

МИРЈАНА Ж. КОВАЧЕВИЋ*

Висока школа за комуникације
Београд

ОЛГА М. ДАМЈАНОВИЋ

Факултет за безбедност
Сремска Каменица

УДК 316.7:316.736

Прегледни рад

Примљен: 01.09.2018

Одобрен: 01.10.2018

Страна: 43-61

СТРАТЕШКО ПЛАНИРАЊЕ РАЗВОЈА КУЛТУРЕ И КРЕАТИВНОСТИ

Сажетак: Обзиром на истицање значаја сектора културе и креативних индустрија (ККИ) кроз оквире стратешких докумената развоја ЕУ, као и њиховог доприноса укупном развоју друштва и повећању привредних потенцијала, апсолутно је оправдано и пожељно свако деловање у правцу анализе домаћих релевантних докумената, те њихово поређење и вредновање, у циљу подстицаја за унапређење. У раду се анализирају и стратегије развоја културе и креативних индустрија мање или више развијених европских земаља, регија и градова, изабраних случајним узорком. Намера нам је да консултујући релевантна инострана стратешка документа, полазне основе, предложене циљеве и решења, откријемо које су то заједничке карактеристике ових планова развоја и пројектована жељена постигнућа, а која би могла да послуже као потенцијални материјал за имплементацију у стратегије, планове и праксу даљег развоја културе и креативности нашег града, региона и државе.

Кључне речи: култура, креативне индустрије, стратегије културног развоја

Увод

Према Универзалној декларацији УН о људским правима свако има право да слободно учествује у културном животу заједнице, да ужива у уметности и ствара и дели научна достигнућа и бенефите (УН, 1948, члан 27), а преамбулом Универзалне декларације о културној разноликости „Културу треба посматрати као скуп препознатљивих духовних, материјалних, интелектуалних и емоционалних особина друштва или друштвених група, који поред уметности и књижевности, обухвата и животни стил, моделе заједничког суживота, вредносне системе, традицију и веровања”. Остварење што већег културног и креативног диверзитета је основно полазиште сваког плана културног развоја, јер се њиме највише истиче остварење културних права и подстиче сваки други облик испољавања и развоја културног и креативног израза. Међутим, наш циљ је да култура (са креативним индустријама) буде посматрана као економска категорија, те да се сва ова права и подизање нивоа опште културе, оства-

* mirjana.kovacevic@viskom.ac.rs, mirjanakovacevic.2011@gmail.com, 063 7762828

рују уз економски бенефит, како за оне који кроз сектор обезбеђују егзистенцију, тако и за државни апарат који сектор помаже и усмерава његов развој. И није случајно идеја инклузивног и иновативног друштва ЕУ вођена визијом да економски циљеви треба да буду у сразмери са циљевима општег просперитета. У европској агенди за културу¹ 2015-2018, анализирана је улога јавних политика у развоју предузетништва и иновативних потенцијала сектора културе и креативних индустрија (ККИ), јер овај сектор доприноси богаћењу и бољој друштвеној повезаности, додајући вредности индустрији и привреди новим приступима и методама; доприноси и дигитализацијом и трендовима које прате и стварају, али и генеришући емоције и значења, те истовремено делујући као креатор садржаја за јавне расправе. Инклузивна иновативност у овом контексту подразумева нове робе и услуге које су развијене за /од оних који су из овог процеса били изостављени. Препоруке у документу почињу саветом за све нивое власти да креирају (финансијске и нефинансијске) програме подршке, фокусиране највише на микро, мала и средња предузећа, уз омогућавање једнаког приступа свим актерима. Уважавајући потенцијал сектора, наглашен је значај развоја свести и праксе културе дебатована и јавних расправа, како би сви грађани учествовали у креирању јавних политика у свим секторима привреде и друштва – узимајући у обзир креативност људи из овог сектора да расправе иницирају, обликују, да мотивишу грађане за учешће у њима и доприносе јачању утицаја јавности. Документом се истиче потреба за креирањем већег броја структурних, инвестиционих, иновативних и истраживачких програма подршке ЕУ, који ће у обзир узети специфичности микро структуре предузећа сектора ККИ.² Ово није једини документ политике ЕУ у ком се наглашава значај сектора ККИ у развоју економије и друштва, и указује на потребе проналажења решења за његов одрживи развој³. Сваким од (доле наведених) докумената којима су креиране политике ЕУ, потенцира се значај сектора ККИ у стимулацији иновација, економске одрживости, социјалне укључености, креирању интеркултуралног дијалога, стварању нових радних места (за младе), културне разноврсности и образовања, те промоције вредности ЕУ: Зелена књига Европске Комисије⁴ о откривању потенцијала ККИ (2010); Комуникација промовисања културних и креативних сектора за раст и запошљавање у ЕУ (2012)⁵; Резолуција Европског Парламента о промовисању европских културних и креативних сектора као извора економског раста и радних места (2013)⁶;

¹ European agenda for culture - work plan for culture 2015-2018. Report of the OMC (open method of coordination) working group of member states' experts.

² И у нашој земљи чест облик деловања у сектору културе и креативности представљају микро предузећа или удружења, тачније појединци, и ово је најважнија специфичност сектора када је реч о планирању програма подршке, нарочито финансијске природе...

³ Исто. стр.12

⁴ <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef>

⁵ <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/communication-promoting-cultural-and-creative-sectors-growth-and-jobs-eu-com2012537>

⁶ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2013-0248&language=EN>

Комуникација ка интегрисаном приступу културном наслеђу за Европу (2014)⁷; Стратегија јединственог дигиталног тржишта (2015)⁸; Резолуција Европског Парламента о кохерентној политици ЕУ за ККИ (2016)⁹; Резолуција Европског Парламента о Стратегији ЕУ за међународне културне односе (2017)¹⁰.

Ако већ нисмо постали друштво у ком су конзумеризам и масмедији наша култура, онда би се требали потрудити да у сваком сегменту наше свакодневице (па и потрошњи) уврстимо елементе културе. Овако амбициозан циљ можемо остварити само креирањем добрих стратегија развоја ККИ на националном нивоу, односно конкретнијих и специфичних на регионалном и локалним нивоима власти. Развијених методологија, модела, инструмената и примера добре праксе (када је реч о креирању стратешких докумената развоја) је пуно, а нама остаје да одаберемо оно што је адекватно, прилагодимо и конструишемо модел који одговара нашим специфичностима: развијености, величини, обиму, броју становника, броју актера у ККИ, образовним програмима, постојећим стратегијама одрживог развоја привреде и друштва... То значи, да би консултујући предложене и друге релевантне документе, анализирајући иновативне стратегије, потенцијал и ресурсе сличних региона, могли да имплементирамо релевантна инострана искуства и креирамо главне стратешке циљеве, секторске и технолошке приоритете много боље и конкретније него до сада; усвојене стратешке планове развоја културе и креативности можемо унапредити усвајањем много амбициознијих и прецизнијих – конкретнијих, акционих планова.

Сектор културе и креативних индустрија

Креативност посматрамо „као способност да се од ништа начини нешто, или од нечег постојећег трансформацијом, рециклажом и сл. изрази ново. Поред тога, креативност представља другачији приступ, без обзира да ли је реч о материјалном или интелектуалном. Креативност, у облику у ком је прихвата велика већина, највише се истиче кроз културу и сектор креативних индустрија.” (Ковачевић, Ковачевић 2015:2). Кључни недостаци када говоримо о унапређењу сектора ККИ почињу непостојањем стратешких докумената и оквира

⁷ http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/2014-heritage-communication_en.pdf

⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2015%3A192%3AFIN>

⁹ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2016-0357+0+DOC+XML+V0//EN>

¹⁰ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0303+0+DOC+XML+V0//HR> Посебно значајан је циљ 29, секција Управљање и алати, стр 9.: „позива Комисију да одговарајућим прорачуном те узимајући у обзир обавезе према Конвенцији УНЕСКО-а о културној разноликости, уврсти културу у све постојеће и будуће билатералне и мултилатералне споразуме како би се додатно нагласио господарски потенцијал културне баштине и културних и креативних сектора у промицању одрживог развоја, укључујући подручја раста и запошљавања, те њихов утјецај на добробит друштва; Поред овог, нарочито важни су и циљеви 66 и 67, који се односе на Глобалну стратегију развоја ЕУ.

развоја, на готово свим нивоима власти. „Стратегије развоја културе постале су значајне у плановима економског развоја градова, јер се културне активности сматрају урбанистичким туристичким привлачностима (Richards, 2001) и значајним факторима како појединци бирају где живе и раде (Флорида, 2002)”¹¹. Стратегија развоја сектора културе на националном нивоу још увек није усвојена, иако нацрт постоји од 2017. године¹². На покрајинском нивоу, једини стратешки документ у ком се анализира и помиње унапређење културног живота у Војводини, јесте Програм развоја АП Војводине 2014-2020¹³. Поједине јединице локалне самоуправе (ЈЛС), међу којима предњачи град Нови Сад, имају израђене и усвојене Стратегије развоја културе (уз Акциони план за 2017-2018), а поједине и сектора креативних индустрија (Пирот). У нацрту Стратегије културног развоја Републике Србије, помињу се креативне индустрије и предвиђене су одређене мере за њихов развој, мада од Савета за креативне индустрије очекујемо допуну у виду конкретнијих инструмената и мера¹⁴. Када је реч о самој организацији и подели надлежности, на републичком нивоу у оквиру Министарства културе и информисања, постоји сектор за савремено стваралаштво и креативне индустрије. Међутим, оваква структура и подела надлежности, није иста на покрајинском, нити локалним нивоима власти, где је сектор креативних индустрија / креативне економије, сврстан под надлежност секретаријата за привреду (АПВ), или члана градског већа задуженог за привреду. Сектор ККИ обезбеђује преко 4% БДП-а ЕУ, иако са само 4% укупне радне снаге, а расте стопом од 3,5% годишње. У појединим већим градовима, попут Берлина и Лондона, стопа доприноса овог сектора је у двоструким цифрама за БДП и радна места, а раст превазилази већину других области привреде¹⁵. У неким релативно руралним регионима, од северне Португалије до централне Данске, сектор ККИ је подржан због директне економске вредности, и ефеката преливања у секторе туризма, производње и науке¹⁶.

Проблеми сектора ККИ огледају се и у самој дефиницији - експерти не могу да се сложе око термина *креативне индустрије*, због различитости укључених и заинтересованих страна, перцепције профитних / непрофитних организација, јавних и не-јавних (приватних), појединаца, која није развијена на исти начин као свест оних који политике креирају. Појединци и групе унутар сектора себе нити виде нити доживљавају исто, не поимају културу на исти начин, нити своју креативност. Свему томе доприноси и тренутна ситуација у

¹¹ У: Grodach, C., Loukaitou-Sideris, A. (2007). Cultural development strategies and urban revitalization. A survey of US cities. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, No. 4. p. 1.

¹² <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>

¹³ Мера 2.2. Побољшање квалитета живота на селу у циљу повећања запослености и заустављања трендова депопулације; Мера 2.4 Унапређење културних и спортских садржаја у локалним самоуправама у цивилним животним стандардима становања и нових атракција, посебно за младе.

¹⁴ Нацрт Стратегије културног развоја РС. Стр 109.

¹⁵ Нпр: ‘70их година XX века, група *ABBA* (њена музичка продукција) је била, уз ауто гиганта Волво, највећи шведски извозник. <https://www.rockhall.com/inductees/abba>

¹⁶ Voices of culture – Structured dialogue between the European Commission and the cultural sector

којој је неким опстанак упитан (штампа), док су други (ИКТ) у позицији да се пореде и такмиче и са много развијенијим привредним гранама. И ово су разлози за детаљно испитивање и снимање стања ККИ и у Србији (на регионалним и локалним нивоима), мапирање у реалним оквирима, које мора бити реализовано пре свега на терену, јер је део сектора управо због неусклађености са употребом технолошких иновација ван перископа - са циљем да пронађемо пут до плана одрживости за све. Стратегије развоја ККИ треба да буду конципиране према научним методама индукције и дедукције: сазнавање појединачног и посебног да би се дошло до општег на националном нивоу, и поступило од општег ка појединачном и специфичном на нивоу региона (округа) и ЈЛС. Треба да одговоре на неколико суштинских питања: шта се жели од сектора; како стварати могућности за даљи развој и подржавати креативност у циљу подстицања предузетништва и иновативности; какав менаџмент остварује највеће успехе и којим методама; шта функционише у нашем окружењу, а шта не. Треба сагледати улогу јавних политика и органа управе у циљу издвајања најпродуктивнијих реаговања на промене и истражити нове пословне моделе који мењају природу и правце развоја, вештине и способности којима се то успева, односно, издвојити и анализирати оне појединце који су у томе најуспешнији. Неопходно је сумирати најбоље мере за промовисање иновативности и предузетништва сектора ККИ и развијати еУправу за културу како би олакшали рад свима, али и сва прикупљена знања и корисне податке учинили доступним. *Grodach* и *Loukaitou-Sideris* (2007:353) извршили су типологију стратегија локалног културног развоја и урбане ревитализације на: предузетничке, стратегије креативне класе и прогресивне. Прве карактерише економски развој кроз туризам и имиџ града уз катализирање улагања приватног сектора, ослањајући се на промоцију и реализацију водећих културних и спектакуларних догађаја намењених туристима и становницима града и предграђа, на најатрактивнијим градским локацијама. Друге, теже економском расту кроз подизање квалитета живота привлачењем нових становника запослених у сектору креативне економије, реализацијом пројеката који укључују секторе ККИ и привреде на атрактивним градским и историјским локацијама, намењене потенцијалним и садашњим становницима, младим урбаним професионалцима чији се рад заснива на знању. Треће су усмерене на развој заједнице, уметничко образовање и приступ локалној културној продукцији са изградњом и радом друштвених центара и програмима уметничке едукације као водећим, намењених популацији у градским насељима којој су културни програми недоступни. Сваки од поменутих типова стратегија културног развоја има своје предности и мане и управо је мапирање и детаљно истраживање кључ у смислу препознавања специфичности. У Србији је већ присутан модел којим се комбинују сва ова три, што подразумева да приватни и јавни сектор подједнако улажу у развој производа и услуга креативних индустрија, али и деле ризик и одговорност не само у смислу остваривања бенефита, већ и угледа земље у свету, изграђивања потенцијала за стратешка партнерства и улагања, итд.

У извештају са тематске седнице¹⁷ коју је организовало тело за структурирани дијалог заинтересованих страна цивилног друштва ЕУ и Европске комисије у погледу културе, акцентирано је да није довољно да се за сектор ККИ генерише све више препорука за креирање инструмената политике¹⁸ већ да су потребни нови оквири управљања и нова економска размишљања, како би се повећао предузетнички и иновативни потенцијал.

Овде морамо поменути и неадекватан однос медија према култури и креативним индустријама. Иако и сами медијски системи и сва медијска продукција спадају у креативне индустрије, извештавање о културним активностима и пројектима, за свакодневну медијску праксу нема велику важност. У укупном броју сати (2.102.124) емитованог програма путем електронских медија (јавних, комерцијалних и осталих) уметност и култура учествују са 19.167 сати (0,02%) ТВ програма и 19.553 сати (0,01%) радијског, док је музика заступљена са 0,17% на ТВ и 0,69% на радију, од тога 0,08%, односно 0,01% одлази на класичну музику¹⁹. Показатељи јасно говоре да се емитери воде профитом приликом креирања програмске понуде и нуде „испробане” сигурне садржаје (не културне) који им гарантују већу гледаност. Оно што би их вероватно изненадило, уколико би се у такву врсту праксе упустили, јесте појава да се преференције гледалаца изграђују и да управо понуда утиче на ниво и врсту тих изграђених преференција, те самим тим и на избор садржаја касније. Оно чему треба тежити, (поред Закона о јавном информисању и медијима, израде квалитетне медијске стратегије и регулативних, односно, контролних тела и механизма којима располажу у спровођењу Закона) јесу јасна стратешка решења за односе са медијима, односно, промовисање значаја културе и креативних индустрија у медијима, пре свега на локалном нивоу.

¹⁷ http://www.voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2018/07/3.Brainstorming-Report_CCS_SD.pdf
Европска агенда за културу, коју је усвојила Комисија, 2007. поставила је три стратешка циља: промоцију културне разноликости и интеркултуралног дијалога, промоцију културе као катализатора за креативност и промоцију културе као виталног елемента у Међународним односима ЕУ, и два алата за сарадњу у области културе на нивоу ЕУ: отворени метод координације (ОМЦ) са државама чланицама ЕУ и структурирани дијалог (СД) са цивилним друштвом. У оквиру ОМЦ-а, стручњаци из министарстава и националних институција културе, сусрећу се како би разменили добре праксе и произвели приручнике или алате за политику, који се деле широм Европе. У овом оквиру, државе чланице ЕУ размењују информације о томе како они дизајнирају политике и шеме финансирања. Овај облик сарадње, назван Отворени метод координације, користи се у многим областима политике. Кроз СД, Комисија одржава редовни дијалог са цивилним друштвом. Током овог процеса, заинтересоване стране пружају кључне идеје и поруке које се такође могу поделити са релевантним стручњацима за ОМЦ. Овај дијалог са сектором културе обезбеђује оквир за размену мишљења и информација и осигурава да се чује глас организација цивилног друштва. СД је од 2008. до 2013. године, састављен од два комплементарна подручја: Форуми европских култура и Платформе цивилног друштва (Интеркултурална Европа, Приступ култури, ККИ).

¹⁸ У приручнику Комитета регија ЕУ, за израду стратегија културног развоја (2018) описано је 40 иницијатива које помажу у разумевању када је употреба специфичних инструмената од стране локалних власти, постигла позитиван утицај. Поред тога, изнесено је и пет студија случаја које илуструју како се, усвајањем посебних инструмената, може дизајнирати и имплементирати стратегија развоја културе.

¹⁹ <http://publikacije.stat.gov.rs/G2017/Pdf/G20176009.pdf> стр 42.

Националне стратегије културног развоја Шкотске и Чешке републике

Увиђајући моћ ККИ да покрену преливање у друге индустрије (стоје на раскрсници између уметности, бизниса и технологије)²⁰ већина европских земаља је развој овог сектора уврстила у програм националног развоја привреде и друштва, а потом су такву праксу следили региони и градови при креирању својих стратегија развоја²¹. То је изражено и кроз циљеве: поставити културу као централно разматрање у свим областима политике, а друштву отворити потенцијал културе као трансформативну прилику²². Према неким теоретичарима напредна друштва, развијене земље, прешла су на економију која се заснива на информацијама и знању, док Флорида (2012), види креативност као кључни покретач економског напретка, те да су „њихов производ иновације, било у облику новог технолошког артефакта или новог пословног модела или метода.“²³ Нацрт Стратегије културног развоја Шкотске је пред усвајањем, након реализације обимног истраживања којим су доминирала три питања: Зашто је култура важна за вас као појединца и за вашу заједницу? Шта је добро у култури Шкотске, а шта се мора променити? Шта желиш да буде будућност културе у Шкотској? Визија ове стратегије је исказана овако: култура у Шкотској је иновативна, инклузивна и отворена; културна изврсност, у смислу прошлости, садашњости и стварања, поштује се и од суштинског је значаја за просперитет и благостање; културно оснаживање и моћ трансформације могу да искусе сви.²⁴ Током истраживања, развијене су амбиције које су водиле и креирању стратегије: трансформација кроз културу - оснаживање кроз културу - одржавање културе. Покушали су да истакну значај културе за будућност појединаца и заједница, са централном амбицијом да сви имају једнаке могућности да учествују / допринесе култури²⁵. Главни циљеви стратегије развоја: омогућавање ширине приступа и учешћа у сектору ККИ; вредновање уметника и креативности; посвећеност младима кроз образовање стицањем и неговањем вештина за ККИ; интернационализација културе; лидерство и умрежавање градова и региона, уз међусекторску сарадњу. Донет је оквир односа између локалне и националне културе који треба да користе и појединцу и локалној заједници. Одрживи развој културе виде кроз: истраживање нових модела финансирања за подршку сектору и развијање креативне економије уз нова партнерства; испитивање потенцијала моћи шкотске владе у развоју пореске и законодавне легислативе која ће дугорочно генерисати колективну одговорност за подршку култури; развијање програма подршке развоју вештина, лидерства и иновација, укључујући и дигиталне технологије; подршка *freelance*-ерима,

²⁰ Promoting Culture and Creative Industries across Europe. p.6

²¹ Препорука коју су следиле земље чланице ЕУ из Радног плана за културу (2015 - 2018) стр 8.

²² A culture strategy for Scotland - Draft for consultation. p.18.

²³ Florida, R. The rise of the creative class. p.30.

²⁴ https://consult.gov.scot/culture-tourism-and-major-events/culture-strategy/user_uploads/sct05186154381.pdf p.7.

²⁵ Помиње се приступ заснован на „правима“ према култури и културним активностима.

независној културној сцени и неговању талената и изврности, креирањем нових начина за побољшање економског и социјалног статуса...

Стратегијом културног развоја Чешке републике 2015-2020, са пројекцијом на 2025. влада је поставила циљ да се културно разноврсно друштво фокусира на креирање иновација и коришћење опипљивог и нематеријалног културног наслеђа у различитим друштвеним групама, на регионалном и локалном нивоу, са нагласком на промоцији индивидуалног културног израза; да се очувано културно наслеђе интегрише у модерно друштво путем легислативних и економских инструмената и стимулативном пореском политиком. Министарство културе фокусирано на реформу јавне управе и промовисање концепта целоживотног учења, поставило је два приоритета: развој сектора ККИ и увођење еКултуре. Желе већу интернационализацију и промоцију културе, коју ће посматрати као економски фактор и важну компоненту државне економске политике. Економском, регионалном и фискалном политиком, држава ће подстицати активно укључивање културе у развој друштва, издвајати средства за заштиту културне баштине и обезбеђивање приступа култури, најновијим научним открићима, укључујући ИКТ. Културно окружење заједница и регија биће широко подржано координацијом културних, територијалних и регионалних политика државе. Планирано је развијање алата (као услова за квалитетан живот и развој) повезаних економских активности, те веће ангажовање у приступу фондовима ЕУ. Влада ће донети нови закон о култури, закон о јавним институцијама уметности, којим ће елиминисати недостатке организација и политизацију, и обезбедити њихово стабилно финансирање, нови закон о очувању наслеђа, измене и допуне Закона о ауторским правима и измене и допуне медијских закона. Промовисаће нови модел презентације Чешке у иностранству. На националном нивоу осмислиће олакшице за приступ јавним културним добрима (дан бесплатног пријема, породичних поуста и сл.), заговараће ефикаснији модел развоја дечије креативности, подржати аматерске уметничке активности, регионалну културу и јавну културу и услуге које пружају непрофитне организације. Државни инструменти²⁶ за спровођење Националне културне политике: легислатива - већина супстенцијалних закона измењена је након 1993. али је очување државне баштине и даље регулисано законодавством које рефлектује другу социјалну ситуацију; у другим областима неопходно ажурирање законодавства; економија - стимулисаће културу директно грантовима и доприносима из државног буџета и алтернативно, финансијским инструментима националних и структурних фондова те индиректним пореским подстицајима; ефекат се може повећати донацијама условљеним спровођењем смерница или, статутарним мандатом. институционално - државне културне институције носе и спроводе задатке националне културне политике на ефикасан начин; контрола - након укидања окружних власти, контролни инструменти владе сужени су на индиректну контролу од стране државних институција; друштво - признавање изврности мотивише креаторе и добротворне организације - награда коју додељује министар културе постала је ста-

²⁶ National cultural policy of Czech Republic 2015- 2020. p.16.

билна карактеристика и важна полука мотивације за рад у култури; технологије - у области културе подстичу се креативне, административне, процедуре за вођење евиденције и све друге процедуре које користе савремену технологију; ИКТ постаје производни алат, ко-стваралац и носилац препознатљивог културног израза као нпр. дигитално створена културна добра²⁷ (енг. *born-digital*). Аутори закључују да је најефикаснији начин за развијање националне културе комбинација добрих смерница, економских и технолошких алата.

Стратегије културног развоја регије Кембриџ и округа Кент

У својој студији „Преглед креативности у бизнису: Изградња британских капацитета” *George Cox* се бави кључним питањем за британску економију: **како да земља капитализује креативне вештине својих људи и суочи се са претњом конкуренције из земаља у развоју?** Посматрајући креативност као кључну за будући пословни успех и за национални просперитет, он **идентификује "центре креативности и иновативности широм Велике Британије" као јасне могућности за промоцију и јачање културног портфолиа региона и градова.** Према *Cox* -у²⁸ сваки регион треба да има центар са бар неким од следећих садржаја: изложбени простор; објекат за конференције и семинаре; хаб за креативне индустрије; образовне садржаје; простор за пословна и трговинска представништва; простор за издавање у закуп и/или просторе намењене за исхрану; пословне инкубаторе за креативност у раној фази пословања; сервисну канцеларију / заједнички студио, са опремом за креативне компаније. Сваки од центара могао би да делује и као генератор програма и услуга, чији је циљ развој и бизниса и сектора креативности.

Добро конципирана регионална стратегија културног и креативног развоја може да донесе огроман бенефит у свим областима привреде кроз преливање учинка и задовољства креативним пословима на остале. Са друге стране, доприноси умрежавању и бољем планирању развоја градова уопште, подстиче туристичке потенцијале и олакшава промоцију и позиционирање како градова и регија, тако и пословања. Региони су специфични када је реч о планирању културе, а код оних који имају израђену стратегију паметне специјализације, култура, када јој се приступа као економском покретачу, природно постаје саставни део такве стратегије.²⁹ Паметне специјализације се креирају како би спојили индустријску и иновативну политику у циљу развоја иновативне економије, са фокусом на инвестиције утемељене на знању и иновативности. Корисне су за регионе, колико и за државе. Претходи им опсежно истраживање и анализа стања, како би пројекције, планиране мере и инструменти, деловале што прецизније и конкретније. Ваља напоменути и то да је почетком 2018.

²⁷ насупрот производима и материјалима који су из аналогног преведени у дигитално.

²⁸ The Cox review of Creativity in Business, Assessment by Rafiq Elmansy; Building on the UK's Strengths. In: Quality of Life Programme - Arts and culture strategy for the Cambridge sub-region. p33.

²⁹ How to design cultural development strategies to boost local and regional competitiveness and comparative advantage: overview of good practices. p.56.

Европска Комисија усвојила шест нових иницијатива за Западни Балкан од којих се три ослањају на креативне потенцијале: иницијатива за јачање подршке социо-економском развоју, иницијатива за дигиталну агенду за Западни Балкан, и иницијатива за подршку помирењу и добросуседским односима. Све су ово могућности које треба искористити, али захтевају претходно планирање или усклађивање планираног. Регионалне политике ЕУ наглашавају улогу културе у стварању привлачних региона, како за туристе, тако и за високо квалификоване професионалце. Подстицањем културног предузетништва и преливања ефеката између културних активности и индустрије, у граничним регионима ЕУ појављују се нова и конкурентнија тржишта. Комбиновањем улагања и утицаја различитих партнера, туристичке атракције постају привлачније, локални производи иновативнији, а гранични региони у Европи конкурентнији.³⁰

Регион Кембриџ је глобални лидер у иновацијама и високој технологији 21. века. Визија развоја представљена је кроз Регионалну економску стратегију Енглеске развојне агенције (*EEDA*): водећа економија заснована на бази знања светске класе и креативности, и пословним подухватима својих људи. Вођени инструкцијама из *Сох*-ове студије за изградњу капацитета, дефинисали су недостатке насељених места у округу и дали предлоге за даље инвестирање у ККИ. Повезали су градове и њихове потребе, потребе актера ККИ и оформили мрежу партнерских организација које ће укрштањем интереса и планирањем инвестиција допринети изградњи потенцијала. Формираће тим за пројектне активности усмерене ка фондовима који стимулишу развој ККИ на европском нивоу. За веће градове дате су смернице за израду посебних стратегија, уз усклађивање једних са другима. Пројекције исхода су да ће култура помоћи да оживе напуштена места (рурална подручја), а посебан циљ је да се нагласе стратешке прилике тих насеља које ће им донети креативна економија. Ту су и препоруке да све школе обезбеде простор за извођење уметности и представљање ументика; значај изградње услова за малопродају производа креативних индустрија, и потреба за разноврсношћу како у избегавању клониране понуде, тако и у смислу дневне и ноћне економије. Стратегија ставља акценат на развој дигиталних технологија, формирање стандарда у ККИ који ће бити лако усвојиви на свим нивоима, подршку партнерствима (умрежавање градова и регија); садржи рокове, поделу послова и одговорности за развој: лидерства, фондова и политика; стратегија и истраживања; програмских инвестиција и нових партнера; инфраструктуре за уметност и културу; планирање великих пројеката: изградња велике концертне дворане и регионалног центра за креативност - креативни хаб.

Округ Кент симболише „врата Британије” са јединственом позицијом између Европе и Лондона, и потенцијалом да одржи и развија међународну перспективу. Стратегијом **створити – иновирати – одржати**, зацртани су циљеви: унапређење и улагање у инфраструктуру културе где постоји доказан потенцијал раста; осигурање да деца и млади имају приступ висококвалитетној

³⁰ Promoting Culture and Creative Industries across Europe. p.13.

култури; неговати и подржати креативне културне професионалце у пружању изврности кроз производњу и програмирање; подржати културне и дигиталне активности које повећавају ангажман заједнице у култури; обезбедити изазовна искуства која ће трајно утицати на учеснике и публику; промовисати креативност Кента на свим нивима; инвестирати у развој радног простора – креативни хаб. Када су у питању иновације, округ ће: стварати могућности улагања кроз међусекторску сарадњу и преузимање ризика; подстицати раст креативних кластера; подржати нове формате и медије за културну производњу; подржати постојеће креативне лидере, те инспирисати будуће (децу); прихватити напредак у технологији као суштински елемент културног пејзажа и максимизирати њихов креативни потенцијал као уметнички алат. Планирају да: развију специфичну пословну подршку; истраже нове могућности улагања и приступа финансијама, укључујући сарадњу са јавним сектором; уграде културу и креативне индустрије у оквиру свих планирања у Кенту; максимизирају улогу дигиталне дистрибуције како би промовисали рад, и изградили нову публику; прошире културну туристичку понуду Кента, те прате улагања привреде и повезаност са културом. Циљ Стратешког деловања је да подигну културну инфраструктуру, инвестирају у приступачне креативне радне просторе и подстичу раст кластера. Пројекција је да ће Кент постати место које ће привући више људи за живот и више предузећа за пословање. Резултате ће мерити бројем креативних исхода; обимом нових улагања; бројем радних места; нивоима учешћа и ангажовања публике; покривеношћу од стране медија, маркетиншких активности и публицитетом.

Стратегије културног развоја Лондона, Лидса, Загреба, Абердина

Лондон је глобални креативни успех. Иако је глобална културна престоница, стално се развија и разбија препреке које стоје на путу оних који желе да се остваре кроз културу и креативност. Свесни тога да многи градови желе да постану креативни хабови, власти Лондона развијају нове политике, инструменте и програме подршке, како би задржали и ојачали своју позицију. Градоначелник Лондона формирао је низ саветодавних тела и тимова, мреже партнера и спонзора, за помоћ у остварењу постављене визије развоја. Сектор ККИ у Уједињеном Краљевству 2016. године, вредео је 91,8 милијарди фунти (£), што је више него аутомобилска, нафтна и авио индустрија заједно, а годишње овај сектор приходује 47 милијарди £ (од 2009-2014. године забележен је раст од 40%). У Лондону један од шест послова је у сектору ККИ. Највећи финансијери културе су локалне власти, а током 2014. и 2015. године приватне инвестиције порасле су за 21%. Стратешким планирањем подстиче се политика слободног приступа култури јер је процењено да само 1/3 становника (од који је 75% задовољно културном понудом) посећује културне догађаје. Како би мотивисао све делове града на већу продуктивност у сектору ККИ, градоначелник Лондона осмислио је такмичење за културну престоницу – Лондонско насеље културе 2020. године и пројекат малих грантова који могу да створе велике ствари.

У периоду 2008-2009. године, када је затворена $\frac{1}{4}$ кафеа и музичких простора (малих бизниса), због локација које су постале атрактивне скупим инвестицијама, град је одговорио стварањем креативних зона (хабова), где су актерима ККИ омогућили разне видове помоћи за покретање бизниса, уметничких пројеката и платформи: јефтинији најам простора; другачији начин плаћања; створени су планови за бољи однос културних хабова и зона становања... Прикључили су се и пројекту ноћног градоначелника³¹ који је покренут у Амстердаму 2014. године, и кренули у развој ноћне економије.

Стратегијом развоја града, предвиђа се развој културе како се град шири, као што је то случај са градским превозом или инфраструктуром. Транспорт у граду је такође подређен култури и сигнализација унутар њега и око станица. Од 2020. године креће реализација пројекта *Највећа галерија на свету* којом се предвиђа излагање уметничких дела у јавном превозу и објектима, како би уметност била доступна свима. Стратегијом је обухваћена и циркуларна економија јер су ККИ савршене за то да од оног што би представљало отпад сачине нешто ново и корисно, те се сакупљају и рециклажи отпада озбиљно приступа. Повезано је урбано планирање, архитектура и дизајн кроз употребу и очување мозаика, мурала и сличних решења. За едукацију за културу и креативност, одвојено је 7 милиона £, а 300.000£ за развијање музичких потенцијала младих. Планирано је веће улагање у културни туризам, и културе у служби туризма, промовисање летње сезоне и веће улагање у маркетинг. Наглашава се улога медија и интернета у промовисању стратешких циљева и вредности које ствара креативна економија. Подстиче се публикување свих истраживања и налаза која се односе на рад и развој сектора ККИ у циљу дељења знања. Можда ће неки критички осврт издвајање примера стратешког развоја културе и креативности града Лондона, окарактерисати као непримерен и неадекватан, али у овом раду опсервирамо са позиције да је управо највећи успех најбољи пример. Сваки део града Лондона носи неку специфичност, и у сваком од тих квартава можемо пронаћи примере добре праксе и оно што је за нас на неком од нивоа управљања управо лако применљиво. Најразвијенији и најуспешнији јесу угледни пример.

Град Лидс (Leed) је сачинио стратегију која се ослања на поређење локалног и глобалног контекста, анализом снага, слабости и статистичких показатеља. Стратегија 2017-2030 треба да допринесе: вредновању и додели приоритета културним активностима, користећи их као средство за побољшање квалитета живота сваке особе и сваке заједнице; изградњи поштовања, кохезије и коегзистенције; да сви буду подржани у креативности кроз школу и неформално учење, обуку, волонтирање и запошљавање; промени перцепције и

³¹ Пројекат креиран од стране малих НВО, "изабраних" комбинацијом онлајн гласа од стране јавности, учесника музичког фестивала и жирија од 5 стручњака. Подједнако финансирани од градских и ноћних бизниса, представљају ноћни живот граду и његовим становницима и у могућности су да разговарају са званичницима по сопственим условима. Они негују ноћну економију, задовољавајући туристе, становнике и јавне службенике - управљање и унапређење односа између заинтересованих страна.

<https://www.citylab.com/solutions/2016/01/night-mayor-amsterdam-mirik-milan/433893/>

ставова према култури и уметности, померајући фокус од тога колико кошта до тога шта ствара; да осигура да се култура слави, јер је нераскидиво повезана са оним ко смо и шта радимо; вредновању и поштовању уметника и њихове промоције као дела разноврсне економије; међусекторској повезаности и изградњи иновативних програма подршке. Поред повећања квалитета живота својих становника, за циљ су поставили и: развој путне инфраструктуре и бициклических стаза; смањење CO² за 80% до 2050. године; рециклирање 40% отпада до 2020. године. Од седам главних приоритета развоја града, четири су усмерена на развој ККИ: развој културне понуде и индустрије забаве, стварање зеленијег и чистијег града, охрабривање добрих односа и изградња духа унутар заједнице. Ово није необично јер у Лидсу живи 140 етничких група, и говори се 170 језика. План је да Лидс има највећу културну имовину до 2030. године, тако што ће: изградити наслеђе паркова и пловних путева; створити стандарде који изграђују културу на улицама, трговачким центрима, парковима, урбаним просторима; заштитити креативне просторе који постоје, и створити нове; креирати 24-часовну културну понуду уз подршку транспорта, истицањем гостопримства и изградњом сигурног окружења које позива људе да ту станују. Посматраће миграцију као врлину, ојачавајући свој статус „Града уточишта”. Да би постао међународна престоница културе, Лидс ће се кандидовати за Европску престоницу културе 2023. године. Предвиђа се сарадња са регионом Лидс Сити како би се обезбедио оквир за улагање у културни туризам и креативне индустрије, и максимизирала улога културе у привлачењу инвестиција. Да би постао град културних иновација, Лидс ће: створити нове могућности за ККИ кроз сарадњу са технологијом и дигиталним светом, стварајући нове услуге; објединити актере ККИ како би створили нова импресивна искуства за публику.

Град Загреб намерава да својом стратегијом за период 2015-2022. година, стекне: побољшан квалитет живота грађана; унапређену међународну препознатљивост културе и културног туризма; иновативно културно предузетништво; јачање уметничког и културног стваралаштва; раст прихода и запошљавање у ККИ; доступност и партиципацију свих грађана. Намеравају да унапреде међусекторску сарадњу, пруже подршку иновативном уметничком стваралаштву, промоцији и дистрибуцији уметничких производа, преуреде и изврше пренамену објеката културне и историјске вредности у просторе за културу. Издвојени су општи стартешки циљеви и конкретизовани пројектима који су одабрани за реализацију, а дати су и примери добре праксе: реализација новог циклуса *Филмске глазбе у кину Еуропа*, с циљем упознавања шире публике с класичном музиком - свака пројекција праћена је оркестром који живо изводи филмску музику; Плесни центар и Хистрионски дом сместили су се у некадашње биоскопе захваљујући финансијским и организационим напорима Града да се пренамене и користе за културу; Погон - загребачки центар за независну културу и младе, уселен је у реконструисан простор бивше фабрике дувана; током године се одржава више од 15 бесплатних концерата класичне и џез музике на главним градским трговима (као и Загребачко културно лето), како би уметност била доступна свима; лоша понуда сувенира

решена је пројектом сарадње *Музеја за уметност и обрт*, са уметницима, кустосима, дизајнерима, власницима радњи, кроз производњу употребних предмета и сувенира и допринос развоју културног туризма; у сарадњи са *Градским уредом за програме и пројекте ЕУ и Пучким отвореним училиштем* планира се оспособљавање за припрему ЕУ пројеката у култури. Као и Градска управа за културу Новог Сада и загребачка је унапредила систем праћења и вредновања пројеката уз испитивање задовољства корисника.

Абердин (Aberdeen) је усвојио стратегију развоја културе за период 2018-2028. године. За 10 година Абердин ће бити место где се сви могу трансформисати и инспирисати ангажовањем у уметности и култури - место које ослобађа креативност и инспирише: где су узбудљива културна искуства свуда без креативних граница - читав град је позорница; место које је креативна лабораторија Шкотске - сви ће моћи да експериментишу у свом дому, месту, одредишту, терену за тестирање уметника, креативних предузећа и нових идеја; место које култура повезује са светом., које слави и промовише сопствено наслеђе и оно што се ту ствара - где уметност обликује будућност. Како би остварили своју визију и амбиције, планирано је: проширење и обогаћивање учествовања и ангажовања у култури, промовисање вредности које трансформишу град и идентификовање и примена модела за развој радног и животног простора за уметнике и извођаче, као и развој шкотског центра одређене уметничке форме; организовање Бијенала фестивалских активности на основу искустава и снаге постојећих фестивала и догађаја; развој апликација како би постали један од Креативних градова УНЕСКО-а, а неопходно је борити се и за друга међународна признања; изградити снажан тим културних лидера који сарађују у реализацији потенцијала града; међународно умрежавање. Предвиђен је и тим за мониторинг стратегије и акционог плана.

Закључак

Модел одрживости и развоја сектора ККИ условљени су стратешким плановима укупног развоја сваке државе. Проблеми са којима се сектор суочава, највише се огледају у недостатку финансијске подршке, али и неразумевању потреба сектора, у смислу креирања инструмената и мера који су доступни и продуктивни. Европска комисија упућује државе чланице³² да у стратешким смерницама пажњу усмере на финансијски екосистем тј. специфичност сектора културе и креативних индустрија: **пронаћи нове начине финансирања као што су јавно-приватно партнерство, фондације за културу, пословни анђели, crowdfunding, спонзорства, донације, искористити могућности финансирања из европских и осталих фондова**³³. За квалитетно фи-

³² Work Plan for Culture 2015-2018. European Commission. 16094/14, Anex. p.3.

³³ Нпр: Стратешки приступ града Берлина да своју културну политику спроведе уз спољне агенције (*outsourcing*) које имају користи од давања грантова на годишњем нивоу. Међу њима је *Kulturprojekte Berlin GmbH*, основан од стране одељења Сената за културу и Европу 2006. као државна непрофитна организација за промоцију, умрежавање и комуникацију о култури и историји, ради подстицања пројектних активности.

нансијско планирање препоручује се ангажовање финансијских и др. стручњака са искуством из пословног сектора. Радни план за културу Европске Комисије, позива и на поштовање начела супсидијарности, и усмеравање активности у области културе на приоритетне и кључне теме, резултате и методе рада који су предложени овим стратешким документом. Европске државе препознале су потенцијал креативне економије и приступиле стратешком промишљању његовог одрживог развоја на свим нивоима, са посебним нагласком на иновативне моделе како по питању креирања новог окружења за рад актера ККИ, пословних модела, тако и у погледу финансирања, истраживања и употребе нових технологија. Националним оквирима дефинисани су приоритети и циљеви и дате смернице за стратешке планове развоја регија и градова, те конкретизоване методе, инструменти и правци деловања. **Тренд стварања (одржавања) креативних хабова и лабораторија доминира, као и искоришћавање технолошких решења ИКТ, и зелена и циркуларна економија** која се ослања на креативан приступ овог сектора. **Укљученост грађана у културне и креативне активности на све начине је приоритет**, и осмишљено је много програма едукације и мотивације за културу, јер је култура препозната као модификатор и покретач друштвених промена и понашања. **Креирање квалитетне туристичке понуде постао је један од основних задатака креативног сектора**, који се у том сегменту спаја са привредом и доприноси стварању ланца вредности. Посебно се виде **напори у изради програма подршке подстицају иновативности и предузетништву**, јер је препознат потенцијал за стварање нових радних места и самим тим нове понуде. У овом смислу постоји и **неопходност партнерских односа са универзитетима, специјализованим кластерима** и другим изворима знања и експерименталних активности.

Пројекције будућности које су створили европски градови, регије или државе описују се најчешће речима **креативан, иновативан, град светске класе који нуди јединствена искуства свима који живе или га посећују; град-регија препуна талената и идеја, у будућности много богатија приликама** него што је то данас.³⁴ Ми се надамо и да ће Нови Сад изградити препознатљивост и повећати видљивост на културној мапи региона и Европе искоришћавањем постојећих културних и креативних потенцијала. Нови Сад је од 2016. учинио велике помаке када је у питању транспарентност и партиципативност у култури, како је планирано Стратегијом културног развоја и акционим планом који је прати. Поред тога што се изборио за титулу ЕПК 2021. године, Нови Сад је оснивањем независног, отвореног тела - Форума за културу, те покретањем апликације која комуницира са грађанима, туристима и струком када је реч о културним и креативним активностима, изнедрио модел за комуникацију у култури, за друге градове у Србији. Помаци су учињени и када је реч о начину на који се селекују културни пројекти подржани из буџета, у смислу транспарентног одабира чланова комисија и расподеле средстава према приоритетним осама финансирања. Осмишљен је и нови систем евалуације који захтева дигиталне записе и верификацију реализованих активности.

³⁴ Reframing Manchester's Cultural Strategy. (2010). p.30.

Као подршку свим овим иновацијама ГУК је покренула нову интернет платформу на којој се могу пронаћи многе релевантне смернице, информације и линкови. Пренаменом објеката индустријског наслеђа у сврху културе и креативности, Град Нови Сад јасно је ставио до знања намеру свог даљег развоја и решености за подстицање сектора ККИ. Следствено томе, потребно је детаљно планирање одрживог развоја ових објеката, а за то могу послужити модели изнети раније у овом тексту. Надамо се да ће Акциони план који се спрема за период после 2018. године, бити још амбициознији и конкретнији, да ћемо сви учествовати у његовом креирању и учинити Нови Сад још примамљивијим у смислу културне и туристичке понуде, још атрактивнијим за пословна улагања и живот.

Влада АП Војводине појединим иницијативама секретаријата за привреду јесте показала намеру улагања у сектор креативне економије, али се чини да не постоји јасна визија, нити план. Веома корисно би било уколико би организационом структуром следили поделу надлежности са републичког нивоа и сектор креативних индустрија повезали са културом кроз стратешке документе развоја. Ово би био пионирски подухват у том смислу, јер Војводина (до сада) није имала план развоја културе и креативности.

Влада Републике Србије поседује нацрт Стратегије културног развоја за који се искрено надамо да ће бити измењен и допуњен / усклађен са планом развоја креативних индустрија. Намере су јасно исказане формирањем тима који би овим послом требао да се бави, али је већ на почетку његовог рада приметан недостатак решености, отворености и конкретизације проблема и решења. Очекивања у овом смислу су велика и оправдана, јер су ова стратешка документа смернице даљег развоја сектора у целој земљи на свим нивоима.

Завршна разматрања даћемо кроз визију креирану Стратегијом културног развоја за град Берлин до 2030. године³⁵. Процес креирања и партиципације за развој урбаног концепта представљен је слоганом *Обликовање града заједно, јер је Берлин заједнички пројекат!* Стратегија је развијена као део конструктивног, креативног и кооперативног дијалога и њени водећи принципи постављају темеље за развој одрживог европског града, уз дефинисање циљева и смерница за заједничку имплементацију и развој града са новом културом учешћа. Берлин 2030. године: **изврсна међународна пословна локација широког спектра, водећи паметни град у Европи и једна од најуспешнијих научно-истраживачких регија у свету; извор нових технологија и интелектуалних иновација; динамичан капитал са глобалним достигнућем, иновативним економским и научним центром; место за сваког да истражи своју креативност, ослобађањем енергије кроз креативност и стимулисањем уметничке и културне продукције; негујући, инклузиван и друштвено одговоран, зелени и компактан глобални град.**

³⁵ The Berlin strategy - Urban development concept Berlin 2030. (2015). Senate department for urban development and the environment.

Литература:

1. Акциони план културног развоја Града Новог Сада за период 2017-2018. године. ("Службени лист Града Новог Сада", број 30/17).
2. Arts and culture strategy for the Cambridge sub-region. (2006). Cambridgeshire Horizons.
3. *BOP*. British Council's Creative And Cultural Economy Series/London. England. ISBN 978-086355-640-1.
4. Bourdieu, P. (1986). "The forms of capital", in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, ed. J. C. Richardson, Greenwood Publishing Group, Westport, CT, 241-258. Rep. as Chapter 1 in The Routledge Farmer Reader in Sociology of Education, ed. S. J. Ball, London, 2004, 15-29.
5. Cox, G. (2005). Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths. HM Treasury, Second draft. ISBN 1-84532-108-1.
6. *Creativity, Design and Business Performance*. (2005). Economics paper no 15 Study by the Department of Trade and Industry (DTI).
7. Cultural Strategy for the City of Aberdeen 2018-2028. (2018).
8. *Culture for all Londoners*. (2018). Mayor of London's draft culture strategy. Greater London Authority.
9. *Culture strategy for Scotland - Draft*. ISBN: 978-1-78781-011-2. Published by The Scottish Government, June 2018.
10. Dalziel, P. and others (2009). *Sustainable Development and Cultural Capital*. Official Statistics Research Series, Vol 5, ISSN 1177-5017.
11. *European agenda for culture - work plan for culture 2015-2018*. Report of the OMC (open method of coordination) working group of member states' experts. January 2018. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018, ISBN 978-92-79-67395-5, doi:10.2766/29789.
12. Florida, R. (2012). *The rise of the creative class, revisited*. Basic books. New York. ISBN: 978-0-465-02993-8.
13. Grodach, C., Loukaitou-Sideris, A. (2007). Cultural development strategies and urban revitalization. A survey of US cities. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, No. 4, 349-370. ISSN 1028-6632.
14. Hernández Mogollón, J.M. and others. (2014). Event tourism analysis and state of the art. *EJTHR Research Tourism*. Vol. 5, Issue 2, pp 83-102. Polytechnic Institute of Leiria.
15. How to design cultural development strategies to boost local and regional competitiveness and comparative advantage: overview of good practices. (2018). EU, CoR-Commission. ISBN: 978-92-895-0958-9; doi:10.2863/666915.
16. Inspirational creativity: transforming lives every day - Our cultural ambition for Kent. (2017). Adopted by Kent County Council.
17. Ковачевић, М., Ковачевић, Д. (2018). Креативна економија Балкана: фестивал Егзит као пример добре праксе. *Култура полиса*. бр.36, стр.445-459. ИССН: 1820-4589. Култура-полис, Нови Сад. Институт за Европске студије Београд.
18. Leeds Culture Strategy 2017-2030. (2017).
19. *Lewisham Cultural Strategy 2009-2013*. (2009). Publication number 069 - 1a.
20. *National cultural policy of Czech Republic. 2015- 2020*. (2016). Published by: The Ministry of Culture of the Czech Republic. ISBN: 978-80-87546-25-3.
21. *Inspiring Creativity*. (2013). Promoting Culture and Creative Industries across Europe. European Territorial Cooperation - INTERACT

22. Quinn, B. (2009). *Festivals, events and tourism*. School of Hospitality Management and Tourism.
23. *Reframing Manchester's Cultural Strategy*. (2010). Commissioned by Manchester City Council with the support of the Manchester Cultural Partnership.
24. Rohn, W. (2017). A survey of the cultural policies of Berlin, Paris, Vienna, and Zagreb regarding their urban peripheries. *Athens Journal of Social Sciences*.
25. *Стратегија развоја културе РС 2017-2027* Нацрт. (2017). Службени гласник РС, бр. 55/05, 71/05 – исправка, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - УС и 72/12, 7/14 - УС, 44/14).
26. Стратегија културног развоја Града Новог Сада 2016-2026. ("Службени лист Града Новог Сада", број 53/16).
27. The Berlin strategy - *Urban development concept Berlin 2030*. (2015). Senate department for urban development and the environment.
28. *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*, 2001, from The New Zealand Curriculum, 2007, from Clause 2 of The Treaty of Waitangi, 1840, and from the Ministry of Social Development's (2008) Social Report.
29. Уредба о критеријумима, мерилима и начину избора пројеката у култури који се финансирају и суфинансирају из буџета републике Србије, Аутономне Покрајине, односно јединица локалне самоуправе ("Службени гласник РС", бр. 105/16).
30. Yusuf, S. (2007). *From Creativity to Innovation* Development Research Group. Washington, D.C. World Bank Policy Research Working Paper 4262
31. Закључци Вijeća и представника влада држава чланица, који су се састали унутар Вijeća, о плану рада за културу (2015–2018). Службени лист ЕУ (2014/С 463/02).
32. *Закон о култури* ("Службени гласник РС", бр. 72/09, 13/16 и 30/16 - испр.)
33. Резолуција ЕП на тему *У сусрет Стратегији ЕУ за међународне културне односе* (2016/2240(INI)) P8_TA(2017)0303.

Електронски извори:

1. https://consult.gov.scot/culture-tourism-and-major-events/culture-strategy/user_uploads/sct05186154381.pdf / 20.8.2018.
2. <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef> / 10.8.2018.
3. <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/communication-promoting-cultural-and-creative-sectors-growth-and-jobs-eu-com2012537> / 10.8.2018.
4. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2013-0248&language=EN> / 10.8.2018.
5. http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/2014-heritage-communication_en.pdf / 10.8.2018.
6. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2015%3A192%3AFIN> / 10.8.2018.
7. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2016-0357+0+DOC+XML+V0//EN> / 10.8.2018.
8. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0303+0+DOC+XML+V0//HR> / 10.8.2018.
9. <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> / 15.8.2018.

10. <https://www.voicesofculture.eu/developing-entrepreneurial-innovation-potential-of-ccs/> /20.8.2018.
11. <https://www.citylab.com/solutions/2016/01/night-mayor-amsterdam-mirik-milan/433893/> /15.8.2018.
12. www.britishcouncil.org / 10.2.2018.
13. http://www.voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2018/07/3.Brainstorming-Report_CCS_SD.pdf / 16.8.2018.
14. www.london.gov.uk / 6.7.2018.
15. www.manchesterculturalpartnership.org /6.7.2018.
16. www.dti.gov.uk /10.8.2018.

STRATEGIC PLANNING FOR THE DEVELOPMENT OF CULTURE AND CREATIVITY

Summary: Given the importance of the culture and creative industries (CCI) sector in the frameworks of the strategic documents of the EU development, as well as their contribution to the overall development of the society and the increase of economic potentials, any activity in the direction of analysis of the local relevant documents, as well as their comparison and evaluation, is absolutely justified and preferable in order to encourage improvements. The paper also analyzes the strategies for the development of culture and creative industries of more or less developed European countries, regions and cities selected by a random sample. Our intention is to consult relevant foreign strategic document baselines, the proposed objectives and solutions, find out what are the common characteristics of these development plans and project desired achievements, which could serve as a potential material for the implementation in the strategies, plans and further development of culture and creativity practices for our city, region and state.

Key words: culture, creative industries, strategies for cultural development.