskusije;
- Runde dijaloga – proces se započinje rundama dijaloga od po tridesetak minuta. Po isteku vremena, svaki član grupe pomera se za drugi sto, pri čemu jedna osoba može da bude uvek domaćin za stolom koji dočekuje svaku grupu

i kratko ih izveštava o čemu je bilo reči u prethodnim diskusijama. Domaćin grupe obavezno zapisuje ključne elemente razgovora.

- Pitanja – svaka runda dijaloga ima odgovarajuća pitanja; ista pitanja mogu se koristiti u više rundi dijaloga;
- Rezultati – članovi radnih grupa i domaćini sa stolova se pozivaju da predstavljaju rezultate svim učesnicima dijaloga.

Otvorene konsultacije su proces prikupljanja mišljenja iz eksternog okruženja koja doprinose kvalitetu i kredibilitetu razvojnih politika. Metod otvorenih konsultacija karakteriše razvojno planiranje i predloge koji se donose u Evropskoj uniji. Ova vrsta konsultacija započinje definisanjem ciljeva konsultacije, mapiranjem zainteresovanih strana, vremenskog okvira konsultacija, oglašavanja konsultacije, otvaranjem veb-sajta za slanje komentara, analizom odgovora i izveštajem o rezultatima konsultacija.⁴

Razvojna agenda daje široki okvir, te se na bazi njenih strateških ciljeva može formirati veliki broj mera i projekata. Međutim, uz ograničene izvore finansiranja treba izabrati odgovarajuće prioritete i u skladu sa njima ključne mere za postizanje rešenja i strateške projekte.

Strateški projekat (*flagship project*) jeste grupa istraživačkih i razvojnih aktivnosti usmerena na ostvarivanje ključnih ciljeva razvoja kulturnih i kreativnih industrija u dužem vremenskom roku, sa većim brojem učesnika i korišćenjem određenih finansijskih i ljudskih resursa.⁵

Svaki projekat mora da prođe kroz određene faze, kako bi od ideje sazeo do uobličene projektnog predloga spremnog za realizaciju. Ovaj proces započinje definisanjem osnovnih elemenata projektnog koncepta (*project fiche*). Njega čine:⁶

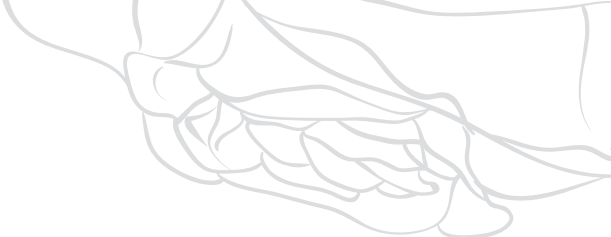
- Narativni deo koji sadrži opis projekta, uključujući i obrazloženje, svršishodnost projekta, ciljeve, elemente...
- Institucionalni okvir implementacije projekta;
- Logička matrica – formatizovani pregled aktivnosti prema postavljenim opštim i posebnim ciljevima, aktivnostima, indikatorima i očekivanim rezultatima; potencijalnim rizicima i ograničenjima;
- Budžet – pregled troškova projekta i izvora finansiranja;
- Okvirni period implementacije;
- Održivost projekta nakon realizacije;
- Prateća dokumentacija -- statusna, pravna, finansijska i tehnička dokumentacija koja je sastavni deo projekta i bliže ga određuje.

Osnovu za pripremu i razvoj projektnog koncepta predstavlja izrada logičke matrice. Logička matrica oslanja se na rezultate analize i planiranja strateških ciljeva i mera koje smo opisali na početku, a dodaje informacije koje se tiču dalje njihove razrade, planiranih aktivnosti, procene njihovog trajanja i odgovornosti i planiranje resursa i detaljnijih indikatora implementacije. Logička matrica za strateške projekte uglavnom se bazira na ciljevima, aktivnostima i merama koje su identifikovane u politici razvoja kulturnih i kreativnih industrija (opisanih u poglavlju 7 i 8), ali se oni u ovoj fazi dalje razrađuju na nivou hronološki organizovanih projektnih aktivnosti.

Tabela 5: Primer izrade logičke matrice

Oblast razvojne politike: Promocija kulturnih i kreativnih industrija, umrežavanje kreativnih preduzetnika, NVO, javnih institucija

Opšti cilj	Indikatori implementacije	Način verifikacije	Pretpostavke
Uvođenje savremenih alata za promovisanje kulturnih izraza	Uvedeni savremeni alati za promovisanje kulturnih izraza	Izrađena i postavljena interaktivna izložba o kulturnom prostoru opštine Pirot	spremnost opštine na ovakav vid promocije; obezbeđena sredstva
Svrha projekta	Indikatori implementacije	Način verifikacije	Pretpostavke
Inovativna promocija kulturnih i kreativnih izraza Opštine Pirot i povećano interesovanje za kulturne izraze opštine Pirot	Broj medijskih članaka Broj gostovanja u emisijama Broj posetilaca izložbe Broj predstavljanja izložbe na sajmovima, festivalima itd.	Press clipping, foto dokumentacija, utisci posetioaca, video dokumentacija	adekvatan plan promocije i gostovanja izložbe
Rezultati	Indikatori implementacije	Način verifikacije	Pretpostavke
Interaktivna izložba o kulturnom prostoru opštine Pirot je postavljena, koristi se za promociju opštine i njenih kulturnih specifičnosti, utiče na povećano interesovanje za kulturne izraze ove opštine	Broj predstavljanja izložbe Broj posetilaca izložbe Broj novinskih članaka o kulturnim izrazima opštine Pirot	Izveštaji Statistika poseta Press clipping	adekvatan plan promocije i gostovanja
Aktivnosti	Indikatori implementacije	Način verifikacije	Pretpostavke
<ol style="list-style-type: none"> 1. Formiranje projektnog tima, regrutovanje predstavnika institucija i zainteresovanih strana 2. Rad projektnog tima 3. Prikupljanje dokumentacionog materijala za izložbu, istraživanje kulturnog prostora Pirota, identifikacija identitetskih elemenata 4. Raspisivanje tendera 5. Osmišljavanje koncepta izložbe 6. Ispitivanje mogućnosti različitih tehnologija za postavljanje izložbe, izbor izrada IT rešenja 7. Predstavljanje izložbe i testiranje funkcionalnosti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Odluka o formiranju projektnog tima , spisak angažovanih lica 2. Izveštaji sa sastanka 3. Redovni izveštaji o realizaciji projekta 4. Završen tender za izbor IT kompanije 5. Projektni koncept izložbe sa svim elementima 6. Izveštaj o testiranju tehnologija, izrađena probna rešenja 7. Izložba je postavljena i može se koristiti putem naprednih tehnologija 	Arhiva projekta, izveštaji, zapisnici, projektna dokumentacija	Članovi projektnog tima su redovno uključeni u rad; ne kasni se u sprovođenju aktivnosti; tender okončan u roku; prikupljanje dokumentacionog materijala za izložbu teče po planu



Napomene:

¹ Aleksić, J. i Đorđević, S. (2012)

² *Ibidem*

³ World Cafe Metod, <http://www.theworldcafe.com/key-concepts-resources/world-cafe-method/> (pristup, 1.10.2015)

⁴ Videti više: FFG (2013)

⁵ European Commission (2015): 69–70.

⁶ Videti više: EU Integration Office (2011)

Literatura

Aleksić, J. i Đorđević, S. (2012) *Primenjena ekologija*, Beograd: Fakultet za primenjenu ekologiju Futura

EU Integration Office (2011) *Manual for IPA Programming*, Belgrade: Republic of Serbia – EU Integration Office

European Commission (2015) *Better regulation Guidelines*, SWD (2015) 111 Final, Brussels: European Commission

FFG (2013) *Technical Guidelines for Flagship projects version 1.4*. Vienna: Austrian Research Promotion Agency (FFG)

Miklić, P. ur. (2008) *Priručnik za izradu logičke matrice: ključni instrument za upravljanje projektnim ciklusom*, Beograd: Ministarstvo finansija

World Cafe Community Foundation, World Cafe Method <http://www.theworldcafe.com/key-concepts-resources/world-cafe-method/> (pristup, 1.10.2015)







7

KREIRANJE MERA PODRŠKE RAZVOJU KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA

Javne politike podrazumevaju skup instrumenata i mera koje su u vezi sa kulturnim izrazima na različitim nivoima vlasti i kojima se utiče na stvaranje, produkciju, distribuciju, difuziju i pristup dobrima i uslugama koji sadrže i prenose kulturne izraze. Kulturne i kreativne industrije mogu biti predmet javnih politika na dva načina: *sektorski* (kada se javna politika bavi razvojnim pitanjima kulturnih i kreativnih industrija samostalno) i *holistički* (kada su mere i aktivnosti drugih javnih politika kreirane kao kulturno senzitivne). Javne politike mogu biti *eksplicitne* (kada su njihovi ciljevi, mere i aktivnosti eksplicitno iskazani u nekom pisanom dokumentu) i *implicitne* (kada mere i aktivnosti nisu sadržane u nekom formalnom dokumentu).

Ciljevi, mere i aktivnosti javnih politika prezentuju se u formi različitih strateških dokumenata – agendi, strategija, planova, programa, akcionih planova, itd. Donošenje javnih politika u oblasti kulture i kreativnih industrija treba shvatiti kao fleksibilan proces. Njime se uvode postepene promene i očekuje njihovo stalno usavršavanje i prilagođavanje potrebama lokalne zajednice i kreativnih stvaralaca. Takođe je važno da agende razvoja kulturnih i kreativnih industrija budu stvarane kroz participativan proces, kao i da u formulaciji politika i izboru načina na koji će se rešavati neki problem učestvuju akteri iz kreativnog sektora.

Javne politike i programi razvoja kulturnih i kreativnih industrija sprovode se kroz određene instrumente i mere. Instrumenti javnih politika označavaju sredstva kojima se određena politika sprovodi (npr. pravna akata ili drugi oblici zakonskih rešenja, porezi, carine, subvencije...), dok se pod merama podrazumeva konkretan čin primene nekog instrumenta (smanjenje/povećanje poreza, povećanje/smanjenje subvencija, izmena kriterijuma finansiranja kulturnih projekata, itd). Izbor instrumenata, kreiranje mera i donošenje odluka uvek bi trebalo da bude zasnovano na istraživanjima. Formulisanje strateških dokumenata na ovaj način poznato je kao kreiranje javnih politika zasnovano na činjenicama (*evidence-based policy*). One omogućuju da se smanji politički voluntarizam u procesu donošenja odluka o važnim pitanjima kulturnih i kreativnih industrija, kao i da omoguće da mere javne politike imaju pozitivan uticaj na relevantne aktere iz kreativnog sektora.

Uneskova Konvencija (2005) sa stanovišta cilja mera predviđa dve vrste: mere kojima se deluje na zaštitu raznolikosti kulturnih izraza i mere kojima se ona unapređuje. „Zaštita” ne označava državni protekcionizam (zabranu i ograničavanje cirkulacije određenih kulturnih izraza), već mere kojima se štiti, čuva i obogučuje raznolikost kulturnih izraza. Mere koje unapređuju raznolikost kulturnih izraza odnose se na kreiranje uslova koji podstiču njihovo stvaranje i olakšavaju njihovu pristupačnost. Oba aspekta predstavljaju stubove moderne javne politike u oblasti kreativnog sektora – one koja omogućava otvoreno i afirmativno okruženje u društvu, gde se različite grupe osećaju slobodne da stvaraju, proizvode, šire i distribuiraju sopstvene kulturne izraze i da ostvaruju nesmetani pristup njima (Mišling and Scherer, 2012:200).

Radi lakše operacionalizacije Uneskova Konvencija daje okvir mogućih mera koje se mogu koristiti u ciju zaštite i unapređenja raznolikosti kulturnih izraza, kako bi se ukazalo na kompleksnost ove oblasti, i slobodu i suverenitet različitih nivoa vlasti da iste samostalno ili u kombinaciji primene u svom okruženju.¹ Mere podrške kulturnim i kreativnim industrijama ne bi trebalo da se odnose samo na klasične umetničke oblasti,

već da stimulišu stvaranje bilo koje vrste kulturnih izraza, uključujući i one koji mogu imati isključivo ekonomski smisao.²

Prema karakteru, mere zaštite i unapređenja raznolikosti kulturnih izraza mogu se podeliti na:

- unapređenje institucionalnog okruženja i upravljanja;
- regulatorne mere,
- ekonomske mere,
- tehničko-tehnološke mere,
- organizacione mere.

7.1. Unapređenje institucionalnog okruženja i upravljanja

Institucionalno okruženje je određeno mehanizmima, pravilima ponašanja, standardima i institucijama neophodnim za „dobro“ upravljanje razvojem kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou. Termin „upravljanje“ u širem smislu označava funkcionisanje državnog aparata, metode, načine i procese donošenja i sprovođenja odluka. Na afirmisanju ovog koncepta najviše su radile međunarodne organizacije. Među njima prva Svetska banka. Ona je uspostavljanje efikasnog državnog upravljanja propisala kao uslov za dodeljivanje razvojne pomoći. Među prvima je počela i da upotrebljava sintagmu „dobro upravljanje“ (*good governance*). Njome se apostrofira na „predvidiva i transparentna pravila i institucije i odgovorne državne strukture u upravljanju ekonomskim razvojem“ (World Bank, 1992:V). Poslednjih godina termin „dobro upravljanje“ dobija šire značenje. On obuhvata osim klasičnih elemenata koje smo napred pomenuli, i uključivanje i bolju saradnju sa organizacijama civilnog društva i građanima u upravljanju razvojnim procesima.

„Dobro upravljanje“ razvojnim procesima u kulturnim i kreativnim industrijama zahteva određene institucionalne uslove i promene. Neophodno je omogućiti veću decentralizaciju odlučivanja i delegiranje nadležnosti za pitanja lokalnog razvoja na opštinske/gradske vlasti. Naime, pokazalo se da centralna državna kontrola i birokratski tip upravljanja razvojem kulturnog sektora ne dovodi do pozitivnih pomaka i kvalitetnih javnih usluga na lokalnom nivou. Stoga se početkom '80-ih godina pristupilo afirmaciji novog modela upravljanja kreativnim sektorom koji podrazumeva interaktivan odnos i kompleksnije procese odlučivanja i donošenja odluka. Oni se odvijaju kroz povezivanje i saradnju na različitim nivoima vlasti, ali i između različitih aktera - privatnih, javnih, civilnih. „Dobro upravljanje“ se temelji na pet osnovnih principa (European Commission, 2001):

- Otvorenost – podrazumeva aktivnu komunikaciju o radu javne uprave i odlukama koje donosi, na razumljiv i pristupačan način, objavljivanje informacija;
- Participacija – uključivanje građanja u procese kreiranja i formulacije javnih politika;
- Odgovornost – jasno delegiranje odgovornosti između zakonodavne i izvršne vlasti, identifikaciju i jačanje odgovornosti državnih organa u sprovođenju javnih politika;

- Efektivnost – relevantnost preduzetnih mera, formulisanje jasnih ciljeva i evaluacija učinaka javnih politika;
- Koherentnost – usaglašenost mera i akcija, liderstvo i preduzimanje jake odgovornosti za sprovođenje javnih politika u kompleksnim sistemima.

Uneskova Konvencija (članovi 11,13,14,15 i 19) pruža okvirne mere za unapređenje institucionalnog okruženja i upravljanja razvojem kulturnih i kreativnih industrija. „Dobro upravljanje“ u kreativnom sektoru podrazumeva paket mera koje se odnose na:

- Integrisanje kulture u održivi razvoj (član 13);
- Uspostavljanje saradnje i partnerstva između različitih aktera, kao i na lokalnom, regionalnom i međunarodnom planu (član 14 i 15);
- Omogućavanje participacije civilnog društva (član 11);
- Prikupljanje, razmenu, analizu i širenje informacija, statističkih podataka o kulturnim i kreativnim industrijama, studija slučaja i primera dobre prakse; unapređenje kapaciteta za vođenje lokalne politike zasnovane na činjenicama, uspostavljanje privatno-javnih partnerstava u stvaranju statističke evidencije o razvoju kulturnih i kreativnih industrija (član 19).

Kao „uska grla“ integracije kulturnih delatnosti u razvojne procese na lokalnom nivou najčešće se pojavljuju neprepoznatljivost sektora, njegova nepovezanost i izostajanje saradnje između preduzetnika (ne postoji njihovo formalno i neformalno umrežavanje). Veoma često lokalne samouprave ovaj sektor ne posmatraju kao celinu koja potpada pod nadležnost tela i institucija koje se bave privredom i ekonomskim pitanjima. Ovo za posledicu ima to da kreatori javnih politika ne uključuju ovaj sektor u strateška dokumenta i da je uglavnom podcenjena njegova razvojna uloga i doprinos lokalnom razvoju.

Prvi korak ka uspostavljanju „dobrog upravljanja“ u kulturim i kreativnim industrijama može započeti formiranjem opštinske radne grupe/saveta za kulturne i kreativne industrije. Ona ima koordinacionu ulogu u povezivanju različitih aktera iz privatnog, javnog i civilnog sektora. Takođe, u njenoj nadležnosti može da bude i međuresorno povezivanje opštinskog odeljenja za vanprivredu i privredu, kao i različitih savetodavnih grupa i drugih tela koja su relevantna za različite aspekte razvoja kreativnog sektora. Ona će biti zadužena i za monitoring i evaluaciju usvojenog plana. Radna grupa bi mogla da ima 5-7 članova (od čega najmanje trećina iz civilnog i privatnog sektora). Neophodno je da u nju budu uključeni predstavnici kulturnih i kreativnih industrija, civilnog sektora, javnih institucija u kulturi, opštinskih službi, udruženja žena, udruženja osoba sa posebnim potrebama, umetničkih udruženja i sl. Na taj način bi se omogućilo da budu uvažene potrebe umetnika, profesionalaca, praktičara i posebnih društvenih grupa u procesima zaštite i unapređenja kulturnih izraza. Predstavnici privatnog sektora i civilnog društva trebalo bi da aktivno učestvuju u strateškom planiranju razvoja kreativnog sektora. Rad pomenutih opštinskih tela mora da bude transparentan, a lokalna zajednica kontinuirano obavestavana o njenim aktivnostima.

Sa formiranjem opštinskih radnih tela treba biti oprezan. Naime, u nekim opštinama prisutna je tendencija osnivanja lokalnih saveta za kulturu. Uglavnom ovakva tela imaju savetodavnu ulogu i bave se pitanjima javnih institucija u kulturi i njihovim programima, kao i opštinskim manifestacijama. Pomenuta opštinska tela i radne grupe često su vrlo neefikasne i podložne političkom uticaju, naročito u onim sredinama gde je tek započeo proces demokratizacije kulturne politike. Nekada one blokiraju realizaciju određenih

programa, postupaju selektivno po pitanju uključivanja većeg broja zainteresovanih strana ili se rukovode privatnim interesima u odlučivanju. Sve su ovo rizici koji se moraju imati u vidu u procesu izgradnje institucionalnog okruženja za razvoj kreativnog sektora na lokalnom nivou.

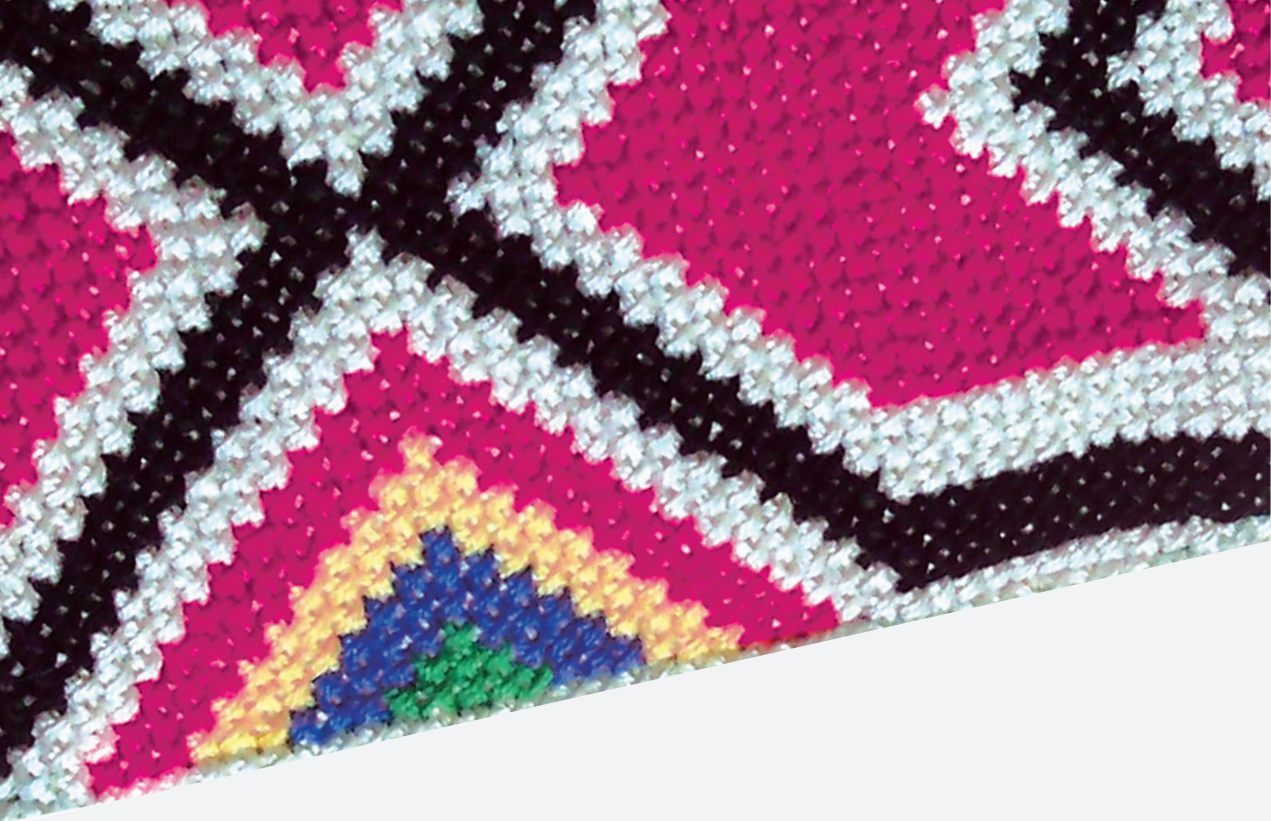
Stvaranje partnerstava poželjno je inicirati kroz formiranje lokalnih akcionih grupa. One predstavljaju neformalni konzorcijum različitih aktera iz privatnog, javnog i civilnog sektora koji učestvuju u planiranju lokalnog razvoja, programiranju ciljeva i mera, njihovoj realizaciji i institucionalizaciji uspešnih aktivnosti kroz lokalne organizacije i udruženja. Pomenute aktere može identifikovati projektni tim koji radi na izradi javne politike na osnovu analize zainteresovanih strana. Pokazalo se da na lokalni razvoj kulturnih i kreativnih industrija veoma pozitivno utiče postojanje lokalnih akcionih grupa u vidu mreža ili platformi. Nekada ovakve grupe mogu prerasti u odbor projekta u toku procesa realizacije strateškog plana, ili se institucionalizovati u vidu klastera, art inkubatora, lokalne koalicije kulturnih i kreativnih industrija i sl. One kasnije mogu postati značajan faktor u jačanju odgovornosti opštinskih službi u pogledu sprovođenja javnih politika, kao i veće participacije civilnog društva u procese razvojnog planiranja.

Prvi ciklus razvojnog planiranja u oblasti kulturih i kreativnih industrija obezbediće uspostavljanje statističke evidencije za praćenje razvoja ovog sektora, ali i rezultata javnih politika i preduzetnih mera. Ovaj zadatak nije lak i kompleksnog je karaktera. Najefikasniji način za stvaranje dobre statističke baze je korišćenje indikatora iz polazne studije o kulturnim i kreativnim industrijama (opisanih u delu 5). Podaci za konstruisanje indikatora se mogu prikupljati i fazno, a u zavisnosti od raspoloživih finansijskih i ljudskih resursa. Dobro bi bilo da oni budu javno dostupni u vidu *on line* podataka, izveštaja, prezentacija, studija, infografika, itd. Njihovo objavljivanje doprinosi i podizanju javne svesti o održivom razvoju i ulozi kulturnih i kreativnih industrija u ovom procesu.

Strateški akcioni plan za kreativno preduzetništvo (Donegal, Irska)

Izradu strateškog plana inicirali su Lokalna kancelarija za preduzeća. Cilj ovog dokumenta je da definiše strateške aktivnosti koje su neophodne za razvoj kreativnog sektora u Donegalu. Plan je napravljen kroz participativni proces i uz uključivanje većeg broja zainteresovanih strana. On sadrži mere i aktivnosti u 7 ključnih oblasti: izgradnja kreativnih partnerstava, mapiranje i procena razvoja kreativnog sektora, stvaranje kreativnih mreža, kreiranje poslovne podrške za razvoj kreativnih industrija, program za unapređenje veština, pristup finansijama i razvoj inovativnog klastera kreativnih industrija.

Videti više: <https://www.localenterprise.ie>



„Kreativni Sidnej“ – Kulturna politika i akcioni plan 2014–2024. Sidnej, Australija

Teritorija opštine Sidnej u Australiji prepoznala je značaj lokalnih kreativnih industrija, ali i izazove razvoja ovog sektora koji zahteva strateške mere kako bi se u potpunosti iskoristili potencijali kreativnih industrija za društveni i ekonomski razvoj i održivost grada. Sidnej je među prvim gradovima koji je kreirao kulturnu politiku u pravcu veće podrške razvoju kulturnih i kreativnih industrija. Njeno kreiranje započelo je ispitivanjem stavova i vrednosti građana, organizacija, individualnih umetnika i kreativnih preduzetnika o kulturnim potrebama, kao i postojećim nedostacima. Istraživanje je omogućilo da kulturna politika grada bude zasnovana na činjenicama, a mere podrške osmišljene u šest prioritarnih oblasti – očuvanje posebnosti kreativnih izraza grada; obezbeđivanje novih prostora za kreativne preduzetnike i kulturnu produkciju; mere usmerene na održivost i razvoj kreativnog sektora; unapređenje pristupa kulturnim izrazima i stvaranje tržišta za njihovu distribuciju; razmena znanja i veština i korišćenje postojećih resursa kreativnog sektora; mere za globalno uključivanje Sidneja u međunarodne kulturne mreže. Unapređenje institucionalnog upravljanja kroz konkretne aktivnosti i mere treba da omogući pozicioniranje Sidneja kao kreativnog, zelenog, globalnog i umreženog grada.

Više o programu: <http://www.cityofsydney.nsw.gov.au/vision/towards-2030>

Cultura Argentina – Argentina

Vlada Argentine je 2011. godine podržala projekat kreiranja interaktivne kulturne mape Argentine. Kulturna mapa je dostupna kao baza podataka kulturnih i kreativnih industrija, ali i organizacija, spomenika, i izložbenih prostora, festivala, kulturnih prostora i kulturnih tura čiji je geografski raspored vizuelno predstavljen putem virtualne mape *Cultura Argentina*. Mapa *Cultura Argentina* koristi društveno-demografske indikatore (broj stanovnika, siromaštvo, zaposlenost, obrazovanje, i dostupnost interneta) koji su uporedivi na nivou provincija, regiona i većih gradova. Interaktivna mapa *Cultura Argentina* obezbeđuje pregled prepoznatih kreativnih industrija na teritoriji cele zemlje. Izuzev prostornog rasporeda kreativnih industrija, svaka od selektovanih jedinica sadrži dodatne informacije, poput kontakta, fizičke i internet adrese kreativnog preduzeća. Druga korist kulturnih mapa jeste u direktnoj komunikaciji sa mogućim investitorima, jer putem digitalnog mapiranja kreativnih industrija mogu se izdvojiti centri kreativnog razvoja što direktno utiče na atraktivnost mesta za potencijalna finansijska ulaganja. Dostupni rezultati ostvareni putem interaktivne kulturne mape *Cultura Argentina* pokazali su da se na teritoriji države nalazi preko 400 pozorišta, 600 izdavača, 130 muzičkih kuća, 2200 biblioteka, 100 sajmovi knjiga, 800 izložbenih prostora u sklopu objekata prepoznatih kao kulturno nasleđe, 8300 različitih tipova biblioteka, 870 istorijskih spomenika, 1400 radija i 2600 kulturnih događaja i festivala.

Videti više: <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/mapa/>

Forum kreativne ekonomije Srbije

Forum kreativne ekonomije predstavlja događaj namenjen uspostavljanju dijaloga između javnog i privatnog sektora, i drugih zainteresovanih strana koje učestvuju u definisanju i unapređenju okruženja za razvoj kreativnog sektora. Njegova vizija je da bude ključno mesto javnog dijaloga i pronalazačenja rešenja o određenim pitanjima u oblasti kreativne ekonomije. Osim ovoga, podjednako je važna i njegova uloga u procesu definisanja međusektorskih javnih politika, kao i unapređenja poslovnog okruženja na polju kreativnih industrija. Forum se održava svake druge godine, a na njemu se predstavlja i „zemlja u fokusu“ – iskustvo jedne zemlje koja je ostvarila značajna postignuća u oblasti kreativne ekonomije. Osnivač Foruma je Grupa za kreativnu ekonomiju i do sada su održana dva foruma – 2012. i 2014. Zaključci i preporuke sa Foruma se javno publikuju i aktivno se radi na njihovoj promociji u medijima, što omogućava da se utiče na javne politike i donosiocima odluka. Tako na primer, preporuke i zaključci sa prvog foruma bili su osnova za konsultacije sa privrednicima i Ministarstva ekonomije, kulturne i kreativne industrije postale su prioritet u programiranju razvojne pomoći do 2020, a mnogi donatori koji deluju u Srbiji kreirali su nove finansijske linije za podršku kulturnim i kreativnim industrijama.

Videti više:

<http://www.kreativnaekonomija.com/forum/>





7.2. Ekonomske mere

a) Direktno i indirektno finansiranje

Finansiranje kulturnih i kreativnih industrija sprovodi se preko skupa mehanizama, procedura i mera kojima se vrši alokacija sredstava. Okvirne mera ovog tipa date su u članu 6,7 i 8 Uneskovke Konvencije (2005). Finansiranje kreativnih delatnosti može biti iz javnih, privatnih i međunarodnih sredstava. Opštinska sredstva su deo lokalnih javnih finansija i budžetskog sistema. Prilikom planiranja mera u okviru budžetskog sistema treba voditi računa da takve mere moraju da obezbede fiskalnu održivost i kontrolu, alokacijsku (uspostavljanje budžetskih prioriteta) i administrativnu efikasnost (budžetsko finansiranje uz što manje administrativne troškove).

Direktno finansiranje odnose se na odobravanje subvencija i dotacija za finansiranje kulturnih i kreativnih industrija. Subvencije su bespovratna sredstva koja se dodeljuju u vidu novčanih sredstava, kredita ili drugih finansijskih instrumenata i treba da obezbede održivu kulturnu produkciju. Njome se subvencionišu cena proizvoda ili usluge (subvencija se odobrava do nivoa tržišne cene) i dodeljuje se preduzećima i preduzetnicima. Dotacije predstavljaju novčana sredstva koja se dodeljuju jednokratno radi pokrivanja određenih rashoda. One se najčešće dodeljuju NVO. I jedne i druge mogu biti opšte ili namenske. Opšte dotacije i subvencije dodeljuju se bez utvrđene namene, dok namenske imaju konkretnu svrhu. One se planiraju prema ciljevima programa za razvoj kulturnih i kreativnih industrija, a neke od njih mogu biti u vidu finansijske podrške:

- mobilnosti umetnika i kreativnih preduzetnika na ključnim kulturnim manifestacijama;
- medijskoj raznolikosti; produkciju inovativnih i visoko kvalitetnih programa koji promovišu raznolikost kulturnih izraza;
- kod započinjanja kreativnog preduzetništva;
- projektima koji su podržani kroz međunarodne fondove;
- za pokrivanje operativnih troškova rada organizacija civilnog društva;
- za podsticanje izvoza i internacionalizaciju kulturnih dobara i usluga;
- stvaranju novih kulturnih izraza;
- inventivnoj i originalnoj kreativnoj produkciji;
- socijalno-angažovanim projektima u oblasti kulture;
- ženskom kreativnom preduzetništvu;
- projektima koji putem kulture utiču na integraciju socijalno marginalizovanih grupa i dr.
- projektima koji stvaraju nova partnerstva između civilnog, privatnog i javnog sektora u kulturi;
- programima u kulturi namenjenim deci i mladima;

Mehanizmi putem kojih se ostvaruje direktno finansiranje su: konkursi, odluke o osnivanju, diskrecione odluke, fondovi (vanbudžetski, budžetski, rizičnog kapitala), izdavanje opštinskih obveznica, planovi kapitalnih ulaganja, faktoring i kratkoročno kreditiranje.



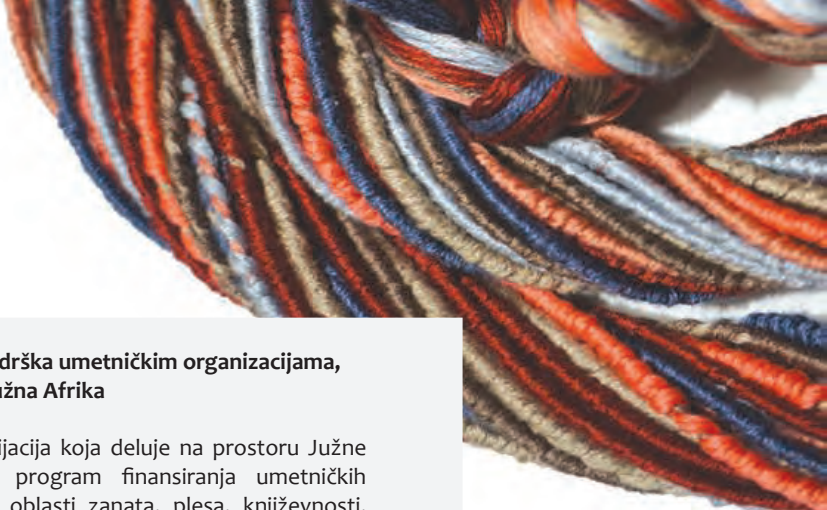
**Bespovratna sredstva za unapređenje proizvoda u
kreativnim industrijama
(Saskačevan, Kanada)**

Regionalna agencija „Kreativni Saskačevan“ (*Creative Saskatchewan*) u Kanadi sprovodi investicioni program koji je namenjen finansiranju proizvoda lokalnih kreativnih industrija (muzika i snimanje zvuka, vizuelna umetnost i zanatstvo, izdavaštvo i izvođačke umetnosti). Agencija je osnovana sa ciljem da osnaži regionalni kreativni sektor pružanjem mentorskih usluga i finansijske podrške.

Finansiranje je dostupno kreativnim preduzetnicima koji posluju u oblasti izdavaštva, vizuelnih umetnosti. Pomenuti program im omogućava da realizuju planiranu poslovnu ideju – proizvedu inovativan i ekonomski samoodrživ proizvod poput knjiga, ukrasne keramike, ručno rađenih dekorativnih predmeta, itd. Svrha programa je da se putem dodeljivanja bespovratnih sredstava unapredi poslovanje kreativnih preduzetnika i preduzeća sa ciljem njihovog boljeg plasmana na tržištu i postizanja dugoročne održivosti kreativne produkcije.

Više o programu: <http://www.creativesask.ca>





Dugoročna finansijska podrška umetničkim organizacijama, Južna Afrika

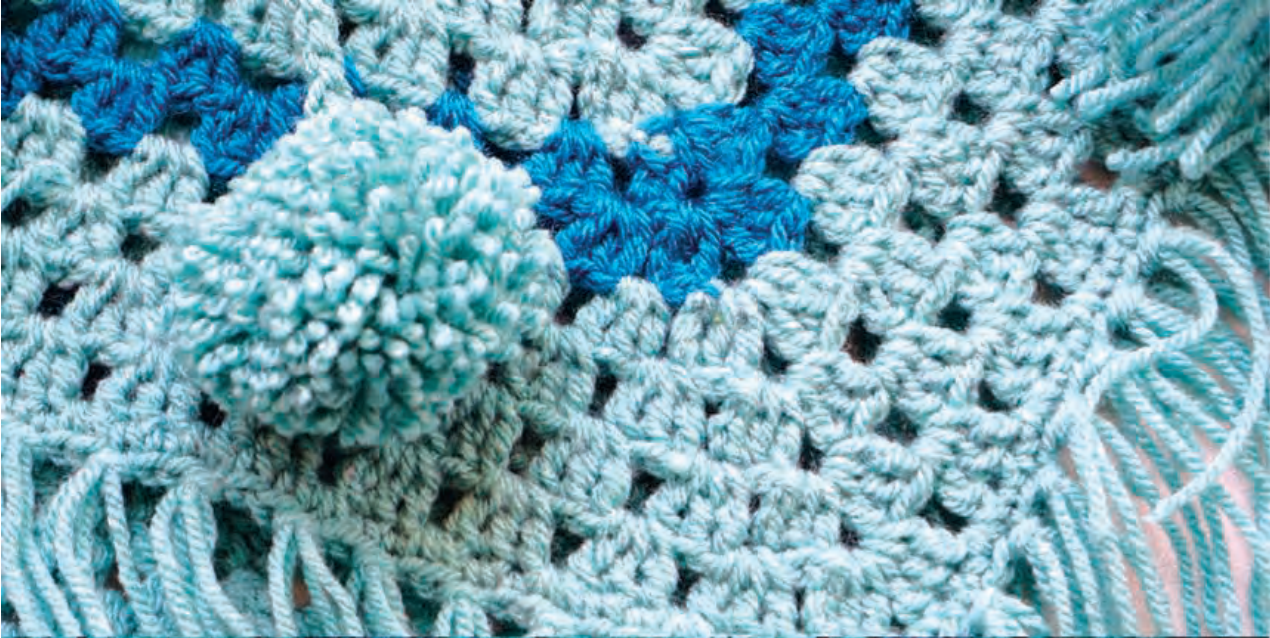
Nacionalna umetnička asocijacija koja deluje na prostoru Južne Afrike uvela je poseban program finansiranja umetničkih organizacija i preduzeća u oblasti zanata, plesa, književnosti, muzike, pozorišta i vizuelnih umetnosti. Program je osmišljen tako da izabrane organizacije dobiju trogodišnju finansijsku podršku za aktivnosti kojima se unapređuje poslovanje kreativnog sektora, podstiče razvoj novih poslova u umetnosti, doprinosi održivom razvoju umetničkih delatnosti, podstiče inovacija i sl. On ima za cilj da pruži podršku mladim umetničkim organizacijama u razvoju kreativnih programa na teritoriji cele zemlje. Za korišćenje sredstava orgnizacije dostavljaju trogodišnji biznis plan koji daje uvid u način korišćenja sredstava, projektnu aktivnosti i rezultate koji će se njime postići na polju poboljšanja položaja umetnika i kreativnih preduzetnika, kao i diseminacije kulturnih sadržaja i sl.

Više o programu: <http://nac.org.za>

VINCI, Strazburg, Austrija

VINCI je sistem vaučera za kreativne industrije čiji je cilj poboljšanje konkurentnosti i rasta malih i srednjih preduzeća. Projekat je pokrenulo Ministarstvo nauke, istraživanja i ekonomije Austrije zajedno sa organizacijom Biznis servis Austrije (AWS – Austria Wirtschaftsservice) u 2012. godini uz finansijsku pomoć Evropske komisije. Vaučeri su osmišljeni sa ciljem da posluže kao model za uspostavljanje međusektorske saradnje između biznisa i kreativnih industrija i omoguće unapređenje i inovativan razvoj malih i srednjih preduzeća. Vaučeri su sredstvo za povećanje potražnje za kreativnim uslugama i njihovo korišćenje u drugim sektorima. Oni se mogu koristiti za usluge dizajna, istraživanja i razvoja, audio-vizuelne usluge, video produkcije, grafičke industrije, marketinga, multimedija i vizuelne umetnosti. Za korišćenje vaučera preduzeća učestvuju putem konkursa, a njegova maksimalna vrednost je 5000 evra i mogu se koristiti za subvencionisanje troškova nabavke usluga iz kreativnog sektora.

Više o programu: <http://www.awsg.at>



Konkursi predstavljaju javne konkurentne procedure putem kojih različite organizacije konkurišu svojim projektima za budžetska sredstva. Uspešnost konkursa i kvalitet izabranih projekata zavisi od kriterijuma evaluacije projekata, strukture i kompetentnosti radne grupe koja procenjuje konkursne prijave, sistema ocenjivanja prijave, transparentnosti procedure i etike rada komisije, kao i evaluacije konkursa i njegovog prilagođavanja potrebama kreativnog sektora. Prilikom kreiranja konkursnih procedura trebalo bi voditi računa o sledećem:

- da kriterijumi konkursa budu usaglašeni sa načelima Uneskove Konvencije (2005);
- da predmet konkursa bude inventivna i originalna produkcija, koja će kreirati nove kulturne vrednosti za građane, omogućiti zaštitu i stvaranje kulturnih izraza, podsticati eksperiment i izvrsnost u kulturnoj produkciji;
- da je konkursni poziv jasan, uslovi učešća i pravila konkursa transparenta i podstiču konkurenciju; minimalni i maksimalni iznosi koji se dodeljuju poznati;
- da su jasni kriterijumi na osnovu kojih se vrednuju projekti; da odluke komisije budu objektivno proverive na osnovu rang liste;
- da konkursna komisija ima mešoviti karakter; da u njenom radu učestvuju stručnjaci, kao i predstavnici civilnog sektora; da se vodi računa o potencijalnom ili postojećem sukobu interesa;
- da ustanovljene procedure predviđaju žalbeni postupak, kao i rok od 15 dana u kome zainteresovana lica mogu uložiti prigovor;
- da su uspostavljene jasne procedure za finansijsko i narativno izveštavanje i da informacije o podržanim projektima i njihovim dostignućima budu javno dostupne.

Finansiranje po osnovu osnivačkih odluka obuhvata finansiranje institucija čiji je osnivač opština/grad. Sredstva se dodeljuju na osnovu programa rada koji podnosi konkretna institucija. U ovom delu, važno je uvesti kriterijume evaluacije rada institucija u odnosu na postignute rezultate i sredstva koja su dodeljena. Kriterijumi procene mogu biti: na koji način rad institucije doprinosi razvoju zajednice; u kojoj meri programi zadovoljavaju potrebe publike; u kojoj meri doprinose njenom razvoju i razvoju njenih potreba; u kojoj meri i na koji način odgovaraju aktuelnim društvenim pitanjima i doprineli razvoju mreže društvenih veza značajnih za dalji razvoj ustanove, određene umetničke grane i sl. Kod opština gde je uvedeno programsko budžetiranje, ovi kriterijumi mogu biti integrisani u pomenutu proceduru, a tamo gde nije, mogu se kombinovati.

Diskreciona budžetska dodeljivanja predstavljaju budžetska sredstva koja se odobravaju putem diskrecionih odluka opštinskih/gradskih funkcionera. Takva dodeljivanja ne moraju uvek biti politički motivisana. Nekada urgentnost i nepredvidivost projekta zahtevaju ovakav vid finansiranja. Ipak, pomenuti mehanizmi moraju biti proceduralno uobličeni tako da definišu uslove, način i iznos diskrecionih budžetskih dodeljivanja, kako ne bi dolazilo do zloupotreba.

Fondovi: Postoje različite vrste fondova kojima se mogu finansirati umetnički i kreativni projekti. *Vanbudžetski fondovi* su pravna lica osnovana zakonom koja se finansiraju iz specifičnih poreza, namenskih doprinosa, prihoda od lutrije i drugih javnih prihoda. Sredstva koja se distribuiraju putem ovih fondova predstavljaju sredstva za posebne namene. Fondovi ovog tipa posluju samostalno, imaju određenu organizacionu strukturu i interne procedure dodeljivanja sredstava.

Fond za kulturne i kreativne industrije San Hoze, Kalifornija

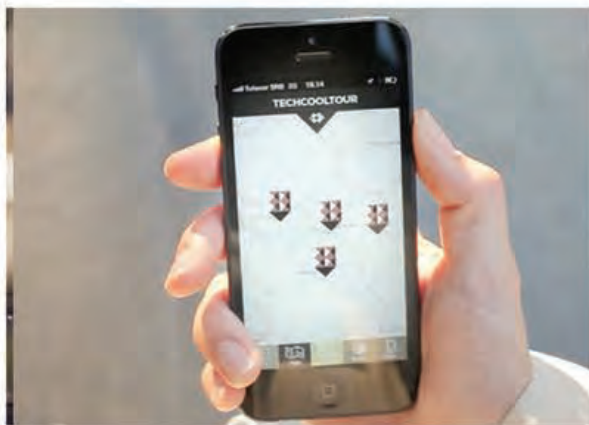
Opština San Hoze zajedno sa Centrom za inovaciju sprovodi program podrške kreativnim preduzećima koja se bave distribucijom i plasiranjem lokalnih umetničkih dela. Podrška se dodeljuje na osnovu javnog konkursa proizvođačima, zanatlijama, uslužnim delatnostima i dizajnerima u vidu sredstva za osnivanje i unapređenje kreativnih biznisa na teritoriji grada. Planirani proizvodi moraju da budu tržišno orijentisani, da doprinose osnaživanju lokalne kreativne ekonomije i obezbeđuju njenu održivost kroz participaciju zajednice i stvaranje sadržaja koji su od značaja za razvoj kulture i umetnosti i kulturnih potreba građana. Podrška se sastoji od početnih investicija za razvoj umetničkih usluga/proizvoda; razvoj modela za prikupljanje sredstava baziranih na društvenim mrežama; angažovanje ekspertskog tima koji će raditi na unapređenju kompetencija kreativnih preduzetnika u oblasti biznis planiranja, marketinga, novih tehnologija itd.

Više o programu: http://www.cciarts.org/San_Jose_CIF.html

Fond za lokalni kreativni razvoj Velika Britanija

Fond za lokalni kreativni razvoj namenjen je podršci projektima u oblasti umetnosti i kulture koji doprinose lokalnom ekonomskom razvoju. Tu prvenstveno spadaju aktivnosti u oblasti kreativnih industrija, turizma i jačanja kulturnog sektora sredstvima iz evropskih strukturalnih i investicionih fondova, kao i Lokalnog partnerstva za preduzeća – partnerstva između britanskih lokalnih vlasti i poslovne zajednice. Sredstva fonda mogu koristiti zainteresovane strane iz 24 zone izvan Londona koje učestvuju u programu partnerstva za preduzeća (*Local Enterprises Partnership*). Dotacije su iznosa od 150.000 do 500.000 funti. Ova sredstva trebalo bi da budu udružena sa sredstvima drugih izvora – prvenstveno Evropskog fonda za regionalni razvoj, a projekti koncipirani kao kolaborativni odnosno da uključuju različite aktere (privatne, javne, državne, civilne) i grade nova međusektorska partnerstva.

Videti više o programu: <http://www.artscouncil.org.uk>



Sredstva koja se dodeljuju mogu biti bespovratna, sa delimičnom stopom povraćaja u fond ili u obliku kredita. Nije redak slučaj i da se uspostavljaju kroz privatno-javna partnerstva sa ciljem stabilnijeg priliva sredstava. *Budžetski fondovi* su institucije javnih finansija preko kojih se obezbeđuju sredstva za specijalne projekte u oblasti kulturnih i kreativnih industrija od opšteg interesa. Kontrolu nad budžetskim fondom vrši opština ili grad, a sredstva se mogu dodeljivati putem konkursa ili direktno – finansiranjem konkretnih aktivnosti za koju je budžetski fond osnovan. Bužetski fondovi mogu prikupljati sredstva i iz destiniranih javnih prihoda (npr. televizijske takse, drugih taksi, prihoda od lutrije itd.) ukoliko za to postoje zakonski uslovi. *Fondovi rizičnog kapitala* su specifični izvori finansiranja projekata koji se nalaze u ranim fazama nastanka i u brzorastućim oblastima kreativnih industrija. Mogu biti organizovani kao fondovi u kojima su udružena privatna i javna sredstva. Osim kapitala, podrazumevaju i angažman investitora, savetovanje i mentorstvo. Veoma često posluju u sklopu biznis inkubatora ili akceleratora.

U novije vreme, pojavljuju se i alternativni mehanizmi finansiranja kreativnih projekata, kao što je *izdavanje obveznica* najčešće sa socijalnim učincima (*social impact bonds*). Model se bazira na izdavanju opštinskih ili državnih obveznica koje se (za razliku od opštih prihodovnih obveznica) mogu koristiti samo ukoliko se njima postižu određene društvene koristi. Javne vlasti određuju program sa društvenim koristima i njegove očekivane rezultate, finansijske organizacije mobilizuju slobodna sredstva od investitora putem prodaj obveznica, te ako projekti ostvare očekivane rezultate investitori dobijaju kamatu prema ugovorenoj obavezi emitenta – centralne ili lokalne vlasti.

Plan kapitalnih ulaganja u kulturi predstavlja instrument za upravljanje investicionim rashodima. Ovaj plan je višegodišnjeg karaktera i odnosi se na kapitalne investicije³ za period do 5 godina. Plan kapitalnih ulaganja sadrži: strukturu kapitalnih investicija po tipu i oblastima, period kapitalnog investiranja, koordinate izrade i implementacije plana, metode i oblike finansiranja kapitalnih ulaganja (sopstvena sredstva, zaduživanje, donacije...), kriterijume utvrđivanja prioriteta i godišnje troškove investicije. Ovaj plan se u okviru budžetskog finansiranja usvaja se kao kapitalni budžet.

Factoring je finansijski instrument kojim se finansiraju izvozna preduzeća u kreativnom sektoru na osnovu budućih potraživanja koja će ostvariti na tržištu. Mogu se odobravati kao domaći i međunarodni factoring. *Kratkoročno kreditiranje* najčešće podrazumeva finansiranje obrtnih sredstava izvoznika. Oba mehanizma imaju za cilj da poboljšaju likvidnost i konkurentsku poziciju preduzeća koja posluju u kreativnom sektoru.

Kada su u pitanju mehanizmi finansiranja raznolikosti kulturnih izraza, opštine mogu preduzeti različite aktivnosti kako bi se ova oblast javnih politika unapredila:

- obezbediti dugoročno planiranje i predvidivost javnih sredstava za kulturu kroz donošenje budžetskog okvira za finansiranje kulturnih i kreativnih industrija na rok 3-5 godina;
- uključiti aktere iz kreativnog sektora u procese donošenja i rebalansa budžeta;
- primeniti participativni model budžetiranja (uključiti građane u procese određivanja opštinskih finansijskih prioriteta u oblasti kulture);
- uvesti stimulacije za obezbeđena sredstva iz privatnog sektora (npr. primena principa udruženog finansiranja javnog i privatnog sektora);
- sprovesti centralizaciju procesa javnih nabavki za opštinske ustanove kulture;

- planirati kapitalne rashode za kulturnu infrastrukturu fazno i na osnovu lokalnog plana kapitalnih ulaganja;
- obezbediti sredstva za sufinansiranje međunarodnih projekata koje sprovode NGO i kreativni preduzetnici, naročito onih kod kojih je sufinansiranje visoko i obavezno;

Indirektne finansijske mere odnose se najčešće na fiskalne instrumente, garancije i druga jemstva, subvencionisane kamate na kredite...i sl. kojima se indirektno doprinosi boljem finansiranju raznolikosti kulturnih izraza. Najčešće lokalne samouprave nemaju značajnije ingerencije u fiskalnoj oblasti, niti suverenitet u određivanju velikog broja poreza na svojoj teritoriji (npr. najčešći lokalni oblik poreza su porezi na imovinu). Veći je broj lokalnih taksi koje opština samostalno određuje. Takse predstavljaju instrument fiskalnih prihoda koji su neka vrsta cene za uslugu koju pruža lokalna samouprava pravnim i fizičkim licima. Stimulativne mere u ovoj oblasti koje opštine mogu preduzeti kako bi unapredile okruženje za kreativnu produkciju mogu biti:

- konsultacije sa kreativnim preduzetnicima i drugim akterima prilikom određivanja i donošenja odluka o lokalnim taksama i naknadama i uvažavanje njihovih predloga;
- smanjenje nivoa opštinskih taksi za izgradnju kulturne infrastrukture (naknada za uređenje i korišćenje građevinskog zemljišta, komunalne takse, izdavanje lokacijskih, građevinskih i upotrebnih dozvola i sl.);
- smanjenje ili ukidanje firmarine za kreativne preduzetnike, mala i srednja preduzeća u oblasti kulturnih i kreativnih industrija;
- podrška umetnicima u procesu stvaranja kulturnih izraza kroz preuzimanje obaveza za plaćanje socijalnog i penzijskog osiguranja za samostalne umetnike;
- subvencije u vidu plaćanja poreza i doprinosa za zapošljavanje određenih kreativnih profila, mladih i sl. (detaljnije objašnjeno u odeljku b) ovog teksta);
- pojednostavljane procedure za korišćenje poreskih olakšica za investiranje privrede u raznolikost kulturnih izraza i smanjene lokalnih poreskih obaveza za ovu vrstu projekata;
- smanjenje ili ukidanje taksi za korišćenje opštinskih lokacija za snimanje filmova i druge video produkcije; kulturnih manifestacija, bazara, festivala kreativnosti i sl.
- ustupanje opštinskih prostora civilnim organizacijama bez naknade ili uz minimalnu naknadu troškova; dodeljivanje napuštenih prostora lokalnim civilnim organizacijama i kreativnim preduzetnicima na korišćenje;
- subvencionisanje kredita (kamatnih stopa) kreativnih preduzetnika kod poslovnih banaka;
- odobravanje državnih garancija⁴ i drugih jemstava za međunarodne projekte, gostovanja izložbi u zemlji i inostranstvu, učešće na tenderima, za dobro izvršenje posla, i sl.

b) Mere usmerene na lokalno tržište rada, zaposlenost i unapređenje ljudskih resursa

Osnovne varijable na tržištu rada su ponuda i tražnja za radnom snagom. Ishodi tržišta rada se podeliti u dve grupe: (a) uslovi zaposlenosti (plata, uslovi rada) i (b) nivo zaposlenosti. Svaki pojedinac na tržištu rada može da ima samo tri različita, međusobno isključiva statusa: zaposlen, nezaposlen i neaktivan. Zaposlena osoba može da prodaje

svoje radne usluge poslodavcu, može da bude samozaposlena (kao npr. tkač, krojač, modni dizajner, IT stručnjak) ili u statusu slobodne umetničke profesije (dramski pisac, koreograf, muzičar itd.) ili da učestvuje u porodičnom poslu bez direktne naknade.

Osnovni pokazatelji stanja na tržištu rada – stopa nezaposlenosti, stopa zaposlenosti i stopa aktivnosti. Na osnovu podataka iz administrativnih evidencija dobija se podatak o registrovanom broju zaposlenih. Ovi podaci se odnose samo na formalnu ekonomiju tj. na zaposlena lica koja imaju formalno-pravni ugovor o zaposlenju i na čije se prihode plaćaju porezi i doprinosi. Po administrativnom kriterijumu, osoba je zaposlena ako je u tom statusu registrovana kod poslodavca (kao zaposlena), kao poslodavac ili kao samozaposlena (Arandarenko, 2011:13). Zaposleni u „sivoj” zoni i njihovi prihodi, kao i prihodi formalno zaposlenih iznad novčane sume koja im se zvanično isplaćuje putem ugovora o radu ne mogu se podvesti pod oznaku „registrovani” i predmet su posebnih statističkih istraživanja, pre svega ankete o radnoj snazi. Anketa o radnoj snazi (ARS) osnovni je i najpotpuniji izvor podataka o statusu lica na tržištu rada širom sveta. Prema ARS, u skladu sa konceptom koji je definisala Međunarodna organizacija rada (ILO), objektivno su zaposlena sva lica preko određene starosne granice koja su radila neki plaćeni posao najmanje jedan sat u posmatranoj sedmici i koja nisu radila, ali su imala posao sa koga su odsustvovala. Koncept zaposlenosti koji prati ARS je mnogo bolji pokazatelj o kretanju zaposlenosti u kulturnim i kreativnim industrijama, ali je veoma često ovaj podatak nedostupan za niže nivoe dezagregacije podataka – po oblastima kulturnih i kreativnih industrija, ali i po teritorijalnom principu.

Značajno za programiranje mera na tržištu rada jesu i koncepti ranjive zaposlenosti i neformalne zaposlenosti. Ranjiva zaposlenost obuhvata: samozaposlene (vlasnike preduzeća, preduzetnike i sl.) i pomažuće članove domaćinstva, tj. sve zaposlene koji nisu zaposleni za platu. Ukupna zaposlenost u neformalnoj ekonomiji može definisati kao zbir zaposlenosti u neformalnom sektoru i neformalne zaposlenosti koja se može javiti van neformalnog sektora. Neformalni sektor obuhvata neregistrovana preduzeća i/ili mala privatna preduzeća koja nisu konstituisana kao posebni pravni entiteti, dok neformalna zaposlenost obuhvata zaposlenost na poslovima bez osnovne socijalne i pravne zaštite i primanja po drugim osnovama (bolovanje i sl.). U ovu grupu ubrajaju se i neplaćeni pomažući članovi domaćinstva. Indikator neformalne zaposlenosti je stopa neformalne zaposlenosti koja predstavlja udeo lica koja rade bez formalnog ugovora o radu u ukupnom broju zaposlenih. Ova kategorija obuhvata zaposlene u neregistrovanim firmama, zaposlene u registrovanim firmama, ali bez formalnog ugovora o radu i bez socijalnog i penzionog osiguranja, kao i neplaćene pomažuće članove domaćinstva.

Analiza tržišta rada i zaposlenosti u kulturnim i kreativnim industrijama može se pratiti na osnovu indikatora objašnjenih u delu 5 ovog Priručnika. Na osnovu njih je moguće pratiti učešće kreativnih delatnosti, njihove promene u ukupnoj zaposlenosti na lokalnom nivou i kvalitet zaposlenosti u kreativnom sektoru (učešće ranjive zaposlenosti, neformalne zaposlenosti, i sl.). Šire posmatrano, mere tržišta rada mogu se podeliti na: 1) mere upravljanja tražnjom koje obuhvataju zapošljavanje u javnom i privatnom sektoru i mere ekonomske politike koje utiču na tražnju za dobrima; 2) mere upravljanja ponudom – obuhvataju niz mera (stimulacija mobilnosti radnika, informisanje nezaposlenih i podrška traženju posla, unapređenje ljudskog kapitala itd.) i 3) institucionalne mere – imaju cilj da promene institucije na tržištu rada kako bi se smanjila nezaposlenost. Pasivna politika tržišta rada artikuliše se preko vladinih

instruments koji se odnose na ostvarivanje prava nezaposlenih (novčana naknada i druga prava nezaposlenih i osiguranje zaposlenih za slučaj nezaposlenosti), dok aktivna politika tržišta rada predstavlja skup programa i akcija koji doprinose stvaranju povoljnijih uslova za zapošljavanje nezaposlenih. U aktivne mere tržišta rada spadaju: pomoć pri zapošljavanju, programi kreiranja poslova (subvencionisanje zaposlenja/plata i javni radovi) i pomoć pri samozapošljavanju.

Pomoć pri zapošljavanju obuhvata niz mera kao što su posredovanje, obavljanje inicijalnih intervjua u zavodu za zapošljavanje i savetovanje nezaposlenih, sa osnovnim ciljem da se ubrza proces spajanja poslodavaca i nezaposlenih. Tradicionalno ove mere sprovodi državna agencija, ali se sve češće u ovoj oblasti pojavljuju i agencije iz privatnog sektora. Najčešće su državne agencije usmerene na ugrožene grupe lica, pre svega dugoročno nezaposlene. Ove mere su povezane sa znatno nižim troškovima od ostalih aktivnih politika tržišta rada i najčešće doprinose skraćenju trajanja perioda nezaposlenosti. Loša strana ovih mera je što su često povezane sa tzv. *efektom balasta*, tj. zapošljavaju se radnici koji bi bili zaposleni i bez ovih programa.

Program za kreativno zapošljavanje, Velika Britanija

Program za kreativno zapošljavanje (*Creative Employment Programme*) osmislila je organizacija *Creative & Cultural Skills* kao deo programa „Izgradnja kreativne nacije“ Umetničkog saveta Engleske. Reč je o programu koji obezbeđuje finansijska sredstva za praktikante i stažiste, a zainteresovane organizacije su u obavezi da osmisle i omoguće adekvatno praktično iskustvo u kreativnim i kulturnim industrijama u kojima deluju. Ciljna grupa učesnika su organizacije privatnog i javnog sektora, dok ciljnu grupu praktikanata čine mladi saradnici između 18–24 godine. Program treba da obezbedi praktično iskustvo mladima kako bise kroz rad upoznali sa svim elementima i izazovima rada u kreativnim industrijama, ali i da bi stekli neophodne profesionalne veštine u ovom sektoru. Prakse moraju biti svrsishodne, na osnovu realnih potreba organizacije u kojoj se praksa odvija i prilagođenja neiskusnim praktikantima. Rezultati ovog programa ogledaju se u zapošljavanju mladih ljudi u kreativnom sektoru, jer su u trajanju od šest do dvanaest meseci stekli iskustvo koje im može omogućiti da se zaposle u izabranoj organizaciji.

Više o programu: <http://ccskills.org.uk>

Programi obuke se odnose uglavnom na direktno obezbeđenje obuke (npr. u javnim ustanovama za obuku, specijalizovanim institucijama, servisnim agencijama, obrazovnim ustanovama) ili na obezbeđivanje finansijske podrške kojom se mogu pokriti u celosti ili delimično troškovi obuke). Programi obuke mogu da se odnose na povećanje osnovne spremnosti za rad (poslovna ekonomija, menadžment, registracija i vođenje firmi u kulturnim i kreativnim industrijama) ili na sticanje specifičnih veština (menadžment događaja, digitalne tehnologije, modeliranje, dizajn, *3D mapping*, tkanje, štrikanje, krojenje, itd.). Pored toga, oni mogu da budu sveobuhvatni ili targetirani ka određenim grupama (dugoročno nezaposleni, mladi, žene, lica sa ruralnih područja).

Kreiranje poslova se odnosi na programe čiji je cilj stvaranje novih radnih mesta ili omogućavanje opstanka postojećih radnih mesta. U ovu kategoriju spadaju:

- *Subvencionisanje zaposlenja/naknada* ima za cilj da stimuliše poslodavce da prime nove ili zadrže postojeće radnike ili da angažuju neke specifične kreativce kako bi unapredili konkurentnost i poslovne performanse. Ovi oblici mogu da imaju formu direktnih subvencija, smanjenja poreza za socijalno osiguranje ili poreza na dohodak ili vaučera. Na primer neke od razvijenih zemalja veoma često primenjuju sistem smanjenih poreza na prihode za zapošljavanje mladih u KKI naročito ako je u pitanju njihovo prvo zaposlenje. Druge pak zemlje u cilju unapređenja konkurentnosti i rasta i razvoja malih i srednjih preduzeća dodeljuju kvalifikovanim preduzećima vaučere. Vaučeri su vrsta finansijske pomoći kojom se delimično subvencioniše radno angažovanje stručnjaka za razne konsultantske usluge, programera, dizajnera, i drugih kreativnih veština. Ovi programi u kulturnim industrijama su najčešće targetirani ka specijalnim grupama radne snage (npr. mladi), ka kreativnim profilima za kojima MSP nemaju dovoljno finansijskih sredstava da plate tržišnu cenu ili u slučaju savetodavstva koje se pruža za započinjanje kreativnog preduzetništva u onim oblastima kreativnog sektora u kojima su preduzetnici retko zastupljeni. Veoma je važan dobar dizajn ovih programa, jer su povezani sa visokim izdacima i često mogu da izostanu željeni rezultati;
- *Javni radovi* su programi koji omogućuju direktno stvaranje novih radnih mesta. Usmereni su na smanjenje nezaposlenosti i siromaštva stvarajući privremena radna mesta prvenstveno za ugrožene grupe radnika, siromašne i dugoročno nezaposlene. Pored toga, izuzetno su značajni i za održanje motivacije ovih grupa, kao i njihovih radnih sposobnosti i kontakta sa tržištem rada. Vlada može sprovesti ove projekte direktno ili u saradnji sa neprofitnim organizacijama ili privatnim sektorom. Ovakvi programi podrške karakteristični su za ruralna područja i tradicionalne kreativne radove gde pretežnu radnu snagu čini ženska populacija. Nije redak slučaj da program javnih radova bude okosnica stvaranja socijalnih preduzeća u kreativnim delatnostima.
- *Pomoć pri samozapošljavanju* predstavlja mere koje se odnose na pomoć nezaposlenim licima u pokretanju sopstvenih preduzeća. Pomoć se odnosi na finansijsku, tehničku i savetodavnu podršku i veoma je česta u podršci samozapošljavanju kroz kreativno preduzetništvo.

Proces analize, planiranja, definisanja i implementacije mera za podršku zapošljavanju zahteva punu saradnju velikog broja zainteresovanih strana. Od izuzetnog značaja je i saradnja sa organizacijama civilnog društva i drugim poslovnim i strukovnim udruženjima. Identifikacija ključnih zainteresovanih strana u velikoj meri zavisi od karakteristika lokalne samouprave. Neka od ključnih pitanja koja određuju najvažnije institucije u procesu implementacije mera u oblasti tržišta rada i zapošljavanja su:

- U kojim delatnostima kreativnog sektora lokalna samouprava ima najveće šanse za razvoj?
- Koje su ključne prepreke za razvoj kreativnih industrija (finansiranje, neadekvatna radna snaga, razvoj tržišta, veštine i kompetencije, itd.)
- Kakvo je stanje na lokalnom tržištu rada i koliki je potencijal za uključivanje ranjivih grupa u razvoj kreativnih industrija?
- Koje oblasti kreativnog sektora mogu biti interesantne za razvoj omladinskog preduzetništva i zapošljavanje mladih?





Kreativna laboratorija (Havaji)

Državni departman za biznis, ekonomski razvoj, turizam i kreativne industrije Havaja 2012. osnovao je „Kreativnu laboratoriju“. Ona ima za cilj da pomogne širenje kreativnih biznisa i njihovih proizvoda kroz unapređenje kapaciteta u oblasti video produkcije, televizije, pisanja scenarija, novih medija, interaktivne tehnologije, muzike, dizajna i mode. Program se bazira na unapređenju poslovnih veština zaposlenih u kreativnom sektoru kroz tri edukativna modula. Prvi od njih obuhvata profesionalizaciju rada u određenim kreativnim delatnostima kroz identifikovanje neophodnih veština, prilika i rešenja poslovnih problema. Drugi modul namenjen je razvoju novih poslovnih ideja i projekata, dok treći modul treba da unapredi međusektorsku saradnju unutar kreativnog sektora – konkretno vizuelnih delatnosti i izdavaštva. Kreativna laboratorija funkcioniše kroz partnerstva sa nacionalnim institucijama (Savez pisaca Amerike, Savez producenata Amerike, Akademija filmske umetnosti Havaja, Međunarodni filmski festival Havaji...) i osim profesionalizacije, treba da omogući i bolju mobilnost kreativnih profesionalaca i distribuciju kulturnih izraza.

Više o programu: <http://cid.hawaii.gov/creative-lab-hawaii/>





Platforma Hibrid, Berlin, Nemačka

Platforma Hibrid predstavlja interdisciplinarni projekat Univerziteta umetnosti i Univerziteta tehnoloških nauka u Berlinu. Platforma je finansirana sredstvima Evropskog regionalnog razvojnog fonda i deo je šireg programa „Projekat budućnosti“ (Project Zukunft). Platforma ima za cilj da stvori institucionalne uslove za saradnju između tehničkih i umetničkih fakulteta u sferi naučnog istraživanja i industrije, odnosno da profesionalce iz oblasti umetnosti i dizajna poveže sa mladim stručnjacima tehnoloških i prirodnih nauka.

Više o programu:

<http://www.hybrid-plattform.org>



Fleksibilnost tržišta rada je važna u svim delatnostima, ali je u kulturnim i kreativnim industrijama njen značaj još izraženiji, s obzirom na karakter ovih delatnosti. Naime, postoje značajne empirijske potvrde da se u kulturnim i kreativnim industrijama znatno češće nego u ostalim delatnostima javljaju nestandardni oblici zaposlenosti kao što su: zaposlenost sa radnim vremenom kraćim od punog, privremeni ugovori i samozaposlenost (Dervojeda et al, 2013:54). Čak i u slučaju da su formalno zaposleni za platu, zaposleni u ovim delatnostima često rade sa ugovorima na određeno vreme ili po pozivu ili do okončanja projekta. Rad na više radnih mesta je veoma čest način pomoću kojeg radnici u kreativnom sektoru obezbeđuju dovoljne prihode koji obezbeđuju finansijsku sigurnost (Marcus, 2005:9). Stoga prilikom programiranja mera u okviru tržišta rada treba imati u vidu brojne specifičnosti zapošljavanja u kreativnom sektoru poput:

- Iako je zapošljavanje u kreativnom sektoru zavisno od opštih privrednih uslova, veoma često ne prati trendove na lokalnom tržištu rada;
- Zahteva specifična znanja i veštine, što često zahteva posebno dizajnirane obuke: 1) obuke vezane za samu delatnost; 2) obuke vezane za menadžment i polovnu ekonomiju koji je prilagođen specifičnostima rada i poslovanja u ovom sektoru;
- Postoji opasnost od natprosečno česte pojave prekovremenog rada: poslovi su često neizvesni, privremeni i honorarni, sa skraćenim radnim vremenom. Ovakav karakter poslova zahteva okruženje koje podstiče fleksibilne oblike zapošljavanja, ali i određene politike koje obezbeđuju elemente sigurnosti na tržištu rada s obzirom na veliko učešće fleksibilnih oblika zapošljavanja.

Tretman ranjivih grupa na tržištu rada u kreativnog sektora je još jedno pitanje koje zaslužuje pažnju prilikom programiranja mera podrške u ovoj oblasti. Ranjivim grupama na tržištu rada smatraju se grupe stanovništva radnog uzrasta čiji su ključni indikatori položaja na tržištu rada (stopa učešća, stopa zaposlenosti, stopa nezaposlenosti, udeo ranjive zaposlenosti u ukupnoj zaposlenosti) bitno nepovoljniji od odgovarajućih prosečnih veličina za ukupno stanovništvo radnog uzrasta (Krstić et al, 2010:94). Ranjive grupe na tržištu rada najčešće su mladi, ruralno stanovništvo, žene, romi, osobe sa invaliditetom, i sl. Specifična pozicija ovih grupa na tržištu rada zahteva poseban fokus i posebno dizajnirane mere za unapređenje njihovog položaja.

Razvoj kreativnih industrija u velikoj meri može da se poveže sa poboljšanjem inkluzije ranjivih grupa. Primeri doprinosa određenih ranjivih grupa kvalitetu razvoja kulturnih i kreativnih industrija su brojni: korišćenje tradicionalnih znanja starijih lica na tržištu rada, angažman žena u raznim tradicionalnim delatnostima, naročito u oblasti kulturnog nasleđa, korišćenje stvaralaštva nacionalnih manjina uz mogućnosti širenja međunarodne saradnje, uključivanje osoba sa invaliditetom u određene aktivnosti koje su prilagođene njihovim sposobnostima (tkački posao na razboju, specifične tehnike oslikavanja svile, keramike, drugih predmeta i sl.), zapošljavanje visokoobrazovanih mladih u modernijim granama kulturnih i kreativnih industrija, i sl.

Kada su u pitanju ranjive grupe, ključne su mere koje su usmerene ka njihovom socijalnom uključivanju. Neki od tipičnih programa ovog tipa su osnivanje socijalnih zadruža, dokvalifikacija, posebni programi za osobe sa invaliditetom i sl. a pored njih od

velikog značaja su i mere aktivne politike tržišta rada koje su vezane za pomoć u finansiranju i obuke za pokretanje i vođenje posla.

Unapređenje ljudskih resursa: Obezbeđenje adekvatnih znanja i veština je ključno za ostvarivanje punog ekonomskog i razvojnog potencijala kulturnih i kreativnih industrija. Tri su osnovna skupa znanja i veština koje je neophodno obezbediti za razvoj kreativnih industrija:

- Kreativna/ umetnička znanja i veštine;
- Tehnička i tehnološka znanja i veštine;
- Menadžerska znanja i veštine (veštine i znanja vezana za osnivanje i upravljanje preduzećem).

Unapređenje ljudskih resursa osigurava bolju usklađenost ponude i tražnje za radnom snagom kada su u pitanju znanja i veštine, što je ključno za povećanje konkurentskog potencijala ovog sektora u srednjem i dugom roku (European Commission, 2010:10). Pored toga, povećanje nivoa obrazovanja radne snage pozitivno utiče i na fleksibilnost tržišta rada, koje je još jedna od važnih pretpostavki razvoja kulturnih i kreativnih industrija.

Garage Berlin, Nemačka

U Nemačkoj je iniciran veliki broj programa u cilju ohrabivanja samozaposlenosti. Programi obezbeđuju veliki broj usluga i mogu se podeliti u različite kategorije, prema više kriterijuma: 1) prema vrsti podrške (finansijska podrška, savetovanje i *coaching*, stvaranje mreža, jačanje preduzetničke kulture), 2) prema ciljnoj grupi (nezaposleni, žene, migranti, osobe sa invaliditetom, starija lica, mladi) ili 3) prema tipu delatnosti na kojoj je fokus programa (npr. kreativne industrije). Jedan od programa namenjen prvenstveno nezaposlenim mladima je *Garage*, koji predstavlja biznis inkubator za podršku preduzetnicima iz svih delatnosti, a prevashodno iz kreativnih industrija (muzika, softver, arhitektura, i mnoge druge). U ovom biznis inkubatoru pružaju se usluge savetovanja, obuke i pomoć u mikrofinansiranju za pokretanje posla u četiri Nemačka grada: Berlin, Hamburg, Esen i Dortmund.

Videti više o programu: <http://www.garageberlin.de/inkubator/>

Izvor: Ortlieb (2015)

Stvaranje radne snage sa odgovarajućim skupom veština za razvoj kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou može se podstaći nizom različitih mera:

Mere podrške kreativnim preduzetnicima za započinjanje posla i obuke vezane za vođenje poslovanja: specifičnosti kulturnih i kreativnih industrija je izrazito veliko učešće malih, srednjih i mikro preduzeća, kao i samostalnih umetnika. Pored opštih mera podrške

razvoju ovog sektora od velikog značaja su i obuke vezane za pokretanje i vođenje posla (upravljanje finansijama, razvoj tržišta, marketing, upravljanje ljudskim resursima, i sl.). Istovremeno, kroz politike vezane za proces formalnog i neformalnog obrazovanja moguće je podstaći inovativnu i preduzetničku kulturu, što podrazumeva veće povezivanje umetnosti, tehnologije i poslovnih veština u procesu obrazovanja.

Mere usmerene na poboljšanje informatičkih veština: Pored toga što kreativni preduzetnici često nemaju dovoljna znanja vezana za poslovne veštine (marketing, upravljanje projektima i sl.) u velikom broju slučajeva im nedostaju i adekvatne informatičke veštine. Ovi nedostaci mogu da predstavljaju veliku prepreku za uspešno poslovanje, s obzirom na činjenicu da je veliki broj delatnosti vezanih za kulturne i kreativne industrije pod uticajem brzih i velikih tehnoloških promena. Nedostatak informatičkih veština predstavlja problem i kada su u pitanju tradicionalnije delatnosti kulturnih i kreativnih industrija. Na primer, digitalizacija je dovela do značajnih promena vezanih za funkcionisanje kanala distribucije, što zahteva nove kompetencije, kako iz domena informatike, tako i iz domena preduzetništva, poslovnog upravljanja i razvoja proizvoda i usluga.

Mere vezane za obuku i osposobljavanje radne snage za rad u kreativnim delatnostima: Ova vrsta obuke se odnosi pre svega na situacije kada je u relativno kratkom vremenskom roku moguće putem obuka i prekvalifikacija na lokalnom nivou premostiti jaz između postojećih i potrebnih znanja i veština na tržištu rada. Za kreativne delatnosti koje se temelje na tradicionalnim kulturnim izrazima ove obuke se mogu sprovesti na radnom mestu, gde je cilj ovih mera da se najčešće osobe koje su prošle obuku i zaposle (primer: obuka nezaposlenih vezana za tkanje u tkačkoj radionici u kojoj će nakon obuke nastaviti da rade). Druga opcija je da poslovna ili strukovna udruženja na osnovu analize potreba na tržištu rada, same ili u saradnji sa poslodavcima iz oblasti kreativnih industrija, organizuju neophodne obuke kako bi se otklonio ili umanjio strukturni nesklad između ponude i tražnje za određenim kreativnim profilima (npr. modelari u modnoj industriji, ili lokacijski menadžeri u filmskoj industriji, 3D animatori, i sl).

Mere vezane za šire aspekte obrazovanja: u ovu grupu spadaju a) različite mere vezane za podizanje svesti i afirmaciji raznolikosti kulturnih izraza b) grupa mera koje podstiču kreativnost u toku procesa obrazovanja (npr. kroz vannastavne aktivnosti); c) grupa mera koje podstiču kreativnost pomoću obrazovanja (npr. targetirane obuke i informisanje koji bi pomogli ljudima da upoznaju i cene usluge i proizvode kreativnih industrija). Umetničko obrazovanje utiče na formiranje ukusa publike i time doprinosi povećanoj participaciji i aktivnijem bavljenju umetničkim i kulturnim aktivnostima.

Ove mere mogu se implementirati u obrazovnim (formalnim i neformalnim) procesima koji se odnose na decu i mlade, ali i na odrasle i uključuju kako promovisanje kreativnosti i inovacija u svim oblicima obrazovanja, tako i podršku profesionalnom usavršavanju lica koja sprovode obuke ili nastavu. U šire aspekte uticaja obrazovanja na razvoj kulturnih i kreativnih industrija spadaju i:

- Osnaživanje i promocija kulture učenja (npr. prihvatanje koncepta celoživotnog učenja) koja bi podstakla inovativnost i kreativnost;

- Podsticanje umrežavanja i razvoja partnerstava između različitih obrazovnih institucija i poslovnog sektora.

c) Podrška razvoju kreativnog preduzetništva

Kreativno preduzetništvo predstavlja skup delatnosti čijim proizvodima i uslugama ekonomsku vrednost daje kreativni rad utemeljen na poznavanju istorije, umetnosti i kulture. To je preduzetništvo inspirisano kulturnim kodovima i raznolikim kulturnim izrazima, interpretirano u savremenom kontekstu. Ovaj vid preduzetništva treba da se temelji na načelima koja omogućavaju održivost kulturnih resursa i očuvanje njihovih vrednosti. Kreativno preduzetništvo mogu obavljati preduzetnici, mala i srednja preduzeća, zadruge, socijalna preduzeća, udruženja građana. Throsby (2015) naglašava da je jedan od najznačajnijih aspekata promovisanja održivog razvoja putem kulturnih i kreativnih industrija sadržan u merama za podršku malim i srednjim kreativnim preduzećima i preduzetnicima.

Primeri razvijenih zemalja pokazuju da se pravci razvoja ovih mera odigravaju u više koraka. Najpre, treba obezbediti uvid u veličinu i osnovne karakteristike preduzetničkog potencijala u kulturnim i kreativnim industrijama, utvrditi faktore koji podstiču kreativno preduzetništvo i prepreke sa kojima se kreativni preduzetnici suočavaju u započinjanju, vođenju i razvoju svojih poslovnih ideja. Mere u ovoj oblasti ne treba sprovoditi stihijski, već na osnovu opsežnih analiza, periodične revizije nadležnosti lokalnih institucija i tela koji se bave razvojem kreativnog sektora i programa i mera koje oni sprovode. Osim direktne finansijske podrške preduzetničkim poduhvatima u kreativnom sektoru razmatrane u prethodnom delu, značajnu pažnju treba usmeriti i na mentorski rad sa preduzetnicima, usluge poslovne inkubacije i savetodavstva (računovodstvo, porezi, finansije, poreske usluge, i dr.). Pomenuti sistem podrške treba prilagoditi specifičnostima ovog sektora uz isticanje poslovne saradnje i povezivanja unutar lanca vrednosti različitih kreativnih delatnosti (uz aktivno učešće uspešnih mentora i konsultanata iz kreativnog sektora), jer se time postiže deljenje znanja i iskustva koje može unaprediti poslovanje kreativnih preduzetnika.

Nerazvijenost kreativnog preduzetništva u pojedinim delatnostima može se amortizovati programima podrške za kreativno preduzetništvo. U cilju podsticanja kreativaca za uključivanje u sektore u kojima su oni retko zastupljeni trebalo bi osmisliti specijalne programe preduzetničkog mentorstva. Među merama za podršku kreativnom preduzetništvu značajno mesto zauzimaju i mere podrške preduzetnicima i mikro preduzećima koji se suočavaju sa teškoćama u poslovanju. One se mogu obezbediti preko centara za pružanje individualnih oblika podrške u skladu sa konkretnim potrebama kreativnih preduzetnika (npr. revizija poslovanja, lakše suočavanje preduzetnika sa problemima, rešenja za krizne situacije) ili putem sistema vaučera i angažovanja privatnih konsultanata. Virtualni servis sa brzim reagovanjem na upite kreativnih preduzetnika, može biti još jedan model za pomoć preduzetnicima u pogledu praktičnih saveta.

Programi podrške kreativnom preduzetništvu mogu biti usmereni i na stvaranje *art* inkubatora, kreativnih klastera, *coworking* prostora za kreativne preduzetnike ili *business* akceleratora.





Incredibol, Bolonja

Opština Bolonja u partnerstvu sa regionom Emilija-Romanja u Italiji 2011. godine uvela je program podrške „Incredibol“ namenjen osnaživanju kreativnog preduzetništva u pomenutom regionu. Reč je o programu koji ima za cilj da omogući različite vrste usluga namenjene pojedincima sa kreativnim idejama. Program nastoji da kreativne ideje podrži i pretvori ih u funkcionalni i održivi biznis. Program se sastoji od javnog poziva namenjenog onima koji žele da realizuju neke od svojih kreativnih ideja, a za to nisu imali odgovarajuće resurse. Selekcija predloženih projekata zavisi od toga da li sama ideja ispunjava određene kriterijume poput dugoročnosti i održivosti ideje za razvoj kreativnog biznisa. Sistem podrške ogleda se u tome da izabrani projekti mogu dobiti takozvanu institucionalnu i drugu podršku u razvoju biznis ideje (prostor za rad, finansijska sredstva, stručne treninge i konsultativne sastanke). Program „Incredibol“ prepoznat je na evropskom nivou kao primer dobre prakse podrške kreativnog preduzetništva te je tako primio i evropsku nagradu za unapređenje preduzetničke sredine. Do sada, „Incredibol“ je podržao 64 projekta, a primio 446 aplikacija za samo četiri godine od svog nastanka.

Više o programu: <http://www.incredibol.net/en/>

Kreativni klaster Kariba, Karipski arhipelag

Kreativni klaster Kariba (*Caribbean Creative Cluster*) osnovan je sa ciljem razvoja i osnaživanja kreativne ekonomije na prostoru Karipskog arhipelaga. Ovaj klaster obezbeđuje administrativnu i finansijsku podršku kreativnim industrijama, povezivanje aktera u oblasti audio-vizuelnih tehnologija, muzike, industrije zabave i mode. Klaster nastoji da stvori adekvatan sistem podrške kreativnim industrijama i mehanizam za razvoj održive kreativne ekonomije. Cilj je da se kroz pokretanje preduzetničkih poduhvata u kreativnim industrijama smanji nezaposlenost mladih ljudi. Osim pomenutog i veće produkcije kulturnih dobara i usluga, očekuje se i uticaj ovog programa na sveobuhvatni socio-kulturni razvoj ovog područja, kao i bolju distribuciju kulturnih sadržaja, dobara i usluga na međunarodno tržište.

Videti više:

<http://manticoreinternetsolutions.com>

AFAI Kulturni akcelerator, Južna Afrika

Institut za afričku umetnost (*African Arts Institute*) nevladina je organizacija koja je implementirala program AFAI Kulturni akcelerator namenjen unapređenju kreativnih industrija na teritoriji Južne Afrike, odnosno oblasti Kejptaun. Program je dvofazan i sastoji se od niza stručnih treninga za kreativne preduzetnike koji žive i rade na ovom prostoru. Kulturni akcelerator primarni značaj daje biznis veštinama, finansiranju, umrežavanju i mentorstvu kreativnih preduzetnika. Ovaj program ima za cilj da stvori uslove za formiranje društveno odgovornih kreativnih preduzeća kroz obezbeđivanje početnog kapitala i adekvatnih treninga za razvoj kreativnih biznisa. Prva faza se sastoji od petodnevnog, edukativnog treninga za kreativna preduzeća koja žele da unaprede svoja poslovanja u oblasti pozorišta, filma, književnosti, vizuelne umetnosti, tekstilnog dizajna, administracije u umetnosti, muzičke i video produkcije. Prva faza programa je uvod za drugu, šestomesečnu fazu, koja se sastoji od niza onlajn/offlajn edukativnih kurseva, mentorskih sesija, učenja, deljenja prostora i pružanja finansijskih sredstava za ona preduzeća koja su izabrana u prvoj fazi programa. Izabrani preduzetnici su svih šest meseci u direktnom partnerstvu i saradnji sa Institutom za afričku umetnost i 18 drugih partnera čija stručna iskustva i razmena direktno utiču na razvoj poslovnih veština i profesionalizacije kreativnih preduzetnika i njihovih biznisa.

Više o programu: <http://www.afai.org.za/projects-2/cultural-accelerator/>

Studiju slučaja pripremile: Belisa Rodrigues, Sophia Sanan i Ayanda Mpono iz Instituta za afričku umetnost (*African Arts Institute*), Kejptaun, Južna Afrika

Co-working prostor Betahaus Berlin, Nemačka

Betahaus je primer *co-working* prostora čiji je model rada implementiran i u drugim gradovima poput Hamburga, Barcelone i Sofije. Prostor *Betahausa* je koncipiran tako da ima posebne izložbene jedinice, mesta za sastanke, pristup neophodnoj tehničkoj opremi i prostran *co-working* prostor za sve one koji imaju potrebu da svoj rad realizuju u otvorenom i slobodnom mestu. *Betahaus* ima za cilj da omogući i podstakne protok kreativnih ideja tako da se iznova stvaraju nove ideje, projekti ili osnivaju nova preduzeća. Usluge koje *Betahaus* dodatno pruža korisnicima su usmerene na razvoj novih veština, edukaciju i aktivni razvoj kreativnosti kroz difuziju inovativnih ideja među korisnicima ovog centra.

Videti više: <http://www.betahaus.com/berlin/>



Zbog velike diversifikovanosti kreativnog i umetničkog rada često se pomenuti oblici organizovanja kreativnog preduzetništva i umetničkih inicijativa mogu sprovesti kombinacijom pomenutih načina rada, uključujući i mehanizme direktnog finansiranja poslovnih ideja.⁶

Art inkubator je sistem koji pomaže preduzetnicima u oblasti umetnosti i kreativnih industrija da u prvim godinama osnivanja ostvare ulazak na tržište. Usluge koje nude art inkubatori su raznolike – nekada su to samostalni art inkubatori koji pružaju samo prostor za rad kreativaca (agencije, kreativni preduzetnici, NGO inicijative i sl.) uz izostanak pružanja administrativnih, tehničkih i finansijskih usluga (administracija, knjigovodstvo, finansijske usluge, marketing), dok u nekim drugim slučajevima osim prostora i infrastrukture za kreativce, art inkubatori pružaju i neke administrativne usluge, pa čak i finansijske subvencije za početnike u kreativnom biznisu.

Kreativni klaster je način organizovanja umetničkih i kreativnih inicijativa kroz zajedničko udruživanje relevantnih aktera u lancu vrednosti određene kreativne delatnosti sa ciljem ekonomskog osnaživanja, širenja tržišta ili nastupa na inostrano tržište. Kreativni klasteri mogu biti uspostavljeni na formalnoj ili neformalnoj osnovi. Formalno uspostavljanje klastera podrazumeva da su zainteresovane strane osnovale udruženje – samostalno pravno lice koje će upravljati i obavljati poslove u ime klastera. Neformalni kreativni klasteri podrazumevaju udruživanje na neformalnoj osnovi, ali sa zajedničkim ciljem. Kreativni klasteri mogu biti povezani po „vertikalni“ tako da pokrivaju sve kreativne aktivnosti u jednom lancu (npr. pozorišni klasteri, filmski klasteri, klasteri vizuelnih umetnosti, IT klasteri, klasteri autorske mode, klasteri starih zanata, itd.) ili po „horizontalni“, kada obuhvataju određeni segment lanca vrednosti u raznorodnim kreativnim delatnostima (distribucija proizvoda kreativnih industrija, dizajn – grafički, urbani, modni, multimedijalni, itd.).

Coworking prostori su zajedničko korišćenje prostora za umetnički rad, koji u isto vreme može koristiti određeni broj kreativaca. Najčešći oblik *coworking* prostora je *rent-a-desk*, odnosno iznajmljivanje radnog stola sa svom nepohodnom opremom i IT infrastrukturom. Uz najam *coworking* prostora uobičajne usluge su registracija firme ili preduzetničke agencije, računovodstvene usluge, primanje pošte i servisiranje elektronske komunikacije.

Biznis akceleratori su specifična vrsta poslovne infrastrukture za razvoj biznisa koje svojim korisnicima pružaju investicioni kapital u zamenu za određeni procenat vlasništva nad firmom. Osim investiranja, biznis akceleratori mogu ponuditi i mentorstvo. Mentorstvo u biznis akceleratorima je specifičnog tipa i uglavnom podrazumeva savete od iskusnijih preduzetnika. Osnovna svrha biznis akceleratora je ubrzanje rasta određene firme i olakšavanje pristupa tržištu kapitala za razvoj biznisa. Svaki biznis akcelerator ima određene prioritete u investiranju i karakteristike za prijem članova. Uglavnom su to kompanije u oblasti IT tehnologije, internet preduzetništva i mobilnih aplikacija.

7.3. Regulatorne mere

Regulatorne mere imaju pravni karakter i pojavljuju se u obliku zakona i drugih pravnih akata. Njima se uspostavljaju pravila, prakse i standardi neophodni za zaštitu i unapređenje kulturne raznolikosti. Na nivou lokalnih samouprava regulatorne mere su uglavnom ograničene. One se mogu odnositi na:

- uspostavljanje opštinskih procedura za efikasnu zaštitu intelektualne svojine;
- komunalni red i korišćenje prostora za kulturne manifestacije, priredbe i druga događanja;
- način osnivanja i pravne aspekte rada institucija u oblasti kulture; kreiranje opštinskih pravnih akata kojima se utvrđuju minimalne kvalifikacije članova upravnih odbora u javnim institucijama kulture;
- definisanje režima i održavanja infrastrukture u oblasti kulture;
- određivanje kulturnih zona kroz prostorne planove;
- korišćenje javnog prostora u kulturne svrhe i infrastrukture od strane aktera nezavisne kulturne scene;
- regulisanje statusa umetnika;
- način registracije i poslovanja kreativnih preduzetnika, prilagođavanje administrativnih procedura specifičnostima kreativnog posla;
- donošenje uzansi za promet određenih kulturnih dobara i usluga;
- konsultacije sa lokalnim preduzetnicima u pogledu poboljšanja regulatornih uslova poslovanja u kreativnom sektoru i sl.

Jedan od značajnih aspekata regulatornih mera na lokalnom nivou je zaštita intelektualne svojine. Žigovi, autorska i srodna prava, zaštićeni dizajn, geografske oznake porekla - sve su to ključni elementi nematerijalne imovine preduzeća u kulturnim i kreativnim industrijama. Lokalne samouprave mogu obezbediti efikasnu zaštitu intelektualne svojine kroz rad inspekcijски službi i edukaciju lokalnih privrednika o značaju i poštovanju zaštite intelektualne svojine. Oznaka geografskog porekla (GOP) je jedan od vidova prava intelektualne svojine koji je jako popularan na lokalnom nivou. Ona predstavlja oznaku proizvoda čiji su kvalitet i svojstva bitno uslovljena geografskom sredinom odnosno njenim prirodnim i ljudskim faktorima. Zaštita oznake geografskog porekla predstavlja jedan od načina na koji se može ukazati da kulturna dobra i usluge sa određene teritorije imaju posebne kvalitete. Uloga lokalne samouprave u ovom delu može biti da angažuje mešovite timove sastavljene od predstavnika lokalnih kulturnih institucija u izradi elaborata o zaštiti GOP, pruži podršku uspostavljanju mehanizama kontrole kvaliteta proizvoda sa GOP, promoviše raznolikost kulturnog prostora sa koga potiču proizvodi sa geografskom oznakom porekla, itd.

7.4. Tehničko-tehnološke mere

Tehničko tehnološke mere treba da omogućе uspostavljanje ravnoteže između ponude i potražnje za kulturnim sadržajima, kao i proizvodima i uslugama koji sadrže i prenose kulturne izraze. Okvirne mere u ovoj oblasti sadrži član 10 Uneskovе Konvencije (2005).⁵ Najčešće mere ove vrste su:

- unapređenje dostupnosti kulturnih izraza;
- olakšavanje pristupa kulturnim sadržajima, dobrima i uslugama;
- transfer znanja, tehnologije i inovacija.

Unapređenje dostupnosti kulturnih izraza podrazumeva mere koje će omogućiti svim korisnicima kreativno izražavanje i dostupnost kulturnih izraza. Tu se pre svega misli na pohranjivanje kulturnih sadržaja na digitalne i tek dolazeće platforme. One omogućavaju da se stvori bogat izvor materijala koji zadovoljava dva bitna uslova: raznolikost kulturnih izraza i njihovu dostupnost.

Olakšavanje pristupa kulturnim sadržajima, dobrima i uslugama označava mere kojima se omogućava svakom pojedincu da samostalno učestvuje u svim aspektima kulturnog života. Pristupačnost kulturnih sadržaja predstavlja jedan od elemenata ostvarivanja ljudskih prava – pravo na kulturu. Mere koje se sprovode u okviru lokalnih razvojnih politika treba da omoguće što veći stepen inkluzije u lokalnoj zajednici i doprinesu smanjivanju socijalne isključenosti. Ona nastaje kao posledica organizacije kulturnog života u kojoj pojedinci, ili određene kategorije ljudi nemaju mogućnosti da ostvare pristup kulturnim sadržajima, dobrima i uslugama koje drugi pripadnici zajednice koriste. Najčešće se o pristupačnosti govori u smislu fizičke pristupačnosti kulturnim institucijama i prilagođavanja kulturnih sadržaja grupama ljudi sa posebnim potrebama. Međutim, koncept „pristupačnosti” u kontekstu lokalnih razvojnih politika u oblasti kreativnog sektora treba shvatiti i u njegovom širem značenju. Naime, mere unapređenja pristupačnosti treba da smanje i eliminišu: prepreke u pogledu informisanosti o raznolikim kulturnim izrazima, prepreke u razumevanju različitih kultura, prepreke u fizičkom pristupu kulturnim institucijama koje otežavaju kretanje u prostoru za lica sa posebnim potrebama, prepreke u pristupu digitalnih sadržaja za osobe sa posebnim potrebama, socijalnu distancu i predrasude prema pojedinim kulturama i njihovim kulturnim izrazima, administrativne prepreke i neosetljivost institucija u pogledu unapređenja pristupačnosti različitim kulturnim izrazima.

Transfer znanja, tehnologija i inovacija je još jedna značajna komponenta razvoja kreativnog sektora, ali i lokalne kreativne ekonomije. Kreativne delatnosti, naročito one zasnovane na novim digitalnim tehnologijama, značajan su izvor inovativnih usluga. Transfer znanja, tehnologija i inovacija može imati različite oblike – putem stručnih rasprava, razmene informacija, zajedničkog rada sa obrazovnim institucijama u stvaranju novog znanja, zajedničkih ulaganja ili integrisanja neformalnih i formalnih oblika umetničkog obrazovanja. Integrisanje umetničkog obrazovanja u obrazovne procese temelji se na principu da je kreativnost ključna životna veština u XXI veku. Ono podstiče i razvija inovativnost i fleksibilnost, pruža veštine i znanja koja postaju ključna za uspeh u modernom vremenu. Time se omogućava mladima da razviju osećaj identiteta i samopouzdanja, postignu bolje uspehe i u drugim oblastima, stvara buduća publika i kreativni delatnici. Preduslovi za transfer znanja stvaraju se i povezivanjem različitih subjekata u lanac vrednosti kreativnih delatnosti i radne snage. Kao rezultat ovog procesa nastaju inovativne prakse koje mogu imati ekonomske i neekonomske efekte. One mogu unaprediti konkurentnost drugih delova privrede, ali i kvalitet života i blagostanje lokalne zajednice. U domenu konkurentnosti privrede, ove inovativne prakse se često označavaju kao „meke” (soft) inovacije (Stoneman 2008) sa ciljem da se ukaže na njihovu sofisticiranu prirodu, individualnu prilagođenost potrošaču i estetsku dimenziju. Tako na primer, *3D mapping* metoda dugo je bila karakteristična za umetničke projekte. Ona je podrazumevala kreiranje geo-prostornih informacija, nove načine njihove prezentacije uz dodavanje estetskih i umetničkih elemenata i bila je isključivo tretirana kao ekserimentalna umetnost. Povezivanjem privrede sa umetničkim sektorom i transferom znanja i tehnologija danas se *3D mapping* metoda koristi kao vid vizuelizacije korporativnog brenda, promocije proizvoda i unapređenja prodaje, i sl. (npr. *Nike Hiper Elite Platinum*, *Nike 3D Illumination*, *07 Mercedes Transformer*, i dr).⁷ Socijalne inovacije koje nastaju u kreativnom sektoru predstavljaju nove proizvode, usluge i poslovne modele koji mogu rešiti društvene izazove i stvoriti nove socijalne odnose u lokalnoj zajednici.

Program „Dizajn transfer bonus“ Nemačka

Program „Dizajn transfer bonus“ je program koji pomaže malim i srednjim preduzećima da unaprede svoje poslovanje. On je namenjen transferu znanja, tehnologija i procesa koje su razvila preduzeća u oblasti dizajna i univerziteti i njihovoj komercijalizaciji u okviru malih i srednjih preduzeća. Program pruža mogućnost da stručnjaci koji rade na razvoju tehnologije budu uključeni u ranim fazama proizvodnog procesa i saraduju sa dizajnerima u stvaranju novih i inovativnih rešenja, proizvoda i usluga. Ovaj program pruža finansijske olakšice do 70% ukupne vrednosti projekta (maksimalno 15.000 evra). Preduzeća mogu podneti zahtev za korišćenje ovih olakšica za finansiranje razvoja dizajnerskih rešenja, konsultacija u oblasti dizajna i upravljanje dizajnom u slučaju novih proizvoda.

Videti više o programu: <http://www.designtransferbonus.de/home.html>

7.5. Organizacione mere

Organizacione mere odnose se na način organizacije kulturnih delatnosti, kao i drugih aktivnosti koje mogu pružiti podršku razvoju ovom sektoru. Njihov okvir sadržan je u članu 12. Uneskove Konvencije (2005). U ovom domenu opština/grad, kao i drugi zainteresovni akteri mogu:

- Pružati podrške uspostavljanju odbora za saradnju biznisa i kulture, afirmisanju društveno odgovornog ulaganja u umetničke i projekte iz oblasti kulture; dodeljivati nagrade za najbolja opštinska Biz&Art partnerstva; pružati poresko-savetodavnu podršku za privatno-javne projekte;
- Osnivati nove organizacije i institucije u oblasti kulturnih i kreativnih industrija;
- Sprovoditi programe promocije i internacionalizacije lokalne kulture i na taj način uticati na proširivanje tržišta za opštinske kulturne proizvode i usluge;
- Dodeljivati opštinske nagrade u ciju afirmacije stvaralaštva i promovisanja kulturnih izraza;
- Pružiti podršku organizovanju međunarodnih festivala u opštini i na taj način doprineti stvaranju uslova za razmenu iskustva i umrežavanje između umetnika i kulturnih preduzetnika;
- Organizovati kampanje koje popularišu lokalnu umetnost i kulturu i raznolikost kulturnih izraza;
- Organizovati putujuće izložbe i predstavljanja lokalnog kulturno-umetničkog stvaralaštva u drugim opštinama/gradovima sa kojima imaju potpisane sporazume i protokole o saradnji;
- Koristiti lokalna dobra i usluge koji prenose i sadrže kulturne izraze kao protokolarnu poklonu i na taj način promovisati jedinstvenost kulturnog prostora opštine/grada;
- Organizovati rezidencijalne centre za strane umetnike u selima;
- U saradnji sa lokalnom turističkom organizacijom i drugim službama izraditi godišnji plan promocije raznolikosti kulturnih izraza i lokalnog stvaralaštva na sajmovima, festivalima, priredbama i sličnim manifestacijama u opštini i izvan nje.

Platforma kreativnosti – Solun

„Platforma kreativnosti“ predstavlja inicijativu koja dolazi od zainteresovanih strana u kreativnom sektoru na teritoriji Soluna. Ona ima za cilj da mapira, okupi i uspostavi komunikaciju sa predstavnicima lokalnog kreativnog sektora. Ova neprofitna platforma namenjena je razmeni znanja, istraživanju i širenju ideja. Platforma je interdisciplinarnog karaktera i namenjena je promovisanju i umrežavanju profesionalnih umetnika, dizajnera i zanatlija, ali i kreativnih amatera na teritoriji Soluna. Uz pomoć nje realizovano je niz programa sa ciljem formiranja savremenog gradskog narativa zasnovanog na lokalnim kreativnim izrazima Soluna. Primer jednog realizovanog projekta je *Handpeak*.¹ To je internet prezentacija lokalnih kreativnih aktera, koja u isto vreme predstavlja organizovanu pešačku turu koja vodi zainteresovanu publiku u posete kreativnim prostorima poput studija, ateljea i zanatskih radionica u kojima solunski kreativni preduzetnici stvaraju. *Handpeak* pešačka tura osmišljena je tako da se odigrava u jednom delu grada i preispituje kulturno-istorijski značaj mesta i način na koji se on reflektuje kroz stvaralaštvo pojedinaca u toj četvrti. Pešačke ture dostupne su lokalnoj i inostranoj publici, a projekat značajno doprinosi učešću publike i diseminaciji kreativnih izraza Soluna.

Videti više: <http://www.handpeak.gr>

¹ *Handpeak* – eng. znakovni jezik za gluvoneme.

The UpMarket – Melburn, Australija

UpMarket je događaj koji dva puta mesečno organizuje Australijski centar za savremenu umetnost u Melburnu. Svake prve i treće subote u mesecu održava se *UpMarket* sa ciljem da lokalni umetnici predstave svoje radove i dizajn, ili sezonske gastronomske proizvode. Svaki *UpMarket* okuplja umetnike, dizajnere keramike, tekstila, nameštaja, garderobe i aksesora. Organizatori *UpMarketa* obezbeđuju izložbene štandove najpre za mlade kreativne pojedince kako bi se afirmisao njihov rad na lokalnom tržištu. *UpMarket* pomaže umrežavanje kreativnog sektora Melburna, ali isto tako čini kreativno stvaralaštvo transparentnim i dostupnim široj javnosti. Događaj je praćen i dodatnim sadržajima - kreativnim radionicama za decu i odrasle koje su osmišljene tako da stimulišu zajednički rad dizajnera i publike.

Videti više: <http://theupmarket.com.au/>







Expo kreativna ekonomija Srbije

„Expo kreativna ekonomija“ je platforma namenjena promociji ruralnih kreativnih industrija i njihovom ekonomskom osnaživanju. Ona služi za povezivanje lokalnih proizvođača kreativnih proizvoda i usluga i kupaca. Platforma se sastoji od baze kreativnih preduzetnika i festivala kreativnosti „Expo Creative Economy“ koji se održava sa ciljem umrežavanja, širenja tržišta i unapređenja prodajnih mogućnosti za kreativne preduzetnike. Platforma pruža i različite upravljačke alate kreativnim preduzetnicima koji žele da unaprede svoje poslovanje i saznaju o potencijalnim tržištima za plasman svojih proizvoda.

Videti više: www.expo.kreativnaekonomija.com

Cigłana – klub ljubitelja teške industrije, Višnjička banja, Srbija

„Cigłana – Klub ljubitelja teške industrije“ je nekonvencionalni prostor za slobodno stvaranje i diseminaciju kulture i umetnosti lokalnih i inostranih umetnika. Ovaj umetnički prostor nastao je u objektima stare fabrike opeke „Trudbenik“. Cigłana je osnovana iz ličnih potreba skulptora Viktora Kiša, čiji rad je zahtevao radionice većih dimenzija zbog velikih skulptura po kojima je poznat u umetničkim krugovima. Cigłana se sastoji od radionica, ateljea, kafića i prostranog izložbenog prostora koji je ispunjen karakterističnim skulpturalnim formama od kovanog gvožđa, keramike, recikliranih sirovina i predmeta od metala. Aktivnosti koje se odvijaju u Cigłani nastoje da unaprede kulturni život kroz promociju i prezentaciju neelitističkih formi umetničkog stvaranja. Cigłana organizuje i polivalentni festival DgVET na kome se promovišu najrazličitiji kulturni izrazi (vajarstvo, slikarstvo, strip, fotografija, film, muzika). Ovaj festival ima funkciju galerije na otvorenom prostoru, ali i žive umetničke radionice gde učestvuju afirmisani i neafirmisani umetnici, kreativni pojedinci, aktivisti, zanatlije i svi oni koji stvaraju. To je ujedno i moto ovog festivala „Stvaraj dalje“ – da okupi i motiviše građane ka slobodnom izražavanju individualne kreativnosti.



Napomene

¹ Videti više: Bernier, (2012):180-188.

² Videti više: Mißling and Scherer (2012): 213.

³ Kapitalne investicije su izgradnja novih objekata, proširenje postojećih objekata u kulturi, nabavka opreme za javne objekte, rekonstrukcija postojeće kulturne infrastrukture, rehabilitacija kulturnih dobara, i sl.

⁴ Državne garancije su instrument osiguranja kojim određeni nivo vlasti garantuje ispunjenje obaveza za koje se daje garancija.

⁵ Videti: Article 10 of the Convention, UNESCO, june 2011.

⁶ Videti više: Rypkema i Mikić (2015)

⁷ Videti više: Mikić (2015)

Literatura

Arandarenko, M. (2011) *Tržište rada u Srbiji – trendovi, institucije i politike*, Beograd: CID, Ekonomski fakultet

Article 10 of the Convention. Operational guidelines on education and public awareness http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_DO_Art_10_EN.pdf

Articles 7, 8 and 17 of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Operational Guidelines. Measures to Promote and Protect Cultural Expressions. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_DO_Art_7_8_17_EN.pdf

Bernier, I. (2012) „Article 6. Rights of Parties at the National Level“ in: Von Schorlemer, S. and Stoll, P.T. (eds.) *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Springer: 179-198.

Derojeda, K., Nagtegaal, F., Lengton, M., Datta, P. (2013) *Creative industries Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters*, European Cluster Observatory

European Commission (2001) Communication from the Commission of 25 July 2001 „European governance - A white paper“ [COM(2001) 428 final - Official Journal C 287 of 12.10.2001].

European Commission (2010) *Green paper – Unlocking the potential of cultural and creative industries*, Brussels: European Commission

Grupa za kreativnu ekonomiju & WKiW SEE (2015) „Smernice za uključivanje NVO u procese lokalnog planiranja razvoja kreativnog sektora“, ekspertski izveštaj

Krstić, G. et al. (2010) *Položaj ranjivih grupa na tržištu rada Srbije*, Beograd: FREN i UNDP

Marcus C. (2005) *Future of Creative Industries – Implications for Research Policy*, Brussels: European Commission DG Research

Mißling, S. and Scherer, M.B. (2012) „Artical 7. Measures to Promote Cultural Expressions“ in: Von Schorlemer, S. and Stoll, P.T. (eds.) *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Springer:199-222.

Mikić, H. (2015) „Privreda i kultura: nove vizije saradnje u kreativnoj ekonomiji“ *Interkulturalnost* br. 9: 124-139.

Ortlieb, R., Weiss, S. (2015) *Business Start-Ups and Youth Self-Employment in Germany: A Policy Literature Review*, STYLE Working Papers, WP7.1/DE. CROME, University of Brighton, Brighton <http://www.style-research.eu/publications/working-papers>

Rypkema, D., Mikić, H. (2015) *Kulturno nasleđe i kreativne industrije: vodič za održivo upravljanje kulturnim dobrima*, Beograd: Grupa za kreativnu ekonomiju

Stoneman, P. (2008) „Soft innovation: changes in product aesthetics and aesthetic products“ Royal Economic Society Annual Conference, University of Warwick, 17-19. 2008.

Throsby, D. (2015) „Culture in sustanible development“ in: Isar, Y.R. (ed) *Reshaping cultural policies*, Convention Global Report, Paris: UNESCO

World Bank (1992) *Governance and development*, Washington, DC: The World Bank



8

MONITORING I EVALUACIJA PROGRAMA RAZVOJA KULTURNIH INDUSTRIJA



U svetu u kome se zahteva sve veća odgovornost i transparentnost u radu, monitoring i evaluacija su nezaobilazni deo strategija i njihov obavezni deo. Više nikome nije sporedno kako se troše uložena sredstva. Naprotiv, dostupnost sredstava za ulaganje je sve više ograničena, ona su sve manje dostupna, a oni koji ih obezbeđuju žele da budu uvereni u njihovu svrsishodnu upotrebu. Ništa što podrazumeva stvaranje ekonomske vrednosti nije nemerljivo, a sve što želi da stvori ekonomsku vrednost želi da to učini na najefikasniji način sa što manje sredstava i sa što boljim rezultatima. Kreativne industrije nisu izuzetak.

Šta su zapravo monitoring i evaluacija? Monitoring i evaluacija su sredstva, način praćenja realizacije nekog programa, plana, strategije, aktivnosti, a koji mogu biti na različitim nivoima: od individualnog preko lokalnog i državnog do regionalnog. „Monitoring i evaluacija su instrumenti upravljanja koji mogu potpomoći proces kako planiranja tako i sprovođenja.“ (Marošek, Zupan, Velcin, et al. 2012: 19). U osnovi, to je sistem prikupljanja različitih informacija unapred određenog tipa čijom se analizom omogućava efikasnije sprovođenje datog akcionog plana, programa, strategije.

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) u svom Pojmovniku ključnih termina u evaluaciji i upravljanju definiše ove instrumente na sledeći način:

- *Monitoring* je kontinuirana funkcija koja putem sistematskog prikupljanja podataka vezanih za unapred određene indikatore omogućava upravljačkom telu i drugim zainteresovanim stranama (stejholderima) intervencije koja je u toku da imaju uvid u stepen napredovanja i postignuća ciljeva kao i napredovanja u korišćenju dodeljenih sredstava (OECD, 2002: 27);
- *Evaluacija* je sistematsko analiziranje i objektivno procenjivanje projekta, programa ili strategije koja je u toku ili je završena, uključujući i sam njen dizajn, sprovođenje i rezultate. Cilj je da se utvrdi relevantnost i stepen ostvarenosti ciljeva, ekonomske efikasnosti, efektivnosti, uticaja i održivosti. Evaluacija treba da obezbedi informaciju koja je pouzdana, relevantna i upotrebljiva, i kao takva omogućava primenu stečenog (sa)znanja u procesima odlučivanja kako primaoca tako i donora (OECD, 2002: 21).

Međusobna povezanost dva pojma se ogleda u tome da se tokom monitoringa prikupljaju podaci koji se u fazi evaluacije analiziraju i procenjuju. Otuda, kada govorimo o ovim procesima svaki posmatramo posebno, a sagledavamo ih kao neraskidivu celinu. Bez pažljivo prikupljenih podataka ne bi bilo moguće izvršiti njihovu objektivnu analizu na osnovu koje bi se donele odluke. Drugim rečima, monitoring pruža odgovor na pitanje *gde* se stiglo sa programom, projektom ili strategijom u datom trenutku ili vremenskom okviru u odnosu na ciljeve (*targets*) i rezultate (*outcomes*). Praktično, kada se monitoringom utvrdi da se aktivnosti ne odvijaju kako je predviđeno, procesi evaluacije ukazuju zašto je to tako. Na osnovu toga upravljačko telo i svi ostali akteri programa uključeni u proces odlučivanja mogu doneti adekvatne odluke o merama koje treba preduzeti. Savremena praksa prepoznaje dva modela monitoringa i evaluacije, tradicionalni model monitoringa i evaluacije (*implementation-focused*) usmeren na samu implementaciju programa i nešto noviji model monitoringa i evaluacije usmeren na rezultate realizacije projekta (*results-based*). Tradicionalni model postavlja pitanja *Da li smo postigli to i to, zašto nismo to postigli, da li smo ispunili,...* dok savremeni pristup postavlja ta ista pitanja u realnom vremenu *Da li postižemo to i to, zašto ne postižemo to što želimo, da li ispunjavamo,...* Dakle, tradicionalni model podrazumeva praćenje toka

realizacije programa, a sam proces evaluacije se odvija nakon završetka programa. U modelu zasnovanom na rezultatima, monitoring i evaluacija se odvijaju konsecutivno i tokom trajanja realizacije programa.

Tabela 6: Osnovne odlike tradicionalnog i savremenog modela evaluacije i monitoringa

Elementi tradicionalnog modela (monitoring i evaluacija implementacije programa)	Elementi savremenog modela (monitoring i evaluacija rezultata programa)
Opis problema/situacije pre implementacije	Podaci zatečenog stanja daju sliku problema/stanja pre implementacije
Utvrđivanje referentnih vrednosti (benchmarks) za aktivnosti i neposredne kratkoročne rezultata (outputs)	Indikatori dugoročnih rezultata (outcomes)
Prikupljanje podataka vezanih za resurse potrebne za implementaciju aktivnosti	Prikupljanje podataka vezanih za kratkoročne rezultate (outputs) i kako i da li doprinose ispunjenju dugoročnih rezultata
Sistematsko izveštavanje o obezbeđivanju resursa	Više pažnje na percepciju promene kod stakeholdera
Sistematsko izveštavanje o nastajanju rezultata	Sistematsko izveštavanje sadrži više kvalitativnih i kvantitativnih podataka o napretku ka dugoročnim rezultatima
Direktna povezanost sa diskretnim intervencijama (tj. serijom intervencija)	Strateški partneri su aktivno uključeni u sistem monitoringa i evaluacije
Dizajn sistema ME obezbeđuje informacije o administrativnim, implementacionim i upravljačkim pitanjima u odnosu na šire određena pitanja razvojne uspešnosti	Beleži informacije o uspesima i neuspesima partnerske strategije u postizanju željenih rezultata

Izvor: Kusk & Rist (2004):17

Može se zaključiti da se *model monitoringa i evaluacije implementacije* nekog programa, projekta ili strategije prvenstveno bavi nameravanim i nenameravanim uticajima realizacije programa, tako što obezbeđuje informacije o njegovom toku i uticaju. U njegovom fokusu je sam proces realizacije neke aktivnosti.

Model monitoringa i evaluacije rezultata je znatno šireg opsega. On integriše strategiju, ljude, resurse, procese, i merenja u cilju efikasnijeg donošenja odluka, veće transparentnosti i odgovornosti. S obzirom na to da se odvija u realnom vremenu realizacije nekog programa, omogućava konstantno podešavanje polaznih planova prema željenim rezultatima i omogućava da se tokom same implementacije primenjuje stečeno znanje.

Bez obzira na to za koji model monitoringa i evaluacije će se nosioci nekog programa odlučiti, ili će odlučiti da kombinuju dva modela, svaki od njih treba da sadrži:

- formulisane željene rezultate,
- definisane indikatore rezultata za praćenje,
- podatke zatečenog stanja,
- konkretne ciljeve i vremenski okvir za njihovo postizanje,
- redovno prikupljanje podataka radi utvrđivanja da li se ciljevi ispunjavaju,
- analize i izveštaje o rezultatima.

Evaluacija i monitoring programa razvoja kreativnih industrija mogu se sprovesti interno – od samih učesnika ovog Programa ili eksterno – angažovanjem osobe ili tima stručnjaka koji nisu učestvovali u realizaciji programa. Za prvi proces uglavnom se kaže da predstavlja internu evaluaciju i monitoring programa, dok drugi nosi naziv eksterni monitoring i/ili evaluacija. Prednosti interne evaluacije i monitoringa najvećim delom potiču od lakšeg i jednostavnijeg pristupa informacijama, poznavanja lokalnih priika i nižih troškova monitoringa. Osobe uključene od početka do kraja u kreiranje i realizaciju nekog programa poseduju više informacija i podataka neophodnih za ocenu njegove uspešnosti. S druge strane, eksterna evaluacija pruža veću objektivnost u sagledavanju učinaka samog programa, nove perspektive viđenja situacije koje osobe uključene u realizaciju programa često mogu prevideti. Eksterna evaluacija takođe obezbeđuje i viši profesionalni nivo ovog procesa.

U zavisnosti od složenosti programa razvoja kreativnih industrija monitoring se može sprovesti šestomesečno ili godišnje. Uglavnom bi takav izveštaj trebao da ima formatiranu stukturu takvu da može da pruži dovoljno informacija i podataka za donošenje konačnih zaključaka prilikom evaluacije. Neophodno je uspostaviti telo za monitoring, osim ukoliko to nije zadatak posebne radne grupe koja se bavi programom razvoja kreativnih industrija. To može biti lokalna kancelarija za ekonomski razvoj, Turistička organizacija opštine ilil grada, Odeljenje za privredu, Odeljenje za društvene delatnosti ili radna grupa za razvoj kreativnih industrija.

Evaluacija programa razvoja kreativnih industrija sačinjava se na kraju perioda za koji se on donosi i temelji se na studiji o razvoju kreativnih industrija i podacima i informacijama iz periodičnih izveštaja monitoringa. Evaluaciju bi trebao da sprovodi eksterni evaluator u saradnji sa opštinom.

Okosnicu uspešne evaluacije predstavljaju indikatori, kvalitetne analize i smislene interpretacije rezultata. Indikatori su merljivi podaci i informacije koje pokazuju stanje neke pojave. Oni mogu biti kvalitativni i kvantitativni. Kvalitativni indikatori se iskazuju kroz narativni opis neke pojave. Kvantitativni indikatori se iskazuju kroz numeričke veličine. Indikatori mogu biti prosti i složeni. Prosti indikatori uglavnom se zasnivaju na numeričkim veličinama. Složeni indikatori najčešće se dobijaju putem kombinacije prostih indikatora i predstavljeni su kroz relativne mere (indekse). Putem indikatora vrši se ocenjivanje, klasifikacija, procenjivanje i predviđanje pojava koje govore o tendencijama, dinamici i pravcu razvoja kreativnih industrija na lokalnom nivou.

U zavisnosti od nivo agregacije na kojem će se posmatrati razvoj kulturnih i kreativnih industrija, indikatori se mogu podeliti na makroekonomske, regionalne i lokalne. Makroekonomski indikatori prikazuju stanje i promene u stanju neke pojave ili makroekonomskog agregata na nivou celine – najčešće na nivou države. Kao dobar okvir za makroekonomsku evaluaciju razvoja kulturnih i kreativnih industrija mogu poslužiti neke metodološke studije Uneskovog Instituta za statistiku.¹

Izbor pokazatelja zavisi od strukture kulturnih i kreativnih industrija i nivoa njihovog razvoja. Na lokalnom nivou, naročito malim opštinama, kulturne i kreativne industrije uglavnom predstavljaju „nevidljiv“ sektor za donosiocje odluka, pa je broj indikatora koji se može koristiti bez dodatnih istraživanja jako sužen. Za izradu samog programa razvoja, a potom i njegove evaluacije, korisno je napraviti polaznu studiju razvoja

kreativnih industrija. Ona treba da pruži uvid u stanje, tendencije, strukturu i potencijale kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom i/ili regionalnom nivou. Sadržaj i metodologija izrade ove studije detaljno su opisani u 5 delu ovog Priručnika. Okvir same studije i indikatori na kojima se zasnivaju analize će takođe biti korisni za evaluaciju uspešnosti programa. Evaluacija može pokazati da pojedine mere nemaju relevantnog uticaja na razvoj sektor i stoga je nesvrshodno primenjivati ih u daljem toku realizacije programa, dok druge imaju i njihov obim treba povećati ili unaprediti njihov kvalitet.

U sledećim tabelama dati su prikazi indikatora koji se mogu koristiti za monitoring i evaluaciju i njihov analitički opis. Izbor indikatora koji će se koristiti u konkretnoj opštini/gradu zavisice od konteksta razvojne politike, strukture kreativnog sektora i njegove razvojne faze. Indikatori su zasnovani na kombinaciji tradicionalnog i savremenog pristupa evaluaciji i monitoringu. Monitoring je bliži tradicionalnim pristupima, jer kroz indikatore prati uspešnost implementacije programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija na lokalnom nivou. U njemu su uglavnom zastupljeni indikatori uticaja. S druge strane, evaluacija je zasnovana na rezultatima koje bi putem realizacije programa trebalo ostvariti na kraju planiranog perioda na koji se odnoi razvojni program, pa tako u njoj dominiraju indikatori rezultata.

Osnova uspostavljanja svakog procesa monitoringa i evaluacije razvoja kulturnih i kreativnih industrija su pokazatelji i njihove početne (referentne) vrednosti. Referentne vrednosti indikatora su oni pokazatelji razvoja kulturnih i kreativnih industrija koji pružaju informacije o njihovom stanju u trenutku donošenja određenog programa. Ciljane vrednosti indikatora razvoja kulturnih i kreativnih industrija su one vrednosti indikatora koje treba ostvariti putem realizacije programa i primenom mera koje on predviđa.

Indikatori koji se koriste u evaluaciji programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija trebalo bi da budu zasnovani na referentnim vrednostima iz polazne studije o razvoju kulturnih i kreativnih industrija. Vršiti procenu razvojnih resursa kreativnih industrija na lokalnom nivou je veliki izazov, naročito u zemljama u kojima podaci o ovom sektoru nedostaju ili dezagregiranosti statističkih podaka o ovom sektoru niska. U nekim slučajevima biće teško dati adekvatnu interpretaciju ovih pokazatelja u odnosu na prosečne vrednosti na nivou regiona ili države. Izazov je naročito prisutan u okolnostima kada ne postoje nacionalne studije koje se bave određenim pitanjima razvoja kreativnog sektora na nacionalnom nivou, ukoliko su lokalna istraživanja kreativnog sektora (npr. samo javne institucije) parcijalna, i sl. U tim slučajevima treba težiti kontekstualizaciji i interpretaciji u odnosu na glavne tendencije koje karakterišu kretanja u kreativnom sektoru i ostatak kreativne privrede.

U prikazu koji sledi, indikatori su podeljeni prema oblasti delovanja i u odnosu na okvirne mere Uneskovke Konvencije o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza (2005). Prva tabela prikazuje set indikatora koji se mogu koristiti za monitoring programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija tzv. indikatore uspešnosti implementacije programa. Okvirni set inidikatora koji se mogu koristiti za evaluaciju programa tzv. indikatori rezultata o kojima smo pisali na početku ovog teksta može biti isti onaj koji se koristi za procenu razvojnog potencijala i stanja kulturnih i kreativnih industrija i javnih politika. Njihov detaljan opis dat je u poglavlju 5.

Tabela 7: Okvirni set indikatora koji se mogu koristiti za monitoring programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija

Oblast razvojne politike: **institucionalni okvir i upravljanje**

Veza sa Uneskovom Konvencijom (2005): članovi 13,14,15 i 19

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
<p>Uspostaviti intersektorsku saradnju unutar lokalne samouprave između odeljenja za privredu i vanprivredu</p>	<p>Jačanje digniteta i koordinacione uloge opštinske Radne grupe za razvoj kreativnih industrija;</p> <p>Jačanje saradnje između Radne grupe za razvoj kreativnih industrija i relevantnih aktera kreativnog sektora (NVO, preduzetnici, obrazovanje, javne institucije kulture)</p>	<p>Broj sastanaka Radne grupe za razvoj kreativnih industrija</p> <p>Broj zajedničkih inicijativa za poboljšanje stanja u oblasti kulturnih i kreativnih industrija</p> <p>Broj sastanaka sa predstavnicima kreativnog sektora</p> <p>Broj potpisanih memoranduma o saradnji/partnerstvima sa akterima kreativnog sektora</p>	<p>Zapisnici, izveštaji, opštinska dokumentacija</p>	<p>Trimesečno, šestomesečno</p>
<p>Uspostaviti adekvatnu statističko-dokumentacionu bazu za kontinuirano praćenje razvoja kreativnih industrija na opštinskom nivou</p>	<p>Standardizacija indikatora za praćenje lokalnog razvoja kreativnih industrija opštine;</p> <p>Kontinuirano praćenje i izveštavanje o razvoju kreativnih industrija opštine</p>	<p>Broj razvojenih i standardizovanih indikatora za praćenje razvoja kreativnih industrija</p> <p>Broj izveštaja o razvoju kreativnih industrija opštine</p>	<p>Zapisnici, izveštaji, pasoš indikatora, opštinska dokumentacija, akcioni planovi, nacrti opštinskih razvojnih politika</p>	<p>Trimesečno, šestomesečno</p>

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
Uključiti kreativne industrije u strategiju održivog razvoja opštine	Programiranje međusektorskih mera i aktivnosti za uključivanje kreativnih industrija u strategiju održivog razvoja opštine Piroć u tekućem i narednom procesu strateškog planiranja	Broj mera i aktivnosti u okviru drugih razvojnih politika koje se tiču kreativnih industrija	Izveštaji, zaposnici sa sastanaka	Tromesečno, šestomesečno
Obezbediti kreativnim preduzetnicima adekvatan prostor za rad, njihovo umrežavanje i izlaganje radova	Mapiranje prostora koji mogu poslužiti umrežavanju preduzetnika i formiranje „Kreativnog inkubatora“ Izrada projekta opremanja prostora i njegovog korišćenja od strane kreativnih preuzetnika po modelu otvorenog kalendara	Izradena lista potencijalnih prostora koji se mogu koristiti za uspostavljanje „Kreativnog inkubatora“ Izraden projektni koncept „Kreativnog inkubatora“ i njegovog korišćenja; Osmišljeni programi i pravila korišćenja „Kreativnog inkubatora“ od strane kreativnih preduzetnika; Izradena projektna dokumentacija za adaptiranje prostora i njegovo opremanje	izveštaj o mapiranju prostora, izraden biznis plan „Kreativnog inkubatora“, projektna dokumentacija	Tromesečno, šestomesečno

Oblast razvojne politike: **direktno i indirektno finansiranje**
 Veza sa Uneskovom Konvencijom (2005): članovi 6, 7 i 8.

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
<p>Unapređenje kapaciteta kreativnog sektora za bolje finansiranje programa i veću diverzifikovanost izvora finansiranja</p> <p>Unaprediti proces demokratizacije finansiranja kreativnog sektora</p>	<p>Obuka za nove vidove finansiranja delatnosti (EU fondovi, donacije, međunarodni fondovi)</p> <p>Osposobljavanje aktera kreativnog sektora za Biz&Art saradnja</p> <p>Inoviranje kriterijuma za izbor projekata putem konkursa</p> <p>Aktivnije uključivanje predstavnika civilnog i privatnog sektora u evaluaciji projekata na konkursima</p> <p>Inoviranje mera podrške unapređenju kreativnog preduzetništva</p>	<p>Broj održanih seminara za pristup finansijama u kreativnom sektora</p> <p>Broj polaznika obuke</p> <p>Broj izrađenih projekata za finansiranje</p> <p>Broj uspostavljenih Biz&Art saradnji</p> <p>Broj uključenih predstavnika civilnog i privatnog sektora u rad komisija</p> <p>Broj inoviranih kriterijuma za izbor projekata putem konkursa</p> <p>Do početka 2017. definisane smernice za uspostavljanje sistema finansijske podrške kreativnim preduzetnicima i kooperativama koje posluju duže od 5 godina</p>	<p>Izveštaji, liste polaznika seminara, nacrti projekata za finansiranje, izveštaji i broj Biz&Art projekata</p> <p>Zapisnici, opštinske odluke, pravilnik o kriterijumima finansiranja projekta, izradene smernice za podršku kreativnim preduzetnicima</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p> <p>Tromesečno, šestomesečno</p>
<p>Povećati udeo korporativnog sektora u finansiranju raznolikosti kulturnih</p>	<p>Pospešivanje pozitivnog vrednovanja učešća privrede u finansiranju kreativnog preduzetništva kroz pokretanje nagrade za najbolji projekat Biz&Art saradnje</p>	<p>Broj promotivnih događaja o društveno odgovornom investiranju u kreativno preduzetništvo i kooperative</p> <p>Broj promocija dobre prakse Biz&Art saradnji</p> <p>Broj predstavljanja DOP kompanija</p>	<p>Press clipping, izveštaji sa događanja, distribucija publikacije</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>

Oblast razvojne politike: **mere i aktivnosti na tržištu rada i u oblasti zapošljavanja**
 Veza sa Unesko Konvencijom (2005): članovi 6,7, i 8.

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
<p>Prepoznavanje kreativnih industrija kao ključnog faktora poboljšanja položaja žena i mladih na lokalnom tržištu rada</p>	<p>Definisanje programa aktivne politike tržišta rada ciljanih ka povećanju zaposlenosti žena i mladih u sferi kulturnih i kreativnih industrija</p> <p>Formiranje Laboratorije za kreativno preduzetništvo žena</p> <p>Razvoj mehanizama podrške preduzetništvu u kreativnim industrijama (naročito mladih)</p>	<p>U razvojnim planovima prepoznate nezaposlene žene i mladi kao ugrožena kategorija;</p> <p>Definisane mere aktivne politike tržišta rada koje obezbeđuju podsticaje za zapošljavanje u kulturnim i kreativnim industrijama, u kojima će nezaposlene žene i mladi biti jedna od ciljnih grupa;</p> <p>do kraja 2018. osnovana Laboratorija za kreativno preduzetništvo žena;</p> <p>Do kraja 2016. definisane ključne smernice za sistem neophodnih obuka za započinjanje posla;</p> <p>Broj održanih obuka za početnike u biznisu;</p> <p>Do početka 2017. definisane smernice za uspostavljanje sistema finansijske podrške samozapošljavanju u kreativnom sektoru.</p>	<p>Zapisnici, opštinske odluke, izrađen koncept uspostavljanja Laboratorije za kreativno preduzetništvo, izveštaj o napretku implementacije mera</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>
<p>Strukturalno uskladiti odnos ponude i potražnje radne snage u kulturnim i kreativnim industrijama.</p>	<p>Razvoj sistema neformalnog obrazovanja za unapređenje znanja i veština u oblasti kreativnih industrija</p> <p>Povećanje učešća nezaposlenih koji su zainteresovani za pokretanje posla u kreativnim industrijama</p>	<p>Do kraja 2015. definisane potrebe za nedostajućim znanjima i veštinama;</p> <p>Do kraja 2016. godine uspostavljen program obuke za ključna znanja i veštine u oblasti kreativnog preduzetništva;</p> <p>Broj polaznika i realizovanih obuka.</p> <p>Broj polaznika i realizovanih obuka</p>	<p>Zapisnici, opštinske odluke, izveštaj o napretku implementacije mera</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>

Oblast razvojne politike: **razvoj kreativnog preduzetništva**
 Veza sa Unesko Konvencijom (2005): članovi 6 i 7.

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
Obezbediti adekvatne kanale marketinga, prodaje i promocije proizvoda/usluga kreativnih preduzetnika; podići nivo estetizacije lokalnih robnih marki.	Razvoj onlajn mehanizama prodaje kreativnih proizvoda i obuka preduzetnika za njeno korišćenje; razvoj dizajna pakovanja za tradicionalne proizvode	Pokrenuta onlajn platforma za prodaju proizvoda kreativnih preduzetnika Broj održanih obuka Broj uključenih preduzetnika/proizvoda Broj unapređenih estetskih atributa proizvoda/usluga Broj dizajniranih novih pakovanja	Liste učesnika, izveštaj o napretku	Tromesečno, šestomesečno
Povećati dijapazon inovativnih proizvoda visoke upotrebne vrednosti u sferi kreativnih industrija.	Razvoj novih proizvoda u oblasti kreativnih industrija; razvoj robnih marki	Broj razvijenih novih proizvoda Broj radionica za razvoj novih proizvoda Broj razvijenih/unapređenih robnih marki Definisane smernice za kvalitet proizvoda u okviru razvijenih robnih marki	Liste učesnika, izveštaj o napretku, zapinici	Tromesečno, šestomesečno
Osaživanje preduzetništva kod ranijih grupa	Mapiranje romskih kreativnih industrija Ispitivanje potencijala romske populacije za umrežavanje i bavljenje kreativnim preduzetništvom	Formirana baza kreativnih znanja i veština romske populacije Razvijen biznis koncept udruživanja u zadruhu „Romski klaster kreativnih industrija“, njen poslovni model i moguća tržišta za plasman proizvoda/usluga	Baza romskih kreativnih industrija; biznis plan za Romski KKI	Tromesečno, šestomesečno
Omogućiti veću dostupnost kulturnih izraza	Identifikacija, dokumentovanje i baštinstenje kulturnih izraza na teritoriji Opštine Pirot i povećanje njihove dostupnosti kroz stvaranje otvorene digitalne platforme	Broj identifikovanih i dokumentovanih kulturnih izraza opštine Pirot Broj obrađenih i valorizovanih kulturnih izraza opštine Pirot Broj unosa/sadržaja pothranjen u otvorenu digitalnu platformu Broj poseta digitalnoj platformi	Izveštaj o napretku, broj identifikacionih kartona, napravljeni video materijali, dostupnost i	Tromesečno, šestomesečno
	Uspostavljanje novih i inovativnih metoda edukacije građana o kulturnim izrazima opštine/grada	Broj programa i javnih predstavljanja kulturnih izraza opštine/grada Broj video materijala o kulturnim izrazima opštine Pirot	opreativnost mobilne aplikacije	

Oblast razvojne politike: **promocija kulturnih i kreativnih industrija, umrežavanje kreativnih preduzetnika, NVO, javnih institucija, pristup**
 Veza sa Uneskovom Konvencijom (2005): član 10 i 12.

Cilj	Aktivnosti i mere	Opis indikatora	Način prikupljanja	Dinamika
<p>Značajno povećanje upotrebe digitalnih tehnologija u promociji kreativnih potencijala opštine/grada</p>	<p>Izrada regionalne veb platforme za promovisanje kreativnih preduzetnika i specifičnih kulturnih izraza ovog kraja</p> <p>Izrada mobilne aplikacije za promociju kreativnih potencijala opštine Pirotd</p>	<p>Dizajnirana i aktivirana platforma</p> <p>Broj predstavljenih aktera kreativnih industrija</p> <p>Broj poseta platformi</p> <p>Broj promocija platforme</p> <p>Broj preuzimanja mobilne App</p>	<p>Veb statistika, izveštaj o napretku</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>
<p>Osavremeniti alate za promovisanje kulturnih izraza.</p>	<p>Izrada interaktivne mobilne izložbe o kulturnom prostoru opštine Pirotd uz pomoć tehnologije</p> <p>proširene stvarnosti, 3D mapping tehnologije</p> <p>Izrada promotivne publikacije o kreativnim preduzetnicima i specifičnostima kulturnog prostora opštine/grada</p>	<p>Broj predstavljanja izložbe</p> <p>Broj posetioca izložbe</p> <p>Broj medijskih članaka</p> <p>Broj distribuiranih primeraka publikacije</p> <p>Broj preuzetnih digitalnih primeraka publikacije</p>	<p>Izveštaji, statistika poseta, press clipping</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>
<p>Bolja umreženost i sistematska povezanost preduzetnika u oblasti kreativnih i kulturnih industrija; osnažiti međusektorsku povezanost.</p>	<p>Formiranje Mreže kreativnih industrija opštine Pirotd</p>	<p>Broj zajedničkih sastanaka između preduzetnika, NVO, javnih institucija</p> <p>Izrada koncepta umrežavanja među preduzetnicima, NGO, javnih institucija i procedura članstva u mreži</p> <p>Broj promotivnih događaja Mreže kreativnih industrija opštine/grada</p>	<p>Zapisnici, pravilnici, odluke, lista kriterijuma, press clipping</p>	<p>Tromesečno, šestomesečno</p>

Napomena:

¹Videti studije na <http://www.uis.unesco.org>

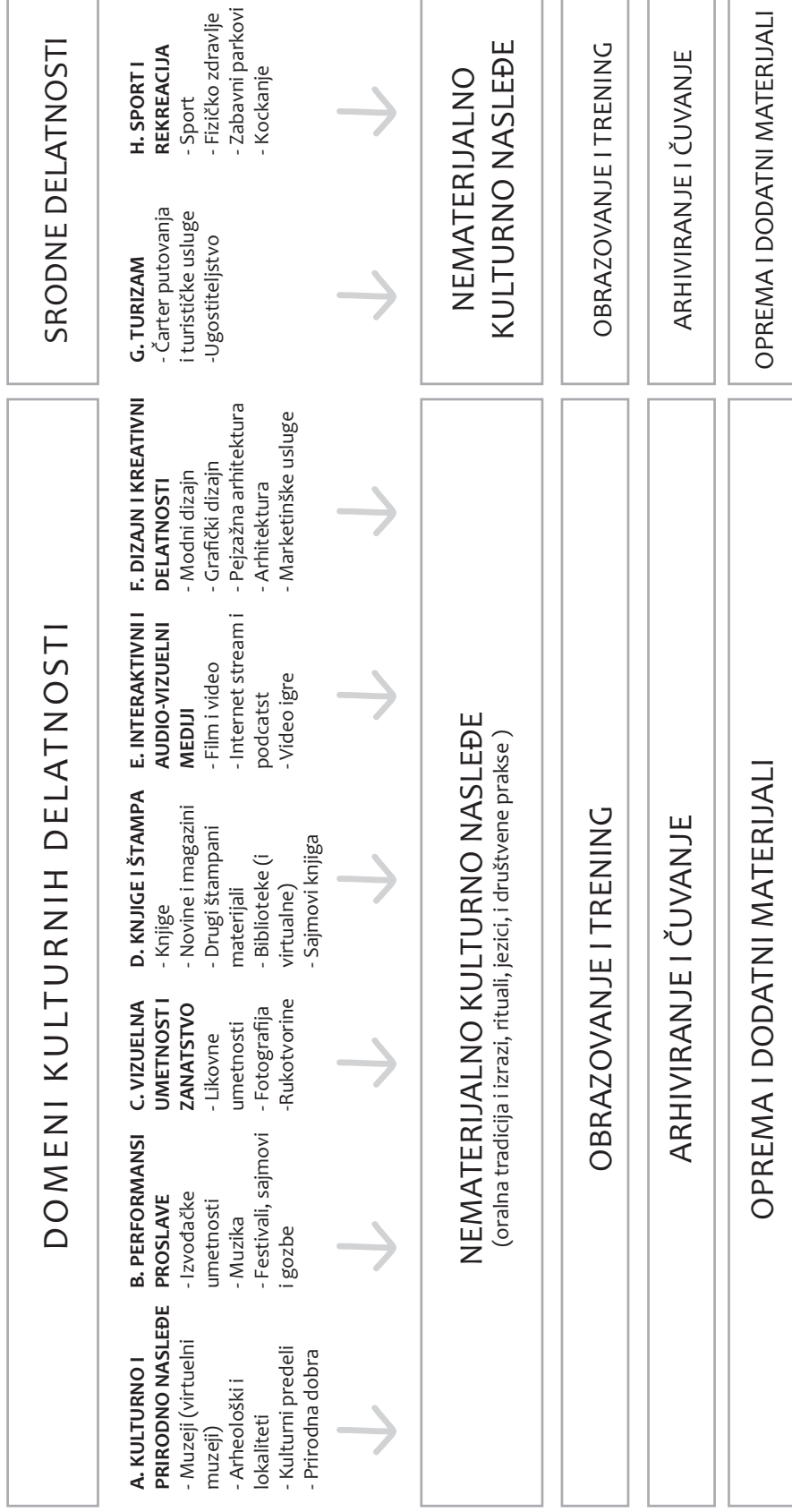
Literatura

Kusek, J. Z. & Rist, R. C. (2004) *Ten steps to a results-based monitoring and evaluation system: a handbook for development practitioners*, Washington, DC: World Bank

Marošek, J., Zupan, S., Velcin, K., et al. (2012) *Monitoring i evaluacija strategija lokalnog održivog razvoja*, Program podrške opštinama IPA 2007.

OECD (2002) *Glossary of Key Terms in Evaluation and Results-Based Management*, Paris: OECD/DAC

Prilog 1: Uneskov okvir za klasifikaciju kulturnih industrija



Prilog 2: Okvir klasifikacije kulturnih i kreativnih delatnosti

KD2010	Delatnost	
Kulturno i prirodno nasleđe		
9000	umetničke i zabavne aktivnosti	
9102/2	delatnost muzeja galerija i zbirki, zaštita kulturnih dobara	
9104	botanički i zoološki vrtovi i zaštita prirodnih vrednosti	
4779	prodaja antikviteta u specijalizovanim radnjama	
Izvođačke umetnosti i manifestacije		
9000	umetničke i zabavne aktivnosti	
3220	proizvodnja muzičkih instrumenata	
5920	izdavanje muzičkih izdanja i reprodukcija	
4763	prodaja muzičkih i video izdanja	
Vizuelne umetnosti i rukotvorine		
9003	rad umetničkih ustanova	
7220	istraživanje i razvoj	
7420	fotografske aktivnosti	
5819	ostale izdavačke delatnosti	
izdavaštvo i štampa		
9001	delatnost biblioteka i arhiva	
5811	Izdavanje knjiga	
5813/14	Izdavanje novina, časopisa	
5819	ostale izdavačke delatnosti	
6391	delatnosti novinskih agencija	
6399	informaciono uslužne delatnosti	
4761	prodaja knjiga i štampe	
Audiovizualne i multimedijalne delatnosti		
9000	umetničke i zabavne aktivnosti	
582, 620	izdavanje softvera i drugih računarskih programa	
5911	proizvodnja kinematografskih dela, audio-vizuelnih proizvoda i TV programa	
5912	delatnosti koje slede nakon faze snimanja u proizvodnji kinematografskih dela, TV	
5913	distribucija kinematografskih dela, audio-vizuelnih dela i televizijskog programa	
5920	reprodukcija snimljenih dela	
5914	prikazivanje kinematografskih dela	
6010	emitovanje radio-programa	
6020	proizvodnja i emitovanje televizijskog programa	
6312	obrada podataka, hosting i sl.	
6391	veb portali	
7722	iznajmljivanje video traka i diskova	
4763	iznajmljivanje muzičkih i video diskova	
4791	iznajmljivanje putem interneta i pošte	
Dizajn i kreativne usluge		Transferzalne oblasti
7410	specijalizovane dizajn aktivnosti	85 Obrazovanje
731,732	reklamiranje	
7110	arhitektonske usluge i inženjering	
		Povezane oblasti
		turizam
		sport i rekreacija

Izvor: UNESCO Framework for cultural statistics 2009.

Prilog 3: Okvir za klasifikaciju zanata

Delatnost		KD2010
Zanatska aktivnost	Kulturno nasleđe	
Priprema proizvoda od mesa na tradicionalni način	Proizvodnja mesnih preradevina	1013
Priprema proizvoda od mleka na tradicionalni način	Prerada mleka i proizvodnja sireva	1051
Priprema biljnih proizvoda na tradicionalni način	Proizvodnja mlinskih proizvoda	1061
Proizvodnja hleba, svežeg peciva i kolača	Proizvodnja pekarskih proizvoda	1071
Bonbondžijski	Proizvodnja kakaoa, čokolade i konditorskih proizvoda	1082
Sodadžijski-bozadžijskih	Proizvodnja osvežavajućih pića,vode	1107
Kožuharski	Proizvodnja kožne odeće	1411
Terzijsko-abadžijski	Proizvodnja ostale odeće	1413
Izrada narodnih nošnji	Proizvodnja odevnih predmeta i pribora	1419
Krznarski	Proizvodnja proizvoda od krzna	1420
Opančarski	Proizvodnja obuće	1520
Vizuelne umetnosti i rukotvorine		
Ručna izrada predmeta od sitnih otpadaka kože i tekstila (pačvork)	Proizvodnja putnih i ručnih torbi, saračkih proizvoda, sl.	1512
Grnčarski i crepuljarski	Proizvodnja keramičkih i ukrasnih predmeta	2341
Kovačko-potkrivački	Kovanje, presovanje, štancovanje i valjanje metala; metalurgija praha	2550
Umetnička obrada plemenitih metala (kujundžijsko-filigranski, zlatarsko-juvelirski)	Proizvodnja nakita i srodnih predmeta	3212
Ručna izrada umetničkih gravura i pečata	Proizvodnja ostalih predmeta	3299
Proizvodnja tkanina	Tkanje tekstilnih materijala	1320
Tkački (tkanje na ručnom razboju čilima, tepiha, krpara, platna , svile)	Proizvodnja tepiha i prekrivača za pod	1393
Pletenje	Proizvodnja ostale pletene i kukičane odeće	1439
Dizajn i kreativne usluge		
Izrada i restauracija stilskog nameštaja I drugih stilskih proizvoda od drveta	Proizvodnja nameštaja za poslovne i prodajne prostore	3101
Izrada i restauracija umetničkih fotografija	Fotografske usluge	7420

Adaptirano i prilagođeno prema: Mikić (2015): 29-30.

FOTOGRAFIJE

- str. 8-9.** Editorijal Ana Ljubinković „Never Forever“ ilustracije Vesna Pešić // fotografija : Miloš Nadaždin // tipografija: Tamara Pešić // <http://ana-ljubinkovic.blogspot.rs>
- str. 14-15.** Banatski motivi, izvođenje ansambla narodnih igara i pesama „Kolo“ // autor fotografije: Jelena Janković // www.kolo.rs
- str. 20.** Modni dizajn George Styler // autor fotografije: Nikola Sokolov // artwork: Luka Ukropina // vlasništvo fotografija: Click Beograd <http://www.georgestyler.com>
- str. 25.** Kolaž sekvenci sa izvođenja ansambla narodnih igara i pesama „Kolo“ // Starobosansko nemo kolo iz Glamoča, koreografija: Olga Skovran // Centralna Srbija, detalj ženskog narodnog kostima (fotografija u sredini) // autor fotografija: Jelena Janković // www.kolo.rs
- str. 26-27.** Kadar sa snimanja filma „Bićemo prvaci sveta“ // produkcija: Art&PopCorn // <http://www.artandpopcorn.com>
- str. 30-31.** Ručno oslikana grnčarija sa motivima pirotskog ćilima // autor: Jelena Đorđević, Pirot // // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 39.** pekač // grnčar Dragan Pešić „Đepeto“, Pirot // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 40-41.** Detalj sa baletskog časa // Nacionalna fondacija za igru, Beograd // fotografija: Pedar Parović www.nationalfoundation4dance.com
- str. 47.** Ana Ljubinković SS15 // autor fotografije: Miloš Nadaždin <http://ana-ljubinkovic.blogspot.rs>
- str. 54-55.** Remake // dizajnerke Antea Arizanović i Jovana Božić // <http://www.remakehome.net>
- str. 61.** Kadar sa snimanja filma „Bićemo prvaci sveta“ // produkcija: Art&PopCorn // <http://www.artandpopcorn.com>
- str. 62-63.** Rukotvorine Turres, Pirot // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 68-69.** Moostra – brend koji spaja tradicionalni ručni rad poput heklanja, pletenja i veza sa predmetima savremenog života // autor: Monika Novčić
- str. 70-71.** Dekorativna grnčarija sa motivima pirotskog ćilima // autor: Karolina Petrović, Pirot // // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 73.** Handmade Dizajnirana obuća, autor: Magdalena Klačnja // <http://www.magdalenaklajnja.com>
- str. 74-75.** Ogrlica od pamuka // ručni rad: Jelena Manić, Pirot // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 76.** Pleteni radovi kreativne preduzetnice Miljane Petrov, Pirot // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 79.** Techcooltour: Augmented Reality for promotion of Roman and Byzantine cultural routes // Centar za urbani razvoj i Live View Studio // <http://www.markotodorovic.com>
- str. 85.** Pirotski ćilim, motiv kuveri // vlasništvo: Etnografski muzej u Beogradu // <http://etnografskimuzej.rs>
- str. 86-87.** Remake // dizajnerke Antea Arizanović i Jovana Božić // <http://www.remakehome.net>
- str. 88.** Forum kreativne ekonomije i drugi događaji afirmacije kulturnih i kreativnih industrija // vlasništvo: Grupa za kreativnu ekonomiju // www.kreativnaekonomija.com
- str. 93.** Modni dizajn Vlada Savić (gornja fotografija levo i desno, donji kvadrant sredina) // fotografija: Marko Todorović // <http://vsfs-official.tumblr.com> Modni dizajn Budislava Keković (gornji kvadrat u sredini, donji kvadrat fotografija levo i desno) // fotografija: Miša Obradović // <http://www.budislava.com>
- str. 94, 95 i 96.** Editorijal Ana Ljubinković „Never Forever“ ilustracije Vesna Pešić // fotografija Miloš Nadaždin // tipografija — Tamara Pešić // <http://ana-ljubinkovic.blogspot.rs>
- str. 101.** Modni dizajn George Styler // autor fotografije: Simon Armstrong
- str. 102-103.** Radovi od papira u tehnici kviling // Biljana Marinkov, Pirot // fotografija: Ivana Samardžić
- str. 104.** Ciglana – kljub ljubitelja teške industrije // autor fotografije: Vladimir Jević
- str. 106-107.** Ana Ljubinković SS16 // autor fotografije: Miloš Nadaždin // <http://ana-ljubinkovic.blogspot.rs>

Fondacija Grupa za kreativnu ekonomiju

Cara Uroša 36–38/8, Beograd
www.kreativnaekonomija.com

Urednik

Hristina Mikić

Recenzenti

Prof. dr Gojko Rikalović
Prof. dr Stevan Devetaković

Štampa: Grafičar, Užice

Dizajn

Marica Bucek

Lektura

Maja Milenković Pejović

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

502:719(082)
005:725/728(082)
338.46:008(082)

LOKALNI razvoj & kulturne industrije: priručnik za planiranje i
upravljanje na lokalnom nivou / urednik Hristina Mikić. - Beograd :
Fondacija Grupa za kreativnu ekonomiju, 2015 (Užice : Grafičar). - 123 str.
: tabele ; 25 cm

Tiraž 1.000. - Str. 7: Predgovor / Urednik. - Bibliografija uz svako
poglavlje.

ISBN 978-86-88981-05-7

1. Микић, Христина [уредник] [аутор додатног текста]
а) Културна добра - Управљање - Зборници б) Културне индустрије -
Зборници
COBISS.SR-ID 220438028

