

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
IVANA LUČIĆA 3

Mr. sc. Jaka Primorac

PROMJENA STRUKTURE RADA U KREATIVNOJ EKONOMIJI:  
KULTURA, TRANZICIJA I KREATIVNA KLASA

DOKTORSKA DISERTACIJA

Mentorica:  
Dr. sc. Nada Švob-Đokić

Zagreb, 2010.

## SADRŽAJ

<b>1.0. Uvod</b> .....	5
<b>2.0. Ishodišni pojmovi i teorijski okvir</b> .....	9
2.1. <u>Kreativna ekonomija u kontekstu globalizacije</u> .....	9
2.1.1. Globalizacija kao krovni termin	
2.1.2. Od kulture i/u globalizaciji prema kulturnoj globalizaciji	
2.1.3. Uvijek <i>nove nove</i> tehnologije	
2.2. <u>Tranzicijski procesi u (g)lokalnim okvirima</u> .....	31
2.2.1. Odnos globalne i lokalne razine	
2.2.2. „Od... prema...” Tranzicija kao proces, stanje ili model?	
2.2.3. Refleksivna modernizacija u regionalnim okvirima	
2.3. <u>Kreativna ekonomija kao „nova ekonomija“</u> .....	42
2.3.1. Definiranje kreativne ekonomije	
2.3.2. Kulturne/kreativne industrije kao nositeljice kreativne ekonomije	
<b>3.0. Rad i dokolica u kontekstu kreativne ekonomije</b> .....	54
3.1. <u>Ključne dimenzije promjene rada</u> .....	55
3.1.1. Rad i procesi fleksibilizacije	
3.1.2. Novi oblici rada. Od plavih ovratnika do njihova nestanka	
3.1.3. Nestajanje rada ili nestajanje dokolice?	
3.2. <u>Rad u kreativnoj ekonomiji</u> .....	71
3.2.1. Obilježja kreativne ekonomije	
3.2.2. Rad u kulturnim/kreativnim industrijama	
3.2.3. Rodna dimenzija kreativne ekonomije	

3.3. <u>Novi akteri kreativne ekonomije</u> .....	87
3.3.1. Promjena društvenih okolnosti – promjena aktera?	
3.3.2. Promatranje kreativne ekonomije kroz klasne naočale	
<i>Kreativna klasa</i>	
<i>Hakerska klasa</i>	
3.3.3. Nove vrste rada i novi radnici	
<b>4.0. Kulturne tranzicije i kreativna ekonomija u regiji JIE</b> .....	99
4.1. <u>Kulturne tranzicije – teorijska podloga i lokalni kontekst</u> .....	99
4.2. <u>Preduvjeti za razvoj kreativne ekonomije u regiji JIE</u> .....	104
4.2.1. (De)centralizacija financiranja i prostorna (de)centralizacija kreativnih djelatnosti	
4.2.2. Nove tehnologije i kreativna ekonomija u jugoistočnoj Europi	
<i>Problemi zaštite intelektualnog vlasništva u digitalnoj sferi</i>	
<i>Alternativni modeli zaštite u digitalnoj sferi</i>	
4.2.3. Aspekti potrošnje na kulturu i komunikaciju kućanstava JIE	
4.3. <u>Kulturne/kreativne industrije između državnih poticaja i tržišnih mehanizama</u> ...127	
4.3.1. Kulturne i kreativne industrije izložene prvenstveno utjecaju države	
4.3.2. Kulturne i kreativne industrije izložene prvenstveno utjecaju tržišta	
4.3.3. Budućnost javnih politika prema kulturnim/kreativnim industrijama	
<b>5.0. Specifičnosti rada u kreativnoj ekonomiji zemalja JIE</b> .....	145
5.1. <u>„Atipična zaposlenja“ u regionalnom kontekstu</u> .....	146
5.1.1. Kulturne/kreativne djelatnosti između globalnih i lokalnih trendova	
5.1.2. Rad i zaposlenost u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama	
5.1.3. Prepreke za razvoj kreativne ekonomije	

5.2. <u>Poslovne orijentacije djelatnika u kulturnim/kreativnim industrijama</u> .....	164
<i>Komercijalni pristup</i>	
<i>Reformistički pristup</i>	
<i>Globalistički pristup</i>	
5.3. <u>Novi konteksti rada i zaposlenosti</u> .....	169
5.3.1. Indikatori razvoja sektora – prema kreativnoj klasi?	
5.3.2. Prepreke za razvoj kreativne ekonomije	
5.2.3. Perspektive razvoja kulturnih/kreativnih industrija	
<b>6.0. Zaključak</b> .....	179
<b>7.0. Literatura i korištene web-stranice</b> .....	184
<b>8.0. Popis tablica i slika</b> .....	203
<b>9.0. Metodologija</b> .....	205
<b>Sažetak</b> .....	206
<b>Summary</b> .....	207
<b>Životopis i odabrana bibliografija</b> .....	208

## 1.0. Uvod

Posljednjih godina prošloga i početkom ovoga tisućljeća dogodile su se promjene koje su iz temelja izmijenile život suvremenog čovjeka. Globalizacija i nove tehnologije, između ostalog, promijenile su načine komunikacije, donošenja odluka, ekonomsku razmjenu te sveukupnu percepciju svijeta. Kontinenti kao da su se približili, vrijeme ubrzalo i dobilo novu dimenziju, a međudjelovanje društvenih procesa pojačalo se na svim stranama svijeta. Na taj način govorimo o globalizaciji kao o strukturalnome čimbeniku današnjih promjena, pri čemu ona označava cjelokupnu međuzavisnost zemalja, naroda i regija te u tome smislu govorimo o strukturnim tranzicijama. S druge je strane raspad socijalizma, koji je simbolički označen padom Berlinskog zida (1989.), doveo do systemske tranzicije, tj. do systemskih promjena kojima su se države bivših (različitih modela) socijalističkih sistema okrenule prema (različitim modelima) kapitalističkog sistema. U ovom ćemo radu govoriti o tranziciji u europskim okvirima i to na području jugoistočne Europe (JIE), imajući na umu da se različiti oblici systemske tranzicije događaju i u drugim krajevima svijeta.

U radu koristimo termin „jugoistočna Europa“ kao adekvatniji koncept u svjetlu integracijskih procesa s Europskom unijom te da, kao što napominje Švob-Đokić: „čini se ... predstavlja otvoreniju i opću opciju<sup>1</sup>“ (2001: 41). To ne znači da je „Balkan“ kao termin odbačen, štoviše, ove termine uzimamo kao komplementarne<sup>2</sup>. Pritom je potrebno naglasiti da pod jugoistočnom Europom podrazumijevamo sljedeće zemlje: Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Bugarsku, Hrvatsku, Crnu Goru, Moldaviju, Kosovo<sup>3</sup>, Rumunjsku, Srbiju te Makedoniju (FYROM). Ova regija ponekad nosi naziv i

---

<sup>1</sup> „The Southeastern European concept seems to be geographically more neutral and based on a flexible mutuality: promotion of trade, common development projects, sharing of infrastructure etc., and in this respect it seems to represent a more open and more general option.“ (Švob-Đokić, 2001: 41).

<sup>2</sup> Balkan ovdje označava povijesni i kulturni prostor, a jugoistočna Europa, premda ima i svoje povijesno (i kulturno) značenje, unutar suvremene uporabe prvenstveno ukazuje na međuovisnost zemalja u regiji, koja je primarno ekonomske prirode a izazvana je ulaskom u Europsku uniju.

<sup>3</sup> U radu nije analizirano Kosovo jer je nezavisnost proglašena tijekom procesa pisanja disertacije.

„Zapadni Balkan“, što je politički obilježeniji pojam, pogotovo uzevši u obzir da se pojam „Istočni Balkan“ rabi samo kao geografski, dok kao politički pojam nije definiran. U ovoj umjetnoj podjeli na zapadni i istočni Balkan, u kojoj se počesto ne zna što se pod potonjim pojmom podrazumijeva, nazire ono što Močnik (2008.) naziva „nametnuta kolonizirana svijest Balkana“. Upravo to proizlazi iz problema da se u ovoj regiji Europska unija i njome povezani procesi samo direktno prihvaćaju, a da nisu dublje kritički analizirani. Povijesne razlike između zemalja su prisutne kao i trenutačne diferencijacije unutar i između država. U tome se kontekstu mora napomenuti da su razlike prisutne i u samome statusu država, pa su tako Rumunjska i Bugarska članice Europske unije, Hrvatska i Makedonija su zemlje kandidatkinje, dok su Albanija, Bosna i Hercegovina, Kosovo (pod UNSCR 1244), Srbija te Crna Gora potencijalne zemlje kandidatkinje za ulazak u Europsku uniju.

Dva su ključna razloga koja su bila inspiracija za nastanak ovoga rada: kao prvo, treba istaknuti da su istraživanja rada u kulturi i kreativnim djelatnostima dosad bila uvelike zanemarivana. Tako primjerice ni velikane kulturalnih studija kao što je Raymond Williams nije pretjerano zanimalo od čega (i kako) zapravo žive oni koji rade u kulturi (Ross: 2008: 21). Tek su posljednjih godina istraživači, kao što su Ross (2008.), McRobbie (2002.), Pratt (2004., 2008.), Banks (2007.) i sl., pokazali interes za ovu temu. Ovo naglo zanimanje za tu temu može se pripisati i raščaravanju prvotne euforije oko pozitivnih primjera koje je iznjedrila kreativna ekonomija; nakon prvotnog vala oduševljenja pokazale su se negativne strane čime se otvorila rasprava o položaju kulturnih djelatnika/ica. Drugi izvor inspiracije je činjenica da su u okvirima istraživanja tranzicijskih procesa kulturne promjene bile marginalizirane. Posljedično, i položaj kulturnih djelatnika/ica u tranzicijskom kontekstu je nedostatan analiziran. Upravo ovim radom želi se doprinijeti istraživanju položaja kulturnih djelatnika/ica u kreativnoj ekonomiji unutar tranzicijskih okvira jugoistočne Europe. Nove vrste poslova i nove vrste rada donose promjene u restrukturaciji kulturne proizvodnje i kulturnih vrijednosti u kontekstu procesa refleksivne modernizacije, koji u regiji jugoistočne Europe ima specifičan okvir. Nadalje, procesi promjene rada i dokolice

proizlaze iz središnjeg okvira promjene od fordističkih prema postfordističkim oblicima organizacije rada, od kojih su potonji relevantni za kreativnu ekonomiju.

Disertacija je strukturirana u šest cjelina: nakon prvoga uvodnog poglavlja, u drugome ćemo poglavlju predstaviti osnovni teorijski okvir u kojemu će biti izloženi ishodišni pojmovi kojima se koristim u radu. Kao ključni polazišni proces uzeta je globalizacija koja se u državama jugoistočne Europe očituje kao strukturalna tranzicija i društvena transformacija. U tom je kontekstu za ovaj rad najvažnija razina kulturne globalizacije koja označava međuovisnost kultura na globalnoj razini. S druge je strane upravo isprepletenost kulture sa ostalim područjima – npr. ulazak kulture u ekonomiju kao i ekonomije u kulturu – ključna za razumijevanje razvoja kreativne ekonomije kao „nove ekonomije“ 21. stoljeća. Za oslikavanje situacije u regiji vrlo su važni i procesi systemske tranzicije – od socijalističkih sistema prema kapitalističkim sistemima te na koji način možemo razmatrati procese refleksivne modernizacije.

U trećem ćemo poglavlju analizirati rad i dokolicu u kontekstu kreativne ekonomije, pri čemu će biti prikazano koje su ključne promjene rada i koje je nove vrste rada donio postindustrijalizam. Prijelaz od standardnog rada/zaposlenosti prema nestandardnom radu/zaposlenosti bit će predstavljen kao početni okvir rasprave. Potom će slijediti analiza specifičnosti koje karakteriziraju rad u kreativnoj ekonomiji u kojoj će biti prikazane i značajke kreativne ekonomije, pri čemu ćemo nagovijestiti i rodnu dimenziju kreativne ekonomije. Nakon toga ćemo pokušati prikazati koliko možemo govoriti o nastanku novih aktera koji djeluju u kreativnoj ekonomiji te koliko možemo govoriti o tzv. „kreativnoj klasi“ ili „hakerskoj klasi“. Pritom ćemo se pozabaviti tezama o kraju rada u kontekstu sve većega prožimanja rada i dokolice koje prvenstveno donose procesi fleksibilizacije.

Na samome početku četvrtoga poglavlja pružit ćemo teorijski okvir pojma kulturne tranzicije u lokalnome kontekstu. Zatim ćemo izložiti detaljnu analizu preduvjeta za razvoj kreativne ekonomije u tranzicijskim zemljama jugoistočne Europe koja podrazumijeva: (de)centralizaciju financiranja i kreativnih djelatnosti kao i njihovu

prostornu (de)centralizaciju, utjecaj novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na razvoj kreativne ekonomije s detaljnom analizom problematike intelektualnog vlasništva kao novog tipa vlasništva te analizu potrošnje na kulturu i komunikaciju kućanstava jugoistočne Europe. Nakon ocjene preduvjeta za razvoj kreativne ekonomije, predstaviti ćemo trenutno stanje kulturnih/kreativnih industrija u jugoistočnoj Europi, kao ključnog dijela kreativne ekonomije. U tome su kontekstu kulturne/kreativne industrije podjeljene na one koje su izložene prvenstveno utjecaju države te na one koje su u prvome redu izložene utjecaju tržišta. Unutar ovog odjeljka ocijeniti ćemo daljnji razvoj javnih politika na području kulturnih/kreativnih industrija u regiji jugoistočne Europe.

U petome ćemo poglavlju izložiti analizu specifičnosti rada u kreativnoj ekonomiji zemalja jugoistočne Europe. U prvome će se dijelu razmotriti tzv. „atipična zaposlenja“ u regionalnome kontekstu i indikatori koji ocrtavaju navedenu situaciju – od podataka o zaposlenosti u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama do podataka koji ukazuju na položaj kulturnih/kreativnih djelatnosti u odnosu na globalnu/lokalnu razinu proizvodnje i sl. U drugome dijelu poglavlja prikazati ćemo poslovna usmjerenja kulturnih djelatnika/ica u kulturnim/kreativnim industrijama jugoistočne Europe. U posljednjem dijelu poglavlja dati ćemo prikaz novih konteksta rada i zaposlenosti koji karakteriziraju jugoistočnu Europu, i to pomoću indikatora razvoja sektora koji utječu na rad kulturnih djelatnika; prikaz trenutnih prepreka za razvoj te, na samome kraju, prikaz mogućih prijedloga kojima bi se moglo utjecati na razvoj kreativne ekonomije u jugoistočnoj Europi.

U šestome, zaključnome dijelu sumirat ćemo prethodno iznesene spoznaje kako bi prikazali promjene rada u kreativnoj ekonomiji jugoistočne Europe u svjetlu strukturnih i sistemskih tranzicijskih procesa. Na taj se način nadamo ovim radom pridonijeti boljem razumijevanju problematike koja je dosad bila nedovoljno istražena te time otvoriti i neka nova pitanja od znanstvenog i stručnog interesa koja će potaknuti buduća istraživanja.



## 2.0. Ishodišni pojmovi i teorijski okvir

### 2.1. Kreativna ekonomija u kontekstu globalizacije

U filmu *Mreža* Sidneyja Lumeta iz 1976. godine direktor medijske korporacije, razjaren javnim istupima novinara kojima je razotkrivena povezanost njihove televizijske mreže i financijera iz Saudijske Arabije, bijesno viče na novinara: „Ne postoji Amerika. Ne postoji demokracija. Postoje samo *IBM, ITT, AT&T, Dupont, Dow, Union Coop i Exxon*. To su svjetske nacije našeg vremena“<sup>4</sup>. U fantastičnoj sceni govora veoma je plastično iznesena ocjena jednoga od ključnih učinaka globalizacije u svijetu – gubljenja određenih funkcija nacionalne države te jačanje značajnosti i snage multinacionalnih korporacija i privatnoga kapitala, a samim time i *outsourcinga*<sup>5</sup>. Usporedo je prikazana i transformacija medijske industrije prema onome što je Guy Debord (1999.) nazvao „društvom spektakla“.

Nije potrebno posebno isticati koliko je globalizacija kao pojam sveprisutna u stručnoj i znanstvenoj literaturi, niti je potrebno dodatno objašnjavati koliko nas u svakodnevnom životu ona dotiče. Svojom nas sveobuhvatnošću pojam globalizacije sve više podsjeća na popularno-znanstvenu frazu o teoriji kaosa prema kojoj „lepet krila leptira u Kini uzrokuje tornado u Americi“, a koja bi se u duhu društvenih znanosti mogla parafrazirati kao „štrajk radnica u Kini uzrokuje pad burze u Americi“. Upravo je i

---

<sup>4</sup> „There is no America. There is no democracy. There is only IBM, ITT, AT&T, Dupont, Dow, Union Coop and Exxon. Those are the nations of the world today“, *Network*, režija: Sidney Lumet, 1976., (scenarij: Paddy Chayefsky). Vrlo je zanimljivo i kako novinar propovjednik koji se proslavio svojim nekonvencionalnim zagovaranjem revolucije i otpora medijskome sustavu nakon ovog „prosvjetljenja“ direktorove misli izlaže u svojim emisijama, ali njegova gledanost nakon toga pada. Upravo je njegovo revolucionarno mesijanstvo prethodne faze bilo ono što je gledatelje činilo ovisnima o korporacijskome mediju te dotične mreže. Priključeni na ekrane tijekom njegovih revolucionarnih govora, gledaoci su se osjećali poput prosvjednika „uključenih u revoluciju“.

<sup>5</sup> Pod *outsourcingom* podrazumijevamo prepuštanje određenih djelatnosti vanjskim dobavljačima proizvoda i/ili usluga, kako bi organizacija uštedjela financijska sredstva i vrijeme.

Appadurai (1996: 46) isticao ovaj paralelizam globalizacije u kulturnoj teoriji s teorijom kaosa, ali naravno kao paralelizam na koji se ne bismo smjeli poskliznuti. Slično tome, tendencije prema sve većoj orijentiranosti i u sociologiji prema teoriji kompleksnosti (Barabasi, 2006., Urry 2003., Watts u Barabasi, 2006.) ukazuju nam na inovativne pokušaje razumijevanja složenosti novonastalih odnosa na globalnoj razini.

### 2.1.1. Globalizacija kao krovni termin

Svake se godine objavi više stotina naslova koji se dotiču nekog aspekta globalizacije. Poput „kišobrana“, globalizacija se koristi kao termin koji ili sve objašnjava ili sve obuhvaća. Mišljenja su, dakako, podijeljena koliko je globalizacija novonastali fenomen. Za jedan dio teoretičara globalizacija nije ništa novo jer je kao proces postojala i tijekom povijesti te je shodno tome pretjerano isticanje inovativnosti pojma globalizacije samo gomila „glo-budalaština“ (*globaloney*) kao što sugerira Dennig (2001: 353). Drugi dio autora pak naglašava kako, premda je postojala određena povezanost na globalnoj razini, trenutačni procesi koje globalizacija donosi nisu bili mogući nikad prije u povijesti (vidi u: Dennig [2001: 353]).

Bez obzira na inflaciju uporabe termina, globalizacija je uočljiv i uistinu sveprisutan proces uz koji živimo već neko vrijeme. Globalizacija u obliku u kojem je sad prisutna i s posljedicama kakve donosi do sada nije bila moguća. Upravo i sama činjenica da se „globalizacija“ kao riječ pojavila 60-ih godina prošlog stoljeća<sup>6</sup> može nas navesti na zaključak da je riječ o novijem fenomenu. Kao što kaže Dennig (2001: 353): „Nova riječ možda ne označava novi svijet, ali može signalizirati neku promjenu“<sup>7</sup>. Bez obzira na povezanost teritorija, pojedinaca i sl. na međunarodnoj razini, koja je u određenoj

---

<sup>6</sup> Kao što tvrdi Dennig (2001: 351), *Oksfordski enciklopedijski rječnik* (OED) navodi kako se globalizacija kao pojam prvi put koristi 1961. godine, dok je prva knjiga s pojmom globalizacija u naslovu objavljena 1988. godine.

<sup>7</sup> „A new word may not signify a new world, but it may signify some change“ (Dennig, 2001: 353). (Svi prijevodi u tekstu s engleskoga na hrvatski jezik su autoričini, ukoliko nije drukčije naznačeno. Op. J. P.).

mjeri bila prisutna i u prošlosti, multidimenzionalne promjene kakve se danas događaju mnogo su brže i na drugačijim razinama nego ikad u povijesti. Nove forme integracija i međuovisnosti društava, pojedinaca i teritorija na globalnoj razini prije nisu bile moguće – dogodilo se *sažimanje prostora i vremena*<sup>8</sup>, na što nas je uputio i Harvey (1990.). Među ključnim faktorima za širenje globalizacije ističu se kraj Hladnog rata, slom komunističkih i socijalističkih režima te porast međunarodnih i regionalnih oblika upravljanja, a ne smije se zaboraviti ni širenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT), ubrzani i povoljniji modusi prometa kao i sve veći utjecaj transnacionalnih korporacija (TNK) (Giddens, 2007: 54-58).

Kao što je to pokazala i postkolonijalna teorija, kada govorimo o razlikama na globalnoj razini, više nije moguće govoriti o uvriježenim podjelama na Istok i Zapad, Sjever i Jug ili na Prvi, Drugi i Treći svijet jer se granice u novostečenim uvjetima sve više gube. Krajem Hladnog rata podjele između tadašnjih blokova postale su porozne, a globalizacija ih je još više oslabila. Složenost globalnih ekonomskih, političkih, kulturnih i ostalih međudnosa pokazuje nam da su razlike i *unutar* područja gore navedenih podjela mnogostruke, pa su primjerice kontrasti koje prouzrokuje globalizacija upravo najviše izraženi u gradskim središtima. Kao što razlaže Beck: „Uvijek se govori o trećem svijetu kao da on nije nigdje. Ali on je baš među nama. U gradskim konglomeracijama Sjedinjenih Američkih Država, a i u bivšim evropskim kolonijalnim metropolama nastaju zone lokalne bijede u kojima su nezaposlenost, smrtnost djece, medicinska skrb i socijalna sigurnost pali na razinu zemalja u razvoju.“ (2002: 37-38). Gradovi su tako postali s jedne strane „žrtve“ globalizacije, ali su s druge strane ključne točke razvoja te rasadnici kreativnosti na globalnoj razini, kako naglašava Sassen (2001.) u svojoj analizi „globalnih gradova“.

U svomu najširem značenju globalizacija označava sve veću međuzavisnost zemalja, naroda i regija: govorimo o političkim, ekonomskim i kulturnim odnosima koji

---

<sup>8</sup> „Integration and interdependence now have an intensified spatial and temporal dimension to them, something lacking in the pre-1913 developments. This may be referred to usefully as the compression of space and time“ (Holton, 2000: 141).

uključuju cijeli svijet i međusobno se isprepliću. Uz niz konceptualizacija globalizacije za ilustraciju bi izdvojili četiri ključna tumačenja koja razlažu Lechner i Boli (2008: 52-54). Prvo tumačenje je na tragu *teorije svjetskog sistema* (Wallerstein, Sklair) a globalizaciju označuje kao širenje kapitalističkog sistema diljem svijeta. Prema drugome tumačenju, prema *neorealizmu/neoliberalnom institucionalizmu* (Keohane, Nye) globalizacija proizvodi složen sistem međuzavisnih država u kojemu sve veći značaj imaju transnacionalna pravila i organizacije. Treća interpretacija, odnosno *teorija svjetskih politika* ili *world polity theory* (Mayer i sur.) sagledava globalizaciju kao stvaranje i uređenje svjetskih politika i kulture. Posljednja, četvrta interpretacija prema *teoriji svjetske kulture* – u originalu *world culture theory* – (Robertson, Appadurai, Hannerz) na globalizaciju gleda kao na proces relativizacije u kojemu je svjetsko društvo sastavljeno od složenog sistema veza između višestrukih jedinica u „globalnome polju“ (*global field*). Iz ova četiri tumačenja možemo dakle prepoznati tri ključne razine globalizacije koje moramo imati u vidu ako ju u potpunosti želimo razumjeti, a to su razine političke, ekonomske i kulturne globalizacije.

Međutim, kako analizirati novonastale fenomene ako (možda) rabimo zastarjele kategorije, kao što nas upozoravaju Beck (u: Boyne, 2001: 56) i Szeman (2005.)? Na sličan način Paić (2005: 47) smatra da je, s obzirom na brzinu promjena koje se događaju, globalizacija već prevaziđen pojam jer novi društveni procesi traže novu terminologiju. S jedne se strane počinje čak govoriti i o *kraju globalizacije*: „Opće stanje globalne nestabilnosti pogoduje jačanju konzervativizma, ekstremnoj promociji interesa pojedinih nacija i nacionalnih država, te odsutnosti novih, racionalno utemeljenih vizija društvenog razvoja i budućnosti čovječanstva.“ (James, 2001: 2-7). „Sve to ograničava globalni razvoj, pa bismo danas mogli biti suočeni s krajem globalizacije i punom afirmacijom pojedinačnih interesa nasuprot općim.“ (Švob-Đokić, 2008: 26). Na trenutak je bilo izgledno da recesija daje potvrđan odgovor na ovu tezu. Međutim, nameće se pitanje hoće li ovaj krizni trenutak biti iskorišten kako bi se neke stvari temeljito promijenile ili će se potvrditi Žižekove riječi, da parafraziramo, kako možemo zamisliti sve – pa i kraj svijeta – ali ne i kraj kapitalizma. Na taj način promjene koje se događaju i koje nadilaze globalizaciju traže nove eksplikativne

kategorije (poput tokova, tj. *flows*, kompleksnosti itd.). Međutim, pojam globalizacije još uvijek nije u potpunosti prevaziđen – on još uvijek adekvatno opisuje suvremenu međuovisnost društava na globalnoj razini i otvara širok dijapazon problema s kojima se društvene znanosti još moraju pozabaviti.

Između mnogobrojnih tumačenja globalizacije u ovome bi radu istaknuli definiciju Ulricha Becka (2003: 24-31) zbog njegove interpretacije globalizacije kao otvaranja svjetskoga horizonta, raščlanjivanja socijalnoga prostora i formiranja transnacionalnoga socijalnog prostora. U razmatranju globalizacije treba uzeti u obzir i razliku između *globalizacije*, *globalizma* i *globaliteta*, pri čemu pod globalizmom Beck označava „shvaćanje da svjetsko tržište izgurava ili zamjenjuje političko djelovanje, odnosno ideologiju vladavine svjetskog tržišta, ideologiju neoliberalizma“ (Beck, 2003: 24), dok globalitet označava izlazak iz zatvorenih sustava i pripadanje jednome svjetskom društvu. Upravo bi u tome smislu trebalo uzeti u obzir (i analizu) i alterglobalizacijskih aktivnosti<sup>9</sup> – za pravedniju globalizaciju.

Promjene na globalnoj razini Beck vidi u nastanku transnacionalne države koja leži na izlasku „iz kontejnera“<sup>10</sup>. Takva država oblikuje proces globalizacije i transnacionalno ga regulira: „Model transnacionalne države je polutan, hibridni model, u kojemu se osnovne karakteristike, koje se prema uvriježenome mišljenju možda međusobno isključuju, ideotipski iznova kombiniraju i pretapaju“ (Beck, 2003: 258); zapravo rabi i druge tipove odlučivanja, vladanja itd. U tome smislu Hardt i Negri (2004.) dobro primjećuju kada ističu da bi se velike promjene koje je donijela globalizacija trebale ocrtati i u samome pojmu i sadržaju demokracije, što zasad nije evidentno, a postavlja

---

<sup>9</sup> Pod tim podrazumijevamo aktivnosti koji uključuju prosvjede, akcije građanskog neposluha i sl. – od primjerice prosvjeda u Seattleu tijekom *Milenijskoga zasjedanja* preko *World Social Forum*a itd. Zato je pojam „alterglobalizacija“ (za drukčiju globalizaciju) primjereniji od „antiglobalizacija“ koji se nalazi češće u upotrebi, a kojim se zapravo globalizacija poistovjećuje s globalizmom.

<sup>10</sup> Beck nacionalnu državu naziva „kontejner država“ zbog njezine „zatvorenosti“.

se i pitanje kako bi se takvi modeli mogli i provesti u praksi. Razvidno je da kapital (p)ostaje globalan, dok radna snaga (u većini) ostaje lokalna (Beck, 2003.; Castells, 2000.). Globalna gibanja kapitala, međutim, snažno djeluju na tu lokalnu dimenziju – na lokalnu radnu snagu.

Pojavom i širenjem djelovanja transnacionalnih korporacija (TNK) nacionalne države gube određene funkcije, što je već uočena manifestacija globalizma. Nacionalna država otvara mogućnosti TNK-u za djelovanje, dok sama sve više postaje samo „hitna služba“ za društvene, ekonomske, političke promjene koje nastaju kao posljedica globalnih gibanja (kapitala, ljudi, itd.). Međutim, da nacionalna država i nije tako mrtva kao što se čini, vidljivo je i tijekom trenutačne svjetske krize kada upravo državne blagajne spašavaju banke i financijske fondove od propasti. Stoga, bez obzira na to što su nacionalne države izgubile određene funkcije u doba transnacionalnih korporacija (na primjer postojanje i kontrola nacionalnih tržišta, utjecaja na razvoj i obrazovanje, zauzimanje novih teritorija, itd.), ne možemo reći da je nacionalna država danas mrtva, već da se njezina uloga mijenja. Tako primjerice ojačava u pogledu kontrole, kao što ističe Beck, i to putem informacijskih i komunikacijskih tehnologija (u Boyne, 2001: 49), koje imaju kako pozitivne tako i negativne aspekte. Beck ističe negativne aspekte kontrole kao što je nadzor građana kroz sve učestaliju kontrolu javnoga prostora (video nadzor, CCTV), baze biometričkih podataka građana i sl. S druge strane, neke prijašnje državne funkcije preuzimaju nevladine organizacije (NVO), transnacionalne korporacije (TNK) itd. te u tome smislu prisustvujemo „rađanju subpolitike“ (Beck, 2003.), kojom se politička pitanja rješavaju izvan političkih sistema – u areni NVO-a, TNK-a itd.

Pokušaji zatvaranja unutar zadanih podjela (ekonomskih, kulturnih ili političkih) postaju jednostavno nemogući u doba globalizacije. Međuzavisnost ovih područja naglašava i Waters, ističući kako je globalizacija čovječanstva zavisna o međudjelovanju kulturne, ekonomske i političke dimenzije: „Možemo očekivati da ekonomija i politika budu globalizirani na način da su kulturalizirani, tj. tako da

razmjene koje se odvijaju među njima budu ostvarene kao simboličke razmjene<sup>11</sup> (Waters, 1995: 9). Zbog višedimenzionalnih međudjelovanja na globalnoj razini zatvoreni sustavi, kako ekonomski tako i politički, a što je za nas najinteresantnije i kulturni sustavi, kako ističe i Knutsson (1996.), jednostavno nisu mogući. Stvara se globalna kultura koja ujedno podrazumijeva i kulturni kozmopolitizam koji se širi diljem svijeta, ali i pregrupiranje kulturne svijesti kako bi se naglasili posebni identiteti diljem svijeta (Lee, 1994: 26). Dakle, uz stvaranje *globalne kulture* na planetarnoj razini, može se govoriti i o stvaranju *transnacionalne* kulture ili *treće deteritorijalizirane* kulture, a paralelno se stvara i mnoštvo novih kulturnih oblika (Crespi, 2006: 158). Uslijed tog mnoštva raznolikosti još nismo u potpunosti ni svjesni kakvi se sve kulturni oblici stvaraju jer, bez obzira na međupovezanosti u fizičkoj i virtualnoj sferi, velik broj kulturnih oblika teško nalazi svoj put do šire publike. Na taj način ni zemlje jugoistočne Europe nije moguće gledati izdvojeno iz ovih višedimenzionalnih međudjelovanja, nego je upravo intrigantno vidjeti kakva je njihova pozicija i postoje li neke specifičnosti od interesa za ovaj rad. Striktne granice nisu više moguće, pa se postavlja pitanje kakve su lokalne kulturne promjene u jugoistočnoj Europi: koji se to (hibridni) kulturni oblici stvaraju i što nam oni govore o društvima u kojima živimo? Nameću se pitanja kakvu kulturu živimo te što i kako činimo da bismo tu kulturu proizveli i u njoj sudjelovali.

---

<sup>11</sup> “We can expect the economy and the polity to be globalized to the extent that they are culturalized, that is, to the extent that the exchanges that take place within them are accomplished symbolically” (Waters, 1995: 9).

## 2.1.2. Od kulture i/u globalizaciji prema kulturnoj globalizaciji

„Koje će klase i slojevi društva sada postati pravi predstavnici kulture, davati nam učenjake, umjetnike i pjesnike, stvaralačke ličnosti?  
Ili će se sve pretvoriti u veliki biznis, kao u Americi?“  
Jakob Burkhardt, 1868-1871  
*Reflections on History*, London, 1943:170

„Globalizacija kulinarstva najnoviji je kulinarski pravac koji obuhvaća ono najbolje iz etničkih kuhinja i pretvara ih u vrhunski gurmanski užitek.“  
(Fusion menu, Takenoko restaurant, Zagreb)

Nevena Coneva, pobjednica bugarskoga *Glazbenog idola* iz 2007. godine, zabavnog šoua franšiznoga tipa, u jednoj od emisija izvela je, uz suradnju limenog orkestra *Berkovica*, planetarni hit pjevačice Whitney Huston *I will always love you*, naslovnu pjesmu iz filma *Tjelohranitelj (Bodyguard)*. Obrada je nastala kao šaljiva folklorna inačica, a ubrzo se proširila Internetom i izazvala mnoge diskusije o samoj kvaliteti izvedbe, ali najviše o vrijednostima „lokalizacije“ Hustoničine skladbe: da li je bugarska verzija uništila pjesmu ili joj je dala novi, „hibridni“ život? U raspravama su otvorena i ostala *vruća* pitanja: uništava li *Idol* prave glazbene vrijednosti ili stvara nove? Unificiraju li se mediji diljem svijeta uvođenjem ovakvoga tipa emisija i stvaranjem kulture „instant-zvjezdica“ (*instant celebrity*)? Ovo su samo neka od pitanja koja su se pojavila i u jugoistočnoj Europi s prodorom globalnih formata kulturnih/kreativnih industrija. Samim time otvaraju se i pitanja što sve za nas danas znači kultura.

Kako brojni autori i autorice naglašavaju, kultura je jedna od najkompleksnijih riječi u većini jezika i definirana je pomoću brojnih modaliteta pa su tako još 1952. godine Kreober i Kluckhohn popisali više 164 definicija kulture, a u njihovu kasnijem radu pojavljuje se i više od 280 definicija. Navedene se definicije kreću od poimanja kulture kao sustava vrijednosti i normi koje treba slijediti preko određenoga naslijeđa neke skupine pa do kulture kao načina življenja, itd. Međutim, ta višestrukost tumačenja proizlazi upravo iz toga što definirajući kulturu kao pojam istovremeno stavljamo u pitanje njezino postojanje. Kako to ističe Eagleton: „Kultura je *habitus*, prema riječima Pierra Bourdieua, ali je također, proturječno, najistančanja sebezpromišljajuća opstojnost



za koju smo sposobni“ (2002: 139). Upravo je taj njezin dinamični karakter, koji se naročito očituje u suvremenim kulturama, izvor prijepora i rasprava. Stoga Crespi, slijedeći Rortyja, naglašava kako u tome leži „paradoks kulture koja, promišljajući samu sebe, otvara raspravu o vlastitoj valjanosti“ (2003: 157). Kultura je proces upotrebe racionalnosti „pomoću koje čovjek proizvodi svoj simbolički svijet i bogatstvo tog svijeta uvijek ga razlikuje od nižih stupnjeva razvoja“ (Crespi, 2003: 157). Ovdje polazimo od teze da kulturu u suvremenome društvu – u kojemu na nju sve više utječu nove tehnologije – više ne možemo analizirati samo u antropološkim okvirima: kulture definirane kao sustavi simboličkih vrijednosti sve se više okreću i prema individualnim izborima, stvaralaštvu i razmjeni. Na taj način kulture možemo shvatiti kao dinamičke skupove stvaralačkih značenjskih praksi i formi kroz različite medije i diskurse, a koje se razvijaju u međudjelovanju s ostalim područjima – kako ekonomskim tako i političkim (Hall u: Morley i Chen, 1996.), što će biti okvir od koje polazim u ovome radu.

Jameson je već sredinom osamdesetih godina<sup>12</sup> dobro naglasio moment u kojem se ekonomska i kulturna sfera „spajaju“, tj. ekonomija se kulturalizira dok se kultura ekonomizira – događa se tzv. „kulturalni obrat“<sup>13</sup>. Međutim, kako Paić (2005: 34) upozorava, (vulgarni) kulturalizam zamagljuje odnose nejednakosti i dovodi kritičnost pred zid političke korektnosti: „Etička ideologija postmoderne naposljetku završava na isti ironično-farsični način kao i cjelokupni naum postmoderne teorije. Ona je nova politički korektna ideologija Zapada s glavnim zadatkom kulturaliziranja temeljnih ekonomsko-političkih nejednakosti, nepravde i laži. (...) Ideologija tog kozmopolitskog suživota jest kulturalizam“ (Badiou u Paić, 2005: 34). Kulturalizam je proizašao kao odgovor naturalizmu, ali ono u što se prometnuo jest „vulgarni kulturalizam“ koji

---

<sup>12</sup> Sada već klasični tekst „Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism“, prvotno objavljen u *New Left Review* 1984. godine, kao i (Jameson i Grossberg, u Szeman, 2005.). Za hrvatski prijevod vidi u Kuvačić, Flego (ur.), (1988.).

<sup>13</sup> Uz prijevod termina *cultural turn* kao „kulturalni obrat“, u hrvatskoj sociološkoj i kulturološkoj literaturi koristi se i prijevod „kulturni zaokret“ (vidi Kalanj, 2000.) kao i „kulturalni zaokret“ (vidi Božić-Vrbančić (2008.)).

supsumira ili zamjenjuje primjerice ekonomske nejednakosti s kulturnim pitanjima. Kulturalizacija<sup>14</sup> svih vidova života predstavlja opasnost u kojoj se okrećemo prema kulturnom relativizmu u kojem je bitna jedino „politika identiteta“ (*identity politics*). Problematičnost kulturnog relativizma, kako ističe Paić (2005: 35-38), leži u raskrinkavanju „kulture kao nove ideologije“ u doba globalnoga kapitalizma. Upravo *dekulturalizacija*, prema Paiću, može dovesti do redistribucije moći globalizacije u kojoj će kultura naći smisao izvan politike identiteta. Zato se od takvoga (vulgarnoga) kulturalizma trebamo odmaknuti i potražiti nove putove za razmatranje odnosa kulture i ekonomije, kao i kritike novih tipova nejednakosti koji iz toga proizlaze, pa i nejednakosti kroz simboličku proizvodnju. Trebamo „izvršiti još jedan obrat“ – kultura i ekonomija su u mnogo kompleksnijem međudnosu – i upravo je globalizacija (uz produblјivanje gore navedenih odnosa njihovog spajanja) dovela i do njihove daljnje transformacije. Taj je odnos ključan za novi kapitalizam, koji jedan dio autora naziva *kognitivnim kapitalizmom*, u kojem je znanje sve šire rasprostranjeno, a nematerijalni oblici rada igraju sve veću ulogu; odnosno „glavni izvor vrijednosti sada se nalazi u znanjima koja utjelovlјuje i mobilizira živi rad, a ne u kapitalu i materijalnom radu“ (Lebert, Vercellone, 2007: 23).

Postavlja se pitanje kako sada uopće raspravljati o kulturi i/u globalizaciji? Kako ističe Szeman (2005.), kultura se promijenila u procesima globalizacije pa bismo trebali iznaći način da redefiniramo što ona sada znači za nas. Pokušaje iznalaženja novih pojmova kojima bi se tumačila situacija u kojoj se našla kultura, kao što je primjerice Appaduraijeva (1996: 33) podjela na pet dimenzija globalnih kulturnih putanja<sup>15</sup>, Szeman ne vidi kao rješenje jer je na taj način pojašnjenje dano unutar već postojećeg

---

<sup>14</sup> Za jasnije tumačenje kulturalizma citirali bi Paića: “Kad kultura zauzme ontologijsko mjesto društvenog bitka i kad se svaki fenomen ljudskog života u zajednici razmatra kulturalno, izvršena je ideologijska konstrukcija zbilje“ (Paić, 2005: 35).

<sup>15</sup> “I propose that an elementary framework for exploring such disjunctures is to look at the relationship among five dimensions of global cultural flows that can be termed (a) *ethnoscapes*, (b) *mediascapes*, (c) *technoscapes*, (d) *financescapes*, and (e) *ideoscapes*. The suffix *-scape* allows us to point to the fluid, irregular shapes of these landscapes, shapes that characterize international capital as deeply as they do international clothing styles” (Appadurai, 1996: 33).

poimanja kulture. Nasuprot tomu, potrebno je ponuditi jedno svježe gledanje na kulturu u novostvorenim uvjetima. Globalizacija je otvorila mogućnosti da se o suvremenom iskustvu i kulturi prozbori na kompleksniji način, ističe Szeman (2005.). Iz toga proizlazi da upravo u doba globalizacije, u složenosti povezanosti i međudjelovanja, područje kulture treba problematizirati na način koji uključuje njezinu isprepletenost s ostalim područjima jer ona istodobno utječe na ekonomske i političke procese i obratno i kao takvu ju moramo promatrati. Pritom treba naglasiti da „kulturalna globalizacija predstavlja najsloženiji proces međusobnih odnosa između dominantnih kultura Zapada i postkolonijalnih društava trećeg svijeta. On se izražava u dinamici transkulturalnosti, hibridnosti kultura, homogenizaciji i heterogenosti kulturnih sklopova, multikulturalizmu, interkulturalizmu i kulturnome rasizmu“ (Paić, 2005: 42). Smim time, *kulturalna globalizacija* označava sve veću međuovisnost različitih kultura koje djeluju jedna na drugu na svjetskoj razini. Ona proizlazi iz sve veće pokretljivosti kako ljudi (lakši i jeftiniji modusi putovanja, masovni turizam), tako i simboličkih dobara i usluga (dostupnost IKT-a) – virtualnim ali i fizičkim putem. Kako to ističe Švob-Dokić: „Interpretacije kultura i kulturnog razvoja s globalizacijom gube sistemsku obilježja i naglašene sistemske razlike, te se kulture počinju shvaćati i određivati kao entiteti u kontekstu globalne kulturne proizvodnje, odnosno kulturne ekonomije“ (2008: 19).

Dakle, kada govorimo o odnosima kulture i/u globalizacije najčešće se analiza svodi na dvije razine: s jedne strane možemo govoriti o procesima *homogenizacije*, dok su s druge strane važni procesi *heterogenizacije*, koje definiramo kroz procese lokalizacije, fragmentacije, hibridnosti, kreolizacije, *bricolagea*, itd. S obzirom na odnose pojmova globalizacije te kulture i identiteta, potrebno je navesti sažetak podjele suvremenih teorija globalizacije zbog njihove važnosti za ovaj tekst, koristeći Paićevu kategorizaciju (2005: 7). Paić tako navodi osam skupina od kojih su za ovaj rad najbitnije sljedeće: tehno-kulturalni determinizam povijesti (Castells), teorije refleksivne modernizacije (Beck, Giddens, Bauman), antropologijske teorije hibridnosti/kreolizacije (Appadurai, Bhabha, Leggewie, Hannerz) te postmarksistička kritika kulture i ideologije (Bourdieu, Badiou, Laclau, Hardt i Negri, Žižek). Uz gore

navedene autore za ovaj bi rad bilo važno istaknuti i Garciju Canclinija, Yùdicea, Pietersea te Robertsona, koji su također važni za shvaćanje odnosa kulture i globalizacije upravo radi pojmova kulturne hibridizacije te globalne multikulture i glokalizacije.

Analizirajući procese kulturne industrijalizacije, mora se napomenuti da su oni neujednačeni na globalnoj razini. Takva neujednačenost najčešće dovodi do diskusija o dominaciji jedne kulture nad drugom. U tom se kontekstu javlja „strah“ od kulturne globalizacije, pri čemu taj strah najčešće proizlazi iz tumačenja kako je isti, jednodimenzionalan proces poistovjećen s homogenizacijom, a kod prvog se procesa najčešće govori o amerikanizaciji, vesternizaciji i/ili komodifikaciji (Holton, 2000.), ili pak o „kulturnoj sinkronizaciji“ (Hamelink u: McGuigan, 2004: 25). Autori poput Szemana (2005.) naglašavaju (prema Ashcroft, Griffiths i Tiffin) ulogu SAD-a u (kulturnoj) globalizaciji, ali ne zbog samih sadržaja, nego zbog novih karakteristika ekonomskih i društvenih odnosa (koji karakteriziraju globalno tržište) kao što su masovna proizvodnja, masovna komunikacija i masovna potrošnja. Potrebno je istaknuti da strah od kulturne homogenizacije nije u potpunosti opravdan jer kulturna globalizacija nije jednostran proces: kulture djeluju jedna na drugu, samo je pitanje u kojoj i kakvoj mjeri. Ključno pitanje je kako učiniti da nejednakosti nestanu ili budu smanjene.

Upravo u tom dinamičnom suodnosu između različitih kultura na globalnoj razini stvaraju se novi kulturni oblici, razvijaju se novi kulturni procesi, raste globalna kulturna razmjena. Tako bi ovdje bilo vrlo važno spomenuti Knutssonov rad (1996.) jer on pruža podjelu između otvorenih i zatvorenih sustava, gdje zatvoreni sustavi sve više padaju u sjenu. Globalni utjecaji djeluju na lokalne zajednice koje ih preoblikuju, reinterpetiraju te potom nove kulturne oblike rekontekstualiziraju kroz vlastiti vrijedonosni sustav i „šalju“ u svijet. Na taj se način stvaraju hibridni identiteti, multikulture, (re)definiraju se kulturni identiteti. Pritom treba imati na umu da je sama priroda kulturnih identiteta takva da se oni transformiraju, oni su uvijek u relaciji prema nekom „drugom“ te ne mogu biti fiksni. Tako jedan dio autora zaključuje da je kulturna

hibridizacija najvažniji trend kulturne globalizacije, kako to opisuje García Canclini (2005.) – identiteti prelaze preko granica, oni se u kontaktu s drugima mijenjaju: „U svijetu koji je tako fluidno međupovezan, identitarni talozi koji su organizirani u više-manje stabilne povijesne grupacije (etniciteti, nacije, klase) restrukturiraju se usred interetničkih, transklasnih i transnacionalnih grupacija“<sup>16</sup> (García Canclini, 2005: xxviii). García Canclini naglašava odmak od nacionalnih kultura (i samog obrasca: kulturna baština, folklor, i sl.) koje sve više gube gledatelje, korisnike i sudionike; prema kulturnim/kreativnim industrijama koje posredstvom (novih) medija postaju sve dominantnije. S terminološke razine, problem koji proizlazi iz pojma hibridnosti leži u tome da, kako kaže Burke, „otvara prostor za nesvjesne procese i nenamjeravane posljedice. Slabost ove metafore preuzete iz botanike je u opreci s onom njezinih konkurenata, isuviše lako ostavlja dojam procesa koji teče i koji je 'prirodan', pri tome sasvim ispuštajući ljudsko posredovanje“ (2006: 131). Postavlja se također pitanje koliko možemo govoriti o „stabilnosti povijesnih grupacija“ kada su ih i prije karakterizirale dinamičnosti i hibriditet.

Međutim, kulturna hibridnost ne može u potpunosti opisati kompleksne promjene i međudjelovanja kulturne globalizacije. U tome smislu Pieterse ističe (u Barker, 2000: 113) podjelu kultura na zatvorene/introvertirane kulture (*introverted cultures*) koje su vezane za mjesto i okrenute prema sebi te na translokalne kulture (*translocal cultures*) u kojima se na kulturu gleda kao na proces „translokalnog učenja“ prema vanjskome. Pieterse tako razvija koncept *global mélange* kojim nadograđuje model kulturne hibridnosti. Dakle, procesi kulturne globalizacije su višedimenzionalni; uz kulturnu homogenizaciju i kulturnu polarizaciju kulturna globalizacija ističe procese *kulturne diversifikacije* i *kulturne re-identifikacije* kako naglašava Švob-Đokić (2008: 22) ili, kako bi Lee (1994: 33) sugerirao, proces *kulturne reinvenije*. Dinamična je kulturna promjena neizbježna i upravo je taj pokretljivi suodnos jedna od ključnih značajki kulturne globalizacije.

---

<sup>16</sup> „In a world so fluidly interconnected, identitarian sedimentations organized in more or less stable historical groups (ethnicities, nations, classes) restructure themselves in the midst of interethnic, transclass, and transnational groupings“ (García Canclini, 2005: xxviii).

Kulturna se proizvodnja i potrošnja sve više promatraju kroz tu prizmu: „Sve može postati roba u bilo kojem dijelu životnog ciklusa. I dok se konzumeristička kultura doima univerzalnom jer je predstavljena kao zemlja slobode u kojoj svatko ima pravo biti potrošač, ona ujedno ostavlja dojam univerzalnosti jer svatko mora biti potrošač: ova specifična sloboda je obvezujuća“<sup>17</sup> (Slater u: Smiers 2003: 132). To otvara problem potrošačke kulture koja dominira; ovdje bi bilo dobro podsjetiti da Rifkin naglašava kako se upravo na području kulture nalazi ključno mjesto borbe u dvadeset i prvome stoljeću – borbe za održivi razvoj, kulturnu te biološku raznolikost. Drugim riječima, „transnacionalne medijske tvrtke s komunikacijskim mrežama koje se protežu preko cijelog globusa eksploatiraju lokalne kulturne resurse u svakom dijelu svijeta da bi ih prepakirale i dalje prodavale kao kulturne proizvode i zabavu“ (Rifkin, 2005.). Naravno, njegove su prognoze zvučale predrastično, a i vrijeme je pokazalo da bez obzira na mnoštvo nejednakosti i eksploatacijskih odnosa koje je prisutno, taj odnos nije tako jednostran, nego nastaju i novi tipovi kulturne proizvodnje, distribucije te samim time nastaju i nove vrijednosti. S obzirom na to koliko se kultura brzo mijenjala u posljednjih nekoliko godina, možemo reći da su se dogodile promjene koje još u potpunosti ne razumijemo – nude se nove mogućnosti kreacije, proizvodnih modela i sudjelovanja kroz inovativne platforme suradnje i novih tipova društvenog umrežavanja – *Web 2.0* i sl. Odnos građanin – potrošač na taj se način mijenja iz temelja.

Također kao jedan od ključnih utjecaja na kreativnu ekonomiju, moramo uzeti u obzir upliv *novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija*, koje su se počele razvijati pred kraj posljednjeg tisućljeća. Pritom se ne smije upasti u zamku tehnološkog determinizma i treba naglasiti da nove tehnologije nisu jedini faktor multidimenzionalnih promjena o kojima govorimo, ali su važne za razumijevanje

---

<sup>17</sup> „Everything can become a commodity at least during some parts of its life. While consumer culture appears universal because it is depicted as a land of freedom in which everyone *can* be a consumer, it is also felt to be universal because everyone *must* be a consumer: this particular freedom is compulsory“ (Slater, 1997: 27).

nastanka kreativne ekonomije i velikih promjena unutar radnih procesa te alata koje koriste djelatnici u sektoru kreativne ekonomije.

### 2.1.3. Uvijek nove nove tehnologije

„Preuzeli su zasluge za tvoju drugu simfoniju  
Prepravili ju strojevima kroz novu tehnologiju  
I tek sad shvaćam sve tvoje probleme  
Video je ubio radio zvijezdu“<sup>18</sup>.  
The Buggles, Album *The Age of Plastic*, 1980.

„iTunes je ubio radio zvijezdu.“  
Chris Anderson, *The Long Tail*, 2006.

Tehnološke se promjene u posljednjih nekoliko godina odvijaju tolikom brzinom da se postavlja pitanje koliko smo uistinu u stanju pratiti sve inovacije koje nam tehnologija donosi. Na početku knjige „Moja majka je bila računalo“ (*My mother was a computer*)<sup>19</sup> Katherine N. Hayles nas podsjeća da su u 30-im i 40-im godinama prošlog stoljeća ljudi, i to pretežito žene, obavljali računalne operacije. Upravo računajući na semantički šok koji će u nama pobuditi navedena rečenica, Hayles nas podsjeća da se svakim danom stvaraju novi jezici koji se razvijaju u različitim smjerovima, ali koji na isti taj način i iščezavaju. Svakim pojavljivanjem nove tehnologije prognozira se propast stare, a isto je i sa svakom pojavom novog medija – televizija će uništiti radio, video televiziju, itd. I premda neki oblici *nosača (delivery technologies)* ne požive dugo (sjeća li se još itko magnetskih vrpca ili možda polaroida?), ono što ostaje je medij koji se dalje razvija, a samim se time situacija još više usložnjava. Taj se proces sve više

---

<sup>18</sup> „They took the credit for your second symphony; Rewritten by machine and new technology; And now I understand the problems that you can see. Video killed the radio star“. The Buggles, Album *The Age of Plastic*, 1980.

<sup>19</sup> Naslov se knjige referira na početnu rečenicu jednog poglavlja knjige Anne Balsamo pod nazivom *Technologies of the Gendered Body* (vidi Hayles, 2005: 1). Evo kako Hayles objašnjava naziv djela: „The sentence stands, therefore, as a synecdoche for the panoply of issues raised by the relation of Homo sapiens to Robo sapiens, humans to intelligent machines.“

ubrzava te današnje *nove* tehnologije u roku od nekoliko mjeseci postaju *stare* – čak ponekad nedovoljno dugo za širu analizu implikacija njihova korištenja. Ono što je ključno jest da su nosači (*delivery technologies*) zamijenjeni, dok se mediji dalje razvijaju, kako naglašava Jenkins (2006: 13)<sup>20</sup>.

Kada govorimo o novim tehnologijama, tada se prvenstveno referiramo na novonastale modele informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT). IKT kao infrastruktura omogućuje razne načine prijenosa informacija kao i drugačije načine njihove primjene, te otvara nove načine komuniciranja. „Novi oblici organizacije informacija i znanja, te komunikacije, nastali kombinacijom i spajanjem sustava komunikacija, emitiranja, izdavaštva i računalne industrije, posljedica su trenda *tehnološke konvergencije*“ (Uzelac, 2004: 38). Veliku ulogu u konvergenciji odigrali su procesi *digitalizacije*, pri čemu digitalizacija podrazumijeva pretvaranje analognog ulaza/zapisa u digitalni čime se omogućuje lako i brzo spremanje, korištenje i širu distribuciju informacija. U širem smislu digitalizacija označava prijelaz na široko korištenje informacijskih procesa i tehnologija u svim područjima ljudskog rada i stvaralaštva.

Uz daljnje napredovanje tehničke (infrastrukturne) strane IKT-a, kao što su npr. inovacije u mobilnoj tehnologiji, širokopojasnom Internetu, itd., paralelno se pojavljuju i promjene na programskoj strani IKT-a. Samim time javljaju se novi načini komunikacije, od kojih je u posljednje vrijeme najvažnija npr. pojava društvenog umrežavanja (*social networking*) te *Web 2.0* kao zajednički nazivnik za novi stupanj interaktivnog načina komunikacije u kybersvijetu<sup>21</sup>. Na taj se način upravo mijenjanjem komunikacijskih procesa mijenja i slika svijeta, a samim time se mijenja i kultura. U virtualnom prostoru, u kojem je jedan od vrijedonosnih elemenata faktor „traženosti“ tj.

---

<sup>20</sup> “Delivery technologies become obsolete and get replaced; media, on the other hand, evolve. Recorded sound is the medium. CDs, MP3 files, and 8-track cassettes are delivery technologies” (Jenkins, 2006: 13).

<sup>21</sup> Mogu se izdvojiti četiri međusobno povezana tipa uporabe *Weba 2.0* – *wiki*, folksonomije, *mash up* te internetske stranice za društveno umrežavanje. Naravno, već se razvija i sljedeći stupanj – *Web 3.0* (povezivanje znanja i pojava semantičke mreže) koji će (s obzirom na ubrzani razvoj tehnologije) biti „stara vijest“ do obrane ove doktorske disertacije.



popularnosti, istovremeno su bok uz bok smješteni apsolutno svi dostupni sadržaji, koliko god inače bili nespojivi (od tekstova Waltera Benjamina, naših slika sa putovanja, gregorijanskih korala itd.). Na taj način dolazimo do novih izazova koje donose nove tehnologije te novi mediji; zapravo se stvara *novi simbolički okoliš* kako ga naziva Castells (2000: 399). Štoviše, oblikuje se *kultura stvarne virtualnosti* koja podrazumijeva „sustav u kojem je sama stvarnost (to jest ljudsko materijalno/simboličko postojanje) u potpunosti obuhvaćena, posve uronjena u virtualnu postavu slika, u izmišljeni svijet, u kojemu pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se iskustvo komunicira, već same postaju iskustvo“ (Castells, 2000: 400). Ne samo da se tu radi o novim načinima kreiranja prioriteta, procjenjivanja kvalitete i sl., već dolazimo i do pitanja „menadžeriranja postojanja“ u tom virtualnom svijetu. Ujedno, ono što treba istaknuti jest da pitanja nadzora, kontrole i sl. postaju izrazito važna, a njihove su implikacije po pitanju virtualnog svijeta mnogostruke.

Na sličan način kao što se nekoć govorilo o „kraju radija“, „kraju televizije“ s uvođenjem svakog (tada) novog oblika komunikacije, sada se govori o mogućnostima kraja (trenutačno već) starih medija sa pojavom računalno posredovane komunikacije (RPK). Međutim, trebalo bi istaknuti da RPK ne zamjenjuje druge oblike komunikacije, nego čak i jača već postojeće društvene obrasce kako to napominje Castells (2000: 391). I sam se položaj pojedinca/individue u tom kontekstu mijenja. Na taj je način upravo Internet odličan primjer dvostrukoga karaktera suvereniteta i ovisnosti koje karakteriziraju tzv. *refleksivni moderni subjekt*: on stvara svoju mrežu, dok je stari moderni subjekt samo interpretira. Stari moderni subjekt je *ili* proizvođač *ili* potrošač, dok je (novi) refleksivni moderni subjekt *i* potrošač *i* proizvođač. Čineći korak dalje u objašnjenju, taj promjenjivi, nestabilni subjekt Beck, Bonss, i Lau nazivaju *kvazi-subjektom* „individuu više ne možemo shvatiti kao stabilni i nepromjenjiv subjekt, nego kao 'kvazi-subjekt'. Kao rezultat ali i kao proizvođača svojih mreža, situacija, lokacija/mjesta i oblika“<sup>22</sup> (2003: 25). Dakle kao subjekt koji je ujedno i objekt, što

---

<sup>22</sup> “Against this new background, the individual can no longer be conceived of as a stable and unchangeable subject, but rather as a 'quasi-subject'. The result *as well* as the producer of its networks, situation, location and form” (Beck, Bonss, Lau, 2003: 25).

stvara novi tip mreže odnosa među *kvazisubjektima*; uz stare oblike komunikacije nastaju novi, što te mreže odnosa čini još kompleksnijima.

Castells pak ističe da u širem društvenome smislu uslijed djelovanja te korištenja novih tehnologija dolazi do polarizacije društvenih struktura u naprednim informacijskim društvima (Castells, 2000: 237). Prisutne su mnoge nejednakosti koje su zasnovane na različitim razinama infrastrukture, obrazovanja, finansijskim resursima itd. te u tom smislu govorimo o „informacijskom jazu“ (Uzelac, 2004: 42). Daljnji procesi digitalizacije te pitanje pristupa informacijskim i komunikacijskim tehnologijama (IKT) ključan su problem rastuće digitalne podjele u svijetu. Pojam „digitalni jaz“ (*digital divide*) označava podjelu između onih koji imaju pristup digitalnim, informacijskim i komunikacijskim tehnologijama te onih koji ga nemaju. Digitalni jaz nije samo prisutan između zemalja takozvanog Sjevera i Juga (što se naziva „globalni digitalni jaz“ ili *global digital divide*), nego se javlja i unutar njih.<sup>23</sup> Čimbenici koji utječu na promjene prema smanjivanju „digitalnog jaza“ u ovome su području sljedeći: pad cijena tehnoloških naprava na globalnoj razini i, paralelno s time, novonastale inicijative čija je svrha prevazilaženje ovog jaza<sup>24</sup>, iako do istoga dolazi polako. Međutim, postoji razlika u tipovima povezanosti pa tako, kao prvo, razlikujemo one koji nisu spojeni jer nemaju takve tehnološke mogućnosti – tada govorimo o „nepovezanim“ (*non-connected*); kao drugo, razlikujemo one koji svojevolumeno ne žele biti „uključeni“ i, kao treće, one koje telekompanije isključuju – tzv. „isključeni“ (*disconnected*). Pritom treba napomenuti da kada govorimo o digitalnom jazu, na određenoj razini dolazi do reproduciranja već postojećih nejednakosti.

Međutim, nije samo tehnička razina uključenosti/isključenosti bitna: nejednakost postoji i u samim virtualnim svjetovima – otvaranjem novih sadržaja, novih oblika razmjena i distribucije unutar tih novih virtualnih svjetova. Važno je naglasiti da

---

<sup>23</sup> Kao što je to istaknuto na web-stranicama Digital Divide Networka (<http://www.digitaldivide.net/>) međunarodnog nevladinog projekta koji ujedinjuje stručnjake i aktiviste koji se bave implikacijama digitalizacije i upotrebe IKT-a.

<sup>24</sup> Na primjer, inicijativa *Jedan laptop za svako dijete* (One Laptop Per Child), projekt *50x15* i slični.

nemaju svi pristup u te svjetove, što dakle označava i nejednakosti u (virtualnim) kulturnim iskustvima. Iz toga proizlaze dvije razine pristupa kojima se valja pozabaviti: s jedne je to strane pristup *infrastrukturama* informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT), a s druge pitanje pristupa (specifičnom) *sadržaju* ili *uslugama* u ogromnoj (i još uvijek rastućoj) digitalnoj areni. Potonje se uglavnom tiče raznolikosti sadržaja na mreži: mreža je golemo područje digitalnih materijala, no mi se koristimo samo njegovim manjim dijelom. Upravo je Barabasi (2006: 66) ukazao na važnost „čvorova“ i „koncentratora“, to jest visoko povezanih čvorova<sup>25</sup> kako bi opisao priče o uspjesima na mreži. Međutim, treba naglasiti da nije dovoljno biti prisutan u virtualnoj sferi, nego je jednako važan *način* na koji je netko povezan. Bez obzira na veliki utjecaj na jačanje (političke) javne sfere devedesetih godina, valja imati na umu da Internet nije toliko decentraliziran ni egalitaran kao što se tada mislilo (Benkler, 2006: 10). Brze promjene na hardverskoj i softverskoj razini utječu i na razvoj *novih oblika participacije* samih građana; „Nalazimo se u žiži tehnološke, ekonomske i organizacijske transformacije koja nam omogućuje da ponovno pregovaramo uvjete slobode, pravde i produktivnosti u informacijskom društvu” (Benkler, 2006: 27)<sup>26</sup>. Postavlja se pitanje kako ćemo ispregovarati te nove uvjete.

Prema tome, pristup digitalnoj tehnologiji i dostupnim sadržajima je neophodan kako bismo bili prisutni u virtualnoj sferi te kako bismo u njoj stvarali i razmjenjivali (nove) kulturne sadržaje. Kao što je to pokazao Rifkin (2005.), pristup tehnologiji, znanju, sadržaju, itd. od vrhunske je važnosti za suvremenu globaliziranu (kreativnu) ekonomiju, pa presudnom postaje činjenica tko posjeduje moć pristupa nekom od

---

<sup>25</sup> “Baš kao što u društvu nekolicina poveznika poznaje neobično velik broj ljudi, vidimo da arhitekturom Weba vlada nekolicina izrazito jako povezanih čvorova, odnosno *koncentratora*. Ti koncentratori, kao što su Yahoo! ili Amazon.com, ekstremno su vidljivi-kamo god otišli vidjet ćete neku poveznicu prema njima. U mreži koja se nalazi u pozadini Weba, množinu nepopularnih ili rijetko opaženih čvorova s malim brojem poveznica na okupu drži ta nekolicina izrazito povezanih web-stranica. (...) Koncentratori su najjači argument protiv utopijske vizije egalitarnog kiber-prostora” (Barabasi, 2006: 66).

<sup>26</sup> “We are in the midst of a technological, economic, and organizational transformation that allows us to renegotiate the terms of freedom, justice, and productivity in the information society” (Benkler, 2006: 27).

navedenih područja. I ne samo to, također su bitni troškovi ali i koristi proizašle iz pristupa digitalnim tehnologijama i sadržaja koji je dostupan upotrebom samih tih tehnologija. Saskia Sassen (2002: 367) također naglašava važnost tehnološke infrastrukture ali i važnost pristupa i dostupnosti unutar same digitalne sfere. Međutim, tomu se problemu ne smije pristupiti tehnološko-deterministički – mora se uzeti u obzir da bez obzira na važnost prisutnosti u digitalnoj areni, ono što je još uvijek bitno za globalnu digitalnu ekonomiju je „prostorna koncentracija“, kako to pokazuje Sassen (2000.), i ona još uvijek određuje djelovanje digitalne sfere.

Novim načinima distribucije informacija i promocije samih proizvoda poput blogova, preporuka, *peer-to-peera*, itd. velik dio proizvoda prije ili kasnije nalazi svoj put do korisnika. Demokratizacija kulturne proizvodnje, potrošnje i distribucije potiče promjene i u funkcioniranju tržišta. Također je ključno naglasiti i sve veći značaj procesa individualizacije te samim time sve većeg značenja autonomnog odabira za djelovanje individualnog aktera, premda je on/ona i dalje određen/a nekom socijalnom ili klasnom pripadnošću. Iz „sirovoga“ konzumerizma (gdje je važna količina) ulazimo u potrošnju (ali i proizvodnju) poticanu mogućnošću individualnih izbora ali i sudjelovanja. To je nova faza konzumerizma u „dobu *Web 2.0*“ gdje nalazimo tzv. „aktivnog potrošača“ tj. PROtrošača (*prosumera*)<sup>27</sup>.

Novi alati informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) omogućuju kreativno izražavanje i distribuciju tih sadržaja mnogima koji do sada nisu imali prilike doprijeti do šire publike. Može se reći da kroz razvoj participatorne kulture *Web 2.0* razvija kolektivnu inteligenciju (*collective intelligence*)<sup>28</sup> (Beer, 2008: 226). Mora se napomenuti da se ovdje ne radi samo o restrukturiranju potrošačkih navika, publika te

---

<sup>27</sup> Upravo je futurolog Alvin Toffler u svom djelu *The Third Wave* iz 1980. godine predvidio pojavu potrošača. Za kratak pregled daljnjeg razvoja pojma potrošač (*prosumer*) vidi Hromadžić (2008: 79-80).

<sup>28</sup> „In very general terms, Web 2.0 looks to harness 'collective intelligence' (O'Reilly, 2005) through the development of a participatory culture (Jenkins et al., 2006)“ u Beer (2008: 226). Upravo je Levy (u Uzelac 2004: 41) među prvima mediju interneta pripisao osobinu kolektivne inteligencije, tj. mogućnost sinergije aktivnosti sudionika/korisnika.

restrukturiranju ostalih djelatnosti koje su se bavile razmjenama sadržaja i samim sadržajem. Međutim, s druge strane ono otvara i pitanja deprofesionalizacije nekih zanimanja, što je npr. jedno od pitanja koja se najčešće pojavljuju vezano uz medijsku industriju.

Castells sugerira da smo krajem devedesetih godina ušli u novo doba koje je, zbog snažnog razvoja novih tehnologija te njihovog djelovanja na daljnji društveni razvoj, odlikovao „duh informacionalizma“ (Castells, 2000: 226). Tako i autori poput Himanena (2002.) tvrde da možemo govoriti o ulasku u „informacijsko doba“ dok Webster kao i Garnham (u McGuigan, 2004: 25) ne smatraju da se tu radi o takvim dubokim transformacijama i ulaskom u novu epohu. Oni smatraju da informacijske i komunikacijske tehnologije nisu izmijenile odlike kapitalizma, već su ih dodatno naglasile (Garnham u McGuigan, 2004: 25). I premda se ne može govoriti o radikalnom rezu između jednoga i drugoga „doba“, Castells je valjano ocijenio i imenovao ključnu transformaciju o prelasku u informacijsko doba<sup>29</sup>.

O utjecaju „novih tehnologija“ na društvene procese u doba globalizacije govori se već više od dvadeset godina, što je u svijetu „novih tehnologija“ ekvivalent razdoblju od nekoliko stoljeća. Upravo je na tom području vrlo teško uvidjeti sve implikacije koje su nam donijele već sada *stare* „nove tehnologije“, dok nam *nove* „nove tehnologije“ donose promjene o kojima možda nismo ni sanjali. Dogodio se prelazak na novu razinu koja uključuje prethodne – iz npr. *Weba 1.0* prešli smo u svijet *Weba 2.0* koji će nas potom dovesti i do *Weba 3.0*. Moglo bi se reći da smo ušli u jednu novu fazu u kojoj nas sve više zagušuje brojnost dostupnih informacija. Takav fenomen dosad nije postojao na toj razini; Lovink tako smatra da je preispitivanje „društva upita/tražilice“ (*society of the query*)<sup>30</sup> bilo važan pokazatelj kamo idemo s razvojem IKT-a. S druge strane, s pojavom *Web 2.0* Lash zamjećuje i pojam novih društvenih obrazaca. On se

---

<sup>29</sup> „Moja je teza da je uspon informacijske ekonomije obilježen razvojem nove organizacijske logike koja je vezana uz tekući proces tehnološke promjene, ali ne ovisi o njemu“ (Castells, 2000: 185).

<sup>30</sup> Lovink taj pojam posuđuje od Weizenbauma (vidi u Lovink (2008.) na <http://www.eurozine.com/articles/2008-09-05-lovink-en.html> (pristupljeno 23. travnja 2009.).

pak odmiče od Lovinkove teze o „društvu tražilice“ – za njega smo već krenuli korak dalje: Lash smatra kako se u „doba portala“ upravo odmičemo od logike „upita“ i „tražilice“ gdje „logika 'punjenja' (podacima, op. J. P.) zamjenjuje logiku traženja“ (Lash u: Beer, 2008: 226–227)<sup>31</sup>. Prakse *Facebooka*, *MySpacea* i sličnih alata društvenog umrežavanja zasnovane su na vlastitom kreiranju i komuniciranju informacija, sadržaja i sl. S jedne strane takvim „alatima“ svojevolumeno dajemo veliki broj osobnih podataka korporacijama i drugim ljudima, dok se s druge strane na neki način predstavljamo kao „proizvod“<sup>32</sup>. Još je devedesetih godina Castells (2000.), slijedeći Habermasa, govorio o konceptu „automatona“ i naveo da više nemamo potpun nadzor nad svijetom koji smo stvorili, a upravo ovakvi servisi tu tezu još više potvrđuju<sup>33</sup>. Odnos čovjeka i tehnologije postaje sve složeniji.

Koliko oruđa novih tehnologija utječu na rad u kreativnoj ekonomiji? Kako zapravo naplatiti svoj rad ako mnogi korisnici žele da sadržaji budu besplatni i ako mnogi servisi pokušavaju pružiti sadržaje besplatno i pritom zaraditi oglašavanjem? To su samo neka od pitanja koja se otvaraju u okviru ove problematike i koja zahtijevaju detaljnije odgovore.

---

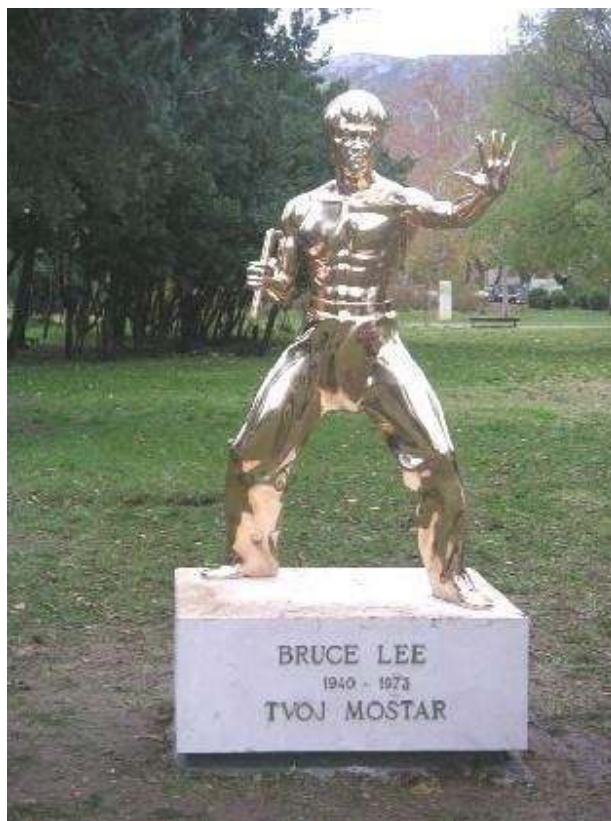
<sup>31</sup> „For Lash this has created an 'age of the portal' where 'a logic of feed comes to displace a logic of search“ (Lash, u Beer, 2008: 226-227).

<sup>32</sup> Time se direktno utječe i na konkretan rad u (kreativnoj) ekonomiji. Primjerice, *Facebook* postaje važan izvor podataka za poslodavce (kako bi se provjerila osoba koje je zaposlena ili ju se planira zaposliti). Samim time, pojedinci bi trebali biti svjesniji o tipu podataka koje stavljaju na Internet. Ujedno, redefinira se pojam prijatelja, a i pitanja efekta *Velikoga brata* – ako nas konstantno netko može snimiti, fotografije ili video zapise objaviti na Internetu, označivati ih, postajemo dio suvremene virtualne verzije panoptikona.

<sup>33</sup> U tome je smislu potrebno citirati Kittlera, koji takve teze dovodi do krajnosti: „I do not believe that human beings are becoming cyborgs. Indeed, for me, the development of the Internet has much more to do with human beings becoming a reflection of their technologies of reacting or responding to the demands of the machine. After all, it is we who adapt to the machine“ (Kittler u Armitage, 2006: 20-21).

## 2.2. Tranzicijski procesi u (g)lokalnim okvirima

Spomenik Bruceu Leeju, rad Ivana Fijolića koji je 2007. godine postavljen u Mostaru, nije mogao dugo izdržati na svome postolju: nedugo nakon svečanosti otkrivanja spomenik je nekoliko puta oštećen, a potom i srušen. Razlozi ovog vandalizma nisu objavljeni a pokušaj da se jedna globalna pop-ikona iskoristi kao „pomirujući“ element na lokalnoj razini nije bio uspješan.



Slika 1 – Spomenik Bruceu Leeju u Mostaru, postavljen 2007.godine (Izvor: [www.h-alter.org](http://www.h-alter.org) )

U podijeljenom gradu kao što je Mostar, jedan globalno poznati pop-kulturni simbol nije bio protumačen kao ujedinjavajući element između mladih generacija, nego upravo suprotno. Ova „puno složenija i značenjski bogatija priča“<sup>34</sup> pokazala je svu

<sup>34</sup> Kako ističe jedan od inicijatora podizanja spomenika Nino Raspudić: „Da se spomenik Bruceu Leeju gradi u bilo kojem drugom gradu na svijetu, stvar bi se mogla okarakterizirati kao odavanje počasti jednom čovjeku i glumcu. Mogao bi biti protumačen i kao nekakva bizarnost provincijalnih kung fu fanatika. No, Bruce Lee u podijeljenom Mostaru je puno složenija i značenjski bogatija priča, i drago

kompleksnost razjedinjenosti ovoga grada. Upravo se ovim primjerom želi istaknuti kako putanje kulturnih objekata/stvari na globalnoj razini dočekuju različita tumačenja i korištenja na lokalnoj razini; gore navedeni primjer pokazuje da priča jednoga globalnoga kulturnog simbola nipošto ne može biti ista u različitim krajevima svijeta. Kako to ističu Lash i Lury: „Kulturni su objekti u isto vrijeme i struktura i forma: oni su dinamični i kreću se u tokovima i strujama. Kulturni objekti/stvari su u (su)odnosu s okolišem u koji dolaze, te s korisnicima i karakteristikama tog okoliša. Ovi odnosi su serija 'strukturalnih uparivanja'<sup>35</sup> (2007: 198). Isti autori u svojoj analizi prate putanje kulturnih objekata/stvari na globalnoj razini te pokazuju kako je stvaranje značenja ključno i na razini proizvodnje i na razini potrošnje. Njihova analiza globalne kulturne industrije ilustrira koliko je kultura postala snažan faktor u ekonomskoj proizvodnji i ističe da lokalna tumačenja određenih globalnih kulturnih objekata/stvari moramo promatrati višedimenzionalno.

---

nam je da je većina medija odmah prepoznala tu vijest ne kao bizarnost, već kao nešto mnogo ozbiljnije i promišljenije.” (Vidi <http://www.h-alter.org/vijesti/kultura/bruce-lee-samantha-fox-rocky-winnetou-i-tarzan-ipak-su-pobijedili-ali>; pristupljeno 12. ožujka 2008).

<sup>35</sup>“The cultural object, we have been suggesting, is at the same time a structure and a form. It is dynamic; that is, it circulates and moves through or perhaps better as flows and fluxes. Its movement, we also suggest, is in part a matter of a series of engagements with its environment: with its users and other features of its environment. These engagements are a series of ‘structural couplings’” (Lash, Lury, 2007: 198).



### 2.2.1. Odnos globalne i lokalne razine



Slika 2 – *Misli globalno, djeluj lokalno*; Sofija, Bugarska<sup>36</sup>

„Misli globalno, djeluj lokalno“ je stara aktivistička parola koja već godinama krasi mnoge zidove fakultetskih hodnika, NVO-vog panoa ili obližnjih zgrada. Upravo je ona označila popularizaciju i senzibilizaciju šire javnosti na isprepletenost lokalnih društvenih procesa, aktera i pokreta s društvenim procesima na globalnoj razini. Ekonomske, političke i kulturne promjene nisu nešto apstraktno – mi u njima svakodnevno možemo sudjelovati. Procesi globalizacije se očituju na svim područjima, u svim državama, ali na različite načine i u različitom intenzitetu. Globalizacija se u državama jugoistočne Europe, kao i u svim postsocijalističkim društvima, prije svega očituje kao tranzicija i društvena transformacija (Švob-Đokić, 2008: 37). Upravo je tu važna strukturna tranzicija, odnosno prijelaz od nacionalnih privreda i nacionalnih država prema globalnoj ekonomiji. Pritom moramo naglasiti da odnos globalnoga i lokalnoga u području kulture nije jednostavan niti jednoznačan. Globalno i lokalno su

<sup>36</sup> Fotografija: <http://vasanthsheshadri.wordpress.com/2008/03/04/understanding-glocalisation/> (pristupljeno 25. travnja 2008.).

neizbježno povezani – jedno ne može bez drugoga. Robertson je bio među prvima koji je ukazao na dinamičnu povezanost ovih dvaju fenomena te je skovao koncept „glokalizacije“<sup>37</sup>. „Glokalizaciju“ o kojoj on govori ukratko možemo tumačiti kao proces globalne produkcije lokalnoga i lokalizacije globalnoga, to jest kao „proces u kojem se robni oblici razmjenjuju na globalnoj razini bez izravnog iskrivljavanja lokalnih kultura“<sup>38</sup> (Lee, 1994: 30).

Na tome tragu dolazimo do termina Urija Rama (2004.) koji govori o glokomodifikaciji (*glocommodification*) koja, kao i mnoga gledanja na homogenizirajuće aspekte globalizacije, govori o tome kako globalno troši lokalno – lokalne posebnosti katkad prikazane kao „egzotičnosti“ koriste se kao trenutačni modni hit, a nakon takve globalne konzumacije iste se odbacuju. Glokomodifikaciju možemo shvatiti kao jedan od aspekata odnosa globalnoga i lokalnoga koji se uzima u obzir, ali zbog kompleksnosti kulturne globalizacije može se reći da je on već sadržan u prethodnom terminu glokalizacije. S druge strane, o odnosu globalnoga i lokalnoga Castells tvrdi da ne živimo u globalnome selu, nego u prilagođenim kolibama koje se proizvode globalno i distribuiraju lokalno (2000: 370). Upravo u tom odnosu globalnoga i lokalnoga, Castells nadalje naglašava nastanak jednoga novog fenomena, tj. novoga prostornog oblika, a to su *megagradovi*, koji su čvorovi u globalnoj ekonomiji: „Ono što megagradove čini novim urbanim oblikom njihova je značajna osobina da su na globalnoj razini povezani, a lokalno, fizički i društveno, iskopčani“ (Castells, 2000: 430). Na razini te globalne povezanosti Sassen (2001.) pak analizira pojavu „globalnoga grada“ (*global city*) – gdje se globalni gradovi poput New Yorka, Tokija, Londona i dr. međusobno natječu i tvore međuovisni sustav. Upravo su te točke globalnih gradova ključne za razvoj kreativne ekonomije, o čemu će kasnije biti riječ.

---

<sup>37</sup> Sam pojam „glokalnoga“ svoje korijene vuče još iz 80-ih godina prošlog stoljeća, iz opisa poslovnog svijeta u Japanu. Taj su pojam, uz Robertsona, uvelike promovirali i Hampton, Wellman a i Bauman.

<sup>38</sup> „(...) a process in which commodity forms are globally disseminated without an immediate experience of the distortion of local cultures” (Lee, 1994: 30).

Kada govorimo o odnosu globalnoga i lokalnoga, važna je još jedna dimenzija povezana s ovim novim prostornim oblicima, a to je pitanje *mobilnosti* u globalnoj ekonomiji, koja je povećana, ali je ipak ograničena samo na određene grupacije. Shodno tomu, Castells, a kasnije i Beck, naglašavaju globalnu mobilnost *elita*, ali ne u klasičnom, vrahmilovskom smislu. „Elite su globalne, a narod je lokalan“ tvrdi Castells (2000: 441) i ističe važnost stvaranja simboličkog okoliša elite širom svijeta, koji se manifestira na aerodromima, hotelskim lancima i sl. „što ukida povijesnu ulogu svakog mjesta“ (2000: 442). Pritom se mora napomenuti da i alterglobalizacijske elite također ujednačavaju svoj simbolički okoliš, ali naravno drugim setom simbola. Dakle, radi se o nekoliko razina nejednakosti u mobilnosti (kako fizičkoj tako i virtualnoj) u globalnoj ekonomiji – u odnosu na „elite“ u Castellsovskom smislu, ali i u odnosu na razinu „naroda“<sup>39</sup>.

Još jedno objašnjenje kompleksnog odnosa globalnoga i lokalnoga daje nam Baker konceptom „centrifrije“ (prema Urry u: 2003: 83-84). Modificirajući Wallersteineovsku podjelu na centar, poluperiferiju i periferiju, Baker smatra da se radi o novom fenomenu, odnosno o stvaranju „centrifrije“ (*centriphery*) u kojoj je „'centrifrija' dinamički obrazac koji se manifestira na mnogo različitih razina, a koji uključuje strujanja energije, informacije i ideja koji simultano stvaraju centri i periferije. Putanju društvenih sistema nepovratno privlači centrifrija koja je na taj način faktor privlačenja“<sup>40</sup> (Urry, 2003: 83). U tom konceptu Baker ukazuje na multidimenzionalnu povezanost globalnoga i lokalnoga te postavljanja Wallersteineove teorije modernog sistema u nove suodnose, koji su uzrokovani globalizacijom. Bakerova sinteza dobro ilustrira odnose gubljenja striktnih granica i usložnjavanja relacija unutar dosadašnjih centara i (polu)periferija. U kontekstu jugoistočne Europe

---

<sup>39</sup> Ili kako Gorz ističe – između „globalizirane elite i podređenog proletarijata“ (prema Kalanj, 2004: 134).

<sup>40</sup> „Baker sees the centriphery as a dynamic pattern that gets repeated at many different levels of the social world. The centriphery involves irreversible flows of energy, information and ideas backwards and forwards between the centres and peripheries, with each existing only because of the other. And the centriphery simultaneously creates and re-creates both centres and peripheries. The trajectory of social systems is irreversibly attracted to this centriphery attractor“ (Urry, 2003: 83).

koncept periferije susreće se i kod Karamana (2001.) te kod Županova (2002: 128) gdje se potonji bavi pojmom perifernoga kapitalizma.

S druge strane, Beck (2003.) upozorava na problem nesrazmjera kojim procesi globalizacije iz temelja mijenjaju društvene procese na lokalnoj razini. Država tako postaje „hitna služba“ za negativne posljedice određenih poteza transnacionalnih korporacija i globalnoga neoliberalnog kapitalizma u cjelini. Tako, primjerice, i ekonomska kriza iz 2008. te 2009. godine pokazuje ujedinjavanje nacionalnih država i transnacionalnih korporacija u spašavanju neoliberalnoga kapitalizma – ne ide se u mijenjanje sustava kao takvog, već se sređuju „anomalije“, za koje se (tek sada kada su se dogodile) tvrdi da su *de facto* „normalni“ dio sustava. Iz toga možemo uočiti neke od promijenjenih uloga države – ona gubi na jednom polju (npr. politike zapošljavanja) kako bi samim time još više izgubila na drugom (npr. pitanja socijalne sigurnosti). Na taj su način globalizacija i njene posljedice prisutne i na teritoriju jugoistočne Europe, gdje transnacionalne korporacije također posluju, pa je i kreativna ekonomija zahvaćena ovim procesima. U daljnjem dijelu teksta istražiti ćemo upravo kulturne promjene koje su nastale kao posljedica ovih globalizacijskih procesa, a koje se u ovoj regiji iskazuju kao tranzicija i transformacija.

## 2.2.2. „Od... prema...“ Tranzicija kao proces, stanje ili model?

Dahrendorfova predviđanja kako će za formalni proces ustavne reforme trebati najmanje šest mjeseci, šest godina za reformu privrede i šezdeset godina za stvaranje socijalnih osnova<sup>41</sup> djelovala su možda obeshrabrujuće u vremenu u kojem ih je iznosio. Kao što možemo vidjeti iz primjera zemalja u regiji jugoistočne Europe, nije mnogo pogriješio – uistinu će nam trebati još stanovito vrijeme kako bi se posložili temelji. Međutim, ono što Dahrendorf nije uzeo u obzir jest sveopće ubrzanje procesa društvene promjene koje nam je donijela globalizacija. I ne samo to, upravo su uzdrmani sveukupni temelji na kojima su počivale i najsnažnije ekonomije. Ujedno, „stare“ kategorije više nisu dovoljne, kao što je već rečeno, više nije moguće upotrebljavati isključivo kategorije nacionalnih država ili – da se izrazimo Beckovim rječnikom – „kontejner društva“ nisu adekvatna za analizu. Raščlanjivanje društvenoga prostora, koje je uvjetovano globalizacijom, čini granice poroznima, a „kontejner društva“ dovodi u međuodnose s drugim društvima.

Na isti se način i društva jugoistočne Europe otvaraju globalnim promjenama i sudjeluju u globalnoj ekonomskoj, političkoj i kulturnoj razmjeni. Za ta se društva najčešće kao kolektivni označitelj koristi termin „tranzicija“ kao stanje u kojemu se dotična društva nalaze ili kao proces kroz koji prolaze. No, ono što je bitno istaknuti jest da, kada razmatramo tranzicijske procese u europskim okvirima, onda moramo uzeti u obzir *dva tipa tranzicije*: prvo, *strukturne tranzicije* – pri čemu se misli na kontekst prijelaza od nacionalnih ili etničkih prema globalnim kulturama; i, drugo, *sistemske tranzicije* – što podrazumijeva prijelaz iz socijalističkih u različite oblike

---

<sup>41</sup> “Formalni proces ustavne reforme treba najmanje šest mjeseci; opći osjećaj da je reforma privrede bila uspješna i da su stvari na pravom putu, širi se vjerojatno tek nakon šest godina, treći uvjet puta u slobodu leži u stvaranju socijalnih osnova posredstvom kojih ustav i narodna privreda postaju od institucija za lijepo vrijeme institucijama za svako vrijeme koje mogu odoljeti svim unutrašnjim i vanjskim olujama, a šezdeset je godina jedva dovoljno da se polože ovi temelji“ (Dahrendorf, 1996: 83).

kapitalističkih sistema. Pritom moramo napomenuti da se obje vrste tranzicija mogu odvijati (i odvijaju se) usporedno, a za ovo istraživanje su bitne i jedna i druga vrsta tranzicije, osobito kada govorimo o kulturnoj tranziciji.

Kada se analiziraju zemlje jugoistočne Europe, najčešće se govori o drugome tipu tranzicije, tj. o prelasku iz (različitih tipova) socijalizma u (različite tipove) kapitalizma. Kako to pokazuje Kalanj (1998: 10), u dosadašnjim analizama tranzicije možemo govoriti o tri različite faze tranzicije: fazu sloma socijalističkih sustava, fazu tranzicijskih rezova te fazu konsolidacije demokracije. „Svi ovi elementi tranzicijskog procesa, koji predstavlja prijelaz iz jednog sustava u drugi, praćeni su nizom specifičnih, sub-sistemskih kriza i transformacija. U samo nekoliko godina praktične primjene 'tranzicijskih recepata', pokazalo se da je proces prijelaza vrlo kompleksan, skokovit i neizvjestan, a njegovi su učinci na društvene promjene teško predvidivi“ (Švob-Đokić, 2000: 15). Stoga se ne može govoriti o jednom linearnom procesu, bez obzira što se radi o pomaku prema određenome modelu (demokracije) prema kojemu su se ove države već i odredile (Dragojević u Meštrović i Štulhofer, 1998: 73), iz razloga što tranzicija nije homogen proces jer uključuje specifične oblike modernizacije koji pak uključuju i kontinuitete i diskontinuitete. Za tranziciju se može reći da je „neka vrsta skraćenog, komprimiranog procesa integracije u kapitalističku modernost“ (Kalanj, 1998: 12-13). Štoviše, Kalanj ističe „(...) da je prva faza tranzicije (slom socijalističkog sustava) uslijedila zbog nestanka legitimnosti realsocijalističkog tipa vladavina, a da je taj nestanak logičan rezultat jednostrane, osujećene i nedovršene modernizacije („modernizacije odozgo“)“ (1998: 11). Kompleksnost tranzicijskih procesa koji su se događali u ovim zemljama uključuju paralelne procese kontinuiteta i diskontinuiteta koje napominju Kalanj (1998.)<sup>42</sup> i Županov (2002.). Pritom valja istaknuti da se tranzicija u Hrvatskoj (kao i u Bosni i Hercegovini) odvijala u ratnim

---

<sup>42</sup> „Kontinuiteti su obrasci autoritarne političke kulture, „nečista savijest“ spram egalitarizma, ignoriranje vladavine zakona, kleptokratsko odnošenje prema javnim dobrima i ćudima tržišta, netolerancija u oblikovanju javnog interesa itd., a diskontinuitet su slobodni periodički izbori, institucije višestranačkog sustava, privatizacija društvenog vlasništva, tržišno načelo ekonomskog procesa, pluralizam informativnog pogona“ (Kalanj, 1998: 12).

uvjetima, što je sa sobom donijelo i određene specifičnosti unutar pojava koje su bile prisutne i u drugim tranzicijskim zemljama kao što je, primjerice, povećana nezaposlenost (prema: Tomić i Koludrović, 2007.). U tome smislu možemo govoriti o raznolikosti tranzicijskih procesa te posljedično o raznolikosti rezultata istih tih procesa.

### 2.2.3. Refleksivna modernizacija u regionalnim okvirima

„Poniknuti iz modernosti, a djelovati protiv njezinog jedinog povijesnog fakticiteta – to je jedna od osnovnih aporija modernog socijalizma.“  
Kalanj (1990: 77)

Regija jugoistočne Europe neminovno je pod utjecajem globalizacijskih procesa; prijelaz od nacionalnih i etničkih kultura prema globalnim kulturama vidljiv je u različitim kulturnim područjima. Bitno je sagledati upravo tu strukturnu tranziciju u odnosu na teoriju refleksivne modernizacije kakvu zastupaju Beck (2001., 2003.), Giddens (2007.) te, s druge strane, Lash (1993.). Kada govorimo o refleksivnoj modernizaciji, prvo moramo naglasiti razliku između prve i druge moderne, koja je bitna za razumijevanje samoga koncepta. Dok je prva moderna tipična za industrijsko društvo – društvena se promjena događa u odnosu na predindustrijske institucije; druga se moderna odnosi na društvene promjene koje se nisu dogodile tijekom „prve“ moderne zbog čega Ulrich Beck drugu modernu naziva „refleksivnom“<sup>43</sup> (prema Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 14). Za Becka refleksivna modernizacija znači „*potenciranu modernizaciju koja je u stanju promijeniti društvo*“ (Beck, 2001: 76). Pritom, valja naglasiti važnost estetske dimenzije refleksivne modernizacije koju ističe

---

<sup>43</sup> „According to Beck, 'second modernity' is directed at everything that 'first' modernity left 'unmodernized': family and gender roles, workplace relations, individual biographies and sense of belonging“ (Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 14).

Lash (1993: 19)<sup>44</sup>, pa i Urry, a koja je kod Becka i Giddensa zanemarena. Urry tvrdi da „refleksivna modernizacija uključuje ekspresivne estetske sisteme koji rezultiraju u ogromnim novim kulturnim industrijama, pravoj ekonomiji znakova. Želim predložiti da ovi procesi refleksivne modernizacije proizlaze iz onog što sam opisao kao globalni fluid kozmopolitskog u nastajanju (2003: 139)<sup>45</sup>“. Na taj će način upravo analiza kulturnih/kreativnih industrija pružiti dalje uvide o procesima „refleksivne modernizacije“<sup>46</sup>, te koje su sve razine transformacije u kulturnim/kreativnim industrijama u regiji jugoistočne Europe na koje je ona utjecala.

„U slučaju takozvanih 'modernih' – čitaj: 'industrijskih' – društava uvijek se radi o 'polumodernim', mješovito modernim društvima u kojima se 'građevni elementi' kombiniraju i stapaju s elementima protumoderne“ (Beck, 2001: 100). Trebalo bi napomenuti da postoje razlike između tipova polumodernosti. Tranzicija koja se u zemljama jugoistočne Europe još uvijek događa na određenim nivoima je, u odnosu na procese modernizacije, vrlo intrigantan proces jer se u tim zemljama jedan dio modernizacijskih procesa (pod kojima prvenstveno mislim na industrijalizaciju) događao za vrijeme socijalizma. Potrebno je još jednom naglasiti da je, povijesno gledano, kako Kalanj (1998.) ističe, u društvima jugoistočne Europe modernizacija izvođena *odozgo* – i upravo ju zbog toga neki autori, poput Tourainea, nazivaju *kontramodernizacijom*, dok Sztompka (2000.) ustvrđuje da se u kontekstu, kako ih on naziva, postkomunističkih društava radi o „lažnom modernizmu“. Tako autori poput

---

<sup>44</sup> “For example a great deal of the increasingly reflexive nature of economic growth is aesthetic, as products are increasingly associated with images; as symbolic intensity at work often takes the form of design rather than cognition” (Lash, 1993: 19).

<sup>45</sup> „Rather reflexive modernization involves aesthetic expressive systems that result in huge new cultural industries, a veritable economy of signs. I want to suggest that these processes of reflexive modernization stem from what I have described as the emergent global fluid of the cosmopolitan“ (Urry, 2003: 139).

<sup>46</sup> Tako primjerice Nestor García Canclini naglašava da su za modernizaciju na području kulture više učinile kulturne industrije nego same države: „In the second half of the century, modernization was not made so much by states as by private enterprise. The 'socialization' or democratization of culture has been achieved by the culture industry - almost always in the hands of private corporations – more than by the cultural or political goodwill of the producers“ (García Canclini, 2005: 64).



Dahrendorfa navode da „društva realsocijalističkog tipa valja odrediti kao *modernizaciju bez modernosti*. Iz toga bi se mogao izvesti zaključak da je socijalizam u nerazvijenim zemljama, u društvima bez razvijene liberalno-tržišne tradicije kao temelja modernosti, predstavljao svojevrsnu *historijsku aberaciju*“ (Kalanj, 1994: 133)<sup>47</sup>. U tome smislu možemo govoriti o stanju *polumodernizma* kao o stanju u kojem nisu u potpunosti dovršeni procesi modernizacije, koje navode autori poput Županova (2002: 129). Procesu modernizacije koji se odvijaju i nakon te faze *modernizacije bez modernosti* nazivamo procesima *zakašnjele modernizacije*<sup>48</sup>. Međutim, ono što je za ovaj rad od presudne važnosti jest da se *paralelno* s njima događaju i procesi refleksivne modernizacije. Dakle, kada govorim o tranzicijskim društvima jugoistočne Europe, složila bih se s autorima poput Tomić-Koludrović i Petrić (2005.) koji, na Beckovu tragu, tranzicijska društva shvaćaju kao *miješana društva* u kojima se „još uvijek odvijaju procesi sistemskih promjena prelaska iz socijalizma u kapitalizam. U njima se isprepliću modernizacijski procesi koji obuhvaćaju paralelno fenomene prve kao i druge moderne. Štoviše, može se reći da su razine složenosti druge moderne prisutne samo na određenim lokacijama, ali ne i univerzalno u cijeloj regiji“<sup>49</sup> (Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 18). Prva i druga moderna su u međusobnom odnosu u kojoj druga propituje prvu konstantno ju stavljajući u pitanje. Ono što razlikuje miješana društva jugoistočne Europe od miješanih društava o kakvima govori Beck jesu upravo, uz različite razine složenosti, i gore navedeni uvjeti „historijske aberacije“.

„Miješana društva“ JIE karakterizira isprepletenost nekoliko razina promjena kao što su demokratizacija, globalizacija, rat (u Hrvatskoj te Bosni i Hercegovini) i njegove posljedice te utjecaj integracijskih procesa u Europskoj uniji. Autori poput Tomić-

---

<sup>47</sup> To možemo usporediti s perspektivom latino-američkih društava pa tako García Canclini (2005: 41) pokazuje da su oni „imali bujan modernizam s oskudnom modernizacijom“.

<sup>48</sup> Kalanj (1998:13) ju označava kao tranzicijsku modernizaciju.

<sup>49</sup> “In terms of their social structure, the transitional societies are at best 'mixed societies', simultaneously undergoing modernization processes engendering both 'first' and (to a significantly lesser extent) 'second' modernity phenomena. What's more, even this limited extent of 'second modernity' configurations can be said to be present only in selected locations, and certainly not universally across the region” (Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 18).

Koludrović i Petrić (2007.) na primjeru Hrvatske vrše analizu promjena koje su se dogodile u sociokulturnom kontekstu hrvatskoga društva tijekom tranzicije i zaključuju da je u društvenome smislu tranzicija u Hrvatskoj *uglavnom* već završena. Tranzicija u jugoistočnoj Europi završava kako na političkoj, tako i na ekonomskoj i kulturnoj razini, pri čemu valja naglasiti da je ona nemoguća kao homogeni proces i kao takvu je treba istraživati. S obzirom da je za ovaj rad prvenstveno važna analiza kulture i kreativnosti iz aspekta proizvodnje, distribucije i potrošnje, u nekoliko sljedećih odjeljaka biti će detaljnije analizirani terminološki prijepori oko pojma kreativne ekonomije.

### 2.3. Kreativna ekonomija kao „nova ekonomija“

*Imagine.Create.Innovate.*  
<http://create2009.europa.eu>

Na sličan način kao što je 2008. godinu krasila krilatica „interkulturalnog dijaloga“ tako je birokracija Europske unije 2009. godinu proglasila godinom „kreativnosti i inovativnosti“. Impetus da se „mora“ biti *kreativan* i da se mora biti *inovativan* ostavlja gorak okus *Cool Britannia* „čokolade“ svakome tko se bavi ovim područjem. Tko ne bi želio biti kreativan? Kako dalje ako ne inovirajući? Na sličan je način i kreativna ekonomija postala *buzzword* na početku milenija. Upravo kada gledamo dio istraživanja na tome polju koji dominira javnim diskursom - pri čemu se radi o policy-istraživanjima, koja su poduzeta za potrebe određenih vlada - pod definicijama kreativne ekonomije, ali i kreativnih industrija vrlo se često kriju različiti koncepti jer počesto one ovise o podacima koji su dostupni za statističku analizu, primjerice kako bi se mogao napisati određeni policy-dokument. Ovdje se moramo odmaknuti od definicija unutar navedenih okvira te istaknuti kako se koristimo terminom kreativna ekonomija iz razloga što je neizbježno primjetiti da su kultura i ostala polja kreativnog djelovanja zahvaćena ekonomskim procesima, ali i *vice versa*. Bez obzira da li se te

processe određuje pozitivnima ili negativnima, evidentno je i da je simbolička proizvodnja dominantan oblik proizvodnje na globalnoj razini. Upravo koncept *kreativne ekonomije* zasad najbolje može opisati sve aspekte procesa proizvodnje, distribucije i potrošnje kulturnih i kreativnih dobara i usluga na globalnoj razini u uvjetima kognitivnoga kapitalizma.

### 2.3.1. Definiranje kreativne ekonomije

Kreativna ekonomija nastaje i razvija se temeljem korištenja generičkih informacijskih i komunikacijskih tehnologija (Flew, 2005.). Pod kreativnom ekonomijom podrazumijevamo procese proizvodnje, distribucije i potrošnje (nematerijalnih) kreativnih, kulturnih i simboličkih dobara, a pod time su uključene ideje, iskustava, percepcije, slike, softver, medijski sadržaji, dizajn, informacije i usluge. Kreativna ekonomija također implicira pružanje i pristup uslugama te inovativni način upravljanja proizvodnim procesima, u čemu se odražavaju obilježja dominantnog ekonomskog sustava - neoliberalnoga (kognitivnoga) kapitalizma.

Kreativna ekonomija kao „nova ekonomija“ dominantna je na početku, a pretpostavimo da će bez obzira na recesiju ostati dominantna u nastavku dvadeset i prvog stoljeća. Ona je specifična jer se, kao što to ističe Howkins (2003: 16), „sastoji od transakcija kreativnim proizvodima. Svaka transakcija može imati dvije komplementarne vrijednosti: vrijednost neopipljivog, intelektualnog vlasništva i vrijednost fizičkog nosača ili platforme (ako postoji).“ U upotrebi je i izraz „kulturna ekonomija“ pod kojom se najčešće podrazumijeva uže poimanje samog područja time što se isključuje softverska industrija – kao što navode Ratzenböck i sur., 2004., ili koji označava set socijalno kulturnih odnosa koji omogućuju kulturne aktivnosti (Pratt, 2008: 49). U ovom radu koristimo termin kreativna ekonomija jer je adekvatan označitelj promjena u

području simboličkoga gdje je bitno istražiti međudjelovanje svih razina uključenih u proizvodnju, distribuciju i potrošnju simboličke razine. Ovo je posebno važno kada se bavimo proučavanjem promjene strukture rada koja je najizraženija u ovom području.

Kreativna ekonomija, kako tvrdi Castells (2000.), nastaje i razvija se u tzv. umreženome društvu u kojem su inovacije u informatičkim i komunikacijskim tehnologijama (IKT) uz procese digitalizacije otvorile niz pitanja vezanih uz shvaćanje novih načina distribucije, potrošnje i proizvodnje kulturnih dobara i usluga. Uz veću dostupnost alata za proizvodnju i distribuciju, svakome je lakše stvarati, prikazivati svoj rad te pronalaziti publiku. Usporedo s time dolazi do pojave paralelnih kultura koje su zasnovane na diferenciranim i specifičnim ukusima (na raznolikosti potražnje) te podjele na *kulturna plemena prema interesu*, čime se stvara „kultura niša“ /*niche culture* Anderson (2006: 184), Jenkins (2006.).

Tako su se, tehnološkom konvergencijom, kroz stapanje (tele)komunikacija i informacijskih tehnologija, stvorile nove mogućnosti za kulturnu interakciju. Međutim, konvergencija nije samo na tehnološkoj razini – ona implicira stapanje višestrukih medijskih sistema, što omogućuje da kroz njih različiti medijski sadržaji cirkuliraju i supostoje (Jenkins, 2006.). Ove mogućnosti dozvoljavaju brzi protok simbola preko virtualnih i fizičkih granica koji za posljedicu (između ostaloga) imaju procese hibridizacije kulturnih oblika i (lokalnu) kulturnu promjenu. Na ovaj se način razvijaju novi oblici interkulture komunikacije, što povećava raznolikost u realnoj, ali i u digitalnoj domeni. Sve ove kulturne promjene nastaju tako velikom brzinom da je teško procijeniti implikacije novonastalih uvjeta (uključujući pitanja privatnosti i slobode govora) – kako za korisnike, tako i za zakonodavce.

### 2.3.2. Kulturne/kreativne industrije kao nositeljice kreativne ekonomije

„Eunuhovski glas *croonera* na radiju, zgodni udvarač bogate nasljednice koji u smokingu pada u bazen uzori su za one koji sami sebe žele pretvoriti u ono što ih pretvara sistem.“  
Adorno i Horkheimer, *Dijalektika prosvjetiteljstva*<sup>50</sup>

Glavnu os kreativne ekonomije na svjetskoj razini čine tzv. kreativne/kulturne industrije koje se - prema posljednjim (predrecesijskim) pokazateljima (KEA, 2006.) te podacima UNCTAD-a iz 2008. godine - ubrajaju u europske i svjetske industrije s najbržom stopom rasta. Sam termin „kulturna industrija“ potječe iz djela *Dijalektika prosvjetiteljstva* Adorna i Horkheimera iz 1947. godine i označava oštru kritiku masovne kulture i standardizaciju svih vidova proizvodnje (Adorno i Horkheimer, [1947], 2006.); kulturna dobra pokazuju jednake karakteristike kao ostali masovni proizvodi, a to su: komodifikacija, standardizacija te masifikacija. U tom kontekstu kulturna industrija ima samo jednu funkciju, a to je legitimacija kapitalističkog sistema, te integriranje pojedinaca u sam taj sistem. Kao pripadnici Frankfurtske škole, nadahnute Marxovom teorijom, Adorno i Horkheimer smatrali su da njegova razmišljanja treba osuvremeniti za tadašnje doba - pogotovo u odnosu na područje kulture koje je dotad bilo zapostavljeno.

Frankfurtska je škola izvršila velik utjecaj na suvremena proučavanja kulture - mnogi su autori/ice kulturalnih studija razvijali neke od svojih teza kroz dijalog s autorima Frankfurtske škole. Upravo su se kulturalni studiji odmaknuli od elitističke pozicije u proučavanju kulture i umjetnosti te čisto negativnog poimanja kulturne industrije, kako su je vidjeli Adorno i Horkheimer, prema orijentiranosti ka istraživanjima popularne kulture i svakodnevnih kulturnih praksi. Autori/ice kulturalnih studija najviše su kritika usmjerili prema shvaćanju potrošača kao pasivnoga konzumenta<sup>51</sup>. Upravo su

---

<sup>50</sup> Citat iz zbornika „Teorija društva u Frankfurtskoj školi“, urednik Vjeran Katunarić (1990: 193), prevela Nadežda Čačinović-Puhovski.

<sup>51</sup> Kakav je dominirao u radovima Adorna i Horkheimera, ali ne i kod njihovoga kolege Waltera Benjamina koji je prvi ukazao na novi tip gledatelja – koji kritički promišlja novonastale kulturne oblike.

teoretičari poput Halla i Storeya (2006.) kritizirali takav stav kao previše jednodimenzionalno shvaćanje. Na istom je tragu i Fiske naglašavao da potrošači nisu samo pasivni recipijenti (Fiske u: Smiers 2003: 153) nego da ujedno i djeluju kroz druge neformalnije kanale komuniciranja<sup>52</sup>. Adorno i Horkheimer su valjano ukazivali na negativne strane industrijalizacije kulture. Međutim, bez obzira na činjenicu što se i sada pokazuje da su u nekim stvarima imali pravo, njihove se prognoze nisu u potpunosti ispunile – kultura nije u potpunosti homogenizirana, a može se reći da je na određenoj razini industrijalizacija kulture čak pridonijela i razvoju njezine raznolikosti. Kulturna je globalizacija otvorila nove prostore kulturnom razvoju, a upravo su kulturne/kreativne industrije među glavnim pokretačima tog razvoja. One su postale ne samo središta slobodnog vremena nego i agensi socijalizacije, ali i medijatori političke realnosti te na taj način proizvode mnoštvo ekonomskih, političkih, kulturnih i društvenih učinaka.

Sam je koncept „kulturne industrije“ tijekom godina doživio transformacije - u svom opsegu i sadržaju. Tako se, zahvaljujući znanstvenicima pod vodstvom Bernarda Miégea (rad za UNESCO iz 1979. godine), dogodio prijelaz iz kulturne industrije u jednini u kulturne industrije u množini. Ta terminološka promjena ukazuje na sve veću proizvodnju i potrošnju u tome polju razvojem novih medija. Međutim, ona je ukazala i na želju za odmicanjem od negativne percepcije samog termina, koja se može pripisati upravo Adornu i Horkheimeru (Hesmondhalgh, 2002: 15-16) te pomak prema kulturalnostudijskoj orijentaciji, tj. istraživanju simboličke proizvodnje i potrošnje na svim njenim razinama.

S druge strane termin „kreativne industrije“ prvi je put upotrijebljen 1994. godine u Australiji u dokumentu *Creative Nation* (Commonwealth Government, 1994.). Neki ga autori sagledavaju kao „jasno proširivanje termina ‘kulturne industrije’ uključivanjem novih tehnologija (multimedije, softvera itd.)“ (Ratzenböck i sur., 2004: 10). Velika zasluga za promociju samoga koncepta kreativnih industrija pripisuje se britanskom

---

<sup>52</sup> Na sličan način i de Certeau (2003.) u djelu *Invencija svakodnevice* kao ključnu karakteristiku ističe kreativnost i inventivnost potrošača te upravo potrošnju opisuje kao oblik proizvodnje.

utjecaju, tj. laburističkome projektu *Cool Britannia* i osnutku Ureda za kreativne industrije Odjela za kulturu, medije i sport (DCMS) 1997. godine<sup>53</sup>. Često citirana DCMS-ova (2003.) definicija kreativnih industrija određuje ih kao „one industrije koje imaju svoj izvor u individualnoj kreativnosti, sposobnostima i talentu i koje imaju potencijale za stvaranje bogatstva i zapošljavanja kroz generiranje i iskorištavanje intelektualnog vlasništva“. Ovdje moram istaknuti kako sami termini poput „iskorištavanja“ i „generiranja“ korištenih u samome tekstu dokumenta govore upravo o pristupu DCMS-a prema instrumentaliziranju kulture i kreativnosti.

Daljnju promociju pojma koji je utjecao i na jedan dio istraživanja na tome polju možemo pripisati britanskoj vladi koja je mnogo učinila za njegovu promociju od Kolumbije pa sve do Hong Konga<sup>54</sup>. Ipak, neki su autori vrlo kritični prema radu samog Odjela, pa tako Volkerling (u McGuigan, 2004: 66) tvrdi da je radom Odjela učinjeno previše mapiranja, ali da je bilo premalo konkretnih poteza na terenu. Autori poput O'Connora (1999.) i Hesmondhalgha (2002.) doprinijeli su analizi koncepta kulturnih/kreativnih industrija na teorijskoj razini. Nešto sjevernije, u nordijskim zemljama fenomen industrijalizacije kulture i kreativnosti definiran je kao „industrija iskustva“, tj. *experience industry* (Nielsén, 2004.) dok je na američkom tlu „industrija copyrighta“ ili *copyright industries* (IIPA, 2002.) bila dominantnija kao koncept. Sa strane policyja važnost samog područja na europskom nivou prepoznata je 1999. u Essenskoj deklaraciji naslovljenoj „Deset aksioma za kulturne industrije u Europi“ kojom se ukazalo na promijenjenu prirodu kulturne proizvodnje u Europi.

---

<sup>53</sup> Kao početak može se uzeti objavljivanje izvještaja Johna Myerscougha iz 1988. godine pod nazivom *Ekonomska važnost umjetnosti u Britaniji* u kojem su kulturne industrije percipirane kao „one aktivnosti koje se bave prvenstveno simboličkim dobrima, dobrima čija ekonomska vrijednost proizlazi prvenstveno iz njihove kulturne vrijednosti“ (O'Connor, 1999). Više o razvoju samog koncepta u Velikoj Britaniji na [http://www.culture.gov.uk/what\\_we\\_do/Creative\\_industries/](http://www.culture.gov.uk/what_we_do/Creative_industries/) (Pristupljeno 21. ožujka 2008.)

<sup>54</sup> Npr. dokument o mapiranju sektora kreativnih industrija u Kolumbiji (<http://www.creativexport.co.uk/img/mrktresearch/122colombia.pdf>) i istraživanja te izvještaji Središnjeg Odjela za politike Hong Konga ([http://www.cpu.gov.hk/english/research\\_reports.htm](http://www.cpu.gov.hk/english/research_reports.htm)). (Pristupljeno 2. travnja 2007.).

Mnoga su se istraživanja pretjerano orijentirala na analizu ekonomske strane i komercijalnih koristi od razvitka kulturnih/kreativnih industrija, a nisu pokušala uhvatiti i/ili kritički promotriti i analizirati njihovu društvenu i kulturnu vrijednost. Upravo su autori poput Lovinka<sup>55</sup>, Rossa, McRobbie, McGuigana, Pratta, kao i Mokre, te Lazzarata<sup>56</sup> ukazali na neke od problema koji se pojavljuju pri upotrebi koncepta kulturnih/kreativnih industrija – bilo da se tu radilo o kritici na konceptualnoj ili na sadržajnoj razini. Kritika kulturnih/kreativnih industrija kreće se na nekoliko različitih razina kao što su sljedeće: samom upotrebom koncepta prihvaćamo neoliberalnu ideologiju instrumentalizacije kulture i kreativnosti (Virno, 2002.; Mayerhofer i Mokre, 2007.); promocijom kulturnih/kreativnih industrija skriva se prava slika fleksibilnog kulturnog djelatnika/ice u kojoj isti rade u neadekvatnim uvjetima (Ross 2007., 2008., McRobbie, 2002.); određeni kritičari ističu da se upotrebom koncepta kulturne/kreativne industrije pokušavaju iznaći jednostavna rješenja za dublje društvene probleme, a zapravo se stvaraju novi (kao što je npr. gentifikacija), kako ističu Gill i Pratt (2008.); ili da preslikavanje koncepta kulturne/kreativne industrije nije adekvatno za određene društvene kontekste (Ross, 2007.). Ovaj kratki prikaz samo nekih od kritika koncepta kulturnih/kreativnih industrija pokazuje koliko je to složeno područje istraživanja, prvenstveno zato što uključuje nematerijalnu, kao i materijalnu dimenziju, a još se isprepliće i s drugim područjima djelatnosti.

U ovom radu kreativne/kulturne industrije obuhvaćaju proizvodnju simboličkih dobara (filmova, glazbe, knjiga, TV programa, itd.) koja su reproducirana (i distribuirana) prvenstveno korištenjem novih informacijsko komunikacijskih tehnologija (Hesmondhalgh, 2002.). Treba naglasiti, slijedeći Howkinsa (2003.), da proizvodi kulturnih/kreativnih industrija nisu poput ostalih proizvoda: posebni su po tome što uz svoju materijalnu imaju i veliku *nematerijalnu vrijednost*, zbog čega je njihov društveni utjecaj velik. Oni doduše reflektiraju i postojeće nejednakosti; da se poslužim

---

<sup>55</sup> Pri tome prvenstveno mislimo na autore/ice okupljene oko MyCreativity liste Instituta za mrežne kulture ili Institute for Network Cultures (vidi <http://networkcultures.org/wpmu/portal/>).

<sup>56</sup> Autori/ice okupljene oko Europskog instituta za progresivne kulturne politike (European Institute for Progressive Cultural Policies ili EIPCP) iz Beča (vidi <http://eipcp.net/>).



Hesmondhalghovim riječima: „Način na koji kulturne industrije organiziraju i cirkuliraju simboličku kreativnost reflektira ekstremne nejednakosti i nepravde (na klasnoj, rodnoj, etničkoj i drugim osnovama) koje su prisutne u suvremenim kapitalističkim društvima. Postoje ogromne nejednakosti u pristupu kulturnim industrijama“<sup>57</sup> (Hesmondhalgh, 2002: 5-6).

Upravo kada razmatramo nejednakosti u pristupu kulturnim/kreativnim industrijama moramo sve više postati svjesni velikih promjena koje nam posredstvom kulturnih/kreativnih industrija dolaze iz drugih krajeva svijeta. Pa tako npr. Kina, Koreja, Indija i Japan sve više izlaze na globalno tržište kroz različite nivoe simboličke proizvodnje. Njihovo prisustvo sve je veće ne samo putem preuzimanja poslova za zapadne kompanije u smislu tehničke podrške i usluga nego i razvijanja vlastite proizvodnje, kako sa tehničke/infrastrukturne strane tako sve više i sa sadržajne/kreativne strane posla. Niska cijena rada dosad je bila glavni razlog zapadnih investicija, međutim postavlja se pitanje koliko će to dugo biti moguće s obzirom na jačanje srednje klase u tim zemljama. Može se nadodati da je uz velika ulaganja u područje kreativne ekonomije svakim danom sve intenzivnije i razvijanje vlastitih kreativnih potencijala u navedenim zemljama. Međutim, mora se uzeti u obzir da primjenu konceptata iz određenog društvenog konteksta postavlja mnoga ograničenja u novim sredinama. Uzmimo tako za primjer Kinu - gdje su programi za razvoj kulturnih/kreativnih industrija putem projekata poticanja kreativnosti koja npr. proizlazi iz „individualnosti“ problematična za kinesko društvo, kako to ističe Ross (2007: 35) nego se javlja i pitanje posve različitog poimanja (zaštite) rada. Ovo spominjemo kako bi naglasili da se mora poznavati specifični socijalno kulturalni kontekst kada se primjenjuju određeni koncepti.

---

<sup>57</sup> “The way cultural industries organize and circulate symbolic creativity reflects the extreme inequalities and injustices (along class, gender, ethnic and other lines) apparent in contemporary capitalist societies. There are vast inequalities in access to the cultural industries” (Hesmondhalgh, 2002: 5-6).

Upravo zbog problematičnosti termina „kulturne industrije“ i „kreativne industrije“ i njihove primjene opredijelili smo se za inkluzivni termin „kulturne/kreativne industrije“ (prema: Švob-Đokić, Primorac, Jurlin, 2008a.). Time se želi ukazati na promjene koje su se dogodile u samom području kulture – proučavanje ne samo visoke kulture nego i popularne kulture i ostalih kulturnih praksi, a kao ključnu – industrijalizaciju samih kulturnih djelatnosti koja je nepobitno prisutna na globalnoj razini. Kulturne/kreativne industrije odlikuje ubrzan rast uz kontinuiranu promjenu kulturne proizvodnje i potrošnje, što se odražava na promjenama kulturnih vrijednosti i identiteta.

UK Model DCMS	Model simboličkih tekstova	Model koncentričnih krugova	WIPO <i>Copyright</i> model
Oglašavanje Arhitektura Tržišta umjetnina i antikviteta Obrti Dizajn Moda Film i video Glazba Izvedbena umjetnost Izdavaštvo Softver Televizija i radio Video i kompjuterske igre	<b>Središnje kulturne industrije</b> Oglašavanje Film Internet Glazba Izdavaštvo Televizija i radio Video i kompjuterske igre  <b>Periferne kulturne industrije</b> <i>Creative arts</i>  <b>Rubne kulturne industrije</b> Potrošačka elektronika Moda Softver Sport	<b>Središnje <i>creative arts</i></b> Književnost Glazba Izvedbene umjetnosti Vizualne umjetnosti  <b>Ostale središnje kulturne industrije</b> Film Muzeji i knjižnice  <b>Šire kulturne industrije</b> Usluge u projektima baštine Izdavaštvo Snimanje zvuka Televizija i radio Video i kompjuterske igrice  <b>Povezane industrije</b> Oglašavanje Arhitektra Dizajn Moda	<b>Središnje <i>copyright</i> industrije</b> Oglašavanje Društva za kolektivno ostvarivanje prava vlasništva Film i video Glazba Izvedbene umjetnost Izdavaštvo Softver Televizija i radio Vizualna i grafička umjetnost  <b>Međuovisne <i>copyright</i> industrije</b> Materijali za snimanje Potrošačka elektronika Glazbeni instrumenti Papir Fotokopirni strojevi, fotografski materijal i oprema  <b>Djelomične <i>copyright</i> industrije</b> Arhitektura Odjeća, obuća Dizajn Moda Oprema za kućanstvo Igračke

Slika 3 – Sistem klasifikacije kreativnih industrija prema različitim modelima, UNCTAD (2008: 13)

Različiti klasifikacijski modeli kreativnih industrija prikazani su na Slici 3 a u ovom radu između četiri predstavljena modela koristimo model simboličkih tekstova. U ovom radu kulturne/kreativne industrije, kao ključni dio kreativne ekonomije, opsegom obuhvaćaju sljedeća područja proizvodnje simboličkih dobara: izdavaštvo (nakladnike i knjižare te multimedijско i elektroničko izdavaštvo), filmsku industriju, glazbenu

industriju, oglašavanje, dizajn (produkt, grafički i dizajn u elektroničkim medijima) i arhitekturu<sup>58</sup>.

Međutim, postavlja se pitanje tko stvara unutar navedenih područja? Aktore koji su uključeni u polje kulturnih/kreativnih industrija definiramo kao kulturne djelatnike<sup>59</sup> – oni/one (su)djeluju na nekoj od sljedećih razina kulturnih/kreativnih industrija: kulturna proizvodnja, distribucija i interpretacija te kulturni menadžment. Tako postavljena definicija razlikuje se od one koju nam je pružio Yùdice koji pak razlikuje umjetnike/ice od kulturnih djelatnika/ica. Rad potonjih „zasniva se na kreativnim, inovativnim praksama umjetnika“ (Yùdice, 2003: 331). Na sličan način Throsby slijedi podjelu te proširuje argumente, tj.: „može [se] prihvatiti hipoteza da se umjetnici ponašaju racionalno u ekonomskom smislu; te da analiza njihovih odluka o ponudi rada, i time njihovih prihoda, zahtijeva specifičan model koji se ne bi mogao koristiti za druge djelatnike“ (Throsby, 1992: 201). U tekstu će kasnije biti riječ upravo o nekim posebnostima statusa umjetnika/ica.

U analizi rada u kulturi Throsby ističe kako svaka kategorizacija djelatnika po industrijama združuje i kreativna i ne-kreativna zanimanja bez obzira koji model koristili (Throsby, 2003: 177). Na sličan način i definicija kulturnih djelatnika/ica u ovom radu ubraja i tzv. „kreativna“ i „nekreativna“ zanimanja, tj. ne samo umjetnike/ice nego i ostale djelatnike/ice koji su uključeni u rad kulturnih/kreativnih industrija, jer svi oni sudjeluju u njihovom razvoju bez obzira na specifičnost područja njihova djelovanja. Tako će sljedeći akteri biti uključeni unutar definicije kulturnih djelatnika/ica: filmski redatelji/ice; filmski producenti/ice; filmski distributeri/ke; dizajneri/ice; vizualni umjetnici/ice; fotografi/kinje; menadžeri/ice u kreativnom

---

<sup>58</sup> U istraživanje su također uključeni/e djelatnici/e iz područja vizualnih umjetnosti i fotografije zbog toga što odabrani od njih rade i u nekima od gore navedenih sektora kulturnih i kreativnih industrija. Više podataka nalazi se u odjeljku „Metodologija“ na kraju teksta.

<sup>59</sup> Kako je u posljednjih dvadesetak godina „kulturni djelatnik/ica“ postao uvriježen termin, u svrhu kontinuiteta koristimo se istim umjesto nepravedno marginaliziranog termina „kulturni radnik/ica“ koji je korišten do kraja osamdesetih godina.

marketingu i oglašavanju; ravnatelji/ice (i urednici/ice) multimedijjskih, glazbenih, knjižnih i elektronskih izdavačkih kuća; distributeri i producenti/ice knjiga i glazbe; spisatelji/ice; pjevači/ice; arhitekti/ice te kulturni/e menadžeri/ice<sup>60</sup>. Kada govorimo o „kulturnim djelatnicima“ ili „djelatnicima u kulturi“ u jugoistočnoj Europi, mora se napomenuti da se pri određenim klasifikacijama najčešće podrazumijevaju osobe zaposlene u kulturnim institucijama/kulturnoj birokraciji; međutim, ovdje je ta definicija šira kao što je prethodno navedeno.

Kako bi se kritički prišlo samoj kreativnoj ekonomiji, za početak je potrebno iz temelja analizirati sve njezine dimenzije, a pogotovo one koje se tiču njezine (re)produkcije. Kao što je već naglašeno, dosadašnja istraživanja bila su usmjerena uglavnom na financijsku evaluaciju kreativne ekonomije ili na kritičku analizu industrijalizacije kulturnih djelatnosti. Policy-dokumenti koji su promovirali ova područja naglašavali su *cool* zanimanja, „odličnu“ radnu atmosferu u kulturnim/kreativnim industrijama i brzi uspjeh unutar sektora kreativne ekonomije koji svakim danom pokazuje sve veći rast. Međutim, posve je zanemarivano tko su oni/one koji „proizvode“ kulturu/kreativnost, kakvi su *de facto* njihovi uvjeti rada, na koji način proizvode simbolička dobra i kako uistinu žive od svog rada? Tek se u posljednjih nekoliko godina određen broj autora okrenuo istraživanju rada u kreativnoj ekonomiji, kao što su Banks (2007.), McRobbie (2002.), itd. U doba novih generičkih informacijskih i komunikacijskih tehnologija polako je izbljedila slika o usamljenom kulturnom djelatniku/ici, umjetniku/ici u ateljeu/radnoj sobi. Umrežavanje, brza komunikacija i razmjena informacija, novi alati za rad, novi svjetovi za istraživanje i prezentaciju rada navode nas da istraživanja usmjerimo u drugome pravcu. Na taj način uvjetno možemo govoriti o *usamljenom* kulturnom djelatniku/ici ili umjetniku/ici jer je on/ona premda sam/a za računalom, putem istog povezan/a s nekoliko svjetova (što virtualnih, što fizičkih). Kulturni djelatnici/ice i umjetnici/ice samim time usvajaju nove načine proizvodnje, distribucije i potrošnje koji se svakim danom sve brže mijenjaju, a implikacije njihovoga korištenja tek počinjemo istraživati.

---

<sup>60</sup> Vidi „Metodologiju“.

\*\*\*

Kultura i kreativnost ulaze u ekonomsku sferu i s njom dolaze u kompleksnu interakciju koja podrazumijeva promjene na razini stvaranja, potrošnje i distribucije simboličkih dobara. U tom kontekstu koncept kreativne ekonomije najbolje može poslužiti kako bi se njime opisale i istražile promjene koje su se dogodile unutar ovog međudjelovanja. Industrijalizacija kulture događa se na globalnoj razini, ali je pritom neujednačena. Upravo je zato bitno analizirati kakve su posljedice globalizacije na lokalnoj razini. Kulturna globalizacija koja označava sve veću ovisnost između različitih kultura na svjetskoj razini očituje se kroz kulturnu diversifikaciju, kulturnu hibridizaciju, glokalizaciju te u stvaranju globalne (multi)kulture. Pri tome kulture više ne možemo shvaćati u čisto antropološkim okvirima, nego ih u novim okolnostima informacijskoga društva shvaćamo kao sustave simboličkih vrijednosti, koje se sve više okreću individualnim izborima, stvaralaštvu te razmjeni.

Globalizacija se u državama jugoistočne Europe prvenstveno očituje kao strukturna tranzicija te društvena transformacija. Međutim, kada govorimo o tranziciji u JIE-i ne mislimo samo na strukturnu, nego i na sistemsku tranziciju – ovi procesi se događaju paralelno. Za društva jugoistočne Europe kažemo da su *miješana društva* u kojima se isprepleću modernizacijski procesi prve i druge moderne. Analiza kreativne ekonomije bavi se raščaravanjem svih aspekata simboličke proizvodnje koja je ključna upravo za drugu (refleksivnu) modernu. Simbolička proizvodnja koja rapidno optječe globalnim *tokovima* i s jedne strane kontinuirano stvara nova značenja, tj. nematerijalne vrijednosti, a s druge strane materijalne vrijednosti, pokazuje svu složenost suvremenog svijeta i sve većih izazova za njegovo tumačenje. Nakon paradigme umreženosti dolazimo do paradigmi protočnosti, fluidnosti i kompleksnosti. Posljedično, kao i sva druga područja tako su i rad i dokolica u neprestanoj mjeni u posljednjih nekoliko godina te doživljavaju strukturne promjene što je posebice izraženo u kreativnoj ekonomiji kao rastućoj ekonomiji kognitivnoga kapitalizma.

### 3.0. Rad i dokolica u kontekstu kreativne ekonomije

„Također se čini da je blaženstvo u dokolici; naime: lišavamo se dokolice kako bismo stekli dokolicu kao što i rat vodimo da bismo imali mir.“  
Aristotel, *Nikomahova etika*, 1177b<sup>61</sup>

Industrijski kapitalizam podrazumijeva kompleksnu podjelu rada koja se zasnivala na jasno diferenciranim radnim zadacima koji su izvršavani u određenom vremenskom roku. Fordizam i njegove inačice možemo navesti kao najistaknutiji tip proizvodnog sistema u industrijskome kapitalizmu dvadesetog stoljeća. Međutim, takav tip proizvodnog sistema ulazi u krizu tijekom sedamdesetih godina; s jedne strane dijelovi proizvodnih sustava se relociraju u područja gdje je radna snaga jeftinija a sindikati slabiji, a s druge strane reorganiziraju se postojeći proizvodni sistemi u kojima krajnji rezultat rada nisu više samo proizvodi, nego i usluge. Zapravo se razvijaju neofordistički oblici industrijskog rada, a potom i postfordistički oblici rada. U tom se kontekstu može reći da rad i zaposlenost doživljavaju temeljitu promjenu, pa tako Kalanj ističe: „Zbiva se, jednom riječi, prava metamorfoza rada, u krizi je ideologija na kojoj je on do sada počivao. Oblikuje se sve širi neformalni sektor ekonomije a on stvara nove društvene slojeve i kategorije koji su bili nepoznati u epohi industrijalizma“ (1994: 120). Štoviše, jedan dio autora govori i o nestanku rada ulaskom u postindustrijsko razdoblje (Rifkin, [1996.] 2005., Beck, 2001.). Upravo nas ovdje zanima na koje se sve načine mijenja rad i kakve sve promjene doživljava zaposlenost te kakav je odnos između promjena i kontinuiteta u samim modelima rada.

---

<sup>61</sup> Aristotel (1992), *Nikomahova etika*, Zagreb: Hrvatska Sveučilišna naklada, (Prijevod: Tomislav Ladan).

U ovom poglavlju pozabaviti ćemo se sa promjenama strukture rada pri čemu će fokus biti na radu u kreativnoj ekonomiji. Pritome, kada govorimo o *strukturi rada* podrazumijevamo promjene u radnom vremenu, na radnom mjestu, u radnim pravima i obvezama, radnim procesima te rasporedu i položaju samog rada. Dominantni koncept rada koji je izjednačen sa stalnom zaposlenošću karakterističan za razdoblje industrijskoga kapitalizma postaje upitan; stvaraju se i nove vrste rada, poglavito unutar same kreativne ekonomije, pa shodno tome jedan dio autora tvrdi da se stvaraju nove „kreativne/hakerske“ klase. Sukladno s promjenama u strukturi rada te tipova zaposlenosti možemo analizirati i promjenu na području slobodnoga vremena, tj. dokolice.

### 3.1. Ključne dimenzije promjene rada

Rad u društvima industrijskoga kapitalizma karakterizirao je proizvodni sistem koji se oslanjao na mašineriju, na odrasloga pojedinca i/ili organizacije koje su obavljale rad prema tržišnim uvjetima. Podjela rada bila je složena, s visokim stupnjem diferencijacije, radno vrijeme fiksno, a rad je omogućavao dugoročni profit koji se ostvarivao kroz (fiksnu) plaću. Kako pokazuje Edgell (2006: 8) rad je bio odvojen od drugih institucija, dok je obrazovanje za rad bilo specijalizirano te ekstenzivno, a na rad se gledalo kao na vrlinu. Učvršćenjem industrijskoga kapitalizma razvio se model rada koji možemo okarakterizirati kao „dominantni koncept rada“ koji obilježava odnos muškarac-hranitelj (*male breadwinner*) i žena-domaćica (*female homemaker*), a koji je u svojoj srži industrijski, kapitalistički, patrijarhalni te moderni model (Edgell, 2006: 24). Sazrijevanjem industrijskoga kapitalizma, ovaj je koncept rada i dalje bio dominantan kako na kulturološkoj, tako i na empirijskoj razini. Tako da je jedino *plaćeni standardni rad* koji se uklapa u taj koncept smatran „pravim“ radom, tj. jedino su se za taj tip rada prikupljali podaci. Svi drugi tipovi rada bilo da se radi o *plaćenom nestandardnom radu* (npr. rad na pola radnog vremena) ili *neplaćenom radu* (kao što je

kućanski te volonterski rad) bili su zapostavljeni a iz službenih statistika izostavljeni. Na taj je način i ekonomska aktivnost žena (koje su najčešće djelovale unutar tzv. drugih tipova rada) bila nepriznata i zanemarena. Posljedično, *rad tako postaje izjednačen sa stalnom zaposlenosti* koja sa pojavom fordizma biva standardizirana u smislu ugovora, lokacije i radnoga vremena (Edgell, 2006: 24).

**Tablica 1 – Ključne dimenzije modela standardnog i nestandardnog rada/zaposlenosti**  
(prema Edgell, 2006: 128)

Dimenzije	Standardni rad/zaposlenost	Nestandardni rad/zaposlenost
Ugovorna	Visoko reguliran* i kolektivno pregovaran	Dereguliran i individualno pregovaran
Prostorna	Prostorno koncentriran; specijalizirano mjesto udaljeno od kuće	Prostorno varijabilan; višestruka mjesta, uključuje i rad i/od kuće
Vremenska	Na puno radno vrijeme; stalno	Različito radno vrijeme; nestalno
Rodna	Muškarac – hranitelj/žena – domaćica	Dvostruki skrbnici/varijabilni kućni rad

\*Regulacija pokriva radno vrijeme, plaću, zdravstveno, socijalno i ostala osiguranja kao što su mirovine, godišnji odmori, bolovanja, itd.

Dakle, na taj način razlikujemo dvije ključne dimenzije plaćenoga rada – onoga standardnog s jedne strane te nestandardnoga rada/zaposlenosti s druge. Standardni plaćeni rad/zaposlenost kakav je prikazan u Tablici 1 ključan je za razdoblje fordizma, dok je nestandardni rad značajan za postfordističke oblike organizacije proizvodnje, tj. govorimo o destandardizaciji rada, kakvu je naglasio i Beck (2001.). Rodna neravnopravnost evidentna je i u jednome i u drugome modelu, a u domeni modela neplaćenog rada i dalje dominiraju žene. Mora se napomenuti da standardni rad/zaposlenost nije zamro sa završetkom fordizma; on je i dalje prisutan, premda granice postaju sve poroznije između standardnog i nestandardnog rada.



### 3.1.1. Rad i procesi fleksibilizacije

„Dominantni koncept rada“ kakav je karakterizirao industrijski kapitalizam postepeno se mijenja; upravo će na njega najviše djelovati procesi globalizacije, tehnološke inovacije, utjecaja feminističkog pokreta kao i feminizacija plaćenog rada. Te će promjene utjecati na dimenzije rada koje su bile industrijske, moderne i patrijarhalne, dok će kapitalistička dimenzija ostati najmanje promjenjena, kako ističe Edgell (2006: 200). Uslijed djelovanja globalizacijskih procesa – potpomognutih informacijsko komunikacijskim tehnologijama te većim protokom ljudi, roba i usluga – temporalne i prostorne dimenzije izgubile su svoj prvotni značaj. „Prostor tokova“ zamjenjuje „prostor mjesta“ te na taj način sve više postaju važne mreže komunikacije, a sve manje teritorijalne jedinice, premda ih i dalje ne možemo posve zanemariti. Tu je promjenu formulirao Harvey (1990.) kao *sažimanje vremena-prostora*, koju smo kasnije prepoznali i kod Castellsa (2000.) kao *komprimiranje vremena*.

Radni dan se promijenio, vrijeme rada kao i mjesto rada postali su fleksibilni. Za to je najviše zaslužan razvoj novih informacijsko komunikacijskih tehnologija koji je omogućio fleksibilizaciju radnog vremena, a zatim i radnoga prostora, te samim time i rastakanje dosadašnjih (industrijskih) oblika rada. Kao što ističe Ulrich Beck: „Vremensko i ugovorno fleksibiliziranje rada mnogi podržavaju i potiču, ali time naposljetku rastvaraju one granice između rada i onoga što nije rad koje je odredilo industrijsko društvo. (...) refleksivna modernizacija industrijskog društva najčešće se odvija u baršunastom stilu, pa čak i među sociolozima koji i dalje skupljaju podatke u starim kategorijama“ (Beck, 2001: 77). I sam metodološki i terminološki aparat trebao bi slijediti ove brze promjene koje se događaju u društvenoj sferi, jer neki fenomeni ne nestaju, nego se usložnjavaju, a neki se novi rađaju. Dakle, kada govorimo o fleksibilnosti u sferi rada, tada govorimo o fleksibilizaciji na nekoliko razina: fleksibilizaciji procesa rada, fleksibilizaciji samih proizvoda rada, fleksibilizaciji radnika/ica (pri čemu se kao ključno pitanje javlja tko je fleksibilan i na koji način) te fleksibilnosti kompanija.

Proučavanje fleksibilnosti rada pojavljuje se ulaskom u postindustrijalizam, sredinom sedamdesetih, kada se pokušala razjasniti kriza fordističkog sistema masovne proizvodnje i potrošnje. Uz neofordistički odgovor na krizu fordizma, mogu se izdvojiti dva ključna promišljanja o novim „postfordističkim“ oblicima proizvodnje, a to su teorija *fleksibilne specijalizacije* te teorija *umreženoga poduzeća* (Edgell, 2006: 95-100). Osamdesetih su godina autori poput Piorea i Sabela (1984.) (prema Castells, 2000: 187) analizirali fleksibilnu proizvodnju, pri čemu se nisu usredotočili samo na fleksibilnost procesa, nego i samih proizvoda, te su razvili koncept *fleksibilne specijalizacije* koji podrazumijeva proizvodnju širokog spektra proizvoda u manjim serijama za specijalizirana tržišta. Dakle, fleksibilnost se odnosi na prirodu proizvodnih sustava, a specijalizacija na prirodu tržišta proizvoda. S druge se strane teorija *umreženoga poduzeća* Manuela Castellsa (2000: 189-226) temelji na tezi ulaska u novu tehnološku paradigmu koja je zasnovana na informacijsko komunikacijskim tehnologijama, a čiji ključ leži u fleksibilnosti, posebice kada se radi o organizaciji rada. Prema tome, i fleksibilna specijalizacija i teorija umrežene tvrtke zasnivaju svoje postavke na uskoj povezanosti s informacijsko komunikacijskim tehnologijama te zastupaju optimistične teze o promjeni rada prema napredovanju u kvalifikacijama (*upskilling*).

Nasuprot tome autori poput Harveya pokazuju da se pomičemo od fordističkih oblika proizvodnje prema *fleksibilnoj akumulaciji* koja počiva na „fleksibilnosti u odnosu na radne procese, tržište rada, proizvode i na potrošačke obrasce. Karakterizira ju nastanak posve novih sektora proizvodnje, novih načina pružanja financijskih usluga, novih tržišta, i ponajviše, pojačane komercijalne, tehnološke i organizacijske inovacije“<sup>62</sup> (Harvey, 1990: 147). Na taj način korporacije postaju mobilne, fleksibilne te tako zahtjevaju nove oblike fleksibiliziranja rada. U tom je kontekstu važno spomenuti i pojavu *outsourcinga*, kao prepuštanja određenih djelatnosti vanjskim dobavljačima

---

<sup>62</sup> „It rests on flexibility with respect to labour processes, labour markets, products, and patterns of consumption. It is characterized by the emergence of entirely new sectors of production, new ways of providing financial services, new markets, and above all, greatly intensified rates of commercial, technological, and organizational innovation“ (Harvey, 1990: 147).

proizvoda i/ili usluga, kako bi organizacija uštedjela financijska sredstva i vrijeme. Uvođenje prepuštanja (*outsourcing*) i podugovaranja (*subcontracting*) temeljito je promijenilo ekonomske, društvene, ali i kulturne procese na globalnoj razini. Ovaj je fenomen značajan za područje kreativne ekonomije i sam način rada, što podrazumijeva preinačivanje položaja radnika, produbljivanje nejednakosti, gubljenje pregovaračkih pozicija radnika, smanjivanje radnih prava i sl. U kontekstu oslobađanja od rada fleksibilnost je na samom početku prikazivana kao inherentno pozitivan proces, iako u njoj samoj naravno nema ničega suštinski pozitivnog ili negativnog; ono što ju čini takvom jesu konkretne primjene od poslodavaca kao i samih zaposlenika. U tom se kontekstu u posljednjem desetljeću razvija i model *fleksigurnosti* kojim se želi ujediniti pozitivne strane fleksibilnosti kako za radnika, tako i za poslodavca<sup>63</sup>.

Kao što je već prethodno napomenuto, upravo promjena na radnoj „sceni“ u kojoj nestaje striktna podjela rada i procesa rada označava kraj fordističke ere te ju možemo označiti kao početak ere postfordizma (Virno, 2004.; Milohnić, 2005.). Međutim, ni tu podjelu ne možemo gledati tako rigidno; kao što tvrdi Ann Pollert (u Giddens, 2007: 387) fordizam nije bio tako krut kao što većina autora ističe. Na sličan način možemo reći da fleksibilnost nije prevladavajuća u suvremenome društvu te proizvodnoj organizaciji. Mora se istaknuti da je na globalnoj razini još uvijek prisutna masovna proizvodnja te da još uvijek velik dio radnika diljem svijeta nije fleksibilan u svom radu (fordistički oblici rada za ove su radnike još uvijek prisutna realnost). Većina radnika nije mobilna, nego je fiksna u svom lokalitetu; fragmentirani su u svojim zahtjevima i njihova je pregovaračka moć vrlo slaba<sup>64</sup>. Dakle, može se reći da fleksibilnost postaje obilježje tek jednoga (manjeg) dijela globalne radne snage, te da se na taj način stvaraju *nove nejednakosti*.

---

<sup>63</sup> Pod „fleksigurnosti“ podrazumijeva se proaktivni model politika tržišta rada koji kombinira fleksibilnost tržišta rada, i osiguravanje socijalne sigurnosti radnika. Prve javne politike koje su zagovarale fleksigurnost pojavile su se tijekom devedesetih u Danskoj i Nizozemskoj, da bi se kasnije proširile ostatkom Europe.

<sup>64</sup> Kao jedan od izuzetaka uzmimo povezivanje i djelovanje kroz Svjetski socijalni forum (*World Social Forum*).

Upravo Holmes upozorava na važnost političke moći fleksibilnih radnika: „Mislim da nastajanje transnacionalne klase umreženika, koji u većini zemalja djeluju kao značajna manjina, djelotvorno mijenja artikulaciju političke moći u svim zemljama svijeta“ (Holmes, 2003: 23). Dok Holmes govori o *transnacionalnoj klasi umreženika*, Sklair (2002.) ističe važnost *transnacionalne kapitalističke klase* kao ključne fleksibilne radne snage. Pod transnacionalnom kapitalističkom klasom Sklair definira klasu koja se sastoji od „onih ljudi čiji se vlastiti interes i/ili interes njihove društvene i/ili etničke grupe, najčešće transformira u zamišljeni nacionalni interes, koji će najbolje služiti putem identifikacije sa interesima globalnog kapitalističkog sistema. Posebice, interesi onih koji posjeduju i kontroliraju ključne transnacionalne korporacije diktiraju interese cijelog sistema“<sup>65</sup> (2002: 9). Na toj je liniji i Urry koji naglašava fluidnost kao ključnu karakteristiku vremena u kojem živimo i upravo transnacionalnu kapitalističku klasu vidi kao ključnog aktera te fluidnosti „...čije ugodne rute putovanja između glavnih industrijskih, financijskih i uslužnih središta pokazuju najveću gustoću“<sup>66</sup> (Urry, 2003: 61). *Mobilnost* transnacionalnih kapitalističkih klasa je ono što ju izdvaja od ostalih. Ona uključuje četiri frakcije a, kako izlaže Sklair, to su: „Članovi transnacionalnih kompanija (TNK) izvršnih odbora i njihove lokalne članove (korporacijska frakcija); globalizirajuće državne i međudržavne birokrate i političare (državna frakcija); globalizirajuće profesionalce/stručnjake (tehnička frakcija); trgovce i medijske kadrove (potrošačka frakcija)“<sup>67</sup> (2002: 99). Upravo u tom kontekstu zanimljiva je i Urryjeva

---

<sup>65</sup> „The TCC consists of those people who see their own interests and/or the interests of their social and/or ethnic group, often transformed into an imagined national interest, as best served by an identification with the interests of the capitalist global system. In particular, the interests of those who own and control the major transnational corporations dictated the interests of the system as a whole“ (Sklair, 2002: 9).

<sup>66</sup> “A crucial component of this fluid is made up of the transnational capitalist class, whose pampered routeways of travel between the major industrial, financial and service hubs shows by far the greatest density (on the life of this class, see Sklair, 2001)” (Urry, 2003: 61).

<sup>67</sup> “TNC executives and their local affiliates (corporate fraction), globalizing state and interstate bureaucrats and politicians (state fraction), globalizing professionals (technical fraction); and merchants and media (consumerist fraction)” (Sklair, 2002: 99).

opaska o tome da je još Marx primijetio kako je ta globalna pokretljivost buržoazije ključna za daljnji razvitak kapitala<sup>68</sup>, ali bih nadodala da nije bitna samo ta fizička pokretljivost, nego i virtualna pokretljivost, fluidnost u digitalnoj sferi koja je također esencijalna za (n)ovu klasu – o kojoj ni Marx ni Engels, naravno, nisu mogli ni sanjati. S druge strane autori poput Castellsa (2000.) smatraju da se u tom kontekstu ne može govoriti o klasi, nego o dominantnoj menadžerskoj eliti (pri čemu se možemo prisjetiti njegovih teza o tome da su elite kozmopolitske a narod lokalni). U tom smislu, prema Castellsu, možemo govoriti o *unificiranju simboličkog okoliša elite* na globalnoj razini, pri čemu se slažemo s Castellsom (2000: 441) da je poimanje elita na tragu Wrighta Millsa preusko. Dakle, kada govorimo o procesima fleksibilizacije, na nivou fleksibilizacije radnik/ica pozitivne strane procesa moguće su samo za određeni (najčešće visokokvalificirani) dio radne snage. U ostalim dimenzijama fleksibilizacije procesa rada, samih proizvoda rada, te fleksibilnosti kompanija, nailazimo na nove razine nejednakosti kao i na produbljivanje postojećih nejednakosti.

---

<sup>68</sup> “He argued that the 'need for a constantly changing market chases the bourgeoisie over the whole surface of the globe. It must settle everywhere, establish connexions everywhere' (Marx and Engels 1848/1952:46-7; see also Elster 1985; D.Harvey 2000)” (Urry, 2003: 78).

### 3.1.2. Novi oblici rada. Od plavih ovratnika do njihova nestanka

„Štreberi su previše usmjereni. Pretpostavljam da u tome leži problem. Međutim, upravo im ta sposobnost prevelikog fokusiranja omogućuje da su tako dobri u pisanju kôda: redak po redak, jedan redak u milijunskom nizu. Kad smo se vratili u Zgradu br.7 u tri ujutro, još uvijek su neki čamili u uredu. Naša grupa je imala zadatak isporučiti proizvod u samo 11 dana (Strogo povjerljivo: Nema šanse da uspijemo).“

Douglas Coupland, *Microserfs*<sup>69</sup>

Današnje generacije radnika/ica rade poslove za koje još uvijek ne postoje statističke kategorije, i koji prije samo nekoliko godina nisu ni postojali, a neke od njih nismo mogli ni zamisliti. Nove oblike rada donijele su nam nove tehnološke, ekonomske i političke okolnosti suvremenoga kognitivnog kapitalizma. Naravno, to ne znači da će poslovi kakvi su dosad bili dominantni prestati postajati, na što upozoravaju i autori poput Edgella (2006.). Manualni radnici zaposleni u industrijskim pogonima tzv. „plavi/modri ovratnici<sup>70</sup>“ koji su obilježili razdoblje industrijalizma nisu u potpunosti zamijenjeni te još uvijek djeluju diljem svijeta. Na sličan se način dešavaju transformacije i kod nemanualnih radnika tzv. „bijeli ovratnici“ čime je označen ulazak postindustrijalizma, da bi se ulaskom u kasnu fazu postindustrijalizma u kojem informacije i njene uporabe utječu na društvo i njegove promjene došlo i do novih oblika rada, koje obnašaju novi „tipovi“ djelatnika.

---

<sup>69</sup> „Nerds over-focus. I guess that's the problem. But it's precisely this ability to narrow-focus that makes them so good at code writing: one line at a time, one line in a strand of millions. When we returned to Building Seven at 3:00 a.m., there were still a few people grinding away. Our group is scheduled to ship product in just eleven days (Top Secret: We'll never make it).“ Citat je iz kratke priče *Microserfs* Douglasa Couplanda prema kojem je nastao istoimeni roman. Priča je tiskana u magazinu *Wired* 1994. godine, a govori o grupici ljudi zaposlenih u Microsoftu u ranim 90-im godinama. Dostupna je na <http://www.wired.com/wired/archive/2.01/microserfs.html> (Pristupljeno 23. veljače 2008.). Kod nas je 2002. godine objavljen prijevod knjige pod naslovom „Mikrokmotovi“ u izdanju V.B.Z.-a (prijevod Suzane Sesvečan).

<sup>70</sup> Prijevod „modri ovratnici“ u Drucker (1992.).

Upravo je Peter Drucker (1992: 156) izdvojio „umne radnike“ (*knowledge workers*) kao skupinu koja određuje nove društvene vrijednosti i norme, a kojima je želio pokazati pomak u postposlovno društvo, društvo znanja. Drucker je informatičke stručnjake izdvojio kao jednu od ključnih grupacija sustava organiziranog na informaciji. Samim time ukazao je kako se potreba za industrijskim radnicima tzv. „plavim/modrim ovratnicima“ smanjuje Drucker (1992: 169). S druge je strane Himanen (2002.) analizirao informatičke stručnjake kao umne radnike i ustanovio da njeguju tzv. hakersku radnu etiku<sup>71</sup> za novo informacijsko doba, koja unosi novosti u načine poslovanja kakvi dosad nisu bili prisutni. Hakerska radna etika podrazumijeva *pasiju*, tj. posvećenost nekoj djelatnosti koja nadahnjuje i donosi radost (Himanen, 2002: 5), ali koja ne isključuje naporni rad – hakeri prihvaćaju da obavljanje „čak i zanimljivijih zadaća ne mora uvijek biti čista sreća“ (Himanen, 2002: 14). Neki zaposlenici o svojim radnim mjestima govore kao o „*high-tech sweatshops*“ (Ross, 2008: 43), premda se naravno s pravim *sweatshopovima* ne mogu uspoređivati u pravom smislu riječi.

Možemo reći da se pojavljuje nova radna snaga koju teoretičari poput Andrewa Rossa nazivaju „radna snaga bez ovratnika“ (*no-collar workforce*) pri čemu se ovim terminom želi naglasiti neformalnost kao ključna karakteristika novoga načina rada. Nove radnike/ice Ross opisuje na sljedeći način: „mentalitet radnika 'bez ovratnika' odnosi se na umne radnike kojima napredne tehnološke vještine te sposobnosti rješavanja problema daju određenu mjeru autonomije na radnim mjestima bogatima podacima u informacijskoj industriji na kojima nema strogog nadzora i diskriminacije prema životnom stilu. Nematerijalne nagrade i priznanja, stimulacije i odgovornost koja je povezana sa njihovim poslovima ovim su radnicima jednako važne kao i financijske beneficije“<sup>72</sup> (Ross, 2004: 34). Nova radna snaga bez ovratnika ključna je radna snaga u postfordističkoj organizaciji proizvodnje; ona je fleksibilna, identificira se kroz posao te

---

<sup>71</sup> O hakerskoj etici prvi je pisao Steven Levy u knjizi *Hackers* (1984.).

<sup>72</sup> „(...)the no-collar mentality applies to knowledge workers whose high-tech skills or aptitude for problem-solving wins them a measure of autonomy in data-rich workplace purged of rigid supervision and lifestyle discrimination. The intangible rewards-recognition, stimulation, responsibility-offered by their jobs are almost as important as the financial compensation“ (Ross, 2004: 34).

ga shvaća kao *poziv*. Upravo i zbog intrinzičnih zahtjeva koje poziv nalaže – dolazi i do samoeksploatacije, ali i eksploatacije tih radnika od strane poslodavca.

Postfordistički (fleksibilni) oblici proizvodne organizacije očituju se ne samo u fleksibilnosti sredstava rada, procesa rada te samih proizvoda nego i u fleksibilnosti samih radnika/ica, ali naravno i fleksibilnosti kompanija. Dakle, kada govorimo o razvoju postfordističkih načina organizacije proizvodnje mora se reći da je on uključivao restrukturiranje ekonomskih aktivnosti koja je povezana sa širenjem nezaposlenosti i nestandardnih oblika rada (Edgell, 2006: 100). U tom smislu još uvijek vrijedi ključna podjela radne snage za novo informacijsko doba koja se po Castellsu (2000: 301) zasniva na *središnjoj radnoj snazi (fiksnoj)* i na *raspoloživoj radnoj snazi* koja se može automatizirati, zaposliti/otпустiti, prebaciti u inozemstvo, *outsourcati*, itd., a sve prema trenutačnim zahtjevima tržišta. Dakle, prilikom individualizacije radne snage i radnoga procesa, stvaraju se *novi oblici zaposlenosti* poput: povremeno i privremeno zaposlenih, samozapošljavanja, rada kod kuće u punom vremenu, rada kod kuće izvan punog vremena (Castells, 2000: 404), kao i radne snage „tačno na vrijeme“ (Urry u Castells, 2000: 462) i sl. Nove tehnologije uvode fleksibilnost u osobne radne stilove koji se odražavaju prema različitim oblicima rada i zaposlenosti. Pa tako uzmimo za primjer rad od kuće koji osim beneficija razvija i negativne posljedice (npr. izoliranost od radne sredine i kolega, rad koji prožima cijeli dan i sl.). Ovakvi su načini poslovanja karakteristični za sustave visokog stupnja povjerenja, kakvi su karakteristični za više razine industrijskih organizacija.

Kao jedan od navedenih oblika raspoložive radne snage, onih koji rade na daljinu Castells (2000: 420) dijeli na tri kategorije – zamjenjivače, samozaposlene djelatnike te one koji donose rad kući. Takva raspoloživa radna snaga često su „radnici s portfeljem“ koji svoj profesionalni životopis moraju izraditi tako da budu zanimljivi svojim budućim poslodavcima. Beck i Castells navode kako upravo takva promjena vodi do „smrti karijere“ koja proizlazi iz toga što se radnici sami moraju „brendirati“ i prodavati kao proizvod. Kao što kaže Beck: „S jedne strane, biografske odluke postaju rizičnima jer više ne mogu pratiti zadane modele ili se kao odluke za tradicionalne uloge i same



moraju istrpjeti i podnijeti socijalni (fleksibilizacija ugovora o radu i radnih odnosa), tehnički (genetičko-tehnološki modificirane namirnice) i globalni rizici (ozonska rupa) sa svim svojim proturječjima i nerazrješivostima<sup>73</sup> Beck (2001: 45). Upravo u kontekstu nastajanja novih oblika rada te zaposlenja i negativnih posljedica koje s njima dolaze, s jedne se strane pojavljuje i „nostalgija“ prema starim (sigurnijim) modusima rada/zaposlenosti. Pitanje koje se postavlja, kao što napominju Hardt i Negri (2006.), jest što nam uz promijenjene društvene uvjete donose sve ove promjene u radu (što pozitivne a što negativne) i kako možemo u skladu s prisutnim uvjetima doprinijeti tome da se od rada može živjeti?

### 3.1.3. Nestajanje rada ili nestajanje dokolice?

„Ako je dosada velika emocija TV generacije, usamljenost je velika emocija Web generacije. Izgubili smo sposobnost mirovanja, naše kapacitete za dokolicu.“  
William Deresiewicz, „Kraj samoće“, h-alter.org, 23.2.2009.

„Kada se ostvari hakerski ideal vremena koji sami određujemo, tada će petak (radni tjedan) postati sličniji tradicionalnoj nedjelji ('preostacima života').“  
Pekka Himanen, *Hakerska etika*, (2002: 24)

Ostvarivanje hakerskih snova u kojima radni tjedan počinje sličiti tradicionalnoj nedjelji poprima sve više karakteristika hakerske noćne more. Postavlja se pitanje što ako je u idealizaciji novih mogućnosti rada nešto pošlo krivo te je i *nedjelja postala petak*? Koliko nas klizno radno vrijeme, dijeljenje posla ili rad kod kuće „oslobađaju“ od rada, a koliko nam zapravo prožimaju cjelokupno životno vrijeme? Postavljamo li, na kraju krajeva, krivo pitanje jer podjela na odvojene sfere postaje suvišna u današnje doba suvremenoga kognitivnog kapitalizma? Da li je takva podjela bila značajna jedino u fordizmu?

---

<sup>73</sup> Citat iz 9. fusnote na navedenoj stranici.

Za razliku od teoretičara poput Rifkina koji su bombastično govorili o kraju rada ([1995.], 2005.), mišljenja smo da rad ne nestaje u suvremenome kognitivnom kapitalizmu, nego se iz temelja mijenja. Na taj način slijedimo Castellsove teze koji npr. pobija postavke o stvaranju društva bez posla, koje zastupa više autora<sup>74</sup>, konstatirajući da njihove analize nisu dovoljne te pokazuje kako su se rad i zaposlenost doista promijenili. Ono što nestaje je tradicionalan oblik rada na kakav smo dosad navikli, kao što je stalna zaposlenost, a javljaju se novi oblici rada. Pri tome bi valjalo naglasiti da je ključna karakteristika tih *novih oblika rada* to da su oni *nestalni*, što je direktna posljedica *fleksibiliziranja rada*. Dakle, standardni oblici rada/zaposlenja bivaju zamijenjeni *nestandardnima*. Tako da kada govorimo o „nestajanju“ u kontekstu rada, možemo jedino reći da nestaje radno *mjesto* u doslovnom smislu, ali ne i rad sam.

Fleksibiliziranje rada kao negativnu posljedicu ima ranjivost radnika/ica na brze promjene u fleksibilnoj radnoj mreži, te utječe na opću nesigurnost sveukupne pozicije radnika. Autori poput Virnoa (2004: 55-58) tvrde da su upravo kulturni djelatnici i umjetnici bili među prvima koji su se „odrekli“ svojih radnih prava. Virno također smatra da način umjetničkoga rada kroz povijest nadaje zaključak da upravo iz tih njihovih poteza izvire koncept fleksibilnosti radnih procesa. „U kulturnoj industriji, čak i u onoj arhaičnoj koju su proučavali Benjamin i Adorno, može se zamijetiti najava načina proizvodnje koji će se kasnije, s postfordizmom, generalizirati i uzdići u rang *kanona*“ (Virno, 2004: 56). Radi se o nestandardnome tipu rada/zaposlenja u smislu ugovora, lokacije, radnoga vremena, ali i raspodjeli rada prema rodnom ključu. Međutim, ne može se reći da je njihov specifični način rada „odricanje“ od radnih prava, nego da označava drugačiju prirodu umjetničkoga rada i rada kulturnih djelatnika, iposljedično neadekvatne (*policy*) okvire za zaštitu takvih „nestandardnih“ oblika rada i neprihvatanje nestandardnih oblika rada/zaposlenosti kao jednakovrijednih standardnim oblicima zaposlenosti, te potrebu za iznalaženjem novih načina zaštite i „nove sigurnosti“.

---

<sup>74</sup> Kao što su King (1991.), Rifkin (1995.) Aznar (1993.), Aronowitz i Di Fazio (1994.) (u Castells [2000: 284]).

Upravo u kontekstu kreativne ekonomije procesi fleksibilizacije i individualizacije vode tome da kulturni i kreativni djelatnici postaju *samostalne radne jedinice* (Beck, 2001.)<sup>75</sup>. Premda se uvijek ističu prednosti takvih samostalnih radnih jedinica koje mogu fleksibilno surađivati prema *individualnom izboru* i potrebi sa vrlo velikim brojem odabranih suradnika, ono što se pojavljuje kao negativna strana jest sveopća nesigurnost takve pozicije. U tom kontekstu govorimo o *prekarnosti*: „Tim se terminom, koji u širem smislu označava aktualne životne uvjete, a u užem radne okolnosti i taktike preživljavanja, pokušava obuhvatiti i objasniti kompleksne promjene pozicioniranosti radnika i njihovog rada, okolnosti pod kojima su makroekonomske, proizvodno-produkcijske transformacije, dovele do situacije trajne radne i životne nesigurnosti sve većeg dijela populacije i porast strukturalne nezaposlenosti na mikrorazinama života“<sup>76</sup>. (Hromadžić, 2008: 36) Prekarnost tako počinje biti prevladavajuća za sve oblike rada u suvremenome kapitalističkom društvu, ona više nije iznimka od pravila. Međutim, trebalo bi istaknuti da je prekarnost bila norma puno duži period u povijesti kapitalizma; radnici i sindikati su se relativno „nedavno“ izborili za radnička prava, i to samo u zemljama razvijenog industrijskoga kapitalizma, ali ni to nije dugo trajalo. Dakle, kako ističu Neilson i Rossiter (2008: 54), ukoliko gledamo kapitalizam u široj povijesnoj perspektivi, tada možemo reći da je prekarnost norma u kapitalizmu, a da je fordistička organizacija rada zapravo aberacija ili iznimka. Međutim, model prekarnosti je u suvremenome kapitalističkom društvu infiltriran iz modela nižekvalificiranih radnih pozicija u ove višekvalificirane (Ross, 2008.). I premda su u posljednjem desetljeću, uslijed djelovanja operaističke škole, analizirane mogućnosti solidarnosti između ovih različitih prekarnih pozicija, u tome trebamo biti oprezni upravo radi objektivnih različitosti kao i subjektivnih procjena pozicija (Gill i Pratt, 2008: 21).

---

<sup>75</sup> Iz Beckovih teza možemo iščitati Gorzovu analizu o smrti karijere i nastanku radnika s portfeljom, tj. radnika kao „individualnog poduzeća“ (prema Kalanj, 2004: 134).

<sup>76</sup> Koncept prekarnosti zapravo ima kršćansko ishodište (detaljnije o prekarnosti vidi više u Hromadžić, 2008: 37-38). S druge strane, Bauman (2006: 124) naglašava Bourdieovu ulogu u uvođenju samoga koncepta *précarisation*.

Može se reći da nesigurnost dominira u svim sferama života i rada; pa tako sada nestaje i minimum zaštite koji je država osiguravala radnicima/ama. U suvremenome neoliberalnome kapitalizmu koji prelazi granice te iznalazi načine da zaobide dogovorenu zakonsku regulativu, pod izlikom gospodarskog rasta, traži se da sama država odustane od „neprofitabilne“ zaštite rada. Pritom se kao važnije vrednuju investicije kakve će posljedice one imati na kvalitetu života građana: „Ne uviđa se činjenica da se pod zastavom globalizacije na kocku ne stavljaju samo sindikati, već i politika i država. Političari različitih stranaka, iznenađeni i fascinirani tim 'omekšivačima institucija', tek maglovito počinju naslućivati da se, kao što je to opisao stari Marx, pretvaraju u vlastite 'grobare'“ (Beck, 2003: 10). Tako nestabilnost te nužnost promjene ekonomskih i društvenih sustava koju ona za sobom povlači u suvremenom globaliziranom svijetu postaje evidentna.

Možda se u posljednjih nekoliko godina samoj temi nesigurnosti rada/zaposlenosti poklanja i previše pažnje, jer je nesigurnosti u radu bilo i prije, pogotovo kada govorimo o radničkoj klasi. Sada kada se radi o (ne)sigurnosti „menadžerske klase“, zatim tzv. kreativne klase i analognih tipova zaposlenja, onda ova tema postaje „vruća“. Giddens tako tvrdi da je nesigurnost koju imaju menadžeri i sl. ipak manja nego u drugim manje kvalificiranim skupinama (kao što je pokazao Lilley i sur., 1996., u Giddens, 2007: 412). Dakle, može se reći da je prekarnost postala postulat rada u suvremenome kapitalističkom društvu, koje na taj način vrši određenu *kontrolu*, kao što ističe Ross (2008: 44). Radi se o različitim razinama nesigurnosti ovisno o radnim kvalifikacijama, tj. ona se smanjuje s porastom kvalifikacija, zaključuje Giddens. Možemo govoriti o prekarnosti i u slučaju visokokvalificiranih i nižekvalificiranih radnih pozicija. S obzirom da u oba slučaja govorimo o nestandardnim oblicima rada/zaposlenosti te samim time nesigurnosti zaposlenja, fleksibilnosti itd., trebamo biti oprezni jer je riječ o različitim razinama i kontekstima prekarnosti. Također, može se govoriti o eurocentризmu i androcentризmu u analizi rada. Bolje reći, o prekarnosti radnih pozicija počelo se diskutirati kada je ugrožen „zapadni muški radnik“ (Fantone u Gill i Pratt, 2008: 11), iako su dotad nesigurne radne pozicije žena, kao i drugih prekarno zaposlenih, bile zenemarivane diljem svijeta.

Promjena strukture rada djeluje dakako i na samog radnika/icu, pa je tako Sennet proučio drastično različite radne putanje koje su se dogodile unutar jedne generacije, i to s naglaskom na učincima suvremenog načina rada na karakter osobe. „Naime, očekivanja koja se danas postavljaju pred radnike – da budu prilagodljivi, mobilni i skloni preuzeti rizik – izravno su suprotna mnogim od ključnih osobina snažnoga karaktera, a to su lojalnost, usmjerenost na dugoročne ciljeve, privrženost poslu, povjerenje i odlučnost“ (Sennet u Giddens, 2007: 413). Na sličan način Brian Holmes govori o novom obliku otuđenja unutar suvremenoga kapitalizma koji dovodi do stvaranja *fleksibilne ličnosti* koja „predstavlja suvremeni oblik mogućnosti vladavine, pounutren i kulturaliziran obrazac „meke“ prisile koja se svejedno može dovesti u izravnu vezu sa čvrstim podacima o uvjetima rada, postupcima birokracije i policije, graničnim politikama i vojnim intervencijama“ (Holmes, 2003: 131). Takva konfiguracija fleksibilne ličnosti, smatra Holmes, je novi oblik društvene kontrole suvremenoga kapitalizma, koji treba prepoznati i pokušati promijeniti kroz kritičko djelovanje. Čini se da je Holmes dobro prepoznao zamku nepodnošljive lakoće fleksibilnosti.

Kako se transformira područje rada, posljedično se mijenja i slobodno vrijeme/dokolica; jednostavnije rečeno, uz fleksibiliziranje radnog vremena fleksibilizira se i slobodno vrijeme. Na taj je način dokolica također posvema promijenjena, i to ne samo kada analiziramo tko si ju može priuštiti i pod kojim uvjetima, nego i to kako će se slobodno vrijeme provoditi i kakvo će ono biti. Ako netko i pronade vrijeme za „čistu“ dokolicu, susrest će se s njenom industrijalizacijom, i to na svim razinama. To dakako nije nov fenomen – industrijalizaciju slobodnog vremena već su davno analizirali pioniri kritičke teorije, kako to ističe Švob-Đokić (2008: 56). Ono što se dogodilo kao promjena, s obzirom na vrijeme o kojem su govorili Adorno i Horkheimer, je to što sada ta industrijalizacija nije samo sveprožimajuća u kulturi, nego i u cijelom društvenom životu. Pozivajući se na Lanzzerotija, Hardt i Negri, ukazuju na dominaciju nematerijalnog rada u suvremeno neoliberalno doba, u kojem je simbolička proizvodnja preuzela primat. Iz kreativne

ekonomije proizlazi da je stvaranje kapitala zapravo stvaranje samoga društvenog života, kako navode Hardt i Negri (2006: 336)<sup>77</sup>. Dakle, industrijski rad gubi svoj primat pa ga zamjenjuje nematerijalni rad (*immaterial labor*), koji Hardt i Negri dalje definiraju kao biopolitički rad (*biopolitical labor*) ili „rad koji stvara ne samo materijalna dobra, nego i odnose, tj. i društveni život sam“<sup>78</sup> (2006: 109). U tom je smislu i slobodno vrijeme proizvod kao i resurs (biopolitičkog) rada.

U tom se kontekstu postavlja pitanje koliko nam rada i koliko nam dokolice preostaje? Radi li se u tom slučaju o *prividu* fleksibilizacije radnog vremena, koje je fleksibilno utoliko što neprekidno moramo biti spremni na rad? Ako su na taj način rad i dokolica u *stand by* poziciji, koliko „dobrovoljno“ postajemo robovi rada? Parafraziramo li Rifkinovu tezu, umjesto o kraju rada možemo govoriti, zapravo o *kraju dokolice*; slobodno vrijeme postaje besplatan rad<sup>79</sup>. Upravo nesigurni ugovorni uvjeti pod kojima se rad odvija postavljaju radnike/djelatnike u takvu poziciju da ne mogu odbiti „raditi na zahtjev“, jer će se možda već sutra naći netko drugi tko će pristati na takve (nepovoljne) uvjete. S druge strane, uz sveopću fleksibilizaciju sami djelatnici i njihova publika se sve više primiču, a u nekim se slučajevima radi i o mijenjanju uloga pa tako i publika postaje (su)stvaratelj. Kao što to napominje Deuze (2007: 259) u svojoj analizi medija, ta kontinuirana nestalnost rada djelatnika/ica u medijskim industrijama obilježena je stalnim promjenama poslova, s naglaskom na stvaranju vlastitoga portfelja. Karijera postaje ne samo posao već sveukupni način života u kojem se sve više gube granice između rada, života i igre, a razlika između stvaralaštva tj. proizvodnje i potrošnje nije uvijek jasna<sup>80</sup>. Transformirani (biopolitički) rad uslijed

---

<sup>77</sup> „Indeed when the products of labor are not material goods but social relationships, networks of communication, and forms of life, then it becomes clear that economic production immediately implies a kind of political production, or the production of society itself“ (Hardt i Negri, 2006: 336).

<sup>78</sup> „It might be better to understand the new hegemonic form as biopolitical labor, that is, labor that creates not only material goods but also relationships and ultimately social life itself“ (Hardt i Negri, 2006: 109).

<sup>79</sup> “ (...) ‘free time’ becomes ‘free labour’ (Terranova, 2000)” (u Gill i Pratt, 2008: 17).

<sup>80</sup> „The liquidity of contemporary media work is exemplified by the patchwork career (Lutz, 2000) of a portfolio worklife (Handy, 1998[1989]), or rather work-style (Deuze, 2007), signalling a continuous

kojeg je radnik stalno „na čekanju“ te uvijek dostupan, čime se prožima slobodno vrijeme, pretpostavlja sve veće i nove zahtjeve o promjenama temeljnih radnih prava djelatnika/ica.

### 3.2. Rad u kreativnoj ekonomiji

U istraživanju kreativne ekonomije rad i zaposlenost su sve donedavno bile zanemarene kategorije (Lovink, Rossiter, 2007.). Kao prvo, dosadašnja su istraživanja uglavnom bila usredotočena na mapiranje kulturnih/kreativnih industrija kao naj snažnijeg dijela kreativne ekonomije te na prikazivanje njihova brzog ekonomskog rasta najčešće radi izrade policy-dokumenata. Kao drugo, jedan dio istraživanja kulturnih/kreativnih industrija pružio je kritičku analizu samoga područja i kritiku fenomena industrijalizacije kulture. Upravo i radi njene posebnosti zbog proizvodnje simbola i značenja s jedne strane te njena ubrzanog rasta (kako ekonomskoga tako i značenjskoga) s druge strane, područje kreativne ekonomije predstavlja kompleksan predmet istraživanja - postavlja se pitanje što sve točno stoji iza razvoja kreativne ekonomije? Tko su akteri koji su zaslužni za rast toga sektora i kakvi se radni uvjeti skrivaju iza tog rasta? Da li je uistinu posao u kreativnoj ekonomiji „posao iz snova“ ili je samo „zgodan posao ukoliko ga možeš dobiti“<sup>81</sup>, kako to eksplicira Ross (2007: 17)? Iz tih ćemo se razloga ovdje fokusirati na analizu promjene strukture rada u kreativnoj ekonomiji pod kojom podrazumijevamo analizu rada kulturnih djelatnika koji funkcioniraju unutar industrijaliziranih procesa kulturne/kreativne proizvodnje.

---

blurring between the boundaries of work, life and play, as well as between production and consumption“ (Deuze, 2007: 259).

<sup>81</sup> „Nice work if you can get it“ je istoimeni naslov Rossovog članka (u Lovink i Rossiter (2007.)), koji je aluzija na sam naslov i situacije iz romana Davida Lodgea pod naslovom *Nice Work* iz 1988. godine.

### 3.2.1. Obilježja kreativne ekonomije

Fleksibilnost radnoga procesa, diversifikacija radnog vremena i radnog rasporeda, fleksibilnost radnog mjesta i nesigurnost radnoga položaja ključni su procesi u razmatranju kreativne ekonomije. No, po čemu bismo mogli izdvojiti ovo područje? Što ga čini specifičnim u kontekstu promjena rada/zaposlenosti? Kao prvo, trebalo bi napomenuti da je kreativna ekonomija orijentirana na simboličku proizvodnju i to ju čini područjem *visokog rizika*. Prema Hesmondhalghu (2002.) pod područjem visokog rizika podrazumijeva se da simbolička proizvodnja ima vrlo visoke troškove proizvodnje, a niske troškove (ponovne) izvedbe/reprodukcije; ona je ovisna o trenutačnoj modi i njeni krajnji proizvodi su polujavna dobra – te je tako potrebno da se stvara umjetna nestašica (Hesmondhalgh, 2002: 17). Takva visoka rizičnost nije samo relevantna za investitore, nego je upravo ključna za one koji stvaraju u kreativnoj ekonomiji kada se radi o prekarnosti njihovih pozicija. Kako ističu Gill i Pratt (2008: 4), prekarnost je ključna karakteristika rada kulturnih djelatnika, sa tendencijom k individualizaciji radnih pozicija – prema *radnicima s portfeljom*.

Kao drugo, McRobbie (2002.) nas upozorava kako je kreativna ekonomija zapravo *ekonomija lutrije* gdje „pobjednik uzima sve“<sup>82</sup>. Međutim, upravo će Anderson (2006.) ukazati da ova teza više ne stoji; dugoročno gledano izlazimo iz ekonomije *hitova* i ulazimo u ekonomiju *niša* – nove tehnologije omogućuju *nehitovima* da pronađu svoja *nišna* tržišta (Negroponte u Jenkins (2006: 5). Banks (2007.) također podupire ovu tezu podacima kako je većina djelatnika u kreativnoj ekonomiji daleko od zvjezdanog statusa; glavnina ih zapravo radi u anonimnim poduzećima te funkcioniraju „od

---

<sup>82</sup> Na isti fenomen upozorava Towse (2002.) i naglašava da ga je opisao i Adam Smith u prvoj knjizi *Bogatstva naroda* kao „the lottery of the law“, tj.: “very low rewards go to the majority of those who work in these industries and very high rewards to the few, whom we nowadays call superstars”. Navedeni fenomen opisan je i u teorijama mreža (vidi Barabasi, 2006.).



projekta do projekta“ na vrlo niskim plaćama<sup>83</sup>. U tome se smislu može reći da se kreativna ekonomija transformirala na taj način da u njoj paralelno egzistiraju i ekonomija lutrije i ekonomija niša, s tim da prvotna gubi primat.

Treća posebnost kreativne ekonomije bilo bi *zapošljavanje visokokvalificiranih stručnjaka/kinja*. Uzmimo za primjer EUROSTAT-ove podatke koji pokazuju kako: „Aktivna populacija zaposlenih u području kulture u zemljama EU25 je u prosjeku bolje obrazovana nego ukupna radna snaga: podaci za 2002. godinu pokazuju da je 40% kulturnih djelatnika završilo fakultet, dok je u ukupnoj zaposlenosti 24% fakultetski obrazovanih“<sup>84</sup> (2004.). Slične trendove pokazuju nam i podaci koje nam pruža KEA (2006: 88) gdje je taj odnos 46% naprema 25,7% u EU25 za 2004. godinu. Kao četvrtu posebnost valja istaknuti da je kreativna ekonomija područje u kojem se traži visok stupanj *inovativnosti*; a kao posljednju posebnost kreativne ekonomije mora se izdvojiti kako je ona zasnovana na *mrežnom pristupu horizontalne prirode*, što prvenstveno proizlazi iz upotrebe novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Informacijske i komunikacijske tehnologije u velikoj mjeri utječu na rad kulturnih djelatnika/ica; Hardt i Negri (2000: 291) tako tvrde da se radi o procesu „informatizacije“ rada i života, pri čemu je taj proces višeznačan – kulturni djelatnici mogu na više načina koristiti informacijske i komunikacijske tehnologije, nego što ga kapital može kontrolirati.

U tom je smislu važno istaknuti da inovacije IKT-a, a potom i implikacije koje donosi digitalizacija, zakonodavni okvir nije uvijek adekvatno popratio – pa tako trenutačni zakoni koji se tiču sadržaja u digitalnom obliku i prijenosa tih istih sadržaja kaskaju za njihovim razvojem. Nove načine prikazivanja i distribucije sadržaja, na primjer *peer-to-*

---

<sup>83</sup> “In fact, the majority of cultural workers toil in relatively anonymous enterprises, either living off the erratic incomes from ‘projects’ or more conventionally on low or subsistence-level wages” (Banks, 2007: 11).

<sup>84</sup> “Active population within the cultural field in the EU25 is generally better educated than the total labour force: 40% of cultural workers were university graduates in 2002, compared to 24% for total employment” EUROSTAT (2004.).

*peer* (p2p) i *Bit Torrent*, različite web-stranice i alati za društveno umrežavanje (*MySpace*, *Facebook*, *Last.fm*, itd.) trenutna legislativa nije u mogućnosti slijediti. *Web 2.0* je okruženje koje je zasnovano na participaciji sudionika te sadržaju i uslugama koje stvaraju korisnici. Upravo je taj promjenjeni kontekst potrebno promotriti i kroz zakonsku regulativu. Softver otvorenoga koda (*Open Source Software*), „opće javne licence“ (*General Public Licence*) i *Creative Commons* licence zasnovane su na ideji otvorenosti i slobodne razmjene, a neki su od alternativnih odgovora na gore navedene nove uvjete. Uspjeh projekata otvorenoga koda (kao što je Linux) i zajedničkog rada (kao što je Wikipedia) pokazuju koliko daleko takav pristup može dovesti u novostvorenim uvjetima. Još prije nekoliko godina ti su se projekti činili utopijskima, no danas se natječu sa svojim komercijalnim pandanima, pa su tako informacijske i komunikacijske tehnologije utjecale i na *boom* kreativne ekonomije na dotad „neočekivanim“ mjestima. Tako je, primjerice, nigerijska filmska produkcija jedna od svjetskih filmskih produkcija koja se najbrže razvijaju; tzv. Nollywood proizvodi više od 1200 filmova godišnje i to ne samo za lokalnu, nego i za međunarodnu distribuciju<sup>85</sup>, a filmska industrija u Nigeriji slijedi nakon poljoprivrede kao industrija koji zapošljava najveći broj ljudi. Upravo je za ovakav tip industrije ključan faktor razvoja bila digitalna tehnologija koja je omogućila brzu i jednostavnu proizvodnju i distribuciju, te veću fleksibilnost u radu kao i snižavanju troškova na svim razinama.

Anderson (2006.) ukazuje na još jednu promjenu u samome načinu komuniciranja i razmjene u mrežnom okruženju; pojava „društvenog umrežavanja“ daje komunikaciji posve novu dimenziju - dimenziju *veće participativnosti* kako stvaratelja tako i korisnika. Ujedno, razvija se *nišna ekonomija* koja nije samo bitna za individualne korisnike, nego i za kompanije – što je Andersonov primarni fokus jer ga analizira kroz primjere iz kreativne ekonomije. Naravno, tehnologija nije jedini čimbenik koji

---

<sup>85</sup> „In the *2005 Atlas of World Cinema* published by the French magazine *Cahiers du Cinema*, Nigeria is featured with an impressive amount of more than 1200 movies produced during that year. It is interesting to note that India produced 911 and the United States produced 611 on that same year, according to the magazine” (IDRC, 2007: 19).

odlučuje o razvoju određenoga (informatijskoga) društva kao što je pokazao Castells (2000: 241) na primjeru Japana i Amerike. U svom je istraživanju Castells ukazao da su širenje informacijske zaposlenosti odnosno zaposlenosti u informatijskom sektoru i razvoj informatijskoga društva dva odvojena procesa. Kada govorimo o razvoju kreativne ekonomije mora se istaknuti da nije dovoljan samo razvoj IKT-a, nego i unaprijeđenje kulturne infrastrukture, poslovne infrastrukture, itd.

Treba nadodati da se, bez obzira na razvijanje inovativnih oblika organizacijske logike potaknute novim tehnološkim dostignućima, ne smijemo previše oslanjati samo na mrežnu komunikaciju kao ključni eksplikacijski faktor razvoja kreativne ekonomije. Prostorna je dimenzija ipak još uvijek važna kao i neposredna komunikacija među ljudima koja, osim one svrsishodne odnosno namjerne komunikacije, sadrži i onu usputnu, nenamjernu i emotivnu komponentu. Jasno je da jedan oblik komunikacije ne zamjenjuje drugi, nego se oni nadopunjuju i razvijaju paralelno. Bez obzira koliko je za razvoj kreativne ekonomije važno djelovanje „u mreži“, za istu je bitna i ta prostorna dimenzija, pri čemu se pod tim prvenstveno misli na područje gradova. Pa su tako istraživanja na području kulturne geografije, kao što je pitanje stvaranja „klastera“ i urbane regeneracije gradova putem kulturnih projekata, doprinijela boljem razumijevanju važnosti prostorne dimenzije za kreativnu ekonomiju (Radcliffe, 2006.). Argumentaciju važnosti gradova za razvoj kreativne ekonomije, između ostalih, dali su i Scott (1999.), Castells (2000.)<sup>86</sup>, Florida (2002., 2007.), Landry (2000.) i drugi. Naime, gradovi sadrže koncentraciju znanja, tehnološke i ostalih razina inovativnosti, kao i kulturne infrastrukture, financijskih institucija i ljudstva čije je međudjelovanje nužno za razvoj nove kreativne ekonomije.

---

<sup>86</sup> Castells pak razvija model *megagradova* kao jednih od glavnih obilježja urbanizacije trećeg tisućljeća, (kako je navedeno u prvom poglavlju).

### 3.2.2. Rad u kulturnim/kreativnim industrijama

U analizi rada/zaposlenosti u ovom ćemo se dijelu ograničiti na podatke o kulturnim/kreativnim industrijama kao najpropulzivnijem dijelu kreativne ekonomije. U tom bi kontekstu valjalo spomenuti da je u periodu od 2000. do 2005. promet u proizvodima i uslugama kreativnih industrija na svjetskoj razini rastao po godišnjoj stopi od 8,7%, kao što to pokazuju podaci UNCTAD-a (2008: 24). Pritom nije zanemariv doprinos kulturnih/kreativnih industrija u zaposlenosti – on se kreće oko 2-8% radne snage, što doduše ovisi o samoj definiciji polja. Mora se napomenuti da rad/zaposlenost u ovome području ima specifične karakteristike jer zahtjeva visok stupanj obrazovanja i kvalifikacija kao i veliku radnu intenzivnost, kako je istaknuto u izvještaju UNCTAD-a (2008: 25).

Međutim, upravo iz poteškoća u definiranju samoga područja posljedično proizlazi i problem u definiranju rada i zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama. Za ilustraciju podjele djelatnika uzmimo Hesmondhalghovu klasifikaciju analize organizacije rada u kulturnim industrijama koja razlikuje četiri temeljne grupe djelatnika - ključno kreativno osoblje, tehnički zanatski djelatnici, kreativni menadžeri te vlasnici i rukovoditelji<sup>87</sup> (Hesmondhalgh, 2002: 52-53), pri čemu je rad u (autonomnim) projektnim timovima od ključne važnosti za kulturne/kreativne industrije. U ovom radu koristimo pojam „kulturnih djelatnika/ica“ kada želim opisati sve radnike u kulturnim/kreativnim industrijama koji djeluju na razinama kulturne proizvodnje, distribucije i interpretacije te kulturnog menadžmenta.

U tom smislu, kada govorimo o zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama, možemo govoriti o tri različite situacije<sup>88</sup>, pri čemu u podjelu uključujem i „kreativna“ i „nekreativna“ zanimanja. Prva se situacija odnosi na *kulturne djelatnike/ice koji rade u*

---

<sup>87</sup> U izvorniku: *primary creative personnel, technical craft workers, creative managers, owners and executives*.

<sup>88</sup> Prema KEA (2006: 75), s tim da se u KEA-inoj studiji podaci odnose na kulturni sektor.

*kulturnim/kreativnim industrijama* (npr. spisatelj/ica u izdavačkoj industriji); druga se odnosi na *kulturne djelatnike/ice koji rade izvan kulturnih/kreativnih industrija* (npr. dizajnerica u automobilskoj industriji); te treća se odnosi na *djelatnike ostalih profesija koji rade u kulturnim/kreativnim industrijama* (npr. tajnik u glazbeno-produkcijskoj kući)<sup>89</sup>. Na taj se način može primjetiti i velika razlika između djelatnika u kulturnim/kreativnim industrijama (npr. između onih koji proizvode sadržaje te onih koji „menadžeriraju“ proizvodnju tih sadržaja, što je već spomenuta podjela na „kreativna“ i „nekreativna“ zanimanja). Međutim, te razlike još dodatno usložnjavaju i diverzifikacije između samih djelatnosti – primjerice razlike između (uvjeta i načina) rada/zaposlenosti u arhitekturi ili u filmskoj industriji. Percepcija nekih djelatnika/ica da se kod njih radi o pozivu dodatno usložnjava same radne pozicije i podjelu.

U studijama o kulturnim/kreativnim industrijama oblik rada i zaposlenja u ovome je području najčešće definiran kao *atipični oblik zaposlenosti* odnosno, kako je prethodno definirano, nestandardni rad/zaposlenost, koji odlikuje postfordizam. Kako je istaknuto u studiji o radu u kulturnom sektoru EU-a u doba digitalizacije, „atipični oblici zaposlenosti u kreativnim industrijama su fleksibilnost, mobilnost, rad po projektima, kratkoročni ugovori, rad na određeno vrijeme, volonterske i nisko plaćene aktivnosti, pseudo-zapošljavanje, pseudo-samozapošljavanje/freelancing“<sup>90</sup> (MKW, 2001: 27). Upravo su to sve oblici tzv. nestandardnog rada/zaposlenja kako ga je ocrtao Edgell (2006.), ali i oblici neplaćenog rada te podzapošljavanja. U tom bi kontekstu bilo nužno istaknuti i poseban položaj umjetnika/ica kao specifične kategorije kulturnih djelatnika/ica čiji rad obilježavaju slične karakteristike. Towse nudi objašnjenje položaja umjetnika/ica: „umjetnici najčešće rade nekoliko poslova; dominiraju *freelance* i samostalni djelatnici, rad je neredovit, ugovori su kratkoročni, zaštita

---

<sup>89</sup> U tom bismo kontekstu mogli spomenuti štrajk djelatnika na određeno vrijeme u sektoru kreativne ekonomije iz 2003. godine. (Za više informacija vidi *Les precaires associes de Paris* <http://pap.ouvaton.org/>) Za primjer također može poslužiti i štrajk scenarista u Hollywoodu tijekom 2007. godine.

<sup>90</sup> „The atypical forms of employment in creative industries are flexibility, mobility, project work, short term contracts, part-time work, voluntary or very low-paid activities, employee-like, pseudo-self-employment/freelancing“ (MKW, 2001: 27).

zaposlenja je mala; budućnost karijere je nesigurna; plaće su nejednake, umjetnici su mlađi od ostalih djelatnika; a radna snaga je u porastu<sup>91</sup> (Towse u Hesmondhalgh, 2007: 59). Status umjetnika/ca na taj je način izrazito prekaran, zbog čega je u određenim zemljama reguliran posebnim policy-odredbama kojima se nastoji smanjiti razina te prekarnosti.

Zanimljivo je to što broj „atipičnih zaposlenja“ svakoga dana sve više raste i samim time postaje sve „tipičniji“ kao oblik zapošljavanja općenito. Kako pokazuju indikatori u nastavku teksta, to je najviše izraženo u sektoru za kulturu. U analizi zaposlenosti kulturnih djelatnika u Europi, koju nam pruža EUROSTAT, pokazuje se da je zaposlenje kulturnih djelatnika sve nesigurnije, sve je veći broj djelatnika koji imaju „atipični oblik zaposlenja“: „ (...) 18% kulturnih djelatnika radilo je na određeno radno vrijeme u usporedbi s 12% ukupne radne snage država EU25 u 2002. godini; 25% kulturnih djelatnika bilo je honorarno zaposleno u usporedbi s 17% EU radne snage i 9% kulturnih djelatnika imalo je više od jednog zaposlenja, tri puta više od ukupno zaposlenih (3%)“<sup>92</sup> (EUROSTAT, 2004). Slične nam podatke daje i sljedeća studija: „dok u ukupnoj zaposlenosti ima 17.6% zaposlenih na pola radnog vremena, u kulturi je to svaki/svaka četvrti/a“<sup>93</sup> (KEA, 2006: 95). Postotak nezavisnih djelatnika više je nego dvostruko veći u kulturnome sektoru nego u ukupnoj zaposlenosti, dok je broj zaposlenih na pola radnog vremena viši u kulturnom sektoru nego u ukupnoj zaposlenosti (KEA, 2006: 91-95). Ista studija također ističe kako veći broj zaposlenih u kulturnome sektoru ima nekoliko poslova istovremeno, za razliku od ukupnog broja

---

<sup>91</sup> „For Towse, these have the following features: artists tend to hold multiple jobs; there is a predominance of self-employed or freelance workers, work is irregular, contracts are short-term, and there is little job protection; career prospects are uncertain; earnings are very unequal; artists are younger than other workers; and the workforce appears to be growing“ (Towse u Hesmondhalgh, 2007: 59).

<sup>92</sup> “ (...) 18% of cultural workers had temporary jobs compared to 12% for the total labour force in the EU25 in 2002; 25% of cultural workers had a part time job against 17% of the EU work force, and 9% of cultural workers had more than one job, three times more than for total employment (3%)” (EUROSTAT, 2004.).

<sup>93</sup> “Whereas in the total employment 17,6% of the workers work on a part-time basis, this share is of one worker out of four in the cultural sector” (KEA, 2006: 95).

zaposlenih. Dakle, može se reći *da je u kulturnome i kreativnome sektoru na europskoj razini veći broj nestandardno zaposlenih* nego u ukupnoj zaposlenosti, tj. da je veći broj honorarno zaposlenih, zaposlenih na pola radnog vremena, povremeno zaposlenih te onih koji su istovremeno zaposleni na nekoliko poslova tj. ima *dodatne poslove*.

Postavlja se pitanje tko su ti djelatnici/ice koji rade u takvim uvjetima? Tko najlakše podnosi takav način rada i kome on odgovara? U tom je smislu zanimljiv opis medijske teoretičarke Marie-Luise Angerer koja za djelatnika/icu u kreativnoj ekonomiji kaže da je to: „najčešće osoba između 25 i 30 godina, vrlo vješta, fleksibilna osoba, psihološki čvrsta, nezavisna, nevjenčana, nije vezana uz neku određenu lokaciju, i spremna je prihvatiti bilo kakvu priliku iz područja umjetnosti, glazbe ili filma“<sup>94</sup> (Angerer u MKW, 2001: 18). Imajući u vidu negativne ali i pozitivne karakteristike ovoga tipa rada, mora se primijetiti da je ovo područje privlačno mlađima prvenstveno zbog svoje dinamičnosti. Rad u kreativnoj ekonomiji podrazumijeva velika ulaganja na samom početku karijere, kada se u mnogo situacija od djelatnika očekuje i volonterski rad: „Još jedna značajka usiljene mladolikosti je očekivanje da se radi besplatno“<sup>95</sup> kritizira tako McRobbie (2002.). Tip rada u kreativnoj ekonomiji „podrazumijeva“ potpunu predanost poslu, identifikaciju s poslom kao takvim: „Poticaj, štoviše uvjeravanje individue da pronade smisao života u radu, da se identificira sa radom, je novi normativni način osiguravanja 'civilizacije kroz identifikaciju“<sup>96</sup> (Rose u McRobbie, 2002.). Upravo Ross (2008: 34) također navodi da višestruka etnografska istraživanja pokazuju kako zadovoljstvo radom u kreativnim industrijama u konačnici biva skupo plaćeno i to dugim radnim satima, ustupcima u cijeni radi odgovarajućeg estetskog

---

<sup>94</sup> “A cultural worker - according to media theoretician Marie-Luise Angerer’s diagnosis – is ‘on average a 25-30-year-old, multiskilled, flexible person, psychologically resilient, independent, single, unattached to a particular location, who jumps at whatever opportunity there is to be had in the field of art, music or the media’” (Angerer, 1999, 26).

<sup>95</sup> „Another feature of enforced youthfulness is the expectation of working for nothing“ (McRobbie, 2002.).

<sup>96</sup> „The encouragement, indeed the exhortation, to the individual to find the meaning of life in work, and to identify with work, is a new normative way of ensuring 'civilisation through identification'“ (Rose u McRobbie, 2002.).

priznanja, samoekspozicijom poradi autonomije te zamjenjivošću u razmjenu za fleksibilnost<sup>97</sup>. U tom bi smislu trebalo razvijati okvire za zaštitu takvih „nestandardnih“ oblika rada kako bi postali jednakovrijedni standardnim oblicima zaposlenosti.

Treba napomenuti da za razvoj kreativne ekonomije nije bitna samo komercijalna razmjena, nego su postali važni i *nekomercijalni oblici razmjene*. Novi nevladnički (*non-proprietary*) projekti, koji su zasnovani na suradnji velikog broja ljudi, utječu na razvoj kulture i kreativnosti, kao što je to Benkler primijetio: „Niz promjena u tehnologijama, ekonomskoj organizaciji i društvenim navadama proizvodnje u ovom području stvorili su nove prilike za načine stvaranja i razmjene informacija, znanja i kulture. Ove promjene povećale su ulogu netržišne i ne-vlasničke proizvodnje, kako kod pojedinaca tako i kod zajedničkih pokušaja unutar širokog spektra slabije ili čvršće povezanih suradnji“<sup>98</sup> (2006: 2). Primjer takvoga novog modusa rada u području kreativne ekonomije sve su više procesi *crowdsourcinga*. *Crowdsourcing* je davanje zadataka (najčešće na osnovi javnoga poziva) nekoj neodređenoj grupi ljudi ili zajednici<sup>99</sup>, radi bržeg i efikasnijeg rješavanja problema. Rješenje problema ostaje u rukama naručitelja, koji ponekad nudi naknadu za obavljen zadatak, a nekada je slava

---

<sup>97</sup> „Yet the ethnographic evidence on knowledge and creative industry workplaces shows that job gratification, for creatives, still comes at a heavy sacrificial cost – longer hours in pursuit of the satisfying finish, price discounts in return for aesthetic recognition, self-exploitation in response to the gift of autonomy, and dispensability in exchange for flexibility“ (Ross, 2008: 34).

<sup>98</sup> “A series of changes in the technologies, economic organization, and social practices of production in this environment has created new opportunities for how we make and exchange information, knowledge, and culture. These changes have increased the role of nonmarket and nonproprietary production, both by individuals alone and by cooperative efforts in a wide range of loosely or tightly woven collaborations” (Benkler, 2006: 2).

<sup>99</sup> Jeff je Howe prvi koristio ovaj pojam u članku „Rast *crowdsourcinga*“ u časopisu *Wired* u svibnju 2006. godine, premda je taj termin i prije upotrebljavan u tumačenjima novih modela biznisa kao što su *iStockphoto*, i sl. Ekonomske se analize takvoga načina razvoja poslovanja mogu naći u djelima kao što su *Wikinomics* autora D. Tapscotta i A.D. Williama ili npr. u popularno-znanstvenim naslovima poput *The Wisdom of Crowds* J.Surowieckog, i sl. Takav način rada povezuje se i uz koncept „inteligencije roja“ (*swarm intelligences*) koje su na tragu istraživanja znanja „mnoštva“.



jedina nagrada. Upravo nam ova forma rada ukazuje na pojavu novog fenomena – pojavu *zajedničkog rada za opću dobrobit*, kakav se javlja kod mreža inženjera i aktivista Slobodnog softvera/Softvera otvorenog koda (*Free/Open Source Software - FOSS*) koji motivaciju pronalaze u samom postignuću i priznanju ostalih članova FOSS zajedice. U slučaju FOSS-a radi se o potpunom prožimanju radnog vremena i vremena dokolice – nekadašnja stroga odvojenost ovih dviju sfera je nestala. Međutim, kada korporacije preuzmu modele ne vlasničke (*non-proprietary*) razmjene, tada se postavlja pitanje koliko one iskorištavaju rad za opće dobro. „Zavedene mogućnostima korištenja neplaćenih stručnjaka, tehn-multinacionalke sve više usvajaju softver otvorenog koda kakav je Linux. Na taj način pojačavaju opću zabrinutost da će princip slobodnog softvera za sve ljude na kraju značiti besplatan rad za korporacije“<sup>100</sup> (Ross, 2007: 20).

Upliv novih tehnologija u kreativnoj ekonomiji podrazumijeva i problem pristupa koji implicira i pitanja prava intelektualnog vlasništva (PIV) od kojih su najčešća autorsko pravo, patenti, zaštitni znakovi te dizajn. U novonastalim uvjetima, kada simbolička proizvodnja postaje dominantni oblik proizvodnje, u kojem je taj krajnji proizvod fizički neopipljiv (ili je eventualno zabilježen na nosaču, čija materijalna vrijednost sama po sebi nije velika), pitanja vlasništva nad tim istim sadržajem postaju dominantna, pogotovo kada se radi o velikom profitu te kada su uključene u igru multinacionalne korporacije. S druge strane, pitanja javne domene, dostupnosti (kulture) razmjene, itd. otvaraju jednu sasvim novu dimenziju tih problema. U svjetlu rasprava o pretjeranoj reguliranosti digitalne sfere, također se valja zapitati hoće li znanje, informacije i kreativni *input* postati dostupni samo onima koji će si ih moći priuštiti ili će biti dostupni svima? Nadalje, kako će autori biti nagrađeni za rad u takvim uvjetima? Kako razriješiti ove dileme u fluidnim uvjetima proizašlih digitalizacijom, postaje jedan od ključnih problema.

---

<sup>100</sup> “Seduced by the prospect of utilising unpaid, expert labour, tech multinationals have increasingly adopted open source software like Linux, reinforcing concerns that the ethical principle of free software for the people equals free labour for corporations” (Ross u Lovink i Rossiter, 2007: 20).

Fluidnost proizvodnje i razmjene u digitalnoj areni donosi nova pitanja na svakodnevnoj razini, a primjena trenutačnih pravnih okvira na digitalnu sferu stvara paradoksalne situacije<sup>101</sup>. Interesi autora, korisnika i (multimedijalnih) kompanija razlikuju se i ponekad suprotstavljaju: autor želi biti nagrađen za svoj rad, cilj korisnika jest steći što lakši pristup sadržaju, a kompanije žele ostvariti što veći profit<sup>102</sup>. *Razmjenski potencijali* novih tehnologija mogu pridonijeti razvijanju *alternativnih kulturnih modela*, što su neka od dodatnih pitanja koja nam donose *nove nove* tehnologije. Coleman (2005.) naglašava da su prava intelektualnog vlasništva u svojoj srži romantičarska jer se zasnivaju na ideji „stvaratelja genijalca“ koji/a ulazi *ab ovo* u stvaralački proces. Hakeri/ce (koje shvaćamo šire od samog informatičkog sektora te ih zato ne promatramo kao unificiranu skupinu) tretiraju kreativnost kao trenutak mudre intervencije unutar određenog polja ograničenja. Upravo kroz svoj rad i djelovanje hakeri pokazuju da su alternative već postojećim sustavima moguće te da mogu proizaći iz samog sustava. U tome Coleman vidi njihovu ključnu vrijednost koju često zanemaruju teoretičari koji naglašavaju potrebu za jasnim prekidima tj. rezovima s dominantnim sustavima (pri čemu misli na Haraway, Hardta, Negrija i Galloway, prema Coleman (2005.)).

Kreativna ekonomija otvara širok dijapazon novih poslova koji ranije nisu bili mogući; rad i radni proces se individualiziraju i fleksibiliziraju, razvijaju se različiti oblici rada i zaposlenosti kao što su rad od kuće, povremeni rad, samozapošljavanje, radna snaga točno na vrijeme, i sl. Nove informacijske i komunikacijske tehnologije djeluju na sve

---

<sup>101</sup> Na primjer slučaj studenta Jessea Jordana koji je modificirao jednu intranetsku tražilicu; kako je modificirana tražilica davala linkove na piratske materijale dostupne *online*, Jesse je proglašen piratom, a Američko udruženje diskografske industrije (Recording Industry Association of America/ RIAA) tužilo ga je za kršenje autorskih prava u vrijednosti od 15.000.000,00 američkih dolara, koje on *de facto* nije počinio (u: Lessig, 2004: 48-52). Nažalost, slični novi primjeri pojavljuju se svakog mjeseca.

<sup>102</sup> Jedan od prvih takvih primjera – eksperiment grupe *Radiohead* – dokazao je to na vrlo jasan način; objavili su album „In Rainbows“ 2007. godine koji je bio dostupan digitalnim korisnicima putem *downloada* za svotu koju su korisnici bili sami voljni izdvojiti. Većina je korisnika ponudila nula funti/eura. Album je nedugo ponovno objavljen u normalnom CD formatu s ekskluzivnom popratnom knjižicom.

dimenzije rada; radni procesi i radni stilovi se fleksibiliziraju, a javljaju se i nove opcije i mogućnosti zajedničkog rada, *crowdsourcinga* ali i participacije korisnika – tako da autori poput Lovinka i Rossitera (2007.) govore o nastanku *participacijske ekonomije*. Od strogosti radnih uvjeta u kojima su djelovali tzv. „plavi ovratnici“ pomaknuli smo se prema opuštenijem radnom stilu kojoj isti nisu potrebni. Fleksibilizira se radno vrijeme i raspored, kao i radni procesi; radno mjesto se u nekim slučajevima doslovce gubi, a radna prava i obveze redefiniiraju. Dakle, ukoliko navedene oblike rada/zaposlenosti u kreativnoj ekonomiji promotrimo kroz navedenu Edgellovu (2006.) podjelu, tada bi rad/zaposlenost u kreativnoj ekonomiji najvećim dijelom mogao biti definiran kao *nestandardni oblik (plaćenog) rada/zaposlenosti*. Štoviše, taj rad uključuje i *podzapošljavanje*, ali i neke oblike *neplaćenog rada*, kao što je *volonterski rad*.

### 3.2.3. Rodna dimenzija kreativne ekonomije

Iz prethodnog je odjeljka evidentno da su poslovi u kreativnoj ekonomiji prihvatljiviji mlađoj populaciji, a korak dalje ide McRobbie (2002.) sugerirajući da su žene unutar tog sektora u lošijem položaju od muškaraca. Upravo je iz tog razloga važno posvetiti posebnu pažnju položaju žena kao ranjive skupine u kreativnoj ekonomiji. Pritom se mora naglasiti da nove informacijske i komunikacijske tehnologije, kao jedan od ključnih pokretača razvoja kreativne ekonomije, još uvijek „replikiraju“ hijerarhije ekonomske moći iz „stvarnog svijeta“. Dakle, nisu se ostvarila očekivanja da će one imati emancipatorsku moć u rodnome smislu, pa se tako govori o „rodnome digitalnom jazu“ (*gender digital divide*), koji se također treba premostiti. Kako ističe Sassen: „Na taj način bilo bi možda naivno precijeniti emancipatorsku moć kibersvijeta u terminima njegovog kapaciteta neutraliziranja rodni razlika“<sup>103</sup> (Sassen, 2002: 377). U tom je

---

<sup>103</sup> “In this regard it may be naive to overestimate the emancipatory power of cyberspace in terms of its capacity to neutralize gender distinctions“ (Sassen, 2002: 376).

kontekstu bitno napomenuti da žene još uvijek ne koriste informacijske i komunikacijske tehnologije u jednakom omjeru kao muškarci – žene su tu još uvijek podzastupljene premda je njihovo korištenje Interneta u porastu<sup>104</sup>. Ujedno valja reći da je velika razlika u visokom obrazovanju u informacijskim i komunikacijskim tehnologijama između mladića i djevojaka zabrinjavajuća. Točnije, ukoliko gledamo podatke na europskoj razini, govorimo o 87% mladića naspram 13% djevojaka u visokom obrazovanju za IKT, prema podacima eEurope+ koje navodi UNDP/UNIFEM (2004: 13)<sup>105</sup>.

Kada se govori o zaposlenosti u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama, podaci pokazuju da je, na europskoj razini, manje žena zaposleno u ovome sektoru – žene čine 45% zaposlenih u području kulture. Zaposlenost žena u kulturnome sektoru u prosjeku ne odstupa mnogo od postotka zaposlenosti žena u ukupnoj zaposlenosti na europskoj razini, kako je prikazano u studiji KEA (2006: 83-84). Međutim, mora se istaknuti da prema podacima studije ERICartsa njihova zaposlenost po određenim kulturnim područjima varira iz područja u područje – pa tako npr. u području filma i videa ona iznosi 40% dok žene zaposlene u izdavaštvu čine 48% od ukupnog broja zaposlenih<sup>106</sup>. U nekim pak područjima situacija je suprotna – pa je tako na tržištu umjetnosti zaposleno više žena nego muškaraca – 52% (KEA, 2006: 84).

Prema podacima istog istraživanja, žene se još uvijek susreću sa preprekama u napredovanju u većim kompanijama koje uključuju tzv. „nevidljive zidove“ i „muške klubove“. Iz tih razloga, jedan dio žena, ukoliko je u mogućnosti, okreće se osnivanju manjih kompanija, u čemu se oslanjaju na nove IKT tehnologije. Podaci ERICartsa

---

<sup>104</sup> „There is still underrepresentation of women even as their Internet usage is growing sharply“ (Sassen, 2002: 382).

<sup>105</sup> „The survey did however reveal a very marked gender divide in the area of ICT-related education. The percentage of males and females in ICT-related tertiary level education is 87% and 13% respectively“ (UNDP/UNIFEM, 2004: 13).

<sup>106</sup> “EUROSTAT figures show that women take up over 45% of the cultural labour market. (...) the share of women working in motion picture and video activities (921) is 40% and in publishing activities (221) is 48 %” (Culture-Biz, ERICarts, 2004.).

također pokazuju da je u području kulture na europskoj razini još uvijek prisutna nejednakost u ovom sektoru, dok se u nekim područjima pojavljuje *feminizacija* koja za sobom povlači i niži status i niže plaće<sup>107</sup>. Podaci iz drugih izvora također pokazuju trend dominacije muškaraca u sektoru kulturnih/kreativnih industrija: „Vjerojatnije je da će muškarci prije nego žene moći raditi u kreativnim industrijama na održiv način. Oni su ili vrlo mladi (21-25 godina) ili u zrelim godinama (preko 55 godina) i žive u zajedničkom kućanstvu sa partnerom/icom“<sup>108</sup> (Eichmann, Schiffbänker, Reidl, 2006: 12).

S druge strane, kao što je već napomenuto, kao jednu od odlika nestandardnog oblika rada/zaposlenosti važno je istaknuti kako je u kreativnoj ekonomiji sve veći broj povremeno zaposlenih. Podaci za EU25 pokazuju da je u kulturnom sektoru povremeno zaposlenih 17% u poredbi s 13,3% u ukupnoj zaposlenosti (KEA, 2006: 93). Oblici povremenog rada posebno su zanimljivi kada se promatraju iz rodne perspektive jer, prema pokazateljima, žene čine većinu povremeno zaposlenih u ukupnoj ekonomiji. Kako to pokazuju istraživanja iz Velike Britanije: „velik dio te skupine tvorili su povremeno zaposleni radnici (85% od kojih su bile žene), koji su činili 23,9% zaposlenog stanovništva“ (Castells, 2000: 294). Doduše, prema gore navedenim podacima, nemamo uvid koliko se od povremeno zaposlenih odnosi na „kreativnu ekonomiju“, ali nam je važan pokazatelj trenda. Ujedno, mora se naglasiti da je u mnogim analizama zapošljavanja rodna dimenzija bila zapostavljena; metodološke analize rada/zaposlenosti u dohotku domaćinstva najčešće se zasnivaju na prinosima od rada „glavnog hranitelja – muškarca“ te se na taj način i u klasnim analizama zapostavljaju žene ili ih se briše (Beck, 2001: 155). U tome smislu neplaćeni rad – kućanski poslovi kao ni volonterski poslovi koje u većini obavljaju žene (Edgell, 2006:

---

<sup>107</sup> “While progress is reported in different occupational fields, gender balance in the sector as a whole has not been achieved and there are strong feminisation processes in certain occupations with low status and low pay” (ERICarts, 2004.).

<sup>108</sup> „Men are more likely to work on a sustainable basis in creative industries than woman. They are either very young (21-25 year olds) or of mature years (over 55) and live in a joint property with a partner“ (Eichmann, Schiffbänker, Reidl, 2006: 12).

173) – nisu uključeni u analizu rada te tako ne možemo procjeniti u potpunosti koliki je ekonomski doprinos žena u društvu.

O daljnjoj rodnoj neravnopravnosti u području kreativne ekonomije u Europi podatke iznose njemački istraživači koje bi ovdje opširno citirali: „Sljedeći važan zaključak analiziranih izvještaja je da je položaj umjetnica još gori od položaja njihovih muških kolega (Angerer et al., Almhofer et al., Cliche et al. 2000, Swanson/ Wise, Schulz/ Krings). Općenito govoreći, postoji primjetna razlika u prihodima između muškaraca i žena u svim područjima, pri čemu ni kulturni sektor nije iznimka. U skoro svim europskim zemljama ova se razlika nije smanjila nego se čak povećala. Ovo ne možemo pripisati manjoj aktivnosti žena, nego činjenici da je više žena zaposleno na pola radnog vremena. (...) Međutim, žene više rade pod 'atipičnim' uvjetima zaposlenja nego muškarci. Moglo bi se čak reći da je porast atipičnih radnih uvjeta, u biti, produžetak tipičnih uvjeta rada žena na sve one koji su zaposleni ili traže posao“<sup>109</sup> (Fink, Kocka/Offe, Neyer u MKW 2001: 27). Dakle, promjene u sferi rada i zapošljavanja su u tranziciji od klasično industrijskog rada/zaposlenosti prema postindustrijskim tipovima organizacije rada. Nestandardi oblici rada su sve dominantniji; te se u tome smislu u kreativnoj ekonomiji najčešće govori o „atipičnim oblicima zaposlenja“ (koji su najčešće nepovoljniji ili fleksibilniji, zamjenjiviji, a u konačnici i prekarni). Mora se napomenuti da istraživanja pokazuju kako „atipični uvjeti rada“ u kojima stvaraju žene (koji su također češće nepovoljniji, fleksibilniji, zamjenjiviji), isto tako postaju karakteristični i za ostale radne skupine. Tendencija je,

---

<sup>109</sup> „Another important conclusion of the analysed reports is that the situation of female artists is even worse than that of their male counterparts (Angerer et al., Almhofer et al., Cliche et al. 2000, Swanson/Wise, Schulz/Krings). Generally speaking, there is a noticeable income difference between men and women in all sectors, the cultural sector being no exception. In almost every European country in recent years, this income difference has not reduced decreased but has grown. This cannot be ascribed to less economic activity by women in general, but to the fact that more women are employed on a part-time basis. However, women are more used to atypical working conditions than men. One could even go so far as to say that the increase of atypical working conditions is, in fact, an extension of typical women's employment conditions to all those who are employed or are seeking work“ (Fink, Kocka/Offe, Neyer) (MKW, 2001: 27).

dakle, na tome da „atipični“ (pri čemu najčešće to prelazi u značenje „nepovoljniji“, premda to nije nužno) uvjeti rada postaju „tipični“ – nestandardni oblik rada je tako postao novi standard. Možemo se dakle složiti s Edgellom (2006.) i zaključiti da su promjene u strukturi rada utjecale na dimenzije rada koje su bile industrijske, moderne i patrijarhalne, dok je kapitalistička dimenzija ostala najmanje promjenjena.

### 3.3. Novi akteri kreativne ekonomije?

U opisu novog, „tekućeg“ načina života nastalog u globalizacijskim uvjetima Bauman naglašava gubljenje granica i poroznost postojećih kategorija: „I kao da je u otvorenome suprotstavljanju tezi o 'distinkciji' Pierrea Bourdieua koja se zasnivala na tvrdnjama o čvrstini kulturalno predodređenih ukusa i izbora, 'hibridna kultura' je manifestno proždrljiva – bez obaveza, nije izbirljiva, bez predrasuda je, spremna je i voljna proždrijeti sve što je ponuđeno, progutati i probaviti hranu iz svih kuhinja“<sup>110</sup> (2006: 32). Međutim, bez obzira na sve veću poroznost kategorija, ne može se reći da su one u potpunosti narušene, također ne možemo govoriti samo o 'hibridnosti' - kulturni učinak globalizacije mora se dakle promotriti kroz dinamiku homogenizacije te heterogenizacije kulturnih sklopova i oblika, tj. kulturne hibridizacije, transkulturalnosti, multikulturalizma koji otvaraju dosad neviđene mogućnosti preoblikovanja i razvoja novih rubnih modela i formi. S jedne se strane zamagljuje postojeće društvene podjele, a s druge se razvijaju novi vidovi nejednakosti (nejednakosti kroz simboličku proizvodnju kao i potrošnju) te se gube granice između proizvođača i potrošača. Na taj se način nameće pitanje koliko možemo baratati starim kategorijama u promijenjenim okolnostima i koliko je toga uistinu *novo*.

---

<sup>110</sup> „As if in open defiance of Pierre Bourdieu's thesis of social distinction resting its claims to superiority on the strictness of culturally circumscribed taste and choice, 'hybrid culture' is manifestly omnivorous – non-committal, unchoosy, unprejudiced, ready and eager to savour everything on offer and to ingest and digest food from all cuisines“ (Bauman, 2006: 32).

### 3.3.1. Promjena društvenih okolnosti – promjena aktera?

Omekšavanjem striktnih društvenih podjela i ulaskom u postindustrijsko razdoblje, počelo se postavljati pitanje koliko možemo govoriti o klasnim pitanjima, o klasnoj kulturi, odnosno uopće o klasi? Može li se reći da je pitanje klase zamrlo s industrijalizmom? U tom smislu Kalanj ističe: „Stoga, napokon, ima pravo Agnes Heller koja tvrdi da je kultura industrijalističke ere bila doista klasna kultura, da je način života aristokracije, gentryja, krupne i sitne buržoazije, seljaštva bio uistinu klasno različit, da termin 'klasna kultura' nije predstavljao tek retoričku figuru te da već potkraj 19. stoljeća, a u pravom smislu riječi nakon drugog svjetskog rata, dolazi do erozije klasne kulture i nastupanja kulturnog relativizma“ (Kalanj, 1994: 115). Na sličan način Touraine i Melucci ustvrđuju da klasni odnosi nisu više primarni akteri društvene promjene; dogodile su se promjene u suvremenoj politici koje dovode na scenu nove aktere kao što su to novi društveni pokreti (u Kalanj, 1994: 125). Oni postaju relevantni akteri društvene promjene, dok klase zajedno sa sindikatima i ostalim „arhaičnim“ elementima društvene promjene industrijalizma pomalo gube tu vodeću ulogu. Upravo se jedan dio ove promjene može pripisati događajima iz šezdesetih godina prošlog stoljeća – kada je, kako to kaže Dennig, nova ljevica željela stvoriti novi marksizam, ali bez klase (u Bauman, 2006: 146). Upravo su Boltanski i Chiapello u svom djelu *Novi duh kapitalizma* iz 1999. godine u šezdesetosmašima vidjeli „krivce“ za nastanak „novoga duha kapitalizma“ u Francuskoj. Autori naglašavaju da je sistem kooptirao radikalne šezdesetosmaške ideje jer je trebao novu snagu te novi model za razvoj. S postindustrijalizmom, koji donosi rastakanje dotadašnjih tipova proizvodnih procesa, pitanja vlasništva nad sredstvima za proizvodnju i dotadašnje poimanje klase također doživljava svoju transformaciju. Međutim, još uvijek ne možemo reći da je „klasa“ u potpunosti zamrla. Jednak odmak od ustaljenih socioloških indikatora u određivanju klasnoga položaja pronalazimo i kod Bourdieua (1986., 2000.) koji ustvrđuje da se klasne skupine mogu identificirati u skladu s razinama kulturnoga i ekonomskoga kapitala. U jednadžbu o klasnim podjelama Bourdieu ujedno uvodi i *životni stil*. Dotadašnje analize zanemarivale su potrošnju, koja je postala važna



dimenzija za analizu; unutar *potrošačkoga društva* individualni se identiteti sve više oblikuju kroz odabir određenog životnog stila. Međutim, uvođenje kategorije životnog stila treba uzeti sa zadržkom, kao što ističe Crompton: „Pojedinci uglavnom ne žive u veoma lošim životnim uvjetima jer je to njihov izbor životnog stila. Okolnosti u kojima žive ograničavaju čimbenici koji su u vezi s gospodarskom i profesionalnom strukturom“ (prema Giddens, 2007: 296). Klasa se transformira, više se ne može odrediti prema prijašnjim kriterijima, ona se uslijed kompleksnosti sveopćeg sustava *usložnjava* i uz već postojeće parametre zahtjeva i uključivanje parametara poput životnog stila, novih vrsta rada, novih tipova vlasništva, globalnih fluktuacija kao i novih odrednica. One otvaraju i probleme novih nejednakosti koje se na taj način stvaraju na globalnoj razini.

### 3.3.2. Promatranje kreativne ekonomije kroz klasne naočale

Kulturalni je obrat otvorio pitanja isprepletenosti kulturnoga s ekonomskim i vice versa te je pritom ukazao i na poroznost samih klasnih kategorija. Sve su dominantnija postala pitanja klasne ambivalentnosti kao i odvajanja od klase koja su karakteristična za postindustrijalizam, pa su tako istraživanja klase zaokrenula od pitanja klasne svijesti prema istraživanjima identiteta, kao što to čine Devine, Savage i sur. (2005: 191). Međutim, ovdje valja istaknuti da uslijed povećane društvene kompleksnosti kategorije moraju biti proširene, ali da pitanja identiteta ne smiju zasjeniti pitanja nejednakosti. Zapravo se trebamo odmaknuti od „politike identiteta“ kao limitirajućeg okvira pri promatranju odnosa kulture i ekonomije, na što nas upozorava i Paić (2005.), tako da nove analize u potpunosti ne zamjenjuju stare modele, nego ih usložnjavaju.

Unutar kreativne ekonomije razvijaju se novi oblici proizvodnje, distribucije i potrošnje simbola. Nikad se simbolička proizvodnja nije razvijala u ovakvom obimu, takvom brzinom i na toliko inovativne načine. Razvijaju se i nova zaposlenja, mijenjaju se radni procesi, uvjeti i modeli rada. Postavlja se pitanje možemo li ovdje govoriti o stvaranju nove klase ili je riječ o modifikacijama starih? Kakav je odnos djelatnika/ica prema

vlasništvu nad sredstvima za proizvodnju? Postavlja se pitanje koliko i o kakvoj klasi možemo govoriti u području kreativne ekonomije te može li nam ona poslužiti pri opisivanju novih radnih odnosa i uvjeta ili postoji adekvatniji terminološki aparat koji bi nam poslužio u ovome slučaju?

Kao primjer dvaju suprotstavljajućih „novih“ tipologija klasâ, u kontekstu kreativne ekonomije analizirati ću rad Richarda Floride i McKenzia Warka koji su pokušali naznačiti koncepcije klase za „novo doba“. I jedan i drugi autor prepoznaju promjene koje simbolička proizvodnja donosi u sadašnjem umreženom društvu, a koje se svakodnevno sve više mijenjaju pod utjecajem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija koje transformiraju načine proizvodnje, distribucije i potrošnje istih tih simboličkih dobara. Oba autora govore o nastanku novih „klasa“ u kontekstu kreativne ekonomije; međutim, koliko zaista možemo govoriti o novoj klasi u datim analiziranim kontekstima?

### *Kreativna klasa*

„Stephen Colbert: Trebam li slijediti gay ljude da vidim gdje žive?  
Richard Florida: Da.  
Stephen Colbert: Dobro. To ionako činim. Sad bar imam razlog.“  
„Colbertov izvještaj“, Comedy Central<sup>111</sup>

U emisiji „Colbertov izvještaj“, koja se svakodnevno emitira na kanalu *Comedy Central*, u svom tipičnom satiričkom duhu Stephen Colbert ukazao je na najkontroverzniju točku teorije „kreativne klase“ američkog ekonomista Richarda Floride (2002., 2007.), a to je tzv. *gej indeks*<sup>112</sup>. *Gej indeks* je pokazatelj nivoa tolerantnosti u određenome mjestu, pri čemu je tolerancija jedna od predispozicija za

---

<sup>111</sup> „Stephen Colbert: Should I be following gay people around to see where they are living? Richard Florida: Yes. Stephen Colbert: Good. I do it already. Now I have a reason.“ (<http://www.colbertnation.com>; pristupljeno 12. prosinca 2008.) Riječ je o isječku iz intervjua u emisiji „Colbertov izvještaj“ ili *Colbert Report* koja je emitirana 16. srpnja 2007. godine).

<sup>112</sup> Termin je preuzeo od Gary Gatesa (prema Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 138).

nastanak kreativne klase. Richard Florida je u svom radu pokušao dokučiti „formulu“ uspjeha određenih sredina te je na osnovi podataka proizašlih iz istraživanja zaključio da se uspjeh gradova na području kreativne ekonomije zasniva na jakoj „kreativnoj klasi“ koja se temelji na „3T“ – tehnologiji, toleranciji i talentu: „teorija kreativnoga kapitala glasi ovako: regionalni razvoj dolazi iz 3T ekonomskog razvoja, a kako bi pokrenula inovaciju i ekonomski rast, određena regija mora imati sve tri kategorije“<sup>113</sup> (Florida, 2002: 250). U toj podjeli Florida razlikuje *jezgru* kreativne klase koju čine djelatnici u znanosti i inženjeringu, arhitekturi, dizajnu, obrazovanju, umjetnosti, glazbi i zabavnoj industriji čija je ekonomska funkcija stvarati nove ideje, novu tehnologiju i/ili novi kreativni sadržaj. Oko te *jezgre* nalazi se šira grupa *kreativnih profesionalaca* u biznisu, financijama, pravu, zdravstvu i pridruženim područjima. Svi oni dijele zajednički kreativni *etos* koji cijeni kreativnost, individualnost, razliku i zaslugu (Florida, 2002: 8). Međutim, Floridina je teorija intrigantna jer „autor ukazuje na činjenicu da je tehnološki napredak omogućio nastanak kreativne ekonomije, a u okvirima tog novog tipa privređivanja vrijednosti i uloga ljudskog rada dobivaju nove dimenzije, te potiču restrukturaciju ljudskih društava u skladu s novim vrijednosnim sustavima“ (Švob-Đokić, 2008: 63). Prema Floridi klasa se ne uspostavlja temeljem vlasništva nad sredstvima za proizvodnju, kakva bi bila definicija u duhu marksističke tradicije, već kreativnim sudjelovanjem u proizvodnim procesima. Kreativna se klasa okuplja na kreativnim mjestima na kojima se vrše kreativne djelatnosti – kada govorimo o mjestima, on podrazumijeva gradove, poduzeća, kvartove, itd. Dakle, za Floridu je *mjesto* na kojem se rad odvija ključna ekonomska i društvena kategorija koja je poticaj kreativnoj proizvodnji uz postojanje navedenih 3T uvjeta. „U srži moje teorije leži teza da se regionalni ekonomski razvoj pokreće odabirom mjesta kreativnih ljudi – nositelja kreativnoga kapitala – koji preferiraju mjesta koja su raznolika, tolerantna i

---

<sup>113</sup> “In more pragmatic terms, the creative capital theory says that regional growth comes from the 3T’s of economic development, and to spur innovation and economic growth a region must offer all three of them” (Florida, 2002: 250).

otvorena za nove ideje<sup>114</sup> (2002: 223). Zanimljivo je primjetiti da Florida naglašava „mjesto“ kao ključnu potku nove ekonomije, no za njega je virtualna sfera također bitna, ali još uvijek nije dominantna. Važnost mjesta za kreativnu ekonomiju naglašavaju i drugi autori – tako Banks (2007: 2) ističe dodatnu vrijednost koju ona nose, na primjeru keramike iz Stoke-on-Trenta ili mode iz Pariza.

Floridina teorija kreativne klase vrlo je brzo odjeknula kako Amerikom, tako i Europom i Azijom te je utjecala na mnoga istraživanja na tom polju, kao i na mnoge policy-odluke. Osim instant slave koju mu je osigurala, Florida je radi svojih teza bio i višestruko osporavan, pa je tako velika kritika upućena poradi metodologije na kojoj je temeljio svoje rezultate, a posebice kriterijima za stvaranje 3T indeksa. Kritike se nisu ograničile samo na metodologiju, tako npr. Max Nathan (2005: 7) analizira koncept kreativne klase u kontekstu Ujedinjenoga Kraljevstva i zaključuje da Floridin model nije odlučujući za razvoj gradova. Nathan naglašava da je potrebno ulagati u (ekonomsku, obrazovnu, javnu, itd.) infrastrukturu grada, a da su *cool* i kreativnost šlag na torti, a ne torta sama<sup>115</sup>. Umjetno stvaranje „kreativnosti“ i „otkačenosti“ rijetko kad prouzroči one efekte koje bi njihovi zagovornici htjeli. Tako Ross ističe: „Ljevičarski kritičari ovih strategija razvoja istaknuli su da su gradovi, koji kotiraju visoko u rangui kreativnosti također visoko i na indeksima klasne polarizacije i društvene nejednakosti; zatim da gentrifikacija kreativnih susjedstva rastjeruje one koji imaju najveći potencijal za inovaciju; te da Potemkinove kulturne zone koje su napadno uređene za potrošnju, tjeraju dragocjene regrute<sup>116</sup> (Ross, 2007: 27). Ujedno, Floridi bi se moglo zamjeriti i

---

<sup>114</sup> „Essentially my theory says that regional economic growth is driven by their location choices of creative people-the holders of creative capital - who prefer places that are diverse, tolerant and open to new ideas“ (Florida, 2002: 223).

<sup>115</sup> “There may be important longer term advantages from cultural diversity and quality of place. Decisionmakers should be alive to this agenda and the policy implications that emerge from it. For now, though, they should begin with the basics. Creativity and cool are the icing, not the cake” (Nathan, 2005: 7).

<sup>116</sup> „Left wing critics of these development strategies have pointed out that cities high in the creativity rankings also top out on indexes of class polarisation and social inequality; that the gentrification of

to što nije napravio razliku između položaja različitih djelatnika/ica kreativne klase. Naime, vrlo su velike razlike između npr. softverskih inženjera/ki i umjetnika/ica – kako sa strane njihove sigurnosti zaposlenja, tako i visine primanja i sl. Međutim, bez obzira na upućene mu kritike, treba istaknuti da je Florida prepoznao *nove radnike* na sceni – *novi odnos prema radu* pri kojem je bitno sudjelovanje u proizvodnim procesima te je prepoznao *mjesto* kao ključan faktor za razvoj kreativne ekonomije.

### *Hakerska klasa*

Drugi pogled na nove obrasce rada nudi nam djelo *Hakerski manifest* McKenzie Warka, američkog medijskog i kulturnog teoretičara. Wark se u navedenom djelu bavi odnosom između onih koji imaju vlasništvo nad informacijama, nad intelektualnim dobrima (vektoralistička klasa po Warku) te inovatora/ica koji ih proizvode pa tako čine novu - *hakersku klasu*. Warkova knjiga promišlja naslijeđe marksističke političko-ekonomske teorije za novo, informacijsko doba. U novim okvirima proizvodnje i razmjene u kojima simbolički proizvodi postaju sve važnijom točkom razmjene, u kojem upravo intelektualno vlasništvo nad istim tim proizvodima predstavlja točku borbe. Wark nudi svjež pogled na kritičko razmatranje novonastalih odnosa u kojemu se intelektualno vlasništvo pojavljuje kao novi tip vlasništva. On uvodi inovacije u terminologiju aktera klasne borbe – kod Warka su to pastoralistička, kapitalistička, vektoralistička klasa<sup>117</sup> nasuprot proizvodne klase kojoj pripadaju i hakeri. On tako napominje da su hakeri uz farmere i radnike dio proizvodne klase, ali to u *Hakerskom manifestu* ne navodi (Lillemoose, 2007.). Pod *hakerskom klasom* podrazumijeva sve inovatore, a ne nužno samo “kompjutoraše”; hakerska klasa su svi oni koji inoviraju, koji propituju postojeće odnose i komodifikaciju. “Hakirati znači odbijati

---

creative neighbourhoods drives out those most likely to innovate; and that Potemkin cultural zones which are too obviously staged for consumption scare away the precious recruits“ (Ross, 2007: 27).

<sup>117</sup> “Jedna stvar ujedinjuje pastoraliste, kapitaliste i vektoraliste – nepovredivost oblika vlasništva o kojem ovisi klasna moć” (Wark, 2006: fragment broj 042).

reprezentaciju, izazivati stvari da se izraze drugačije. Hakirati uvijek znači proizvoditi neobičnu razliku u proizvodnji informacije”<sup>118</sup> (Wark, 2006: 222). Hakerska klasa nastaje upravo u odbijanju temelja novih vlasničkih odnosa - vlasništva nad informacijom; kako ističe Wark „hakerska klasa ozbiljuje se kao klasa kada hakira apstrakciju vlasništva i nadilazi ograničenja postojećih oblika vlasništva“ (2006: 036). Međutim, odnos hakerske klase prema intelektualnom je vlasništvu dvojak: Wark ističe nužnost kratkoročnoga korištenja intelektualnog vlasništva kako bi hakerska klasa očuvala vlastitu autonomiju, ali navodi da dugoročno „hakerska klasa svoju virtualnost realizira dokidanjem intelektualnog vlasništva kao okova nametnutog samom haku“ (2006: 196). Kako iz ovoga kratkoročnoga korištenja intelektualnog vlasništva od hakerske klase učiniti korak prema dugoročnom odbacivanju istoga, nije posvema jasno. Samodokidanje hakerske klase ponuđeno je kao solucija: „Hakerska klasa oslobađa hak hakirajući samu klasnost realizirajući je samodokidanjem“ (2006: 196).

Kad je posrijedi analiza klase, Warkova definicija hakerske klase zapravo govori o novoj grupaciji, sloju a manje o klasi u tradicionalnome smislu riječi, ako govorimo o tradiciji marksističke misli koju Wark navodi da slijedi. On tako klasu samo ocrta, ne ide dublje u analizu te njezino tumačenje promatra kroz suodnose s drugim klasama. koje navodi i eksplicira. Postavlja se pitanje ako primjerice radnička klasa mora učiti hakersku klasu kako to biti (2006: 086) – kako onda uopće možemo govoriti o klasi? Koliko je tu novoga u klasnoj borbi ako je hakerska klasa tu da “virtualizira, a proizvodna klasa da aktualizira” (2006: 335) kako tvrdi Wark? Zar ne bi virtualizacija hakerske klase trebala biti njen *novi* oblik aktualizacije? I zašto Wark hakersku klasu izdvaja iz proizvodne klase ako ju već smatra proizvodnom klasom<sup>119</sup>? Pritom se mora napomenuti da nisu svi pripadnici “hakerske klase” na jednakim pozicijama unutar proizvodnje jer Wark, kako je već rečeno, pod hakere podrazumijeva širi krug djelatnika/ica, što ne elaborira. Postavlja se i pitanje ako upravo hakerska klasa proizvodi informaciju, tj. proizvodi hak na kojem leži nova borba klasnih odnosa, što je

---

<sup>118</sup> Brojevi u zagradama su brojevi odjeljaka kojima je strukturiran manifest (op. J. P.).

<sup>119</sup> Kako navodi u intervjuu Lillemoseu (2007.) u *Le Monde Diplomatique*, ali ne i u “Hakerskom manifestu”.

s drugim proizvodnim klasama i njihovim tipovima potlačenosti? Zašto bi oni vojevali bitke protiv vlasništva nad informacijom ako se još nisu riješili vlastite potlačene pozicije radnika i seljaka te suodnosa koji iz toga proizlaze?

Kako Wark kroz cijelo djelo govori o hakerskoj klasi u jedini, daje se naslutiti da bi se o hakerskoj klasi kao posebnoj klasi novog informacijskog doba moglo govoriti kao ujedinjujućem čimbeniku. No u posljednjem dijelu *Manifesta* Wark navodi hakerske klase u množini samo na jednom mjestu (2006: 335) i time nam daje naslutiti (iako dalje ne eksplicira) da se i o hakerskoj klasi kao proizvodnoj klasi još uvijek može govoriti ponajprije unutar nacionalnih okvira (2006: 375). Štoviše, on ističe da “probijanje nacionalnih okvira teče neujednačeno” (2006: 377). Upravo bi se na ovome trebali temeljiti najjači argumenti Warkove analize – o tome koliko su uistinu promijenjeni proizvodni odnosi u novome informacijskome dobu na globalnoj razini. Međutim, to se kod Warka ne može naći te možemo zaključiti da je, bez obzira na brojne promjene koje su se dogodile primjenom novih tehnologija i inovacijom društvenih odnosa, *većina društvenih odnosa još uvijek ostala nepromijenjena*. Nasuprot tomu Wark dobro prepoznaje *novе tipove vlasništva (nad nematerijalnim)* i implikacije koje one donose, a u njegovoj teoriji važan je i *naglasak na inovaciji radi same inovacije*.

### 3.3.3. Nove vrste rada i novi radnici

Premda dolaze iz različitih teorijskih polazišta, i Florida i Wark nam u svojim djelima ne nude redefiniciju postojećih društvenih odnosa, ali prepoznaju stvaranje novih društvenih podjela, koje se javljaju uslijed razvoja kreativne ekonomije. Florida u „kreativnoj klasi“ prepoznaje ekonomsku važnost inovacija u službi postojećih odnosa, dok Wark u „hakerskoj klasi“ vidi revolucionarnu važnost inovacija prema promjeni postojećih odnosa. Ni jedan ni drugi autor ne specificiraju odnos ovih izdvojenih

„klasa“ naspram ostalih klasa – oni naznačuju nove proizvodne odnose, ali ne propituju ostale već postojeće. Upravo je ovaj odnos nejednakosti bitan, a ne vidi se ni u jednome ni u drugome pristupu. I jedna i druga analiza relevantne su jer prepoznaju promijenjene radne odnose koji su se dogodili sa usponom simboličke proizvodnje te dematerijalizacijom proizvodnje dobara, odnosno sa sve većom orijentiranosti proizvodnje prema dobrima koja su bitna radi njihovog simboličkog značenja, a ne samo zbog njihove materijalne vrijednosti, tj. ulaskom u *kognitivni kapitalizam*, koji se uspostavlja u određenim visokorazvijenim nišama na globalnoj razini.

Prema tumačenjima autora kao što je Eagleton<sup>120</sup> Warkova definicija hakera kao klase (koji, kako je već rečeno, pod hakerima podrazumijeva i dizajnere, i profesore, i ostale kreativce) zapravo je terminološka pogreška kada se gleda iz marksističkog rakursa. Za Eagletona oni nisu klasa nego jednostavno grupa koja ima neke zajedničke karakteristike; za klasu bi trebali imati zajednička sredstva za proizvodnju<sup>121</sup>. Na taj način i Floridina analiza ne može zadovoljiti terminološki okvir klase; Florida kao bitnu dimenziju pri ocrtavanju novih klasnih oblika vidi stvaranje inovativnih načina rada koji proizlaze iz spomenutih novonastalih radnih okolnosti. Dakle, pojava novih vrsta rada upravo je ono što Florida smatra ključnom dimenzijom u svojoj analizi. „Ukratko, po Floridi, osnova klasne podjele više ne bi bilo vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju, nego *vrsta rada*, odnosno *način* na koji se ta sredstva koriste“<sup>122</sup> (Švob-Đokić, 2008: 63). Wark tako apostrofira *nove vrste rada i pojavu novih radnika*: „Želio sam da ovaj pojam opiše novi tip klasnog interesa. Hakeri su ljudi koji stvaraju nove ideje. Hakeri inoviraju. Ali oni ne posjeduju sredstva kojima bi stekli vrijednosti onoga što stvaraju. Haker može biti i kompjuterski programer/ka, glazbenik/ica, spisatelj/ica ili biokemičar/ka. (...) Hakeri mogu raditi u bilo kojem području, ne samo u

---

<sup>120</sup> Recenzija *Hakerskog manifesta* Terryja Eagletona, „Office Politics“, *The Nation*, October 25, 2004. (<http://www.thenation.com/doc/20041025/eagleton> pristupljeno 1.12.2007.).

<sup>121</sup> „They don't; for example, necessarily share a single location within the means of production' (...) they are not so positioned within the capitalist system as to be capable of taking it over“ (Eagleton, 2005.).

<sup>122</sup> Kurziv J. P.



kompjuterskom programiranju<sup>123</sup>. U tom su kontekstu ključne različite uporabe informacijskih i komunikacijskih tehnologija kao najprodornijih generičkih tehnologija u današnje doba. Još jedna zamjerka Floridinoj teoriji klase leži u tome da se vrsta rada koju obavljaju svi oni koje Florida uvrštava u „kreativnu klasu“ razlikuje unutar sebe – od onih koji uistinu inoviraju do onih koji te inovacije samo primjenjuju ili stvaraju proizvode na osnovu tih inovacija. Ujedno, vrlo je velika razlika između samih načina rada *unutar* a i *između* područja koji se zajednički definiraju pod poljâ „kulture“, „kreativnosti“ i „inovacije“. S druge strane, kod hakerske klase na vidjelo izlazi problematičnost koncepta vlasništva nad informacijama i sadržajima, koji je upravo ono što samu tu klasnost stavlja u pitanje. Vlasništvo je i dalje bitno te se ono dalje usložnjava; novi vidovi vlasništva koji prije nisu egzistirali sada se ostvaruju, ali njihovo je postojanje upitno. Tako npr. vlasništvo nad intelektualnim dobrima postaje prijeporno upravo u doba digitalizacije, jer prema njima odnos ne može biti kao prema bilo kojim drugim dobrima zbog njihove simboličke vrijednosti. Na taj se način s jedne strane javlja problem kontrole informacija i sadržaja kada bi one trebale biti slobodno dostupne, a s druge se strane pojavljuje problematizacija financijske kompenzacije autora/ica kreativne ekonomije kako bi njihov rad bio slobodan za distribuciju. U tom se kontekstu mora razmisliti i o transformaciji radnih prava djelatnika u kreativnoj ekonomiji uslijed navedenih promijenjenih okolnosti.

Važnost i zanimljivost koncepata hakerske i kreativne klase leži i u tome što je njihov rad zasnovan na novitetima koji u datim okolnostima mogu proizvesti subverziju samog sistema, a koju potom taj isti sustav može inkorporirati. Međutim, time se otvara pitanje koliko je kritika samog sustava moguća? Upravo tu leži razlika između Warka i Floride jer su po Warku hakerska klasa inovatori koji proizvode nove informacije i

---

<sup>123</sup> „What I want this word to do is to describe a new kind of class interest. Hackers are people who create new ideas. Hackers innovate. But they don't own the means of realizing the value of what they create. So a hacker could be a computer programmer or a musician or a novelist or a bio-chemist. (...)Hackers could be working in any field, not just computing. Although it seems only appropriate to name a whole class over one of its leading new forms of creativity – the programmers“ (u „A Hacker Man. Questions and Answers with Wark“, <http://www.hup.harvard.edu/features/warkac/quanda.html>; pristupljeno 16. studenoga 2007.).

propituju postojeće odnose – na osnovi novonastalih načina proizvodnje, novih proizvoda, modela i odnosa koje se s tim inovacijama proizvode. S druge je strane Floridina kreativna klasa zasnovana na novoj vrsti rada i na načinu korištenja tih sredstva za proizvodnju. Florida inovaciju i kreativnost ne vidi kao agense velikih promjena samog sistema, već kao doprinos za daljnji razvoj sistema unutar već zadanih okvira.

\*\*\*

U kreativnoj se ekonomiji okrećemo od standardnih oblika rada/zaposlenosti prema nestandardnim oblicima rada/zaposlenosti, ali i prema podzaposlenosti te volonterskom radu. Može se reći da prekarnost postaje prevladavajuća za kulturne djelatnike/ice u kreativnoj ekonomiji. U kontekstu kreativne ekonomije, nestandardni rad se etablira kao „novi standard“ te bi se na taj način trebali redefinirati i ostali aspekti povezani uz rad i zaposlenost – što za sobom povlači pitanja političkih odluka o novim načinima zaštite radnih prava. Pritom treba istaknuti da rad ne nestaje nego se mijenja; dapače, prije je moguće govoriti o nestanku dokolice nego rada. Također, ne možemo govoriti o potpunom nestanku klasa, već o njihovoj transformaciji te uslozňjavanju. Kako se modificiraju proizvodni odnosi, javljaju se nove vrste rada koje uključuju i kolektivne oblike rada, načini na koji se koriste sredstva za proizvodnju su promjenjeni, pojavljuju se nove vrste vlasništva i samim time novi društveni odnosi. Stoga se u kontekstu kreativne ekonomije može govoriti o novim društvenim grupama.

#### 4.0. Kulturne tranzicije i razvoj kreativne ekonomije u JIE regiji



Slika 4 – Paralelni procesi tranzicija: Bivši Dom naroda, danas Parlament (tzv. „Palača naroda“) u Bukureštu u kojem se nalazi i Muzej suvremene umjetnosti zasjenjen je džambo plakatom za reklamu globalne marke L&M cigareta koji predstavlja artefakt kulturne/kreativne industrije u Rumunjskoj koja se sve više razvija (Fotografija: J. P.).

##### 4.1. Kulturne tranzicije – teorijska podloga i lokalni kontekst

Kada govorimo o tranziciji u zemljama jugoistočne Europe, mora se naglasiti da je upravo najteže analizirati procese koji se odnose na promjene u kulturi, odnosno odrediti kulturnu tranziciju. Razlozi djelomice proizlaze iz činjenice da je samu kulturu vrlo teško definirati, a „način na koji se kultura definira ima važne praktične posljedice“ (Katunarić, 2007: 195) što postaje posebno evidentno u kontekstu kulturnih politika. Kulturnu tranziciju moramo shvatiti kao dimenziju koja „ne podiježe mjerilima ekonomskog determinizma i političkog pozitiviteta“ (Kalanj, 1998: 29). *Kulturna tranzicija* obuhvaća procese društvenih promjena na području kulture, uslijed kojih se događa restrukturiranje kulturnih vrijednosti pri čemu one uključuju „(...) radikalne promjene u kulturnom stvaralaštvu i kulturnoj proizvodnji; u organizaciji kulturnih djelatnosti i ukupne kulturne infrastrukture, u promjeni kulturnih institucija i

u dinamiziranju promjene kulturnih vrijednosti i kulturnih identiteta“ (Švob-Đokić, 2008: 37). Dakle, možemo zaključiti da kada govorimo o kulturnoj tranziciji, govorimo o promjenama na tri *razine* – na organizacijskoj, vrijednosnoj i simboličkoj razini, kao što ističu Cvjetičanin i Katunarić (1998: 250). Pritome bih željela napomenuti da se promjene ne događaju istodobno na svim razinama. Dapače, upravo je radi tih višedimenzionalnih procesa, odnosno preplitanja kontinuiteta i diskontinuiteta koji su karakteristični za tranziciju bila i moguća (a još uvijek je djelomično i prisutna) i pojava *kulturnoga dualizma*. Kada se govori o kulturnome dualizmu, misli se na paralelizam dvaju sustava vrijednosti – pri čemu jedan podrazumijeva zahtjeve za uspostavom tržišta u kulturi, a drugi državnu skrb oko financiranja kulture (Krzysztofek, 1996: 67). Na tom se tragu može ukazati na *dinamičnost* kulturnih promjena kroz kulturne/kreativne industrije te na prevladavajuću *statičnost* (tako da u nekim slučajevima možemo govoriti o statusu quo) promjena u kulturi kroz (javne) kulturne institucije.

U većini je istraživanja regije jugoistočne Europske fokus bio na političkoj i ekonomskoj dimenziji promjena, dok je manji broj istraživanja bio posvećen promjenama na razini kulturne dimenzije. Pritom se mora napomenuti da se, bez obzira na „križu“ kao zajednički nazivnik kojim je ova regija bila obilježena izvana, upravo na području kulture mogu očitati razlike u promjenama u kulturnim sustavima zemalja ove regije. Kako iznose Dragojević i Dragičević-Šešić (2008: 42-43) te promjene variraju: od uspješnog prelaska na zapadnoeuropski kulturni i vrijednosni sustav (Slovenija) te očuvanja institucijskoga i mijenjanje vrijedonosnog okvira (Hrvatska) preko opće destrukcije kulturnog sustava (Rumunjska i Bugarska) te petrifikacije institucijskog sustava i krize vrijedonosnog sustava (Srbija i Crna Gora) pa sve do stanja latentne krize (Makedonija, Kosovo, Moldavija) te destrukcije institucionalnoga i vrijedonosnog sustava (Bosna i Hercegovina). Na sličan način variraju i promjene prisutne na razini kulturnih/kreativnih industrija u navedenim zemljama.

Različiti oblici kulturne proizvodnje zahtijevaju i diversificiran tip financiranja, upravljanja i razvoja. Kako naglašavaju Dragojević i Dragičević-Šešić (2008: 37-38) u trenutačnoj fazi treba intersektorski pristupiti problemima (unutar) kulturne politike, pri čemu prevladavajući model sve više postaje *projektni* pristup za razliku od dosadašnjega u čijem je centru bila *institucija*. Ono što je zanimljivo je način na koji se sve te promjene ocrtavaju, što novo donose u kulturu i koje su pozitivne a koje negativne značajke takvih kulturnih promjena. U tom se kontekstu mora napomenuti da se tijekom posljednjih nekoliko godina u regiji jugoistočne Europe dogodio pomak koji nije posve internaliziran. Točnije rečeno, kultura više nije prvenstveno „shvaćena kao proračunski teret ili kao simboličan dekor političke moći“ (Cvjetičanin i Katunarić, 1998: 247). Kultura se sve više počinje identificirati kroz stvaralačka postignuća u proizvodnji kulturnih/kreativnih industrija. Sve je veći utjecaj novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na proizvodnju, distribuciju i potrošnju kulturnih proizvoda i usluga. U tom kontekstu akoder su sve značajnije individualne kulturne prakse i participativnost u stvaranju i potrošnji kulturnih sadržaja. Izgrađivanje infrastrukturne podrške kulturnim/kreativnim industrijama, kao i neinstitucionalnim/neovisnim inicijativama u kulturi, neophodno je za osnaživanje lokalne kulturne proizvodnje i kreativnog izričaja.

Može se reći da je većina kulturnih promjena koja se dogodila na područjima JIE vezana uz opće systemske i strukturne promjene samih društava te uz ukupnu tranzicijsku političku i ekonomsku restrukturaciju. Te su kulturne promjene dovele u pitanje i sam status kulturnog „podsistema“ i prouzrokovale, kako to kažu Dragičević-Šešić i Dragojević (2008.), tzv. „turbulentne okolnosti“. Upravo su za njih posebno značajni faktori nestabilnosti okruženja koji proizlaze iz: krize javne politike i javnog sektora, nerazvijenosti odnosa javnoga, privatnoga i civilnog sektora, krize pozicija institucija i njihove društvene uloge te krize participacije i kulturnog tržišta (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2008: 28-29). Svaka je od tih kriza proizvela „turbulentne okolnosti“ u kulturi a samim time i u sektoru kulturnih/kreativnih industrija.

Ukoliko analiziramo vremensku dimenziju tranzicije, mora se reći da zbog svoje specifične situacije nakon pada socijalizma kulture zemalja o kojima govorimo prolaze kroz dvije *faze* kulturnih tranzicija. Dok je prva „obilježena općom liberalizacijom, djelomičnom privatizacijom kulturne infrastrukture, djelomičnom orijentacijom na tržište i reinterpetacijom kulturnih identiteta“, u drugoj fazi kulturnih tranzicija, „koja sada traje, osjeća se potreba da se prilično kaotični tranzicijski procesi relativno racionaliziraju, dolazi do jakog utjecaja novih tehnologija i kulturna se potrošnja usmjerava na intenzivni uvoz proizvoda globaliziranih kulturnih industrija“ (Švob-Đokić, 2008: 38-39). Valjalo bi napomenuti da u ovoj drugoj fazi ne dolazi samo do uvoza globaliziranih kulturnih/kreativnih industrija, nego se i lokalna kulturna proizvodnja u jugoistočnoj Europi počinje snažnije razvijati i određen broj sadržaja cirkulira unutar lokalnih i regionalnih tržišta. Međutim, oblici uključivanja u globalne kulturne tokove odvijaju se na nekoliko načina – kroz utjecaj transnacionalnih medijskih korporacija, kroz uvoz kulturnih proizvoda i usluga, kroz lokalizaciju sadržaja globalnih kulturnih industrija te kroz proizvodnju kulturnih proizvoda i usluga na lokalnoj razini, od kojih se jedan dio plasira na globalno tržište putem specifičnih niša, dok drugi dio ostaje u lokalnim okvirima. Ujedno bi valjalo napomenuti da se pojavljuje sve više uključivanja u mnoge procese globalne kulturne razmjene koji su povezani uz shvaćanje kulture kao zajedničke kulture (*common culture*) te slobodne kulture (*free culture*).

Procesi su kulturnih tranzicija upravo najvidljiviji na području kulturnih/kreativnih industrija zato što su one među prvima osjetile turbulentnost na organizacijskoj i simboličkoj razini. Kao primjer tih promjena na organizacijskoj razini možemo izdvojiti transformacije kulturne infrastrukture. Na razini izdavačke i filmske distribucije centralizirani model distribucije bio je prekinut, a novi je tek (i ako) počeo djelovati. Na simboličkoj razini možemo pak govoriti o pomaku od promocije reprezentativne kulture (tada) novih elita prema prihvaćanju kulturnih proizvoda globalnih kulturnih industrija te otvaranju prema proizvodima lokalnih kulturnih/kreativnih industrija. Promjene su prisutne - mnogi kulturni sektori razvijaju nove modele financiranja, sve su snažnije orijentirani na tržište (kakvo god ono bilo) te

više nisu ograničeni samo primarno na javna (što gradska, što lokalna, što državna) financijska sredstva, premda su takvi modeli još uvijek dominantni oblici financiranja ovoga područja.

Opća i značajna karakteristika kulturnih/kreativnih industrija u lokalnome regionalnom kontekstu jest da su one još uvijek relativno slabo razvijene. U zemljama jugoistočne Europe ovo područje u svom načinu proizvodnje u pravom smislu riječi nije „industrijsko“, bez obzira što ih nazivamo „industrijama“. Pa tako nakon što je proanalizirala situaciju kulturnih/kreativnih industrija u jugoistočnoj Europi, Švob-Đokić zaključuje: „Kulturna diversifikacija još uvijek prevladava na lokalnoj razini, ne zato što je manje izložena globalnim utjecajima, nego zato što tip kulturne proizvodnje ostaje zanatski i umjetnički, što se najviše vidi na lokalnom, domaćem nivou“ (2002: 126). Može se reći da su neki od zajedničkih problema kulturnih/kreativnih industrija u jugoistočnoj Europi problemi malih tržišta, samim time i proizvodnje u malim serijama, utjecaja međunarodnih kulturnih/kreativnih industrija, kao i poteškoće u distribuciji proizvoda kulturnih/kreativnih industrija (Primorac, 2004: 73). Naravno, jedan dio tih problema proizlazi iz ukupnoga konteksta lokalne kulturne i kreativne proizvodnje, u kojem su neke od prepreka u razvoju „mali“ jezici, niska kupovna moć stanovništva te još uvijek ograničena upotreba novih tehnologija. Potrebno je zadovoljiti neke od preduvjeta kako bi se kulturne/kreativne industrije u regiji jugoistočne Europe mogle razviti, o čemu će više riječi biti u sljedećem odjeljku.

#### 4.2. Preduvjeti za razvoj kreativne ekonomije u JIE regiji

*„Što Bosanac napravi kada poželi pogledati dobar film?  
Napravi ga sam!“*  
Vic sa Sarajevskog filmskog festivala

Kako bi se adekvatno problematizirala promjena načina rada u kontekstu kreativne ekonomije jugoistočne Europe, važno je analizirati nekoliko ključnih preduvjeta za razvoj kreativne ekonomije u jugoistočnoj Europi. Prva od tih ključnih dimenzija vezana je uz pitanje (de)centralizacije – s jedne strane što se tiče područja financiranja, a s druge strane s obzirom na prostornu dimenziju (de)centralizacije. Druga je dimenzija vezana uz prodor novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija u regiji, što je jedna od predispozicija za razvoj kreativne ekonomije – one djeluju kako na razinu proizvodnje, tako i na razinu distribucije te potrošnje kulturnih/kreativnih sadržaja i usluga. Na taj se način, a povezano s razvojem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija u jugoistočnoj Europi, javljaju problemi zaštite prava intelektualnog vlasništva te (tehnološke) konvergencije kao važnih okvira za razvoj kreativne ekonomije koji također trebaju biti posebno analizirani. Neke od tih aspekata pokušat ćemo rasvijetliti podacima o korištenju informacijskih i komunikacijskih tehnologija kao i podacima o potrošnji na komunikaciju. Treća dimenzija preduvjeta za razvoj kreativne ekonomije odnosi se na potrošnju stanovništva jugoistočne Europe na kulturu te komunikacije i rekreaciju, gdje ćemo se osloniti na podatke o potrošnji kućanstava na kulturu i gore navedena područja.



#### 4.2.1. (De)centralizacija financiranja i prostorna (de)centralizacija kreativnih djelatnosti

U regiji jugoistočne Europe postoje dva nivoa centraliziranosti o kojima se može govoriti kada se istražuje područje kulturnih/kreativnih industrija. Prva razina te centraliziranosti proizlazi iz toga što je donedavno financijska potpora za ove djelatnosti bila centralizirana na državnom nivou. Još uvijek je ta tendencija prisutna, bez obzira da li govorimo o financijskoj potpori koja se raspodjeljuje na centralnoj razini ili onoj na razini lokalnih uprava i samouprava. Sve je donedavno bilo gotovo nemoguće govoriti o financiranju kulture u regiji JIE izvan ovih okvira. Ulaganje u kulturne/kreativne industrije također je bilo minimalno, kao i broj poduzeća i privatnih inicijativa na tom polju. U zemljama jugoistočne Europe zakoni o sponzoriranju kulture i donacijama, doneseni su, ukoliko su uopće doneseni, tek u ovom mileniju, osim u Rumunjskoj gdje je takav zakon donesen 1999. godine<sup>124</sup>.

Analiza trenutnog stanja financiranja kulture u državama jugoistočne Europe pokazuje da je odnos financiranja iz republičkog budžeta i budžeta lokalne uprave i samouprave još uvijek neravnotežan. U nekim zemljama, kao što su Albanija i Makedonija, financiranje kulture još uvijek, uglavnom ili potpuno, vrši se s razine ministarstava (Albanija 100%, Makedonija 90% – prema podacima za 2007. godinu). U ostalim zemljama regije taj odnos je prilično izjednačen; pa su tako izdaci na strani centralne vlasti u Bugarskoj 58%, u Hrvatskoj 43% (za 2000. godinu), u Moldaviji

---

<sup>124</sup> Doneseni zakoni su sljedeći: Albanija – *Zakon o sponzorstvu*, (2003.); Bugarska – porezne olakšice za privatne osobe i kompanije za sponzorstva u kulturi; Hrvatska – *Zakon o porezu na dobit* (NN 177/04) i *Zakon o porezu na dohodak* (NN 127/00); Grčka – Porezne olakšice za sponzorstva na snazi od 2007. godine (GG - 16/26-1-2007); Makedonija – *Zakon o sponzorstvu i donacijama* (na snazi od 2007. godine); Moldavija – *Zakon o filantropiji i sponzorstvu* (2002.); Rumunjska – *Zakon o sponzorstvu i donacijama* (1999.); Srbija – *Zakon o porezu na dobit* dozvoljava odbitke za davanja u kulturi (<http://www.culturalpolicies.net/web/comparisons-funding.php?aid=41&cid=46&lid=en>; pristupljeno 20. rujna 2008.).

46,7%, u Rumunjskoj 44% te u Srbiji 45,8% (2000.)<sup>125</sup>. S obzirom na navedene podatke, vidljivo je da je odnos prema (de)centralizaciji financiranja kulture u regiji jugoistočne Europe još uvijek raznolik i ne može se reći da postoji zajednički trend u regiji.

Pitanje decentralizacije (i na jednoj kao i na drugoj razini) vrlo je važno u ovim zemljama i upravo se ono pojavljuje kao jedno od ključnih pitanja kulturnih politika, ali i ostalih javnih politika. Međutim, postavlja se pitanje o kakvim politikama decentralizacije možemo govoriti u ovim uvjetima? Također, s obzirom da se radi o političkoj moći – kao što Delia Mucica ističe – postavlja se pitanje zašto bi se *policy makeri* i odlučili za korake prema decentralizaciji? „Utrošak/alokacija javnog budžeta je vrlo važno oruđe za oblikovanje javnih politika i implementacije strategija, ali isto tako je i vrlo efikasan instrument administrativne i političke kontrole“<sup>126</sup> (Mucica 2005:1). Upravo je u ovom kontekstu vrlo značajan i odgovor civilnoga društva, kao korektora/ispravljača, koje upozorava na moguće nepravilnosti. Nevladine organizacije kao i druge *grassroots* inicijative mogu pomoći da se provedu procesi decentralizacije<sup>127</sup>. Kada govorimo o važnosti odnosa centralizacije i decentralizacije treba istaknuti da bi racionalna kulturna politika trebala kombinirati centralizaciju i decentralizaciju, jer ni jedna od tih opcija samostalno ne predstavlja idealno rješenje kako ističe Katunarić (2007: 212).

---

<sup>125</sup> Prema podacima Kompendija kulturnih politika Vijeća Europe, Tablica „Praćenje promjena u javnoj kulturnoj potrošnji prema razini upravljanja“. Napomena: gdje nije posebno istaknuto, radi se o podacima za 2007. godinu, podaci za ostale zemlje nažalost nisu bili dostupni u vrijeme pisanja ove disertacije (<http://www.culturalpolicies.net/web/comparisons-funding.php?aid=39&cid=46&lid=en>; pristupljeno 24. veljače 2009.).

<sup>126</sup> „...public money spending/allocation is both an extremely important tool for shaping policies and implementing strategies, as well as being a very efficient instrument of administrative and political control“ (Mucica, 2005: 1).

<sup>127</sup> Primjera u kojima su mreže nevladinih organizacija svojim radom pokazale kako se decentralizirani oblik djelovanja može ostvariti ima i u regiji JIE – npr. mreža Klubtura/Clubture u Hrvatskoj.

Sljedeća dimenzija centralizacije jest ona koja se odnosi na gradska središta kao centralne točke razvoja. U zemljama jugoistočne Europe aktivnosti kreativne ekonomije su ponajviše usredotočene na glavne gradove u regiji. U njima je, osim ekonomske i političke, koncentrirana i kulturna infrastruktura kao što su kina, kazališta, koncertne dvorane, raznorazni klubovi itd., dok u manjim gradovima regije njihov broj opada. S obzirom na važnost svih vidova infrastrukture a s ciljem što sigurnijeg profita, privatni investitori također vežu svoja ulaganja uz glavne gradove. Ukoliko govorimo o decentralizaciji na prostornoj razini u kontekstu kreativne ekonomije, tada je potrebno pronaći i adekvatne modele za ovaj tip decentralizacije. Jedan od mogućih modela razvoja gradova moguć je i kroz model „kreativnoga grada“ Charlesa Landryja, kao jednog od najutjecajnijih istraživača policy-razine navedenoga problema. Njegov se razvojni model gradova zasniva na kulturnim resursima kao ključu inovacije u gradovima. Landry (2000.) se zalaže za urbano planiranje koje je fokusirano na pronalaženje i isticanje tih kulturnih resursa. Na sličan način Allen J. Scott naglašava da: „Zajednice zasnovane na mjestu kao ove nisu samo *foci* kulturnog rada u užem smislu, nego su one i vrtlozi kulturne reprodukcije u kojem se stvaraju i kruže ključne stručnosti u kulturi“<sup>128</sup> (1999: 809). Međutim, ukoliko govorimo o razvoju kreativne ekonomije u određenim gradovima, tj. o razvoju tzv. *kreativnoga grada*, važno je napomenuti da je za razvoj istoga potreban i institucionalni okvir, kako naglašava i Landry (2000.). Kada govorimo o regiji jugoistočne Europe, zasad se o razvoju kulturnih/kreativnih industrija može govoriti jedino u kontekstu glavnih gradova regije gdje je koncentrirana kulturna, poslovna i IKT infrastruktura.

Što se tiče razvoja kulturnih/kreativnih industrija u regiji, Tomić-Koludrović i Petrić (2005: 139) smatraju da je vrlo teško govoriti kako bi neki određeni grad u regiji mogao biti točka razvoja kulturnih/kreativnih industrija: „Iz niza razloga, počevši od jezika pa preko pitanja vlasništva, teško je zamisliti kreativni centar u jugoistočnoj Europi koji bi značajno doprinio lokalnoj ekonomiji putem široke međunarodne

---

<sup>128</sup> „Place-based communities as these are not just foci of cultural labor in the narrow sense, but are also vortexes of cultural reproduction in which critical cultural competencies are generated and circulate“ (Scott, 1999: 809).

integracije vlastitih proizvoda i usluga<sup>129</sup>. Ako bismo govorili u Floridinim terminima – nijedna „bodlja“ za sada ne stoji na putu<sup>130</sup>, tj. trenutačno ne postoji nijedan regionalni centar koji pokazuje izražen potencijal za kreativni razvoj. Međutim, to ne znači da kreativni potencijal u regiji ne bi bilo moguće razviti ukoliko bi takav cilj bio postavljen.

Jedan od koraka prema decentralizaciji može se pronaći i u potencijalima novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Nove tehnologije tako djeluju na kulturnu proizvodnju i distribuciju, ali i na potrošnju; one mogu utjecati na decentralizaciju kulturnog razvoja pri čemu se povećava kulturna komunikacija te se razvijaju nove dimenzije odnosa između proizvođača i potrošača same kulture, a sve je i veći broj *protrošača*.

#### 4.2.2. Nove tehnologije i kreativna ekonomija jugoistočne Europe

Potaknute globalizacijskim procesima, inovacije u informacijskim i komunikacijskim tehnologijama (IKT) unutar kulture i medija otvorile su niz pitanja vezanih uz shvaćanje i prakticiranje novih načina distribucije, potrošnje te proizvodnje kulturnih dobara i usluga. Tako se *konvergencijom*, pod kojom podrazumijevamo stapanje višestrukih medijskih sistema kroz koje različiti medijski sadržaji cirkuliraju i supostoje, stvaraju nove mogućnosti za interakciju (Jenkins, 2006.). Samim time otvara

---

<sup>129</sup> „For a number of reasons, ranging from language to ownership issues, it is hard to imagine a creative center in the Southeastern European region which would contribute significantly to the local economy by virtue of a wide international integration of its products and services“ (Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 139).

<sup>130</sup> Pozivamo se na Floridinu (2007.) tezu „the world is spiky“ ili u prijevodu „svijet je bodljikav“, kojom se osvrnuo na Friedmanovu tezu kako je svijet ravna ploča tj. „the world is flat“, Florida argumentira različite razvojne potencijale određenih gradskih centara (koje u prezentiranim grafovima čine „bodlje“ tj. najrazvijenija područja (prikazano 3D grafom) na osnovu podataka vezanih uz kreativnu ekonomiju).

se i niz novih tema povezanih uz pitanja originalnosti, autorskih prava te daljnjeg razvoja kreativnosti. Suvremeni participativni modeli otvorili su mnoge nove mogućnosti – alati društvenih mreža (*social networking tools*) omogućuju promjene u promociji kulturnih/kreativnih industrija kakve prije nisu bile moguće. Klasični modeli promocije i distribucije informacija o raznolikim (kulturnim) događanjima, kao što su plakatiranje i sl., sve su više zamijenjeni oglašavanjem u virtualnoj sferi<sup>131</sup>. Kroz digitalne mreže, Internet i *World Wide Web (WWW)* otvara se niz novih načina komuniciranja, razmjene i sukreiranja sadržaja. Međutim, sve su te promjene još uvijek daleko od utopijskih zamisli o potpunoj transformaciji društvenog života kakve su postojale u počecima Interneta. Stvaraju se nove digitalne kulture čije karakteristike, opseg i implikacije tek počinjemo shvaćati i tumačiti (vidi Uzelac i Cvjetičanin, 2008.).



Slika 5 – Polagano izumiranje plakata? Poster i ina događanja u Resni, Makedonija (fotografija: J. P.)

Nove informacijske i komunikacijske tehnologije donose promjene u kulturnomu stvaralaštvu kroz komunikacijsko otvaranje, promjene na razini proizvodnje, distribucije i potrošnje. Razvijaju se novi oblici interkulture komunikacije; kulturna

---

<sup>131</sup> Kao jedan od prvih primjera u Hrvatskoj istaknuli bi koncert grupe “The National” u Zagrebu (održan 23. studenog 2007. godine) za koji nije tiskan ni jedan plakat ni letak. Sva promocija obavljena je na internetskim stranicama *Last.fma*, *MySpacea* i sl.

raznolikost u digitalnoj domeni potiče daljnje stvaranje i (re)definiranje novih kulturnih identiteta (Uzelac i Cvjetičanin, 2008.). Sve ove promjene unutar digitalne kulture nastaju tako velikom brzinom da je teško procijeniti implikacije novonastalih uvjeta uključujući probleme privatnosti i slobode govora – kako za korisnike, građane, tako i za zakonodavce. Svaki se dan susrećemo s novim pitanjima koja proizlaze iz korištenja novih tehnologija, a za koja nemamo pripremljene odgovore – u tomu kontekstu prisjetimo se samo nedavnih skandala u Hrvatskoj vezanih uz *Facebook*, koji su pokazali koliko je i sam zakonodavac neupućen u fenomene digitalne kulture<sup>132</sup>. Potrebna je edukacija i metoda „žabljeg skoka“ u pristupu novim tehnologijama kako bi se adekvatno uključili u virtualnu sferu. No prvenstveno je važan *pristup*; kao što je to Rifkin pokazao (2005.), pristup tehnologiji, znanju, sadržaju, itd. od vrhunske je važnosti za suvremenu globaliziranu kreativnu ekonomiju. Štoviše, pitanje pristupa digitalnim tehnologijama ključan je problem rastuće digitalne podjele u svijetu tzv. digitalnog jaza (*digital divide*), koji se nazire i u zemljama JIE.

Nove informacijske i komunikacijske tehnologije utječu na sve razine kreativne ekonomije – na područje proizvodnje, distribucije i potrošnje. S razine proizvodnje mora se istaknuti da nove tehnologije omogućuju jednostavniju proizvodnju i umnažanje simboličkih dobara uz pomoć sve većeg broja multimedijalnih alata. S razine distribucije sve je lakša i brža mogućnost same distribucije, a uz klasične distribucijske kanale otvaraju se i novi za razmjenu sadržaja – *p2p*, *Web 2.0*, te se sve više ide prema *Web 3.0* itd. Ujedno, na razini potrošnje bitno je istaknuti i veću participativnost samih potrošača koji mogu intervenirati u nastala djela/sadržaje i sl. (već spomenuti potrošači, u originalu *prosumers*<sup>133</sup>) – što je ključni novitet u razvoju novih tehnologija.

---

<sup>132</sup> Pritom mislimo na *Facebookovu* akciju za prosvjed „Stegnite Vi svoj remen bando lopovska“ (održana u studenom 2008. godine) radi koje je moderatu grupu pretresen stan.

<sup>133</sup> Može se primjetiti da je kovanica „prosumers“ zanimljiva jer stavlja veći naglasak na *potrošačkom* „conSUMERS“ elementu nego na *proizvođačkom* „PROducers“. U tomu bi smislu možda *conducers* bila bolja kovanica ukoliko želimo istaknuti važnost proizvodnje u prvi plan.

Koliko su zemlje jugoistočne Europe „uključene“ u digitalnu sferu i koliko su im razvijene neke od predispozicija za razvoj kreativne ekonomije prikazat ćemo podacima u ovom dijelu teksta. Fleksibilizacija rada u kreativnoj ekonomiji uvelike ovisi o toj dimenziji. Dakle, podaci koji slijede ocrtavaju jedan dio preduvjeta (s tehnološke strane) za kreativnu ekonomiju u jugoistočnoj Europi. Na samomu početku prikazala bih osnovne podatke o tome koliko se informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) koriste u ovom dijelu Europe. Tablica 2 prikazuje glavne indikatore takve tehnologije u zemljama jugoistočne Europe, pri čemu su za usporedbu uzeti podaci iz Njemačke kao „stare“ članice Europske unije.

**Tablica 2: Glavni indikatori IKT-a (na 100 korisnika), u % pristupa\***

	Fiksna telefonska linija	Mobilni telefon	Osobno računalo	Internet	ADSL
Njemačka	65,53	101,92	60,47	<b>46,67</b>	17,03
Crna Gora <sup>134</sup>	n/a	n/a	n/a	<b>44,34</b>	4,30
Hrvatska	40,22	98,11	19,42	<b>34,60</b>	5,53
Rumunjska	19,44	80,45	12,96	<b>32,36</b>	8,18
Bugarska	31,28	107,59	6,34	<b>24,38</b>	5,01
Bosna i Hercegovina	25,28	48,25	5,43	<b>24,28</b>	1,02
Grčka	55,52	99,62	9,17	<b>18,38</b>	4,38
Moldavija	24,27	32,38	8,28	<b>17,35</b>	0,52
Albanija	11,30	48,89	1,73	<b>14,98</b>	0,01
Srbija	25,91	63,29	16,19	<b>13,34</b>	1,16

Izvor: UN E-government Survey 2008, dostupno na:

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan028607.pdf> (pristupljeno 02. ožujka 2008)

\*Tablica je organizirana pomoću internetskih indikatora (Tablica preuzeta iz Primorac, Jurlin, 2008.)

Kao što je navedeno u tablici, broj je osobnih računala po glavi stanovnika u regiji još uvijek nizak – u rasponu od 1 računala na 100 korisnika (Albanija) do 19 računala na 100 korisnika (Hrvatska), što je još uvijek daleko od npr. njemačkog standarda (60

<sup>134</sup> Podaci za Crnu Goru preuzeti su s internetskih stranica Međunarodne telekomunikacijske unije

(International Telecommunication Union, ITU): <http://www.itu.int/ITU->

[D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/InformationTechnologyPublic&RP\\_intYear=2006&RP\\_intLanguageID=1](http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/InformationTechnologyPublic&RP_intYear=2006&RP_intLanguageID=1) (pristupljeno 13. veljače 2008). U tekstu iz kojeg su preuzeti podaci

Grčka je uzeta kao dio JIE.

računala na 100 korisnika). ADSL priključak u zemljama jugoistočne Europe još uvijek ima mali broj stanovnika (pogotovo u usporedbi s Njemačkom), dok se pristup Internetu u nekim državama približava standardima Europske unije. Najbolja je situacija na polju mobilne telefonije, dok je fiksna telefonija na znatno nižem nivou nego u npr. Njemačkoj. Poredak zemalja u Tablici 2 učinjen je prema internetskom indikatoru.

Ukoliko se usredotočimo na odabrana područja informacijskih i komunikacijskih tehnologija u mobilnoj i fiksnoj telefoniji za razdoblje 2002. – 2005., mora se istaknuti da je broj mobilnih telefona u posljednjih nekoliko godina u porastu u svim zemljama JIE dok fiksna telefonija opada u Bugarskoj, Hrvatskoj i Crnoj Gori, a raste u ostalim zemljama<sup>135</sup> (podaci preuzeti iz Primorac, Jurlin, 2008: 76). Ako se ovaj trend nastavi, broj pretplatnika mobilne telefonije uskoro će biti na razini Europske unije, što je posebno važno u kontekstu spajanja mobilne tehnologije s novim ulogama mobilnoga telefonskog aparata – kao sredstava za slušanje glazbe, korištenje foto i video kamere, čitanja e-pošte i pretraživanja Interneta (pri čemu je npr. *iPhone* poseban fenomen), ali i kao sistema za nadzor i praćenje, itd. Time bi se mogle otvoriti nove dimenzije kulturne proizvodnje i potrošnje u digitalnoj areni za građane zemalja JIE<sup>136</sup>. S obzirom na nedostupnost podataka, vrlo je teško govoriti o posebnom utjecaju ručnih računala (PDA-a, s njima povezanih *gadgeta*, kao i tablet računala) u regiji JIE.

Ukoliko gledamo porast upotrebe Interneta u Europi, u usporedbi sa zemljama jugoistočne Europe, koja je prikazana u Tablici 3, može se vidjeti da je postotak korisnika internetskih usluga u jugoistočnoj Europi u velikom porastu u posljednjih osam godina. Tako npr. postotak porasta broja korisnika iznosi visokih 18,748% za

---

<sup>135</sup> “It demonstrates that the number of subscriptions to cellular telephones is constantly rising in all of the countries of the SEE region, while the number of telephone landlines is decreasing in Bulgaria, Croatia, Macedonia (FYROM) and Montenegro and is slowly rising in other countries” (Primorac, Jurlin, 2008: 76).

<sup>136</sup> Kao zanimljiv primjer u tom kontekstu možemo spomenuti prvi festival filmova snimljenih mobilnim telefonom pod nazivom 'Plavi zub' održanim prvi puta 2008. godine u Zagrebu – <http://www.plavizub.com/> (pristupljeno: 3. ožujka 2008.).



Albaniju te 14,971% za Bosnu i Hercegovinu. Neke od zemalja u regiji JIE približavaju se europskom prosjeku (kao na primjer Crna Gora, Hrvatska, Grčka i Bugarska) dok je Rumunjska prešla europski prosjek, a ostale zemlje (Albanija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Moldavija i Srbija) još uvijek zaostaju u postotku internetskih korisnika. Naravno, trebamo napomenuti da su neke spomenute zemlje postale članice Europske unije u promatranom vremenskom periodu. Ukoliko pak pogledamo postotak korisnika internetskih usluga u ukupnome stanovništvu, može se sugerirati da još uvijek ima prostora za rast. Iz tablice je vidljivo da su zemlje s najvećim porastom korisnika (za razdoblje 2000. – 2008.) najčešće one u kojima je ukupni postotak korisnika internetskih usluga u stanovništvu nizak – i obratno.

**Tablica 3: Rast upotrebe Interneta u jugoistočnoj Europi\***

	Broj stanovnika (procjena za 2008.)	Internetski korisnici, najnoviji podaci	Korisnici internetskih usluga u stanovništvu (u %)	Ukupan broj korisnika u Europi (u %)	Porast korisnika (2000. – 2008.) (u %)
<b>Europa**</b>	800,401.065	384,633.765	48,1 %	100%	266.0 %
<b>Albanija</b>	3,619.778	471.200	13,0 %	0,1 %	18,748.0 %
<b>Bosna i Hercegovina</b>	4,590.310	1,055.000	23,0 %	0,3 %	14,971.4 %
<b>Bugarska</b>	7,262.675	4,000.000	55,1 %	1,0 %	830.2 %
<b>Hrvatska</b>	4,491.543	1,995.400	44,4 %	0,5 %	897.7 %
<b>Grčka</b>	10,772.816	3,800.000	35,3 %	1,0 %	280.0 %
<b>Makedonija</b>	2,061.315	685.000	33,2 %	0,2 %	2,183.3 %
<b>Moldavija</b>	4,324.450	700.000	16,2 %	0,2 %	2,700.0 %
<b>Crna Gora</b>	678.177	280.000	41,3 %	0,1 %	n/d
<b>Rumunjska</b>	22,246.862	12,000.000	53,9 %	3,1 %	1,400.0 %
<b>Srbija</b>	10,159.046	1,500.000	14,8 %	04 %	275.0 %

\*Tablica se temelji na podacima Inter World Statsa (siječanj, 2009.)

<http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

\*\*Brojke za “Europu” uključuju 52 europske zemlje

Podaci izneseni u ovom odjeljku pokazuju da regija jugoistočne Europe još uvijek zaostaje u informacijskim i komunikacijskim tehnologijama za europskim standardima. Međutim, razvoj novih tehnologija u uzlaznoj je putanji na svim poljima – i što se tiče upotrebe Interneta, mobilne tehnologije, itd. U nekim je zemljama taj rast strahovito visok dok se u drugima već kreće prema stagnaciji, jer je dosegao maksimalnu

penetraciju u trenutačnom periodu. U nekima se i približio standardima Europske unije, od kojih su odabrane zemlje jugoistočne Europe već postale dio. Ovaj je rast IKT-a u regiji značajan jer utječe i na razine proizvodnje, distribucije i potrošnje kulturnih/kreativnih sadržaja. Pogledajmo detaljnije neke od problema i prepreka koje donosi upotreba i širenje novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija.

### *Problemi zaštite intelektualnog vlasništva u digitalnoj sferi*

Velik broj djelatnosti kreativne ekonomije utemeljen je na eksploataciji intelektualnog vlasništva i autorskih prava ili *copyrighta* (u zemljama u kojima je tako definirano zakonom), a rjeđe je riječ o „prodaji proizvoda“ u klasičnome smislu riječi. Takav je tip proizvodnje i potrošnje reguliran određenim zakonskim okvirima bilo kroz pravnu tradiciju autorskoga prava i srodnih prava ili *copyrighta*, koji se mogu ostvarivati individualnim putem i kolektivnim ostvarivanjem prava preko udruga nositelja prava. Kako su pitanja intelektualnog vlasništva povezana uz rad s novim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama koje su u ovoj regiji u naglom porastu, pojavljuju se problematične situacije. Mnogi korisnici usluga zapravo nisu dovoljno upoznati s pravnim okvirom zaštite intelektualnog vlasništva, što dalje stvara zapreke u razvoju sektora kulturnih/kreativnih industrija. U tom kontekstu kada se govori o neautoriziranom korištenju rada određenih autora/autorskih skupina – bilo da se radi o filmu, videu, glazbi, knjigama, igricama, računalnom softveru ili drugim autorskim djelima, i to najčešće kroz širu komercijalnu distribuciju i prodaju „ilegalnih“ primjeraka radova – koristi se termin „piratstvo“. Pritom bi valjalo napomenuti da s druge strane princip *fair use* (poštene uporabe) dozvoljava ograničenu uporabu materijala obuhvaćenog autorskim pravima (bez traženja dozvole od vlasnika prava) u svrhu znanstvenog rada, kritike, satire ili rada u nastavi.

Dakle, piratstvo je najčešće definirano kao organizirano kršenje prava intelektualnog vlasništva ili *copyrighta* (gdje je zakonom tako definirano) za komercijalne svrhe; pri čemu se takav oblik kršenja prava naziva i *crnim* piratstvom dok je ono koje se čini za osobne svrhe definirano kao *sivo* piratstvo. Treba napomenuti da su i jedan i drugi oblik

piratstva još uvijek prisutni u zemljama regije JIE. Kako pokazuju podaci: „kada govorimo o pristupu i IKT infrastrukturi, moramo naglasiti činjenicu da se, na tehničkoj razini, sudjelovanje u digitalnoj areni u JIE regiji dijelom odvija i pomoću piratskog softvera“ (u Primorac, Jurlin, 2008: 81). Tablica 4 nam pokazuje podatke o razinama softverskoga (crnoga) piratstva i gubitaka po zemljama u JIE.

**Tablica 4: Razine softverskoga piratstva i gubitaka po zemljama\***

	Piratstvo u postocima**			Gubici (u milijunima \$)		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004
<b>Albanija</b>	77%	76%	77%	\$11	\$9	\$7
<b>Bosna i Hercegovina</b>	68%	69%	70%	\$14	\$13	\$12
<b>Bugarska</b>	69%	71%	71%	\$50	\$41	\$33
<b>Hrvatska</b>	55%	57%	58%	\$62	\$51	\$50
<b>Grčka</b>	61%	64%	62%	\$165	\$157	\$106
<b>Makedonija</b>	69%	70%	72%	\$10	\$9	\$8
<b>Moldavija</b>	94%	96%	-	\$56	\$44	-
<b>Crna Gora</b>	82%	83%	83%	\$6	\$9	\$8
<b>Rumunjska</b>	69%	72%	74%	\$114	\$111	\$62
<b>Srbija</b>	78%	80%	80%	\$59	\$95	\$85
<b>EU</b>	36%	36%	35%	\$11,003	\$12,048	\$9,786

\*Tablica se temelji na podacima Studije o globalnom softverskom piratstvu za 2006. godinu (2006 Global Software Piracy Study (IDC)).

\*\* „**Postotak piratstva** je ukupni broj jedinica piratskog softvera stavljenih u uporabu 2006. podijeljenih s ukupnim brojem instaliranih jedinica softvera. **Gubici:** Maloprodajna vrijednost piratskog softvera izračunata je na temelju veličine legitimnog softverskog tržišta i postotka piratstva. Stvarna formula glasi: Vrijednost piratskog softvera=(legitimna vrijednost)/(1-piratski postotak)-legitimno tržište“ (BSA, 2006: 17-18).

(Tablica iz Primorac i Jurlin, 2008.)

Kao što se može vidjeti iz Tablice 4, razine su softverskoga piratstva prilično visoke u regiji jugoistočne Europe, u rasponu od 55% do 96%, što je daleko više od europskoga prosjeka koji iznosi nekih 35-36% za razdoblje od 2005. do 2006. godine. Navedeni podaci pokazuju da je velik broj sudionika u digitalnoj areni unutar regije povezan

korištenjem piratskih softverskih platformi. Nadalje, dostupni podaci Međunarodnoga saveza za intelektualno vlasništvo (*International Intellectual Property Alliance* ili IIPA) koji se odnose na kulturna dobra prikazuju nam procijenjene gubitke koji su proizašli iz nepoštivanja *copyrighta* za kompjuterske softvere, softvere za zabavu, filmove, snimanje i glazbenu industriju. Prema podacima za 2008. godinu Bugarska, Grčka i Rumunjska svrstane su na Nadzornu listu (*Watch List*) za europsku i regiju CIS-a dok ostale zemlje nisu spomenute. To je pomak u odnosu na 2004. godinu kada je Bugarska bila na Prioritetnoj listi, Rumunjska na Nadzornoj listi, a Bosna i Hercegovina, Moldavija, Srbija i Crna Gora su bile na Listi posebne napomene (*Special Mention List*)<sup>137</sup>.



Slika 6 – Prodaja CD-a, DVD-a i sl. na buvljaku u Beogradu, Srbija<sup>138</sup>

---

<sup>137</sup> Prema definicijama IIPA, zemlje na Prioritetnoj listi nemaju adekvatnu zaštitu prava intelektualnog vlasništva (PIV) kao ni njenu implementaciju, a ni tržišni pristup za osobe koje ovise o PIV-u. Zemlje na Nadzornoj listi trebale bi pripaziti na probleme PIV-a na bilateralnoj razini (pod bilateralnom se misli na odnose između dotične zemlje i SAD-a), a na Listi posebne namjene nalaze se zemlje od posebnog interesa za SAD u području intelektualnog vlasništva (vidi IIPA podaci <http://www.iipa.com>, pristupljeno veljača, 2009.). Dakle, premda se u naslovu organizacije govori o “međunarodnoj” alijansi, iz metodoloških objašnjenja jasno je da se radi o interesima američke industrije.

<sup>138</sup> Foto: <http://www.beocity.com/surviving/english/97/10.phtml> (Pristupljeno: 23.3.2009.)

Mora se istaknuti da je i dio kulturnih dobara u regiji razmijenjen na ovaj način kroz sivu ekonomiju te kroz ostale distribucijske kanale ovih materijala prodajom kopiranih djela na CD-ima, DVD-ima ili kasetama na gradskim tržnicama (primjer Slika 6 na prethodnoj stranici), te kroz posuđivanje CD-a u trgovinama CD-ima, fotokopiranjem knjiga, itd. Daljnjim razvojem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, širenjem njihove upotrebe te sveopćom digitalizacijom navedeni vidovi „piratstva“ više nisu toliko rašireni kao što su bili u devedesetim godinama. Piratstvo tih godina za građane je ovih zemalja najčešće predstavljalo jedini način da dođu kako do kulturnih tako i do softverskih dobara. U tom se kontekstu postavlja važno pitanje: koliko možemo govoriti o „piratstvu“ ukoliko ono doprinosi razvoju nekoga društva te smanjivanju npr. informacijskog jaza i nejednakosti koje ih njega proizlaze. S druge strane, razvojem novih tehnologija razvijaju se i novi modeli digitalne distribucije, promocije i razmjene, prvenstveno *peer-to-peer* (p2p) (izravno razmjenjivanje podataka), koje su žigosane kao piratstvo. Nužno je napraviti razliku, kako kaže krilatica „dijeljenje nije piratstvo“ (*sharing is not piracy*), jer se uz sveopću digitalizaciju otvara diskusija o tome što se može definirati kao piratstvo te je nužno pogledati koje su opcije otvorenije prema participaciji korisnika i koje su ujedno fleksibilnije za novi tip digitalne komunikacije i razmjene. U suprotnom slučaju, ako bi uporabu p2p dijeljenog materijala shvatili kao piratstvo, onda bi gotovo svaki internetski korisnik bio pirat/kinja, i npr. došlo bi do nepreglednog broja sudskih tužbi. Praksa je pokazala da p2p razmjena zapravo pomaže u promoviranju umjetnika, što neki umjetnici i koriste u svom radu. Nadalje, snaga korisničke proizvodnje (*peer production*), distribucije i filtriranja mijenja prirodu ekonomije, kako je to pokazao i Anderson (2006.) u svom radu. Prodaja albuma na fizičkim nosačima (CD-ima, DVD-ima) opada, pa tako neki autori već pišu osmrtnice CD-u kao formatu tj. nosaču (Straw, 2009.), dok prodaja albuma (i datoteka) u digitalnom obliku raste<sup>139</sup>.

---

<sup>139</sup> Tako i posljednji podaci Nielsen SoundScana ukazuju na taj trend premda ni porast *online* prodaje glazbe „nije bilo dovoljno da se kompenzira pad prodaje CD-a tako da je prošle godine ukupno prodano 14% manje albuma, odnosno 8,5% manje pojedinačnih pjesama“. Podaci sa <http://www.bug.hr/vijesti/slabija-prodaja-glazbe/94766.aspx>. (Pristupljeno 02. veljače 2009.).

Promjene u regulativi autorskih prava i *copyrighta* u digitalnom su okruženju neadekvatne jer su zasnovane na principima analognog okruženja i ne uzimaju u obzir implikacije konvergenjske kulture. Na taj su način prisutne tendencije k zatvaranju kulturnih dobara kao i neadekvatni pravni modeli koji zanemaruju kolektivno stvaralaštvo, što mora biti promijenjeno. U tom kontekstu potrebno naglasiti da sloboda govora mora biti omogućena adekvatnim pravnim mehanizmima.

### *Alternativni modeli zaštite u digitalnoj sferi*

U današnje doba kada gotovo svatko može skinuti pjesmu ili film s Interneta, i samim time gotovo svatko može biti označen kao „pirat“, razvijaju se modeli drugačijeg zakonodavnog okvira kojima bi se moglo regulirati ovo područje. Pitanje pristupa, kao što je već napomenuto u prethodnom dijelu teksta, ima i drugu razinu – otvorenosti prema informacijama, znanjima i sl. Trenutačni sistem intelektualnog vlasništva te *copyrighta* prvenstveno je u službi investitora (najčešće audiovizualnih kompanija), a manje u službi onih koji/e stvaraju, a to su umjetnici/e, kulturni djelatnici/e. S obzirom na lukrativni potencijal intelektualnog vlasništva, neki ga nazivaju i „naftom dvadeset i prvog stoljeća“ (Ross, 2008: 34), pa zato treba biti oprezan kako ne bi došlo do zloupotrebe principa na kojima se zasniva. Kako bi se kreativni rad mogao dalje nesmetano odvijati, njegovi radnici moraju moći živjeti od svog rada, ali isto se tako moraju moći koristiti sadržajima i alatima koje im pružaju nove tehnologije. Kao što to Lessig ističe „mi ne bismo smjeli razmišljati trebamo li zaštititi kreativno vlasništvo, nego kako ćemo to učiniti. Ne bi trebalo razmišljati trebaju li vlasnici kreativnih materijala poštivati pravila, nego kakva bi ta posebna mješavina prava trebala biti. Ne bi trebali razmišljati trebamo li plaćati umjetnike, nego da li institucije dizajnirane za brigu o plaćanju umjetnika, ujedno trebaju kontrolirati kako se kultura razvija“<sup>140</sup> (Lessig, 2004: 120).

---

<sup>140</sup> “To answer this question, we need to get some perspective on the history of these “creative property” rights, and the control that they enabled. Once we see clearly how differently these rights have been

Treba razviti alternativne modele i promovirati ih tako da postanu *mainstream* – oni trebaju biti na korist kreativaca, ali moraju i omogućivati slobode korisnika novih tehnologija. Takve bi alternativne modele trebale uzeti u obzir vlade zemalja u tranziciji<sup>141</sup> kako bi „preskočile“ poteškoće u kojima su se našli njihovi kolege iz (tehnološki) razvijenih zemalja radi neadekvatnog zakonodavnog okvira za digitalno okruženje. Moramo unaprijed imati u vidu kako će načini na koje reguliramo, štitimo autore/ice imati nesagledive posljedice na naš kulturni i kreativni okoliš.

Alternativne licence poput *Creative Commonsa* (CC), *Copylefta* te drugih sličnih licenci, iako su prisutne u JIE-i, nisu dovoljno prepoznate ili široko rasprostranjene u regiji. To ne bi trebalo čuditi s obzirom da su CC licence u gotovo svim zemljama uvedene te promovirane tek nedavno.<sup>142</sup> Završene i razvijene licence dostupne su za pravosudne okvire Bugarske, Makedonije, Srbije, Grčke, Hrvatske i Rumunjske. Također, mora se napomenuti da poteškoće proizlaze i iz nedostatne promocije i niske medijske zastupljenosti ovih licenci u navedenim zemljama. Takav odnos stvara određenu konfuziju među kulturnim djelatnicima u regiji jugoistočne Europe jer oni najčešće nisu upoznati s navedenim modelima (Primorac, 2008: 34). Zapravo, kad se raspravlja o „alternativnim licencama“ s kulturnim djelatnicima u regiji, obično se autori *ne* referiraju na modele poput CC-a i sličnih. Upravo suprotno, sami djelatnici često osmišljavaju alternativne modele zaštite kako bi zaštitili sebe i svoj rad jer se ne mogu pouzdati da će se zakonske odredbe primjenjivati. Postojeći zakonodavni okvir, ukoliko je generalno adekvatno postavljen, najčešće ne funkcionira na razini provedbe.

---

defined, we will be in a better position to ask the question that should be at the core of this war: Not *whether* creative property should be protected, but how. Not *whether* we will enforce the rights the law gives to creative-property owners, but what the particular mix of rights ought to be. Not *whether* artists should be paid, but whether institutions designed to assure that artists get paid need also control how culture develops” (Lessig, 2004: 120).

<sup>141</sup> Uzmimo za primjer brazilsku vladu (posebice ministra kulture Gilberta Gila) koja je jedna od najvećih promotorica Creative Commonsa.

<sup>142</sup> Npr. za Makedoniju (FYROM) licenca je bila pripremljena za lipanj 2007., za Srbiju u prosincu 2007., dok je za Rumunjsku pripremljena u studenom 2008. godine.

Postavlja se pitanje kako u takvim uvjetima kritizirati postojeća prava intelektualnog vlasništva ili njihove drukčije regulacije ukoliko se i postojeća legislativa uopće ne provodi ili zapravo nije ni osmišljena. Problem leži i u tome što se zakonodavni okviri vezani uz ovo područje u zemljama jugoistočne Europe najčešće prenose iz inozemnih okvira bez adekvatnih rasprava, a da se pritom ne razmišlja o potencijalima za alternativne modele koji bi bili adekvatniji za lokalnu situaciju. U takvim je uvjetima još teže govoriti o kritici CC-a.

Procesi digitalizacije doprinose i kreiranju sasvim novih fenomena u kulturnim/kreativnim industrijama koji otvaraju i posve nove načine distribucije, proizvodnje itd. Uzmimo za primjer model pod nazivom *tecnobrega*<sup>143</sup>, koji je nastao u Brazilu, u kojem su jeftini modeli proizvodnje inkorporirani zajedno s neformalnim tipovima distribucije i promocije. U *tecnobregi* izvođači zarađuju od javnih nastupa te prodaje materijala na koncertima pa nije neobično da i najveće glazbene zvijezde budu izvođači koji nemaju potpisan ugovor sa izdavačkom kućom<sup>144</sup>. *Tecnobrega* uključuje velik broj dionika – od izvođača, organizatora koncerata, promotera *sound-systema*, velikog broja nezavisnih studija, uličnih prodavača, itd. Ovaj model zaobilazi izdavačke kuće kao dionike procesa i oslanja se na direktni kontakt s publikom – kako virtualnim tako i „fizičkim“ putem. Potrebno je ovdje primijetiti da se ovakva praksa kulturnoga djelovanja, gdje se umjetnici sve više orijentiraju isključivo prema izvedbama kao izvorima zarade, može pokazati kao problematična jer zahtijeva konstantan angažman na turnejama i samim time ih dovodi u još više nesigurnosti, tj. može se reći da se izvođači vraćaju u doba „trubadura“ ili točnije rečeno „youtubadura“.

---

<sup>143</sup> Tecnobrega je glazbeni pravac te novi poslovni model u glazbenoj proizvodnji. Međutim, tecnobrega je prvenstveno kulturni fenomen koji je započeo oko 2001. godine u regiji Belém do Para u Brazilu. Izvođači ne potpisuju ugovore sa izdavačkim kućama, glazba se najčešće stvara u kućnim studijima – a princip proizvodnje je obrnut ‘klasičnom’ tipu – autori prvo snimaju pjesme za kompilacije, te ukoliko određen broj pjesama istog izvođača postane hit – onda se snima album.

<sup>144</sup> Uzmimo za primjer Calypso band i druge. Više na <http://www.bregapop.com/arteton/> (pristupljeno 23. veljače 2009.).



Ujedno treba napomenuti da modeli prava intelektualnog vlasništva, poput *copyrighta*, nisu adekvatni u zemljama u kojima se pitanje vlasništva drukčije tradicionalno definira – u nekim se područjima ono shvaća kao zajedničko vlasništvo određene kulture gdje se autori percipiraju kao dio umjetničkoga kolektiviteta; kao što je npr. u nekim domorodačkim kulturama i sl. Iz toga je razvidno da takva (pravna) rješenja nisu univerzalno primjenjiva, pa se stoga mogu i trebaju redefinirati. Ovdje je potrebno spomenuti i radikalni prijedlog Joosta Smiersa (2003.) o ukinuću *copyrighta*. Smiers smatra da bi taj potez donio više dobrobiti samim autorima te javnoj sferi uopće, a pogotovo bi pogodovao umjetnicima zemalja Trećeg svijeta. „Zašto ne bi učinili novi korak i ukinuli sistem autorskih prava i copyright-a te ga zamijenili sistemom koji pruža bolje plaće za umjetnike iz zapadnih ali i zemalja Trećeg svijeta, da im se tako izrazi poštovanje prema njihovom radu, te ponovo postavi javna sfera na središnje mjesto u našim životima?“<sup>145</sup> (Smiers, 2003: 209). Naravno, takav bi prijedlog značio i radikalnu restrukturaciju multinacionalnih kulturnih/kreativnih industrija koje bi tim rješenjem više gubile nego dobile, pa je upitno kako bi se takva promjena mogla ostvariti. No to ne znači da prema njoj ne trebamo stremiti.

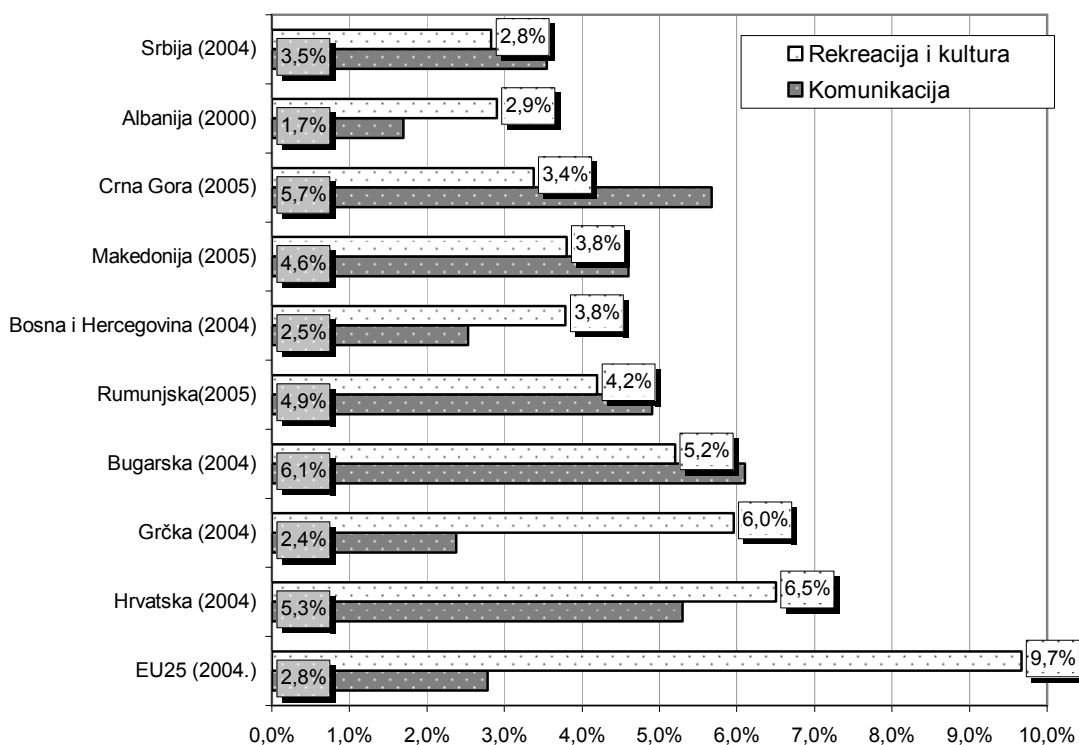
---

<sup>145</sup> “Why shouldn’t we take the next step and abolish the whole system of authors’ rights and copyright and replace it with a system that provides better payment to artists in Western and Third World countries alike, gives due respect to their work and brings the public domain back to a central place in our lives?” (Smiers, 2003: 209).

#### 4.2.3. Aspekti potrošnje za kulturu i komunikaciju kućanstava JIE

Nakon analize podataka o rasprostranjenosti novih tehnologija u JIE-i, za detaljniju sliku o kreativnoj ekonomiji u tranzicijskim državama jugoistočne Europe potrebno je analizirati i kolika je potrošnja građana te regije na komunikaciju, te na sektore rekreacije i kulture. Slika 7 prikazuje nam podatke o potrošnji kućanstava za kategorije „Rekreacija i kultura“ te „Komunikacija“ u regiji jugoistočne Europe i to u usporedbi sa zemljama EU25.

**Slika 7: Postotak kategorija „Rekreacija i kultura“ i „Komunikacija“ u ukupnoj potrošnji kućanstva\***



**Source:** Eurostat, Nacionalni statistički uredi

\*Prema međunarodnoj klasifikaciji COICOP-HBS-a (Klasifikacija individualne potrošnje prema svrsi usvojenoj za Anketu budžeta kućanstava) 0.8. KOMUNIKACIJE sastoje se od sljedećih stavki: Poštanske usluge, 08.2. Telefonska i telefaksne oprema, 08.3. telefonske i telefaksne usluge. Potom 09. REKREACIJA I KULTURA uključuje 09.1. Audiovizualnu, fotografsku i opremu za procesiranje informacija, 09.2. Druge ključne trajnosti za rekreaciju i kulturu, 09.3. Ostalu opremu i stvari za rekreaciju, vrt i kućne ljubimce, 09.4. Rekreacijske i kulturne usluge, 09.5. Novine, knjige i papirnu konfekciju i 09.6. Paket putovanja.

(Slika 7 preuzeta je iz Primorac, Jurlin (2008.))

Iz podataka je primjetna razlika između zemalja članica EU-a i zemalja regije u navedenim kategorijama. Tako je u većini zemalja jugoistočne Europe (Hrvatska, Grčka, Bugarska, Crna Gora i Srbija) potrošnja na komunikaciju veća od prosjeka u 25 zemalja EU-a. Ovo možemo pripisati visokim cijenama ovih usluga u zemljama jugoistočne Europe. Primorac i Jurlin (2008: 82) tako ističu da nivo cijena telekomunikacijskih usluga u jugoistočnoj Europi nominalno odgovara nivou u zemljama EU-a, ali je realno gledajući znatno viši. Tako da korištenje informacijskih i telekomunikacijskih tehnologija zauzima zamjetno visok udio u dohotku stanovnika zemalja jugoistočne Europe. Slika 7 također pokazuje da je potrošnja većine kućanstava jugoistočne Europe na komunikacije viša nego na rekreaciju i kulturu, što je također povezano s gore navedenim fenomenima visoke cijene usluga i sl.

Iz Slike 7 može se primijetiti da je potrošnja kućanstva na rekreaciju i kulturu u zemljama jugoistočne Europe niža nego u starijim članicama Europske unije. Ovo možemo pripisati činjenici da je kulturna potrošnja dijelom orijentirana prema tzv. „piratskim“ kulturnim dobrima i softveru, pa stoga nije prikazana statistički. Možemo pretpostaviti da je to jedan od razloga zbog kojeg je iskazana potrošnja ovih dobara niža. Ujedno, niža potrošnja na rekreaciju i kulturu može proizlaziti i iz stanja postojećeg tržišta kulturnim dobrima i uslugama, ali isto tako i iz prioriteta u potrošnji kućanstva u regiji jugoistočne Europe (opća niska moć potrošnje). Trebamo također uzeti u obzir i da kulturni proizvodi kao što su knjige, CD-i, DVD-i, itd. svojom cjenom u prosjeku nisu pristupačni građanima s prosječnim primanjima zemalja jugoistočne Europe. Upravo podaci iz Tablice 5<sup>146</sup> pokazuju cijene pojedinih kulturnih dobara i usluga u zemljama JIE i njihovim odabranim susjednim zemljama.

---

<sup>146</sup> Podaci za zemlje JIE su osjenčani.

**Tablica 5 – Indeks cijena kulturnih dobara i usluga, 2008. (CICP – Potrošačke cijene u kulturnim industrijama u EUR i % u odnosu na OECD paritet kupovne moći)**

Zemlja	CD-i	Knjige	Film	CUPIX CICP Medijan (CICP- Potrošačke cijene u kulturnim industrijama)	Odnos prema CICP MEDIJAN 12,98 EUR=100%	OECD PPP ** Rekreacija i kultura (=100%)
Albanija *	8,31	6,5	2,49	5,82	↓ 45%	58%
Austrija	17,00	25,70	8,00	16,90	↑ 130%	110%
Bugarska	8,00	-	4,50	6,25	↓ 48%	56%
Hrvatska	19,00	21,00	4,10	14,70	↑ 113%	-
Njemačka	15,49	24,95	7,25	15,90	↑ 122%	113%
Grčka	17,60	22,50	8,00	16,03	↑ 123%	98%
Mađarska	15,00	9,00	4,80	9,60	↓ 74%	-
Italija	20,50	20,00	7,50	16,00	↑ 123%	112%
Makedonija	10,00	10,00	2,50	7,50	↓ 58%	55%
Moldavija	13,50	16,50	7,50	12,50	↓ 96%	39%
Rumunjska	-	8,05	2,25	5,15	↓ 40%	52%
Srbija *	16,25	25,00	3,20	14,82	↑ 114%	49%
Slovačka	19,80	8,50	5,50	11,27	↓ 87%	57%
Slovenija	14,99	29,46	5,60	16,68	↑ 129%	88%

Tablica kreirana na osnovi web-stranice <http://www.culturalpolicies.net/webtest/statistics-markets.php?aid=85&cid=76&lid=en>. (Izvori: Council of Europe/ERICarts Compendium of Cultural Policies and Trends 2009)

\* Podaci za 2007. godinu prikupljeni su u prosincu iste godine.

\*\* [PPP usporedba](#): OECD Statistike 2005.

U odnosu prema prosječnim cijenama u zemljama OECD-a (Odnos prema CICP medijanu) u svim zemljama regije, osim u Srbiji i Hrvatskoj, cijene su niže za navedene kategorije CD-a, knjiga i filmova. Međutim, iz Tablice 5 vidljivo je da je paritet kupovne moći za „Rekreaciju i kulturu“ u većini zemalja JIE u prosjeku manja nego u zemljama OECD-a – u svim zemljama paritet kupovne moći je niži i kreće se od 39 do 58%. Iz toga možemo zaključiti da građani regije JIE mogu potrošiti u prosjeku upola manje na rekreaciju i kulturu od svojih susjeda, starijih članica EU-a.

**Tablica 6 – Usporedba cijena na europskom nivou (2005.)**

Prosjeak OECD PPP (*Purchasing power parities* – pariteti kupovne moći) cijena za 2005. godinu = 100

Zemlja	GDP	Stvarna individualna potrošnja	Potrošačka dobra	Vladine usluge	Osobne usluge	Rekreacija i kultura
Moldavija	34	29	51	15	9	39
Bugarska	37	37	66	18	16	46
Srbija	40	42	67	23	21	49
Rumunjska	47	48	75	26	24	52
Makedonija	38	39	63	22	20	55
Bosna i Hercegovina	45	46	73	30	27	56
Slovačka	54	51	80	33	29	57
Albanija	47	47	76	19	15	58
Crna Gora	44	50	77	24	23	60
Madžarska*	63	59	85	45	40	67
Hrvatska	64	64	94	46	43	78
Slovenija	74	75	94	67	68	88
Grčka*	85	86	100	69	68	98
Austrija*	106	105	113	106	106	110
Italija*	106	107	115	115	112	112
Njemačka*	108	107	114	112	111	113

Tablica 6 kreirana je na osnovi tablice „Comparison of European Price Levels (2005)“ s web-stranice Kompendija kulturnih politika: <http://www.culturalpolicies.net/webtest/statistics-markets.php?aid=89&cid=76&lid=en> (pristupljeno 04. travnja 2009) Izvori u tablici: [OECD.Stat Extracts](#) indikatori predstavljeni u tablici odabrao je Institut ERICArts iz [2005 OECD PPP Benchmark Data](#) prema nivoima cijena za potrošnju na prosječne OECD cijene za europske zemlje. Podaci su zasnovani na zajedničkoj studiji Eurostata i zemalja CIS-a.

\*) Članice OECD-a.

Za detaljniju sliku o usporednim cijenama na europskom nivou predstavljeni su podaci u Tablici 6. Kako je vidljivo iz same tablice, pariteti kupovne moći u zemljama jugoistočne Europe niži su od susjednih zemalja EU-a. Ujedno, iz Tablice 6 vidljivo je da su pariteti kupovne moći u ovim zemljama niži i od OECD-ova prosjeka. Podaci pokazuju da potrošači u zemljama JIE imaju manju kupovnu moć od svojih susjeda iz EU-a te manju kupovnu moć od potrošača iz zemalja OECD-a. Ta se tvrdnja odnosi i na specifičan sektor „Rekreacije i kulture“, kao što je jednim dijelom napomenuto i u prethodnom odlomku. Podaci u Tablici 6 sortirani su uzlazno prema indikatoru za

„Rekreaciju i kulturu“. Najmanja kupovna moć za „Rekreaciju i kulturu“ je u Moldaviji, zatim u Bugarskoj i Srbiji; dok je u Hrvatskoj paritet kupovne moći najviši. Zanimljivo je za istaknuti da nove članice EU-a (Rumunjska i Bugarska) imaju niži PPP za rekreaciju i kulturu od gotovo većine nečlanica EU-a iz regije JIE.

Za očekivati je da će s rastom životnog standarda u regiji te općega pada cijena komunikacija (IKT-a), veći udio potrošnje kućanstva moći biti izdvojen i za rekreaciju i kulturu. Jednim bi se dijelom moglo očekivati da će na taj način i nivo piratstva biti smanjen. Nove su tehnologije bitan čimbenik pri razvoju kreativne ekonomije, ali se ovdje treba distancirati od tehnološkoga determinizma. Korištenje IKT-a otvara nove mogućnosti za proizvodnju, distribuciju i potrošnju kulturnih sadržaja, ali to je samo jedan od uvjeta daljnjeg razvoja ovoga područja. Uz adekvatne politike informatizacije, obrazovne i kulturne politike također su nužne za daljnji razvoj kreativne ekonomije. Upravo će iz tog razloga u sljedećem odjeljku jednim dijelom biti analizirane i kulturne politike koje također utječu na razvoj određenih područja kulturnih/kreativnih industrija u regiji jugoistočne Europe.

#### 4.3. Kulturne/kreativne industrije između državnih poticaja i tržišnih mehanizama

„Poimanje kulture kao zabave (putem tržišta) i napretka (putem države) središnje je pitanje većine kulturnih politika“  
(Miller i Yúdice, *Cultural Policy*, 2002.)<sup>147</sup>

Kulturne/kreativne industrije nisu posvema novitet u regiji. Međutim, ono što je novo je polagana emancipacija od državnog financiranja te stvaranje novih formata kulturnih djelatnosti. Kulturu se više ne promatra primarno kao instrument prosvjećivanja naroda, kako je to bio slučaj u socijalističkim sistemima, nego se kultura sve više okreće prema industrijalizaciji kulturnih djelatnosti tj. prema kulturnim/kreativnim industrijama. Naravno, ta promjena nije tako jednostavna ni jednostrana; područje kulturnih/kreativnih industrija i kao koncept doživljava zapreke u ovoj regiji upravo radi navedenoga kulturno-povijesnoga naslijeđa<sup>148</sup>. Sa sličnim se problemom susreo i O'Connor kada je u Rusiji koncept „kulturnih industrija“ iz oba gore navedena razloga dočekan pomalo neprijateljski<sup>149</sup> (O'Connor, 2005: 45). Naravno, mora se napomenuti da isti konceptualni okvir ne može biti direktno preslikan u novi kontekst, kao što je to primijetio i O'Connor. Međutim, ovaj je koncept nezaobilazan kada se bavimo analizom suvremenih kulturnih promjena jer obuhvaća i ekonomske aspekte kulture, a i njenu povezanost s drugim područjima.

Kulturna je industrijalizacija jedna od globalnih pojava koje nisu, a i ne mogu zaobići ni ovaj dio svijeta, ali je pritom važno da taj fenomen valjano analiziramo unutar

---

<sup>147</sup> „The notion of culture as fun (via the market) and progress (via the state) is central to much cultural policy“ (Miller i Yúdice, 2002.).

<sup>148</sup> Kao što je napomenuto u izvještaju o kulturnoj politici Rumunjske - 2009, <http://www.culturalpolicies.net/down/romania.pdf> (pristupljeno 20.11.2009)

<sup>149</sup> “In St Petersburg, “cultural industries” was an imported neologism profoundly disruptive of local understandings of “culture”, and indeed, “industry”. It represented a shift in policy terrain and caused bemusement and confusion; but it also represented a more visceral shift in the (self-) understanding of Russian culture and identity that often provoked defensives and hostility” (O'Connor, 2005: 45).

lokalnih uvjeta i to uz pomoć podataka o kulturnoj proizvodnji i potrošnji na lokalnoj razini. Međutim, u svrhu boljeg rasvjetljavanja kulturnih promjena u regiji jugoistočne Europe, a upravo iz razloga što je kulturna proizvodnja u prethodnim sustavima bila pod velikim utjecajem države, zanimljivo je i istražiti koliki je sada njen upliv na kulturne/kreativne industrije. U tom je smislu važno promotriti kakve su kulturne politike prema ovom području u navedenim zemljama. U ovom radu pod kulturnim politikama podrazumijevamo javne politike koje reguliraju djelatnosti u području kulture na osnovi zadanih ciljeva a putem određenih instrumenata kao što su zakoni, pravilnici, odluke i sl. Kulturne se politike najčešće tiču instrumenata u reguliranju kulture na državnoj, ali i na regionalnoj ili lokalnoj razini, a također mogu biti i donošene na međunarodnom nivou (npr. UNESCO, Vijeće Europe). One mogu biti *eksplicitno* utvrđene odlukama i propisima određenih nadležnih tijela, ali mogu biti i *implicitne* – kada odluke tijela kojima kultura nije u fokusu zahvaćaju to područje. Također, i nepostojanje striktno kulturne politike može nam puno reći o odnosu prema području kulture. Tako npr. na europskom nivou kulturna politika nije eksplicitno definirana, ali se može reći da ona ipak postoji; „položaj EU prema kulturnim politikama može biti okarakteriziran zaštitom statusa quo i očuvanjem jednog prilično defenzivnog pristupa *policy-makingu*“<sup>150</sup> (Obuljen, 2004: 125). Kako navodi autorica, takva je orijentacija indirektno imala implikacije na politike u tranzicijskim državama te posljedično i u zemljama jugoistočne Europe. Potrebno je istaknuti da novo doba zahtjeva nove pristupe *policy makingu* – onom koje će uključivati premreženost svih razina djelovanja kao i promjene koje donose novi mediji bez čijeg uvažavanja više nije moguće analizirati kulturu.

Ne smije se zaboraviti da *akteri* kulturne politike mogu biti dionici kako javnog sektora kulture, ali i privatnog sektora, zaklada (bilo privatnih ili javnih), tako i nevladinih organizacija u kulturi - pri čemu se kod potonjih prakticira i tzv. odlučivanje „odozdo“ ili *bottom-up* pristup<sup>151</sup>. Ovdje trebamo spomenuti i kulturne mreže koje imaju važan

---

<sup>150</sup> “The position of the EU towards cultural policies can be characterized by the protection of the status quo and the preservation of a rather defensive approach to policy making” (Obuljen, 2004: 125).

<sup>151</sup> Vidi Višnić, Dragojević (2008.)



doprinos za razvoj cjelokupnoga kulturnog sektora. Međutim, ono što je za ovaj rad interesantno jest upravo analiza situacije u kulturnim/kreativnim industrijama te, ukoliko postoje, kakve su kulturne politike prema tom području te, ukoliko postoji, koliki je utjecaj države na kulturne/kreativne industrije u regiji i na koji način.

Naravno, pri analizi nacionalnih kulturnih politika treba uvijek biti oprezan; kulturna politika uvijek ovisi o „definiciji situacije“, tj. o definiciji kulture za određeni entitet, u ovom slučaju za svaku od država jugoistočne Europe. U tom je smislu vrlo važno pitanje *kako* se definira što je kultura na nekom području a što ne, te *tko* ju definira i *tko* donosi odluke u tome polju – jer iz toga proizlazi određeno političko djelovanje. Doduše, često dolazi do situacije da kultura uopće nije definirana unutar određene kulturne politike nego je ona samo tehnički pojam, kao što to ističe Vestheim u Katunarić (2007: 195) ona je samo „nasumično definirana kategorija u koju se smještaju izvjesne djelatnosti koje se onda nazivaju kulturnim, dok se druge...ne nazivaju“. Međutim, i takvo „grupiranje djelatnosti“ vezano je uz *diskurs* kojim se određuju i brane pojedinačni prioriteti, kategorije i klasifikacije kojima se nastoji osigurati kulturna hegemonija; kako tvrdi Volkerling: „Ovaj diskurs zadržava određene veze moći i određuje koje su društvene grupe identificirane ili isključene iz privilegiranog tretmana“<sup>152</sup> (1996: 191-192). Ponovno se vraćamo ključnom pitanju – *čija* je to politika?

Kada analiziramo kulturne politike zemalja jugoistočne Europe<sup>153</sup>, mora se napomenuti da u većini slučajeva ne postoje eksplicitni instrumenti kulturne politike orijentirane prema kulturnim/kreativnim industrijama. U ovim je zemljama država zauzimala važnu ulogu u djelovanju kulturnog sektora i ona tu ulogu još uvijek ima. Međutim, kao što to

---

<sup>152</sup> „This discourse maintains particular relations of power and also determines which social groups are identified for or excluded from privileged treatment“ (Volkerling, 1996: 191-192).

<sup>153</sup> Moramo napomenuti da je analiza kulturnih politika zasnovana na podacima Kompendija kulturnih politika radi lakše komparativne analize. S obzirom da Bosna i Hercegovina u vrijeme pisanja disertacije nema svoj profil na Kompendiju, za nju nedostaju podaci. Također, tamo gdje je bilo moguće za Crnu Goru korišten je izvještaj kulturne politike napravljen 2004. godine za Vijeće Europe.

ističe Varbanova: „Model države kao glavnog 'vlasnika' kulturnih organizacija i industrija, postepeno je zamijenjen sa modelom u kojem je država glavni regulator kroz (svoje) ekonomske i legislativne funkcije“<sup>154</sup> (2005: 123). Analizirajući dokumente o kulturnim politikama u zemljama JIE, mora se primijetiti da su određeni instrumenti prema tome sektoru prisutni u Hrvatskoj<sup>155</sup>, Srbiji<sup>156</sup> i Rumunjskoj<sup>157</sup>. Što se tiče konkretnih inicijativa za promociju kulturnih/kreativnih industrija na lokalnom i državnom nivou, one su vrlo rijetke. Međutim, treba napomenuti da gotovo sve zemlje regije dobivaju potporu iz inozemstva za ostvarenje projekata u ovome sektoru, pri čemu se većina tih projekata dosad najčešće bavila promocijom samoga koncepta ili mapiranja područja kulturnih/kreativnih industrija (npr. Jovičić i Mikić, 2006.) i slično<sup>158</sup>. Međutim, tamo gdje ne postoji potpora kulturnim/kreativnim industrijama kao posebnom sektoru - one su neizravno zahvaćene putem kulturnih politika za specifične sektore – glazbe, knjige, filma itd. Imajući navedene činjenice u vidu, za potrebe ovog rada kulturne/kreativne industrije jugoistočne Europe podijeljene su u dvije skupine: prva skupina definirana je kao *kulturne/kreativne industrije izložene prvenstveno utjecaju države* dok je druga skupina definirana kao *kulturne/kreativne industrije koje su izložene prvenstveno tržištu*. U sljedeća dva pododjeljka dat ćemo kratak osvrt na ove dvije skupine.

---

<sup>154</sup> „The model of the state as a main 'owner' of cultural organizations and industries, is gradually being replaced by the model whereby the state is the main regulator through its economic and legislative functions“ (Varbanova, 2005: 123).

<sup>155</sup> Kao što je natječaj „Poduzetništvo u kulturi“ 2008. i 2009. godine.

<sup>156</sup> Npr. radna gupa za kulturne industrije. Doduše, mora se istaknuti da je rad iste samo na promocijskoj razini i razini lobiranja za uključivanje područja u strateške vladine dokumente.

<sup>157</sup> Unutar Nacionalnog plana za kulturni sektor 2007. – 2013.

<sup>158</sup> Primjetan je određeni broj projekata stranih agencija poput British Councila, MATRE, Chartamede Foundationa, Pro Helvetie, ECF-a, USAID-a i sl. Za primjer uzmimo Jovičić i Mikić (2006.), i sl.

#### 4.3.1. Kulturne/kreativne industrije izložene prvenstveno utjecaju države

„Prije 1989. proizvodilo se oko 35 igranih filmova godišnje i preko 100 dokumentaraca. Nakon 1989. godine, filmska produkcija doživjela je probleme na razini budžeta, i nekoliko pokušaja organizacije prema novom modelu dovelo je i do toga da 1999. nijedan film ne bude proizveden. Malo po malo, situacija se popravlja, pa tako sad imamo oko deset proizvedenih filmova godišnje.“  
Filmski producent, Bukurešt, Rumunjska

Prvu skupinu čine kulturne/kreativne industrije koje dobivaju potporu iz državnog budžeta i za koje postoje sektorski specifične kulturne politike na državnoj i/ili lokalnoj razini. Pritom se mora istaknuti da je dominantan tip potpore putem *subvencija* za koji možemo reći da je prilično *statičan*. U toj se skupini nalaze filmska industrija, izdavaštvo (klasično kao i multimedijalno) i jednim (ali manjim) dijelom glazbena industrija (pri čemu se utjecaj države prvenstveno vidi kroz potporu za izdanja klasične i folklorne baštine te za gostovanja, festivale i sl., dok su ostala područja na tržištu). Ove su industrije još uvijek pod velikim utjecajem države iz razloga što su to vrlo fragmentirana područja, a to proizlazi iz vrlo loših distribucijskih mreža, piratstva, male kupovne moći građana za kulturne proizvode i usluge u odnosu na njihovu ukupnu platežnu moć; ali i zato što su njihova tržišta mala, ograničena jezičnim barijerama. Iz toga proizlazi da bez državnih potpora one ne bi mogle egzistirati na tržištu. Ujedno ovu skupinu obilježava i jasna podjela na produkciju i distribuciju gdje za uspješnost proizvoda oba aspekta imaju jednaku važnost, no njihovo je poslovanje odvojeno pa je bitno uspostaviti efikasan sustav na svim razinama.

##### *Filmska industrija*

Sa slomom su se socijalizma veliki filmski produkcijski i distribucijski studiji u regiji srušili, i samo su neki njihovi dijelovi bili spašeni. Nabrojimo npr. samo neke slučajeve: u Albaniji je filmski studio *Shqipteria e re/Nova Albanija* podijeljen u tri kompanije dok je *Alba filmska distribucija* bankrotirala. Studio *Boyana* (Bugarska) privatizirala je američka kompanija, a rumunjski *Buftea studio* je od 1998. godine do sada u vlasništvu američkog *MediaPro studiosa*. Privatizacija *Jadran filma*, nekad

zvanog „Balkanski Hollywood/Cinecittá“, uništila je nekoć slavnu kompaniju, a slična situacija dogodila se s distribucijskom mrežom „Kinematografa“. Pojavile su se nove domaće a također i strane kompanije, koje su investirale u regiju u potrazi za jeftinom ali stručnom radnom snagom, kao i za lijepim krajolicima. Distribucija domaćih filmova pokazala se kao veliki problem; prijašnji državni kinematografski lanci su uništeni, kao i kinoteke, te lanci kulturnih centara u kojima su također prikazivani filmovi. Broj kina je drastično opao, pa je tako npr. u Albaniji u periodu 1991. – 2000. broj kina smanjen sa 65 na 25; u Bugarskoj je u periodu 1999. – 2006. broj kina pao sa 191 na 66 kino dvorana; u Hrvatskoj se radilo o padu sa 314 na 123 u periodu 1983. – 2007., dok je u Rumunjskoj u razdoblju 1999. – 2006. godine broj kina i mjesta za prikazivanje pao sa 595 na 152<sup>159</sup>. U posljednjih nekoliko godina u regiji raste broj multipleks kina koja nude unificirani kino program zasnovan prvenstveno na američkoj produkciji. Međutim, bez obzira na kontinuirani pad broja kino dvorana, broj gledatelja stagnira što se u datim okolnostima može uzeti kao pozitivan trend<sup>160</sup>. Ujedno, mora se napomenuti da je na filmsku industriju uvelike negativno utjecala i piraterija u regiji.

Filmska proizvodnja u ovim zemljama u većem dijelu ovisi o državnom budžetu i ključni problem koji mori filmsku industriju u JIE-i je upravo pitanje financiranja. Na tom su se polju u posljednjih nekoliko godina dogodile promjene: ulazak većine zemalja u *Eurimages* otvorilo je vrata kako financijskoj pomoći, tako i koprodukcijama među raznim zemljama. Bugarska je postala članicom *Eurimages* već 1993. godine, zatim Rumunjska 1998., Hrvatska i Makedonija 2003., Bosna i Hercegovina i Srbija 2005., a Albanija je postala članicom 2009. godine. Ulazak u program MEDIA također bi mogao značajno poboljšati situaciju na tome polju; od zemalja regije za sada samo Bugarska, Hrvatska i Rumunjska imaju članstvo u programu. Ujedno, stvaranje tzv.

---

<sup>159</sup> Podaci: nacionalni statistički uredi Albanije (<http://www.instat.gov.al/>), Bugarske (<http://www.nsi.bg/index.php>), Hrvatske (<http://www.dzs.hr/>) i Rumunjske (<http://www.insse.ro/cms/rw/pages/index.ro.do>).

<sup>160</sup> Prema podacima iz tablica „Number of screens, cinema admissions, and cinema admissions per capita (2001-2007)“; dostupno na <http://www.culturalpolicies.net/web/statistics-participation.php> (pristupljeno 23. ožujka 2009).

*arm's-length* tijela u zemljama jugoistočne Europe<sup>161</sup> otvorilo je mogućnosti nezavisnog odlučivanja, do čega je došlo pomacima u legislativnom polju. Zakoni o sponzorstvu također su donijeli promjene u ovome sektoru, ali su pomaci još uvijek mali i financiranje iz toga pravca još je uvijek minimalno.

Može se reći da je filmska industrija u JIE prošla kroz vrlo težak period i još se uvijek ne vidi konsolidacija sektora. Uvođenje *arm's length* tijela i uključivanje u europske programe i inicijative samo su neki od pozitivnih pomaka za koje se može reći da daju rezultate. Pojavili su se jaki autori/ice u rumunjskoj, bosanskoj, te srpskoj kinematografiji – fenomen „rumunjskog vala“ posljednjih nekoliko godina pokazao se kao pravo iznenađenje za cjelokupni europski autorski film<sup>162</sup>. Za poboljšanje stanja filmske industrije važno je i veće otvaranje mogućnosti za sponzorstva i donacije te uključivanja u europske programe (kao što su Eurimages i MEDIA). Također bi se treba pronaći način na koji bi se doprijelo što više do lokalne publike, što osim o kvaliteti filma ovisi i o distribucijskom lancu koji te filmove trebaju uvrstiti u svoje repertoare, za što je potrebna i promjena na policy-razini. U kontekstu razvoja filmske industrije u JIE-i zanimljivi su i mnogobrojni filmski festivali<sup>163</sup> koji uvelike popunjavaju nedostatak raznolikosti filmske ponude koja je koncentrirana oko holivudske proizvodnje. Od festivala najinteresantniji je fenomen Sarajevskog filmskog festivala koji se pokazao kao jednom od središnjih točaka filmske industrije u jugoistočnoj Europi – mjesto susreta i razvoja budućih filmskih projekata i obrazovanja filmskoga kadra.

---

<sup>161</sup> Kao što su Nacionalni centar za kinematografiju u Rumunjskoj, Nacionalni filmski centar u Bugarskoj, Nacionalni filmski centar u Albaniji, Makedonski filmski fond, Hrvatski audiovizualni centar (HAVC), Filmski centar u Srbiji te Fondacija za kinematografiju u Bosni i Hercegovini.

<sup>162</sup> Redateljci kao što su Radu Jude, Corneliu Porumboiu, Cristian Mungiu i Cristi Puiu.

<sup>163</sup> Kao npr. Sarajevo Film Festival od 1994. godine, Motovun Film Festival od 1999. godine, Bucharest International Film Festival (B-EST IFF) od 2005. godine, Tirana Film festival od 2003. godine, Sofija International Film festival od 1996. godine, i sl.

## *Izdavaštvo*

Izdavaštvo je u jugoistočnoj Europi oduvijek imalo poseban status - kultura čitanja bila je visoko cijenjena, a književnost je vrlo često znala predstavljati prostor otpora i promjene. U prošlosti je izdavaštvo bilo centralizirano i na razini proizvodnje i distribucije: uzmimo tako za primjer Albaniju, gdje su postojale tri izdavačke tvrtke u državnom vlasništvu, zatim Rumunjsku u kojoj ih je bilo 27 te Bugarsku u kojoj je bilo također 27, a od kojih je 13 u državnom vlasništvu<sup>164</sup>. Raspadom socijalizma i otvaranjem tržišta i na ovom je području došlo do pojave velikog boja malih izdavača. Dezintegracijom centraliziranog sistema, najveće su se posljedice osjetile u sistemu distribucije izdanja<sup>165</sup>. Nakon raspada socijalističkih sistema, u periodu prvotnog entuzijazma znatno se povećao broj izdavača kao i naslova. Nakon te prve faze situacija se djelomice smirila i samo su ozbiljni izdavači opstali, tj. oni koji su objavljivali samo jedan do dva naslova godišnje i bavili se dodatnim aktivnostima propali su na tržištu. Instrumenti državne potpore za izdavaštvo i otkup knjiga i dalje imaju ključni utjecaj na stanje u izdavaštvu ovih zemalja. Pritom je zanimljiv fenomen „fantomskih knjiga“ a to su *knjige za otkup i samo radi otkupa*, tj. kada izdavač tiska točno onoliko knjiga koliko će biti otkupljeno. Na taj način jedan dio knjiga uopće ne izađe na tržište i ne dođe do publike. Ujedno, mora se istaknuti da distribucija i dalje predstavlja veliki problem, a noviji kanali distribucije knjiga (npr. novinski kiosci, supermarketi) nisu adekvatni za sve tipove izdanja. Također nedostaju i druge karike zdravog izdavaštva kao što su klubovi čitatelja, mjesta za diskusiju, radionice i sl.<sup>166</sup>.

---

<sup>164</sup> Simeonov, i sur.(n.d.).

<sup>165</sup> Npr. kada je krahirao Ured za distribuciju knjiga u Rumunjskoj, zadan je veliki udarac cijeloj industriji. Treba dodati da je SOFKNIGA u Bugarskoj imala široku distribucijsku mrežu koja je bila prevelika za jednostavan prijelaz u drugačiji tip vlasništva i poslovanja.

<sup>166</sup> Izdavači često shvaćaju promociju knjiga kao nepotreban trošak ukoliko su troškovi izdavanja knjige jedva podmireni subvencijama i sl.; svako dodatno ulaganje na bilo kojem polju oni percipiraju kao gubitak.

Mora se napomenuti da je multimedijско издаваштво u regiji JIE još u povojima, a za njega ima najmanje potpore kroz postojeće kulturne politike, koje još ne prepoznaju nove oblike издаваштва. Upravo je to grana sa najviše potencijala za razvoj, i to na međunarodnoj razini.

**Tablica 7 – Mjere potpore издаваштва u zemljama JIE (2008.)**

Zemlje	% PDV		Fiksna cijena knjige	Direktna javna potpora za izdavače
	Za knjige	Opći		
Albanija	0%	20%	x	x
Bugarska	20%	20%	√	√
Hrvatska	0%	22%	√	√
Makedonija	5%	18%	x	√
Moldavija	0%	20%	√	x
Rumunjska	7%	19%	x	√
Srbija	8%	18%	x	√

Prema tablici „Measures to support book markets in Europe“

<http://www.culturalpolicies.net/web/comparisons-legislation.php?aid=33&cid=45&lid=en> (Council of Europe/ERICarts, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 10<sup>th</sup> edition, 2008).

Tablica 7 pokazuje neke od policy-instrumenta u domeni издаваштва u zemljama jugoistočne Europe. O modelu fiksne cijene knjige u ovoj se regiji često diskutiralo kao o problemu „kokoš ili jaje; tj. da li da se putem fiksne cijene knjige<sup>167</sup> regulira tržište ili se fiksna cijena knjige može uvesti tek na regulirano tržište. Kao što se vidi iz Tablice 7 u nekim je zemljama fiksna cijena knjige na snazi, a s obzirom da je i u tim zemljama uvedena nedavno, predstoji nam vidjeti kako će djelovati. Što se pak tiče stope poreza na knjigu, za očekivati je da ulaskom u Europsku uniju PDV za knjige u Hrvatskoj, Albaniji i Moldaviji više neće biti na nultoj stopi. Kao što se može vidjeti iz Tablice 7, direktna potpora za izdavače postoji u gotovo svim zemljama (osim Albanije i Moldavije), i ona je potrebna. Međutim, to prvenstveno vrijedi za nekomercijalna izdanja – problem se javlja kada potpore odlaze i za komercijalna izdanja. U takvim uvjetima treba znati što se sa subvencijama želi postići i kako subvencionirane projekte evaluirati, tj. bitno je imati jasne ciljeve i kriterije za dodjelu sredstava.

<sup>167</sup> Modelom jedinstvene ili fiksne cijene knjige želi se regulirati prodaja knjiga i zaustaviti odlijevanje prodaje knjiga iz knjižara u super/hipermarkete tako što se cijena knjiga „fiksira“ na određeni vremenski period, uz iznimke popusta za sajmove i promociju knjige.

## *Glazbena industrija*

Glazbena je industrija uvjetno smještena u ovu grupaciju kulturnih/kreativnih industrija iz razloga što je glazbeno stvaralaštvo financijski poduprto samo manjim dijelom državnog budžeta u većem broju zemalja jugoistočne Europe, dok drugim dijelom ona ulazi u sljedeću kategorizaciju kulturnih/kreativnih industrija. Ove se potpore uglavnom odnose na dotacije za izvedbe, publikaciju i distribuciju djela; za glazbene festivale te manifestacije klasične i folklorne glazbe. Razlog zbog čega o ovom području govorimo u kontekstu utjecaja kulturnih politika proizlazi iz toga što je malen dio poduprt financijski, a s druge je strane reguliran određenim policy-modelima kao što je legislativa vezana uz kolektivnu zaštitu autorskih prava. Još je jednom za navesti da je ostatak odnosno većina glazbene produkcije na tržištu, tj. da pripada i ovoj drugoj skupini kulturnih/kreativnih industrija iz podjele u ovom radu.

Treba napomenuti da je u socijalizmu glazba bila važan čimbenik kao dio prosvjećivanja „za novog socijalističkog čovjeka“; pa je na taj način u prošlosti u jednom dijelu zemalja glazba sa „Zapada“ predstavljana kao opasnost<sup>168</sup>. Raspadom prethodnih društvenih sistema, postojeće diskografske industrije zemalja jugoistočne Europe doživjele su velik pad – distribucijski kanali su se raspali, a tržišta su doživjela daljnju fragmentaciju. Kada govorimo o glazbenoj industriji u ovoj regiji, govorimo o industriji malog obima i s lošom infrastrukturuom. Menadžment, promocija i distribucija glazbe su u teškoj situaciji, a nedostaju i adekvatni prostori za izvođenje svih vrsta glazbe – bilo da se radi o (klasičnim) koncertnim prostorima ili prostorima za izvedbu alternativne glazbe. Piratstvo je tijekom devedesetih također utjecalo na pogoršanje ionako teškog stanja glazbene industrije u regiji. Trenutačno su pravni instrumenti na ovom području vezani kroz prava intelektualnog vlasništva ili *copyrighta*, premda je provedba istih zakona još uvijek otežana. U nekim se zemljama udruge za kolektivnu

---

<sup>168</sup> Nekadašnja je Jugoslavija u tome bila iznimka. Tadašnje velike diskografske tvrtke kao što su Jugoton i Suzy radile su u polutržišnim uvjetima te su objavljivale i edicije zapadne glazbe.



zaštitu bave zaštitom autorskih glazbenih prava<sup>169</sup>, međutim i njihov je rad otežan, s jedne strane, radi loše implementacije legislative vezane uz autorska prava odnosno *copyright* te, s druge strane, radi krize u kojoj se nalazi glazbena industrija na globalnoj razini. Financijska potpora koja odlazi za glazbenu proizvodnju prvenstveno je protektivna – i odnosi se na djela klasične glazbe i folklorne baštine te festivale i manifestacije koje su povezane s njima.



Slika 8 – Stencil u Bukureštu, Rumunjska (blvd.G.Magheru), 2006.

Suprotno tomu, upravo kada govorimo o lokalnoj glazbenoj proizvodnji koja je prvenstveno na tržištu, na sadržajnoj razini vlada velika raznolikost glazbenog izričaja – od *hip hop*, preko *rocka*, do *indiea* i dr. Ovdje bih kao zanimljiv fenomen u regionalnim okvirima istaknula pojavu estradizacije i folklorizacije kulture. Za estradizaciju kulture karakteristično je da je sadržaj marginalan, dok je forma esencijalna - važan je sam spektakl. Estradizacija je dakle prisutna i u zemljama u tranziciji te je samo jedna od manifestacija kulturnih promjena koje se događaju

---

<sup>169</sup> Kao što se npr. u Albaniji ALBAUTOR bavi zaštitom glazbenika dok se FMMA bavi zaštitom audiovizualnih djela; u Hrvatskoj su to HDS-ZAMP, ZAPRAF, HUZIP i HDU; kolektivnu zaštitu autorskih prava u Srbiji sprovodi „Organizacija muzičkih autora Srbije“ skraćeno SOKOJ; Rumunjski ured za autorska prava (ORDA), i sl.

posljednjih godina<sup>170</sup> i na globalnom nivou. To napominjemo jer je upravo jedna od najuspješnijih kulturnih/kreativnih industrija u regiji glazbeni pravac koji se u zemljama bivše Jugoslavije naziva turbofolk<sup>171</sup>, u Rumunjskoj je poznat kao *manele*, dok se u Bugarskoj naziva *chalga* i sl. Ovaj posebni hibridni glazbeni oblik, koji kombinira tehno ritam i narodnu glazbu, vrlo je popularan u svim navedenim zemljama, a Dragičević-Šešić ga opisuje kao dio neofolk kulture (1994.). Vrlo je kritiziran s različitih strana što zbog loše glazbe i vulgarnih tekstova te izrazite seksualizacije ženskoga tijela. Kulturne su vrijednosti tog žanra vrlo upitne posebice zato što se taj fenomen opisuje kao negativan kulturološki fenomen, pa bi se i kulturne politike trebale adekvatno odrediti prema njemu (ili prema drugim formama koje žele podupirati). Teoretičarke poput Žarane Papić (2001.) ključ su popularnosti fenomena turbofolka pronalazile u patrijarhalnosti te fašizaciji društava bivše Jugoslavije te je Papić slijedom toga elaborirala tezu o *turbofolk politici*. Za istražiti je koliko bi teza o turbofolk politici mogla protumačiti ovakvu raširenost ovog fenomena na regionalnoj razini.

---

<sup>170</sup> Kao ilustracija poslužiti će nam izjava bugarskoga književnoga kritičara Mitka Novkova: “Ono što bi danas mogli nazvati režimskim piscima su oni koji traže izvore moći i vrte se oko njih. No, danas izvor moći nisu političari, pa čak ni biznis, nego mediji, pa imamo neke pisce koji im se žele svidjeti i biti medijske zvijezde. Takvi pisci su bliski velikim časopisima i tabloidima, a očitavaju se o svim mogućim temama, od Big Brothera do broja cipela premijera države“. Dostupno na <http://www.radio101.hr/?section=2&page=3&item=1390> (pristupljeno 23. veljače 2008.).

<sup>171</sup> Sam je naziv smislio crnogorski glazbenik Rambo Amadeus 1988. godine kao provokaciju za glazbu kojom se on sam tada bavio; i puno prije nego što je dobila konotacije koje sada ima.

#### 4.3.2. Kulturne/kreativne industrije koje su izložene prvenstveno tržištu

„Klijenti me pitaju: 'Šta to hoćeš sve te pare, a dvaput si kliknuo mišem?'“  
Dizajner, Podgorica, Crna Gora

„Ključ je u obrazovanju. Svaki od naših zaposlenika je samouk, nitko nema potrebne kvalifikacije. Mislim da se treba poraditi na obrazovanju marketinških odjela u velikim kompanijama. Npr. kada idem u neku kompaniju potpisati ugovor, prvo se moram baviti sa ljudima iz marketinga, a koji ne znaju ništa o Internetu osim Yahoo-a i Google-a“<sup>172</sup>.  
Menadžer agencije web dizajna, Bukurešt, Rumunjska

U prethodnome smo pododjeljku dali kratak prikaz područja kulturnih/kreativnih industrija koje su izložene utjecaju države. Pritom smo se ograničili uglavnom na policy-instrumente koji su na raspolaganju za poboljšanje rada ovih sektora (zakonski instrumenti, kolektivna zaštita, fiksna cijena knjige, itd.) te na finansijsku potporu države. U ovoj, drugoj skupini nalaze se kulturne/kreativne industrije koje ne primaju potporu iz državnog budžeta i koje trenutačno nisu zastupljene u kulturnim politikama, kako na državnome tako ni na lokalnom nivou. To su *dizajn* (grafički, produkt, multimedijalni, modni dizajn), *arhitektura* i *oglašavanje*. Ova područja, dakako, nisu posve nova u regiji, ali su u socijalističkim sustavima bila blisko vezana uz rad državnih poduzeća, uz javne radove i sl. Otvaranjem tržišta u ovim zemljama otvaraju se i nova poduzeća, a raste i broj potencijalnih klijenata i naručitelja te se razvijaju mala i srednja poduzeća u ovim sektorima. Gledajući iz perspektive kulturnih politika, ova su područja zanemarena i kao područja kulturnoga djelovanja pa tako npr. arhitektura i dizajn svoje mjesto nalaze jedino u kulturnim politikama kroz pitanja kulturne baštine. Njih se najčešće promatra samo kroz njihovu komercijalnu stranu, a zanemaruju se njihove *dodane* vrijednosti kao što su npr. estetske dimenzije radova u ovim područjima, međunarodne promocije i razmjene, elementi društvene odgovornosti

---

<sup>172</sup> “Education is the key. Every employee in our agency is self-taught, no one has a qualification. Also, I would educate marketing departments in big companies, if I could. When I go to a company to sign a contract, the first two things I do is with marketing who doesn't no more about Internet than Yahoo or Google“.

dizajna te arhitekture i oglašavanja, koji bi također trebali biti valorizirani. Tako je potrebno istaknuti da su problemi nedostatka prostorne politike kao ključni problemi tranzicijske arhitekture npr. naglašeni u projektima Hrvatske i Rumunjske na Venecijanskom biennaleu arhitekture 2006. godine<sup>173</sup>.

Mikropoduzeća karakteristična su za kulturne/kreativne industrije u JIE-i<sup>174</sup>, dok su veća poduzeća u manjem broju i najčešće se radi o ograncima stranih kompanija. Potonje se pogotovo odnosi na sektor oglašavanja – kao što su npr. McCann Erickson, BBDO, Saachi&Saachi, itd.). Iz sva tri područja lokalna poduzeća ulaze na globalno tržište kako putem profesionalnih niša izvornim proizvodima, pa tako i lokalizacijom globalnih sadržaja. Budući da nabrojani sektori uvelike ovise o novim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama i njihovoj primjeni, i ovdje se posljedično pojavljuju problemi s pravima intelektualnog vlasništva. Također je jedan od ključnih problema i u kvaliteti klijenata, koji nisu dovoljno educirani o samim područjima i načinu njihova funkcioniranja. Kako ističe voditelj agencije web-dizajna iz Bukurešta u Rumunjskoj: “...ali u web-dizajnu mi još uvijek moramo učiti naše klijente što je u poslovanju važno te da to nije dječja igra. Velike kompanije uglavnom to znaju, ali je problem s manjim kompanijama jer one misle da web-dizajn može raditi bilo tko”<sup>175</sup>.

Upravo je za područja dizajna, arhitekture i oglašavanja bitno povezivanje istih na različitim policy-razinama – npr. povezivanje kulturne politike s politikama javnoga prostora, ekonomske politike, politike zapošljavanja te politike održivog razvoja. Ujedno, upravo su ove industrije te koje imaju najlakši prodor na regionalno i globalno tržište jer ne ovise toliko o jezičnim barijerama te time lakše komuniciraju s većim brojem korisnika. Podupiranjem ovih područja putem donošenja javnih politika za razvoj ovih specifičnih industrija doprinijelo bi se širem društvenom razvoju. Tako bi

---

<sup>173</sup> Hrvatski projekt pod nazivom „In between the systems“ i rumunjski „Remix!“.

<sup>174</sup> Kako pokazuje Jurlin (2008: 121) za primjer Hrvatske, a KEA (2006.) za Europsku Uniju.

<sup>175</sup> “(...) but in web design, we still need to teach our clients what is important in work and that it’s not a child’s play. Big companies know this but with the customers from small companies, it is a problem, as they think that the web design could be made by everyone” (transkript, CPRA istraživanje).

se npr. stvaranjem *arms-length* tijela za ova područja pomoglo promociji lokalne proizvodnje, ali i unaprjeđenju samih tih područja na lokalnoj razini – putem rada na legislativi, obrazovanju kadra, te podizanju svijesti javnosti o društvenoj, ekonomskoj i kulturnoj važnosti ovih područja. Profesionalna udruženja ovih sektora također bi trebala raditi na ovim pitanjima.

Potrebno je spomenuti i pojavu jednog hibridnog oblika kulturne/kreativne industrije (jer bi se mogao interpretirati i kao proizvod i kao industrija), a koji svake godine postaje sve dominantniji u regiji, a to su - festivali. Oni stoje na razmeđu između državnih potpora i tržišta. Festivali kao nova kulturna/kreativna industrija u regiji pokazuju svoj uspon u posljednjih nekoliko godina što je trend i na europskoj razini<sup>176</sup>. Međutim, koliko god im se možemo radovati s jedne strane kao uspješnom modelu kako kulturnih proizvoda te industrije, pa tako i kulturne razmjene; s druge su strane i indikator lošeg stanja redovnog sistema kulturne proizvodnje i distribucije. U situaciji u kojoj u redovnome kulturnom repertoaru nema dovoljno raznolikih plesnih programa, filmskih programa, kazališne produkcije, itd., festivali koji nude ovakve sadržaje su više nego dobrodošli. Festivali su također potrebni jer nerijetko promoviraju nove teme i pitanja koja često nisu prihvaćena u društvu, a imaju i autorski pečat što je još jedan pozitivan aspekt. Bez obzira koliko su potrebni, oni ipak ne rješavaju ključne probleme neadekvatne distribucije i produkcije. Ujedno, čak u nekim aspektima djeluju i suprotno – tj. utječu na spektakularizaciju kulture pa tako redovni kulturni događaji koji su manje „spektakularni“ od festivala gube utrku, kako sa sponzorima, pa tako i sa korisnicima. Nažalost, nedostatak istraživanja na ovom području ne daje nam mogućnosti za adekvatniji osvrt na tu problematiku u regiji jugoistočne Europe.

---

<sup>176</sup> Kao što je navedeno na web-stranici European Festival Research Project <http://www.efa-aeu/newpublic/?p=projects&q=efrp> (pristupljeno 24. siječnja 2009.).

#### 4.3.3. Budućnost javnih politika prema kulturnim/kreativnim industrijama

Iz iznesenih se primjera može iščitati da se u kulturnim politikama u regiji jugoistočne Europe općenito na kulturu još uvijek gleda na tradicionalan način – kao na *potrošnju*. Njena nova uloga važnog resursa proizvodnje nije prisutna u kulturnim politikama zemalja JIE, pa su na taj način i modeli kulturne politike statični kao i u prethodnim (socijalističkim) sustavima. Također, potrebna je restrukturacija financiranja područja kulture koje je još uvijek statično - fokusirano na institucije, a manje na projekte i programe. Upravo iz tog možemo iščitati *kontinuitete* s prošlim sustavima, kako je to naglasio Županov (2002.). Međutim, u iznesenim su primjerima primjetni i *diskontinuiteti* – gubljenje prosvjetiteljske uloge kulture, stvaranje novih kulturnih praksi kao što je kulturno umrežavanje, zatim novih tipova kulturnog stvaralaštva, povećan broj i aktivno djelovanje NVO-a u kulturi te pojava poduzetništva u kulturi. U tom je kontekstu iznimno važna pojava kulturnih/kreativnih industrija kao dinamizirajućeg faktora kulturne promjene u regiji – stvaranja novih kulturnih proizvoda i usluga, lokalizacije globalnih trendova i odgovora na iste trendove, otvaranja prema novim identitetima i vrijednostima. Ujedno treba istaknuti i važnost određenih područja koja dosad nisu definirana kao „kulturna“, kao što su npr. (kulturne) mreže i portali; a potrebno je i poraditi na međunarodnoj komunikaciji i razmjeni. Upravo je vrlo delikatno pitanje kako usustaviti policy-okvire uslijed novonastalih okolnosti industrijalizacije kulture, a da se ne izgubi iz vida i potreba za podupiranjem kulturnih aktivnosti koje ne donose materijalnu dobit, ali čija je nematerijalna vrijednost izrazito važna.

Kada se govori o strategijama kulturnih/kreativnih industrija često se spominje i policy-prijenos i policy-učenje ili učenje o javnoj politici (*policy transfer* i *policy learning*). Drugim riječima, kada govorimo o policy-prijenosu i policy-učenju, govorimo o načinima „na koje vlade prihvaćaju (u cijelosti ili djelomično) odgovore javne politike iz ostalih područja ovlasti“ (vidi Dolowitz i Marsh u Colebatch, 2002: 124). Upravo na taj način možemo govoriti i o kulturnim/kreativnim industrijama unutar kulturne

politike – ona često ne postoji eksplicite, ali određen broj instrumenata postoji na osnovu kojih možemo zaključiti da ista postoji implicate. Razvoj ovoga područja zahtijeva intersektorski pristup koji povezuje više različitih djelatnosti. Problemi koji se tiču kulturnih/kreativnih industrija nisu, dakle, samo u domeni kulturne politike, nego se dotiču također i ekonomske, prostorne, medijske i ostalih javnih politika. Regulacija intelektualnog vlasništva, modeli potpore maloga i srednjega poduzetništva u kulturnim/kreativnim industrijama, porezna stopa na knjigu i druge kulturne proizvode, politike zapošljavanja, porezne olakšice na sponzorstva u kulturi samo su neka od transverzalnih pitanja koja su važna za regulaciju kulturnih/kreativnih industrija, a koja se ne mogu rješavati samo instrumentima kulturne politike. Neka od navedenih pitanja također trebaju biti sagledana u kontekstu pristupanja ovih zemalja Europskoj uniji (da li već završenoga ili u tijeku) i prihvaćanja *acquis communautaire*, tj. zajedničke pravne stečevine, jer su i gore navedeni problemi direktno povezani s otvaranjem prema europskom zajedničkom tržištu i stvaranjem lokalnih ili eventualnog regionalnog tržišta. Takav je slučaj u većini zemalja jugoistočne Europe pa iz toga proizlazi da kulturne politike u JIE-i *skokovito* prolaze razvojne promjene. Ujedno, postavlja se pitanje kako navedene probleme sagledavati u kontekstu globalnih promjena, što kao zadatak vidi i Venturelli: „Kulturni i kreativni problem informacijskog doba treba razumjeti u sklopu politika koje upravljaju proizvodnjom, distribucijom i eksploatacijom izričaja, dakle pristupom koji ima značajne implikacije na domaćoj i međunarodnoj razini“<sup>177</sup> (Venturelli, 2001: 22). Kako se razmjene sadržaja djelomično događaju na globalnoj razini, regulacija tih istih sadržaja bi isto tako trebala biti globalna. S jedne strane ona to već i jest ako uzmemo za primjer djelovanje Svjetske trgovinske organizacije, Svjetske banke, itd. Međutim, upravo iz razloga što je regulacija djelomično već postala globalna, ali bez udjela država, Venturelli se zalaže za njihov što proaktivniji rad na tome području upravo zbog implikacija takvih zakona. U suprotnom će na kraju većina država postati *law takers rather than law makers* (Venturelli, 2001: 27). Postavlja se pitanje koliko je to moguće učiniti sada i na koji

---

<sup>177</sup> „The cultural and creative problem of the Information society should be understood in terms of policies governing the production, distribution and exploitation of expression, an approach that has significant domestic and international implications“ (Venturelli, 2001: 22).

način treba pristupiti stvaranju javnih politika; jer postaje evidentno da promjene koje se odvijaju na području kulture nije moguće regulirati samo kroz kulturne politike. Točnije rečeno, ono što se postavlja kao pitanje jest kako proširiti definiciju kulture sa *policy* strane? U doba konvergencijske kulture nije više moguće isključivo sektorski pristupiti nijednome području.

\*\*\*

Podaci izneseni u ovome poglavlju pokazuju da preduvjeti za razvoj kreativne ekonomije u JIE-i nisu dovoljno razvijeni - na svakoj se od razina pojavljuju poteškoće: kao prvo, radi se o prevelikoj centraliziranosti financiranja i odlučivanja o kulturnim djelatnostima, ali i na razini prostorne centraliziranosti; kao drugo, poteškoće proizlaze i iz još uvijek niske raširenosti te upotrebe novih tehnologija, pri čemu njihovu veću primjenu u kulturnom sektoru tek možemo očekivati – kako na stvaralačkoj tako i na potrošačkoj razini; kao treće, na razini kulturne potrošnje, još uvijek nailazimo na probleme zbog općenite niske potrošačke moći građana JIE, a posljedično time i niske potrošnje kućanstava regije za rekreaciju i kulturu - povećanjem opće kupovne moći građana/ki, porast će i kupovna moć za ovo područje, kojeg se nažalost građani u kriznim situacijama među prvima odreknu.

Uzevši u obzir gorenavedene podatke, ovaj bi sektor mogao jače napredovati jedino strateškim opredjeljenjem i intersektorskom povezanošću javnih politika. Ovdje se radi o industrijama malog opsega koje mogu računati na svoje niše kako na regionalnom tako i na globalnom tržištu. S obzirom da je kreativna ekonomija prvenstveno ekonomija *dugog repa* tj. ekonomija niša, prostora za razvoj specifičnih područja ima. Međutim, ova druga faza kulturne tranzicije u kombinaciji s globalnom recesijom stvara novonastali set „turbulentnih okolnosti“ u ovoj regiji i usporava ulazak u postranzicijsku fazu.



## 5.0. Specifičnosti rada u kreativnoj ekonomiji JIE zemalja

„Za sebe mogu reći da sam kulturni menadžer, slobodnjak, ali moja obitelj smatra da sam nezaposlen.“  
Sudionik iz Albanije na seminaru „Creative City“ u Dubrovniku 2006. godine<sup>178</sup>

Izjave kolege, kulturnog menadžera iz Albanije ocrtavaju nam neke značajke tranzicijskih procesa koji zahvaćaju područje kulture u zemaljama jugoistočne Europe. Navedeni tip zaposlenja kao što je „menadžer u kulturi“ nov je u ovoj regiji, i samim time za mnoge „upitan“ jer takvi novi oblici rada, kao što je *freelancing*, nisu u potpunosti prihvaćeni kao rad/zaposlenost „u pravom smislu riječi“, tj. kao model posla od 9 do 17h fordističkoga tipa, koji se u većini slučajeva u JIE-i još uvijek prihvaća kao jedini „pravi posao“. Fleksibilno radno vrijeme, radno mjesto, ali i općenito zaposlenost u kulturnim/kreativnim industrijama (kao novoj industriji), još uvijek generalno nisu prihvaćeni kao jednakovrijedan okvir rada/zaposlenosti. U tome se smislu može pretpostaviti da u regiji jugoistočne Europe još uvijek prevladava koncepcija standardnoga plaćenog rada/zaposlenja, dok nestandardni oblici rada još uvijek nisu prihvaćeni. U okviru ovoga poglavlja istražiti ćemo koje su, ukoliko postoje, specifičnosti na ovom području u regiji jugoistočne Europe te testirati prethodno navedene teze.

---

<sup>178</sup> 'I consider myself to be a freelance cultural manager, but my family considers me to be unemployed.' Poslijediplomski seminar u organizaciji Instituta za međunarodne odnose održan je na IUC-u od 8-15. svibnja 2006. u suradnji sa Europskom kulturnom zakladom, Britanskim savjetom i MZOŠ-om. Više na: <http://www.culturelink.org/conf/cultind08/index.html> (pristupljeno 23.09.2008.).

### 5.1. „Atipična zaposlenja“ u regionalnome kontekstu

Tržište rada u jugoistočnoj Europi u cjelini još uvijek pokazuje slabu dinamiku i učinak kao što pokazuju podaci Regionalnog ureda Međunarodne organizacije rada/*International Labour Organization* (Nesporova, 2008.). Autorica tako iznosi da pokazatelji zaposlenosti za ove zemlje u periodu 2000. – 2006. pokazuju negativne trendove zaposlenosti za Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju te Rumunjsku. Za istaknuti je da ključni problem i dalje leži u velikoj nezaposlenosti koja stagnira na visokim stopama još od devedesetih godina te da je i dalje visoka u gotovo svim zemljama regije JIE u usporedbi sa zemljama EU15. U nekim zemljama regije nezaposlenost raste i dalje kako nam to pokazuje Nesporova (2008.), pa je tako u periodu 2000. – 2006. opća stopa nezaposlenosti u Srbiji, Bosni i Hercegovini te Makedoniji rasla s 12,1% na 20,9% u Srbiji, s 39,4% na 47,7% u Bosni i Hercegovini, dočim je u Makedoniji nezaposlenost rasla s 32,2% na 36%. Postotak zaposlenih koji rade na pola radnog vremena (*part-time*) još uvijek je nizak – u svim zemljama regije JIE kreće se oko 10% dok se npr. u EU15 kreće oko 20% u 2006. godini.

Međutim, autorica pokazuje da je generalno gledano u tranzicijskom razdoblju u jugoistočnoj Europi porastao broj fleksibilno zaposlenih, i to najčešće vulnerabilnih skupina kao što su „mladi radnici, stariji radnici, žene sa malom djecom, nekvalificirani radnici, radnici-migranti i ostale ranjive skupine“ (Nesporova, 2008.)<sup>179</sup>. Dakle, za jedan, i to manji, dio radne snage ta je fleksibilnost stvar izbora (za bolje plaćene poslove), dok drugi dio radne snage djeluje na taj način jer nemaju izbor – i upravo tu leži produbljivanje segmentacije tržišta rada. Autorica sugerira da model *fleksigurnosti* u regiji ne funkcionira – u JIE-i je „sigurnost“ upravo karika koja nedostaje. Prednosti fleksigurnosti ovdje su prisutne samo za poslodavce. Prekarnost u tome smislu u zemlje bivšeg socijalizma dolazi na velika vrata – sigurnost radnih pozicija koja je bila

---

<sup>179</sup> “The incidence of flexible forms of employment is particularly high among young workers, older workers, women with small children, unskilled workers, migrant workers and other vulnerable groups” (Nesporova, 2008.).

prisutna u tadašnjem sustavu je izgubljena. Mora se istaknuti da je na te procese ujedno utjecala i promjena na europskoj razini jer se u tome kontekstu radi o općoj krizi države blagostanja.

#### 5.1.1. Kulturne/kreativne djelatnosti između globalnih i lokalnih trendova



Slike 9-10 - Reklama za Disco Bar, Trogir, 2007 (fotografija: J. P.); Oglas za nastup Boba Sinclaira u Sharm Clubu, Tirana, 2009 (fotografija: flickr.com)

Kulturna nam globalizacija otvara nove mogućnosti kojima se stvaraju novi kulturni oblici, hibridiziraju se kulturne forme, otvaraju se globalne kulture te se lokaliziraju globalni formati. Jedno od pitanja koje se provlači jest i problematizacija homogenizacije kulturnoga prostora. U tom se kontekstu postavlja pitanje na koji se način može (p)oduprijeti lokalna proizvodnja i eventualno plasirati na globalno tržište? U takvim je situacijama bitno vrlo oprezno pristupiti tim problemima i na policy-razini te analizirati kako ih uskladiti a da se ne ulazi u kontradiktorne situacije. Kao jednu od takvih situacija može se uzeti za primjer slučaj europskih audiovizualnih industrija čiji policy-paradoks ističe Breznik (2004: 50). Autorica navodi kako s jedne strane javne politike EU-a naglašavaju potrebu za jačanjem većih kompanija europskih audiovizualnih industrija i zauzimanjem tržišta kako na europskom, ali još više i na globalnom nivou. S druge se pak strane javne politike EU-a zalažu za zaštitu *small-*

*scale* kulturnih/kreativnih industrija koje se trebaju opirati globalnim audiovizualnim industrijama<sup>180</sup> od kojih je velik dio upravo europski. Tako npr. ako uzmemo za primjer podatke o 50 najjačih kompanija audiovizualnih industrija u svijetu – a tu govorimo o medijskim konglomeratima poput Endemola, Publicis Groupea i sl., podaci pokazuju da u 2004. godini većinu prihoda ostvaruju američke kompanije – 48,65%. Međutim, europske su kompanije na drugom mjestu i zarađuju 29,34% prihoda, japanske 14,84%, dok ostatak prihoda pokrivaju kompanije iz drugih strana svijeta (European Audiovisual Observatory, 2005.).

Kulturne/kreativne industrije u regiji jugoistočne Europe proizvodnjom malog opsega i poteškoća u distribuciji teško se nose sa sveprisutnim globalnim kulturnim/kreativnim industrijama. Može se dakle reći da se, što se tiče područja jugoistočne Europe, inozemne kulturne/kreativne industrije etabliraju kao dominantni „igrači“. Kao jedan od primjera može se navesti američka filmska industrija, premda je ona bila prisutna i prije u jednom dijelu ove regije (pri čemu prvenstveno mislim na bivšu Jugoslaviju koja je bila mnogo otvorenija nego ostale zemlje u regiji, ali ne u ovakvom intenzitetu kakav je prisutan sada)<sup>181</sup>. Sadržajno dominira holivudska proizvodnja<sup>182</sup>, dok se na infrastrukturnoj razini radi o sve većem broju multipleksa te zamiranju klasičnih kino dvorana. Globalne medijske, agencije kreativnog marketinga, dizajnerske i agencije za odnose s javnošću ušle su u regiju te su preuzele velik dio tržišta – pa tako npr. u sektoru oglašavanja govorimo o kompanijama kao što su McCann Eriksonn, BBDO, Ogilvy and Mather, Gray Worldwide, itd., koje dominiraju lokalnim tržištima. Vrlo često iste te agencije koriste već prokušane reklamne materijale iz matičnih agencija te ih ponekad čak ni ne lokaliziraju, nego ih samo direktno prevode.

---

<sup>180</sup> Ovaj je problem također istaknut i u studiji KEA (2006.) i u dokumentima Europske komisije - European Commission (2007.).

<sup>181</sup> Npr. može se napomenuti kako je u bivšoj Jugoslaviji prvi prikazani holivudski film bio „Bal na vodi“ iz 1951. godine.

<sup>182</sup> Prema podacima European Audiovisual Observatoryja u 2008. godini europski je film ostvario udio u tržištu od samo 28,8% ulaznica u Europskoj uniji gdje su prvi put uključeni podaci i za Bugarsku i Rumunjsku, prema *Press releaseu* - [http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mif2008\\_cinema.html](http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mif2008_cinema.html) (pristupljeno 23. studenoga 2009).

Kako bi ilustrirali upravo tu neravnotežu između potrošnje globalnih kulturnih proizvoda na lokalnoj razini i potrošnje lokalnih proizvoda i usluga na globalnoj razini, u Tablici 8 prikazani su podaci o kulturnom uvozu, izvozu kao i odgovarajućoj trgovinskoj bilanci za zemlje u regiji JIE (podaci nisu bili dostupni za sve zemlje). Kao što je vidljivo iz tablice, osim u Rumunjskoj, uvoz kulturnih dobara i usluga je u svim zemljama regije veći nego izvoz. Na taj je način trgovinska bilanca pozitivna jedino u Rumunjskoj, dok je najveći negativni predznak za Grčku, a potom Hrvatsku<sup>183</sup>. U tom je smislu potrebno što više razvijati lokalnu kulturnu proizvodnju i tržišta, jer je evidentno da ima prostora za participaciju publika u kulturnim proizvodima i uslugama.

**Tablica 8 - Kulturni uvoz, izvoz i trgovinska bilanca (2005.)**

Zemlja	Izvoz kulturnih dobara i usluga u milijunima USD	Uvoz kulturnih dobara i usluga u milijunima USD	Trgovinska bilanca u milijunima USD
Albanija	20	119	-99
Bugarska	258	402	-144
Hrvatska	397	877	-480
Grčka	754	2 700	-1 946
Makedonija	26	97	-71
Moldavija	35	102	-67
Rumunjska	1 406	1 187	219
Srbija	111	296	-185

Tablica kreirana na osnovu podataka s web-stranice Kompendija

<http://www.culturalpolicies.net/webtest/statistics-markets.php?aid=107&cid=76&lid=en> (posjećeno 04. Travnja 2009.)

<sup>183</sup> U tom je kontekstu, radi uvida u generalne trendove u vlasništvu nad kompanijama u regiji, važno promotriti kakav je udjel stranog vlasništva kompanija. Prema podacima iz “Izveštaja o globalnoj konkurentnosti“ iz 2008. godine o udjelu stranog vlasništva kompanija zemlje JIE su na sljedećim mjestima: Grčka (64), Crna Gora (65), Hrvatska (82), Rumunjska (87), Bosna i Hercegovina (100), Bugarska (102), Srbija (109), Albanija (111), Makedonija (113), Moldavija (118), gdje više mjesto na ljestvici označava veći udio stranog vlasništva nad domaćim kompanijama (WEF, 2008: 432). Dakle, može se reći da su strane kompanije najviše prisutne u Grčkoj i Crnoj Gori, zatim u Hrvatskoj i Rumunjskoj, a potom u ostalim navedenim zemljama. Zanimljivo bi bilo vidjeti kakav je točno odnos vlasništva nad kompanijama kulturnih/kreativnih industrija. Nažalost, takvi podaci nisu dostupni.

U tom je smislu također važno kakve su strukture tržišta, kao važnog čimbenika u odnosu globalnoga i lokalnoga, iz razloga što ne samo da je vlasništvo nad infrastrukturom relevantan faktor, nego je značajno i pitanje vlasništva nad sadržajem koji se tim kanalima distribuira. Na taj način dominiraju globalni utjecaji koji su najčešće vidljivi i kroz formate zabavnih emisija poput *reality showova* te različitih licenciranih emisija zabavnog formata<sup>184</sup>. U tu se utrku uključuju javne televizije koje pokušavaju konkurirati komercijalnim televizijama koristeći se jezikom komercijalnih televizija kroz jednak model zabavnih emisija s pripadajućim diskursom. Stoga se javlja pitanje komercijalizacije javne televizije i potencijalne homogenizacije medijskoga prostora, ali i lokalne redefinicije globalnih modela te hibridizacije kulturnih formata. Također, postavlja se pitanje i da li javna televizija obavlja svoju ulogu. Mora se napomenuti da su u većini zemalja jugoistočne Europe i novi kanali komercijalnih televizija koje su nastale u posljednjih petnaestak godina pridonijeli jačanju domaće produkcije u vidu serijala, doduše najčešće sapunica, zabavnih emisija, ali i dramskih te dokumentarnih emisija. To je otvorilo vrata domaćoj produkciji, koja je opet *dvojaka* – s jedne se strane razvija izvorna domaća produkcija, dok je s druge prisutna lokalizacija kulturnih proizvoda globalnih trendova, ili direktno prevođenje istih.

Ukoliko analiziramo uspješne primjere lokalne proizvodnje kulturnih/kreativnih industrija, može se reći da oni slijede slične obrasce kao i globalne kulturne/kreativne industrije. Unutar lokalnih kulturnih/kreativnih industrija razvijaju se „male replike“ globalnih modela, kao što sugerira Breznik kada analizira slovensku izdavačku industriju „ako definiramo lokalnu kulturnu industriju u usporedbi sa globalnom, možemo reći da je poput globalne, ali puno manja“<sup>185</sup> (2005: 55). Čime se sugerira da

---

<sup>184</sup> *Idol, The Farmer Wants a Wife, How Clean is your House* (Freemantle Media); *Strictly Come Dancing* (BBC One); *Deal or No Deal, Ivs100, Operation Triumph, Fear Factor* i sl. (Posljednja četiri šoua su proizvodnja Endemol kompanije sa sjedištem u Nizozemskoj, koja također stoji i iza *Big Brother* šoua).

<sup>185</sup> „To define the local cultural industry in comparison with a global one, we would say that it is just like a global one only much smaller“ (Breznik, 2005: 55).

se i na lokalnoj razini stvaraju monopolisti kojima je zarada na prvom mjestu dok im je kulturna zadaća pri stvaranju sadržaja sporedna, te nju ostavljaju manjim igračima na sceni.

Velika zapreka u jačanju izvoza kulturnih dobara i usluga naravno leži i u pitanju „malih jezika“ zemalja regije, što jedan dio simboličke proizvodnje regije JIE ograničava u diseminaciji proizvoda. Naravno, sličan problem imaju i neke druge zemlje Europske unije, ali one ipak funkcioniraju na tržištima koja su znatno bolje regulirana. Jedno od rješenja koje se nude za poboljšavanje rada u npr. audiovizualnom sektoru pronalazi se u koprodukcijama (što je npr. vidljivo kod ponovnog povezivanja između zemalja bivše Jugoslavije, u npr. audiovizualnoj produkciji)<sup>186</sup>. Koprodukcije su efikasno rješenje za audiovizualni sektor koji je upravo za takav model potpomognut i putem policy-instrumenata Europske unije za audiovizualni sektor kakvi su Eurimages te MEDIA. Doduše, takva rješenja nisu uvijek primjenjiva za sva ostala područja pri čemu je među prvima primjer izdavačke industrije. Međutim, treba napomenuti da su neke kreativne industrije zbog niskih cijena radne snage te materijala postala interesantna investitorima; npr. na području filmske industrije neke od zemalja JIE postaju lokacije za snimanje visokobudžetnih filmova i serija<sup>187</sup>, dok se primjerice u izdavačkoj industriji koriste povoljnije usluge pripreme za tisak i tiskanja od partnera JIE. Upravo je ovakva dvojaka pozicija kulturnih/kreativnih industrija u regiji vrlo zanimljiva – gdje su zemlje regije u ovom području npr. i davatelj i primatelj *outsourcinga*. U tom kontekstu potrebno je navesti primjer dizajna te modne industrije; tako npr. hrvatske modne kuće X-nation i Skandal odjeću dizajniranu u Hrvatskoj proizvode u Kini, a hrvatski radnici/e rade za talijanski Armani, Benetton, itd., a slična

---

<sup>186</sup> Uzmimo za primjer pobjednika Berlinalea 2006. godine bosanskohercegovački film *Grbavica* (r. Jasmila Žbanić) koji je okupio djelatnike iz nekoliko zemalja bivše Jugoslavije, uz strane producente; zatim film *Karaula*, (r. Rajko Grlić), koji je bio prva regionalna koprodukcija koja je uključila sve zemlje bivše Jugoslavije kao i Mađarsku, Veliku Britaniju, Austriju i pomoć fonda Eurimages (prvi projekt odobren za Hrvatsku 2004. godine).

<sup>187</sup> Pri čemu se kao primjeri mogu istaknuti bugarski NUBoyana studio te rumunjski Castel Film i MediaPro studio koji su, između ostaloga, zaslužni za npr. „Black Dhaliu“ Briana de Palme i „Cold mountain“ Anthonyja Minghelle.

je situacija i u drugim zemljama - npr. rumunjske radnice tako rade za španjolsku Zaru, talijanski Diesel i sl. Pri čemu se u oba slučaja radi o vrlo nepovoljnim radnim uvjetima i jednih i drugih radnika/ica u dizajnu i modnoj industriji, premda je prisutna velika razlika u razini „nepovoljnosti“ tih istih radnih uvjeta, gdje su radnici/e zemalja JIE u ipak povoljnijoj poziciji.

To su samo neke od ilustracija složenosti interakcija lokalnih i globalnih trendova te njihovih posljedica na kulturne/kreativne djelatnosti. Ono što je također zanimljivo jest upravo to da ova razina nove industrijalizirane kulturne proizvodnje donosi nove kulturne promjene kulturnim/kreativnim industrijama. Prvenstveno zbog premalih tržišta, one su bile primorane komunicirati na regionalnom, a potom, ukoliko je to bilo moguće, i na međunarodnom nivou (bilo da se radi o potrazi za financijskim sredstvima ili suradnji na programima). Na taj se način stvara i novi *mainstream* ali i nove specifične kulturne niše.



### 5.1.2. Rad i zaposlenost u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama



Slika 11 – „Sponzor, ravnatelj, menadžer, kustos, umjetnik“, Fragment murala rumunjskog umjetnika Dana Perjovschija sa izložbe u CCCS-u, Firenca, 2008. Fotografija dostupna na <http://www.we-make-money-not-art.com/wow/0aafieldareyuh.jpg> (pristupljeno 12. rujna 2009.)

Perjovschi kroz svoje radove ne šteti nijednu društvenu sredinu u kojoj djeluje pa se tako njegova oštra kritika može naći i na muralima u galerijskom prostoru u Bukureštu kao i u Firenci. Vrlo se često u svojim radovima bavi odnosima moći u umjetničkom svijetu, te se samim time mnogo puta referirao i kako na nepovoljan položaj umjetnika/ica s „periferije“, tako i na očekivanja („drugosti“) koja pred njih postavljaju umjetnički krugovi, uvjetno rečeno, „centra“ odnosno starih članica Europske unije. Gore odabrani fragment murala ne ilustrira odnose u umjetničkom svijetu samo regionalno nego i globalno, tj. gdje je položaj umjetnika i kulturnih djelatnika razmjerno nepovoljan.

Djelatnici u kulturnim/kreativnim industrijama regije jugoistočne Europe prisutni su na tržištu rada također i na globalnoj razini, ali u manjoj mjeri, i to najčešće zahvaljujući individualnim inicijativama, a ne organiziranim strategijama. Kao što je napomenuto u prethodnom poglavlju, strukturirane politike na polju kulturnih/kreativnih industrija u zemljama jugoistočne Europe nisu u cjelini artikulirane. Međutim, bez obzira (ili zapravo *unatoč*) nedostatku jasnih politika na tome području, promjene su se u tome polju dogodile i to kroz tržište. Može se reći da su se kulturna ponuda i proizvodnja

diversificirale – i što se tiče utjecaja s globalne i lokalne razine. Ne samo da je ponuda iz stranih izvora veća, nego se i ponuda domaćih proizvoda i usluga proširila. Kao što sugerira Delia Mucica: „Istovremeno, pojavili su se privatnici u kulturnom sektoru, koji su diversificirali ponudu kulturnih dobara i usluga, natjecali se sa etabliranim javnim institucijama za publike i zalagali se za prava na jednak pristup financijskim resursima za potporu kulturnim programima i projektima kao i za omogućivanje uključivanja javnosti“<sup>188</sup> (Mucica, 2005: 1-2). Jedan se dio utjecaja može pripisati i fleksibilnosti rada i radnih procesa u kulturnim/kreativnim industrijama koja je omogućila i brže implementiranje promjena i veću pristupačnost kulturnih sadržaja publikama.

Mora se napomenuti da je za adekvatnije razumijevanje područja zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama potrebna detaljna analiza dostupnih podataka. Međutim, svaka statistička analiza kulturnih djelatnosti nailazi na probleme zbog neadekvatnih i neharmoniziranih kulturnih statistika – statistički okviri najčešće ne odgovaraju stvarnome stanju u kulturnome sektoru, ili tipu djelatnosti koji se u njemu obavlja. Pitanje kulturnih statistika nije problem samo u regiji jugoistočne Europe, nego je problem kako na europskoj pa tako i na svjetskoj razini<sup>189</sup>. Štoviše, kada u istraživanju želimo statistički analizirati kreativne djelatnosti, ključno pitanje na koje nailazimo je, kako ističe Jurlin, to da se kulturne/kreativne djelatnosti: „u postojećim međunarodnim klasifikacijama ne svrstavaju u homogene skupine“ (Jurlin, 2008: 119). U jugoistočnoj se Europi problem statističkih pokazatelja pokazuje još većim – rad statističkih ureda zaostaje za standardima EU-a, pa tako i klasifikacija nekih kategorija još uvijek ne postoji. Međutim, pozitivni se pomaci na ovom polju događaju jer određene zemlje ulaskom u Europsku uniju usvajaju metodologiju Eurostata. Dakle, može se reći da je statistička analiza kulturnih/kreativnih industrija u JIE-i otežana

---

<sup>188</sup> „At the same time, cultural private entities appeared, at once diversifying the supply of cultural goods and services, competing with the established public institutions for audiences and claiming their right to equal access to public financial resources devoted to supporting cultural programmes and projects and to facilitating public participation“ (Mucica, 2005: 1-2).

<sup>189</sup> Kao što se to navodi u biltenu *Cultural statistics*, (prema KEA, 2006: 30) te u zaključcima Međunarodnog simpozija o kulturnim statistikama, studeni, 2002. godine u Montrealu.

upravo na te tri razine – na generalnome problemu kulturnih statistika, na problemu klasifikacija kreativnih djelatnosti, ali i na specifičnim problemima lokalnih statističkih ureda.

Za potpunu sliku stanja kreativne ekonomije u regiji JIE, potrebno je dakle analizirati i podatke o zaposlenosti u području kulture te u sektoru kulturnih/kreativnih industrija u navedenim zemljama. Prije nego što krenemo u analizu podataka, valja istaknuti da zaposlenost u kulturi ima neke specifične obrasce koji se moraju uzeti u obzir, pri čemu bih ekstenzivno citirala Katunarić i Cvjetičanin: „Zaposlenost u kulturi ima istu dinamiku kretanja kao i ukupna zaposlenost, ali je očito da su amplitude kulture mnogo izraženije. Kada pada ukupna zaposlenost, zaposlenost u kulturi se smanjuje još i brže, ali kad ukupna zaposlenost raste, zaposlenost u kulturi raste još i brže. Objašnjenje možemo možda potražiti u samom karakteru kulture i umjetnosti kao djelatnosti. U razdobljima recesije radna mjesta u kulturi su među prvima koja se zatvaraju, ali su isto tako među prvima koja se otvaraju u privrednom uzletu. Naime, u tom sektoru je rad na određeno vrijeme ili povremeni rad učestaliji nego u drugim djelatnostima, a te su vrste rada mnogo fleksibilnije od punog radnog odnosa na neodređeno vrijeme. Takva je fleksibilnost sa stajališta prilagođavanja konjunktturnim kretanjima pozitivna za poslodavca u kulturi, ali je i izvor nesigurnosti i krhkosti za mnoga zanimanja u ovoj djelatnosti“ (1998: 106). Upravo u ovom recesijskom razdoblju možemo osjetiti ove amplitude u kulturnim djelatnostima – primjetna su drastična smanjivanja ulaganja u umjetnost i kulturu, kao što to izlaže Anheier (2009: 1)<sup>190</sup>.

Analiza podataka o zaposlenosti u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama jugoistočne Europe pokazuje da postoji nekoliko tipova rada/zaposlenosti. Kada

---

<sup>190</sup> „In Southern California, for example, the Orange County Opera Pacific cancelled its season and may shut down entirely. They said that a 'limited number of donors who had funded the company no longer could come up with the necessary gifts in the wake of drastic hits to their investment portfolios' (*Los Angeles Times*, 6 November, 2008). Also caught in the budget crisis, the Orchestra of Pasadena cancelled two concerts and issued emergency fundraising appeals to save the remaining schedule” (Anheier, 2009: 1).

govorimo o zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama u JIE-i, možemo analizirati tri prethodno eksplicirane situacije<sup>191</sup> gdje su u podjelu, kako je naveo i Throsby (2003.), uključena i „kreativna“ i „nekreativna“ zanimanja, pri čemu trebamo biti svjesni razlike i unutar samih tih klasifikacija (ovisno o području kulturnih/kreativnih industrija). Kao prvo, to su *kulturni djelatnici/ice koji rade u kulturnim/kreativnim industrijama*; kao drugo, *kulturni djelatnici/ice koji rade izvan kulturnih/kreativnih industrija* te kao treće – *djelatnici/ice ostalih profesija koji rade u kulturnim/kreativnim industrijama*. Ujedno, u sva tri slučaja rad/zaposlenost kulturnih djelatnika/ica možemo podijeliti i prema tipu ugovora - pri čemu bi razdvojili u kategoriji plaćenog rada *stalno* zaposlene (tj. zaposlenih na neodređeno vrijeme je sve manje) od *povremeno* zaposlenih (honorarno zaposleni, zaposleni na pola radnog vremena i sl.), kao i one u kategoriji neplaćenog i to najčešće *volonterskog* rada. U nastavku teksta pokušati ćemo pružiti podatke o tri navedene kategorije rada/zaposlenosti kroz nekoliko razina podataka koji ukazuju na ugovornu, vremensku i rodnu dimenziju rada/zaposlenosti (Edgell, 2006: 128) - kroz udio kulturnih/kreativnih industrija u zaposlenosti; podatke o samozaposlenosti te dodatnim poslovima; rodnoj slici zaposlenosti u kulturi i IT-u te posebnom statusu umjetnika/ica. Ovim podacima pokušati ćemo ilustrirati koliko možemo govoriti o nestandardnom radu/zaposlenosti u kreativnoj ekonomiji u jugoistočnoj Europi.

Uz navedene ograde zbog poteškoća u statističkoj analizi kao i pri statističkoj obradi pojma kulturnih/kreativnih industrija, prvo bih istaknula podatke o udjelu kulturnih/kreativnih industrija u zemljama jugoistočne Europe. Podaci istraživanja o kreativnim djelatnostima u jugoistočnoj Europi sugeriraju „kako je udjel odabranih djelatnosti u zemljama jugoistočne Europe dvostruko niži nego na razini prosjeka Europske unije. Najveći dio te razlike je posljedica razlike u udjelu djelatnosti iznajmljivanja i poslovnih usluga, budući da se statistički obuhvat iznajmljivanja, ali i

---

<sup>191</sup> Prema KEA studiji; vidi treće poglavlje.

intenzitet tih aktivnosti, bitno razlikuje po zemljama“ kako ističe Jurlin (2008: 124)<sup>192</sup>. Upravo se ovdje vidi poteškoća u prikazu statističkih podataka – statistički obuhvat iznajmljivanja (kao važnog dijela „ostalih poslovnih usluga“) koji npr. nije od primarne važnosti za ovaj rad, ali je značajan kao pokazatelj u statističkome prikazu udjela u djelatnostima kreativnih industrija.

**Tablica 9 – Udjeli kreativnih industrija u zaposlenosti**

		Izdavačka i tiskarska djelatnost	Ostale poslovne usluge	Istraživanje i razvoj	Računalne i srodne djelatnosti	Rekreacijske, sportske, kulturne i ostale djelatnosti	UKUPNO
Srbija	2003	1,2%	2,4%	0,6%	0,3%	1,8%	6,3%
	<b>2004</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,7%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,3%</b>	<b>1,8%</b>	<b>6,6%</b>
	2005	1,2%	3,0%	0,6%	0,3%	1,9%	7,0%
Crna Gora	2002	1,0%	2,3%	0,2%	0,1%	2,8%	6,4%
	2003	1,0%	2,5%	0,2%	0,1%	2,8%	6,6%
	<b>2004</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,1%</b>	<b>2,9%</b>	<b>6,9%</b>
Makedonija	2004	0,7%	1,9%	0,1%	0,3%	1,6%	4,7%
	2005	0,6%	2,0%	0,1%	0,3%	1,5%	4,6%
Hrvatska	2003	1,1%	3,8%	0,5%	0,6%	1,8%	7,8%
	<b>2004</b>	<b>1,1%</b>	<b>4,2%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>8,4%</b>
	2005	1,2%	4,4%	0,6%	0,7%	2,1%	9,0%
Bugarska	2002	0,7%	4,8%	0,0%	0,6%	1,8%	7,8%
	2003	0,7%	4,8%	0,0%	0,5%	2,6%	8,7%
	<b>2004</b>	<b>0,7%</b>	<b>5,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,6%</b>	<b>2,8%</b>	<b>9,2%</b>
Rumunjska	2002	0,7%	3,4%	0,6%	0,5%	1,1%	6,4%
	2003	0,7%	4,0%	0,6%	0,6%	1,2%	7,0%
	<b>2004</b>	<b>0,8%</b>	<b>5,0%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,8%</b>	<b>1,3%</b>	<b>8,4%</b>
<b>PROSJEK</b>	<b>2004</b>	<b>0,92%</b>	<b>3,60%</b>	<b>0,32%</b>	<b>0,45%</b>	<b>2,07%</b>	<b>7,37%</b>

Izvor: Eurostat, nacionalni statistički uredi, izračun autora

(Tablica preuzeta iz (Jurlin, 2008: 130-131). Osjenčani podaci označuju istu godinu radi lakše komparabilnosti).

<sup>192</sup> “(...) kreativne se djelatnosti kriju, u pravilu, u sljedećim djelatnostima: 22 *Izdavačka i tiskarska djelatnost*, te umnožavanje snimljenih zapisa, 72 *Računalne i srodne djelatnosti*, 73 *Istraživanje i razvoj*, 74 *Ostale poslovne djelatnosti*, 92 *Rekreacijske, kulturne i sportske djelatnosti*.

Pri tome samo djelatnosti istraživanja i razvoja možemo u cijelosti smatrati kreativnima, dok su *Računalne i srodne djelatnosti* i *Ostale poslovne djelatnosti* to u manjoj mjeri, a *Rekreacijske, kulturne i sportske djelatnosti* u većoj (Jurlin, 2008: 120)“.

Za detaljniju analizu stanja potreban nam je uvid u udjele kulturnih/kreativnih industrija u zaposlenosti zemalja jugoistočne Europe. Ukoliko idemo u detaljniju analizu podataka prema područjima djelatnosti koja je pružena u Tablici 9, prema Jurlinu (2008: 131) udjel kreativnih industrija u zaposlenosti na podjednakoj je razini u Hrvatskoj, Bugarskoj i Rumunjskoj te je (u tim zemljama) veći nego u Makedoniji, Srbiji i Crnoj Gori. Pritom bi trebalo istaknuti kako je „sektor 'Ostale poslovne usluge' osnovni pokretač rasta kreativnih djelatnosti u svim promatranim zemljama. U Hrvatskoj i Bugarskoj je sektor s velikim rastom i 'Rekreacijske, sportske i ostale djelatnosti'“ (Jurlin, 2008: 131).

Nadalje, ukoliko analiziramo podatke za 2004. godinu za sve zemlje radi lakše komparacije, zanimljivo je primjetiti da je udio zaposlenosti u „Izdavačkoj i tiskarskoj industriji“ najveći u Srbiji, udio zaposlenosti u „Ostalim poslovnim uslugama“ je najveći u Bugarskoj, pri čemu je iznenađujuće za primjetiti da je udio zaposlenih u „Istraživanju i razvoju“ u Bugarskoj na ništici, dok s druge strane isti sektor ima najveći udio zaposlenih u Srbiji – 0,6%. Računalne i srodne djelatnosti imaju najveći udio u Rumunjskoj, dok je za „Rekreacijske, sportske i ostale djelatnosti“ udio zaposlenosti najveći u Crnoj Gori. Ovi podaci ukazuju na raznolikosti među zemljama regije u udjelima određenih kulturnih/kreativnih industrija.

Za usporedbu podataka o zaposlenosti analizirati ćemo podatke o udjelu kulturnih djelatnika u zaposlenosti u kulturi i ukupnoj zaposlenosti koje nudi Kompendij<sup>193</sup>. Podaci za regiju jugoistočne Europe mogući su samo za tri zemlje, a to su Bugarska, Hrvatska i Rumunjska. Prema prikazanim podacima udio kulturnih djelatnika u ukupnoj zaposlenosti kreće se od 1,1% (Rumunjska), preko 1,8% (Bugarska) do 2% (Hrvatska). Što se tiče ugovorne dimenzije rada/zaposlenosti razlike u postocima samozaposlenih u kulturi odstupaju od zemlje do zemlje – najniži je u Rumunjskoj – 7,8%, dok u Bugarskoj iznosi 12,2%, a u Hrvatskoj 25%. Udio samozaposlenih u

---

<sup>193</sup> Prema podacima Kompendija koji su dostupnih na: <http://www.culturalpolicies.net/web/statistics-employment.php?aid=108&cid=78&lid=en> (pristupljeno: 13. rujna 2009.)

ukupnoj zaposlenosti je u prosjeku niži – 7,3%, 9,8% te 12,6% za navedene zemlje. Dakle, u odabranim zemljama jugoistočne Europe veći je broj samozaposlenih u kulturi nego u ukupnoj zaposlenosti.

Kada govorimo o posebnostima zaposlenosti u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama kako u Europskoj uniji, tako i u jugoistočnoj Europi zanimljivo je primjetiti još jednu od posebnosti u tom sektoru zaposlenosti. Kako je prethodno napomenuto, podaci pokazuju da na europskoj razini veći broj zaposlenih u kulturnom sektoru radi *dodatne poslove* nego što je to slučaj u ukupnoj zaposlenosti, kako navode podaci studije KEA (2006: 97); tj. 6,6% ljudi zaposlenih u kulturnom sektoru ima više od jednog zaposlenja, u usporedbi s 3,7% u ukupnoj zaposlenosti<sup>194</sup>. Međutim, i u samoj KEA-inoj studiji (2006: 97) ističu da statistički podaci nisu u potpunosti adekvatan pokazatelj kada govorimo o dodatnim poslovima. Ovaj postotak dodatnih poslova i „poslova sa strane“ (*side-jobs*) puno je veći nego što se to može statistički iskazati zbog specifične definicije kategorija zapošljavanja te određenih načina prikupljanja statističkih podataka jer dodatni poslovi često moraju imati definirani minimum da bi bili priznati kao dodatni poslovi<sup>195</sup>. Posljedično, kada razmatramo zaposlenost u kulturnim/kreativnim industrijama u regiji jugoistočne Europe, važno je istaknuti da velik dio djelatnika/ica kulturnih/kreativnih industrija u ovoj regiji radi nekoliko poslova istovremeno koje nazivamo *dodatni poslovi*. Sama ta činjenica rada na dodatnim poslovima ne čini ih nimalo drugačijim od njihovih kolega u zemljama Europske unije ili SAD-a. Istraživanja pokazuju da čak i sami zaposlenici/ice u kreativnim industrijama regije JIE dodatne poslove smatraju „normalnim“. Ujedno se naglašava da je na samome početku karijere uobičajen neplaćeni rad, a kasnije i prekovremeni rad te dodatni poslovi kako u kulturnim/kreativnim industrijama, tako i na dodatnim poslovima u ostalim područjima (Primorac, 2008: 39). Međutim, ono što

---

<sup>194</sup> “ (...) 6.6% of the people working in the cultural sector have more than one job, compared with 3.7% in total employment” (KEA, 2006: 97).

<sup>195</sup> “(...) not all part-time jobs are recognized by statistical surveys. In many countries it is necessary to earn a defined minimum wage to be counted in national statistics as having a part-time job” (KEA, 2006: 97).

ih doduše razlikuje od „zapadnih“ kolega/ica jest (još uvijek) neuređeno tržište (pa tako govorimo o kašnjenju honorara i isplata, radu na „fiktivne“ studentske ugovore, i sl.); zatim neuređena legislativa (tj. točnije neprovođenje iste) na području radnoga prava, prava intelektualnog vlasništva i sl.; ali i *tip dodatnih poslova* koji učestalije nego kod zapadnih kolega/ica nisu povezani sa zanimanjima kojima se kulturni djelatnik/ica bavi.

**Tablica 10: Udio žena u određenim poljima zaposlenosti (2005.)**

Zemlja	Zaposlenost u kulturi	Usluge visoke tehnologije	Usluge utemeljene na znanju
Hrvatska	54%	33,1%	61,2%
Grčka	42%	30,1%	52,5%
Mađarska	54%	40,3%	64,8%
Rumunjska	54%	48,4%	63,7%
Slovačka	44%	44,8%	65,3%
Slovenija	54%	32,1%	63,9%

Izvor: Kompendij; „Share of women in selected fields of employment (2005)“ komparativna tablica dostupna na

<http://www.culturalpolicies.net/web/statistics-employment.php?aid=147&cid=78&lid=en> (pristupljeno 11. rujna 2009.)<sup>196</sup>

Što se pak tiče rodne slike o zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama u jugoistočnoj Europi, prikazati ćemo parcijalne podatke o udjelu žena u određenim poljima zaposlenosti jer podaci za sve zemlje nisu bili dostupni. Kao što je vidljivo iz Tablice 10, udio žena zaposlenih u kulturi u zemljama regije je viši od 50%, kao i u kategoriji usluga temeljenih na znanju; dok u uslugama visoke tehnologije taj postotak ne prelazi 50%. Ukoliko se prisjetimo podataka iz trećega poglavlja gdje se navodi kako je na europskoj razini manje žena zaposlenih u kulturi, zanimljivo je za primjetiti da za navedene zemlje jugoistočne Europe taj postotak pokazuje veći broj zaposlenih žena u kulturi nego što je to slučaj u Europi.

<sup>196</sup> Podaci Kompendija su iz Cultural employment data: [EUROSTAT, EU Labour force survey 2005](#) te High Tech and Knowledge Intensive Services data for 2005: [EUROSTAT, database on Science and Technology](#). Usluge utemeljene na znanju definirane su kao: “Knowledge Intensive Services (KIS) include water transport; air transport; post and telecommunications; financial intermediation; real estate, renting and business activities; education; health and social work; recreational, cultural and sporting activities (EUROSTAT NACE codes 61, 62, 64 to 67, 70 to 74, 80, 85 and 92)“.



S druge strane, iz tablice je vidljivo da se zaposlenost žena u uslugama visoke tehnologije kreće oko tridesetak posto u odabranim zemljama JIE (osim Rumunjske), što se također nadovezuje na podatke iz trećega poglavlja koji ukazuju na podzastupljenosti žena u korištenju IKT-a na razini EU-a. Tablica 10 također pokazuje da je postotak zaposlenosti žena u uslugama utemeljenim na znanju upravo duplo veći u gotovo svim istraživanim zemljama.

Od kreativnih zanimanja poseban položaj imaju umjetnici/ice, pri čemu bih u ovome kontekstu spomenula status slobodnih umjetnika/ica od kojih jedan dio njih participira radom u kulturnim/kreativnim industrijama upravo putem tih dodatnih poslova. Naravno, mora se napomenuti da je položaj umjetnika/ica kompleksan i zahtjeva specifičan model zaštite; bilo da se radi o posebnim mjerama socijalnog i mirovinskog osiguranja ili poreznim mjerama koje odgovaraju „atipičnim“ uvjetima rada umjetnika/ica.

Ukoliko analiziramo podatke koje nam pruža „Kompendij kulturnih politika Vijeća Europe“, predstavljen u Tablici 11 na sljedećoj stranici, primjetit ćemo da u gotovo svim zemljama jugoistočne Europe status umjetnika/ica zauzima poseban položaj, izuzevši Rumunjsku i Moldaviju gdje analizirane posebne mjere ne postoje. Iz tablice je vidljivo da u ostalim zemljama za umjetnike/ice postoje neki od instrumenata javne politike bilo da se radi o poreznim mjerama, mirovinskom ili socijalnom osiguranju i/ili pomoći za nezaposlene.

**Tablica 11 – Zakoni i mjere socijalnog osiguranja za samostalne umjetnike<sup>197</sup>**

Zemlja	Zakoni o socijalnom osiguranju/ Javne sheme zaštite	Porezne mjere		Pomoć za nezaposlene	Dodaci za mirovinu
		Porezni odbitak na dohodak	<i>Income averaging</i>		
Albanija	Nema zakona o samostalnim umjetnicima	Ne	Ne	Ne	Da
Bugarska	Pravilnik o socijalnom osiguranju za osobe koje vrše slobodna zanimanja te za bugarske građane koji žive u inozemstvu (2000)	Da	Da	Da	Da
Hrvatska	Zakon o pravima samostalnih umjetnika i poticanju kulturnog i umjetničkog stvaralaštva (1996, 2000)	Da	Ne	Ne	Da
Grčka	Nema zakona o samostalnim umjetnicima	Da	Ne	Ne	Da
FYROM	Zakon o kulturi (1998)	Da	Da	Ne	Da
Moldavija	Nema zakona o samostalnim umjetnicima	Ne	Ne	Ne	Ne
Rumunjska	Nema zakona o samostalnim umjetnicima	Ne	Ne	Ne	Ne
Srbija	Zakon o pravima samostalnih umjetnika (1993, izmjene 1998).	Da	Ne	Ne	Da

Kao što podaci u Tablici 11 pokazuju, najviše policy-mjera za samostalne umjetnike pruža Bugarska. Iz podataka se može zaključiti da je status umjetnika/ica u jugoistočnoj Europi raznolik, ali u svakom slučaju vrlo ranjiv. U okolnostima u kojima tržišta umjetnina u navedenim zemljama gotovo da i ne postoje te su slabo regulirana, navedeni instrumenti u vidu poreznih mjera, mirovinskog ili zdravstvenog osiguranja mogu samo malo ublažiti složenu situaciju u kojoj se umjetnici/ice nalaze. Mora se također napomenuti da je u nekim zemljama u kojima postoje politike za samostalne umjetnike kao što su Hrvatska i Srbija, gdje je kompleksnost situacije prouzročilo odobravanje statusa slobodnih umjetnika/ica izvođačima zabavne glazbe koje je podijelilo javnost u obje zemlje te djelomično stavilo u pitanje daljnju državnu potporu. Također treba napomenuti da su pozicije umjetnika/ica raznolike i s obzirom na

<sup>197</sup> Prema Table 2 – Social Security Laws and Measures to Support Self-Employed Artists, Council of Europe/ERICarts, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 10<sup>th</sup> edition, 2008; dostupno na <http://www.culturalpolicies.net/webtest/status-of-artists-tables.php?aid=34&cid=45&lid=en> (posljednji put pristupljeno: 30. travnja 2009.).

umjetničko područje u kojem stvaraju – pa je tako položaj slikarice različit od scenografa i sl., jer potonji zarađuju dohodak kroz rad s kulturnim institucijama čije je funkcioniranje relativno uređeno, dok slikari/ice ovise o neuređenom tržištu umjetnina.

Iz prikazanih podataka zanimljivo je primjetiti nekoliko specifičnosti zaposlenosti u kulturnim/kreativnim industrijama u jugoistočnoj Europi; pa je tako za istaknuti da je u JIE-i manje zaposlenih u kulturnim/kreativnim industrijama nego u Europskoj uniji; prema dostupnim podacima za određene zemlje JIE (Rumunjska, Bugarska, Hrvatska) više je samozaposlenih u kulturi nego u ukupnoj zaposlenosti; a u JIE-i zaposleni u kulturnim/kreativnim industrijama također rade dodatne poslove kao i u Europskoj uniji. Isto tako, prema dostupnim podacima za navedene zemlje JIE, više je žena zaposleno u kulturi nego u EU; samostalni umjetnici u većini zemalja imaju određene instrumente kojim se njihova nesigurna pozicija pokušava poboljšati.

Prisjetimo se da je struktura rada u kreativnoj ekonomiji na generalnoj razini podrazumijeva nestandardan model rada na svim dimenzijama rada: kako ugovornoj, tako i prostornoj, vremenskoj i rodnoj. Radno vrijeme i mjesto fleksibiliziraju se pri čemu „dostupnost“ radnika postaje postulat kojim se povećavaju i radne obveze. Smanjuju se radna prava a rad se individualno pregovara, pa su tako nove vrste zaštite radnika, koji odgovaraju nestandardnim uvjetima rada, minimalne; radni raspored i položaj samog rada isprepliće se i stapa sa slobodnim vremenom, dok je rodna slika relativno izjednačena. Iz navedenih se podataka može zaključiti da su i u ovoj regiji u kreativnoj ekonomiji dominantni *atipični oblici rada/zaposlenja*. I u kategorijama ugovorne, prostorne, vremenske i rodne dimenzije možemo reći da se radi o *nestandardnom obliku rada/zaposlenosti* o kakvom govori Edgell (2006: 128). Taj je oblik karakterističan za postfordističke oblike organizacije proizvodnje, ali on uključuje i veću nestabilnost koja proizlazi iz nestabilnosti opće ekonomije, još uvijek nedovoljnu fleksibilnost kako rada kulturnih djelatnika, pa tako i radnih procesa zbog niske upotrebe IKT-a, a prisutna je i veća rodna nejednakost u podjeli rada.

## 5.2. Poslovne orijentacije djelatnika u kulturnim/kreativnim industrijama

Pozicija kakvu imaju zaposleni u kulturnim/kreativnim industrijama u jugoistočnoj Europi otvara nam pitanja o njihovim stajalištima prema budućnosti njihova rada i djelatnosti. S obzirom na mnoge prepreke s kojima su suočeni u svom radu, zanimljivo je analizirati njihove poslovne i radne strategije. U intervjuima s kulturnim djelatnicima koji rade u sektorima kulturnih/kreativnih industrija, može se prepoznati nekoliko pristupa razvoju kulturnih/kreativnih industrija. Sistematizirati ćemo ih kao: *komercijalni pristup*, *reformistički pristup* i *globalistički pristup* (Primorac, 2008: 29-30)<sup>198</sup>. Ukoliko gledamo ove pristupe kroz perspektivu orijentacije prema odlučivanju u kulturnoj politici kakve predlažu Dragojević i Dragičević-Šešić, tada bismo komercijalni ali i globalistički pristup mogli definirati kao pristup *kulturnog merkantilizma* koji kulturni konzumerizam stavlja u fokus kulturne politike, dok bi reformistički pristup svrstali pod *kulturni funkcionalizam* koji kulturni život stavlja u središte kulturne politike (prema Dragojević i Dragičević-Šešić, 2008: 38).

### *Komercijalni pristup*

Komercijalni pristup zagovaraju kulturni djelatnici koji smatraju da bi za područje kulturnih/kreativnih industrija bilo optimalno načiniti radikalnu promjenu sistema financiranja kulture. Takav rez u financiranju kulture imao bi utjecaj i na područje kulturnih/kreativnih industrija, pogotovo onog dijela koji je pod utjecajem države (pri čemu je tu prvenstveno riječ o izdavačkoj i filmskoj industriji). Navedenim je pristupom tržište postavljeno u primarni fokus, pa tako kao ilustraciju možemo dati primjer izdavača iz Bukurešta koji govori o njihovoj tržišnoj strategiji: “Bilo je teško,

---

<sup>198</sup> U ovom odjeljku detaljnije ulazim u teze iznesene u publikaciji iz 2008. godine koristeći se materijalima nastalim tijekom navedenog istraživanja. Detaljniji podaci o istraživanju nalaze se u „Metodologiji“.

pogotovo jer javnosti moramo pružiti kvalitetna izdanja i sadržajno i na razini proizvoda. Dosad smo poslovali s profitom, sve smo reinvestirali te smo uspjeli preživjeti, pa čak se i razviti”<sup>199</sup>. Ispitanici su isticali i potrebu za većim sponzorstvima u kulturnim industrijama, koja su još uvijek manjkava „sponzorstva su još uvijek niska jer je kulturna razina niska; nakon 1990. godine elita ne posjeduje velike kompanije“<sup>200</sup> ističe kulturni menadžer također iz Bukurešta; a poboljšavanje situacije sa sponzorstvom podcrtava filmski producent iz Zagreba: „pa to se popravilo, ali ovisi što nudite. Moj je pristup da za sve svoje projekte, a hvala bogu imao sam ih puno, nudim partnerstvo“.

Kulturni djelatnici koji zagovaraju ovaj tip pristupa smatraju da je trenutni sistem prespor i dotrajavao te da sadrži previše modela financiranja i regulacije iz socijalističkog sistema, koji ne korespondiraju s trenutnim potrebama sektora. Dakle, još uvijek se naglašavaju kontinuiteti u modelima funkcioniranja sa socijalističkim sustavima. Za ove bi djelatnike/ice država trebala imati upliv na sektor kulturnih/kreativnih industrija, ali samo kao regulator zakonodavstva. Sustav zahtjeva radikalnu restrukturaciju ili, da se poslužim riječima glazbenog producenta iz Splita, “treba doći do promjene općeg stanja svijesti. Tu je potrebna jedna buržoaska revolucija da to tako kažem”. Razvoj ovog sektora kulturni djelatnici vide kroz jačanje ponude i interakcije s publikama kroz bolju promociju i distribuciju te u orijentiranosti djelatnosti kulturnih/kreativnih industrija prema lokalnom i regionalnom tržištu.

---

<sup>199</sup> “It was difficult, that having in mind that we need to offer the public good quality, both in content and in aspect of the product. And it has been a profit in the company, we reinvested everything, we managed to survive, and eventually to develop.”

<sup>200</sup> „Sponsorship is not very high, because cultural level is not very high. After 1990 it's not the elite that have the big companies.“

### *Reformistički pristup*

U ovom pristupu ispitanici naglašavanju potrebe za reformom sadašnjeg sustava, kao i prema orijentiranosti k detaljnoj analizi trenutačnih instrumenata za razvoj kulturnih/kreativnih industrija. Kako ističe menadžerica poduzeća za kreativni marketing iz Zagreba: “Mislim da je potrebna nekakva ravnoteža između tog financijskog djelovanja države i tržišta jer mislim da nije dobro posve kulturu okrenuti prema tržištu i da se posve primjenjuje tržišni model koji vlada u drugim sektorima. Sa druge strane, mislim da se sektor kulture ipak previše oslanja na subvencije države. Znači trebalo bi napraviti da svatko ima pravo na subvencije, ali i da se zna zašto se daje neka subvencija i što se njome želi postići”. Dakle, zagovaratelje/ice ovoga pristupa nalazimo kod djelatnika u izdavačkoj i filmskoj industriji, u dijelu radnika u dizajnu i oglašavanju te među slobodnim umjetnicima. Ispitanici smatraju da kombinacija dobrih karakteristika „novog“ i „starog“ sistema treba zaživjeti pri čemu se misli na instrumente javnih politika za sva područja kulturnih/kreativnih industrija, ali s jasnijim zahtjevima u natjecanjima i strožim kriterijima pri odabiru. Isto tako, kulturni djelatnici ističu kako bi trebalo pokrenuti kreditne linije za poduzetnike te potporu za osnivanje novih tvrtki u kulturnim/kreativnim industrijama. Ujedno, potrebno je ulaganje u obrazovanje u kulturi i za kulturu na svim područjima.

Kulturni djelatnici/ice navode kako bi status slobodnih umjetnika, tamo gdje je reguliran posebnim statusom, trebao ostati kakav je sad, ili bi se trebao pomaknuti prema tome modelu, ili kao takav profunkcionirati. Ilustrirat ću to riječima fotografa iz Podgorice koji ističe: „Onda, kad sam se malo bolje raspitao (ja sam svu dokumentaciju pripremio), saznao sam da to sve uopšte ne funkcionise. Koliko godina ne uplaćuju nikakve doprinose... Nikakvih beneficija vezano za vize...“. Dakle, ovakav reformistički pristup podrazumijeva prihvaćanje pozitivnih karakteristika prethodnog sustava i iznalaženje „srednjeg“ puta za kulturne/kreativne industrije koji u prvom redu inzistira na usvajanju važnosti specifičnosti kulturne proizvodnje i rada u kulturnim/kreativnim industrijama.

### *Globalistički pristup*

Globalistički pristup ima značajke navedenoga komercijalnog pristupa. Međutim, zastupnici ovoga pristupa razlikuju se od pobornika komercijalnoga pristupa utoliko što se ne smatraju orijentiranim samo na lokalno ili regionalno tržište, nego svoj rad vide u širim odnosno globalnim okvirima. Globalistički pristup zagovaraju djelatnici glazbene industrije, arhitektonskog sektora te dizajna i oglašavanja. Dakle, radi se o kulturnim djelatnicima koji naglašavaju orijentaciju prema globalnom tržištu, a koji dolaze iz kompanija koje se uvelike koriste novim tehnologijama u proizvodnji i distribuciji te čiji proizvodi imaju širi tržišni doseg (tj. ne ovise toliko o troškovima prijevoda i sl.). Poslužiti ćemo se riječima glavnog menadžera medijske agencije iz Bukurešta kako bi ilustrirali tu situaciju: “Postali smo poznati preko marketinške kampanje za Google ili kroz oglašavanje: radili smo za televiziju, radio, za razne kompanije. Naše ime je ‘vani’. Naši projekti nisu bazirani samo u Rumunjskoj – radimo i u Švicarskoj, Japanu, Alžiru, Belgiji, SAD...”<sup>201</sup> Ovu poziciju možemo dodatno ilustrirati riječima menadžera multimedijске agencije iz Splita: „Ako misliš da imaš nešto što vrijedi, izvoli plasiraj to na tržište, pa će netko valjda kupiti, bilo Englezi, Amerikanci... (...) U tom smislu konkurencije vani se apsolutno ne bojimo. Ako netko može napraviti nešto po boljoj cijeni i ljepše – izvolite...” Kulturni djelatnici/ice ističu važnost novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija za nove mogućnosti i za ulazak u globalne putanje kroz specijalizirane niše te je upravo edukacija u tom polju za ove djelatnike viđena kao prioritet. „To je ključni problem. To bi sve promijenilo za 180 stupnjeva”<sup>202</sup> ističe vlasnik agencije web-dizajna iz Bukurešta. Dakle, ovaj pristup podrazumijeva i ulazak određenih kompanija u globalne tokove, pa tako menadžer reklamne agencije u Beogradu ističe da „snaga agencija sa stranim licencama leži u tome što su deo lanca i automatski razvijaju globalne klijente, po tome,

---

<sup>201</sup> „We became recognized by marketing campaign for Google, for example, or advertising we worked with TV, radio, freight companies. Our name is in there. But our projects are not based only to Romania, we also work in Switzerland, in Japan, Algeria, Belgium, United States.“

<sup>202</sup> „I think it's the main problem. It would change 180 degrees.“

toj liniji, kad smo bili Saatchi & Saatchi, imali smo Toyotu, Sony, *software* i *gameball*, gomilu svetskih i poznatih klijenata, tako da oni imaju tu sigurnost“.

\*

Ova tri pristupa pokazuju različite poslovne i radne strategije u području kulturnih/kreativnih industrija kako ih vide kulturni djelatnici/ice. Na osnovi ovdje paralelno izloženih podataka založili bi se za reformistički pristup. Kroz reformistički pristup bilo bi najoportunije iznaći modele koji bi pomogli etabliranju kulturnih/kreativnih industrija u jugoistočnoj Europi, ali tako da nakon prvotne pomoći postaju „samoodrživa“ poduzeća. Dakle, valjalo bi kreirati modele potpore za nova, specifična poduzeća<sup>203</sup> pri čemu se u ovom slučaju najčešće radi o mikropoduzećima te malim i srednjim poduzećima (SME). Njihova bi se održivost mogla postići potporama za osnivanje novih poduzeća u nekim sektorima kulturnih/kreativnih industrija ili pružanjem mogućnosti kreditiranja za malo i srednje poduzetništvo u kulturnim/kreativnim industrijama<sup>204</sup>, pri čemu bi bili važni kriteriji za podupiranje određene (vrste) kulturne proizvodnje. Kulturne/kreativne industrije u regiji trenutno se razvijaju prvenstveno samostalno, na tržištu. Ukoliko im se pristupa s državne razine, pristupa im se izolirano tj. sektorski, putem subvencija te one nisu pozicionirane u širi okvir jednog održivog planiranja kulturnih djelatnosti. Pritom se, naravno, mora napomenuti da je strateško planiranje u kulturi u regiji jugoistočne Europe vrlo manjkavo. Ukoliko ćemo se vratiti podjelama u pristupima kulturne politike koje su navedene na početku odjeljka, u regiji jugoistočne Europe za sad se može govoriti o modelu kulturnog funkcionalizma, ali s otvaranjem niša koje mogu biti relevantne na međunarodnoj razini.

---

<sup>203</sup> Kao što je npr. Departure program projekta kreativnih industrija u Beču <http://www.departure.at>.

<sup>204</sup> Posebne kreditne linije bile bi potrebne jer *cash flow* oscilira više nego u drugim industrijama (npr. prihodi od subvencija i sl.).



### 5.3. Novi konteksti rada i zaposlenosti

Uz navedene probleme i poteškoće s kojima se susreću djelatnici/ce na području kulturnih/kreativnih industrija u jugoistočnoj Europi, postavlja se pitanje kakve su perspektive za razvoj ovog područja. Na samome početku pogledajmo podatke o dodatnim indikatorima koji nam ilustriraju kontekst razvoja kreativne ekonomije u jugoistočnoj Europi te koji nam mogu pokazati kakva će biti njena budućnost.

#### 5.3.1. Indikatori razvoja sektora – prema kreativnoj klasi?

Za razvoj kreativne ekonomije u jugoistočnoj Europi bile su relevantne (a za neke zemlje još uvijek jesu) i prepreke kao što su npr. vizni sustav prema određenim zemljama regije JIE, koji je uvelike kočilo kulturnu suradnju i komunikaciju. Ujedno, kao što je već napomenuto, poteškoće za razvoj predstavljali su također i problemi u provođenju zakonske regulative na području kulture i srodnih područja. Uz podatke o kulturnim/kreativnim industrijama koji su analizirani u prethodnim poglavljima valjalo bi istaknuti i neke dodatne pokazatelje koji nam mogu ukazati na stanje kreativne ekonomije u regiji JIE, kako bi se mogle analizirati perspektive za daljnji napredak. Ujedno bi u tome kontekstu trebalo nakratko ispitati koliko je moguće govoriti o kulturnim djelatnicima koji obavljaju nove vrste rada, tj. onim radnicima koje Florida naziva „kreativna klasa“, ali u ovome dijelu Europe. Indikatori za razvoj nove zaposlenosti o kojoj Florida (2002.) raspravlja leže kako na tehnološkoj razini, tako i na razini dostupnosti talenta (visokoobrazovanoga kadra) i inovacije, pa ćemo ih i ispitati u daljnjem tekstu.

**Tablica 12 – Odabrani indikatori inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti**

Zemlja	Zaštita intelektualnog vlasništva	„Odljev mozgova“***	Dostupnost najnovijih tehnologija***	Inovacijski kapacitet****	Dostupnost znanstvenika i inženjera*****	INDEKS tehnološke spremnosti i inovacije
Hrvatska	3,7	3,1	4,6	3,5	4,4	<b>3,86</b>
Rumunjska	3,5	2,6	3,9	3,3	4,3	<b>3,52</b>
Crna Gora	2,9	3,4	4,7	2,5	4,1	<b>3,52</b>
Moldavija	3,5	2,3	3,4	3,3	3,4	<b>3,18</b>
Makedonija	2,8	2,2	3,6	2,9	4,1	<b>3,12</b>
Srbija	2,8	1,9	3,4	2,8	4,5	<b>3,08</b>
Bugarska	2,9	2,1	3,8	2,9	3,7	<b>3,08</b>
Albanija	2,4	2,6	3,8	2,0	3,3	<b>2,82</b>
Bosna i Hercegovina	2,3	2,3	3,3	2,3	3,6	<b>2,76</b>

\*(Mjere zaštite: 1 –slabe su i ne provode se, 7 – snažne su i provode se)

\*\* (1 – talentirani ljudi odlaze iz zemlje, 7 – talentirani ljudi ostaju u zemlji)

\*\*\* (1 – nisu dostupne ili korištene, 7 – široko su dostupne i korištene)

\*\*\*\* (Kompanije dobavljaju tehnologiju: 1 – uglavnom od licenciranja i imitiranja stranih kompanija, 7 – provodeći formalna istraživanja i stvarajući vlastite nove proizvode i postupke)

\*\*\*\*\* (1 – ne postoje, rijetki su, 7 – vrlo dostupni)

Izvor: Globalni izvještaj o konkurentnosti 2008-2009, 2008; Svjetski ekonomski forum

Kao prvi set pokazatelja uvjeta za razvoj kreativne ekonomije u Tablici 12 prikazani su odabrani indikatori inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti za zemlje JIE prema podacima Globalnog izvještaja o konkurentnosti (2008. – 2009.) Svjetskog gospodarskog foruma. Kako bi se detaljnije prikazala kategorija inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti, istaknuti su sljedeći odabrani indikatori: „Zaštita intelektualnog vlasništva“, „Odljev mozgova“, „Dostupnost najnovijih tehnologija“, „Inovacijski kapacitet“ te „Dostupnost znanstvenika i inženjera“.

Iz Tablice 12 vidljivo je da je u gotovo svim kategorijama prosječna vrijednost anketnog odgovora (gdje vrijednost 1 označava najlošije, a 7 najbolje rezultate) vrlo niska za gotovo sve zemlje u regiji u većini kategorija. Zajednički indeks inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti kreiran na osnovi svih kategorija pokazuje da su Hrvatska i Rumunjska zemlje sa najvišim potencijalom u tom području, dok su Albanija te Bosna i Hercegovina zemlje s najnižim vrijednostima pokazatelja inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti. S obzirom da je najviša moguća vrijednost ukupnog indeksa 7, a prema Tablici 12 vrijednost indeksa za odabrane

zemlje regije varira od 2,76 do 3,76, generalno se može reći da su zemlje jugoistočne Europe još uvijek na niskoj razini inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti.

Kao jedan od indikatora sa najnižim vrijednostima u Tablici 12 pokazuje se indikator „Odljeva mozgova“ što ukazuje na to da talentirani ljudi odlaze iz zemalja regije. Međutim, nije samo „odljev mozgova“ tj. „brain drain“ opasnost za razvoj kreativne ekonomije JIE u budućnosti; ono što također predstavlja prepreku daljnjem razvoju tranzicijskih zemalja jest i „brain waste“, tj. trend odlaska znanstvenika sa sveučilišnih pozicija na bolje plaćene poslove u privatnome sektoru (Tomić-Koludrović i Petrić, 2005: 135). To je osobit problem kada uzmemo u obzir i činjenicu da je broj dostupnih znanstvenika/ica i inženjera/ki također nizak što je ilustrirano u Tablici 12 putem indikatora dostupnosti znanstvenika i inženjera. S druge strane, Tomić-Koludrović i Petrić zaključuju kako su se: „baza talenta i kvaliteta visokog obrazovanja u regiji jugoistočne Europe značajno pogoršali u periodu postsocijalističke tranzicije“<sup>205</sup> (2005: 134). Indikatori izloženi u ovom dijelu pokazuju kako su, uz nisku razinu tehnološke spremnosti i inovativnosti, nedostaci u obrazovnim sustavima također prepreke prema ostvarenju nove vrste radnika u regiji, onih koje je Florida imenovao „kreativnom klasom“, tj. prema razvoju šire baze zaposlenih u kulturnim/kreativnim industrijama. U tom bi kontekstu trebalo naglasiti i dodatne ali bitne pokazatelje koje ističu Tomić-Koludrović i Petrić (2005: 136-138), tj. nedostatak trećeg „T“ - *tolerancije* u regiji, izrečeno Floridinim rječnikom, kao jednog od preduvjeta za nastanak „kreativne klase“. Dakle, na temelju podataka prikazanih u ovom odjeljku te u prethodnom poglavlju može se reći da su preduvjeti za nastanak novih radnika, radnika u kreativnoj ekonomiji još uvijek na niskoj razini.

---

<sup>205</sup> „Unfortunately, both the talent base and the quality of higher education in the Southeastern European region have significantly deteriorated in the period of post-socialist transition“ (Tomić-Koludrović, 2005: 136-138).

### 5.3.2. Prepreke za razvoj kreativne ekonomije

„U tome bivšem tržištu koje je funkcioniralo kao zajedničko tržište, mi smo imali vrlo jaku poziciju. Ali mi moramo imati vrlo jaku proizvodnju za to, moramo imati zakonodavni okvir za to, a na kraju krajeva mi zapravo nikad nismo razmišljali o distribuciji. Naime, ključ u kulturnim industrijama je kod onog tko ima ključ distribucije – onaj koji omogućuje da neko djelo dođe do konzumenta.“  
Filmski producent, Zagreb

Uz navedene poteškoće koje se tiču samog razvoja baze novih radnika, odnosno novih kulturnih djelatnika u regiji, potrebno je navesti dodatne prepreke za razvoj kreativne ekonomije u regiji. U tom bi kontekstu trebalo napomenuti da je (međunarodna) komunikacija otežana te se uglavnom odvija od projekta do projekta - s obzirom na niz poteškoća kao što su nedostatak kulturnih menadžera, nedostatan obrazovanje kadra, nedostatak financija, nerazumijevanje područja (loši klijenti, i sl.), ona se teže razvija na nekoj sustavnoj razini. U tom je smislu potrebno poraditi na obrazovanju u svim područjima kulturnih/kreativnih industrija u regiji jugoistočne Europe. S navedenim poteškoćama povezani su i već spomenuti problemi s pravima intelektualnog vlasništva, kao i niskom razinom korištenja novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. U tom bi kontekstu trebalo napomenuti i neke negativne utjecaje globalnih kompanija koji proizlaze iz iskorištavanja; pa tako, između ostalih modela djelovanja, multinacionalne kompanije koriste patente i *copyrighte* kao modele čijom se primjenom zatvara pristup izvornim lokalnim kako kulturnim tako i biološkim resursima zajednicama u kojima su nastale. Lokalni kulturni te biološki resursi postaju dostupnima samo po određenoj cijeni koje im određuju multinacionalne kompanije, upozorava Rifkin (2005.)<sup>206</sup>. Na taj način uz problem informacijskog jaza postaje važan i problem digitalnog jaza, koji je primjetan i na razini jugoistočno Europske regije. Međutim, pitanje pristupa digitalnim sadržajima ne možemo samo promatrati s infrastrukturne razine, nego su potrebna i dodatna rješenja kako plivati u moru sadržaja koji nam se nude jednom kada pristupimo. Bilo da se radi o virtualnoj ili realnoj sferi, važna je uloga koncentratora ili čvorova (Barabasi, 2006.) te na taj način treba

---

<sup>206</sup> To postaje veliki problem kada se govori o biološkoj raznolikosti (npr. kampanja za „Neem“ u Indiji koju je predvodila Vandana Shiva), a na razini kulturne raznolikosti taj je problem dotaknut i s Unescovom Univerzalnom deklaracijom o kulturnoj raznolikosti.

analizirati koliko takvih koncentratora ili čvorova (koji su ključni za dobru promociju i distribuciju simboličkih proizvoda) proizlazi iz regije JIE. Upravo ovo raščaravanje idilične slike egalitarnog *weba* kakav je vladao u devedesetim godinama navodi nas da na novo razdoblje *Weba 2.0* i najavljeno razdoblje *Weba 3.0* gledamo skeptičnije, pogotovo u ovom lokalnom kontekstu.

Treba napomenuti da su, uz neregulirani pravni okvir, i loši ekonomski uvjeti građana bili još jedan od razloga zbog kojih su mnogi od njih dosad pribjegavali ilegalnom softveru i kulturnim proizvodima: legalni su jednostavno bili preskupi. Dakle, praksa „piratstva“ u ovoj je regiji predstavljala način da se bude u toku s događajima - ona je prvenstveno polazila od niske platežne moći i neadekvatnih „regularnih“ kanala distribucije kulturnih/kreativnih sadržaja. Organizirano je piratstvo nudilo određenim sektorima kulturnih/kreativnih industrija kao što su diskografska i filmska industrija te videoindustrija, a također i softverska industrija. Međutim, s druge je strane ono otvorilo komunikacijske kanale mnogo širem auditoriju korisnika. Kako je to naveo i rumunjski predsjednik Basescu, na otvaranju Microsoftovog centra u Bukureštu „piratski softver je zaslužan za razvoj rumunjskog IT sektora“<sup>207</sup> (Thompson, 2007.). S tim da ovu tvrdnju ne možemo ograničiti samo na softver, već se ona može proširiti i na kulturna/kreativna dobra. Treba istaknuti da pretjerana reguliranost, neprilagođena digitalnom dobu guši kreativnost i njezin razvitak te da bi u doba svekolike digitalizacije pogotovo u zemljama JIE trebalo drukčije pristupiti ovoj problematici te „žabljim skokom“ doći do najnovijih dostignuća.

Ono što je dodatno problematično u ovom kontekstu jest pozicija autora/ica – kulturnih djelatnika/ica i umjetnika/ica koji žive od prodaje svog autorskog rada. Uvjeti zaštite (i) prodaje autorskog rada su vrlo nesigurni – radi neadekvatne legislative ili neprovođenja iste, pa se tako u nekim slučajevima javljaju modeli *alternativne samozaštite kreativnog*

---

<sup>207</sup> Na ovu izjavu Bill Gates, naravno, nije odgovorio. S jedne strane, iz razloga što je jedan od najžešćih zagovornika *copyrighta* u poslovanju softverom, ali isto tako jer zna da je upravo piratstvo omogućilo promociju njegovih proizvoda i time otvorilo put uspjehu. U vremenu u kojem nije bio toliko striktan što se tiče piratstva, izjavio je: „Postat će ovisnima (o Microsoftu, op. J. P.), a nakon toga ćemo prikupljati (zaradu, op. J. P.) (Piller, 2006.)”.

*rada* zaposlenih u kulturnim/kreativnim industrijama. Za ilustraciju problema, koji dovodi do navedene alternativne samozaštite rada, navela bih iskustvo dizajnera iz agencije za oglašavanje iz Podgorice: „Naime, događa se da vi nekome prezentujete svoju ideju, on vam je odbije i onda to isto napravi sa drugom agencijom. A vi nemate načina da se zaštitite. (...) Još jedan problem se događa – mnogi naručioci unajme dvije agencije da paralelno rade isti projekt, ali da oni to ne znaju. I onda se dogodi da oni odbiju jedan od projekata koji im se ne sviđa i prekinu financiranje”. Sličan primjer navodi menadžerica dizajnerske agencije iz Zagreba: „Trebaš misliti na to unaprijed, i trebaš smisliti načine osim zakona da se zaštitiš – npr. ne smiješ im dati izvorne fajlove, ne smiješ im to slati mailom, da ne bi oni to okolo raspardčavali...“ Navedeni primjeri ilustriraju nerazumijevanje koncepta autorskih prava i nepoštivanje zakonskih okvira od zaposlenih u kulturnim/kreativnim industrijama kao i šire, nepovjerenja u pravni sustav, ali i *marginaliziranje kreativnog rada* kao takvog, kao i generalne manjkavosti tržišta kulturnih proizvoda.

Kao što je prikazano u prethodnim poglavljima, dominantan model rada u kreativnoj ekonomiji predstavljaju nestandardni oblici rada/zaposlenja najčešće prepoznatih kao „atipična zaposlenja“. Oni podrazumijevaju promjene u strukturi rada – fleksibilno radno vrijeme, raspored kao i radno mjesto, inovacije u radnim procesima koje dolaze s IKT-om, ali i promjene u radnim pravima (smanjivanje istih) i obvezama (prema radu kao pozivu koji vodi i do (samo)eksploatacije). Dakle, modeli fleksibilnosti u radu sve više prevladavaju i kreću se prema općoj nesigurnosti radnih pozicija i zaposlenja. Tranzicijski uvjeti u kojima vlada generalna nesigurnost u ekonomiji i društvu sada su suočeni s trendom gdje je sve više *nesigurnost* uzeta kao *postulat*. Imajući to u vidu, postavlja se pitanje u kakvom su položaju tzv. „atipična zaposlenja“ u području kreativne ekonomije na regionalnoj sceni jugoistočne Europe. Premda je položaj zaposlenih u kulturnim/kreativnim industrijama tj. kreativnoj ekonomiji vrlo raznolik, s obzirom na područje kojim se dotični/a bavi, može se reći da ipak jedan zajednički nazivnik postoji – a taj je zajednički nazivnik upravo *dvostruka nesigurnost*, koja je obilježena promjenama na organizacijskoj razini i nezavršenim procesima kulturnih tranzicija.

Uz nesigurnost rada tipičnu za kulturne/kreativne industrije o kojima je bilo riječi u prethodnim dijelovima teksta (rad na određeno vrijeme, na ugovor o djelu, honorarni rad, itd.), druga je nesigurnost vezana uz karakteristike nestabilne ekonomije u tranziciji (neredovita isplata honorara, neplaćanje doprinosa od strane poslodavaca i sl.). Pozitivne strane fleksibilnosti u JIE-i su uglavnom primijenjuju poslodavci. Dakle govorimo o *dvostrukoj nesigurnosti* – onoj nesigurnoga trenutačnog i sljedećeg zaposlenja te nesigurnosti isplate primanja od samoga tog (trenutačnog i nesigurnog) zaposlenja. Može se pretpostaviti da će ta dvostruka nesigurnost nestati s općom stabilizacijom ekonomije, tj. prijeći će iz „dvostruke nesigurnosti“ u „nesigurnost“ kakva je inherentna samoj kreativnoj ekonomiji i u razvijenim zemljama. Međutim, time se otvaraju ključno pitanje kako se uhvatiti s tom dimenzijom nesigurnosti – sa sveopćom prekarnošću kognitivnoga kapitalizma.

### 5.3.3. Perspektive razvoja kulturnih/kreativnih industrija

Dok su kulturne/kreativne industrije na svjetskoj razini percipirane kao propulzivna grana industrije, u jugoistočnoj Europi još nisu prepoznate kao strateško mjesto suvremenih kulturnih kretanja, kao niti ekonomskog razvoja. Lokalna su tržišta uglavnom neorganizirana i nepovezana, a umrežavanje kulturnih/kreativnih programa je minimalno. Kako ističe Obuljen (2001: 52), zbog različitih političkih sistema, ekonomskih (ne)prilika, ali i prometne nepovezanosti, interkulturalna je komunikacija bila relativno niska u regiji. A čak i ta povezanost koja je postojala između zemalja regije jugoistočne Europe u prošlosti, u posljednjih je dvadesetak godina svedena na minimum. Ujedno, ako govorimo o specifičnoj situaciji bivše Jugoslavije, tada se mora napomenuti da je kulturna povezanost koja je u njoj postojala bila naglo prekinuta tijekom rata te tek sada postaje ponovno aktualna. Kulturna suradnja koja se ostvarivala

u regiji JIE u proteklom desetljeću bila je uglavnom inducirana izvana<sup>208</sup>. Sada je kulturna umreženost ojačala, a s njom i razmjena umjetnika/ica, određenih programa, projekata te kulturnih proizvoda i usluga.

Stvaranje zakonodavne podloge za razvoj ovih djelatnosti je preduvjet za izlazak iz *status quo* pozicije. Također je bitno odvajanje menadžiranja sektora putem stvaranja institucija „nadohvat ruke“ (*arm's length bodies*), tj. osnivanja posebnih zaklada ili fondova kao što su centri za filmski i audiovizualni sektor, knjigu, i dizajn, i sl. Naravno, ne smije se zaboraviti njena uloga u očuvanju određenih kulturnih proizvoda koji su važno kulturno naslijeđe. Međutim, treba istaknuti da je upliv države u razvoj kulturnih/kreativnih industrija prvenstveno važan za stvaranje podloge za razvoj na zakonodavnoj razini: država mora biti regulator, ali ne i ključni akter ovog područja, kao što se događa u nekim područjima u regiji (već navedena filmska industrija i izdavaštvo). Posebna podrška radnim pravima kulturnih djelatnika/ica na taj bi način također bila potrebna.

Globalne kulturne/kreativne industrije dominiraju u regiji jugoistočne Europe; njihov se utjecaj ocrtava kako u direktnom plasiranju vlastitih kulturnih proizvoda, tako i indirektno kroz lokalizaciju globalnih sadržaja. Neki od lokalnih odgovora na taj utjecaj proizlaze tako što se dio lokalnih aktera priključuje na globalna tržišta putem vlastite proizvodnje koju se promovira putem određenih niša. Oni akteri koji se ne orijentiraju prema globalnom tržištu, koncentriraju se na lokalnu i regionalnu razinu, pri čemu se jedan (manji) dio aktera uvelike oslanja na pomoć države. Važno je istaknuti da „nemogućnost(i) organizacije lokalnih tržišta i povezivanja kreativnih potencijala putem mreža marginalizira lokalnu prisutnost u ekonomskom i kulturnom životu regije“ (Švob-Đokić, Primorac, Jurlin, 2008a: 183).

Kako bi se postigli pomaci, sami bi lokalni akteri trebali formulirati i javno predstaviti politike za razvoj kulturnih/kreativnih industrija, koje bi trebale uključivati sve sektore navedene u ovom radu. Ono što je važno za kulturne/kreativne industrije u regiji

---

<sup>208</sup> Programi Vijeća Europe, EU-a, UNESCO-a te potom i drugih međunarodnih organizacija i zaklada.



jugoistočne Europe može se iščitati kroz Castellsove riječi kada ističe „kako umreženje i fleksibilnost postaju karakteristični za novu industrijsku organizaciju, te kako nove tehnologije omogućuju malim poduzećima da pronađu niše u tržištu, tako mi postajemo svjedocima ponovnog pojavljivanja samozapošljavanja i miješanog statusa zaposlenosti“ (2000: 251). Na taj bi način kulturne/kreativne industrije regije JIE trebale poraditi na razvoju nišnoga pristupa tržištu, ukoliko se žele plasirati na šire tržište, pri čemu će se u tom smislu mijenjati i rad i zaposlenost u tome području.

\*\*\*

Na specifičnosti rada u kreativnoj ekonomiji u JIE-i djeluju trendovi u ukupnoj ekonomiji, koju karakterizira opća nesigurnost tranzicijskih sustava, ali i nesigurnosti koje kreativna ekonomija podrazumijeva. Tržište rada u jugoistočnoj Europi karakterizira sveukupna slaba dinamika i učinak te vrlo velik broj nezaposlenih. Broj je zaposlenih na pola radnog vremena još uvijek nizak u JIE-i u usporedbi sa zemljama EU-a, a broj fleksibilno zaposlenih u posljednje vrijeme u regiji raste. Fleksibilna su zaposlenja u jugoistočnoj Europi još uvijek vezana uz najranjivije radne skupine, gdje su pozitivne strane fleksibilnosti uglavnom na strani poslodavca.

Zaposlenost u kulturi i kulturnim/kreativnim industrijama je niža nego na razini prosjeka Europske unije. Kako je vidljivo iz podataka iznesenih u ovom kao i u prethodnom poglavlju, ova su područja u većini zemalja jugoistočne Europe u zaostatku za razvojnim trendovima u Europskoj uniji. Ako pogledamo navedene indikatore koji govore o predispozicijama za razvoj kreativne ekonomije u regiji, oni nam ukazuju da još uvijek treba pričekati dok se promjene ne očituju.

Treba nadodati da kulturni djelatnici/ice rade u uvjetima dvostruke nesigurnosti koja je specifična za kreativnu ekonomiju tranzicijskih zemalja. Zaštita radnih pozicija trebala bi proizlaziti kroz sustav koji je reguliran za razliku od trenutačnoga koji to nije i u kojem su djelatnici/ice prisiljeni/e osmišljavati alternativne (samo)zaštite rada. Oni/one raznoliko vide mogućnosti razvoja svojih područja rada, od kojih smatramo da je

reformistički pristup najadekvatniji u trenutačnim okolnostima. Potreban je intersektorski pristup javnih politika koje se bave ovim područjem, a specifični uvjeti rada djelatnika u ovome području tako trebaju postati jedna od strateških odrednica tih politika.

## 6.0. Zaključak

U posljednjih dvadesetak godina područje jugoistočne Europe u istraživačkim je okvirima ponajviše analizirano kroz pitanja političke, ekonomske ili sveukupne društvene tranzicije. U tzv. „turbulentnim okolnostima“ kakvima obiluje ova regija, kulturne su se promjene našle na marginama društvenih znanosti, odnosno kulturna tranzicija najčešće nije bila u fokusu istraživanja. Kulturne promjene koje su nastale kao rezultat strukturnih mijena s jedne strane i promjena koje su se dogodile uslijed izmjena sistema tj. sustava s druge strane na taj su način ostale nedovoljno istražene. Ovaj je rad doprinos boljem razumijevanju industrijalizacije kulturne proizvodnje koja se događa na globalnoj razini i posljedica koje po kulturu imaju navedene systemske promjene na lokalnoj razini koje su evidentne u jugoistočnoj Europi.

Globalizacija je donijela promjene na svim razinama, a područje jugoistočne Europe također nije imuno na te procese unutar kojih su ekonomsko, političko i kulturno područje međusobno isprepleteni. Ušli smo u kognitivni kapitalizam u kojem je ljudsko znanje shvaćeno kao proizvodni resurs, što se najbolje može vidjeti na području rada u kreativnoj ekonomiji. Upravo smo promjenu strukture rada u kreativnoj ekonomiji promatrali kroz opće transformacije koje doživljava rad na prijelazu iz fordističke u postfordističku fazu. U tom je smislu kao ključna promjena uzeta fleksibilizacija koja za sobom ne donosi samo promjene na razini rada i radnih procesa, nego i promjene na razini slobodnog vremena tj. dokolice. Možemo govoriti ne o nestanku rada, nego o njegovoj mijeni, tj. o stvaranju novih načina rada, novih vrsta rada, pa se u tom kontekstu eventualno može govoriti o nestanku dokolice prije nego rada - nekadašnje autonomne sfere sada postaju isprepletene. U tom kontekstu možemo govoriti o biopolitičkom radu koji stvara ne samo materijalne odnose, nego i život sam.

O društvima jugoistočne Europe možemo govoriti kao o mještovito modernim društvima u kojima se procesi prve i druge (refleksivne) moderne dešavaju simultano. Povijesno gledano, u društvima jugoistočne Europe dio se procesa modernizacije (pri čemu je na prvom mjestu industrijalizacija) događao za vrijeme socijalizma te je izvođen odozgo što je dovelo do „modernizacije bez modernosti“. Upravo period tranzicije podrazumijeva specifične oblike modernizacije gdje se na sažet način društvo pokušava integrirati u kapitalističku modernost - integracijom na sistemskoj i strukturnoj razini koje se isprepliću. U tom kontekstu u jugoistočnoj Europi društvene promjene na području kulture, uslijed kojih se odvija restrukturiranje kulturnih vrijednosti, nazivamo kulturnom tranzicijom. Promjene u kulturi na organizacijskoj, vrijedonosnoj i simboličkoj razini događaju se u dvije faze, pri čemu se trenutno nalazimo u ovoj drugoj fazi tranzicije u kojoj se isprepliću procesi razvoja lokalne kulturne proizvodnje s utjecajima globalnih kulturnih/kreativnih industrija. U ovoj je fazi povećana i uloga novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija kao čimbenika promjena na razini proizvodnje, distribucije i potrošnje kulturnih proizvoda.

Kreativna je ekonomija na svjetskoj razini jedna od područja ekonomije koja se najbrže razvijaju iz razloga što staze kretanja simboličkih proizvoda dolaze do *protrošača* putem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na sve brži i jednostavniji način. Nove su tehnologije ujedno ključni alat kojim se razvija fleksibilizacija samog rada, tj. one utječu na promjene u samoj strukturi rada na razini fleksibilizacije radnog vremena, mjesta, rasporeda kao i promjene na razini radnih procesa. Ujedno, nove tehnologije djeluju na promjene u samom kulturnom/kreativnom stvaralaštvu – na stvaranja novih kulturnih/kreativnih proizvoda i usluga, olakšane distribucije i veće participacije publike te su samim time važan čimbenik razvoja kreativne ekonomije. U ovom je radu pokazano da one u regiji jugoistočne Europe još uvijek nisu dovoljno raširene i upotrebljavane, što samim time koči u jednom dijelu i daljnji razvoj kreativne ekonomije. Premda je razina njihove penetracije u velikom porastu, još uvijek treba pričekati da se njezin učinak u potpunosti osjeti – pogotovo kada govorimo o novim oblicima kulturnog stvaralaštva. Kulturni djelatnici/e koji u svom radu koriste nove

informatijske i komunikacijske tehnologije susreću se s nizom problema kako na tehničkoj tako i na legislativnoj razini. Uz nedostatnu infrastrukturu i još uvijek nisko korištenje novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, oni/one se susreću i s problemima zaštite autorskog rada te su primorani stvarati moduse alternativne samozaštite rada u uvjetima kada zakonska regulativa ne funkcionira ili je manjkava. U tom je kontekstu pitanje prava intelektualnog vlasništva kao novog tipa vlasništva dvostruko upitno u jugoistočnoj Europi – s jedne strane kao koncept na globalnoj razini doživljava krizu te se postavlja pitanje kako ga preformulirati u novim okolnostima koje donosi digitalizacija; a s druge su strane djelatnici prepušteni sami sebi bez zaštite koju ono pruža. Kulturni djelatnici nailaze na probleme uslijed nekvalitetnih klijenata, nedostatka visokoškolskih obrazovnih institucija u njihovim područjima te nerazumijevanja područja kojim se bave. Mora se istaći da nove tehnologije nisu jedini čimbenik koji je važan za razvoj kreativne ekonomije; ostali su preduvjeti također važni za njen razvoj – poput povećanja razine obrazovanja, potrebe većeg ulaganja u inovacije i znanost te jačanja kulturne participacije građana. Kako pokazuju podaci u ovom istraživanju, ovi su indikatori još uvijek na niskim razinama te samim time tek predstoji ozbiljan rast za kreativnu ekonomiju u jugoistočnoj Europi.

Kao ključno područje kreativne ekonomije analizirani su podaci za kulturne/kreativne industrije, pri čemu se za regiju jugoistočne Europe mora istaknuti da je jedan dio kulturnih/kreativnih industrija pod utjecajem državnog financiranja, dok je drugi dio pod većinskim utjecajem tržišta. Način financiranja u regiji je statičan, tj. odnosi se uglavnom na institucije, a manje na programe. Promjene koje se događaju na tom polju odvijaju se više unatoč i usprkos postojećem kulturnom sustavu, a ne zbog njega. Potpora kulturnim/kreativnim industrijama, koje su „bremenite značenjima“ nije samo od financijske važnosti za sveukupne lokalne ekonomije – kulturne/kreativne industrije prvenstveno pridonose (re)definiranju simboličkih vrijednosti. Pritom valja naglasiti da su kulturne/kreativne industrije sve samo ne uniformne u proizvodnji različitih značenja. Upravo se radi ovih karakteristika javljaju prijepori u kontekstu kulturnih i ostalih javnih politika. Ključna pitanja kod potpore takvim djelatnostima postaju pitanja vrijednosti određenih simboličkih proizvoda i usluga – tj. tko ima pravo na potporu i iz

kojih razloga: „kakva kultura i za koga?“ U tim se okolnostima moraju naći modusi kako bi kultura i dalje ostala i prostor kritike.

Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji vezana je uz fleksibilizaciju rada i radnih procesa, samih radnika te kompanija. Rad u kreativnoj ekonomiji ne nestaje, nego se mijenja na svim razinama - od sadržaja rada do načina na koji se obavlja, a ujedno se mijenja i vrijeme i mjesto samog rada kao i tip ugovornih odnosa pod kojim se rad obavlja. Točnije rečeno, radno vrijeme i mjesto se fleksibiliziraju pri čemu „dostupnost“ radnika postaje postulat čime se i radne obveze povećavaju; smanjuju se radna prava, a ne stvaraju se nove vrste zaštite radnika koji odgovaraju nestandardnim uvjetima rada; radni raspored i položaj samog rada isprepliće se i stapa sa slobodnim vremenom. Atipična zanimanja kakva su bila specifična samo za ovo područje sve više postaju dominantna u sveukupnoj ekonomiji te možemo reći da se rad općenito kreće prema prekarnosti. Struktura rada zaposlenih u kreativnoj ekonomiji zemalja jugoistočne Europe slijedi te obrasce „zapadne“ globalizirane kreativne ekonomije. Međutim, ono što ih izdvaja su problemi s općenitom nesigurnošću (post)tranzicijskih ekonomija koja stvara dvostruku nesigurnost kulturnih djelatnika, koji uz to moraju i sami stvarati alternativne modele zaštite svog rada jer postojeći sistemi ne funkcioniraju u potpunosti. U takvim uvjetima fleksibilizacija rada poprima većinom negativne karakteristike osobito za kulturne djelatnike, upravo jer cjelokupni sistem nije za to pripremljen, a s obzirom na globalne trendove prema općoj prekarnosti, možda i neće biti. U tom kontekstu treba istaknuti da je potrebno razmišljati o novim vidovima zaštite djelatnika/ica koji rade u nestandardnim oblicima rada/zaposlenosti, tj. o postavljanju novog standarda koji odgovara novim okolnostima. Bez valjanih strategija i infrastrukture kulturni djelatnici/ce u toj su situaciji ostavljeni da sami/e pronađu svoje putove kroz tokove globalne kreativne ekonomije.

Može se reći da je u regiji jugoistočne Europe kreativna ekonomija još uvijek u povojima. Podaci izneseni u ovoj disertaciji pokazuju da se u jugoistočnoj Europi radi o kreativnoj ekonomiji manjeg opsega s prvenstveno malom umjetničkom proizvodnjom zanatskoga tipa većinom na lokalnoj razini, ali s otvaranjem određenih sektora prema

globalnoj razini te interakcijom lokalnih i globalnih trendova. Jugoistočna je Europa dio globalne kreativne ekonomije, ali prvenstveno kao primatelj(ica) ponude globalnih kulturnih/kreativnih industrija, a manje kao proizvođač/ponuđač sadržaja prema globalnome tržištu. Uključivanje u globalne kulturne tokove odvija se kroz izravn utjecaj transnacionalnih (medijskih) korporacija; kroz lokalizaciju sadržaja istih tih korporacija; kroz proizvodnju lokalnih sadržaja koji se plasiraju na globalno tržište putem specifičnih niša, ali i kroz uključivanje u programe kulturne razmjene zasnovane na ideji „zajedničke kulture“. Ujedno, jedan dio lokalne kulturne proizvodnje zadržava se i na proizvodnji sadržaja koja cirkulira unutar lokalnih tržišta. O nekoj globalnoj produkciji lokalnih sadržaja regije, ne može se govoriti. Ulazak u globalnu kreativnu ekonomiju je rezultat pokušaja određenih aktera putem specifičnih „rukavaca“ i „niša“, a ne neke određene strategije. Kulturne tj. javne politike moraju se redefinirati za novo doba – doba konvergencijske kulture. Upravo bi takav „nišni pristup“ trebao biti razvijen kako bi se iskoristile pozitivne karakteristike ekonomije dugog repa, u svrhu razvoja lokalnih ekonomija i prezentacije lokalnih kulturnih sadržaja prema širem krugu potencijalnih publika.

Kulturna tranzicija još uvijek nije dovršena te na taj način još uvijek možemo govoriti o drugoj fazi kulturne tranzicije, odnosno o racionalizaciji samoga područja, daljnjem utjecaju novih tehnologija, razvoju lokalne proizvodnje te otvaranja kulturne potrošnje globalnim formatima. I premda bi se moglo reći da je tranzicija završena na drugim područjima te na tim razinama već možemo govoriti o postranziciji, za područje kulture to još nije slučaj u potpunosti. Ovdje bi se mogli sjetiti onih Dahrendorfovih riječi kako će biti potrebno još šezdeset godina za promjenu u „srcima i umovima“ – što je upravo pitanje kulturne tranzicije. Dakle, kulturne promjene su prisutne, ali nisu dovoljne da bi se moglo u potpunosti govoriti o ulasku u „posttranzicijsko“ razdoblje u tom području. Procesi kulturnih tranzicija u regiji jugoistočne Europe – s obzirom na nejednake razine ekonomskih i političkih promjena u svim zemljama te različite sociokulturne okvire, privode se kraju u različitim vremenskim periodima, i na različite načine.

## 7.0. Literatura i korištene web-stranice

Adorno, T. i Horkheimer M. ([1947], 2006), „Dialectic of Enlightenment“, u Adorno, T. (2006), *The Culture Industry*, London and New York: Routledge.

Anderson, C. (2006), *The Long Tail. How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*, London: Random House.

Anheier, H. i Isar, Y.R. (2008), *The Cultural Economy, The Cultures and Globalization Series 2*, LA, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Anheier (2009), „How Can the Cultural Sector Survive the Financial Crisis?“, na [http://live.labforculture.org/2009/01/financialcrisis/files/Financial%20Crisis\\_EN.pdf](http://live.labforculture.org/2009/01/financialcrisis/files/Financial%20Crisis_EN.pdf) (pristupljeno 23. veljače 2009.).

Appadurai, A. (1996), „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy“ u Appadurai, A., *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Armitage, J. (2006), „From Discourse Networks to Cultural Mathematics. An Interview with Friedrich A. Kittler“, *Theory, Culture & Society*, Vol. 23(7–8): 17–38, London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE.

Banks, M. (2007), *The Politics of Cultural Work*, New York: Palgrave Macmillan.

Barker, C. (2000), *Cultural Studies. Theory and Practice*, London and New Delhi: Sage Publications.

Barabasi, A.L. (2006), *U mreži. Zašto je sve povezano i kako misliti mrežno u znanosti, poslovanju i svakodnevnom životu*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.



- Bauman, Z. (2006), *Liquid life*, Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2001), *Pronalaženje političkog: Prilog teoriji refleksivne modernizacije* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Beck, U. (2003), *Što je globalizacija?*, Zagreb: Vizura.
- Beck, U., Bonss, W. i Lau, C. (2003), „The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Programme“ u Theory, Culture and Society, Vol.20(1), 1-33, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.
- Benkler, Y. (2006), *The Wealth of Networks*. New Haven and London: Yale University Press.
- Boyne, R. (2001), „Cosmopolis and Risk.A Conversation with Ulrich Beck“, Theory Culture and Society, Vol. 18(4): 47-63, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1984, 2000), *Distinction: a Social Critique of the Judgment of Taste*, Harvard: Harvard University Press.
- Božić-Vrbančić, S. (2008) „Diskurzivne teorije i pitanje europskog identiteta“, Etnološka tribina, Vol. 38 (31): 9-38, Zagreb: IEF.
- Breznik, M. (2004), *Cultural Revisionism. Culture Between Neo-liberalism and Social Responsibility*, Ljubljana: Peace Institute.
- Breznik, M. (2005), „Slovenian Publishing: Enigma of Local industry“, u *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe*, N. Švob-Đokić, (ur.). Zagreb: Institute for International Relations, 37-56.

- Burke, P. (2006), *Što je to kulturalna povijest?* Zagreb: Antibarbarus.
- Bustamente, E. (2004), „Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions“ *Media, Culture & Society*, Vol. 26(6): 803–820, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.
- Castells, M. (2000), *Informacijsko doba: Ekonomija, društvo I kultura. Svezak 1. Uspion umreženog društva*, Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. i Himanen, P. (2002), *The Information Society and the Welfare State*, Oxford/New York: OUP.
- Colebatch, H.K. (2002), *Policy*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Coleman, E.G. (2005), „The Social Construction of Freedom in Free and Open Source Software: Hackers, Ethics and the Liberal Tradition“, Dissertation abstract. Department of Anthropology, Chicago: University of Chicago.
- Coupland, D. (1994), 'Microserfs', *Wired* 2.01, January, dostupno na: <http://www.wired.com/wired/archive/2.01/microserfs.html> (pristupljeno 23. veljače 2008.).
- Crespi, F. (2006), *Sociologija kulture*, Zagreb: Politička kultura.
- Cvjetičanin, B. i Katunarić, V. (ur.) (1998), *Kulturna politika Republike Hrvatske. Nacionalni izvještaj*, Zagreb: Ministarstvo kulture RH.
- Dahrendorf, R. (1996), *Razmatranja o revoluciji u Europi*, Zagreb: Antibarbarus.
- Debord, G. (1999), *Društvo spektakla*, Zagreb: Arkzin.

Deuze, M. (2007), „Convergence Culture in the Creative Industries“, International Journal of Cultural Studies, Vol. 10, No. 2, 243-263 (2007), London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Dennig, M. (2001), „Globalization in Cultural Studies. Process and Epoch“, European Journal of Cultural Studies, Vol.4, No. 3, 351-364, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.

Department for Culture, Media and Sport - DCMS (2003), „Creative industries fact file“, DCMS, Creative Industries Division, [http://www.culture.gov.uk/PDF/ci\\_fact\\_file.pdf](http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf) (pristupljeno 25. rujan 2006.).

Devine, F., Savage, M., i sur. (2005), *Rethinking Class. Culture, Identities and Lifestyle*, New York: Palgrave MacMillian.

Dragičević-Šešić, M. (1994), *Neofolk kultura – publika i njene zvezde*, Sremski Karlovci: IK Z. Stojanovića.

Dragojević i Dragičević-Šešić (2008), *Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Drucker, P. (1992), *Nova zbilja*, Zagreb: Novi liber.

Eagleton, T. (2002), *Ideja kulture*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Eagleton, T. (2004), „Office Politics“, The Nation, October 25, 2004. (<http://www.thenation.com/doc/20041025/eagleton>; pristupljeno 1. prosinca 2007.)

Eagleton, T. (2005), *Teorija i nakon nje*, Zagreb: Algoritam.

Edgell, S. (2006), *The Sociology of Work. Continuity and Change in Paid and Unpaid Work*, L.A., London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Eichmann, Schiffbänker, i Reidl, (2006), „Sustainable Work in Vienna’s Creative Industries – between independence and concerns for the future?“ dostupno na [www.fokus.or.at/fileadmin/fokus/user/downloads/acei\\_paper/Reidl%20&%20Schiffbaecker.doc](http://www.fokus.or.at/fileadmin/fokus/user/downloads/acei_paper/Reidl%20&%20Schiffbaecker.doc) (pristupljeno 23. veljače 2006).

ERICarts, (2004), *Culture Biz: Locating Women as Film and Book Publishing Professionals in Europe*, Bonn: ERICarts.

European Audiovisual Observatory (2005), *European Audiovisual Observatory Statistical Yearbook*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

European Commission (2007), „Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Region on a European Agenda for Culture in a Globalizing World“ dostupno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF> (pristupljeno 23. travnja 2009.).

EUROSTAT (2004), News release, STAT/04/68 26 May 2004 “Cultural Employment represents 2.5% of total EU employment” dostupno na <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=STAT/04/68&format=HTML&> (pristupljeno 21. srpnja 2006.).

Flew, T. (2005), „Creative Economy“, u Hartley, J. (ed.) *Creative Industries*, Oxford: Blackwell Publishing.

Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York: Business Books.

Florida, R. (2007), *The Flight of the Creative Class*, New York: HarperCollins.

García Canclini, N. (2005), *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*, Minneapolis/London: University of Minnesota Press.

Giddens, A. (2007), *Sociologija*, Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Gill, R. i Pratt, A. (2008), „In the Social Factory?: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work“ *Theory Culture and Society*, Vol 25(7-8): 1-30. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Hardt, M. i Negri, A. (2001), *Empire*, Harvard: Harvard University Press.

Hardt, M. i Negri, A. (2006, [2005]), *Multitude. War and Democracy in the Age of Empire*, New York: Penguin Press.

Harvey, D. (1990), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Blackwell Publishing.

Hayles, K.N. (2005), *My Mother Was a Computer: Digital Subjects and Literary Texts*, Chicago: University of Chicago Press.

Hesmondhalgh, D. (2002), *The Cultural Industries*, London Thousand Oaks. New Delhi: Sage Publications.

Hesmondhalgh, D. (2007), „Creative Labour as a Basis for a Critique of Creative Industries Policy“, u Lovink, G. i Rossiter, N. (ur.) *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam: Institute for Network Cultures, 59-67.

Himanen, P. (2002), *Hakerska etika i duh informacijskog doba*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Holmes, B. (2003), *Hijeroglifi budućnosti/Hieroglyphs of the Future*, Zagreb: Udruga Što, kako i za koga/arkzin.communications.

Holton, R. (2000), „Globalization's Cultural Consequences“, u The ANNALS of the Americal Academy of Political And Social Science, Vol. 570 (140): 140-152, AAPSS: Sage.

Howkins, J. (2003), *Kreativna ekonomija*, Zagreb: Binoza.

Hromadžić, H. (2008), *Konzumerizam. Potreba, životni stil, ideologija*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

IDRC, (2007), *Open business models. Latin America, Final report*, Rio de Janeiro: International Development Research Centre; dostupno na <https://idl-bnc.idrc.ca/dspace/handle/123456789/34579> (pristupljeno 14. siječnja 2008.).

IIPA, (2002), „Copyright Industries in the US Economy. The 2002 Report“, dostupno na [http://www.iipa.com/pdf/2002\\_SIWEK\\_FULLL.pdf](http://www.iipa.com/pdf/2002_SIWEK_FULLL.pdf) (pristupljeno 20. prosinca 2008.)

Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.

Jurić, H. (2009), „11 teza o slobodnom vremenu i radu“, *Zarez*, XI/266, 1. listopada, 2009: 34-35.

Jurlin, K. (2008) „Kreativne djelatnosti – statistička analiza“ u Švob-Đokić, N., Primorac, J., i Jurlin, K. (2008), *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Karaman, Lj. (2001), *Problemi periferijske umjetnosti. O djelovanju domaće sredine u umjetnosti hrvatskih krajeva*, Društvo povjesničara umjetnosti Hrvatske: Zagreb.

Kalanj, R. (1990), „Modernost, društvene klase i dekonstrukcija radikalnih vizija“, u Kalanj, R. (ur.), *Modernost i modernizacija*, Sociološko društvo Hrvatske: Zagreb.

Kalanj, R. (1994), *Modernost i napredak. Studija*, Antibarbarus: Zagreb.

Kalanj, R. (1998), „Tranzicija, konsolidacija demokracije i pitanje kulture“, u Cifrić i sur., *Društveni razvoj i ekološka modernizacija. Prilozi sociologiji tranzicije*, HSD&Zavod za sociologiju FFZG: Zagreb.

Kalanj, R. (2004), „Kraj rada i utopija postnajamnog društva. André Gorz“, u Globalizacija i postmodernost. Ogledi o misliocima globalne kompleksnosti', Zagreb: Politička kultura.

Katunarić, V. (1990) (ur.), *Teorija društva u Frankfurtskoj školi*, Zagreb: Naprijed.

Katunarić, V. (2007), *Lica kulture*, Zagreb: Biblioteka Antibarbarus.

KEA, (2006), *The Study on the Economy of Culture in Europe* Brussels, The European Commission, Directorate General for Education and Culture.

Knutsson, K. E. (1996), „Social Field and Cultural Constellations: Reflections on some Aspects of Globalization“, u Arizpe, L. (ur.), *The Cultural Dimensions of Global Change. An Anthropological Approach*, Culture and Development Series/UNESCO Publishing.

Krzysztofek, K. (1996), „The New Role of the Cultural Factor in the European Processes“, Cvjetičanin, B. (ur.) *Dynamics of Communication and Cultural Change: The Role of Networks*, Zagreb: Institute for International Relations.

Kuvačić, I. i Flego, G. (ur.) (1988.) *Postmoderna: Nova epoha ili zabluda*, Zagreb: Naprijed.

Landry, C. (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan Publications.

Lash, S. (1993), „Reflexive Modernization: The Aesthetic Dimension“, Theory, Culture and Society, Vol.10. (1): 1-23, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Lash, S. i Lury, C. (2007), *Global Culture Industry. The Mediation of Things*, Cambridge: Polity Press.

Lebert, D. i Vercellone, C. (2007), „Uloga znanja u dinamici dugog razdoblja kapitalizma“ u *Kognitivni kapitalizam*, Vercellone, C. (ur.), Politička kultura: Zagreb.

Lechner, F.J. i Boli, J. (2008), *The Globalization Reader. Third Edition*, Wiley-Blackwell.

Lee, H. (1994), „Globalization and Cultural Change“, u Current Sociology, 1994, Vol 42(26), 26-37, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Lessig, L. (2004), *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin Press.

Lillemoose, J. (2007) „Hacker's Class Struggle: The True Drive of the Information Society“, Le Monde Diplomatique (International), Br.9. dostupno na [http://www.ludicrew.org/wark/hackfest/eng\\_AHM\\_interview\\_lillemoose.htm](http://www.ludicrew.org/wark/hackfest/eng_AHM_interview_lillemoose.htm) (pristupljeno 23. veljače 2008.).



Lovink, G. i Rossiter, N. (ur.) (2007), *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam: Institute for Network Cultures.

Lovink, G. (2008), „The Society of the Query and the Googlization of our Lives. A Tribute to Joseph Weizenbaum“, *Eurozine*, dostupno na <http://www.eurozine.com/articles/2008-09-05-lovink-en.html> (pristupljeno 13. listopada 2008.).

Mayerhofer, E. i Mokre, M. (2007), „The Creative Industries in Austria: The Glories of the Past vs. The Uncertainties of the Present“, u Lovink, G. i Rossiter, N. (ur.), *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam: Institute for Network Cultures.

McGuigan, J. (2004), *Rethinking Cultural Policy*, McGraw Hill: Open University Press.

McRobbie, A. (2002), „From Holloway to Hollywood: Happiness at Work in the New Cultural Economy?“ u du Gay, P. and Pryke, M. (Eds.) *Cultural Economy. Cultural Analysis and Commercial Life*, London: Sage Publications.

Meštrović M. i Štulhofer, A. (ur.) (1998), *Sociokulturni kapital i tranzicija u Hrvatskoj (Sociocultural Capital and Transition in Croatia)*. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo – Biblioteka Revije za sociologiju.

Milohnić, A. (2005), „On Flexible Employment in Culture“, u Švob-Đokić, N. (ur.) *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe*, Zagreb: Institute for International Relations, 57-64.

Miller, T. i Yúdice, G. (2002), *Cultural Policy*, London, Thousand Oaks i New Delhi: Sage Publications.

MKW (2001), *Exploitation and Development of the Job Potential in the Cultural Sector in the Age of Digitalisation. Final Report-Summary*, commissioned by European Commission, DG Employment and Social Affairs, dostupno na: [http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc924\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc924_en.pdf) (pristupljeno 29. srpnja 2006.).

Močnik, R. (2008), „Život u istom čamcu“, Intervju, *H-alter*, 21.05.2008., <http://www.h-alter.org/vijesti/europa-regija/zivot-u-istom-camcu> (pristupljeno 21. rujna 2008).

Mucica, D. (2005), „Relevance, Utility and Use of (Quasi-)arm's Length Financing Mechanisms for Culture in SEE“, *PfC InSight*, No4/Feb, Bucharest: Policies for Culture.

Nathan, M. (2005), „The Wrong Stuff. Creative Class Theory, Diversity and City Performance“, Centre for Cities, Discussion Paper No.1, September 2005, dostupno na <http://www.ippr.org/centreforcities> (pristupljeno 23. siječnja 2006.)

Neilson, B. i Rossiter, N. (2008), „Precarity as a Political Concept, or, Fordism as Exception“ *Theory Culture and Society*, Vol 25(7-8): 51-72. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Nielsén, T. (2004), *Understanding the Experience Industry: A Swedish Perspective on Creativity*, Stockholm: QNB ANALYS & Kommunikation AB.

Nesporova, A. (2008), „Comparative Overview of Labor Market Characteristics: South Eastern Europe and the EU“, conference presentation, Lisbon Agenda and South East Europe, 7. svibnja 2008, IMO i Delegation of the European Commission to Croatia dostupno na [www.imo.hr/europa/conf/agenda/nesporova.ppt](http://www.imo.hr/europa/conf/agenda/nesporova.ppt) (pristupljeno 23. lipnja 2008.).

Obuljen, N. (2001), "Regional Cultural Co-operation: Croatian Position", u Švob-  
Đokić, N. (ur.) *Redefining Cultural Identities: Southeastern Europe*, Culturelink Joint  
Publications Series No. 4, Zagreb: Institute for International Relations.

Obuljen, N. (2004), *Why We Need European Cultural Policies - The impact of EU  
enlargement on cultural policies in transition countries*, Amsterdam: European Cultural  
Foundation.

O'Connor, J. (1999), „Definition of Cultural Industries“, Manchester Institute for  
Popular Culture, na <http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/defin.pdf> (pristupljeno  
21. siječnja 2005).

O'Connor, J. (2005), „Creative Exports. Taking Cultural Industries to St.Petersburg“,  
*International Journal of Cultural Policies*, Vol.11.No.1., London: Routledge.

Paić, Ž. (2005), *Politika identiteta. Kultura kao nova ideologija*, Zagreb: Antibarbarus.

Papić, Ž. (2001), „Europe After 1989: The Ethnic Wars, Fascisation of Civil Society  
and Body Politics in Serbia“, *Sociologija : časopis za sociologiju, socijalnu psihologiju  
i socijalnu antropologiju*, God. 43(2001), br. 3, 193-212, Beograd: Jugoslavensko  
udruženje za sociologiju.

Piller, C. (2006), "Bill Gates May Not Be Entirely Dismayed by Software Thieves.  
They Seed Standard", dostupno na [http://www.latimes.com/business/la-fi-  
micr...0.414067.story](http://www.latimes.com/business/la-fi-micr...0.414067.story) (pristupljeno 23. siječnja 2008.)

Pratt, A.C. (2004), „The Cultural Economy. A Call for Spatialized 'Production of  
Culture' Perspectives“, *International Journal of Cultural Studies*, Vol 7(1): 117-128.  
London, Thousand Oaks: Sage Publications.

Pratt, A.C. (2008), „Locating the Cultural Economy“, u Anheier, H. i Isar, Y.R. (ur.) *The Cultural Economy, The Cultures and Globalization Series 2*, LA, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Primorac, J. (2008), *The Position of Cultural Workers in Creative Industries. The South-East-European Perspective*. Amsterdam: European Cultural Foundation, dostupno na <http://www.eurocult.org/uploads/docs/902.pdf> (pristupljeno 6. veljače 2008.)

Primorac, J. i Jurlin, K. (2008), „Access, Piracy and Culture: The Implications of Digitalization in Southeastern Europe“, u Uzelac, A. i Cvjetičanin, B. (ur.) *Digital Culture. The Changing Dynamics*, Zagreb: Institute for International Relations, 71-89.

Radcliffe, S. (ur.) (2006), *Culture and Development in a Globalizing World: Geographies, Actors and Paradigms*, Oxford: Routledge, Taylor and Francis Group.

Rasky, B. (1997), „Cultural Policy/Policies in Europe – The General Nation-state Conditions“ u Ratzenböck, V. (ur.) *Cultural Policy in Europe – European Cultural Policy. Nation-state and Transnational Concepts*, Vienna: Kulturdokumentation, 5-86.

Ram, U. (2004), „Glocommodification: How the Global Consumes the Local. McDonald's in Israel“, *Current sociology*, Vol 52(1): 11-31, London, New Delhi: Sage Publications.

Ratzenböck, V. i sur. (2004), *Summary: An analysis of the Economic Potential of the Creative Industries in Vienna*, Wien: Kulturdokumentation, Mediacult and Wifo.

Rifkin, J. ([1996.], 2005.), *The End of Work*, New York: Tarcher.

Rifkin, J. (2005.), *Doba pristupa*, Zagreb: Bulaja naklada.

Robertson, R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London, New Delhi: Sage Publications.

Robinson, W.I. (2004), *A Theory of Global Capitalism. Production, Class, and State in a Transnational World*, Baltimore and London: The John Hopkins University Press.

Ross, A. (2004), *No-Collar: the Humane Workplace and Its Hidden Costs*, Temple University Press.

Ross, A. (2007), „Nice Work if You Can Get It. The Mercurial Career of Creative Industries Policy“, u Lovink, G. i Rossiter, N. (ur.), *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam: Institute for Network Cultures.

Ross, A. (2008), „The New Geography of Work: Power to the Precarious?“, Theory Culture and Society, Vol 25(7-8): 31-49. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Sassen, S. (2000), „Digital Networks and the State“, u Theory, Culture and Society, Vol.17(4), 19-33, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Sassen, S. (2001), *The Global City. New York, London, Tokyo*, Princeton: Princeton University Press.

Sassen, S. (2002), „Towards a Sociology of Information Technology“ u Current Sociology, Vol. 50(3): 365-388, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Scott, A.J. (1999), „The Cultural Economy: Geography and the Creative Field“, u Media, Culture and Society, Vol.21: 807-817, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Simeonov, V. i sur. (n.d.), Books and Reading in Bulgaria, UNESCO Studies on Books and Reading No 12, <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000559/055923eo.pdf> (pristupljeno 13. prosinca 2009.)

Sklair, L. (2002), *Globalization. Capitalism and Its Alternatives*, Oxford University Press: Oxford.

Smiers, J. (2003), *Arts Under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization*, London & New York: Zed Books.

Stieglitz, J. (2004), *Globalizacija i dvojbe koje izaziva*, Zagreb: Algoritam.

Szeman, I. (2005), „Culture and/in Globalization“ u Muller, A. (ur.) *Concepts of Culture: Art, Politics, and Society*. Calgary: University of Calgary Press, 157-179.

Sztompka, P. (2000), „Civilisational Competence: A Prerequisite of Post-Communist Transition“, Dostupno na <http://www.ces.uj.edu.pl/sztompka/competence.htm> (pristupljeno 1. siječnja 2007.).

Storey, J. (2006), *Cultural Theory and Popular Culture*, University of Georgia Press.

Straw, W. (2009), „In memoriam. The Music CD and Its Ends“, u *Design and Culture*, Vol.1, Issue 1, 79-92. BERG.

Švob-Đokić, N. (2000), *Tranzicija i nove europske države*, Zagreb: Barbat.

Švob-Đokić, N. (2001), „Balkans versus Southeastern Europe“, u Švob-Đokić, N. (Ed.) *Redefining Cultural Identities: Southeastern Europe*, Zagreb: Institute for International Relations.

Švob-Đokić, N. (2002), „On Cultural Industries in Southeastern Europe“, u Culturelink, Vol. 13: 37, Zagreb: Institute for International Relations.

Švob-Đokić, N. (2004), „Cultural Contexts in Transition Processes“, u Švob-Đokić, N. (ur.) *Cultural Transitions in Southeastern Europe*, Zagreb: Institute for International Relations, 7-18.

Švob-Đokić, N. (2006), „New Borders and the Borderless Cultures“, u Cvjetičanin, B. (ur.) *Dynamics of Communication: New Ways and New Actors*, Zagreb: Institute for International Relations.

Švob-Đokić, N. (2008) „Kontekst kulturne industrijalizacije“ u Švob-Đokić, N., Primorac, J., i Jurlin, K., *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Švob-Đokić, N., Primorac, J., i Jurlin, K. (2008a), *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Švob-Đokić, N. Primorac, J. i Jurlin K. (2008b), „Southeastern Europe: Emergences and Developments“ u Anheier H. Raj Y.I. (ur.), *Cultural Economy, Cultures and Globalization Series*, Sage Publications.

Thompson, I. (2007), “Piracy helped us, Romania tells Gates”. VNU Network, 2007, dostupno na <http://www.itweek.co.uk/articles/print/2174068> (pristupljeno 6. travnja 2007.)

Throsby, D. (1992), „Artists as Workers“, u Towse, R. i Khakee, A. (ur.) *Cultural Economics*, Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag.

Throsby, D. (2003), „The Cultural Workforce: Issues of Definition and Measurement“, u *Proceedings of the International Symposium on Culture Statistics, Montreal, 21-23 October 2002*, UNESCO Institute of Statistics.

Tomić-Koludrović, I. i Petrić, M. (2005), „Creative Industries in Transition: Towards a Creative Economy“, u Švob-Đokić, N. (ur.) *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe*, Zagreb: Institute for International Relations, 7-23.

Tomić-Koludrović, I. i Petrić, M. (2007), „Hrvatsko društvo – Prije i tijekom tranzicije“, Društvena istraživanja, Zagreb, god. 16, br. 4-5 (90-91), str. 867-889.

Towse, R. (2002), „Copyright and Cultural Policy for Creative Industries“ u Granstrand, O. (ur.) *Economics, Law and Intellectual Property*, Kluwer Academic Publishers.

UNCTAD (2004), „Creative Industries and Development“, Eleventh session, São Paulo, 13-18 June 2004, Distr. GENERAL TD (XI)/BP/13, 4 June 2004.

UNCTAD (2008), *Creative Economy Report 2008. The Challenges of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy Making*. Dostupno na: [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf) (pristupljeno 12. veljače 2009.)

UNDP/UNIFEM (2004), *Bridging the Gender Digital Divide. A Report on Gender and ICT in CEE and CIS*, Bratislava: UNDP/UNIFEM. Dostupno na: <http://europeandcis.undp.org/gender/show/64228D8F-F203-1EE9-B41E082A0C5C1EC1> (pristupljeno 12. ožujka 2008).

Urry, J. (2003), *Global Complexity*, Cambridge: Polity Press.

Uzelac, A. i Cvjetičanin, B. (ur.) (2008), *Digital Culture – The Changing Dynamics*, Zagreb: Institute for International Relations.



Uzelac, A. (2004), „Digitalna kulturna dobra u informacijskom društvu između javne domene i privatnog vlasništva“, Medijska istraživanja, Vol.10 (1): 37-53, Zagreb: FPZG.

Varbanova, L. (2005), „Mind the financial Gap! Rethinking State Funding for Culture in South East Europe“ u Weeda, H. Şuteu, C., i Smithuijsen, C. (ur.) *The Arts, Politics and Change. Participative Cultural Policy Making in South East Europe*, Amsterdam: ECF i Ecumest.

Venturelli, S. (2001), „From The Information Economy To The Creative Economy: Moving Culture To The Center Of International Public Policy“, *Washington DC: Center for Arts and Culture*, dostupno na <http://www.culturalpolicy.org/pdf/venturelli.pdf> (pristupljeno 20. siječnja 2007.).

Virno, P. (2002), „Multitude and Working Class“, Interview with Maurizio Lazzarato, *Multitudes*, n.9, June, dostupno na <http://www.generation-online.org/t/multitudeworkingclass.htm> (pristupljeno 01. ožujka 2008.).

Virno, P. (2004), *Gramatika mnoštva*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Višnić, E. i Dragojević, S. (2008), *Kulturne politike odozdo. Nezavisna kultura i nove suradničke prakse u Hrvatskoj/A bottom-up approach to cultural policy-making*, Amsterdam, Bukurešt, Zagreb: ECUMEST Association i European Cultural Foundation.

Volkerling, M. (1996), „Deconstructing the Difference-Engine: A Theory of Cultural Policy“, u International Journal of Cultural Policy, Vol.2 (2): 189-212, London: Routledge.

Wark, McKenzie K. (2006), *Hakerski Manifest*, Zagreb: Multimedijalni institut.

Waters, M. (1995), *Globalization*, London: Routledge.

WEF (2008), *The Global Competitiveness Report 2008-2009*, World Economic Forum, dostupno na: <http://www.weforum.org/documents/gcr0809/index.html> (pristupljeno: 20.10.2009.)

Yúdice, G. (2003), *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*, Durham, NC: Duke University.

Županov, J. (2002), *Od komunističkog pakla do divljeg kapitalizma*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

**Korištene web stranice:**

Organizacija „Digital Divide“ - <http://www.digitaldivide.org/dd/index.html>

Mreža “Digital Divide“ - <http://www.digitaldivide.net>

EUROSTAT – <http://ec.europa.eu/eurostat>

Europska godina kreativnosti i inovacije - <http://create2009.europa.eu>

Kompendij kulturnih politika – <http://www.culturalpolicies.net>

Europe Internet Usage Statistics and Population Statistics - <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

International Intellectual Property Alliance - <http://www.iipa.com>

Creative Commons - <http://creativecommons.org/>

## 8.0. Popis tablica i slika

### Tablice

Tablica 1 – Ključne dimenzije modela standardnog i nestandardnog rada/zaposlenosti

Tablica 2 - Glavni indikatori IKT-a (na 100 korisnika), u % pristupa

Tablica 3 - Rast upotrebe Interneta u jugoistočnoj Europi

Tablica 4 - Razine softverskoga piratstva i gubitaka po zemljama

Tablica 5 - Indeks cijena kulturnih dobara i usluga, (2008.)

Tablica 6 - Usporedba cijena na europskom nivou (2005.)

Tablica 7 - Mjere potpore izdavaštva u zemljama JIE (2008.)

Tablica 8 - Kulturni uvoz, izvoz i trgovinski balans (2005.)

Tablica 9 - Udjeli kreativnih industrija u zaposlenosti

Tablica 10 – Udio žena u određenim poljima zaposlenosti (2006.)

Tablica 11 – Zakoni i mjere socijalnog osiguranja za samostalne umjetnike

Tablica 12 – Odabrani indikatori inovacijskih kapaciteta i tehnološke spremnosti

### Slike

Slika 1 – Spomenik Bruceu Leeju u Mostaru, postavljen 2007. godine

Slika 2 – „Misli globalno, djeluj lokalno“, grafit, Sofija, Bugarska

Slika 3 - Sistem klasifikacije kreativnih industrija prema različitim modelima

Slika 4 – Paralelni procesi tranzicija

Slika 5 – Polagano izumiranje plakata? Poster za koncerte i ina događanja u Resni, Makedonija

Slika 6 – Prodaja CD-a, DVD-a i sl. na buvljaku u Beogradu, Srbija

Slika 7 - Postotak kategorija „Rekreacija i kultura“ i „Komunikacija“ u ukupnoj potrošnji kućanstva

Slika 8 – Stencil u Bukureštu, Rumunjska (blvd.G.Magheru), 2006.

Slike 9-10 – Reklama za Disco Bar, Trogir, 2007.; Oglas za nastup, Tirana, 2008.

Slika 11 – Fragment murala rumunjskog umjetnika Dana Perjovschija, s izložbe u CCCS, Firenca, 2008.

## 9.0. Metodologija

Opći metodološki okvir ove disertacije utemeljen je u sljedećim metodama istraživanja koje uključuju *desk research* - analizu policy-dokumenata, analizu literature, analize dostupnih podataka i statističkih pokazatelja. Jedan dio istraživačkih metoda uključivao je i polustrukturirane intervjuje koji su vođeni s kulturnim djelatnicima/ama u kulturnoj/kreativnoj industriji, kao ključnom sektoru kreativne ekonomije u odabranim tranzicijskim zemljama jugoistočne Europe. Podatci za istraživanje prikupljeni su u sklopu rada za nagradu *Cultural Policy Research Award (CPRA)*, a uključivali su intervjuje s trideset kulturnih djelatnika iz zemalja jugoistočne Europe (Crna Gora, Hrvatska, Rumunjska i Srbija). Intervjui su bili polustrukturirani i trajali su od jednog do dva i pol sata. Prije početka intervjuja ispitanicima je priloženo i pismo namjere sa osnovnim podacima o istraživanju u kojem su navedena prava ispitanika tijekom istraživanja te im je dana potvrda o sudjelovanju u istraživanju. Intervjui su bili anonimni. Detaljniji podaci koji uključuju popis ispitanika prema područjima, upitnik i pismo namjere na engleskom jeziku, kao i ostali detalji o istraživanju CPRA dostupni su na:

<http://www.encatc.org/cpraward/publications/Jaka%20Primovic%202005.pdf>

Metodološki gledano, riječ je o radu koji analitički i deskriptivno pokušava komparativnim istraživanjem teorijskih modela otvoriti put razumijevanju promjene strukture rada u kreativnoj ekonomiji tranzicijskih zemalja jugoistočne Europe.

## **Sažetak**

U ovoj disertaciji autorica analizira promjenu strukture rada u kreativnoj ekonomiji zemalja jugoistočne Europe. Za ključni okvir analize promjene uzima strukturne tranzicije s jedne strane, gdje su ključ tih promjena globalizacijski procesi, te sistemske tranzicije, tj. promjene od socijalističkih prema kapitalističkim sistemima s druge strane. Za društva jugoistočne Europe kažemo da su miješana društva u kojima se isprepliću modernizacijski procesi prve i druge (refleksivne) moderne, pri čemu je za potonju ključna razina simboličke proizvodnje. Kreativna ekonomija podrazumijeva procese proizvodnje, distribucije i potrošnje kreativnih, kulturnih i simboličkih dobara, a nastaje i razvija se korištenjem generičkih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Na taj način kulture više ne shvaćamo u antropološkim okvirima, nego kao sustave simboličkih vrijednosti – one se okreću individualnim izborima, stvaralaštvu te razmjeni. Kreativna ekonomija utječe na nastanak novih tipova vlasništva (npr. intelektualno vlasništvo), novih vrsta rada te novih načina rada. Ona je i globalna ekonomija hitova ali i ekonomija niša, gdje je za zemlje jugoistočne Europe potonja adekvatniji model. Specifičnosti rada u kreativnoj ekonomiji imaju karakteristike nestandardnog rada, ali i podzaposlenosti te volonterskog rada. Autorica pokazuje da je u zemljama jugoistočne Europe ta slika još nepovoljnija po same kulturne djelatnike/ice uslijed općih nepovoljnih uvjeta u kojima se kreativna ekonomija nalazi u jugoistočnoj Europi. Na osnovu iznesenih podataka o radu u/i kreativnoj ekonomiji razvidno je kako su procesi racionalizacije samoga područja, razvoja lokalne proizvodnje, utjecaju novih tehnologija te otvaranja kulturne potrošnje novim formatima još uvijek u tijeku. Stoga autorica zaključuje kako procesi kulturne tranzicije još uvijek nisu u potpunosti završeni u zemljama jugoistočne Europe.

**Ključne riječi:** kreativna ekonomija, kulturni djelatnici/ice, kulturne/kreativne industrije, kulturna tranzicija, rad, dokolica, kulturna globalizacija, informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT), jugoistočna Europa (JIE).

## Summary

In this paper the author analyses the changes in the structure of work in the creative economy of the countries of Southeastern Europe. The key framework for the analysis of these changes is twofold: on the one hand, the structural transition, where the globalization processes are taken as a key to these changes; and on the other the systemic transition, that is, the changes from socialist towards capitalist systems. Societies of southeastern Europe are mixed societies, in which the modernization processes of the first and second (reflexive) modernity are intertwined, with the key level of production in the latter being the symbolic production. Creative economy implies the processes of production, distribution and consumption of creative, cultural and symbolic goods, and it arises and is developed with information and communication technologies (ICT). In this way, cultures are no longer understood within an anthropological framework as systems of symbolic value – they are now more oriented towards individual choices, creation and exchange. Creative economy influences the development of new types of ownership (i.e. intellectual property), new types of work and new ways of work. Creative economy is both a global economy of hits but also an economy of niches, with the latter one being a more adequate model for the countries of Southeastern Europe. Specificities of work in creative economy have characteristics of nonstandard work, but also of underemployment and voluntary work. The author shows that in the countries of Southeastern Europe this situation is even more unfavorable for cultural workers due to the general unfavorable conditions of creative economy of Southeastern Europe. On the basis of presented data on work in/and creative economy it is evident that the processes of rationalization of the field, the development of local production, influence of new technologies, and opening of cultural consumption towards new formats is still under way. In the light of these findings the author concludes that the processes of cultural transition are still not finished in the countries of Southeastern Europe.

**Key words:** creative economy, cultural workers, cultural/creative industries, cultural transition, work, leisure, cultural globalization, ICT, Southeastern Europe.

## Životopis

Rođena sam 11. srpnja 1977. u Zagrebu, gdje sam završila osnovnu školu, a potom i X. gimnaziju (prirodoslovno-matematički smjer). Diplomirala sam na jednopredmetnom studiju sociologije na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu 2001. godine. Iste sam godine završila i jednogodišnji program Centra za ženske studije u Zagrebu. Nakon nekoliko honorarnih poslova, od siječnja 2002. godine radim honorarno na bazi podataka za Svjetsku mrežu Culturelink, a potom i kao organizatorica poslijediplomskog seminara na Interuniverzitetskom centru u Dubrovniku. U studenom 2003. završavam magistarski program iz sociologije (smjer Kultura i društvo) na Centru za društvene studije Centralnog Europskog Sveučilišta u Varšavi u Poljskoj, koji je akreditiralo Sveučilišta u Lancasteru u Velikoj Britaniji. Magisterij je kao znanstveni magisterij nostrificirala Agencije za znanost i visoko obrazovanje 2005. godine.

Od 2003. godine radim kao znanstvena novakinja na Odjelu za kulturu i komunikacije Instituta za međunarodne odnose u Zagrebu na projektu „Kreativne i industrije znanja u tranzicijskim zemljama“ pod vodstvom doktorice Nade Švob-Đokić. U sljedećem projektnom ciklusu, od 2006. godine, prijavljena sam na projektu „Globalni utjecaji i lokalne kulturne promjene“ koji se izvodi u sklopu programa “Promicanje kulturnih identiteta i proces integriranja Republike Hrvatske u Europsku uniju” (voditeljica projekta i programa dr.sc. Nada Švob-Đokić).

Tijekom rada na Institutu u okviru znanstvenih projekata radila sam na organizaciji seminara u Interuniverzitetskom centru u Dubrovniku od 2002. do 2006. te niza konferencija i okruglih stolova u organizaciji IMO-a. Članica sam tima mreže Culturelink. Dobitnica sam nagrade za istraživanje kulturnih politika za 2005. godinu (*CPRA-Cultural Policy Research Award*) koju dodjeljuju Europska kulturna zaklada (ECF) i Riksbankens Jubileumsfond. Kao konzultantica sudjelovala sam na projektima Svjetske banke te Instituta ERICarts. Od 2008. godine sudjelujem u izradi izvještaja o kulturnoj politici Republike Hrvatske (kao članica tima s dr.sc. Nadom Švob-Đokić i



mr.sc. Ninom Obuljen). Članica sam nekoliko stručnih udruga - Hrvatskog sociološkog društva (HSD) od 2006. godine, Hrvatskog kulturološkog društva od 2005. godine te Hrvatsko-kanadskog akademskog društva (HKAD) od 2008. godine.

U slobodno se vrijeme bavim fotografijom; članica sam Fotokluba „Zagreb“ od 2004. godine. Izlagala sam na više samostalnih i skupnih izložbi od kojih bih izdvojila Salon mladih, Urbani festival te Zagrebački salon fotografije.

### **Odabrana bibliografija:**

Primorac, J. i Jurlin, K. (2008), „Access, Piracy and Culture: The Implications of Digitalization in Southeastern Europe“, u Uzelac, A. I Cvjetičanin, B. (ur.) *Digital Culture. The Changing Dynamics*, Zagreb: Institute for International Relations, pp.71-89. Dostupno na [http://www.culturelink.org/publics/joint/digicult/digital\\_culture-en.pdf](http://www.culturelink.org/publics/joint/digicult/digital_culture-en.pdf) (08. srpnja 2009.)

Primorac, J. (2008), „Privatni sektor kreativnih industrija Hrvatske u virtualnom prostoru“, u Cvjetičanin, B. (ur.) *Connecting Croatia. Javni, privatni i civilni sektor kulture u virtualnom prostoru*, Zagreb: Institut za međunarodne odnose, pp. 31-45. Dostupno na [http://www.imo.hr/culture/publics/connecting\\_croatia.pdf](http://www.imo.hr/culture/publics/connecting_croatia.pdf) (21. siječnja 2009).

Primorac, J. (2008), *The Position of Cultural Workers in Creative Industries. The south-eastern European Perspective*, Amsterdam: European Cultural Foundation. Dostupno na: <http://www.eurocult.org/uploads/docs/902.pdf> (28.rujna 2008.).

Primorac, J. (2007), „Attitudes of Cultural Workers towards Creative Industries Development and the City in Southeastern Europe“, u *The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region*, Švob-Đokić, N. (ur.), Zagreb: Institute for International Relations, 55-65.

Švob-Đokić, N. Primorac, J. i Jurlin, K. (2008a), *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Zagreb Jesenski-Turk.

Švob-Đokić, N. Primorac, J. i Jurlin K. (2008b), „Southeastern Europe: Emergences and Developments“ u Anheier H. Raj Y.I. (ur.) 'Cultural Economy', Cultures and Globalization Series, Sage Publications.

Popis svih objavljenih radova i sudjelovanja na konferencijama dostupan je na web-stranici Hrvatska znanstvena bibliografija pod brojem znanstvenika 262635:

<http://bib.irb.hr/lista-radova?autor=262635>