

НАТАША СИМЕУНОВИЋ БАЈИЋ
Факултет за културу и медије
Београд

УДК 316.722:316.736
Прегледни рад
Примљен: 27.01.2018
Одобен: 24.02.2018
Страна: 489-502

НЕМАТЕРИЈАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ КАО ЗНАЧАЈАН ПОТЕНЦИЈАЛ КРЕАТИВНИХ ИНДУСТРИЈА У СРБИЈИ*

Сажетак: Овај рад је настао у покушају да се иницира креирање правилног и адекватног односа националне културне политике према нематеријалном културном наслеђу. Веза између креативних индустрија и нематеријалног наслеђа у Србији још увек није препозната. Постоји много разлога и потенцијала који представљају чврсту базу за повезивање овог дела наслеђа са креативним индустријама: Србија је земља дуге усмене традиције, Србија је простор суживота различитих етничких заједница, Србија има велику дијаспору. Развој првенствено сиромашних, рубних и руралних подручја управо треба да буде подстакнут стварањем креативних идеја, индустрија и предузетништва. На тај начин ће мала локална култура постати препозната унутар и ван националних граница.

Кључне речи: нематеријално културно наслеђе, креативне индустрије, Србија

Увод

Пошто се културно наслеђе може и треба посматрати у смислу једне врсте необновљивог ресурса, области његове заштите постају у савременом свету од изузетног значаја. Посебно су важне све оне истраживачке перспективе које покривају област нематеријалног културног наслеђа, јер његови елементи могу брзо и лако да нестану, некада много лакше него делови непокретног културног наслеђа. Зато је неопходна перманентна брига у области проучавања, истраживања, коришћења и очувања нематеријалног културног наслеђа како би се подигла свест јавности о таквом делу наслеђа. Овај рад је настао у покушају да се иницира креирање правилног и адекватног односа националне културне политике према нематеријалном културном наслеђу, али и да се размотре савремена разумевања појма нематеријално културно наслеђе као и најшири спектар одговорности јавног, приватног и невладиног сектора за њега.

* Рад је део пројеката бр. 47027 и 47027 које финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја.

Концептуална одређења и историја појмова

У раду се појављују два веома значајна концепта савремених комуниколошких и културолошких истраживања: креативне индустрије и нематеријално културно наслеђе. У формално-теоријском смислу ни један ни други концепт нису тако дугог века. Рачунајући на то, оба концепта нису овичена тврдим значењским границама те још увек остају отворени не само на теоријском већ и на практичном апликативном нивоу. Будући да нематеријално културно наслеђе упућује на појаве и праксе које трају, а које могу настајати у сваком времену па и у овом нашем, очекује се да ће оно што данас улази у његов оквир бити у неком будућем тренутку понешто измењено. Такође, креативне индустрије са променама дигиталног окружења и увођењем нових начина комуницирања сигурно неће остати само на подлогама досадашњих дефиниција и класификација, него је неминовно да ће им још нешто припасти.

У литератури се концепт креативних индустрија у последње време користи доста, мада та честа употреба још увек није изнедрила јасно, сасвим продубљено и свеобухватно одређење. Дефинисању овог појма приступа се из различитих, некад чак и сасвим диспаратних углова. Неки аутори јачи акценат стављају на економску димензију овог појма, а други пак на уметничку. Препознаје се да постоји извесна концептуална тензија, јер се са једне стране у дефинисању појављују – индустрије, привреда, економија – а са друге стране – култура, уметност, естетика.¹ Заправо, у дебати око суштине креативних индустрија полази се од познатих и општих исказа о улози и судбини уметности у свету капитала. Тако Харнеј каже да се говорећи о уметностима које су пале под окриље бизниса, придружујемо дугој историји расправа о судбини уметности у свету механичке репродукције у смислу у коме је о томе говорио Валтер Бењамин и аутори франкфуртског круга.² Међутим, ипак су двојица врло значајних аутора ове франкфуртске школе најзаслужнија што данас постоји појам креативне индустрије. Наиме, Адорно и Хоркхајмер су сковали појам *индустрија културе*³ који се касније прелио у *културне индустрије* па у *креативне индустрије*. „Та снага културе о којој Хоркхеимер и Адорно говоре није нешто што је спољашње колективима, као издвојени ентитет, она је заправо смјерница како материјалног тако и оног духовног, читујући се кроз свакодневну праксу људи, њихово стваралаштво и уопште понашање.“⁴ Иако је њихова визија спреге између индустрије и културе била прилично песимистична

¹ Погледати детаљнија објашњења у: Hartley, J., Potts, J., Cunningham, J. и остали (2012): *Key Concepts in Creative Industries*, SAGE, i: Flew, T. (2012): *The Creative Industries: Culture and Policy*, SAGE.

² Harney, S. (2010): Creative industries debate, *Cultural Studies*, 24:3, 431-444, DOI: 10.1080/09502381003750401

³ Кажу ова два аутора да цео свет пролази кроз филтер индустрије културе. Погледати детаљније у: Adorno, T. and Horkheimer, M., *The culture industry: Enlightenment and mass depiction*, https://web.stanford.edu/dept/DLCL/files/pdf/adorno_culture_industry.pdf

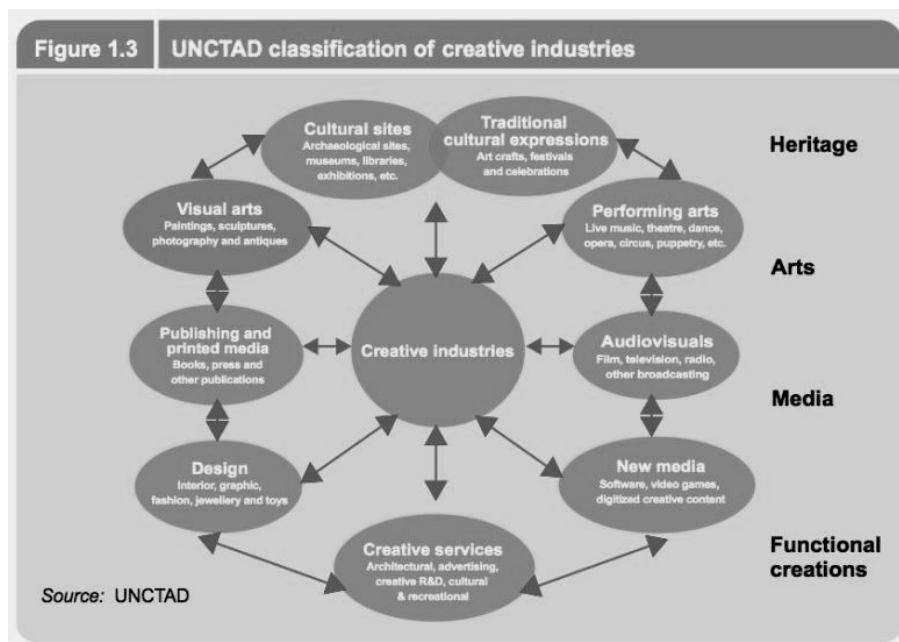
⁴ Карахасановић, М. (2014): Адорнова и Хоркхеимерова критика масовне индустријске културе на темељу просвјетитељских идеја слободе, ума и једнакости, *Arhe*, 11(22), стр. 98.

и критички оријентисана, они су увидели да та спрега мења односе у друштву. Од њих почиње историја овог појма који помало мења своје звучање и значење. Зато Стјуарт Канингем врло луцидно закључује да постоје четири правца у која је значење појма културне индустрије отишло:

- 1930те и негативна верзија
- 1970те и 1980те и реконцептуализовање комерцијалних индустрија као културних
- примењене уметничке праксе
- примена неокласичне економије на уметност⁵

Он такође наводи податак да је термин креативне индустрије први пут званично препознат у британском документу Industries Task Force Mapping Document (CITF (1998) 2001).⁶ Од тада до данас овај концепт постаје истовремено и елузиван и инклузиван. Под њим се подразумева много области. УНЕСКО дефинише креативне индустрије као “секторе организоване активности чија је основна сврха подукција, репродукција, промоција, дистрибуција и или комерцијализација добара, сервиса и активности културних уметничких и оних које су повезане са наслеђем у целини”.⁷ Најобухватнији визуелни приказ дала је Конференција УН за трговину и развој (UNCTAD) што се може видети овде:

Слика 1. Креативне индустрије, преузето са:
<https://www.guillaume-mariani.com/creative-industries/>



⁵ Cunningham, S. (2002): From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implication, *Media international Australia*, Vol 102 iss. 1, 54-65, <https://doi.org/10.1177/1329878X0210200107>

⁶ Исто

⁷ Creative Industries, <http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>

Обрт новца и зарада у овим индустријама су данас у свету поприлични. У студији која анализира 11 културних и креативних индустрија наводи се да је приход од ових индустрија на глобалном нивоу 2.250 милијарди америчких долара или 3% укупног светског ГДП-а, а у овом сектору постоји 29.5 милиона послова који се обављају.⁸ Ове бројке можда још увек делују као не баш импресивне. Но, чак и у том случају не сме се пренебрегнути чињеница да је већи део креативних индустрија унутар дигиталног окружења, а пошто се тај простор уз све нове технологије све већом брзином шири, онда треба очекивати још веће приходе у будућности.

Из претходног текста већ се могло наслутити да културно наслеђе има све већег удела у свету креативних и културних индустрија. Међутим, нас овде посебно занима шта је нематеријално наслеђе⁹ и како је оно повезано са данашњим креативним индустријама. Писање о културном наслеђу никада није једноставно, јер наслеђе представља један од темеља културног идентитета и културних вредности заједнице у којој живимо. Посебно је комплексно писати о једном делу културног наслеђа, о нематеријалном културном наслеђу, будући да су његове праксе у тренутку проучавања живе. Према Унесковој дефиницији нематеријално културно наслеђе подразумева „праксе, приказе, изразе, знања, вештине, као и инструменте, предмете, артефакте и културне просторе који су с њима повезани – које заједнице, групе и, у појединим случајевима, појединци, препознају као део свог културног наслеђа. Овакво нематеријално културно наслеђе, које се преноси с генерације на генерацију, заједнице и групе изнова стварају, у зависности од њиховог окружења, њихове интеракције са природом и њихове историје, пружајући им осећај идентитета и континуитета, и на тај начин промовишући поштовање према културној разноликости и људској креативности.“¹⁰ Ова дефиниција је из 2003. године и заиста је свеобухватна. Јасно одређује шта припада овој врсти наслеђа у најширем смислу и ко нематеријално наслеђе ствара. Оно што је важно нагласити у времену у коме живимо јесте изазов који постоји код сваке мање културне заједнице у очувању нематеријалног културног наслеђа. То су врло лепо приметиле Francesca Noardo и Antonia Spanò: „Глобализација и дигитална револуција учиниле су да локалне културе постану познате, али истовремено оне су под сталним ризиком да се изгубе на попришту глобалне културе“.¹¹

⁸ Cultural and creative industries fuel the economy, <http://www.worldcreative.org/#overview>

⁹ Треба увек имати на уму да је култура 'динамички систем који се непрестано мења' те је тако и културно наслеђе као њен темељ динамички а не статички део прошлости из разлога што нове генерације 'активно делују у доменима његове интерпретације и репрезентације'. Више о томе у: Симеуновић-Бајић, Н. (2012): Медијско (ре)конструисање југословенског културног наслеђа и колективног памћења - случај Дана младости. у: Ковачевић И. [ур.] *Огледи о југословенском културном наслеђу*, Београд: Филозофски факултет, СГЦ.

¹⁰ Закон о потврђивању Конвенције о очувању нематеријалног културног наслеђа, [http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20\(Pariz%202003\).pdf](http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20(Pariz%202003).pdf)

¹¹ Noardo, F., and Spanò, A. (2015): Towards a Spatial Semantic Management for the Intangible Cultural Heritage, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4, iss 2, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.2.133> стр. 135

У радовима савремених аутора препознаје се тенденција да се нематеријално културно наслеђе, не само мапира и класификује, већ и да се повеже са другим секторима како би се препознао његов потенцијал. На пример, врло је значајна улога ИТ сектора у мапирању, коришћењу и промовисању нематеријалног културног наслеђа. Тако поједини аутори образлажу нове начине очувања нематеријалног наслеђа у дигиталном окружењу. На пример, занимљив је рад у коме се истражују вебсајтови посвећени нематеријалном културном наслеђу на врло специфичан начин: анализирају се стратегије хиперлинковања различитих ентитета у овој области да би се идентификовала веб топологија италијанске, швајцарке и француске нације показујући тако шта је централно а шта периферно, који су кластери формиран и ко су релевантни ауторитети.¹² Северо и Вентурини констатују да је ова компаративна анализа била одлична за извођење закључка како су нпр. у Француској веома важни актери у области образовања, а у Италији и Швајцарској много мање, док је у Швајцарској примећена веома важна улога копирајт институција што у друге две земље није.¹³ Такође је занимљиво и што се нематеријално наслеђе истражује у доменама нових медија (архивирање на Јутјубу на пример)¹⁴, креирања и коришћења видео игара,¹⁵ као и употребе виртуелне реалности.¹⁶ Све ово показује појачано интересовање за улоге које нематеријално наслеђе може заузети у савременим дигиталним токовима и креативним индустријама.

Докле се стигло код нас? Политике и праксе.

Политике према култури могу бити или значајан покретач културног развоја¹⁷ или кочница која културу покушава да ограничи, оспори важност или укида динамичност. Политике према култури неопходно је стварати на теме-

¹² Severo, M., Venturini, T. (2015): Intangible cultural heritage webs: Comparing national networks with digital methods, *New Media & Society*, Vol 18, iss 8, 1616-1635, <https://doi.org/10.1177/1461444814567981>

¹³ Исто.

¹⁴ Pietrobruno, S. (2013): YouTube and the social archiving of intangible heritage, *New Media & Society*, Vol 15, iss 8, 1259-1276, <https://doi.org/10.1177/1461444812469598>

¹⁵ Goins et al. (2015): Designing Games for Cultural Heritage: Integrating Process, Material Culture and Intangible Heritage, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4 iss 2, 179-191, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.2.179>

¹⁶ Martina, A. et al. (2015) One Day at The Sands: Exploring Las Vegas' Intangible Heritage Through Virtual Reality, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4, iss 1, 1-19, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.1.1>

¹⁷ Иако се након урушавања социјализма у Југославији, све мање употребљавао концепт културног развоја и културног прогреса, сматрамо да он није превазиђен и да у новом светлу може понудити сав свој експлоративни потенцијал. Из социјалистичког еманципаторског научног поља долази врло добро осмишљена дефиниција која инкорпорира у себе и традицију и прогрес: „Ако се каже да је за традицију битно да она служи одржању већ створених културних вредности, онда се тиме није хтело рећи да је традиција само то. Она је и више од тога: неопходан предуслов и основа која омогућава људима да, пошавши од ње, могу да стварају нове вредности и да, креирајући нове вредности, обезбеђују континуитет у култури. Зато би се прогрес могао дефинисати као она компонента културног кретања чија се суштина састоји у стварању или креацији нових вредности.“ Илић, М. (1978): *Социологија културе и уметности*, Научна књига, Београд, стр. 18.

љима јасних и одговорних циљева које једну друштвену заједницу сагледавају као потенцијал у стварању нових креативних идеја. На опште политичко окружење у Србији утицале су многобројне економске и друштвене турбуленције. До сада је уочено да се у претходним деценијама политике нису обликовале на сврсисходан и за општу јавност транспарентан начин. Ово се највише очитује у практичним применама политика и то првенствено у домену културе. У доба транзиције нестајали су оквири тзв. бирократско-просветитељског модела културне политике.¹⁸ Али они нису нестали сасвим, поготово не из установа културе које највећи део новца обезбеђују из буџета намењеног култури који је годинама врло низак. С друге стране, држава се није у својој културној политици определила јасно ком моделу културне политике тежи. Један од разлога за то је свакако и тај што је Србија функционисала без новог Закона о култури чак 17 година. Закон је донет 2009. године. Затим је уследио период без донетих неопходних пратећих закона и подзаконских аката, а Савет за културу који је био једна од важних новина Закона о култури заправо никада није уистину заживео. Тиме се није остварила врло битна тенденција културне политике у смеру модела који се зове у литератури парламентарног,¹⁹ где заправо постоји једно независно тело које обликује политике према култури.

На сличан начин ствари изгледају и у перцепцији нематеријалног културног наслеђа. Унескова Конвенција о очувању нематеријалног културног наслеђа донета је 2003. године, а нама је требало читавих седам година да је ратификујемо. То већ довољно говори о кашњењу у овој области. Иако је Центар за нематеријално културно наслеђе Србије креиран у Етнографском музеју 2012. године и несумњиво је дао важан допринос у прикупљању података, ипак чињенично стање није сасвим задовољавајуће. Као земља дуге усмене традиције, Србија има огромне ресурсе нематеријалног културног наслеђа. Томе доприноси и суживот више етничких заједница на једном простору, као и велика дијаспора. Да би се елементи нематеријалног наслеђа адекватно мапирани, проучавани, очуавани и презентовани сматрамо да није довољан само један центар који се налази у престоници са укупно пет координатора у другим деловима Србије. Овде се препознају две тенденције: централизација и доминација музејске перцепције у односу према нематеријалном културном наслеђу Србије. Централизација се препознаје и у саставу Комисије за упис у регистар нематеријалног културног наслеђа. Сви чланови су из београдских институција:

- др Биљана Сикимић, научни саветник, Балканолошки институт САНУ
- др Биљана Ђорђевић, музејски саветник, Народни музеј у Београду
- др Данка Лајић Михајловић, виши научни сарадник, Музиколошки институт САНУ
- Душица Живковић, музејски саветник, Етнографски музеј у Београду
- др Милош Матић, музејски саветник, Етнографски музеј у Београду
- др Марко Стојановић, музејски саветник, Етнографски музеј у Београду²⁰

¹⁸ Према класификацији Драгићевић-Шешић и Стојковић. Погледати у књизи: Драгићевић-Шешић М., и Стојковић Б. (2000): *Култура - менаџмент, анимација, маркетинг*, Слио, Београд.

¹⁹ Исто.

²⁰ Комисија за упис у регистар нематеријалног културног наслеђа, Нематеријално културно наслеђе Србије, <http://www.nkns.rs/cyr/komisija-za-upis-u-registar-nematerijalnog-kulturnog-nasledja>

Исто то се препознаје и у саставу Националног комитета за нематеријално културно наслеђе:

Председник:

- проф. др Данијел Синани, антрополог, Филозофски факултет Универзитета у Београду, Одељење за етнологију и антрологију;

Чланови:

- др Данка Лајић Михајловић, етномузиколог, научни сарадик Музиколошког института САНУ;
- проф. др Александар Милановић, ванредни професор на Филолошком факултету у Београду;
- проф. др Љиљана Гавриловић, етнолог - антрополог, научни саветник Етнографског института САНУ и професор на Одељењу за етнологију и антропологију Филозофског факултета у Београду;
- др Биљана Ђорђевић, археолог, музејски саветник у Народном музеју у Београду;
- Владан Радовановић, историчар уметности и теолог, управник Музеја Српске православне цркве;
- мр Мила Карас, биолог, музејски саветник у пензији;
- Оливера Игњатовић, саветник у Сектору за културно наслеђе Министарства културе и информисања
- Данијела Филиповић, кустос, Центар за нематеријално културно наслеђе Етнографског музеја
- Секретар: Невенка Михајловић, саветник у Сектору за културно наслеђе Министарства културе и информисања.²¹

Реторичко питање које се овде може поставити је следеће: како ефикасно могу бити организоване праксе идентификовања нематеријалног наслеђа, као и све остале активности, ако је јасно уочљива културна политика централизована? Такође, иако музеји јесу специјализоване институције за очување наслеђа, тренутно стање показује недостатак јаче координације међу различитим, и не само музејским, институцијама. Неопходно је децентрализовати састав надлежних тела као и појачати улогу региона у Србији будући да су људи који раде у другим градовима Србије много ближе теренима на којима се још увек живе активности неких елемената културног наслеђа. Зато је потребно основати више центара у различитим деловима Србије који би се водили према истим критеријумима, правилима и стратегијама. Мислимо да је ово један од разлога што Србија заостаје у неговању сопственог нематеријалног културног наслеђа. Наиме, досадашња национална листа нематеријалног културног наслеђа садржи 37 елемената²², а на Унескову листу уписана су само два елемента: Крсна слава и Коло. То још увек није довољно да се наша локална култура препозна, промовише и постане делом креативних глобалних ресурса. Нематеријално културно наслеђе је баш оно што чини национални идентитет посеб-

²¹ Погледати сајт: Национални комитет за нематеријално културно наслеђе Србије, Нематеријално културно наслеђе Србије, <http://www.nkns.rs/cyt/nacionalni-komitet-za-nematerijalno-kulturno-nasledja>

²² Листа елемената нематеријалног културног наслеђа Србије, Нематеријално културно наслеђе Србије, <http://www.nkns.rs/cyt/elementi-nkns>, Веб-сајту приступљено 20.2.2018.

ним и привлачи туристе.²³ Неке земље у окружењу су до сада урадиле много више. На пример, Хрватска на Унесковој листи тренутно има 14 уписаних елемената, а први су уписани још 2009. године. То потврђује јасне смернице у културној политици. Хрватска је показала и практично колико вреднује своје нематеријално наслеђе. Бугарска има пет, Румунија седам, а Мађарска четири.²⁴ Из Србије су, дакле, само два елемента укључена: Крсна слава (2014) и Коло (2017). За богатство нематеријалног наслеђа у Србији, то је недовољно и показује да смо се тек пренули и скоро ушли у ово поље.

У контексту дуго очекиване Стратегије

Нацрт Стратегије развоја културе од 2017-2027 изазвао је у претходној 2017. години бројне отпоре и критике стручне јавности.²⁵ Иако је Србија веома дуго чекала да се један овакав документ коначно појави, многобројна неслагања упућују на изостанак озбиљне припреме процедура у вези са њеним стварањем као и неконсултовање стручњака из различитих сектора културе. Не зна се ко су аутори Стратегије нити по којим основама су то постали као ни јесу ли укључени стручњаци из различитих институција и из свих делова Србије. Доношењу било које националне стратегије мора да претходи врло озбиљна, детаљна и планирана припрема. Нажалост, показује се још једном већ устаљена пракса доношења важних докумената брзо, *ad hoc* и неефикасно. Уместо да се прво одрже форуми, скупови, округли столови и низ консултација у вези са приоритетима културне политике, ишло се обрнутим путем: прво је текст Нацрта угледао светлост дана па су онда одржани округли столови на којима су се могле чути речи стручњака.

Иако текст Стратегије²⁶ није лош сам по себи, што значи да у суштини садржи прегршт лепо и разложно описаних жеља у вези са развојем културе, поново се поставља питање реализације и евалуације које нам код примене стратешких докумената перманентно недостају. У Акционом плану који прати Стратегију наводи се да ће први извештаји у вези са реализацијом циљева бити написани 2019. године. Остаје да се види хоће ли пракса непостојања или нее-

²³ Terzić, A. et al. (2015): Common Histories, Constructed Identities: Intangible Cultural Heritage and the Rebranding of Serbia, *International Journal of Intangible Heritage*, Vol.10.

²⁴ Подаци се могу проверити на сајту: Intangible cultural heritage, [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00099&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00099&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs)

²⁵ Погледати следеће текстове: Сретеновић, М., Бројне примедбе на Нацрт стратегије културе, *Политика*, <http://www.politika.rs/sr/clanak/391054/Brojne-primedbe-na-Nacrt-strategije-kulture>;

Милосављевић, Б., Држава и култура: женски гласови, *Време*, <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=1496886&print=yes>; Краљ, М., Стратегија подигла температуру у Народној библиотеци Србије, *Вечерње новости*, <http://www.novosti.rs/vesti/kultura.71.html:688130-Strategija-podigla-temperaturu-u-Narodnoj-biblioteci-Srbije>; Илић, С., Стратегија регресије културе, *Пешичаник*, <http://pescanik.net/strategija-regresije-kulture/>

²⁶ Предлог Стратегије развоја културе Републике Србије од 2017 до 2027, <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/nacrt-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027-/nacrt-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027-.pdf>

фикасне евалуације и мониторинга бити прекинута. Међутим, с друге стране, чини се да су критике појединих стручњака неуверљиве, претеране и превише критизерске. Заправо, показује се да је лакше критиковати него показати шта конкретно треба да се уради. У досадашњој културној политици, заснованој на социјалистичком југословенском моделу из кога још увек нисмо изашли упркос другачијој организацији економског и политичког система, Министарство културе и информисања труди се да ионако мали буџет намењен култури распореди равномерно. Није овде место за критике упућене надлежном Министарству, већ за критике упућене држави која није још увек спремна да културу схвати у ширим оквирима, а не само у смислу непокретног културног наслеђа над чијим очувањем има ексклузивно право онако како је то било дефинисано у бившој Југославији. Иста мера критике може се упутити и стручњацима па и самим грађанима. Тако и значајан део културног наслеђа, о коме се тек од скоро почело нешто више говорити – дакле, нематеријално културно наслеђе – ова Стратегија не перципира на адекватан начин. Заправо, много тога што сам текст Нацрта доноси у духу је тзв. бирократско-просветитељског модела културне политике какав је био карактеристичан за бившу Југославију. Наравно, ово не значи негативан став према резултатима такве културне политике у политичком и економском систему који је тада постојао, него садашњи нагласак на освешћивању и уласку у глобалне трендове. А да би се конкретно и прагматично успоставили први кораци, неопходан је демократски консензус, баш онакав какав постоји у земљама где је успостављен тзв. парламентарни модел културне политике са независним телом на челу. На пример, у Аустралији сви грађани имају могућност да дају своје идеје, предлоге и коментаре у вези са стратешким документима које треба донети. А пре него што се почне са стварањем текста, одржавају се форуми и скупови на кон којих закључци улазе у текст неког стратешког документа. Након тога постоје тзв. *discussion papers* на које свако може да да сугестије.²⁷ То се заиста чини на локалном, регионалном и националном нивоу. Процес је сасвим транспарентан. Стога и сами документи изгледају сведени, јасни, планирани без претензија да личе на монографске публикације.²⁸ Још од деведесетих година 20. века, они су сковали израз *креативна нација*, а затим и осмислили културну политику 2013. године под називом *Креативна Аустралија*.²⁹

У Србији, уз све напоре, не обичних грађана, већ искључиво стручњака не може се скоро ништа изменити ни на јавним расправама нити било којим другим путем. Разлог је већ наведен: нема широко заснованог демократског консензуса у вези са развојем културе и све се ради супротно од онога како то

²⁷ На пример, погледати један такав документ који је био доступан за активно учешће јавности у виду коментара, питања, идеја и запажања од 26. марта до 31. маја 2013. године: *CreativeCity Cultural Policy Discussion Paper*, <http://www.sydneyyoursay.com.au/4997/documents/12166>

²⁸ Видети: *Creative Australia: National cultural policy*, <http://apo.org.au/system/files/33126/apo-nid33126-39286.pdf>

²⁹ На српском језику текстови у којима се представља аустралијска културна политика могу се пронаћи једино у публикацији коју је објавила Група за креативну економију: Микић, Н. (2013): *Креативна Аустралија: добар пут у креативно друштво и економију*, Београд: SFBC-Група за креативну економију

чине земље које су до сада већ показале достигнућа својих културних политика као што су нпр. Данска, Шведска, Велика Британија, Канада, Аустралија. Тако је и сам однос према културном наслеђу у поменутој Стратегији још увек не сасвим јасно дефинисан те се назире више статичност него динамичност његових аспеката. Што се тиче нематеријалног наслеђа, њему је посвећено свега 15 редова. У том делу је наведено да Закон о културним добрима још увек не препознаје овај део наслеђа, описано је шта је урађено након усвајања Унескове конвенције као и колико је уписано елемената на националну листу, мада се те бројке не поклапају у садашњој верзији Нацрта и у подацима Националног регистра. У даљем тексту Стратегије ништа се више не односи специфично на нематеријално културно наслеђе. У свету у коме се ствари померају ка креативним идејама и динамичном дигиталном окружењу, то није довољно.

Корак напред: поглед у креативну будућност

Из претходно написаног, јасно се закључује да веза између креативних индустрија и нематеријалног наслеђа у Србији још увек није препозната. Подсећајући се још једном дефиниције по којој нематеријално културно наслеђе представља „праксе, приказе, изразе, знања, вештине, као и инструменте, предмете, артефакте и културне просторе који су с њима повезани“³⁰ неопходно је да схватимо колико је у овом смислу наше нематеријално културно наслеђе богато. Чак и оно што нам се на први поглед учини да није део нематеријалног наслеђа, заправо може бити,³¹ јер су то све живе праксе, оне које трају, још и данас постоје у различитим деловима Србије. То могу бити не само већ познате праксе као што су Крсна слава и играње кола или израда пиротског ћилима и справљање кајмака, него и многе друге које се баш сада одвијају негде у нашој земљи – на пример одлазак на градске пијаце, вашари, штрапаријаде, израда предмета који се свакодневно користе у домаћинству, припремање јела која нису у таквом облику постојала раније на овом простору или плетење чарапа и прслука у планинским селима. Да бисмо се адекватно и правовремено односили према нематеријалном наслеђу, врло је важно мапирати и проучавати његове аспекте. Међутим, чак и када се елементи оваквог наслеђа нађу на националној листи а онда и на Унесковој, то опет није довољно без промене начина на који смо до сада размишљали о наслеђу – као о нечему што је статично, намењено музејима и једино дивљењу.

Културно наслеђе нема само једну, симболичку димензију вредности. Оно има и употребне и развојне вредности, јер представља базу „знања за развој креативног друштва и средство подстицања локалног економског разво-

³⁰ Закон о потврђивању Конвенције о очувању нематеријалног културног наслеђа, [http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20\(Pariz%202003\).pdf](http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20(Pariz%202003).pdf)

³¹ На пример, занимљиве описе о мушко-женским односима и обичајима у другој половини 20. века у околини Текије дала је Весна Трифуновић у свом раду: (2016): “Tekija and surrounding areas: love in red and blue“, *Facta universitatis - Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, Vol. 15, No 3, pp. 127 - 134 DOI: 10.22190/FUPSPH1603127T

ја.³² Због тога се све више говори о креативним идејама, креативним земљама, креативним регионима, креативним градовима,³³ креативним руралним заједницама и креативној економији. Подстицаје повезивања креативних индустрија и културног наслеђа у Србији даје невладин сектор. Када о овоме говоримо, највише мислимо на Групу за креативну економију која је на овом плану већ урадила много. Штавише, тим на челу са Христином Микић је покушао да у новом креативном начину размишљања и вредновања културног наслеђа повеже сва три сектора: владин, невладин и приватни. То је заправо суштина и једини могући стратешки план који би највише помогао убрзанијем развоју креативних индустрија у Србији. У економском смислу, Србија је још увек сиромашна земља и издвајања из државног буџета за развој културе, нису довољна, те је неопходно културну политику засновати на међусекторском повезивању, приватно-јавним партнерствима и усклађивању владиних и невладиних организација. Група за креативну економију је препознала вредности и предности повезивања нематеријалног наслеђа и креативних индустрија. У њеним публикацијама³⁴ се могу пронаћи сви релевантни подаци који су неопходни за окретање ка другачијем виђењу развоја културе: динамичном, креативном, глобално препознатом, дигитално подржаном, економски ојачаном. Иако не постоји посебно издвајање нематеријалног културног наслеђа унутар креативних индустрија, оно се добрим делом налази у оквиру пројекта Креативни градови Србије. Оно што је најзначајније јесте подстицај развоја креативних индустрија заснованих највећим делом на нематеријалном наслеђу у општинама које су економски неразвијене и са ниским наталитетом: нпр. Пирот, Бела Паланка, Димитровград, Бабушница. У опису пројекта стоји: „Има за циљ да пружи информације о креативном предузетништву, упозна ширу јавност о креативним предузетницима и њиховим производима и помогне повезивању продаваца и купаца у креативним индустријама. Платформа је примарно усмерена на промоцију и афирмацију креативних предузетника у руралним подручјима Србије.”³⁵ Баш то је било потребно учинити као први корак ка свету креативних индустрија у будућности које доприносе локалном развоју у глобалним оквирима. На овај начин може се шире чути о пегланим кобасицама, суканој пити, пестиљу од шљива или о Данима банице, Данима царибродске сушенице, Нишавском хороводу, Вурдијади. Тако се елементи нематеријалног културног наслеђа могу користити у свету креативних индустрија заодевени новим атрактивним рухом: дрвене играчке, пица од пиротске пеглане кобасице и пиротског сира, осликана грнчарија са пиротским мотивима, уникатни одевни предмети са шарама пиротског ћилима, обућа од гуме са

³² Рупкема, Д, Микић, Х. (2015): “Ка новим развојним перспективама културног наслеђа у креативној економији”, у: *Културно наслеђе и креативне индустрије*, ГКЕ, Београд, стр. 7

³³ Тако постоји Унескова мрежа креативних градова која сада броји 180 градова из 72 земље у 7 различитих креативних области. Нажалост, ниједан град из Србије није још увек постао део ове мреже, али су се у њој већ нашли градови из суседних и блиских земаља: Љубљана, Софија, Габрово, Битола, Будимпешта. Детаљније на: Creative cities network, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>

³⁴ GiKepedia, Студије, <http://www.kreativnaekonomija.com/gikepedia/studije/>

³⁵ Креативни градови Србије, <http://expo.kreativnaekonomija.com/>

шарама пиротског ћилима, текстилни предмети декорисани златовезом, вино од црне рибизле и др.

Многобројни делови нематеријалног наслеђа имају потенцијал за коришћење у модном дизајну, графичком дизајну, музици, аудио-визуелним медијима, гастрономији и културном туризму. Развој првенствено сиромашних, рубних и руралних подручја управо треба да буде подстакнут стварањем креативних идеја, индустрија и предузетништва. На тај начин ће мала локална култура постати препозната унутар и ван националних граница. Како би то брже почело да се дешава, држава треба да створи повољније услове за отварање и вођење малих и средњих предузећа, да гради инфраструктуру, поставља приоритете у развоју дигиталног окружења и брендирању локалних производа, да културу препозна у ширим антрополошким оквирима, а културно наслеђе помери из статичног ексклузивног посматрања. Пут којим треба ићи ка будућности трасиран је и омеђен концептима: аутентичност мале локалне културе која треба да се допадне глобално, креативне индустрије, дигитално окружење.

Закључак

Овај рад није имао превелике амбиције. Настао је у покушају да се скрене пажња стручне и опште јавности на значај нематеријалног културног наслеђа Србије које је потребно препознати на адекватан начин и помоћи му да се очува и добија нове вредности у свету креативних индустрија. Постоји много разлога и потенцијала који представљају чврсту базу за повезивање овог дела наслеђа са креативним индустријама:

- Србија је земља дуге усмене традиције
- Србија је простор суживота различитих етничких заједница
- Србија има велику дијаспору

Осим потребе да се у домену представљања и очувања нематеријалног културног наслеђа оно схвати и прихвати као један од темеља културног идентитета и културних вредности заједнице у којој живимо, неопходно је, у практичнијем смислу, ставити нагласак на коришћењу овог дела наслеђа у различитим формама креативне економије и културног туризма што може повећати укупну финансијску добит и утицати на бржи развој локалних средина.

Литература:

1. Adorno, T. and Horkheimer, M., *The culture industry: Enlightenment and mass depiction*, https://web.stanford.edu/dept/DLCL/files/pdf/adorno_culture_industry.pdf
2. Creative Industries, <http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>
3. Creative City Cultural Policy Discussion Paper, <http://www.sydneyoursay.com.au/4997/documents/12166>
4. Creative Australia: National cultural policy, <http://apo.org.au/system/files/33126/apo-nid33126-39286.pdf>

5. Creative cities network, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>
6. Cultural and creative industries fuel the economy, <http://www.worldcreative.org/#overview>
7. Cunningham, S. (2002): From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implication, *Media international Australia*, Vol 102 iss. 1, 54-65, <https://doi.org/10.1177/1329878X0210200107>
8. Dragičević-Šešić M., i Stojković B. (2000): *Kultura - menadžment, animacija, marketing*, Clio, Beograd.
9. Flew, T. (2012): *The Creative Industries: Culture and Policy*, SAGE, 2012.
10. GiKepedia, Studije, <http://www.kreativnaekonomija.com/gikepedia/studije/>
11. Goins et al. (2015): Designing Games for Cultural Heritage: Integrating Process, Material Culture and
12. Intangible Heritage, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4 iss 2, 179-191, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.2.179>
13. Hartley, J., Potts, J, Cunningham, J. et al. (2012): *Key Concepts in Creative Industries*, SAGE
14. Harney, S. (2010): Creative industries debate, *Cultural Studies*, 24:3, 431-444, DOI: 10.1080/09502381003750401
15. Ilić, M. (1978): *Sociologija kulture i umetnosti*, Naučna knjiga, Beograd
16. Intangible cultural heritage, [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00099&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00099&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs)
17. Ilić, S., Strategija regresije kulture, Pešćanik, <http://pescanik.net/strategija-regresije-kulture/>
18. Lista elemenata nematerijalnog kulturnog nasleđa Srbije, Nematerijalno kulturno nasleđe Srbije, <http://www.nkns.rs/cyr/elementi-nkns>
19. Karahasanović, M. (2014): Adornova i Horkheimerova kritika masovne industrijske kulture na temelju prosvjetiteljskih ideja slobode, uma i jednakosti, *Arhe*, 11(22)
20. Komisija za upis u registar nematerijalnog kulturnog nasleđa, Nematerijalno kulturno nasleđe Srbije, <http://www.nkns.rs/cyr/komisija-za-upis-u-registar-nematerijalnog-kulturnog-nasledja>
21. Kreativni gradovi Srbije, <http://expo.kreativnaekonomija>
22. Kralj, M., Strategija podigla temperaturu u Narodnoj biblioteci Srbije, Večernje novosti Srbije, <http://www.novosti.rs/vesti/kultura.71.html:688130-Strategija-podigla-temperaturu-u-Narodnoj-biblioteci-Srbije>
23. Martina, A. et al. (2015) One Day at The Sands: Exploring Las Vegas' Intangible Heritage Through Virtual Reality, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4, iss 1, 1-19, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.1.1>
24. Milosavljević, B., Država i kultura: ženski glasovi, Vreme, <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=1496886&print=yes;>
25. Nacionalni komitet za nematerijalno kulturno nasleđe Srbije, Nematerijalno kulturno nasleđe Srbije, <http://www.nkns.rs/cyr/nacionalni-komitet-za-nematerijalno-kulturno-nasledje>
26. Noardo, F., and Spanò, A. (2015): Towards a Spatial Semantic Management for the Intangible Cultural Heritage, *International Journal of Heritage in the Digital Era*, Vol 4, iss 2, <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.2.133> str. 135
27. Pietrobruno, S. (2013): YouTube and the social archiving of intangible heritage, *New Media & Society*, Vol 15, iss 8, 1259-1276, <https://doi.org/10.1177/1461444812469598>
28. Predlog Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/predlog-strategije-razvoja-kulture-republike->

- srbijeod-2017--do-2027-/-predlog-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027-.pdf
29. Rikalović, G. Mikić, H. (2013): *Kreativna Australija: dobar put u kreativno društvo i ekonomiju*, Beograd: SFBC-Grupa za kreativnu ekonomiju
 30. Rypkema, D, Mikić, H. (2015): “*Ka novim razvojnim perspektivama kulturnog nasleđa u kreativnoj ekonomiji*”, u: Kulturno nasleđe i kreativne industrije, GKE, Beograd
 31. Simeunović Bajić, N. (2012): Medijsko (re)konstruisanje jugoslovenskog kulturnog nasleđa i kolektivnog pamćenja - slučaj Dana mladosti, u: Kovačević I. [ur.] *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu*, Beograd: Filozofski fakultet, SGC.
 32. Severo, M., Venturini, T. (2015): Intangible cultural heritage webs: Comparing national networks with digital methods, *New Media & Society*, Vol 18, iss 8, 1616-1635, <https://doi.org/10.1177/1461444814567981>
 33. Sretenović, M., Brojne primedbe na Nacrt strategije kulture, *Politika*, <http://www.politika.rs/sr/clanak/391054/Brojne-primedbe-na-Nacrt-strategije-kulture>
 34. Terzić, A. et al. (2015): Common Histories, Constructed Identities: Intangible Cultural Heritage and the Rebranding of Serbia, *International Journal of Intangible Heritage*, Vol.10.
 35. Trifunović, V. (2016): “Tekija and surrounding areas: love in red and blue“, *Facta universitatis - Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, Vol. 15, No 3, pp. 127 - 134 DOI: 10.22190/FUPSPH1603127T
 36. Zakon o potvrđivanju Konvencije o očuvanju nematerijalnog kulturnog nasleđa, [http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20\(Pariz%202003\).pdf](http://www.kultura.gov.rs/docs/stranice/82128418889499865927/12.%20Konvencija%20o%20ocuvanju%20nematerijalnog%20kulturnog%20nasledja%20(Pariz%202003).pdf)

INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE AS SIGNIFICANT POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRIES IN SERBIA

Summary: This article was created in an attempt to initiate a proper and adequate national cultural policy towards the intangible cultural heritage. The link between creative industries and intangible heritage in Serbia is still not recognized. There are many reasons and potentials that represent a solid base for linking this part of the heritage with creative industries:

- Serbia is a country of long-standing oral tradition
- Serbia is the space of coexistence of different ethnic communities
- Serbia has a great diaspora

The development of the mainly poor, marginal and rural areas should be encouraged by the formation of creative ideas, creative industries and creative entrepreneurship. In this way, small local culture will become recognized within and outside the national borders.

Key words: intangible cultural heritage, creative industries, Serbia