

Универзитет уметности у Београду,
Факултет драмских уметности, Београд

DOI 10.5937/kultura1860218M
УДК 005.961:005.914.3]:008(497.11)

оригинални научни рад

ОД ЧУВАЊА ЈАВНОГ ИНТЕРЕСА ДО РАЗВОЈА ПРЕДУЗЕТНИШТВА

СРБИЈА И ДИЛЕМЕ КУЛТУРНЕ ПОЛИТИКЕ У ПРОЦЕСУ ЕВРОИНТЕГРАЦИЈА

Сажетак: *Услед глобалних неолибералних трендова који стварају притисак да се у свим друштвеним областима развија тржишна логика (укључујући и културу), Европска унија већ неколико деценија посвећује пажњу питањима предузетништва у култури. Међутим, отпори према комодификацији културе и развоју предузетничког дискурса све су чеићи и интензивнији, и у Европи и код нас. Иако се на многим примерима показало да култура може да постане мотор економског развоја земље (што је све сиромашнијој Србији свакако потребно), појављује се бојазан да промоција ових концепата у ствари само сакрива намеру државе да смањи подршку сектору културе (посебно делатностима које не остварују директну економску добит). Другим речима, доводи се у питање хоће ли култура у Србији остати схваћена као област од јавног интереса. У раду се на основу прегледа релевантне литературе, домаћих и иностраних стратешких докумената и програма анализира утицај приоритета европских програма за културу на доношење одлука у Србији. Такође се анализирају различити односи спрам креативних индустрија (влада, ресорно министарство, сектор привреде, професионалци у култури), који рефлектују стање транзиционих дилема и конфузија, а посебна пажња је усмерена на разматрање резултата истраживања о стратешком развоју културе и европске културне сарадње у Србији и препорукама професионалаца у култури које су добијене путем истраживања*

Деска Креативна Европа 2016. године. Циљ је да се укаже на неопходност осигурања државне подршке непрофитним делатностима у култури и остварења стратешког приступа развоју креативних индустрија као могућем начину за разрешење транзиционе конфузије.

Кључне речи: *креативне индустрије, транзиционе конфузије, културна политика, јавни интерес, предузетништво у култури, Креативна Европа*

Увод

У времену глобализације и транснационалног обрта који подразумева различите врло интензивне и турбулентне процесе наднационалног повезивања и развоја транснационалних трендова, државе се суочавају с низом транзиционих дилема и конфузија.¹ У процесу евроинтеграција, Србија углавном прати препоруке које промовише Европска унија, што има одјеке и у домену културе. Тренутни стратешки правац Европе води орјентацији сектора културе ка привредним делатностима. Међутим, нису све европске државе подједнако прихватиле тај правац; многи актери се противе комодификацији културе, промоцији концепта и развоју културног предузетништва. Код нас и даље у вези с овим питањима постоје бројне дилеме. У раду се полази од два става. Први је да све иницијативе у култури, укључујући и оне које долазе из приватног и цивилног сектора, треба да буду од јавног интереса. Према Муру, све организације, и јавне и приватне, учествују и одговорне су за креирање јавне сфере, као и за осмишљавање, теоретизацију и осваривање јавног интереса; такође, Мур сматра да сви актери треба да буду проактивни у обликовању јавне сфере (њеног економског, друштвеног и политичког аспекта),² а пут ка достизању тог циља свакако је јачање свих облика партиципације, а посебно у процесу доношења одлука. О значају партиципативног (заједничког) управљања има све више речи у стручној јавности и литератури (Ирена Ристић, Деа Видовић, Жозефин Кауст)³. Други став гласи да је суверенинет државе, који подразумева моћ и аутономију у доношењу одлука у

1 Ђукић, В. (2003) *Транзиционе културне политике – конфузије и дилеме*, Београд: Факултет драмских уметности.

2 Moore, H. M. (1995) *Creating Public Value – Strategic Management in Government*, Cambridge: Harvard University Press, pp. 27-57.

3 Ristić, I. (2016) *Novi modeli samoorganizacije; Manek 5*, Beograd: NKSS, str. 78-85; Vidović, D. (2018) *Do it together: Practices and tendencies of Participatory Governance in Culture in the Republic of Croatia*. Zagreb: Cultura Nova Foundation; Caust, J. (2018) *Arts Leadership in Contemporary Contexts*, London: Routledge.

складу са потребама и интересима грађана, кључан за развој друштва и његовог макро-окружења.

Тема овог рада је утицај актуелних приоритета европских програма за културу на доношење одлука у Србији – од партиципације и развоја публице, до увођења концепта креативних индустрија (и свега што он подразумева: развој тржишта и тржишних вештина, нових професија). Посебан фокус стављен је на питање различитог односа којег актуелна влада, надлежно министарство и стручна јавност у култури заузимају спрам тих идеја и приоритета.

Анализа је спроведена на основу прегледа релевантне литературе која се бави актуелним концептима у култури попут креативних индустрија (De Beukelaer, Francioni, Moore, Matarasso, Diggle, Ђукић, Драгићевић Шешић, Спасић, Микић), домаћих и иностраних стратешких докумената и програма (Европска агенда за културу, Есенска декларација II, *The Creative Industries Mapping Document*, Нацрт стратегије развоја културе РС 2020–2027, Стратегија и политика развоја индустрије РС, Уредба Европског парламента и Савета о успостављању програма *Креативна Европа 2014–2020* и пројекат Владе Републике Србије *Креативна Србија*), као и анализе резултата истраживања и иницијатива која се одnose на све ове теме (Извештај Светске банке о креативним индустријама у Србији, који су припремили Христина Микић и Бранко Радуловић и истраживање *Стратешки развој европске и међународне културне сарадње у Србији*,⁴ Деска Креативна Европа Србија). Посебну пажњу посветићемо истраживању Деска, које је подразумевало организовање седам експертских радних столова, јер је то пројекат у који смо били директно укључени. Нина Михаљинац је осмислила концепт и дизајнирала методологију истраживања, а Милан Ђорђевић је прикупио статистичке податке о међународној културној сарадњи у Србији у последњих пет година. Циљ пројекта је био да се кроз дебатоване праваца европске културне сарадње дају препоруке за њен развој. Верујемо да је ова иницијатива значајна најпре због тога што је окупила различите представнике културног сектора (истакнуте руководиоце и запослене у јавним установама културе, организацијама цивилног друштва и креативним индустријама, те самосталне стручњаке, научнике и истраживаче, између осталог и из Завода за проучавање културног развитака). Може се рећи да резултати представљају ставове стручне

4 Dragičević Šešić M., Rogać Mijatović, Lj. and Mihaljinac, N. (eds.) (2017) *Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics*, Belgrade: Creative Europe Desk Serbia and Faculty of Dramatic Arts.

јавности у домену европске културне сарадње, али и о ситуацији у култури уопште.

У раду се показује да пројекти европске сарадње, као и релевантна документа у Србији у великој мери прате све главне смернице ЕУ осим развоја креативних индустрија и да у Србији нису планиране никакве конкретне мере и инструменти који би то подстицали, иако се о томе доста говори у званичним наступима. Недавно је нова влада иницирала пројекат *Креативна Србија* и основала Савет за креативне индустрије; у те сврхе састављен је акциони план – међутим, без претходно написане стратегије развоја креативних индустрија. Штавише, у актуелној стратегији развоја индустрија у Србији, креативне се спомињу само на једном месту.⁵ С друге стране, постоје негативни ставови према идеји јачања креативног сектора јер се сматра да је развој креативних индустрија – што је у овом тренутку за ЕУ најважнији циљ, у Србији само декларативни приоритет владе будући да никакве суштинске и конкретне мере нису осмишљене нити најављене. Због тога је стручна јавност негативно реаговала, сматрајући да је једина могућа (прикривена) сврха ове иницијативе да држава смањи подршку сектору културе. Бројни професионалци се такође противе комодификацији културе и јачању неолибералних трендова.

Циљ рада је да се укаже на неопходност остварења стратешког приступа развоју креативних индустрија, и то путем различитих облика укључивања стејкхолдера у процес доношења одлука.⁶ Ако се већ ставља на агенду, неопходно је да се развој креативних индустрија стратешки осмисли, а да се с друге стране осигурају конкретни механизми помоћу којих ће држава пружати адекватну помоћ непрофитним културним делатностима.

Приоритети Европске уније у домену културе – од културе до креативности

Још од деведесетих година, европске установе раде на повезивању држава и развоју европске културне сарадње. Мисија и циљеви иницијалних европских пројеката и програма намењених јачању европског културног простора попут *Европске престонице културе* (Европска комисија, 1986), *Културних рута* (Савет Европе 1987), и *Euroimages-a*

5 Министарство културе и информисања Републике Србије, *Нацрт Стратегије развоја културе Републике Србије од 2017. до 2027. године*, стр. 106.

6 Ђукић, В. (2010) *Држава и култура*, Београд: Факултет драмских уметности, стр. 243.

(Савет Европе, 1988) имају и политичку, друштвену и културну димензију (развој стваралаштва, интеркултурни дијалог, промоција заједничке европске прошлости и дељених вредности), као и економску (јачање европског тржишта и развој сектора културе у смислу запошљавања, привлачења инвестиција, туриста итд.). Глобализација и јачање трендова неолибералног капитализма утицали су на промене у пољу културе, доносећи нове праксе и концепте: предузетништво у култури (Колб)⁷, креативна економија, креативне индустрије. Немачка и Уједињено краљевство су прве земље које су усвојиле и на нивоу континента промовисале ове концепте (нпр. документ британске владе *The Creative Industries Mapping Document*, 1998).⁸

Значај културних и креативних индустрија за регионални и локални развој Европе сумиран је у десет тачака Есенске декларације II из 1999. године. Као полазиште за развој европске, националне и регионалне политике у различитим секторима, документ реагује на потребу да се оснаже културне индустрије Европе на уласку у 21. век и да се да нови замах локалном и регионалном развоју. Визију Европе као „најкомпететивније и најдинамичније светске економије засноване на знању, способну за одрживи развој с већим бројем радних места, бољим пословима и снажнијом друштвеном кохезијом” заговарала је и Лисабонска стратегија развоја Европе до 2010. године. Међутим, улога културних и креативних индустрија је у том контексту потпуно занемарена, што је 2006. године подстакло први подухват да се дефинише социо-економски утицај сектора културе усмерен ка прогресу и општем расту, повећању конкурентности и одрживом развоју. Европска комисија је тим поводом израдила до сада најважнији документ за разумевање појма креативних индустрија и њиховог развоја – *Студија економије културе у Европи*, што је, дакле, утицало на даље обликовање деловања Европске уније у пољу културе. То се није одмах осликало у смерницама програма *Култура 2007–2013*, али увођењем креативних индустрија у приоритете програма *Креативна Европа 2014–2020*, сектор културе је званично представљен као равноправан партнер у економском развоју целе Европе.

Пружање подстицаја развоју креативних индустрија један је од важних циљева главног програма ЕУ за културу, па су сходно томе, дефинисани следећи приоритети:

7 Kolb, B. (2015) *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*, London: Routledge, pp. 7-24.

8 <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

промоција иновативних модела пословања, развој вештина и компетенција које доприносе самоодрживости организација и установа културе, експериментисање и иновације, као и дигитализација и примена нових технологија. У односу на ове економски усмерене приоритете, изван баланса остварује се кроз остале теме којима се програм бави: развој публике, креирање и размена нових знања и вештина, развој транснационалне мобилности и прекограничног повезивања. Упоредо с тим, Европска комисија спроводи и друге иницијативе које су директније усмерене ка примени концепта креативних индустрија: посебне конкурсе за подршку развоја у умрежавања креативних хабова, затим сарадње организација и предузећа, носилаца развоја креативних индустрија и локалних самоуправа. Такође, иницијативе попут обележавања *Европске године културног наслеђа 2018*, поред доприноса промоцији улоге културног наслеђа у изградњи међусобног разумевања и поштовања разноликости Европе, промовише директни и индиректни економски потенцијал културне баштине.

Критичари програма *Креативна Европа* истичу управо реалну економску добит као споран аспект евалуације пројеката у области културе и уметности. Она се као критеријум не одбацује, али се као проблем наводи квантитативна евалуација резултата која не би требало да буде основни параметар успеха пројеката. Тежња да се оствари економски ефекат у култури, тј. да се пројекти најпре економски валоризују, претендује да угрози социо-културне критеријуме попут изврности, уметничког квалитета и остваривања вредности које рефлектују јавно добро и јавни интерес.

*Србија и европска културна сарадња:
документи, пројекти и ставови*

Европска унија се подједнако занима за културу као област која може да обезбеди друштвено-политичку одрживост и развој континуитета (инклузија, разумевање, дијалог толеранција, заједничка прошлост), као и економски раст (нови послови, нова радна места, извоз производа, развој културног туризма итд.). Када је реч о стратешким документима у култури и пројектима који се реализују у Србији, тежиште је углавном стављено на друштвено-политички аспект и испуњење јавног интереса у култури, а извесне потешкоће и критике постоје када је реч о развоју културе као економске области.

У нацрту Стратегије развоја културе 2020-2027⁹ могуће је препознати сва кључна начела и приоритете ЕУ који се односе на друштвено-културни аспект смерница за развој културе на европском нивоу. Дакле, промоција језичког и културног диверзитета, развој публике и уметничког стваралаштва, развој мобилности уметника и међународне сарадње – све то наведено је у предлогу стратегије. Међутим, иако се у тексту спомињу истраживања која су до сада урађена у домену креативних индустрија у Србији (нпр. истраживања Групе за креативну економију), стратешки приоритети који би се односили на јачање културе као сектора привреде уопште нису дефинисани. Стратегија развоја индустрије 2010–2020, други документ који може регулисати сектор, креативне и културне индустрије спомиње у само једном члану, као „мање индустријализоване” области, иако се наводи да је креативност једно од битних начела развоја привреде Србије.

Када је реч о учешћу у Креативној Европи и другим програмима ЕУ, статистике успешних пројеката у којима учествују организације из Србије показују да се пројекти углавном баве друштвеном и културном, а много мање економском димензијом сарадње. Међу њима највише има јавних установа које реализују пројекте у области културног наслеђа или извођачких уметности, и који су усмерени ка изградњи нове публике и повећању мобилности уметника и професионалаца у култури. На теме програма које спадају у поље креативних индустрија (развој нових пословних модела и подизање капацитета) одговара свега неколико пројеката европске сарадње.

Један од таквих је *Балканска дизајн мрежа (Balkan Design Network)* у којем *Миксер* заједно са партнерима из региона спроводи истраживање регионалне сцене примењених уметности и прозводних капацитета, тј. постојећих занатских радњи, малих и средњих предузећа која могу бити стратешки партнери у производном процесу и пласману на тржиште. Пројекат покреће важне теме за регионално тржиште дизајна: шта је савремени језик дизајна са Балкана и који су путеви позиционирања балканских уметника на европском тржишту.¹⁰ Ипак, *Миксер* је као једна од водећих организација у културном предузетништву у Србији често критикована због „непрестаног симулирања критичко-активистичке

9 Министарство културе и информисања Републике Србије, *Нацрт Стратегије развоја културе Републике Србије од 2017. до 2027. године.*

10 Више на: <http://www.balkandesignnetwork.org/>

праксе и друштвене одговорности”¹¹ и отвореног промовисања „идеје повратка буржоаском друштву с почетка прошлог века”.¹²

За ову тему је важно истраживање Деска Креативна Европа Србија, које је спроведено априла 2016. године у оквиру Форума Креативна Европа.¹³ Том приликом је реализовано седам експертских округлих столова са задатком пружања системских препорука за развој међународне сарадње у седам области културе: аудиовизуелно стваралаштво, визуелне уметности, извођачке уметности, књижевност и издаваштво, креативне индустрије, културна баштина, музика, наука и теорија културе и уметности. Од тих радних група ниједна у својим препорукама није експлицитно навела економске циљеве (запошљавање, нова радна места, профит, нови бизнис модели и слично). Индикативно је да је чак и група која је била окупљена да се бави креативним индустријама (Невена Кривокапић, *Share conference*, Александра Савановић, *Нова Искра*, Зоја Кукић, *Стартит центар*, Снежана Ђурувија, *Миксер*, Марија Лабовић, *Туристичка организација Србије*, Ненад Радужевић и Ксенија Марковић Божовић, *Београдска недеља моде*) дала препоруке које су типичне за развој непрофитних делатности: рецимо, отварање конкурса за суфинансирање пројеката.

Основна питања постављена пред стручњаке и окупљену јавност односила су се на препознавање главних проблема који погађају одређену област културе, проналажење кључних могућности за њихово решавање, као и на дефинисање јасних препорука за развој дате области, и то путем међународне сарадње. Из резултата рада експертских група може се закључити да су све дате смернице за развој међународне сарадње у Србији „у потпуности у складу са смерницама европске културне политике; једино развој креативних индустрија није препознат као приоритет међународне сарадње у Србији. Домаћи експерти су пре ставили акценат на подизање људских ресурса, квалитета продукције, и остварење боље комуникације, како унутар сцене (професионална сарадња) и комуникације с публиком, тако и са ширим

11 Кнежевић, В. (2015) Кварт културе и његове кулисе, Портал *Машина – производња друштвене критике*, приступљено у јулу 2018. преко: <http://www.masina.rs/?p=1599>,

12 Прњат, Д. (2015) Повратак „независних”, Блог *Дематеријализација уметности*, приступљено у јуну 2018. преко: dematerijalizacijaumetnosti.com/povratak-nezavisnih

13 Dragičević Šešić, M. Rogač Mijatović, Lj. and Mihaljinac, N. (eds.) (2017) *Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics*, Belgrade: Creative Europe Desk Serbia and Faculty of Dramatic Arts, p. 275.

окружењем (интерсекторска сарадња).¹⁴ Конкретно, наведено је да култура треба да буде схваћена у најширем смислу, као област која служи друштвеном развоју, формирању норми, ставова, знања; као начин живота, поље у којем се ствара и обликује не само уметност, него и веровања, морал, вредности и облици друштвеног понашања, и у којем учествују сви грађани. Препознато је да се овај циљ може постићи кроз остваривање интердисциплинарних и интерсекторских пројеката сарадње, и то пре свега културе с науком, образовањем, туризмом, урбанизмом итд. Основни закључак је да пројекти у култури треба да буду конципирани са свешћу о њиховој друштвеној функцији (испуњење јавног интереса) и утицају на обликовање јавне сфере и доношење одлука о њеном развоју.

Таква концепција културе, према мишљењу учесника радних група, подразумева принцип партиципативности, који се односи на активно учешће грађана културном животу – процесима осмишљавања програма у култури, доношењу одлука о културном развоју. Успостављањем таквих односа, долази до „друштвених промена које се могу видети, проценити и углавном планирати и као таква, партиципативност представља флексибилан, поуздан и економичан елемент стратегије развоја заједнице”.¹⁵ Партиципативност као принцип успоставља „трансформациону и партиципаторну групу или заједничко вођство, везано за етос и вредности солидарности, сарадње и активизма”.¹⁶

Уопштено гледано, нити главни актери у култури у Србији виде потребу за развојем креативних индустрија (Министарство културе, струковна удружења, Асоцијација НКСС, стручњаци, већина јавних установа и организација у култури), нити држава то препознаје као приоритет. Чак и филмска индустрија – као традиционална културна индустрија са највећим трајањем у Србији (поред издаваштва) и са својим институцијама (Филмски центар Србије, многа удружења) није са лакоћом успела да се избори за одговарајуће олакшице. Рецимо, повраћај пореза¹⁷ (*cash rebate*) омогућен је тек након истрајних, дугогодишњих напора струковних удружења; с лобирањем се почело 2009, а тек 2015. године

14 Исто, стр. 282.

15 Matarasso, F. (1997) *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts* London: Comedia, p. 10.

16 Dragičević Šešić, M. and Stefanović, M. (2017) Leadership styles and values: the case of independent cultural organizations, in: *Cultural Management – Science and Education*, Dąbrowa Górnicza: Logos Verlag, p. 36.

17 Уредба о подстицајима филмској индустрији: <http://privreda.gov.rs/wp-content/uploads/2017/05/Uredba-Podsticaji-Filmskoj-Industriji.pdf>

с имплементацијом овог веома једноставног и опробаног инструмента, чије су финансијске добити очигледне. Може се додати да приватни сектор у култури уопштено гледано није довољно организован и не ствара значајан притисак на доношење одлука.

Међутим, у овом тренутку делује да држава прави заокрет у односу према креативним индустријама. Актуелна влада је недавно основала Савет за креативне индустрије и донела Акциони план (додуше без претходно дефинисане стратегије).

Транзиционе дилеме: концепт креативних индустрија – декларативно или истински?

Може се рећи да је промена правца развоја културе ка неолибералном приступу глобална појава. Поред оних земаља које се историјски сматрају јаким у области креативних индустрија (САД, Јапан, Велика Британија, Немачка, Француска) и оних чији удео данас расте (Кина, Бразил, Јужна Кореја, Мексико...), све је већи број земаља ниског продукционог капацитета које уводе дискурс креативне економије. То је у извесном смислу последица глобалних конвенција и програма за финансирање културе,¹⁸ тј. међународних оквира који регулишу односе и формулишу приоритете развоја у одређеној области – УНЕСКО, Креативна Европа и др.), али и схватања ове индустрије као јединствене шансе за остваривање капитала на основу талента и креативности.

У званичним изјавама, не само у Србији, већ и у другим економски неразвијеним земљама, идеализована улога културних и креативних индустрија се често наводи као „ембрионални потенцијал“, „мотор развоја“ или „шанса за бржи привредни раст“. Такве поруке су део јавних наступа и исказа у медијима различитих чинилаца у ланцу креативних индустрија – од доносиоца одлука и економских експерата до оних који се производњом креативних садржаја баве.¹⁹

С друге стране, многи професионалци у култури у Србији исказују бојазан да се термин уводи само декларативно, или још горе да ова реторика крије предстојећи корак повлачења државе као финансијера уметничких и културних активности. У том контексту је значајно споменути податке

18 De Beukelaer, C. (2015) *Developing Cultural Industries: Learning from the Palimpsest of Practice*, Amsterdam: European Cultural Foundation, p. 18.

19 Као пример се може узети наступ Кори Удовички у оквиру Конференције о креативним индустријама: <https://www.youtube.com/watch?v=SNI935NUTm8&t=249s>

из извештаја Светске банке²⁰ који су презентовани на првом састанку Савета за креативне индустрије; информатички сектор чини највећи део индустрија (око 50%), потом је ту аудио-визуелни сектор (око 13%), па адвертајзинг (9%). Остатак веома малог удела у креативним индустријама (око 30%) имају издаваштво, савремена уметност, културна баштина и остале делатности. То значи да постоје сумње да ће држава, ако и почне с улагањем у сектор, улагати најпре у информатичку заједницу, а не у традиционалне гране попут музике, позоришта, музеје и визуелног стваралаштва, а да ће та уложена средства служити као изговор за смањење издавања за непрофитне културне делатности.

Целокупна ситуација у погледу развоја европске сарадње, дакле, одржава дубоке проблеме транзиционе и финансијски неразвијене Србије. У мање развијеним државама, улога владе и развојних агенција може бити пружање помоћи уметницима и другим ствараоцима да остваре овај потенцијал и трансформишу неформална (или непостојећа) тржишта у одрживе индустријске секторе.²¹ Да би се потенцијали креативних индустрија заиста искористили, било би неопходно да се теми њиховог развоја приступи стратешки и одговорно, другим речима, кроз партиципативно осмишљене стратегије и систем правних и финансијских мера и инструмената. Међутим, то што тих докумената нема „доприноси стварању транзиционе конфузије”²² и „знатно успорава процес реформи”.²³

Да би се неке конфузије и тензије отклониле, пре свега би требало радити на проширивању дефиниције културе и опсега деловања културних пројеката (што би требало да буде праћено већим издавањима за културу). Култура се за сада разуме само као „висок стандард естетике, образовања, комуникације и живљења”,²⁴ а могла би да подразумева и област у оквиру које се развијају вредности, облици понашања, друштвена кохезија (управо онако како су дефинисали

20 Микић, Х. и Радловић, Б. (2018) *Република Србија: Процена економског утицаја креативних индустрија 2014–2016*, Светска банка.

21 De Beukelaer, С. (2015) *Developing Cultural Industries: Learning from the Palimpsest of Practice*, Amsterdam: European Cultural Foundation.

22 Ђукић, В. (2003) *Транзиционе културне политике – конфузије и дилеме*, Београд: Задужбина Андрејевић, стр. 45.

23 Ђукић, В. (2010) *Држава и култура*, Београд: Факултет драмских уметности, стр. 100.

24 Compendium of Cultural Policy 2018: Country Profile Serbia, приступљено у јуну 2018. преко: https://www.culturalpolicies.net/down/serbia_022015.pdf

чланови експертских група на Форуму Креативна Европа 2016), али и поље које може да остварује економску добит.

Потом, било би неопходно поставити стратегију развоја креативних индустрија (или евентуално у оквиру постојеће стратегије развоја културе дефинисати мере и инструменте који управљају развојем креативних индустрија у Србији), и то све пре доношења Акционог плана. Носилац те иницијативе на првом месту би требало да буде сектор културе јер за сада једини има знања и искуства у овој области. Одговарајуће тело које би било формирано у оквиру Министарства културе или као независно и којег би чинили истакнути предузетници у култури, могло би да дефинише стратегију, с тим да би требало радити и на томе да се у оквиру сектора привреде паралелно подижу капацитети за управљање развојем креативних индустрија. Рецимо, информатички сектор (програмери и инвеститори) за сада нема никакву свест о могућностима и потребама укључивања уметника и професионалаца у култури у процесе развоја информатичких пројеката, због чега су оба сектора на губитку. С друге стране, сектору културе је јасно да је неопходно премостити овај јаз, што је била једна од кључних препорука водећих актера креативних индустрија – представника креативног хаба *Нова Искра* приликом недавне посете чланова Европске комисије Београду када се говорило о локалним потребама за будућа улагања ЕУ у културу.²⁵

Такође, поред осмишљавања стратегије, мера и инструментална, планирања инвестиција за развој креативних индустрија, било би неопходно да се непрофитним делатностима осигура јасна подршка државе. У супротном, неолиберални тренд може да девастира деловање установа и организација у култури у Србији, као и цео сектор.

Закључак

Државе имају право да „потпуно самостално промишљају, елаборирају и воде културну политику на својој територији, иако у том процесу значајну улогу имају и заједничке стратегије и циљеви који доприносе повезивању и кохезији између великог броја држава.”²⁶ Јасно је да ЕУ – кроз обезбеђивање финансијске подршке, утиче на развој концепата у култури, међу којима су креативне индустрије и предузетништво у култури. Зато је промоција концепта креативних индустрија

25 Бобић, Р. (2018) *Нова Искра*, Форум Креативна Европа, Београд: Музеј савремене уметности у Београду.

26 Ђукић, В. (2010) *Држава и култура*, Београд: Факултет драмских уметности, стр. 305.

све је интензивнија (толико да су и представници актуелне владе почели да користе термин, организујући *top-down* иницијативе попут пројекта *Креативна Србија*). Међутим, сутшинских мера и инструмената који би били креирани одоздо, и који би допринели стварном јачању и културног и креативног сектора за сада нема. Због тога се у јавности све чешће исказује бојазан да ће држава декларативно промовисан концепт креативних индустрија само искористити за смањивање већ ионако скромних улагања у културне делатности. Још више забрињава изостанак координисане акције прикупљања података, укључивања свих стејкохолдера и стратешког промишања културног развоја. Културна политика, поготову када је реч о новим усмерењима и концептима, мора бити јасно утемељена на потребама друштва (при чему је, дакле, пожељно да се те потребе системки истраже и јасно формулишу), а питање од нарочите важности за ову тему је: „на које начине би требало уравнотежити формалне и неформалне, непрофитне и профитне, јавне и приватне, ексклузивне и инклузивне иницијативе?“²⁷

Дакле, примена концепата који се осмишљавају на наднационалном нивоу, на нивоу појединачних држава мора да буде а) прилагођена локалним потребама; б) критички промишљена и дебатована међу представницима струке, в) стратешки дефинисана и планирана кроз систем конкретних мера и инструмената (праћено новим увећаним издвајањима за културу). Зато је једини пожељан приступ креирања културне политике, па тако и креативних индустрија – партициптивно доношење одлука и управљање, које подразумева дијалог државе и различитих актера. Уколико овакав приступ није заступљен, у друштву јачају тензије и конфузије, што све онемогућава затварање транзиционог циклуса.

ЛИТЕРАТУРА:

Vidović, D. ed. (2018) *Do it together: Practices and tendencies of Participatory Governance in Culture in the Republic of Croatia*, Zagreb: Cultura Nova Foundation.

Влада Републике Србије, Стратегија и политика развоја индустрије Републике Србије од 2011. до 2020. године: 55/2011-5, приступљено у јуну 2018. преко: <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/reg/viewAct/eb9c2640-bdbe-478f-b903-9d2fe3a46e5c>

De Beukelaer, C. (2015) *Developing Cultural Industries: Learning from the Palimpsest of Practice*, Amsterdam: European Cultural Foundation.

²⁷ De Beukelaer, C. (2015) *Developing Cultural Industries: Learning from the Palimpsest of Practice*, Amsterdam: European Cultural Foundation.

Dragičević Šešić, M., Rogač Mijatović, Lj. and Mihaljinac, N. (eds.) (2017) *Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics*, Belgrade: Creative Europe Desk Serbia and Faculty of Dramatic Arts.

Dragičević Šešić, M. and Stefanović, M. (2017) Leadership styles and values: the case of independent cultural organizations, in: *Cultural Management – Science and Education*, Dąbrowa Górnicza: Logos Verlag.

Ђукић, В. (2003) *Транзиционе културне политике – конфузије и дилеме*, Београд: Задужбина Андрејевић.

Ђукић, В. (2010) *Држава и култура*, Београд: Факултет драмских уметности.

Кнежевић, В. (2015) Кварт културе и његове кулисе, Портал *Машина – производња друштвене критике*, приступљено у јулу 2018. преко: <http://www.masina.rs/?p=1599>

Francioni, F. Beyond State Sovereignty: The Protection of Cultural Heritage as a Shared Interest of Humanity, in: *Michigan Journal of International Law* 25:4 (2004), Florence: European University Institute.

Government of the United Kingdom, *The Creative Industries Mapping Document* <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

Kolb, B. (2015) *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*, London: Routledge.

Matarasso, F. (1997) *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts* London: Comedia.

Mikić, H. i Radulović, B. (2018) *Republika Srbija: Procena ekonomskog uticaja kreativnih industrija 2014-2016*, Izveštaj za svetsku banku.

Министарство културе и информисања Републике Србије, *Закон о култури*, Службени гласник РС, бр. 72/09, приступљено у јуну 2018. преко: <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/propisi-iz-oblasti-kulture/zakon-o-kulturi.pdf>

Министарство културе и информисања Републике Србије, *Нацрт Стратегије развоја културе Републике Србије од 2017. до 2027.*, приступљено у јуну 2018. преко: <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/predlog-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027--predlog-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027-.pdf>

Moore, H. M. (1995) *Creating Public Value – Strategic Management in Government*, Cambridge: Harvard University Press.

Prnjat, D. (2015) Povratak „nezavisnih”, Blog *Dematerijalizacija umetnosti*, приступљено у јуну 2018. преко: dematerijalizacijaumetnosti.com/povratak-nezavisnih.

Ristić, I. (2016) Novi modeli samoorganizacije, *Manek*, Beograd: NKSS 5, str. 78-85.

Rypkema, D. and Mikić, H. (2016) *Cultural Heritage & Creative Industries*, Belgrade: Creative Economy Group Foundation.

Spasić, I. (2013) *Kultura na delu*, Beograd: Fabrika knjiga.

Caust, J. (2018) *Arts Leadership in Contemporary Contexts*, London: Routledge.

Compendium of Cultural Policy 2018: Country Profile Serbia, приступљено у јуну 2018. преко: https://www.culturalpolicies.net/download/serbia_022015.pdf

Nina Mihaljinac and Milan Đorđević
University of Arts in Belgrade, Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

FROM SAFEGUARDING OF THE PUBLIC INTEREST TO THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Abstract

This article is exploring the influence of current priorities of European programmes for culture on decision making in Serbia – from participation and audience development, to introducing of the concept of creative industries (and everything encompassed by it: market development and market skills, new professions). Special attention is given to the question of varied attitudes that the current government, responsible ministry and the expert public take in relation to these ideas and priorities. The article starts from two standpoints: (1) that cultural projects must be of public interest and (2) that the sovereignty of the state, assuming the power and autonomy in decision making in accordance with the needs and interests of the citizens is key for its development and the development of its macro-environment. On the other hand, at the time of globalization and transnational changes, including various very intensive and turbulent processes of supranational connecting and development of transnational trends, countries are faced with a series of transitional dilemmas and confusions. In the process of European integrations, Serbia mostly abides by the recommendations promoted by the European Union, which also affect the domain of culture. The current strategic direction of Europe is leading to orientation of culture towards economic activities. However, all European countries have not equally adopted this direction: many stakeholders are resisting the commodification of culture, promotion of the concept and the development of cultural entrepreneurship. Proposition is to change the approach to defining current political decisions which can reflect on the entire system. Primarily, through pointing out the necessity of adopting a strategic approach to the development of creative industries, specifically through the method of cooperative planning. This is in accordance with the aims and results of a research conducted by the authors within their engagement at the Creative Europe Desk Serbia. The research included organizing seven expert working tables with the aim of offering development recommendations for European cultural cooperation through debating its directions. The initiative is listed as an important one, primarily due to the fact that it gathered various representatives of

the cultural sector (prominent leaders and employees in public cultural institutions, civil society organizations and creative industries, and also independent experts, scientists and researchers). Either way, it can be said that results represent attitudes of the expert public in the domain of European cultural cooperation, also considering the situation in culture in general. To sum up, the entire situation in respect of the European cooperation development reflects deep problems of the transitional and financially underdeveloped Serbia facing the issue of the lack of explicitly formulated objectives and strategies of cultural policy, on all levels of cultural development management – starting from the national, followed by the city and municipality level and all the way down to the institutional level. In order for cultural institutions and local self-governments to be able to develop their own cultural policies in harmony with the national programme of cultural development, it is necessary to adopt a national programme and strategy of cultural development. Moreover, this programme would define general/public interests, and the strategy – short and long term priorities in the field of culture. The fact that these documents do not exist contributes to the creation of transitional confusion and significantly slows down the reform processes. Efforts should be invested in expanding the definition of culture and the activity scope of cultural projects (precisely in the way members of expert groups at the Creative Europe Forum 2016 have defined). For now, culture is only understood as a high standard of aesthetics, education, communication and living. The words cultured (meaning educated, having manners) and uncultured (meaning rough, not having manners, primitive) are still used in the wider public, which creates a significant divide in the society. Furthermore, it would be necessary to establish a strategy of developing creative industries within the existing strategy of cultural development and to define the measures and instruments managing the development of creative industries in Serbia. Most importantly, it would be necessary to secure support to non-profit activities, strengthening the sector of culture and inter-sectoral cooperation (culture, science, education) with the aim of meeting and strengthening of the public interest. Otherwise, the neoliberal trend can devastate the activity of cultural institutions and organizations in Serbia, as well as the entire sector. Cultural policy, especially when it comes to new directions and concepts, must be clearly based on the needs of the society. It is clear that the EU is influencing the development of cultural concepts by securing financial support. If the intention is to unburden the public budget of the financing cultural and artistic production by moving to self-sustainable models of creative industries (which is a trend recommended on the EU level), it is desirable to clarify all the questions about the current status and available resources. A desirable approach to creating a cultural policy, and thus also creative industries, would be collaborative planning which includes a dialogue between the state and various actors. If this approach is not present, tensions and confusions grow in the society, which prevents closing of the transitional cycle.

Key words: *creative industries, transitional confusions, cultural policy, public interest, cultural entrepreneurship, Creative Europe*