

**ISSN 1820-4589**

**КУЛТУРА ПОЛИСА, год. XV (2018), посебно издање  
THE CULTURE OF POLIS**

**часопис за неговање демократске политичке културе**

## КУЛТУРА ПОЛИСА

### The Culture of Polis

часопис за неговање демократске политичке културе

**Издавачи:** Култура – Полис Нови Сад, [www.kpolisa.com](http://www.kpolisa.com);  
Институт за европске студије Београд, [www.ies.rs](http://www.ies.rs)

**Уредништво:** др Србобран Бранковић, др Мирко Милетић,  
др Александар М. Петровић, др Славиша Орловић,  
др Вељко Делибашић, др Ђорђе Стојановић,  
др Милан Суботић, др Александар Гајић,  
др Небојша Петровић, др Дарко Гавриловић, др Милош Савин,  
др Александра Шуваковић, мр Милан Игрутиновић.

**Главни и одговорни уредник:** др Љубиша Деспотовић

**заменик гл. и одгов. уредника:** др Зоран Јевтовић

**помоћник гл. и одгов. уредника:** др Жељко Бјелајац

**секретар уредништва:** др Александар Матковић

**чланови уредништва из иностранства:** др Василис Петсинис (Грчка),  
др Пол Мојзес (САД), др Павел Бојко (Руска Федерација),  
др Марко Атила Хоаре (Велика Британија),  
др Татјана Тапавички - Дуроњић (РС-БиХ),  
др Давор Пауковић (Хрватска), др Еуген Страутиу (Румунија)  
др Даниела Блажевска (БРЈ Македонија)  
др Дејан Михаиловић (Мексико)

**прелом и припрема:** Милан Карановић

**Савет часописа:** др Живојин Ђурић, председник;

др Вукашин Павловић, др Илија Вујачић, др Срђан Шљукић,  
др Драган Лакићевић, др Мирослав Прокопијевић,  
др Радослав Гађиновић, др Зоран Арацки, др Недељко Прдић,  
др Зоран Аврамовић, др Срђан Милашиновић,  
др Маријана Дукић - Мијатовић, др Јоко Драгојловић,  
др Марија Ђорић.

**штампа:** НС Мала књига +

**тираж:** 400.

УДК 316.334.56:008

ЦИП - Каталогизација у публикацији

Библиотека Матице српске, Нови Сад

3

КУЛТУРА полиса : часопис за неговање демократске  
политичке културе / главни и одговорни уредник Љубиша  
Деспотовић. – Год. 1, бр. 1 (2004) – . – Нови Сад :  
Удружење за политичке науке СЦГ Огранак у Новом Саду;  
Stylos, 2004.-. - 21 cm

Повремено

ISSN 1820-4589

COBISS.SR-ID 199568391

# **КУЛТУРА И КРЕАТИВНЕ ИНДУСТРИЈЕ НОВОГ САДА: ИЗАЗОВИ ЗА БУДУЋНОСТ**

**приредили:**

**Мирјана Ковачевић**

## САДРЖАЈ:

УВОДНИК . . . . .	7-17
Небојша Љ. Петровић, <i>Културна политика у Војводини 1945-1955</i> . . . . .	19-28
Момчило Б. Бајац, <i>Културна права, културна економија и joш по нешто</i> . . . . .	29-41
Мирјана Ж. Ковачевић / Олга М. Дамјановић, <i>Стратешко планирање развоја културе и креативности.</i> . . . .	43-61
Ненад С. Ђуретић, <i>Интеркултурна перспектива мањинских самоуправа - Јавне политике и медијска сфера</i> . . . . .	63-73
Соња М. Бунчић / Мина С. Ковачевић, <i>Финансирање културе</i> . . . . .	75-89
Јелена Р. Кнежевић, <i>Град као друштвени процес: социолошко читање Богдана Богдановића</i> . . . . .	91-102
Драгана М. Константиновић / Слободан А. Јовић, <i>Културна и креативна инфраструктура Новог Сада: потенцијали алтернативног модела развоја</i> . . . . .	103-116
Борис Д. Илић, <i>Позиционирање културе у оквиру теорије флуидне модерности Зигмунта Баумана</i> . . . . .	117-133
Биљана Ратковић Његован / Горан Дашић, <i>Музеји и културне и креативне индустрије</i> . . . . .	135-144
Даница Д. Аћимовић, <i>Кратки метар у дугорочној перспективи</i> . . . . .	145-156
Игор Љ. Стаменковић, <i>Стејкхолдерски приступ у организацији културног догађаја</i> . . . . .	157-170
ПРИЛОЗИ	
Стратегија културног развоја Града Новог Сада 2016-2026. . . . .	173-203
Акциони план културног развоја Града Новог Сада 2016-2018. . . . .	205-215

## THE CONTENT:

INTRODUCTION . . . . .	7-17
Nebojša Lj. Petrović, <i>Cultural politics in Vojvodina 1945–1955.</i> . . . . .	19-28
Momčilo B. Bajac, <i>Cultural rights, cultural economy and more than</i> . . . . .	29-41
Mirjana Ž. Kovačević / Olga M. Damjanović, <i>Strategic planning for the development of culture and creativity.</i> . . . . .	43-61
Nenad S. Đuretić, <i>Ntercultural perspectives of minorities</i> <i>Self-government - Public Policy and Media Sphere.</i> . . . . .	63-73
Sonja M. Bunčić / Mina S. Kovačević, <i>Financing models in culture.</i> . . . . .	75-89
Jelena R. Knežević, <i>City as a urban process:</i> <i>Sociological reading of Bogdan Bogdanović.</i> . . . . .	91-102
Dragana M. Konstantinović / Slobodan A. Jović, <i>Cultural and creative infrastructure of Novi Sad:</i> <i>Development potential of the alternative models.</i> . . . . .	103-116
Boris D. Ilić, <i>Positioning of culture under Zygmunt Bauman</i> <i>Theory of liquid modedrinity.</i> . . . . .	117-133
Biljana Ratković Njegovan / Goran Dašić, <i>Museums and cultural and creative industry.</i> . . . . .	135-144
Danica D. Aćimović, <i>Short meter in long-term perspective</i> . . . . .	145-156
Igor Lj. Stamenković, <i>Stakeholder access in organization of cultural events</i> . . . . .	157-170
ANNEXES	
Strategy of Cultural Development of the City of Novi Sad 2016-2026. . . . .	173-203
Action Plan for Cultural Development of the City of Novi Sad 2016-2018 . . . . .	205-215



## УВОДНИК

Специјално издање научног часописа „Култура полиса” под називом „Култура и креативне индустрије Новог Сада: изазови за будућност”, осмишљено је са циљем да се шира и стручна јавност информише о томе колико се и на који начин, научни радници баве овом проблематиком, до каквих сазнања и закључака долазе, а реализује се кроз пројекат „Изазови културних и креативних индустрија у Новом Саду”. Теоријска разматрања која се срећу у научним радовима и те како могу користити свима који се културом и креативним индустријама (ККИ) баве, јер многе недоумице и приступи у решавању проблема имају своје научно утемељење. Научни радници при том, образлажући и поткрепљујући своја запажања или теоријске претпоставке, врло често наводе и примере из праксе, те предлажу нове методе и моделе, и та чињеница све доводи у позицију сазнавања и откривања новог и корисног.

**Највећа вредност овог броја свакако јесте дељење знања информисањем, а све са циљем да се и на тај начин обогаћује и изграђује потенцијал сектора ККИ Новог Сада, као и остваривање права опште јавности да буде упозната и са овим сегментом развоја једног специфичног дела друштвено-економског система.**

Како то појашњава Доналд (*Athene Donald*), члан европског научног истраживачког савета:

*„Научници морају бити сигурни када комуницирају о свом истраживању, баш као гласан политичар - о томе шта раде и зашто. Нису сви научници способни да то учине, али они који брину о разумевању шире јавности и имају вештине и харизму да комуницирају - у медијима, на научним скуповима, преко интернета или у књигама - то треба да учине кад год могу”<sup>1</sup>.*

---

<sup>1</sup> Athene Donald u.; member of the ERC's Scientific Council, An imperative to communicate. *ERC-European research council magazine*.

<https://erc.europa.eu/news-events/magazine/imperative-communicate> 13 August 2018.

Такође и Рокстром (*Johan Rockstrom*) говори о томе колико је процес представљања науке другима важан, јер се у тој интеракцији открива и сама наука:

*„Што више размишљам о више идеја које стварам у науци - процес комуникације обогаћује и изоштрава моје хипотезе. Још једна од награда коју добијате је да омогућите припрему конкурентнијих предлога и унапредите своју каријеру”<sup>2</sup>.*

Коначно, сви који делују и остварују се кроз сектор културе и креативних индустрија, свесно или не, опредељени су ка целоживотном учењу, јер без усвајања нових знања, неће бити у могућности да одрже корак са развојем, како сектора у ком делују, тако и друштва и привреде у целини. У том случају, ово специјално издање представља и алат за рад.

### **Сектор културе и креативних индустрија Новог Сада кроз бројке**

Кроз пројекат „Изазови културних и креативних индустрија у Новом Саду” реализовано је и истраживање, које је за циљ имало откривање како изазова са којима се сусрећу актери сектора ККИ у Новом Саду, тако и предлога за решавање проблема и даљи развој, које они сами износе.

Истраживање је реализовано *on-line* анкетом, а као инструмент нам је послужио упитник састављен од 10 питања са различитим бројем модалитета. Испитаници су могли да изаберу по три од понуђених модалитета, осим код оних питања код којих је захтеван прецизнији одговор. Анализом одговора прикупљених на узорку од 92 испитаника, добили смо занимљиве и корисне резултате.

Пре свега треба напоменути да су узорак чинили актери свих делова сектора културе и креативних индустрија:

- класична музика,
- популарна музика,
- традиционално (етно) стваралаштво,
- позориште,
- филм,
- фотографија,
- дизајн,
- издаваштво,
- архитектура и просторно планирање,

---

<sup>2</sup> Johan Rockstrom: Can communication improve your science? *ERC-European research council magazine* <https://erc.europa.eu/news-events/magazine/can-communication-improve-your-science> 19 July 2018.

- електронски медији,
- штампани медији,
- рекламна индустрија,
- информационе технологије (ИТ),
- продукција (*stage, audio, video, light*),
- стари занати,
- балет, модеран плес и игра,
- ивент менаџмент / организација догађаја,
- сликарство, стрип, вајање,
- креативни хаб.

Поред тога, имамо и групу испитаника који себе нису препознали у наведеној подели, већ су своја професионална опредељења додали уз следеће описе:

- таписерија, уметност текстила,
- заштита културних добара,
- декупаж,
- неговање, очување, промоција, али и модернизација мањинске културе,
- примењена уметност и дизајн,
- музеологија, књижевност,
- *new media art*,
- архивистика,
- језк и књижевност националних мањина
- националних заједница,
- визуелна уметност / мултимедијална истраживања, интервенције у јавном простору,
- савремена уметност,
- истраживачки пројекти у уметности, интердисциплинарни пројекти,
- непокретно културно наслеђе.

Ово је још један показатељ потребе да се сектор дубље и шире истражује, да се актери што више сусрећу и упознају, те представљају оно што раде најпре једни другима, а потом и широј јавности.

Истраживање је показало да највећи број испитаника у сектору културе и креативности делује колективно - као чланови удружења, те да највећи број њих има стаж у сектору ККИ између 11 и 20 година (33,33%), односно преко 20 година (27,16%).

Највећи број испитаних (83,75%) финансира своје пројекте средствима добијеним на конкурсима Градске управе за културу, односно сопственим средс-

## УВОДНИК

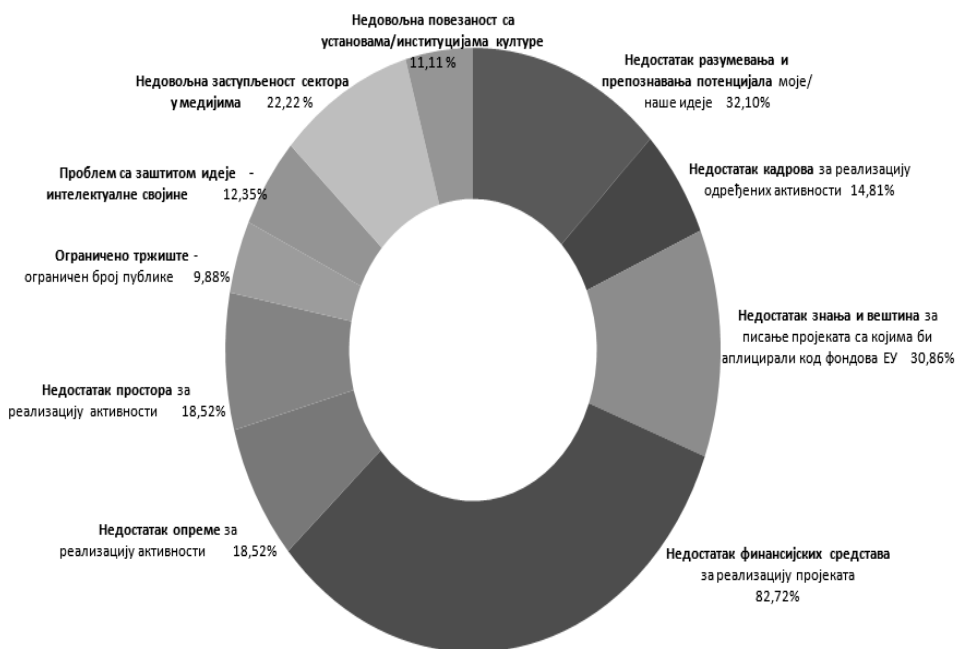
твима (62,50%) или прикупљањем донација (21,25%). Средствима добијеним аплицирањем за фондове ЕУ финансира се тек 13,75% пројеката, а средствима добијеним аплицирањем код влада и амбасада земаља ван ЕУ 3,75%.

Испитанике смо замолили и да одговоре на питање: Који су то највећи изазови са којима се суочавају при реализацији пројеката? (табела бр 1).

Понуђени одговори	Укупно
Недостатак разумевања и препознавања потенцијала моје/наше идеје	32.50%
Недостатак кадрова - тешко налазимо кадрове/сараднике за реализацију одређених активности	15.00%
Недостатак знања и вештина за писање пројеката са којима би аплицирали код фондова ЕУ	30.00%
Недостатак финансијских средстава за реализацију пројеката	82.50%
Недостатак опреме за реализацију активности	18.75%
Недостатак простора за реализацију мојих/наших активности у граду, који би били доступни свима који желе да реализују неку идеју	18.75%
Ограничено тржиште - ограничен број публике	10.00%
Проблем са заштитом идеје - интелектуалне својине	12.50%
Недовољна заступљеност сектора културе и креативних индустрија у медијима	21.25%
Недовољна повезаност појединаца и удружења са установама/институцијама културе	11.25%
Недовољна регионална повезаност појединаца и организација које се баве културом и креативним индустријама	10.00%

Табела бр.1: Одговори на питање о изазовима са којима се суочавају актери сектора ККИ Новог Сада.

Поред понуђених одговора, испитаници су додали и следеће: недостатак стручних / људских ресурса (највише настале услед забране запошљавања); недостатак кадрова у области маркетинга и ПР-а; недостатак кадрова који су техничка/логистичка помоћ у реализацији пројеката; непостојање културне политике којом би се подржале организације које су успешне на ЕУ конкурсима, а што би им омогућило приступ тзв. *matching* фондовима; страначка политика и културализација политике; изостанак подршке уметничкој продукцији - изостанак подршке самосталним уметницима - недостатак разумевања о уметничкој делатности у односу на целокупни шири сектор културе - недостатак основног улагања у локалну уметничку сцену и продукцију - нетранспарентни модел финансирања јавним средствима - монополска позиција институција културе Града која смањује шансе малим диверзификованим праксама и експериментима... Графички приказ добијених одговора изгледа овако (слика 1):



Слика 1: Графички приказ одговора на питање: Који су то највећи изазови са којима се суочавају при реализацији пројеката?

Очекивали смо да ће недостатак финансија бити највећи изазов са којима се сусрећу скоро сви, али у исто време било би нереално овај модалитет прескочити и не сврстати у понуђене одговоре. Због тога треба напоменути да су друга два најзаступљенија одговора врло интересантна, јер пре свега говоре о недостатку знања и вештина. Уколико неко не може да препозна потенцијал добре идеје (32,50%), врло вероватно узрок може бити то да људи који је разматрају нису довољно компетентни, али и да идеја/пројекат и њен потенцијал нису добро представљени.

Други најчешћи изазов је недостатак знања и вештина за писање пројеката са којима би аплицирали код фондова ЕУ (30,00%), што је већ у неколико наврата изнето на састанцима Форума за културу ГУК Новог Сада. И овде се закључак намеће сам од себе, а то је неопходност образовања – едукације у циљу стицања знања и вештина које би помогле и једнима и другима да идеје и пројекти буду добро представљени и добро схваћени, а као такви биће добри и за аплицирање за фондове ЕУ и других земаља.

Питали смо културне и креативне актере града Новог Сада каква су им очекивања, и шта је конкретно потребно урадити да би у будућности унапредили сектор културе и креативних индустрија нашег града (табела бр.2).

Понуђени одговори	Укупно
Очекујем <b>више улагања</b> од стране Управе за културу и других надлежних институција у <b>едукацију</b> и изградњу способности свих актера сектора, посебно удружења и појединаца који делују независно	18.52%
Очекујем <b>бољу институционалну подршку</b> када је у питању <b>обавештавање</b> о конкурсима, позивима, усавршавању у иностранству, уметничкој размени, и другим облицима који ће допринети надградњи наших способности	20.99%
Неопходна је <b>већа међусекторска повезаност</b> културе и креативних индустрија са осталим секторима, посебно привредом и образовањем, и усаглашавање стратегија развоја и акционих планова на нивоу града Новог Сада	30.86%
Очекујем <b>већи број јавних скупова/дебата/форума</b> на којима би имали прилику да изразимо своје ставове/потребе/изазове	8.64%
У циљу креирања комплетније (туристичке) понуде, Нови Сад би требао да има <b>више видљивих места за промоцију производа и понуде коју ствара сектор ККИ</b> , као и бољу и атрактивнију туристичку сигнализацију усмерену ка културним добрима/дешавањима	9.88%
Нови Сад би требао да има <b>уједначену културну понуду</b> током целе године, прецизно вођену и усмерену ка различитим циљним групама	23.46%
Очекујем <b>већи буџет за конкурсе за подршку</b> пројектима у култури	49.38%
Очекујем <b>већу повезаност независног и приватног са јавним сектором</b> и већи број заједничких пројеката	11.11%
Очекујем <b>већу подршку од стране медија</b> у изграђивању свести о значају културе и о нама који производимо културне/ креативне садржаје/услуге/производе	24.69%
Нови Сад би требао да има <b>транспарентнији и видљивији начин да становнике града и туристе обавештава о догађајима</b> који се организују у сектору културе и креативних индустрија - нама недостају средства и компетенције за ове активности	27.16%
Очекујем да се изградњом нових објеката за реализацију културних активности реши проблем недостатка простора за културна дешавања - <b>више креативних хуб-ова</b>	25.93%
Очекујем <b>другачију пореску политику</b> према сектору културе и креативних индустрија, са више олакшица	23.46%
Очекујем <b>подстицаје за младе уметнике</b> и све оне који би могли да се остварују кроз овај сектор	20.99%
Очекујем <b>већи број пројеката и програма подршке за очување</b> и искоришћавање културног, историјског и индустријског наслеђа којим располажемо	19.75%
Нешто друго	11.11%

Табела бр.2: Очекивања испитаника по питању унапређења и развоја сектора ККИ

Поред понуђених модалитета испитаници су под одговором „нешто другог” додали и следеће:

- променити однос државе према култури и савременој продукцији - третирати је као важан део друштвеног живота којим држава креира свој идентитет;
- прегруписавање средстава конкурса у корист очувања националне културе и традиције;
- способнији и образованији кадар (домен културе и савремене уметничке праксе) у надлежним институцијама које су задужене за расподелу средстава, креирање буџета и селекцију;
- више улагања у културни сектор, већу међуинституционалну умреженост и повезаност и мотивисање публике на културу као модел и стил живљења.

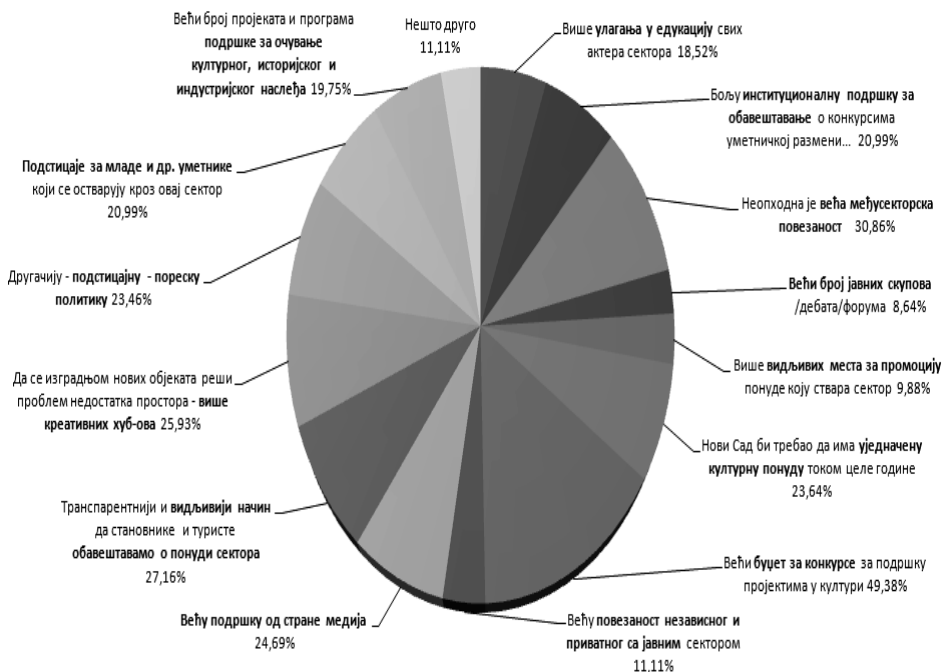
Поједини испитаници изнели су и предлоге за едукацију, како би се сектор ојачао и изграђивао његов потенцијал – највише у смеру стицања знаања и вештина за писање пројеката којима би се аплицирало код фондова ЕУ, али и за стицање знања и вештина у области промоције културне понуде.

Други испитаници су се изјаснили као „невидљиви” пред великим организацијама и неспособним да се баве оним делом посла који подразумева маркетинг и продају: „ми који се бавимо културом и уметношћу умемо да створимо дело и не треба да се бавимо тиме како да га "продамо", то је оно што треба неко други да ради - ми умемо да створимо представу која ће бити квалитетна, али не и да нађемо простор, новац, публику...”. У том смислу актери сектора ККИ очекују финансијску и логистичку подршку. Било је очекивано да се сви, пре свега надају већем буџету конкурса за подршку пројектима у култури (49,38%), али остали одговори који доминирају (а највише то да се очекује већа међусекторска повезаност) говоре о томе да су људи који се радно остварују у сектору ККИ свесни окружења у ком раде и да добро познају прилике, те на основу њих граде и очекивања.

Тако, ваља напоменути и да испитаници очекују транспарентнији и видљивији начин како би становнике града и туристе обавештавали о догађајима који се организују у сектору културе и креативних индустрија јер њима самима недостају средства и компетенције за ове активности (27,16%).

Такође очекују више креативних хуб-ова - да се изградњом нових објеката за реализацију културних активности реши проблем недостатка простора (25,93%).

Изузетно је значајно нагласити још један од доминантних одговора, а то је већа подршка од стране медија у изграђивању свести о значају културе и о нама који производимо културне/ креативне садржаје/услуге/производе (24,68%). Прилог томе јесте и реализација овог пројекта и специјалног издања часописа, јер свако са своје стране треба да да дорпинос изградњи свести о томе да је култура, и производи које доносе креативне индустрије, понуда коју заједно изграђујемо и промовишемо, како би јачали потенцијале свог града и свих нас.



Слика 2: Графички приказ предлога испитаника шта је конкретно потребно урадити да би у будућности унапредили сектор културе и креативних индустрија нашег града

Још једно питање у прилог томе односило се на **очекивања од реализације пројекта Нови Сад 2021 Европска престоница културе**. Актери сектора ККИ Новог Сада схватили су веома озбиљно овај пројекат и дали велики број предлога, похвала и критика. Са преко 50% доминирају конструктивне критике са предлозима за рад и великим очекивањима када је у питању промоција града и понуде коју ствара сектор ККИ; очекују се велика улагања у изградњу људских капацитета (едукација) без обзира да ли је реч о приватном, јавном или НВО сектору; очекују се улагања у развој пројеката за спорт и туризам и већа заступљеност пројеката предложених од стране мањинских савета и удружења, као и традиционалног стваралаштва, и др. Заправо је изражена огромна воља за сарадњом и потреба да се сви остваре кроз овај пројекат. **Актери су изразили жељу за сарадњом и исказали своја очекивања према приликама које овај пројекат треба да ствара – подједнако за све.** Забележили смо и негативне ставове и критике (27%) на рачун рада Фондације која пројектом управља, а које се углавном односе на недостатак транспарентности, неједнаку заступљеност свих актера овог сектора и став да постоји недоследност у спровођењу планираних пројектних активности. Укупно 18% испитаних има оптимистична очекивања и позитиван однос према томе како се пројекат Европске престонице културе реализује.

На крају упитника изнели смо и један предлог, који је наишао на одобравање већине испитаних (93%), а односио се на могућност креирања **КРЕАТИВНЕ БАЗЕ** - базе културних и креативних актера Новог Сада која би садржала податке о појединцима и организацијама, њиховим квалификацијама, пројектима, потенцијалима и контактима, а која би била адекватно промовисана. **Овакав један пројекат донео би много решења, а пре свега допринео томе да се сектор и актери унутар њега боље упознају.** Кроз одговоре и коментаре на питања дало се наслутити да се не познају довољно добро и да једни другима могу много да помогну, а да нису ни свесни тога да им је решење на дохват руке, или у непосредној близини. Поред тога, **база би служила и као информатор и инкубатор знања** - могли би да је обогатимо актуелностима и дигиталним материјалима за учење и стицање вештина неопходних за реализацију активности у сектору ККИ. С'обзиром на то да је Градска управа за културу (ГУК) Новог Сада већ показала иницијативу у смислу промена управљања у сектору изградом нове веб платформе и апликације за најаву културних збивања, искрено се надамо да ће и овакав један напредан модел усмерен ка повећању видљивости културе и креативности нашег града, бити реализован.

У складу са акционим планом<sup>3</sup> остварења визије и циљева Стратегије<sup>4</sup> културног развоја Новог Сада, кроз реализацију пројекта „Изазови културних и креативних индустрија у Новом Саду” покренуте су и јавне расправе у оквиру Форума културе, а све са циљем изналажења најбољих решења за проблеме – изазове, са којима се овај сектор суочава.

Јавној расправи у оквиру Форума за културу ГУК Нови Сад, одржаној 20. септембра 2018. године, присуствовали су члан градског већа за културу Далибор Рожић и члан градског већа за привреду Бранислав Радојевић, начелник Градске управе за културу Весна Срданов, начелник Градске управе за привреду Александар Билиновић, директор ТОНС – Туристичке организације Града Новог Сада, Бранислав Кнежевић, професори Универзитета у Новом Саду, и других високошколских институција, представници привреде и предузетници, актери ККИ и други. Иницирањем ове јавне расправе реализоване су и последње мере из Акционог плана културног развоја Новог Сада (2016-2018), а које се односе на успостављање међусекторске и међуресорне сарадње (посебно са сектором привреде), подршку развоја туризма и подршку сарадњи са креативним индустријама. Могло се чути доста предлога, али и питања, када је реч о даљем развоју сектора, највише када је реч о туризму. Поред тога, присутни су изразили мишљење и о неопходности улагања у промоцију микро дестинација (предграђа, споменици културно-историјског наслеђа, верски туризам и сл.), као и о важности јединствене политике у креирању укупне туристичке понуде, са нагласком на сувенир као препознатљив симбол

<sup>3</sup> Акциони план културног развоја за период 2017-2018. ("Сл.лист града Новог Сада", бр. 30/2017).

<sup>4</sup> Стратегија културног развоја Града Новог Сада за период 2016-2026. ("Сл.лист Града Новог Сада", бр. 53/2016).

(конкурси, такмичења и сл.). Значај веће међусекторске повезаности културе и туризма није било потребно накнадно појашњавати, док су отворена многа питања усмерена ка развоју и реализацији идеја и пројеката са сектором привреде, нарочито када је реч о моделима представљања потенцијала сектора ККИ. Код привредних субјеката неопходно је изградити разумевање културе и креативности и то највише у смислу колико креативност доприноси иновативности и изградњи нове понуде, изградњи брэнда, те промоцији и позицирању на тржишту, а колико привреда може да убрза и помогне развој сектора културе и креативности подршком реализацији пројеката и идеја. Све укупно доприноси изградњи и брэндирању Новог Сада као дестинације и изградњи туристичких потенцијала. У току расправе поменуто је и сарадња са градском управом за имовину, нарочито посматрано кроз развој креативних хабова који би требало да се успоставе у објектима индустријског наслеђа које је Град определио за употребу у сврху културе и креативних индустрија.

Закључено је, да је ова расправа на Форуму за културу била прва у низу на тему подстицаја развоју сектора креативних индустрија, међуресорне и међусекторске сарадње различитих градских управа и институција усмерених једних на друге. Поред тога, закључено је и да ће у нови Акциони план културног развоја за 2019-2020. бити укључена стратешка решења и мере које ће се односити на међуресорну и међусекторску сарадњу. Једна од првих таквих иницијатива биће дефинисање шта се све обухвата термином „креативне индустрије” (који су то појединци, организације и активности), као и мапирање креативних индустрија Новог Сада.

Чињеница да је Нови Сад од 13. октобра 2016. године и званично постао носилац престижне титуле Европске престонице културе за 2021. годину, а такође и Омладинске престонице Европе 2019, ставља пред културну јавност и Градску управу за културу низ задатака и изазова који се морају хитно решавати. С обзиром да је у апликационим књигама оба пројекта сектор креативних индустрија заступљен у значајној мери, како програмски, тако и инфраструктурно (*Youth Creative Polis*), неопходно је у најкраћем року јасно дефинисати стратегију / акциони план за развој и подстицај креативног сектора у граду. И на овом форуму, кроз дискусије присутних актера креативног сектора града, јасно се показало да постоји конфузија већ око самог појма креативних индустрија. То није чудно, с обзиром да се и у стручној и научној јавности поред појма креативних индустрија користе термини културне индустрије, креативна економија, културна економија исл. У неким од радова у овом броју Културе полиса разматрана је ова проблематика, што ће, надамо се, допринети изналажењу најоптималнијег одређења обима и садржаја овог појма, како би што прецизније усмерили конкретне акције подршке и финансијске подстицаје актерима у овом сектору. И најзад, што је преко потребно, да утврдимо индикаторе за мерење учинка овог сектора, и његов допринос укупном БДП-у града. Такође, треба се одредити да ли ћемо преузети неки од већ постојећих, или дефинисати сопствени модел примерен стању креативног сектора у граду. То ће бити могуће тек након темељног мапирања креативног сектора у Новом Саду и критичког и објективног маркирања креативних потенцијала града.

Пројекат *Манинг 2021* саставни је део апликационе књиге Нови Сад 2021, *За нове мостове*, тако да је и сама Фондација Нови Сад 2021 у обавези да га реализује према плану који је прецизиран у поглављу о евалуацији пројекта.<sup>5</sup> Јасно дефинисање појма који ће на најбољи начин обухватати креативни, културни и економски аспект овог сектора са изузетно великим потенцијалом за укупан развој града, показаће и које надлежне градске управе ће бити директно задужене да кроз интерсекторску сарадњу и подршку, реализују нову Стратегију или Акциони план за период од 2018-2023. године.

На одржаном Форуму је констатовано и да је Нови Сад град са најразвијенијим ИТ сектором у целој Србији, што је тачно. Управо ова чињеница отвара нове перспективе и шансу да Нови Сад постане лидер у Србији али и региону доносећи Блокчејн агенду (*blockchain*) која би на један потпуно нов начин повезала креативни сектор, предузетништво и нове технологије и тако отворила перспективу младим људима који на овим технологијама одрастају. Надамо се да ћемо ускоро иницирати нови Форум са овом тематиком, јер живимо у времену у коме нас прстиже сопствена сенка. Искористимо шансу!

Др Мирјана Ковачевић  
Др Момчило Бајац

---

<sup>5</sup> Апликациона књига Нови Сад 2021, *За нове мостове*.



**НЕБОЈША Љ. ПЕТРОВИЋ\***  
Висока школа за комуникације  
Београд

УДК 316.722(409.13),,1045/1955,,  
Прегледни рад  
Примљен: 01.09.2018  
Одобрен: 01.10.2018  
Страна: 19-28

## КУЛТУРНА ПОЛИТИКА У ВОЈВОДИНИ 1945-1955

**Сажетак:** Имајући у виду изразито централистичко устројство послератне Југославије, аутор је настојао да културне прилике у Војводини не посматра изоловано од појава које су од значаја за целину југословенске државе. Културна политика се морала третирати у светлу глобалних политичких и друштвених токова који су обележили прве послератне године. Рад је подељен на два јасно омеђена дела. Први део обухвата период до 1948. године, када је оданост према СССР подразумевала безрезервно прихватање болшевичке теорије и праксе у култури. Други део се односи на период после сукоба са ИБ-ом, када култура, због намере југословенских комуниста да се дистанцирају од совјетског модела, заузима важно место у потрази за посебним путем развоја социјализма.

**Кључне речи:** Култура, интелигенција, уметност, КПЈ, Војводина,

Досадашња истраживања културне политике у социјалистичкој Југославији су крајње занемарљиво третирала ову проблематику за подручје Војводине. Можда је томе разлог чињеница, да се партијско руководство Покрајине као и руководства осталих делова државе, доследно придржавало совјетских узора и концепција Коминтерне из међуратног периода. Ипак, национална разноликост и посебан историјски развој, условили су одређене културне специфичности. Ове посебности заслужују већу пажњу савремених истраживача, мада, фанатичним револуционарима ова чињеница није била од значај приликом учвршћивања своје власти на овом простору. Као што ни у осталим деловима заједничке државе углавном нису праштали учешће у јавном животу за време окупације, револуционарна правда је и у Војводини ишла за жељама и некој врсти уживања светине за брзим осудама, смакнућима и јавним понижавањима. Тако је Војни суд у Новом Саду 27. новембра 1944. године осудио на смрт стрељањем Матић Војислава, Вељковић Владимира, Брашован Миодрага

---

\* nebojsa.petrovic1973@gmail.com

и Спасић Војислава, „као оснивача, власника и сарадника”, српског дневног листа „Нова пошта” који је излазио у Новом Саду на ћирилици за време мађарске окупације. (Врговић, 2011: 32).

У намери да изврши потпуну друштвену трансформацију режим није уважавао ни знамените установе, попут Матице српске. Наиме, у периоду успостављања власти, КПЈ је максимално покушала да искористи Матичин углед. Пре свега, тако што је од ње, на челу са „правоверним” руководством створила велику масовну организацију, повезану у мрежу месних одбора и повереништава. Овако организована, она је требало да води културно - просветну политику у „најширим масама”. Али, учврстивши власт у земљи, ни оваква Матица Партији није била потребна. Пошто је Савез културно - просветних друштава у потпуности преузео ову улогу, Скупштина Матице српске је крајем 1948. године донела нов статут, који је био у духу идеја Јована Поповића из 1945. године. (Слободна Војводина, 18 октобар 1948.) Заправо, она се у новим околностима морала одрећи националне улоге и самим тим одређеног политичког утицаја. Поље њеног деловања могла је бити култура, образовање, афирмација другачије националне политике и пре свега, нове идеологије.

Овладавање Матицом је само један пример покоривања интелектуалне и уметничке елите Војводине. За Нови Сад се још у међуратном периоду тешко могао користити онај чувени епитет о српској Атини. Он више није представљао ни културни, а нарочито не политички центар „пречански” Срба. Истина, Војводина је остала културни расадник српског народа, чији су небројени таленти деценијама уназад, најпре опијени патриотизмом, а касније конформизмом, све више жудели за београдским сунцем. Захваљујући томе, после рата је у њој било сразмерно мало научних ауторитета и уметничких величина, чије би евентуално одбацивање идеолошке ускости и игнорисање бољшевичких прописа и стега, пробудило пажњу југословенске јавности. Па ипак, власт је према сумњивим елементима приступала веома опрезно.

Сходно томе, Удружење књижевника био је други начин контролисања који се показао веома успешним и у осталим југословенским крајевима. Секција за Војводину као део Удружења књижевника Србије основана је у Новом Саду почетком септембра 1945. Чланство у Удружењу није значило само да ће оно „омогућити лакши рад и повољније услове књижевног стварања”, како је наведено у главним циљевима, већ је оно било и једини начин објављивања и лакшег преживљавања у тешким послератним приликама. (Слободна Војводина, 16. септембар 1954.).

И остала уметничка удружења и нарочито партијски критичари помно су пратили рад, већ прилично заплашених и збуњених стварлаца. Ако су границе учености локалних партијских функционера, можда и биле скучене, то се није могло рећи за уметнике у чију верност Партија није сумњала и који су у њено име контролисали уметничко стваралаштво у Југославији. Радован Зоговић, Оскар Данон, Чедомир Миндеровић, Јован Поповић, Ђорђе Андрејевић Кун, Бранко Шотра били су уметници и добри познаваоци уметничких кретања и праваца прве половине 20. века. (Гаталовић, 2010: 28) Али полазиште њихових

критичких ставова о квалитету уметничких дела није била струка, већ идеолошки принципи које је развио Андреј Александрович Жданов. Пошто уметност није била слободна, већ под строгим контролом, они нису били оруђе лоше уметности, већ обичног хира групе људи који су желели да своје мишљење и укус наметну целом човечанству. На тај начин је због неумерене жеље да докажу идеолошку правоверност, солидан уметнички таленат и теоријска поткованост „партијских контролора” срозана на ускогрудни и примитивни интелектуални и духовни ниво. Негативна критика подразумевала је окрутан прекор и политичку дисквалификацију уметника чије је стваралаштво макар и случајно искочило из идеолошких калупа. Заправо, њихова критика је одисала дубоким неповерењем према интелигенцији и уметницима. Осуђивана је, као и у међуратном периоду и најмања присутност апстрактне уметности, симболизма и песимизма у уметничким делима.

Док је инсистирање на соцреализму и искорењивању утицаја западне културе био израз мржње према грађанском друштву и ирационалне амбиције за овладавањем начином размишљања и естетским осећањима становништва, ратна тематика, обнова земље и глорификовање Титове и Стаљинове личности, представљало је сугестивну политичку поруку грађанима Југославије. У том циљу је строго контролисано објављивање књижевних, музичких и ликовних дела. Нарочито се водило рачуна о одабиру позоришних представа, а нешто касније и одобравању сценарија за снимање филмова. Осим тога, опседнутост државних функционера будућношћу била је толика, да није у садашњости остављала простор за прошлост. Занемариване су или потпуно потиснуте значајне историјске личности, догађаји, традиција и национални митови.<sup>1</sup> Критиковане су и наше епске песме, јер неумерено глорификују „некадашње глачитеље”; феудалне господаре и њихове врлине. (Слободна Војводина, 1. мај 1946.) Уколико нису могли бити искориштени у идеолошке или тренутне политичке сврхе, стварање у духу социјалистичког реализма није дозвољавало употребу историјских мотива.<sup>2</sup> Чак су на вулгаран начин критиковани и изузетно вредни научни радови, попут „Душановог законика” Николе Радојчића, јер су „писани из области, које интересује и којом се бави тај научни радник”.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Традиције и прошлости комунисти у Југославији сетили су се, и то прилично опрезно, тек после политичког раскида са СССР-ом. Наиме, у Паризу је 1950. године одржана изложба средњовековне уметности у Југославији, што је наишло на значајан одјек на Западу. Мирослав Перишић, Од Стаљина ка Сартру. Формирање југословенске интелигенције на европским универзитетима 1945 – 1958, Београд 2008, 371.

<sup>2</sup> Изузетак представљају дела Иве Андрића. Захваљујући несвакидашњим уметничким дometима у нашој књижевности и изразитим реалистичним приступом, „На Дрини ћуприја, и „Травничка хроника, објављени су 1945. године. Предраг Палавестра, Послератна српска књижевност 1945-1970. и њена историја, Београд 2012, 262,263.

<sup>3</sup> Реферат који је поднео Фаркаш Нандор на пленуму ПККПС за Војводину критикована је издвачка политика Матице српске. Поред Николе Радојчића, замерено је и због објављивања Филиповићевог „Трачког коњаника,„ Фаркаш је сматрао да је „потребно истраживати оно што је данашњем друштву и његовом напретку најпотребније” А.В. Записник са пленума ПККПС за Војводину одржан 16. априла 1954.

Ипак, однос према уметности и уметницима није увек био строго идеолошки одређен, већ је често зависио од укуса и личног интереса највиших партијских функционера. На пример, Јосип Броз је волео оне модерне скулпторе и архитекте који су постали знаменити, јер је како нам предочава Ђилас, „све што је била утврђена, а безопасна вредност прихватао је лако и без идеолошких предрасуда”. (Ђилас, 1994:262) Међутим, највећи број стваралаца стајао је на ветрометини, страхујући од бруталне критике и оптужби за непријатељски рад против народа.

Када је слобода стварања ограничена, лимитирана је и креативност што је детерминисало и дефицит оригиналних дела. Ако би се неким случајем и појавило дело које одступа од захтева и очекивања Партије, поред наведених „контролора”, увек је претила опасност и да неки политичар упре прстом у аутора а такво стваралаштво прогласи „појавом која кужи наш социјалистички ваздух”.<sup>4</sup> Политичари су константно у медијима објашњавали грађанима и опомињали уметнике да је у новој Југославији обавеза власти да се најодлучније бори против свега што је реакционарно. Није се ни Добривоје Видић највиши покрајински функционер уздржавао да нападне „реакционарну” уметност. Критикујући ликовну изложбу у Новом Саду, он је сматрао да су се на њој појавили радови због којих се мора поставити питање, „за кога су они стварани.”<sup>5</sup>

Ово питање је на партијским форумима и новинским чланцима често постављано када се дискутовало о „идејности и квалитету позоришних представа”. Позориште је у то време, због приступачности и велике заинтересованости како градске тако и сеоске публике, било омиљено средство за „културно-васпитно деловање” на широке слојеве војвођанског становништва. Стога су позоришне представе под нарочитом лупом надзиране. Формирани су тзв. позоришни савети који су учествовали у одређивању репертоара и водили рачуна о игрању представа на идеолошки исправан начин. И поред тога, било је пуно замерки и незадовољства приказаним представама. Редитељима и глумцима је стално претила опасност да због лошег „тумачења друштвених односа” буду проглашени нестручним позоришним кадром или припадницима реакционарних снага у друштву. Тако је Војвођанском народном позоришту замерено што су приликом извођења комедије „Острво мира” потенцирани комични ефекти, чиме је „оштрица сатире капиталистичког друштва отупљена” а публика „више насмејана, него поучена”. (Слободна Војводина, 10. јул 1946.) Колико је по овом питању било тешко оправдати очекивања и реализовати замисли партијских идеолога и „позоришне критике”, видимо из случаја када је у Војвођанском народном позоришту због, наводно „негативног деловања на публику”, обустављено играње Стеријиних „Родољубаца”. Овај догађај и не би био посебан да репертоар претходно није одобрен од стране Агитпропа. (Анализа рада војвођанских позоришта у сезони 1948-1949)

---

<sup>4</sup> Изјава Добривоја Видића приликом његовог излагања о неким проблемима из културног живота Војводине., Слободна Војводина 25. март 1948.

<sup>5</sup> Ибид.

За разлику од професионалних позоришта, репертоар и извођење представа од стране мноштва дилетантских позоришних дружина није било лако контролисати. Самим тим, пре него што је власт направила избор представа које ове дружине могу играти, било је пуно замерки и оптужби на њихов рад. „Кад дају ненародне, слабе, реакционарне, често наказно сентименталне комаде, дилетантске дружине се окрећу против народа” написано је у тексту у „Слободној Војводини” поводом првомајског такмичења дилетантских дружина Војводине. (Слободна Војводина, 23. април 1946) Ово су само неки од многобројних примера који јасно указују да је најважнији елемент уметничке критике била идеолошка и политичка порука. Она је била најобичније средство помоћу које је режим дисциплиновао уметнике, ограничавао њихову слободу и спутавао уметност.

Али, уметност није била лимитирана само идеолошким шанчевима КПЈ, већ и њеним плановима о улози Војводине у обнови Југославије и стварања јаког политичког и културног средишта у Београду. Док су талентовани Срби из Новог Сада и других војвођанских места у жељи да осете слободарски ваздух и помогну модернизацију независне Србије, својевољно хрлили јужно од Саве и Дунава још у XIX веку, после Другог светског рата, Војводина се, поред индустријских погона и аграрних производа, из необјашњивих разлога олако одрицала и надарених људи. Прво је 1947. године по позиву Бојана Ступице, у тек основано Југословенско драмско позориште, из Војвођанског народног позоришта прешла велика група новосадских глумаца: Рахела Ферари, Виктор Старчић, Александар Стојковић, Славко Симић, Петар Стојановић-Перица Словенски, Милан Ајваз и Жарко Митровић. Њима се годину дана касније придружио и сликар Милан Шербан, у то време можда и најбољи сценограф у Југославији. Велики ударац представљао је и одлазак Борислав Ханаске у Сарајево, где је режирао представе до 1952. године, када се вратио у Нови Сад, (Врговић, 2011: 112-128)

Чињеница да је чак 17 позоришних глумаца погинуло 1941. године за време избеглиштва у Смедереву, није могла спречити сеобу војвођанских уметника у остале културне, односно политичке центре Југославије. За њима у Београд или друге градове одлазе по правилу најбољи људи у својим професијама: новинари, лекари и др. Провинцијална атмосфера је окивала улице и културне институције војвођанских градова, претећи да свим иоле амбициозним младићима угаси сваку наду у остваривање својих снова. „И, када одем у Нови Сад на један дан, осетим сву чамотињу бескорисног живота. Овде имам бар осећај да сам нешто”, написао је у свом дневнику, тада млади новинар а касније познати књижевник- Александар Тишма.(Тишма,2001:134)За разлику од њега, који се 1949. године вратио у Нови Сад не толико разочаран Београдом колико новинарском професијом, мноштво Тишминих земљака, надарених студената, талентованих уметника и интелектуалаца разних професија, још дуго су у Српској Атини осећали интелектуалну провинцијалност и „чамотињу бескорисног живота”.

Чамотињу је увећавала и намера комуниста да међу становништвом одржавају фаму о њиховој скромности, озбиљности и посвећености раду на

обнови државе и стварања праведнијег и богатијег друштва. С тим што аскетизам није захтеван само од чланства, већ, вулгарно популарисан и наметан као важан доказ о дистанцирању од културе и идеја „трулог“ Запада, имао је велике последице на културни живот, нарочито градског становништва. Декадентно понашање огледало се у организовању или посећивању журева или обичних вечера, „које се приређују једино ради забаве“ или слушању по кафанама и другим местима веселе музике. (АВ.Ф.334.10007) Као и остали југословенски комунисти тог времена и покрајински функционери имали су изразито негативан однос према цезу. Сматрали су да ова врста музике као и кафанске музичке групе, пре свега ромске, „формира блазирани малограђански или цигански музички укус“. (АВ. Записник са седнице ПККПС за Војводину, одржане 2. септембра 1948. године.)

С друге стране, понуда тзв. високе уметности била је скромна. И поред претеране хвалисавости и истицања успеха на свим пољима, власт је итекако била свесна овог проблема. Суморну ситуацију по овом питању илуструје нам Извештај Милоша Хацића, члана Агитпропа ПК: „Културни живот у нашим градовима је врло скроман и незадовољавајућег нивоа а такође пати од једностраности. Остали облици његови су позоришта и народни универзитети, док је музички живот (сем нешто у Новом Саду у Суботици) врло слаб... Веома тежак проблем је недостатак високо квалификованог уметничког и научног кадра око кога би се окупљале младе снаге. У Војводини има свега два диригента од којих се један премешта у Београд. Такође немамо сликара. Много теже је са замирањем књижевног живота код Срба (код мањина ситуација је побољшана). У Војводини је од ослобођења штампано свега два-три уметничка оригинална дела.“ (АВ. Извештај Милоша Хацића на састанку ПККПС за Војводину, одржан 8. новембра 1948.)

Ипак, недостатак оригиналних уметничких дела у Војводини, за разлику од неких других делова Југославије, није детерминисан чврстим идеолошким стегама, већ, као што смо горе истакли, убрзаним падом Војводине у политичку, привредну и самим тим, културну периферију. У таквим околностима је изгледало да војвођански интелектуалци, уметници и политичари не примећују да издвајање Југославије од идеолошког кишобрана Совјетског Савеза и прокламовања нових теоријских принципа у развоју социјализма, подразумева и заокрет Партије према култури. Можда су промене биле минорне али су савременицима биле итекако уочљиве, збуњујуће и довољне велике да узрокују поделе и међу старим члановима Партије. На тренутак, као да су стваралачки занос и опште одушевљење обузели интелектуалне кругове престонице. Еуфорично је искуство са овим догађајима и Добрице Ћосића. „Последњих месеци књижевне кругове окупира идеја борбе мишљења, слободе стваралаштва, интересовање за западну литературу, тежња ка модерноме: Фокнер, Хемингвеј, Сартр, Џејмс, Доспасос. Оскар Давичо, уистину једини модеран писац српске књижевности, напредан, извијачки дух у поезији, ослобађа се ждановизма; ослобађа се покајничко - услужне тежње да угоди Агитпропу.“ (Ћосић, 2009: 4) И поред тога што је Ћосићев опис још једном потврдио старо правило да еуфорија лако прерасте у претераност, он нам веома лепо осликава атмосферу

и дух тог времена.<sup>6</sup> Као што више није могло бити места за административне мере попут колективизације и политике обавезног откупа пољопривредних производа, тако је попуштање окова диктатуре морало изазвати и отклон од ждановизма. Али, док су креатори културне политике у Југославији наговештавали либерализацију науке и уметности,<sup>7</sup> а писци попут Бранка Ћопића се изругивали са комунистичким моралом<sup>8</sup>, у Војвођанској штампи се плаши и упозорава сеоска омладина на цез музику као „велико зло” које се шири из градова. (Слободна Војводина, 18. март 1952.)

За сво то време покрајински функционери, ПК и друге партијске организације, пуне четири године не посвећују никакву пажњу овим променама. И када је почетком 1953. године ово питање коначно отворено са рефератом Мирка Тепавца „О проблемима културног живота на селу”, војвођански комунисти су показали велику дозу конзервативизма. Имајући у виду да су либералне тенденције у југословенском друштву у овом периоду, и поред горе наведених сећања, и у градовима биле незнатне, онда је овакав однос ПК 1953. године према културним кретањима и интелигенцији на селу изненађујуће ригидан. Тако је Тепавец у наведеном реферату констатовао да административна средства у култури нису начин за решавање проблема, али је и поред тога, сматрао „да их негде треба употребити”. У расправи које је уследила, Геза Тиквци је искључио употребу административних мера у „борби против малограђанских утицаја и схватања”, али је сматрао да сва средства треба усмерити „на лечење болесне душе наше интелигенције”. (АВ. Пленум ПККПС за Војводину, одржан 10. јануара 1953.) Говори свих учесника на Пленуму одисали су чврстим и доследним неповерењем према интелигенцији. То је био одраз дугогодишњег схватања у Партији, социјалног порекла, али и, као што смо истакли, недостатка озбиљнијих интелектуалних и уметничких струјања у Покрајини. Вероватно да тада нико од присутних није био свестан колико ће се овакав став ускоро показати политички далековид.

Наиме, често позивање на слободу навело је интелигенцију да помисли да се некако измигољила из система који је функционисао на основу репресије и страха, а уметнике да је крај мучном праћакању у неплодној баруштини соцреализма. С друге стране, неочекивано су изгубили контролу и они политичари који су иначе имали уметничких амбиција и који су се највише истакли

<sup>6</sup> Само две године касније, Оскар Давичо је због поеме Човеков човек оптужен као Ђиласовац и упао у најтеже очајање. Ћосић нам управо у опису драматичног сусрета са њим показује колико се песник ослободио тежње да угоди Партији: „Убићу се. Партија је против мене. Ја не могу против Партије”. Добрица Ћосић, Лична историја једног доба, 33.

<sup>7</sup> Прво се Кардељ у децембру 1949. године у говору који је одржао у Словеначкој академији наука, заложно за аутономију науке у односу на државни апарат. Затим је Крлежа неколико дана касније на Другом конгресу књижевника Југославије указао на неопходност аутономије и у уметности.

<sup>8</sup> Бранко Ћопић је 1950 године објавио дело Јеретичка прича, које је узнемирило највише партијске функционере. Јосип Броз је лично реаговао и устремио лавину напада на несрећног књижевника и револуционара. оптужио га је да сатиром намерава да „слисти” југословенско друштво, а да и поред тога „не треба се бојати да ћемо га ми због тога што је покушао ухапсити”. Ratko Peković, Ni rat ni mir. Panorama književnih polemika 1945 - 1965, Beograd 1986, 85.

у креирању овакве атмосфере. Уместо да наставе беспоговорно служење Партији, убеђеност у неопходност константних промена и сујетна жеља да се увек буде „напредан”, навела их је да од борбе за дестаљинизацију југословенског друштва склизну у отворене и опасне критичаре постојећег система.<sup>9</sup> Заборављајући да је либерализација представљала обичан политички маневар, односно, важан аргумент у истицању разлика између југословенског и Стаљиновог модела. Тако да оног тренутка када је совјетска опасност спласнула, слобода које је поред интелектуалаца и уметника почела опијати и најчвршће револуционаре, могла се свести на меру која је прихватљива диктаторском режиму.

Управо су се они, дојучерашњи моћници и припадници нове владајуће класе први уверили да снага комунистичког притиска није ослабила. Као што је и поред многобројних упозорења, изненађујуће упорно и тврдоглаво наставио са писањем критичких текстова, Ђилас се под претњом и организованим бојкотом неочекивано брзо одрекао својих убеђења. На тај начин је покопао наде многих интелектуалаца који су са усхићењем поверовали да су сведоци великих промена. После разрачунавања са Ђиласом, Трећи пленум је „анатемисао интелигенцију. Презриво са гађењем, као да је она главни непријатељ социјализма – говорили су о њој, сви и Тито. Партијска бирократија мрзи, презире и боји се свих који мисле”, резигнирано и са дозом страха описао је Ћосић мржњу партијског врха према људима у чије се редове и он одавно сврстао. (Ћосић, 2009: 43)

И поред тога што еуфорија због демократизације југословенског друштва и дистанцирања од ждановизма није обузела војвођанске политичаре и уметнике, ПК се морао придружити хистеричним нападима ЦК. Већ средином априла 1954. године одржан је пленум ПК КПС за Војводину на којем је нарочита пажња посвећена сузбијању нових „тенденција” у култури Покрајине. Пошто су критиковани Ђиласови чланци, у реферату који је поднео Нандор Фаркаш изнете су старе тезе да је савремена уметност назадна и декадентна, уколико је апстрактна, неразумљива и недовољно поучна. На основу тога Фаркаш је донео закључак, да заговорници овакве уметности не уживају у стваралаштву на основу уметничке вредности, већ идеолошке припадности. (АВ. Записник са пленума ПККПС за Војводину, одржан 16. априла 1954.)

Сви учесници у дискусији која је уследила подржали су Фаркашеве тезе и још конкретније и вулгарније оптужили интелигенцију и уметнике да, како наводи Пашко Ромац „васпитавају грађане да буду посуновраћени малограђани који гледају наопако на изградњу наше земље”. Скоро сваки говор био је обележен незадовољством и згражавањем због ширења културног утицаја

---

<sup>9</sup> Критика је била нарочито упорна и опасна од стране Милована Ђиласа. Као један од најважнијих државних и партијских функционера Ђиласове речи су имале посебну тежину и изазивале код чланства и становништва помешана осећања. Запрепашћење али и наду код многих грађана, нарочито интелектуалаца изазвао је, сада већ чувени чланак у Борби „Анатомија једног морала”. Описујући окрутност, грамзивост и примитивизам који се најбоље огледа у ширењу кастинске свести код чланства, и то пре свега женског рода, он је попут неког грађанског политичара, напао комунистички морал, а самим тим и оспорио вредности и предност комунистичког друштва. Милован Ђилас, Пад нове класе, Београд 1994, 171-184.

Запада. Амерички филмови, западна литература и стрипови<sup>10</sup> сматрани су највећом опасношћу за неговање револуционарних тековина и даљег развоја социјализма. Било је предлога да се грађани који посећују америчке, енглеске или француске читаонице „окувалификају као издајници”. Умеренији није био ни Стеван Дороњски тада најмоћнији човек Војводине. Разочаран на интелектуалце који за социјализам неприхватљиву уметност проглашавају модерном а критичаре таквих дела конзервативцима, позвао је комунисте да увек воде рачуна о друштвеном значају и уметничка дела оцењују на основу друштвених вредности и утицаја који она врши. „Ми нисмо против модерног али нисмо за то да нам се као модерно подмеће оно што уствари није наше, што је туђе, што не служи ни народу ни радничкој класи. Чим се неки људи закаче и почну да критикују разне декадентне концепције, онда ти који нам на све могуће начине подмећу хвалећи један другога, кажу: то је ждановизам”. То је сада постало оружје разних декадентата да би запушили уста нашим радницима, комунистима. Разуме се да ми то морамо одлучно разбијати. (АВ. Записник са пленума ПККПС за Војводину, одржан 16. априла 1954.)

Страх који је услед оваквих претњи настао код интелигенције и уметника није био безразложан. Али, уколико режим није желео да влада Стаљиновим или нешто касније Мао Це Тунговим моделом, онда би свака борба против модернизма у култури, који је у тадашњој Југославији значајно подражавања Запада, била узалудна. Јер младим људима у сиромашној и у сваком смислу заосталој земљи, осим револуционарних фраза које су већ изгубиле привлачност какву су имале у поратним годинама, култура заснована на принципима соцреализма није имала шта да понуди. У америчким филмовима, западној књижевности, музици и стриповима израћао је један другачији, богатији и динамичнији свет, који је младе људе привлачио авантуризмом и понудом неограничених могућности. Тако да и поред страха, савременици и у Војводини су били дубоко убеђени да „све што се противи скучености у човеку може да нађе своје узоре само онде; све што, негирајући те узоре, рије за скривеним благом у овој скучености, нужно је назадно и осуђено да буде одбачено”. (Tišma, 2002: 260)

Стога, власт није имала могућности, а изгледа ни жеље, да у потпуности оствари јавно изрицане претње. Западна култура је као бујица надирала и подједнако халапљиво упијана од стране обичних грађана, интелектуалаца и уметника. Ослобођени од скучености уметници су ипак морали водити рачуна о начину примене савремених уметничких израза. Јер партијски моћници су још дуго западну уметност сматрали тривијалном и декадентном. Заправо, последњих година појављују се докази да се соцреализма никада и нису у потпуности одрекли. (Merenik, 2004: 28)

<sup>10</sup> Стрипови су сматрани нарочито штетни, јер су негативно утицали на омладину. Поред тога, у штампи му је и пре Пленума оспоравана било каква уметничка вредност. Иначе почетком педесетих година прошлог века много се говорило о негативном утицају стрипова на младе читаоце и у САД. Због иницијатива за законску забрану стрипа, у Америци су се у то време одржавала предавања и анкете, са циљем да помогну родитељима при одабиру стрипова прикладних за децу. Brajan Voker, Hajde da srčemo supu, Rip Kirbi, Beograd 2014, 12, 13.

## Литература:

### *Историјски извори:*

1. A.V, Fond 334
2. A.V. Analiza rada vojvodanskih pozorišta u sezoni 1948-1949.
3. A.V. Zapisnik sa sednice PKKPS za Vojvodinu od 1945-1954

### *Штампа:*

1. Slobodna Vojvodina

### *Монографије и чланци:*

1. Vrgović, V. (2011), Novi Sad: hronika 1944-1969, Novi Sad.
2. Gatalović, M. (2010), Darovana sloboda, Beograd.
3. Perišić, V. (2008). Od Staljina ka Sartru. Formiranje jugoslovenske inteligencije na evropskim univerzitetima 1945 – 1958, Beograd.
4. Palavestra, P. (2012). Posleratna srpska književnost 1945-1970. i njena istorija, Beograd.
5. Tišma, A. (2001). Dnevnik 1942-2001, Sremski Karlovci.
6. Čosić, D. (2009). Lična istorija jednog doba, Beograd.
7. Peković, R. (1969). Ni rat ni mir. Panorama književnih polemika 1945 - 1965, Beograd.
8. Đilas M. (1994). Pad nove klase, Beograd.
9. Voker, B. (2014). Hajde da srčemo supu, Rip Kirbi, Beograd.
10. Merenik, L. (2004). Umetnost i vlast. Srpsko slikarstvo 1945 – 1968, Beograd.

## CULTURAL POLITICS IN VOJVODINA 1945–1955.

**Summary:** Having in mind distinctively centralistic structure of postwar Yugoslavia, author tried not to perceive the cultural tendencies in Vojvodina separately from the occurrences significant for Yugoslav state in general. Cultural politics needed to be seen in a context of global political and social streams which marked postwar years. The paper is divided into two clearly detached parts. The first part includes period until 1948, when the loyalty towards the Soviet Union meant unconditional acceptance of Bolshevik theory and practice in culture. The second part refers to period after the confrontation with the Informbiro, when the culture, for the intention of Yugoslav communists to distance themselves from Soviet model, takes important part in search for special path of socialist development.

**Key words:** Culture, intelligence, art, KPJ, Vojvodina

## **КУЛТУРНА ПРАВА, КУЛТУРНА ЕКОНОМИЈА И ЈОШ ПО НЕШТО**

**Сажетак:** У овом тексту желимо да елаборирамо и укрстимо теме које на изглед нису у директној вези. Не осећамо кривицу због тога, јер време у коме данас живимо не допушта уско, једнодимензионално и некритичко промишљање стварности. У почетку, елаборирајући појмове културе, културних и људских права, као појмове највишег нивоа општости и оквир за даљу анализу супсидијарних појмова, закључили смо да постоји доста недоследности и дилема око њиховог дефинисања, али и потешкоћа у њиховој примени у свакодневном животу, у креирању културних и других јавних политика. Затим смо прешли на изведене појмове као што су културне/креативне индустрије. Анализом појмова креативност, индустрија и економија, закључили смо да је немогуће доследно епистемолошки одредити садржај и обим појма креативна економија/индустрија. Креативност се може односити на сваку професионалну активност која захтева сложене вештине и интелигентне процене, док појам индустрија(лизам), који говори у тржишним категоријама редукује културне вредности искључиво на економску метрику. Као могуће разрешење нудимо појам културне економије који се односи на пресек или укрштање културних и економских вредности кроз читав низ пракси и институција укључених у културну производњу. Као илустрацију смо намерно навели блокчеин технологије због тога што треба учинити заиста велики интелектуални напор, бити креативан и отвореног ума, да би се сагледао енормно велики импакт који ова технологија може имати на друштво у целини. Ова технологија увелико надилази очекивања која су била везивана за креативне индустрије, како по питању њених економских потенцијала, тако и по питању простора који оставља за креативне акције са најширим значењем и значајем за укупан друштвени развој.

**Кључне речи:** креативност, креативне индустрије, култура, културна економија, људска права, културна права, блокчеин, криптовалуте

---

\* momcilobajac@gmail.com

## Култура и културна права

### *Шта је то култура?*

Култура је концепт који због своје динамике и сложености није лако претворити у правну терминологију. Култура није неактиван појам, већ нешто што се развија и мења током времена. Дефиниција културе има онолико колико има и аутора, али је најчешће у употреби она која је дефинише као скуп свих оних значајних духовних, материјалних, интелектуалних и емоционалних особина друштва или друштвених група, и која обухвата, поред онога што називамо лепим уметностима, и начин живота, вредносне системе, традиције и веровања (Donders, 2012):

Култура има своју објективну и субјективну димензију. *Објективна* димензија се огледа у видљивим карактеристикама као што су језик, религија или обичаји, док се *субјективна* димензија огледа у заједничким ставовима, начину размишљања, осећањима и деловањима. Поред тога, култура има индивидуалну и колективну димензију. Културе развијају и обликују заједнице. Појединци се идентификују са неколико ових културних заједница - етничка припадност, нација, породица, религија итд. - и на тај начин обликују свој лични културни идентитет. У исто време, култура није апстрактан или неутралан концепт: обликована је инструментализацијом у којој се преговара, доказује, оспорава, а у томе структуре моћи играју итекако значајну улогу. Она може бити механизам за искључивање и контролу (Donders, 2012): Култура може штетити људима или бити репресивна према њима и спречавати њихов лични развој. Неки штетни аспекти културе који се манифестују у културним праксама, веома су упитни из перспективе људских права. Стога је важно питање ко одлучује у којој мери културну разноликост треба промовисати и које културне аспекте треба заштитити? Ако су културе динамичне, које тумачење одређене културе, укључујући и културну праксу или активност, треба прихватити? На ова питања није лако одговорити. Ширина, сложеност и осетљивост концепта културе су озбиљни изазови за интеграцију овог концепта у контекст међународних људских права.

### *Универсализам и културни релативизам*

На међународном нивоу, од стране разних држава су усвојени и ратификовани многи споразуми и декларације о људским правима. Ови инструменти пружају оквир универзалних норми о људским правима које државе примјењују на националном и локалном нивоу. Истовремено, постоји много разлика међу државама, као и унутар самих држава, где се ова културна разноликост негује као важна вредност за државе, заједнице и појединце. Широко је прихваћено да су људска права и културна разноликост међусобно међузависни и благотворни за једну заједницу. Ми сматрамо да је одбрана културне разноликости неодвојива од *поштовања људског достојанства* и подразумева посвећеност људским правима и фундаменталним слободама (Donders, 2012):

Однос људских права и културне разноликости је у великој мери обрађиван у контексту дебате између *културног универзализма* и *културног релативизма*. Његову суштину можемо сумирати на следећи начин: присталице универзалности људских права тврде да свако људско биће има одређена људска права самим тим што је човек. Сходно томе, све особе требају једнако уживати у људским правима, јер су ова права неутуђива и имају за циљ заштиту људског достојанства. Присталице културног релативизма истичу емпиријску чињеницу огромне културне разноликости у свету. Културни релативисти, сходно томе, тврде да не постоје међукултуралне универзалне људске вредности и да разноликост култура подразумева да се људска права могу и требају тумачити различито.

Идеја да људска права треба универзално уживати - од стране свих особа на основу једнакости није контроверзна. Генерално, формална универзалност људских права не представља проблем. Нико неће тврдити да неки људи на свету немају права човека. Међународни инструменти за људска права јасно потврђују овај универзални приступ, али универзалност нормативног садржаја људских права и универзалности имплементације људских права могу бити предмет расправе. По нашем мишљењу, тачан приступ овоме је да универзалне вредности и примена људских права не значи нужно и јединствену имплементацију ових права. Другим речима, док се људска права универзално примењују на све на основу њиховог људског достојанства, имплементација ових права не мора бити униформна. Можемо дакле закључити да „релативна универзалност људских права”, односно „универзална људска права” која су правилно схваћена, остављају значајан простор за националну, регионалну, културну посебност и друге облике разноврсности и релативности.

### ***Културна разноликост и културни плурализам***

Културна разноликост представља разноврсне начине на који група и друштво манифестује свој културни израз. *Културну разноликост* треба разликовати од сродног појма *културног плурализма*. Другим речима, иако културна различитост такође указује на „плуралитет” и одражава чињеничну ситуацију коегзистирања различитих култура и традиција (мултикултуралност), *културни плурализам* се односи на пут којим је културна разноликост прихваћена и преведена у законе и политике (Donders, 2012). Културни плурализам подразумева да се културна разноликост сматра добром, социјално и политички повољно и пожељно стање. То подразумева да се појединцима и заједницама даје могућност да одрже своје специфичне културне идентитете, под условом да је то у складу са законима, политикама и вредностима ширег друштва.

### ***Културна права и културна димензија људских права***

Поред поштовања различитости унутар принципа једнакости, многи међународни инструменти људских права укључују права која посебно промо-

вишу и штите културну разноликост. Ова права су широко класификована као „културна права”. Културна права су људска права која директно промовишу и штите културне интересе појединаца и заједница и која имају за циљ да унапреде своје способност очувања, развоја и промене њиховог културног идентитета. Као такви они заиста одражавају значај културног плурализма у међународном праву.

Која права су културна права? Категоризација људских права, укључујући културна права, заснива се на насловима два међународна уговора о људским правима који су усвојени: *Међународни пакт о грађанству и политичка права* (ICCPR, 1966) и *Међународни пакт о економским, социјалним и културним правима* (ICESCR, 1966). Међутим, ниједан од међународних правних инструмената не даје дефиницију културног права. Ослањајући се на међународне правне одредбе, могле би бити састављене различите листе права под ознаком културних права. Постоји неколико међународних одредби о људским правима које се експлицитно односе на културу. Један пример је *право свакога да учествује у културном животу*, како је предвиђено чланом 27. Универзалне декларације о људским правима (UDHR, 1948) и Чланом 15. ICESCR. Други пример је *право припадника мањина да уживају у својој култури, практикују своју властиту религију и говоре свој језик*, како је предвиђено Чланом 27. ICCPR. На пример, право на учешће у културном животу је првобитно било усмерено на прављење културе доступне свим људима, при чему се култура разматра у ужем значењу речи, а односи се на националну културу и као еквивалент културним садржајима као што су уметност и књижевност. Данас изгледа да је право учествовања у културном животу схваћено шире, и инкорпорира широк појам културе, као и широк спектар одговарајућих права и позитивне и негативне обавезе државе према културним правима.

Осим права која се експлицитно односе на културу, многа људска права имају индиректне везе са културом. Можда је могуће тврдити да се *скоро свако људско право може повезати са културом*. Међутим, права која су најочигледније индиректно повезана са културом су право на самоопредељење, право на слободу религије, слободу изражавања, слободу удруживања, право на образовање, право на здравље, на адекватну исхрану.

Веома је тешко наћи праву меру, као и оперативан и ефикасан начин за примену свих ових права, ускладити конкретне прилике у државама, регионима па и целом свету, са међународним, регионалним и националним законодавством. И све то још имајући у виду културне, односно цивилизацијске разлике и специфичности.

### ***Култура и људска права- Вроцлавски коментари***

Ова студија је настала као резултат окупљања најеминентнији европских стручњака из области културе и људских права у Вроцлаву 2016 године, у време када је овај град био званична Европска престоница културе. Њој су претходила два окупљања у Вроцлаву и Варшави током 2013. године на тему „*Право на културу као основно људско право*”. Основна тема Вроцлавских

коментара је питање: *треба ли укључити право на културу у темељна европска права, и ако је тако, онда на основу којих принципа?*

То би значило дефинисати које државне гаранције у погледу права на културу треба испунити и које би дужности могли преузети други јавни субјекти. *Како* подстицати и испуњавати права на културу одговарајућим инвестицијама у културу, *које* су то инвестиције које у овом случају треба схватити као улагања у развој. Било би неопходно описати нормативну структуру права учествовања у културном животу. Такође, треба анализирати потенцијалне сукобе између различитих људских права - слободе мишљења и изражавања, верских права, толеранције и правила о недискриминацији.

Оно што би било интересантно за нас, то је анализа околности у којима се данас ове тематика елаборира и озбиљне дилеме са којима се аутори сусрећу, а које могу да се покажу као озбиљна препрека у имплементацији културних права у корпус основних људских права у Европи али и Србији која је у процесу придруживања ЕУ. (Wiesand, Chainoglou, Sledzinska-Simon, 2016) Прво, то је појава ауторитарних политичких режима и лидера, а познато је да ауторитаризам никада није присталица отворене и разноврсне културе. Аутори се питају да ли се свет и Европа данас толико разликују од света у коме је не тако давно настао фашизам? Друго, Интернет је вишеструко унапредио приступ култури и могућности за отвореност и разноликост, али и поред тога појављују се самодоволне заједнице са сопственим схватањем идентитета у коме доминира говор мржње и искључивости. Отворено друштво се судара са трибалном заједницом у модерном смислу речи, и на добром смо путу да негативни аспекти Интернета потисну позитивне могућности које он доноси. Треће, и поред врло богатог каталога људских права, чињеница да право на културу није дефинисано, изазива сумњу да не постоји јасна воља да се то и учини. Данас, нови модели вођења политике, популизам, нарочито у време избора, угрожавају основне демократске принципе. Модерни популизам развија негативне емоције, изграђује слике непријатеља, обликује стереотипе кроз говор мржње како би, кроз изазивање страхова, одмах произвео снажан одговор и емоције. Може ли ситуација у којој превладава популизам икада стварати услове за развој културе, културу отворености и различитости, на један нерестриктиван начин? А у популистичкој политици улога културе је редукована: она постаје инструмент нове идеологије. Најновија мигрантска криза открива све слабости и разлике у схватањима културних права унутар ЕУ. Четврто, у послератној Европи су створани стандарди слободе и поштовања другости, култура отворена за различитости. Данас, уместо тога изненада постаје видљив повратак конзервативним, затвореним и традиционалним националистичким стандардима. Сукоба између европског идентитета и националних идентитета европских држава нема, осим ако националним вредностима не приступимо популистички. У таквим околностима сукоб између онога шта је национално а шта је европско, као у случају Брежита, већ данас добија свој израз у неким националним издањима, па и у неким главним градовима европских земаља. У таквим условима, тешко је говорити о укључивању *права на културу* у низ универзалних европских права, јер за оне који подржавају слабљење европ-

ских универзалних принципа и обавеза, то ће значити напад на њихов национални суверенитет и на принцип супсидиарности. Неки би рекли да је култура искључиво национална ствар (на пример Виктор Орбан у Мађарској).

Одговоре на та питања, мудре дефиниције националних идентитета, од кључног су значаја како би се избегао раст екстремног национализма; да се развију позитивне културне идентификације са националним вредностима које ће се укоренити у ширем, европском и светском наслеђу. *Због тога је Европи, по мишљењу аутора, неопходно доба Новог просветитељства.*

## Креативне индустрије

### *Индустрија(лизам)*

Индустријализам је производни подухват новог друштвеног односа – капитализма. Прва индустријска револуција се везује за настанак парне машине која је утицала на раст продуктивности и масовну производњу за глобално тржиште. Крајем деветнаестог века настаје и наука о манаџменту- организацији рада (Ф.В.Теилор) која има за циљ максимизацију корисности из односа човека, технике и природе. Фордизам и увођење покретне траке симболично су најавили демократизацију потрошње (потрошачког друштва) као модела који ће током читавог XX века бити основни замајац економије. Економска ефикасност, раст БДП-а и глобална конкурентност постају опсесивни тренд новог света. Даљи развој науке и примена научно-техничких достигнућа у производњи, и на њима засноване иновације, само су надаље повећавали економску ефикасност. Друга и трећа индустријска револуција су мултиплицирали моћ човека над природним окружењем, при чему су знање и креативност заузимали све већу улогу и удео у ланцу вредности процеса настајања производа и услуга. Данас, у ланцу вредности настајања већине производа или услуга, креативност заузима највећи удео. Дакле, без обзира на свој појавни облик или етапу у развоју, индустрија(лизам) представља начин производње и друштвену организацију економске рационалности који имају за циљ максимизацију профита. У друштву економске рационалности вредност имају само они производи и услуге који могу да се потврде на тржишту кроз платежно способну тражњу.

### *Креативност*

Креативност је начин човековог постојања. Креативност је саставни део сазнајног процеса којим човек кроз праксу рада прилагођава спољашње окружење сопственим потребама (Бајац, Милуновић, 2013). У том светлу посматрамо и технику, *τέχνη* као вештину, као продужетак човекових природних органа којим је он мултиплицирао своју моћ према природи. Сама техника као и читав технолошки развој кроз историју, синоним су за креативан чин интервенције човека на природу. Креативност је, дакле, пре свега настала из потребе ефикасног опстанка човека у природном окружењу. Једино човек поседује

*културу*. Она је израз колективног креативног чина култивације (*colo-colere-cultui-cultus*- неговати, култивисати) природног и друштвеног окружења. Људска култура обухвата како материјалну, тако и духовну културу, и оне су се напоредо развијале и надограђивале. Култура у ужем смислу речи, у земљама континенталног типа либералног капитализма, увек је била вредност по себи, и није морала да своју вредност потврђује на тржишту кроз платежно способну тражања као за било којом другом робом или услугом. С друге стране, индустријски производи своју вредност потврђују увек и једино на тржишту.

Индустрија(лизам) као производни подухват заснован на убрзаном технолошком развоју, манифестација је изузетног креативног напона западне Модерне. Креативност је константа током целокупног индустријског развоја Модерне. Напоредо са индустријализацијом заснованим на технолошком развоју, модерна Европа је градила своју културу у ужем смислу (уметност и естетику), којом је овладала целим светом. Култура у ужем смислу речи није никада била повезивана са индустријом, мада су креативност и естетика од увек били саставни део човековог живота, па и материјалне производње.

### ***Креативне индустрије***

Термин креативних индустрија/креативне економије настао је крајем двадесетог века, у време социјалне и економске транзиције, пре свега у Европи, али и у целом свету. Лансирале су га индустријски најразвијеније државе у време када нове дигиталне технологије утичу на нестанак многих професија и до губитака радних места насталих у доба класичног индустријализма. Неоснована нада да ће терцијарни сектор услуга апсорбовати слободну радну снагу, довела је до потребе трагања за новим могућностима запошљавања, новим организационим формама. Нагли развој медија и комуникација, пре свега захваљујући новим дигиталним технологијама (персонални компјутер, Интернет, мобилна телефонија...) значајно су униформисали потребе, навике и укусе људи у целом свету. Развијене индустријске (сада већ пост-индустријске) земље и региони са високим животни стандардом грађана, отпочеле су транзицију од економије конзумеризма ка економији доживљаја. Дигиталне технологије су отвориле могућност креативних акција далеко већег броја људи, а креативност и стваралаштво нису више ствар привилегованих појединаца. Стога, по тада насталим дефиницијама, у креативне индустрије спадају све оне активности које имају своје порекло у индивидуалној креативности, вештини и таленту, и које имају потенцијал за стварање богатства и отварање радних места кроз генерисање и експлоатацију интелектуалне својине. Модел 3Т тврди да су за спровођење агенде креативних индустрија неопходни таленат, толеранција и технологија (Милуновић, Бајац, 2014). Таленат имају подједнако све нације на свету, и било би дискриминишуће тврдити да је једна нација талентованија од друге. О толеранцији се може дискутовати али никако тврдити да је она усађена у менталитет нације (како објаснити да је немачка нација од најнетолерантније, чак геноцидне, од Другог светског рата до сада постала најтолерантнија и идеална средина за развој креативних индустрија). И најзад, техно-

логија. Висок ниво технолошког развоја резултат је вишевековног интензивног индустријског развоја, па због тога, који год индекс креативности применили и индикаторе користили мерећи развој и учинак креативних индустрија, увек ће на врху бити индустријски најразвијеније државе, а на дну индустријски најзаосталије.

Некако напореда са тим се конституише и шорока епостемолошка заједница теоретичара, професионалаца са признатом експертизом и компетенцијама из раличитих домена социјалног, економског, културног и политичког живота. Њихов циљ је био да одговоре на низ спорних ситуација насталих транзицијом из фордистичког модела социјалне државе класичног индустријализма, ка нечему што је спонтано почело да добија разне називе, као „друштво знања”, „информационо друштво”, „постиндустријско друштво” па чак и „пост-модерно друштво”. Како год га назвали, овај тренутак транзиције је искоришћен као прилика да се изгради и промовише концепт или модел друштва у коме се култура и економија сусрећу на нове позитивне и продуктивне начине. Објављивањем *Creative Industries Mapping Documents* 1998 године, и ревидираног документа 2001 године, од стране DCMS (Digital, Culture, Media and Sport) департмана Британске владе, заживео је термин који је и данас у свакодневној употреби - *креативне индустрије*. Захваљујући свом браку са индустријом, креативност се ослобађа „непријатних веза” из прошлости са уметношћу и културом, и почиње да говори језиком раста, иновација и економске метрике. Међутим, „креативност”, када се користи на овај начин, искључена од уметничке и културне праксе за коју се традиционално везује, може се применити на сваку професионалну активност која захтева сложене вештине и интелигентне процене. Као последица тога, *differentia specifica* сектора „креативних индустрија ” у односу на друге високо квалификоване секторе могу бити само произвољне. Ово се често тумачи као „отварање” креативности - мобилизација креативних потенцијала као ресурса за економију знања и демократизацију креативних капацитета који су претходно били мајоризовани од стране *l'ar pur l'air* „уметности ради уметности”. Због тога и не чуди што је председник Кореје Парк Геун-хие ауто индустрију сместио у сектор креативних индустрија (Deok, 2016). *Reductio ab absurdum*. На овај начин термин креативних/културних индустрија замагљује реални допринос културе укупном друштвеном развоју, који је несумњив.

Економски и социјални динамизам у транзиционом периоду током 90-тих година прошлог века, и почетком овог века је био евидентан. Нико не може да пориче енергију коју је ослободила експанзија креативних индустрија, уз све своје недоречености, противуречности и ограничења, широм света. Најјасније вредности и промене настале на овој агенди су: отклон од сталног (пре)наглашавања традиционалних уметности и културног наслеђа ка савременијим културним и уметничким праксама и садржајима; повезивање културе са новим дигиталним технологијама, како у продукцији тако и комуникацији садржаја; доживљај публике више као активних партиципаната него као пасивних реципијената; повезивање културе, уметности и науке; већи нагласак на МСП и старт-уп предузећа, него на корпорације и институције; увиђање еко-

номских потенцијала културе; позиционирање културе као покретача креативности у друштву.

Ово није упитно и проблематично. Проблематично је то што су енергија и набој који носе културне и уметничке активности директно повезани са економским растом. То је утеривање културе у економију, редуција њеног значаја и значења и њена чиста инструментализација. Слично томе, промоција креативности и иновација као централне функције културе системски је маргинализовала друге основне предности културе - индивидуално и колективно изражавање и изградњу идентитета, неговање наслеђа и традиције, естетско задовољство и забава, јачање социјална кохезије, демократије, лични саморазвој и образовање. Култура има капацитет за ширу друштвену и политичку трансформацију, а не само економски раст, на шта ју је редуковала агенда креативних/културних индустрија. Због тога резултати овог несретно крштеног сектора креативних индустрија ни изблиза нису испунили очекивања која су тако оптимистички, чак и сензационалистички најављивана.

Дакле, можемо да закључимо да је појам креативних индустрија у самој својој основи противуречан, те га је немогуће епистемолошки утемељити (дефинисати његов обим и садржај). Операционално, он може бити коришћен само ако се претходно, у сваком појединачном случају, „договоримо” шта под њим подразумевамо.

### ***Културна економија***

Култура има свој економски потенцијал. Обезбеђује радна места, профит, надокнаде и пореске приходе; бави се уговорним односима, законима о интелектуалној својини, укључује актере из јавног и приватног сектора - локалне и глобалне, велике, средње и мале, институције и предузетнике. Али култура није као и свака друга индустријска грана. Они који су укључени у производњу културних садржаја и вредности могу да теже максимизацији добити или прихода, што је легитимно, баш као што корисници тих садржаја траже и друге погодности различите од задовољавања чисто економских потреба (естетске, етичке, забавне). Јавне користи од културе сигурно укључују запошљавање, стварање богатства и брендирање градова или иновације. Међутим, кључне предности културе - оне на којима се мора процењивати њена вредност - односе се на индивидуално и колективно изражавање и изградњу идентитета, очување наслеђа и традиције, естетско задовољство и забаву, социјалну кохезију, демократизацију друштва, транспарентност, самоактуализацију и образовање и сл. Тржиште само по себи није анатема за културу и културне вредности, али оно није и не може бити једина мера онога што зовемо „добар живот”. Чак шта више, парадигма креативне индустрије/економије у настојању да редифинише идентитет појединаца и заједнице под капом креативности, само чини такав паралелни систем нефункционалним.

Разрешење наведених проблема можда лежи у термину „културна економија” (О’Сонног, 2016). Културна економија се односи на пресек или укрштање културних и економских вредности кроз читав низ пракси и институција

укључених у културну производњу. Тако култура задржава своју много ширу и суштинску конотацију, отвара широко поље различитих креативних пракси, и у крајњој инстанци обезбеђује значајан економски импакт. С друге стране избегава се збрка коју реч „креативност” уноси у један посебан и привилегован сектор (креативних индустрија), као и економски редуccionизам и чиста тржишна оријентација културе. На овај начин термин „економија” стављамо у шири социо-економски контекст. Ми данас живимо у друштву у коме порасле аспирације и могућности креативног деловања и изражавања како појединаца тако и организација, нова (peer-to-peer) економија дељења (sharing economy) и блокчеин (blockchain) технологије, у многотрансформшу културни пејзаж. Термин „културна економија” је много осетљивији на све флуиднију повезаност културних и економских вредности (O’Connor, 2016).

Агенда која стоји иза термина „културна економија” у данашњем глобалном, мултиполарном и снажно повезаном свету, може много учинковитије да препозна вредности и културне праксе које имају значајан економски потенцијал и импакт за многе нације и регионе у свету, који су били искључени дискриминишућом агендом креативне индустрије/економије. Такође, омогућава лакше креирање националних стратегија и акционих планова за развој креативног сектора јер га везује за много шири културни контекст него што је то омогућавала агенда креативне индустрије/економије. Наравно да агенда „културне економије” није решење за лако излечење културног редуccionизма претходних „креативних” агенди. Ова агенда такође није ни чаробна формула за „помирење” културе и економије, нарочито у време када је „културни капитализам” толико продро у наше свакодневне животе и постао испреплетен са скоро свим нашим индивидуалним и групним акцијама. Ерозија границе између културе и економије је све израженија, наравно на штету културе.

### ***Као илустрација-Блокчеин револуција***

Када говоримо о „културној економији”, говоримо о платформи која омогућава и препознаје продукцију културних и економских вредности кроз читав низ пракси и институција укључених у културну производњу. Захваљујући новим технологијама, данас, као никада до сада, имамо могућност креирања и дељења нових вредности у свету без граница- виртуалном свету Интернета. Новостворене вредности које настају кроз креативну акцију појединца, групе или организације могу осим примарне економске, имати и социјалне, еколошке, моралне, естетске и друге вредности. Захваљујући блокчеин технологији ми данас имамо могућност да те вредности делимо једни са другима, подржавамо и развијамо, а да при томе имамо финансијску сатисфакцију, односно да на томе зарађујемо.

Људи стварају вредности, а затим их и размењују, Најважнија ставка у размени вредности, нарочито економских, је поверење. Док се наш живот одвијао у оквиру малих локалних заједница, поверење смо заснивали на личном познанству и репутацији коју неко има у тој заједници. У великим људским заједницама као што су државе, бригу око поверења у односу трансакција са

другим лицима, препустили смо институцијама које осигуравају трансакције вредности путем уговора, осигурања, закона, правила (финансијске, политичке, културне и друге институције). Ове институције су временом централизовале своју моћ и следећи интересе политичких, финансијских па и културних елита, злоупотребили поверење које им је указано. Трећа технолошка, дигитална револуција и појава Интернета, убрзала је проток информација и трансакција, олакшала и убрзала комуникацију, приступ културним вредностима и њихову размену, али је задржала централизацију информација и моћи, само овога пута у дигиталном облику (на пример Facebook, RBNB). Ова пат позиција је трајала све до 2008. године када је Сатоши Накамото (име, псеудоним за појединца, групу или организацију) хакерском заједницом раширио свој манифест (Nakamoto, 2008), којим је промовисао и најавио блокчеин револуционарну технологију и Биткоин, криптовалуту која је прати. Ово данас називамо блокчеин 1.0, и он се односи само на новчане трансакције без посредовања трећег лица у виду банака и других финансијских институција. Блокчеин је World Wide Ledger, светска база података која бележи све трансакције, валидира их и извршава преко светске мреже рачунара на које се копира и на сваких 10 минута додаје нову карику ланца кроз процес криптовања. Власници рачунара, маинери (рудари), који решавају крипто загонетку од 64 насумичних карактера којом се постиже пуна сигурност трансакција, за то бивају награђени извесним износом криптовалуте (Tapscott, Tapscott, 2016). Следећа револуција у блокчеин технологији, блокчеин 2.0, настала је када је Виталик Бутерин лансирао пројекат Етериум са сопственим блокчеиним и криптовалутом. Сада се преко овог алгорита на врше само финансијске трансакције већ размене вредности, идеја и акција свих врста, посебно паметни уговори или smart contracts (Diedrich, 2016). По први пут у историји, људи имају могућност да заобиђу институција које гарантују валидност трансакција и међусобно поверење препусте технологији- алгоритму који стоји у основи једног блокчеина. То релаксира трансакције и отвара простор за заједничке акције са ширим значењем и значајем. Ова трећа етапа у развоју начина успостављања поверења назива се дистрибуирано и подељено поверење (distributed trust). Следи експлозија криптовалута (преко 1000) иза којих стоје најкреативније идеје које у себи носе првенствено економске вредности, али окупљају људе који деле сличне социјалне, еколошке, моралне вредности- једном речју културне вредности у контексту агенде „културне економије”.

Покретање бизниса на блокчеин платформи кроз небројено много нових организационих форми, фандреизинговање, заштита ауторских права (што је била и највећа препрека у најзначајнијем делу онога што смо називали креативним индустријама- музика, филм, медији, издаваштво и сл.), наравно, финансијских трансакција, па све до пребацивања целокупне државне управе и односа државе са грађанима (лични податци, земљишне и друге књиге, бирачки спискови и избори...). Ову транзицију већ су предузеле многе развијене државе, и она се данас назива Government 3.0. У томе предњече Аустралија, Британија, Естонија и Канада.

Потенцијали блокчеин технологије увелико надилазе очекивања која су била везивана за креативне индустрије, како по питању њених економских потенцијала, тако и по питању простора који оставља за креативне акције са најширим значењем и значајем за укупан друштвени развој.

## Закључак

Живимо у трци са временом, трци у којој нас престиже сопствена сенка. Нисмо још ни схватили околности које нас окружују, а оне се већ мењају, настају нове околности и окружење у коме веома често не можемо да се снађемо. Овим текстом желимо да отворимо простор за креативно промишљање управо тих нових околности, политичког, културног, технолошког и социјалног окружења у коме треба да позиционирамо наше животе. Захваљујући овим брзим променама (што није само фраза) веома је тешко антиципирати будућност и планирати правац у коме ће се кретати наши животи. Креативно промишљање садашњости зарад боље будућности мора бити ослобођено од свих врста предрасуда, нарочито према новим технологијама, јер су технолошке револуције увек претходиле друштвеним. Данас се управо налазимо пред таквим изазовом. Само је небо граница могућностима које носе нове дигиталне технологије, док о старим темама и проблемима морамо да разговарамо у новим терминима и категоријама.

## Литература:

1. Donders, Y. (2012): Human Rights: Eye for Cultural Diversity, inaugural lecture, delivered upon appointment to the chair of Professor of International Human Rights and Cultural Diversity at the University of Amsterdam.
2. Wiesand, A. (editor), Chainoglou, K. (editor), Sledzinska-Simon, A. (editor), (2016): Culture and Human Rights: The Wroclaw Commentaries. De Gruyter, Berlin/Boston.
3. Universal Declaration on Human Rights. Adopted and proclaimed by General Assembly resolution 217 A (III) of 10 December 1948.
4. International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights. Adopted and opened for signature, ratification and accession by General Assembly resolution 2200A (XXI) of 16 December 1966.
5. International Covenant on Civil and Political Rights. Adopted and opened for signature, ratification and accession by General Assembly resolution 2200A (XXI) of 16 December 1966, entry into force 23 March 1976.
6. Bajac, M., Milunović, M. (2013): Kreativnost i menadžment. Zbornik radova sa XI međunarodne naučno-stručne konferencije „Na putu ka dobru znanja” Sremski Karlovci, 46-54.
7. Milunović, M., Bajac, M. (2014): Ekonomija znanja i kreativna ekonomija. Zbornik radova sa XI međunarodne naučno-stručne konferencije „Na putu ka dobru znanja” Sremski Karlovci, 79-85.
8. O'Connor, J. (2016): After the Creative Industries: Cultural Policy in Crisis. Journal of Law, Social Justice & Global Development, University of Warwick, UK.

9. Tapscott, D., Tapscott, A. (2016): Blockchain revolution, How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World. Penguin Random House, London, UK.
10. Nakamoto, Satoshi (2008): Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. White paper.
11. Deok, R. Y. (2016): New Paradigm of Korean Economy: To be More Creative and Innovative. KIEP, Korea Institute for International Economic Policy, Korea.
12. Diedrich, H. (2016): Ethereum, Blockchains, Digital Assets, Smart Contracts, Decentralized Autonomous Organizations. Wildfire Publishing, London, UK.

## CULTURAL RIGHTS, CULTURAL ECONOMY AND MORE THAN

**Summary:** In this article we try to elaborate and cross topics that are not in direct relation at the first glance. We feel no guilt because of that, because the time we live in today does not allow narrow, one dimensional and none critical deliberation of reality. In the beginning, elaborating the terms of culture, culture and human rights, in terms of the highest order of general meaning, and in the frame of further analysis of subsidiary terms, we have concluded that there a lot of inconsistencies and dilemmas about their definitions, but also about certain difficulties in their application in everyday life, in creation of cultural and other public politics. Furthermore, we moved on to some specific derived terms such as culture/creative industry. By analyzing the terms of creativity, industry and economy, we have concluded that it is impossible to consistently epistemologically determine the content and the scope of the term creative economy/industry. Creativity may refer to every professional activity which requires complex skills and intelligent procedures, while the term industry/industrialism, which speaks in market categories, reduces cultural values strictly to economic metrics. As a possible explanation, the solution we suggest is the term of cultural economy, which refers to intersection of cultural and economic values trough whole set of practices and institutions involved in cultural production. For illustration, we have intentionally specified blockchain technologies because it really demands major intellectual effort, creativity and open minded approach to comprehend the enormous impact that this technology may have on society in global. This technology by far surpasses the expectations associated with creative industry, by means of economic potentials, and also by the space it opens for creative actions in the widest of meaning and importance for overall society development.

**Key words:** creativity, creative industries, culture, culture economy, human rights, cultural rights, blockchain, cryptocurrencies



**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 културу<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> 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 развој<sup>3</sup>. 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 Комисије<sup>4</sup> о откривању потенцијала ККИ (2010); Комуникација промовисања културних и креативних сектора за раст и запошљавање у ЕУ (2012)<sup>5</sup>; Резолуција Европског Парламента о промовисању европских културних и креативних сектора као извора економског раста и радних места (2013)<sup>6</sup>;

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

<sup>2</sup> 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...

<sup>3</sup> Исто. стр.12

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

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

<sup>6</sup> <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)<sup>7</sup>; Стратегија јединственог дигиталног тржишта (2015)<sup>8</sup>; Резолуција Европског Парламента о кохерентној политици ЕУ за ККИ (2016)<sup>9</sup>; Резолуција Европског Парламента о Стратегији ЕУ за међународне културне односе (2017)<sup>10</sup>.

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. изradi 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

<sup>7</sup> [http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/2014-heritage-communication\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/2014-heritage-communication_en.pdf)

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

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

<sup>10</sup> <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)”<sup>11</sup>. Стратегија развоја сектора културе на националном нивоу још увек није усвојена, иако нацрт постоји од 2017. године<sup>12</sup>. На покрајинском нивоу, једини стратешки документ у ком се анализира и помиње унапређење културног живота у Војводини, јесте Програм развоја АП Војводине 2014-2020<sup>13</sup>. 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 мера<sup>14</sup>. 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 привреде<sup>15</sup>. 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 науке<sup>16</sup>.

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

<sup>11</sup> 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.

<sup>12</sup> <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>

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> Нацрт Стратегије културног развоја РС. Стр 109.

<sup>15</sup> 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>

<sup>16</sup> 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 седнице<sup>17</sup> 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 политике<sup>18</sup> 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 музику<sup>19</sup>. 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.

<sup>17</sup> [http://www.voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2018/07/3.Brainstorming-Report\\_CCS\\_SD.pdf](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).

<sup>18</sup> 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.

<sup>19</sup> <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)<sup>20</sup> 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 развоја<sup>21</sup>. То је изражено и кроз циљеве: поставити културу као централно разматрање у свим областима политике, а друштву отворити потенцијал културе као трансформативну прилику<sup>22</sup>. 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.“<sup>23</sup> 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.<sup>24</sup> 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 култури<sup>25</sup>. 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,

<sup>20</sup> Promoting Culture and Creative Industries across Europe. p.6

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

<sup>22</sup> A culture strategy for Scotland - Draft for consultation. p.18.

<sup>23</sup> Florida, R. The rise of the creative class. p.30.

<sup>24</sup> [https://consult.gov.scot/culture-tourism-and-major-events/culture-strategy/user\\_uploads/sct05186154381.pdf](https://consult.gov.scot/culture-tourism-and-major-events/culture-strategy/user_uploads/sct05186154381.pdf) p.7.

<sup>25</sup> 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 инструменти<sup>26</sup> 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-

<sup>26</sup> 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 добра<sup>27</sup> (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* -у<sup>28</sup> 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 изражену стратегију паметне специјализације, култура, када јој се приступа као економском покретачу, природно постаје саставни део такве стратегије.<sup>29</sup> 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.

<sup>27</sup> насупрот производима и материјалима који су из аналогног преведени у дигитално.

<sup>28</sup> 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.

<sup>29</sup> 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.<sup>30</sup>

**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

<sup>30</sup> 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 градоначелника<sup>31</sup> 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 публиковање 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

<sup>31</sup> 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 CO<sup>2</sup> 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 чланице<sup>32</sup> 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**<sup>33</sup>. За квалитетно фи-

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

<sup>33</sup> 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.<sup>34</sup> 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.

<sup>34</sup> 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. године<sup>35</sup>. 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.**

<sup>35</sup> 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](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](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](http://www.britishcouncil.org/) / 10.2.2018.
13. [http://www.voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2018/07/3.Brainstorming-Report\\_CCS\\_SD.pdf](http://www.voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2018/07/3.Brainstorming-Report_CCS_SD.pdf) / 16.8.2018.
14. [www.london.gov.uk](http://www.london.gov.uk/) / 6.7.2018.
15. [www.manchesterculturalpartnership.org](http://www.manchesterculturalpartnership.org/) /6.7.2018.
16. [www.dti.gov.uk](http://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.



## **ИНТЕРКУЛТУРНА ПЕРСПЕКТИВА МАЊИНСКИХ САМОУПРАВА - Јавне политике и медијска сфера**

**Сажетак:** Рад се базира на аналитичком увиду аутора у актуелно стање и перспективе интеркултурних пројеката и модела који креирају учешће мањинских група и заједница у обликовању њиховог културног идентитета на локалном нивоу. Проблематизује се досегнути ниво интеркултуралности на нивоу мањинске самоуправе кроз дефинисање и развој стратешких праваца културних индустрија са посебним акцентом на јавне политике и медијске активности. С обзиром на чињеницу да су идентитетска мањинска питања најделикатније везана за јавне политике и особито за медијску сферу од пресудне је важности како се она нормативно уоквирују и надасве реализују у културној, економској и политичкој равни одређеног правно-политичког система. Очигледно је да се перспектива мањинских самоуправа огледа у тражењу квалитетних законских и практичних решења у остваривању колективних права националних мањина и то у два једнако важна процеса за сваку самоуправу-процеса децентрализације и процеса остваривања културне аутономије. Стога се у раду афирмише перспективно увећање оба узајамно спрегнута друштвено-политичка процеса како би се добила одређена предикција савременог интеркултуралног модела мањинске самоуправе. Природно је да се у добром делу рада преплићу и остали сегменти креативних индустрија (издаваштво, рекламирање и сл. ) али је напор аутора усредсређен на маркирање искустава и перспективе у домену јавности и медијских активности. У том светлу се и сагледава неодступна корелација између три нивоа (републички, покрајински и градски) надлежности и власти који се у последичној форми рефлектују на локални ниво прецизније, на ниво мањинске самоуправе.

**Кључне речи:** мањинска самоуправа, интеркултуралност, перспектива, културне индустрије, јавне политике, медији, локални ниво

Друштво какво је данас Србија, суочава се са небројеним проблемима које носе талог претходног времена и отворених дилема сутрашњице. Исправити сва социјално-културна, а нарочито политичка спотицања и најједном попунити „транзиционе рупе“ и остварити нарасла очекивања нијереалистичан

---

\* nenad.djuretic@garfond.rs

оквир нашециљане перспективе. Наиме, уз препознатљив српски киптећи оптимизам и неизоставну инацијску природу наших људи нужно је суочити и са сликом Доријана Греја у огледалу. Заправо реч је о билансирању доброг и лошег које незаобилазно изњедри већина кризних ситуација провоцирајућинеу-сахлу наду да ће „криза исцељења“ ипак некако волан историје усмерити у позитивном правцу. У том правцу и „дух народа“ обликује своју свест, свест већине да готово нужно чак и законито после периода искушења и колективних траума мора се указати светло усред тунела. Јер, како је давно исказао грчки трагичар Есхил, ПАТЊА ПАМЕТ РАЂА!

Са пуно аргумената можемо бранити последње наводе претходног пасажа. Од нескривене социјалне депресије с краја 90-тих па преко изневерених очекивања у декади после 2000.-те дошли смо до актуелног момента изида када нескривено, рекосмо помало и нереално, иза тог забрана, очекујемо у најмању руку брз друштвени опоравак и пун бољитак. Кажу нема подвига без искушења па како смо у некој врсти „претплате“ када су искушења у питању зашто се коначно не би надали и подвигу. Истини за вољу, нека то у почетку буду регенеришући моменти са дугим епизодама које би временом имале озбиљну инклинацију ка стабилној друштвеној конституцији. Но за тако нешто неопходно је да се пробуде здрави ресурси који ће давати инспиративан тон за поглед у будућност. Говорећи о томе већ сада се могу наслутити пристојни помаци ка просперитетним друштвима иако је, да будемо разумни, ипак то све још увек прилично удаљено.

Солидан инвестициони циклус, снажан талас дигитализације и информатичког предузетништва, модернизација и ширење забавних, мултимедијалних садржаја уз све вредносне дубиозе као и јачање регионалних интеркултуралних веза доприноси свеукупном утиску да смо уз све инхибиције и лутања из дана у дан СВЕ БЛИЖИ СВЕТУ. Светским трендовима и планетарној инклузији. Стога је некако и логично да поред набројаног постоји још итекако важних и подстицајних сегмената интеркултуралне агенде чији капацитети и потенцијали нису искоришћени или се тек стидљиво отварају и поступно оваплоћују.

Међу такве капацитете и ресурсе у топ-равни видимо и мањинске самоуправе које са обиљем својих националних идентитета творе незамисливо велику и социјално вредну мрежу свих варијетета које носи културна различитост. Та диверзификација етничких скупина и националних заједница је нешто што Србија дуговремено веома плодносно афирмише и дизајнира знајући истовремено да је то поље где се значајнији искораци тек очекују. Иако држава Србија није експлицитно дефинисала своју политику мултикултуралности прилично јасно је да добар део јавних политика и медијских опсервација иде у правцу „признања“ постојеће мултиетничке мапираности чиме се мултикултуралности одвећ дуго и потврђује право грађанства.

Несумњиво да се национална шароликост како је већ истакнуто укршта и преплиће на свим нивоима државне организације Р Србије стварајући по себи природан оквир за увећање проактивне оријентације друштва ка проспе-

ритетним формама и садржајима који модеран развој доноси. За овако изреченутврдњу верујемо да нема инструктивнијег описа од онога који је прокламован у *Агенди 21 за културу* у делу *Принципи* коју су усвојили градови и локалне самоуправе света на 4. Форуму локалних самоуправа у Барселони 2004. године где се изичито каже: „културна различитост је најважнија баштина човечанства. Она је производ више хиљада година историје, плод заједничког доприноса свих људи, њихових језика, маште, технологија и стваралаштва. Култура се исказује у различитим облицима и одговара динамичним моделимаодноса између држава и територија. Културна различитост је *средство за постизање квалитетнијег интелектуалног, емоционалног, моралног и духовног живота* (УНЕСКО-Универзална декларација о културној различитости, члан 3 ) и један од битних елемената у преображају урбане и друштвене стварности.”<sup>1</sup>

Дакле, раније поменути деценијски кризни периоди којима неумитно мора доћи крај отварају шансу запоступни друштвени преображај. Тај друштвени преображај морају изнети одређени актери који носе у себиздрав потенцијал и клицу промена зналачки сензибилујући унутрашње ресурсе, кретања у окружењу као и кардиналне глобалне токове. Свакако да је то *new age* – генерација којој је недвосмислено стало да гради амбијент и структуру друштва будућности самерљиво својој визији и потребама. Од социјалних група у том корпусу препознајемо готово све политичке организације и њихове делатнике које носе креативни потенцијал за озбиљну вивисекцију трошног друштвеног ткива које у свом базичном постаменту садржи исходишта за преображај.

Наведени цитат из Агенде 21 снажно сугерише да је културна различитост она датост у којој се крије али и остварује друштвени динамизам и потенцијални капацитет за промене. На то се веома сретно наслањају друштвени актери који својом активношћу, моделима и облицима деловања и самом природом свога положаја исповедају стварање климе у друштву која мења окоштале моделе и уобличава нове. Уз даљу,по нама непотребну аргументацију, налазимо да су националне мањине тај препознати агенс који, поред осталих, може да има везивну улогу и окрепљујући карактер у погледу идеално постављених (реално таргетираних) промена у нашем друштву.

Да будемо јаснији, мањинске самоуправе имају своју незаменљиву интегративну улогу која је одиста дуго чинила онај „социјални цемент“ у периодима истинских криза у међуљудским односима диљем наше териоторије. И то у различитим периодима наше савремене историје на веома волшебан начин мањинске политике су омогућавале да међунационални односи буду онај кохезивни фактор који је већину ентропијских елемената затварао а гдегод и трајно лишавао рематилачке димензије.

Наравно да уз поменуто постоји и прилично велико и постојано „ минско поље“ нерешених и стално отворених питања која свакако проблемски нису непремостива али су кумулативно у значајној мери опомињућа и чине солидну

<sup>1</sup> Агенда 21 за културу, Центар за истраживање етницитета, Београд

експлозивну „смесу“. Дакле, оних питања која знајуне ретко да буду и претећа. Пажљивијим приступом може се уочити да рад Националних савета трпи у континуитету осетне критике, да припадници мањина осећају у значајној мери одређене дискриминишуће елементе у локалним политикама и пројектној партиципацији у домену индустрије културе, да различитост националних „боја“ и даље има упадљивих „неравнина“, да упорно егзистира нескривен осећај гетоизираности појединих мањинских самоуправа, да осмишљавање и реализација „културне аутономије“ и даље има пристојних ограничења, да опстоји видљиво наглашена „предоминација“ страначког уместо етничког у странкама националних мањина, да и даље постоји диспропорција запошљавања припадника националних мањина као и недовољна децентрализација мањинских самоуправа.

Овом прилично несистематизованом набрајању засигурно није крај у поприлично дугачкој скали отворених дилема и „рањивих“ питања са којима се суочавају мањинске самоуправе. Како би се перспектива интеркултуралности поступно увећавала уз развојно остваривање мањинске самоуправе њихови припадници своја права и обавезе морају да остварују у локалним самоуправама кроз систем планирања и суделовања у расподели средстава и конзумирања права који би замишљена „културна аутономија“ концепцијски нудила. Да би се то на неки начин практично уобличио и делотворно функционисало морао би се нормирати број мањинских припадника у мањинским самоуправама који би следствено формирању такве мањинске самоуправе непосредно сарађивао са локалним самоуправама.

Поменуто замисао је овде изложена на трагу идеја Горана Башића<sup>2</sup> и није дата у својој целовитој, заокруженој замисли јер је и поменути теоретичар те идеје рекреирао у виду предлога који нису били посве концепцијски заокружени нити су били предмет шире јавне дебате. Међутим, поменуте идеје би могле да последиче моделом који би омогућио плодотворан искорак ка синергичној сарадњи мањинских и локалних самоуправа што би најдиректније дало одговарајући, квалитетан утицај и суделовање припадника мањина у креирању јавних политика на локалу. Нису бројни примери добре праксе, али и они за које знамо су веома сугестивни показујући како се одређена политика мултикултуралности може ускладити у пољу јавних политика и функционисања одређене мањинске самоуправе у односној локалној заједници.

Дакле, да будемо конкретни, реч је о општини Бачки Петровац, у којој, истичемо то, припадници словачке националне мањине (који чине око 65% становништва) непосредно издвајају средства за делатност установа и организација које су од значајног интереса за своју словачку заједницу. Нешто слично је и у општини Ковачица. Супротно поменутим примерима је донедавно ситуација у градској управи у Новом Пазаругде из разлога политичког анимозитета (па и сукобљености) две локалне санџачке странке културна политика града колатерално трпи јер се избегава примена законских решења (и поред

---

<sup>2</sup> Горан Башић, 2006, *Искушења демократијеу мултиетничким друштвима*, Центар за истраживање етничитета, Београд

препоруке заштитника грађана) везаних за закон о националним саветима чиме се неопходно конзистентна културна политика локалне самоуправе дезавуише и доводи у питање.

Није од малог значаја, како смо у летимичном набрајању поменули, сагледавање степена запослености и учешћа мањина у локалним самоуправама у Војводини који у директној спрези са одређеном аутономијом локалних самоуправа даје увид у могућност утицаја на живот и одлуке везане за сам процес интеркултуралности. Наиме, уколико су надлежности локалних управа по питању решавања проблема културне аутономије ограничена (а за сада јесу) онда је број припадника националних мањина у органима и телима локалних самоуправа недовољан а самим тим и ирелевантан јер по природи своје позиције у ситуацији су да ни на који начин не утичу на одлуке у свом окружењу. Заправо решење се назире у потенцијалној могућности да се корпус питања од важности за мањине измести (најчешће са републичког а каткада и са покрајинског нивоа) на локални ниво како би се ставило у изглед оставио простор делотворног учешћа националних мањина у јавним политикама на локалу.

У том светлу лако ћемо се сложити са закључком да опсег власти као и квалитет и релеванција одлука на локалу је у високој несразмери са важношћу појединих питања и проблемских деоница које се непосредно или пак на индиректан начин реперкутују на живот мањина а доносе се извесно апстрахујући локални ниво. Перспектива ширења и јачања интеркултурних атрибута са суштинским пројектима који доприносе учвршћивању мањинских самоуправа и афирмисању њихове улоге доприноси и процесима државне децентрализације јачања културне аутономије. Раст утицаја локалног па тиме и мањинског одлучивања или пак самог учешћа у одлучивању суштински доприноси увећању могућности да се ојача, унапреди и обезбеди квалитетан међунационални суоднос и садржајнији интеркултурни развој.

Интеркултурална перспектива може имати своје солидно упориште и у знатном побољшању ткз. кадровске политике односно у равномернијој заступљености припадника мањинских група у обављању послова у локалним самоуправама и њихово не само бројно увећање већ и постављање на она места са којих се може и учествовати у одлучивању. Није непознато да постоји уочљива дискрепанца између покрајинског и локалног нивоа у погледу подзаступљености у запошљавању и то изразито на штету локалних заједница. Иако је овај начелан став речит показатељ стања у погледу запошљавања припадника националних мањина у локалним заједницама морамо истаћи да нема јасне евиденције о структури запослених припадника националних мањина као што и не постоје озбиљни истраживачки напори да се овај проблем статистички констатује, аналитички осветли и прецизније објасни.

Зарад нешто бољег увида навешћемо концизненалазе истраживања „Заступљеност припадника националних у јединицама локалне самоуправе на подручју АП Војводине“, (2010) које је спровео Покрајински секретаријат за прописе, управу и националне заједнице и чији резултати су наведени у Тре-

ћем периодичном извештају Републике Србије за примену Оквирне конвенције. Помоћу тих показатеља се може стећи одређен увид у дихотомију запосленост – мањине премда, како смо већ напоменули, остаје тврдња да је за озбиљније промишљање (корелациону анализу) неопходан много шири узорак и збир података.

Дакле, у делу поменутом истраживање, истиче се „да је обухваћено 30 од 39 јединица локалне самоуправе чијој територији су у употреби језици и писма националних мањина. Истраживање је показало да су у органима локалне самоуправе као запосленим (осим Срба )заступљени Мађари, Црногорци, Румуни, Хрвати и Русини. Подаци показују заступљеност Црногораца, Румуна и Русина која је изнад њиховог удела у структури становништва Војводине. Са друге стране, подаци показују изразиту подзаступљеност Хрвата (1,25 % запослених у односу на 2,78% становништва Војводине). Удео Мађара и Словака је ништо нижи од њиховог удела у становништву, али се не може са сигурношћу тврдити да су подзаступљени, имајући у виду да се заступљеност не може процењивати изкључиво математички.“<sup>3</sup>

Држимо да су претходни наводи у извесном смислу потпомогли неки од исказаних ставова који су указивали на још увек недовољну заступљеност припадника националних мањина у локалним заједницама на оним пословима и радним местима са којих би се могло битније утицати на заштиту и остваривање појединачних и колективних права а тиме дакако и на увећање капацитета интеркултурне матрице у Војводини и локалним заједницама који је чине. Чини нам се да тврдње великог броја теоретичара који се баве овом проблематиком да се морају и надаље веома убрзано развијати капацитети државне управе да управља мултикултуралношћу, односно да се иде у оснаживање функционалности мањинских самоуправа веома инструктивни и утемељени.

Истини за вољу, гледајући *bona fides* актуелну ситуацију у Србији морамо истакнути чињеницу да се примена и заштита права националних мањина у општем смислу разликује када су у питању оодређене регионалне диспропорције, тако да без икакве сумње уочавамо значајне разлике између АП Војводине и нпр. централне Србије на уштрб ове друге регије. Прецизније, вероватно због бројности, структуре па и јаче инклузивности мањина у Војводини извршна власт покрајине има упадљиво развијеније мере подршке и непосредне помоћи мањинским самоуправама, које опет примерима добре праксе, упућују на опсервацију да се екстензивним приступом (коришћењем позитивних примера ) може ићи у правцу кохерентнијег прилаза и решења за оснаживање интеркултурне парадигме како у другим локалним заједницама тако и у самом пољу државне политике.

На том фону важно је указати на стање у покрајинском медијском простору које се по сили своје локалне мањинске „мозаичности“ у добром делу рефлектује и на информисање на локалу јер прегледност и конзумирање садржаја везаних за националне мањине и њихов живот на локалу итекако укршта-

<sup>3</sup> Љ. Ђорђевић, Ј. Лончар, Н. Миљковић, Г. Башић , 2018, *Учешће националних мањина у друштвеном и политичком животу Србије*, Центар за истраживање етничитета, Београд

ју и преплићу са оним што, колоквијално речено, долази са нивоа покрајинских штампаних и електронских медија. Можемо поновити више пута изречену тврдњу која је издигнута на ранг готово неупитне чињенице да је у Р Србији кроз медијско законодавство препозната потреба па и неопходност сталног унапређивања информисања на језицима националних мањина.

У духу тог става можемо рећи да је одвећ дуго дискриминација језика националних мањина забрањена као и језик мржње и нетолеранције чиме се најдиректније упућује на закључак да се норме и критеријуми (стандарди) које су донешени у Оквирној конвенцији о заштити националних мањина и Повељи о заштити регионалних и мањинских језика Савета Европе уденуте у сет важећих медијских закона. Будући да је Војводина по природи своје мешовите националне структуре онај културно политички амбијент где се медијскаинформисаност најснажније истиче и свакодневно детектује јасно је да уподобљеност законског оквир са европским медијским стандардима не оставља пуно простора за потпуно задовољство нити ритуално самохвалисање.

Наиме, и поред наглашено афирмативног приступа и статистички убедљивих података о броју информативних гласила, емисија и емитованих сати реалност се веома често искрада испод тих неподељено значајних бројки и оптимистичних ставова и изискује прилично захтеван низ конкретних радњи које траже неодгодиву акцију и конструктивна решења.

- неопходно је да се учесталост а тиме и ваљаност истраживања, пропитивања медијске ситуације у медијима националних мањина на локалу издигне на ниво континуираних увида (истраживања) за употребу „оперативних“ сазнања оних који творе локалне политике и тиме утичу на побољшање као и на раст интеркултуралних садржаја у мањинском дакле локалном корпусу.

- иако су направљени више него солидни помаци у погледу „инфилтрираности“ и избора мањинских представника у РЕМ-у, У.О. РТВ-а и другим информативним гласилима, држимо да би предлози и избор представника аутентичних националних тела (нпр. Савета Националних мањина) били она погођена форма и озбиљан искорак ка мањинској репрезентативности.

- финансирање као и подршка раду локалних медија би требала да буде много конкретнија и финансијски значајнија будући да самоодрживост медија националних мањина, особито штампаних, није одрживо као пракса нити би се то могло квалификовати као адекватан приступ у решавању проблема са којима се суочавају.

- локалне самоуправе би морале да појачају пројектно финансирање медија националних мањина и то са јасним акцентом на проблематизовање дефицитних тема из мањинског живота чиме би се у великој мери поспешила синергичност са темама које на одређен начин већ препознају медији на покрајинском нивоу.

- као и на покрајинском тако и на нивоу локалних самоуправа концепт мултикултурализма би морао да има осетно већу познатост и заступљеност чиме би се у значајној мери грађанима и припадницима мањина приближио модел суживота и међунационалне упућености.

Локална заједница (самоуправе), поред реченог би морале перспективно да изналазе све већи број начина, претпоставки и активних мера како би се компензовао уочљив пад претходно високо утемељених медијских стандарда након процеса трансформације и приватизације медија где су нарочито погођена права медија националних мањина.

Уз све набројано, важно је указати на одсуство афирмативног приступа смањивању етничке дистанце и потенцирања значаја духа толеранције нарочито оне међунационалне јер фокусирањем (с разлогом) на проблем решавања косовског проблема готово нужно, па и спонтано питања других етничких група се миноризују или пак изостављају. Локалне заједнице ту имају нарочиту улогу па и шансу јер је отворено поље за непосреднији контакт и директнију акцију.

Да бисмо егзактно подастрли претходно изнете ставове навешћемо извод из не тако актуелне анализе али чини нам се са веома рецентним закључцима где се целокупни истраживачки наратив у многим наводима поклапа са нашим претходно изнетим опсервацијама. У тој анализи увид се своди на информативно-политичко саопштавање упућујући да „резултати квантитативно-квалитативне анализе садржаја програма и радија и телевизије на свим језицима на којим се емитује РУВ рађене у оквиру пројекта Новосадске новинарске школе и ИВ Војводине“ трансформација РТВ Нови Сад у Јавни сервис Војводине“ (2006-2008)“ указује да у централним информативнополитичким емисијама на већинском и на мањинским језицима недостају садржаји који **подстичу дух толеранције и међукултуралног дијалога и предузимају ефикасне мере за унапређење узajамног поштовања и разумевања и сарадње међу свим људима који живе ма њиховој територији**“<sup>4</sup>

И на крају, али никако и као последње, неопходно је сагледати свеукупни рад Савета националних мањина, увидети оне спорне тачке и критичке опсервације које указују на недостатке и пропусте у раду истих Савета и порадићи на побољшању оних законских решења чијом применом ће у пракси доћи до знатнијег унапређења оних дотрајалих одредби које су годинама уназад предмет континуиране критике. Наш аналитички интерес не иде даље од мањинских самоуправа па ћемо се у том делу и фокусирати на извесне сугестије око националних савета а нека озбиљнија анализа њиховог рада биће остављена за неке опсежније студије на ту тему. У том правцу иду разматрања, коментари и предлози које је везано за унапређење мањинских самоуправа и мултикултуралности дао поменути Г. Башић<sup>5</sup> и које се сублимирајуће односе на:

- изједначавање нивоа избора националних савета са могућношћу избора мањинских самоуправа на локалном нивоу како би се најдиректнији комуникација мањинских самоуправа са припадницима националних мањина остварила

---

<sup>4</sup> Др. Дубравка Валић – Недељковић, 2008, *Медији националних мањина у Србији/Војводини-приватизација (Извештај за Србију)*, Новосадска новинарска школа, Нови Сад

<sup>5</sup> Г. Башић, М. Пајванчић, 2015, *Од сегрегативне ка интегративној политици мултикултуралности*, Центар за истраживање етничитета, Београд

- посебне бирачке спискове у којима је и одређивање институција за вођење посебног бирачког списка
- образовање посебних органа за спровођење избора за чланове националних савета националних мањина где би предлагачи били пуноправни чланови органа за спровођење избора
- како је мањинска самоуправа културолошки феномен (питање) неопходно је одвојити страначки утицај од мањинског тако што би законом требало гарантовати право предлагања припадницима националних мањина и субјектима који су везани за деловање у областима мањинске самоуправе.

Мишљења смо да претходно набрајање не би било потпуно нити имало ону целисходност ако не би исто употпунили и заокружили цитатом поменутог Г. Башића који предлаже крајње упутно и подстицајно „да треба установити институционалне облике организовања мањинске самоуправе и на локалном нивоу како би се омогућило потпуније и ефикасније остваривање права националних мањина, посебно у областима у којима се остварује мањинска самоуправа, као и да би се створиле повољније околности у којима је могуће развијати међусобну комуникацију и сарадњу националних савета националних мањина на питањима од заједничког интереса и тако отворити простор за међусобни дијалог, створити услове за боље међусобно разумевање, и на тај начин подстицати мултикултуралност“.<sup>6</sup>

Правећи кратак поглед на ситуацију у Новом Саду ваља нам поћи од коментара са највишег места муниципалне власти, дакле од коментара градског попечитеља за културу који наглашава важност оснаживања улоге националних мањина које по природи свог положаја доприносе хармонизацији друштвене заједнице ценећи да Град настоји да максимално подржи културу и сваку различитост. Ово је наравно веома респектибилан сигнал у околностима када мањинске самоуправе, њихове јавне политике и медији националних мањина очекују преко потребну помоћ за стабилан раст њиховог утицаја и евентуално јачу инкорпорираност у пројекте културе и локалних медија. Пре свега због чињенице да се већина медија националних мањина финансира посредством директних субвенција преко Националних савета према искуству и сама пракса указује да су опредељена средства недовољна и да она покривају „просту репродукцију“ и не отварају решења за нарасле потребе за што квалитетнијим и садржајнијим медијским целинама, бољој техничкој опремљености, подмлађивању новинарског кадра, њиховој едукацији као и неопходном диверзитету садржаја. Уз то веома су чести негативни коментари из реда представника мањинских медија да се национални савети понашају „власнички“ према поменутиим медијима и да одсуство слуха за потребе и квалитетнију расподелу средстава наткриљује преко потребан дијалог и разумевање.

Два најистакнутија медија у Новом Саду, *Новосадска ТВ* и *Дневник* (који није само локално гласило) у оквиру својих програма и одређене културно-политичке шеме имају солидну учесталост садржаја који прате мањинска дешавања (нпр. *Објектив* на Новосадској ТВ) али летимична евиденција недвос-

<sup>6</sup> Ибид, 87стр.

мислено указује на неопходност да се прилози, емисије и друге медијске целине финансијски и технички потпомогну како би се добила много живља и медијски пријемчивија мањинска медијска сцена на нивоу града Новог Сада.

Очито да интеркултуралност и мањинска самоуправа уз огромну помоћ већинског српског народа нуде судбинску шансу да на овим просторима исклија суштинска културна хегемонија у духу најбољих Грамшијевих идеја.

### Литература :

1. *Agenda 21 za kulturu*. (2004). Centar za istraživanje etniciteta. Beograd
2. Bašić, G. (2004). *Perspektive multikulturalizma u državama Zapadnog Balkana*. Centar za istraživanje etniciteta. Beograd
3. Bašić, G. (2006). *Isušenja demokratije u multietničkim društvima*, Centar za istraživanje etniciteta, Beograd
4. Bašić, G. , Pajvančić, M. (2015). *Od segregativne ka integrativnoj politici multikulturalnosti*. Centar za istraživanje etniciteta. Beograd
5. Valić-Nedeljković, D. (2008). *Mediji nacionalnih manjina u Srbiji/Vojvodini-privatizacija (Izveštaj za Srbiju)*. Novosadska novinarska škola. Novi Sad
6. Đorđević, Lj., Lončar, J., Miljković, N., Bašić, G. (2018). *Učešće nacionalnih manjina u društvenom i političkom životu Srbije*. Centar za istraživanje etniciteta. Beograd
7. Zbornik: *Jačanje lokalne vlasti*. (2002). Čigoja štampa-Magna agenda, Beograd
8. Zbornik: *Usporedna iskustva lokalnih samouprava*. (2002). Čigoja štampa- Magna agenda. Beograd
9. Jovanović, A. M. (2009). *Kolektivna prava i pozitivna diskriminacija*, Službeni glasnik, Beograd
10. Tripković, M. (2006). *Multikulturna Vojvodina u evropskim integracijama*. Filozofski fakultet u Novom Sadu. Novi Sad

## INTERCULTURAL PERSPECTIVES OF MINORITIES SELF-GOVERNMENT - Public Policy and Media Sphere

**Summary:** The work is based on the analytical insight of the author in the current situation and perspectives of intercultural projects and models that create the participation of minority groups and communities in the shaping of their cultural identity at the local level. The level of interculturality at the level of minority self-government in Vojvodina and Novi Sad through defining and development strategic directions of cultural industries with special emphasis on public policies and media activities. Given the fact that identity minority issues are most closely related to public policies and especially to the media sphere, it is crucial that they are normatively framed and implemented in the cultural, economic and political spheres of a certain legal-political system. It is obvious that the perspective of minority self-governments is reflected in the search for quality legal and practical solutions in achieving the collective rights of national minorities, in two equally important processes for each self-government - decentralization processes and the process of achieving cultural autonomy. Therefore, the work affirms the promising increase of both mutually coupled socio-political processes in order to obtain a certain prediction of the contemporary intercultural model of minority self-government. It is natural for a good part of the work to intertwine other seg-

ments of creative industries (publishing, advertising, etc.), but the author's efforts are focused on marking experiences and perspectives in the domain of public and media activities. In this light, there is an indispensable correlation between the three levels (republic, provincial and city) of competencies and authorities that are reflected in the final form at the local level more precisely, to the level of minority self-government.

**Key words:** minority self-government, interculturalism, perspective, cultural industries, public policies, media, local level



## **ФИНАНСИРАЊЕ КУЛТУРЕ\*\***

**Сажетак:** Једно од кључних питања везано за развој па и сам опстанак културе, јесте њено финансирање. Прихватање нових односа у друштву, а за Србију и пута ка Европи, подразумевало је темељне промене и у односу на културу. На нивоу државе и друштва, на том путу, било је очекивано културу посматрати оком „економике културе“ и извршити реорганизацију већ постојећих културних институција и облика јавног финансирања. Нови национални законодавни оквир у области културе установио је нове облике финансирања културе и нови статус културних субјеката. Као и у већини европских земаља, финансирање културе у Србији, врши се моделом комбиновања финансирања културе из јавних средстава (буџет) и приватних средстава. Финансирање из јавних средстава јавља се, као директно и индиректно. Из приватних средстава, у Србији, у развоју су нови инструменти финансирања, јавно-приватно партнерство и финансирање културних активности тржишно усмерених, кроз развој креативних индустрија.

**Кључне речи:** финансирање културе, буџет, јавно-приватно партнерство, креативне индустрије.

### **Култура као заступник друштвених промена**

Концепт културе *који подразумева облик уметничког или естетског представљања* и који се у свом почетку, разликовао од било које економске активности и није био у фокусу јавних власти, данас се развио у новом правцу, тако да се култура поистовећује са јавним добром и сматра се елементом друштвених промена и производње, до тог степена, да се данас, појам културе посматра кроз економску призму која је поима „истинским заступником друштвених промена.“ (Rish Lerner 2006).

Потврда наведеног схватања културе налази се у чињеници да тренутно, култура има статус четвртог стуба одрживог друштвеног развоја (UCLG 2010),

---

\* buncics@uns.ac.rs , 063-503-454

\*\* Рад је сачињен као део пројекта „Унапређење конкуретности Србије у процесу придруживања Европској унији“ број 47028, финансиран од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

па стога културна политика доприноси у друштвима консолидацији социјалне кохезије<sup>1</sup> (слобода, једнакост, друштвена одговорност, социјална и економска једнакост) (UNESCO 2000), фокусирајући се на подстицање учешћа свих чланова друштва.

Општи споразум о трговини услугама GAT<sup>2</sup> (General Agreement on Trade in Services) дефинише културу као део економског развоја и укључује сфере друштвене производње, које су претходно биле заштићене од тржишта у тржишно оријентисане активности на глобалном нивоу. Уз помоћ GAT, WTO (светска трговинска организација) стекла је могућност да обликује националну културну политику<sup>3</sup>, и тиме последично утиче и на културну производњу. Потписивањем тог споразума све чланице WTO су се обавезале да ће постепено имплементирати модел либерализације трговине услугама и уклонити националне мере које су уведене у сврху осигурања бољих услова у трговини услугама домаћих привредника у односу на стране. Оваквим економским третирањем културе као трговине услугама, њена улога заступника друштвених промена је била у потпуности прихваћена.

Упркос фундаменталној важности културе као есенцијалног атрибута националног идентитета и инвестирања од националног значаја, настао је поремећај у таквом схватању културе. Он је изазван светском економском кризом 2008 године. Током економске кризе култура више није представљала приоритет у финансирању, што је био одраз повећаног јавног дефицита и било исказано као смањене јавне потрошње. Владе многих држава драстично су

<sup>1</sup> Социјална кохезија дефинисана је као посебан квалитет заједнице и показује како њени чланови живе и раде заједно. Карактеристике друштва са високим степеном кохезије су еластични социјални односи, позитивна емоционална повезаност заједнице и опредељење за опште добро.“ Социјална кохезија је кључна за будућност сваког друштва и утиче на то како грађани доживљавају благостање. Више кохезије значи и веће задовољство животом“ Bertelsmana Liz Mop (Mohn).

Истраживање је потврдило да веће национално богатство доприноси већој социјалној кохезији и да разлика у приходима снажно делује на кохезију, па су друштва већом једнакошћу боље социјално повезана. Ипак, неколико земаља са већим јазом у приходима, попут Британије и Ирске, успело је да избегне пад испод просека у социјалној кохезији.

EUROATIV [www.euractiv.rs/](http://www.euractiv.rs/) 27.07.2018

<sup>2</sup> Општи споразум о царинама и трговини (*General Agreement on Tariffs and Trade – GATT*) из 1948. године који је ојачао прогресивнију либерализацију међународне робне трговине, предходник је и модел GATS-а. GATS је осмишљен због „ растуће важности трговине услугама у погледу раста и развоја светске економије“ те је његов главни циљ “брзо остварити прогресивно виши ниво либерализације трговине услугама „Споразум признаје државну власт као „ право чланица да регулишу и уводе нове регулаторне мере у вези са набавком услуга унутар сопствене територије . Доступно на интернет страни: *General Agreement on Trade in Services, WTO* [http://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/26-gats.pdf](http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/26-gats.pdf) (posljednji uvid 25. јула 2018.).

<sup>3</sup> Маја Брезник у свом чланку *Culture between „l’exception culturelle“ and „cultural diversity“* указује како међународни споразуми јачају економску димензију културе као одлучујући фактор у формулисању културне политике. Иако се на први поглед чини да међународне организације заступају локалне интересе културе или глобалне забављачке индустрије док држава настоји заштити локалну ( националну) културну производњу, њихов однос заправо није антагонистички него комплементаран. Маја Брезник: „Culture between ‚l’exception culturelle‘ and ‚cultural diversity““, у: Алдо Милохњић др. (рад.): *Culture Ltd., Material Condition of Culture Production*, Peace Institute, Ljubljana, 2005., стр. 15-43.

смањиле давања за културу али и субвенције које су за те намене биле предвиђене (Manda ,Nicolescu,Mortelmans.2017.180). То је довело до новог приступа финансирању културе и изналажења нових извора финансирања. Конкретно, финансирање је морало да се обезбеди како из јавних средстава тако и из приватних извора (компаније, фондације, удружења и појединци).

У наставку рада, анализираћемо моделе финансирања у области културе како у европском, тако и српском простору. Неспорно је да се део културне делатности мора и даље финансирати из јавних средстава, буџета, али и у оквиру овог инструмента финансирања, постоје новине дате кроз индиректно финансирање путем јавних средстава. У раду ћемо приказати и нове моделе финансирања културе кроз јавно-приватно партнерство и културне индустрије.

## **Финансирање културе на европском простору**

За сектор културе у Европској унији (ЕУ) у погледу финансирања успостављен је модел који је подржан са два механизма. Први је финансирање из јавног сектора, тзв. буџетско финансирање, док је други извор из приватног сектора.

Финансирање из јавног сектора, буџетско финансирање, може бити директно и индиректно.

*Директно финансирање* се разликује од чланице до чланице, зависно од циљева националне културне политике. Оно може бити различито, као на пример: заштита културног наслеђа (Италија, Грчка), истицање културне различитости и социјалне инклузије (Шведска, Финска, Холандија), подршка креативним индустријама (Аустрија, Холандија, Луксембург), подстицај економског потенцијала културног сектора (Данска, Аустрија, Немачка, Холандија, Румунија) (NICTR, 2010). У директном финансирању у Европи, уочавају се три основна система распореда средстава. Први је систем *централизован* (Италија, Француска, неколико земаља Централне и Источне Европе), други је *систем распоређивања средстава* одређеном броју културних установа, односно институција са високим степеном самосталности у њиховом коришћењу (Скандинавске земље) и трећи систем је *распоређивање средстава према одлукама националног културног савета* (Данска).

Значајни извори финансирања културе у Европи из јавног сектора, долазе и од посебних спољних фондова (углавном ЕУ фондови и фондови Светске банке). Они се формирају путем издвајања одређеног процента од националне лутрије, дела који се издваја из пореза на додату вредност, дела из пореза на доходак или из самог буџетског издвајања.

*Индиректно финансирање* од стране државе подразумева низ инструмената којима се подстиче приватни сектор на финансирање културе. Инструменти подстицаја су различити и могу бити; ослобађање од прописаних пореских давања, смањење или укидање пореза за уметничке и културне институције, смањење пореза или давање пореског кредита за компаније и појединце који донирају средства за културу или инвестирају у културу, умањење порес-

ке стопе пореза на додату вредност за производе културне индустрије (NICTR 2010). Поред тога, постоје и друге форме, облици и начини финансирања из средстава приватног сектора, који повезују културу и економију, као на-пр. филантропија, спонзорство и слично.

Закључак који можемо извести из документа посвећених култури, (Еуро-ре 2020 Strategy) али и из доступних статистичких података о финансирању културе у оквиру Европске уније, издваја два запажања. Већина европских земаља, директно финансирање заснива на финансирању пројеката значајних националних културних институција, али генерално посматрано, проценти (износи) издвајања из буџета за културу су све нижи. Осим тога, издвајања за културу, нарочито после велике финансијске кризе, показују још једну слабост. Поред тога што су издвајања смањена, јавља се и неуједначеност у укупном износу средстава, и то нарочито између земаља на северу и земаља централне и источне Европе. Развијеније земље севера<sup>4</sup> и централне<sup>5</sup> Европе, издвајају много више новца, у реалном износу, иако се чини да су њихови проценти знатно нижи од земаља источне Европе, што је свакако повезано и са њиховим степеном економског развоја. Поред финансирања из јавних средстава у Европској унији култура се веома ефикасно финансира и из приватних средстава нарочито путем јавно-приватног партнерства и развијених креативних индустрија.

## Финансирање културе у Србији

Процес транзиције у Србији донео је промену у друштвеном систему и као део ширег, глобалног процеса увео капиталистичке, односно тржишне односе у наше друштво. То је покренуло и институционалну промену која је изменила улогу културе и њен значај, те утицај у друштву. У овом тренутку као земља кандидат за чланство у Европској унији, хармонизовали смо правни оквир за област културе, те се на основу његовог прихватања, променио и ранији начин финансирања културе. Као и у већини европских земаља, финансирање културе у Србији врши се моделом комбиновања финансирања културе из јавних средстава (буџет) и приватних средстава.

Питање финансирања културе у Србији, мора да се повеже са чињеницом да је култура производ јавног добра сваког друштва, те је држава у обавези да подржава све облике стваралаштва који су „елитни“ по свом карактеру, али који припадају националном фонду културе. (Аврамовић, 2009.257). Јасан начин изражавања подршке државе култури читава се у обезбеђењу средстава из буџета. Новине у овом облику финансирања су свакако издвајање директног и индиректног финансирања. Из приватних средстава у Србији, требао би да се развије нови модел, јавно-приватно партнерство, и финансирање културних активности тржишно усмерих кроз развој креативних индустрија.

---

<sup>4</sup> Финска, као земља севера, издвајала је 3,16% из буџета у периоду од 2007-2014.

<sup>5</sup> Немачка, као земља централне Европе, за исти период (2007-2014), 12,60%, Француска 34,45%, Словачка 24,5%.

## Директно финансирање културе из јавних средстава у Србији

Следствено наведеном, имамо јавно, буџетско финансирање, под којим се подразумева коришћење средстава на нивоу републике, покрајине и локалних самоуправа, и директно је везано за доношење годишњег буџета. Буџетско финансирање у Србији, као директно финансирање, има своја два основна вида. *Први*, кроз ниво утврђених средстава која се у једној фискалној години предвиђају за област културе, и *други* који се односи на систем распоређивања тако обезбеђених средстава за конкретне програме и пројекте (Благојевић, 2012,201).

Први облик *директног финансирања у култури* је утврђивање нивоа укупних средстава у буџету за област културе на свим нивоима власти и везан је за одлуку о годишњем нивоу буџета. Основ за доношење одлуке о количини средстава и начину на који ће се издајати, налази се у законском оквиру за област културе и културној политици земље. Да ли Србија има изграђену националну културну политику? Или је то државна култура која искључиво реагује на партијске интересе оних који су на власти?<sup>6</sup> На овај начин аутори исказују негодовање због евидентног недостатка националне културне политике и то са пуним правом.

Од формирања Србије као самосталне државе није било таквог документа, а он би свакако помогао и бољем финансирању културе. До сада стратешког промишљања о култури није било, али постоје позитивни помаци. Наиме, у јавној расправи се налази документ *Нацрт Стратегије развоја културе Републике Србије 2017-2027*, који би требао да утврди смернице развоја културе и њеног финансирања у наредном периоду од 10 година, у случају да се усвоји. Иако у овом раду нећемо говорити о предложеном документу, интересантно је, у вези директног финансирања културе, издвојити предлог којим се предвиђа да се убудуће повећа проценат издвајања за културу. У овом тренутку из буџета се издваја 0,68% из бруто друштвеног производа земље (БДП) и због тога је Србија тренутно на дну лествице европских земаља. Наиме, према препоруци УНЕСК-а сматра се да је минимум издвајања 1% БДП јер испод тог нивоа се сматра да је култура угрожена. Дакле, тренутно је издајање за културу у Србији испод потребног минимума и овај предлог Нацрта стратегије је позитиван уколико би се остварило повећање од 0.1% у наредних десет година (до 1,68% 2027). Издвајања за културу, ако се ограничимо на поједине државе бившег југословенског простора, у 2015 и 2016 години, крећу се од 0.76% буџета Републике Хрватске, 1% буџета Републике Црне Горе до 2,2% буџета БЈР Македоније.<sup>7</sup> (НСРКРС 2017-2027 ,15) Подаци очигледно показују да су издвајања из јавних средстава скромна, а буџетско финансирање културе директно утиче не само на развој него и на опстанак културе.

<sup>6</sup> Види шире у чланку Александра Дунђеровића на интернет страни <https://aleksandardundjeric.wordpress.com/2013/09/13/srpska-kulturna-politika/>

<sup>7</sup> Према компендијумима културних политика Републике Хрватске и Републике Црне Горе, издвајања за културу су до 2012. била и већа – у Хрватској око 1,5% у 2007, а у Црној Гори и до 2,5% од укупног буџета ове државе. Већа ранија издвајања су обезбедила унапређења културне инфраструктуре. У БЈР Македонији, та издвајања, од 2005. године до данас нису, ишла испод 2% од укупног буџета.

Подаци о директном буџетском финансирању, према статистици Министарства културе Србије, указују на тренутна издвајања. Највећи део буџетских средстава за културу усмерава се посредством Министарства културе и информисања, а у мањој мери културне пројекте финансирају и друга министарства.<sup>8</sup> Министарство културе и информисања располаже средствима за капиталне инвестиције<sup>9</sup>, а у посебном делу Закона о буџету на разделу Министарство културе и информисања одређена су средства за рад Министарства културе и информисања, средства за конкурсе и пројекте, као и средства за подршку рада установа у области заштите и очувања културног наслеђа и установа културе у области савременог стваралаштва. Процентуално, поређење Закона о буџету Републике Србије у периоду 2012–2016. Година, показује да су издвајања за делатности под надлежношћу Министарства културе и информисања у просеку 0,74% од буџета Републике Србије. Издвајања за културу су мања ако се изузму издаци за јавно информисање, које је такође у надлежности Министарства културе и информисања (Табела 1).

Табела 1. Средства издвојена за културу према законима о буџету РС

Година	Култура и јавно информисање	% у буџету РС	Култура (без јавног информисања)	% у буџету РС
2012	6.955.758.761	0,5	5.638.660.000	0,41
2013	6.343.593.000	0,43	5.907.561.183	0,40
2014	16.416.472.000	1,04	7.565.293.000	0,48
2015	16.678.247.000	1,04	7.530.257.000	0,47
2016	11.180.497.000	0,69	6.880.719.000	0,42

Извор: *Нацрт Стратегије развоја културе 2017-2027, страна 13*

Министарство културе и информисања финансира рад 26 установа културе чији је оснивач Република Србија, као и 14 установа културе са територије Косова и Метохије. Средства која се издвајају за рад установа културе претежно се троше за зараде запослених<sup>10</sup> и материјалне трошкове. Нешто мање новца троши се за програмске активности, а најмање за набавку савремене опреме те инвестиционо одржавање зграда и простора (Вукановић, 2010).

Сходно *Закону о утврђивању надлежности АП Војводине*<sup>11</sup>, рад 17 покрајинских установа културе финансира се из буџета покрајине. Покрајински секретаријат за културу, јавно информисање и односе с верским заједницама расписује годишње конкурсе за суфинансирање пројеката од значаја за развој

<sup>8</sup> Министарство спољних послова (пројекти међународне сарадње и представљања Србије у иностранству), Министарство просвете, науке и технолошког развоја (пројекти уметничке едукације, рад студентских културних центара, као и истраживања у уметности и култури), Министарство трговине, туризма и телекомуникација (пројекти културног туризма), Министарство привреде (подршка кинематографији посредством Привредне коморе Србије), Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања

<sup>9</sup> Протеклих година, реч је о средствима за реконструкцију Народног музеја у Београду и Музеја савремене уметности

<sup>10</sup> Зараде запослених у култури без обзира на степен образовања крећу се до нивоа просечне нето зараде у Републици Србији

<sup>11</sup> "Сл.Гласник РС", бр. 99/2009

културе на територији АП Војводине. Градови и општине су, сходно члану 20 Закона о локалној самоуправи<sup>12</sup>, дужни да обезбеде развој културе на својој територији, али испуњавање те обавезе углавном почива на финансирању рада установа културе средствима пренетим из буџета Републике. Градови у којима су седишта округа за културу издвајају средства у просечном износу од 5,6% локалних буџета.<sup>13</sup> (Лазаревић, 2010).

*Други облик директног финансирања из јавних средстава предвиђен је кроз финансирање пројеката.* Министарство културе и информисања у Србији најмање једном годишње расписује конкурсе за финансирање и суфинансирање пројеката у култури. Право учешћа на конкурсима имају установе, уметничка и друга удружења регистрована за обављање делатности културе, субјекти у култури који су у иностранству регистровани за обављање културне делатности, као и други субјекти у култури, осим установа културе, чији је оснивач Република Србија. О избору пројеката по расписаном јавном конкурсном одлучује стручна комисија коју образује орган који расписује конкурс.

Ограниченост средстава која је у Србији присутна, осликава се на конкурсну процедуру и начин расподеле средстава по пројектима. Финансира се већи број пројеката, али су средства за појединачне пројекте скромна. Улога државе, у примени инструмента финансирања пројеката и суфинансирања, треба да буде везана за утврђивање јасне и прецизне процедуре расподеле средстава, без обзира на количину средстава предвиђених за овај облик финансирања. (Благојевић, 2012, 202) Доношењем Закона о култури, али и Правилника о начину, критеријумима и мерилима за избор пројеката који се финансирају и суфинансирају из буџета<sup>14</sup> донет је правни оквир, као предуслов за развијање система вредновања, како би већа пажња била посвећена ефектима који се постижу подржаним пројектима. Дакле, и поред недовољног нивоа средстава издвојених за пројекте у култури, овај систем подстицаја из јавних средстава треба усавршавати и учинити ефикаснијим, што ће свакако имати директне утицаје на успешност даљег развоја културе.

Основни задатак државе, који треба следити при примени овог инструмента финансирања културе је *повећање средстава* за суфинансирање пројеката које треба да буде усклађено са увећањем могућности за коришћење средстава из других извора (јавно-приватно партнерство, спонзорства, средства из самосталних прихода јединица локалне самоуправе, итд.) (НСРК 2017-2027,54). Од суштинског значаја је успостављање *система вредновања* завршених пројеката и њиховог утицаја на квалитет културног живота заједнице, као и боље видљивости у јавности свих детаља важних за остварење пројеката, као и рада комисије која одлучује о њиховом финансирању, ради боље процене обима финансијске подршке у будућности, као и спречавања сукоба интереса и других злоупотреба.

<sup>12</sup> "Сл. Гласник РС ", бр. 129/2007, 83/2014 - др. закон, 101/2016 - др. закон и 47/2018

<sup>13</sup> Видети пројекат Министарства културе и информисања „Градови у фокусу“

<sup>14</sup> Правилник о начину, критеријумима и мерилима за избор пројеката у култури који се финансирају и суфинансирају из буџета Републике Србије („Службени гласник РС”, бр. 57/10, 90/11 и 61/13).

## Индиректно финансирање у култури из јавних средстава

Индиректно финансирање из јавних средстава подразумева увођење низа инструмената којима држава подстиче приватни сектор на финансирање културе. Инструменти подстицаја су бројни али углавном произлазе из фискалне политике земље и представљају разне фискалне мере којима се подстиче издвајање за куттуру приватног сектора. Као и у већини других држава и у Србији је препозната ова могућност и донет законски оквир којим се уведе инструменти подстицаја.

У оквиру увођења индиректног финансирања културе још 2002 године је објављен *Правилник о улагањима у области културе која се признају као расход*<sup>15</sup> у складу са чланом 15 *Закон о порезу на добит правних лица*<sup>16</sup> који прописује проценат умањења пореза на име извршених улагања. Процент умањења је, током година, повећаван: од 1,5% у Закону на добит предузећа на садашњих 5% у Закону на добит правних лица. Међутим, искуства из праксе показују да су улагања углавном мала, а да је процедура повраћаја новца сложена и дуготрајна.

Република Србија је већим делом прве деценије 21. века подржавала предузетништво у култури и то субвенцијама за порезе и доприносе запослених у микро и малим предузећима у креативним индустријама. Међутим, почетком економске кризе, 2008 године, ова пракса је замрла.

Спонзорства, донације и средства остварена на основу резултата конкурса које спроводе фондације јесу законски препознати ванбуџетски извори финансирања, али у оствареним средствима установа културе њихово учешће је маргинализовано. (Вукановић, 2010)

## Јавно-приватно партнерство у култури

Јавно-приватно партнерство је један од најсложенијих и новијих инструмената подстицаја економског развоја модерних држава кроз сарадњу јавних власти са приватним сектором у разним областима друштвеног живота, са крајњим циљем да се утиче на ефикасност и профитабилност. Овај инструмент финансирања је у непрекидном развоју, како у погледу стварања нових модела финансирања тако и у погледу отварања нових области у којима се примењује. У примени овог инструмента предњаче најразвијеније земље и примењују га у најразличитијим друштвеним областима (саобраћај, водоснабдевање, изградња, па и култура). Постоји више дефиниција јавно-приватног партнерства, али све оне имају неколико заједничких карактеристика које их повезују. То су (1) јавно-приватно партнерство се увек односи на сарадњу два или више субјеката (од којих најмање један субјекат је јавног карактера), (2) сваки субјекат је принципал, (3) однос је дугорочан, стабилан и заснован на обостраним или

---

<sup>15</sup> Сл гласник 9/2002

<sup>16</sup> СЛ гласник РС, бр, 25/2001, 80/2002, 80/2002 - др. закон, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014

комплементарним користима, (4) субјекти преносе материјалне или нематеријалне ресурсе на партнерство и (5) ризик и одговорност се дистрибуирају на све учеснике у партнерству.

Партнерство јавног и приватног сектора може бити организовано на више начина и успостављено у различитим привредним и непривредним делатностима. Према Зеленој књизи о јавно-приватним партнерствима<sup>17</sup> разликујемо два основна облика, односно модалитета јавно-приватног партнерства (ЈПП):

- *Уговорно* ЈПП, је партнерство између јавног и приватног субјекта које се заснива искључиво на уговором односу
- *Институционално* ЈПП, је партнерство које укључује стварање посебног правног субјекта као вид сарадње јавног и приватног субјекта.

Уговорно ЈПП засновано је искључиво на уговорном односу између различитих субјеката. Овај облик обухвата мноштво модалитета у којима се један или више пројеката, већег или мањег обима, додељују приватном партнеру, што може обухватити осмишљавање, пројектовање, финансирање, извођење радова, обнову, коришћење добара или/и пружање услуга. Заједничко обележје свих модалитета овог облика ЈПП је дугорочна уговорна сарадња (нпр. 25 до 30 година) између представника јавног и приватног субјекта (или конзорцијума више приватних инвеститора), финансирање се врши из приватних средстава, али ни учешће јавних средстава није искључено, уговором се дефинишу, ток инвестиције, обавезе и одговорности уговорних страна.

Када говоримо о институционалном ЈПП, његова основна карактеристика је оснивање заједничке институције јавног и приватног сектора у сврху реализације одређеног јавног пројекта или пружање јавних услуга. Удели, одговорности, међусобне обавезе, расподела ризика и управљање током инвестиције предмет су уговора приватног и јавног партнера. Институционални облик ЈПП може бити успостављен оснивањем нове институције или преузимањем удела и контроле у постојећој институцији од стране приватног партнера. Институционални облици ЈПП, углавном се примењују при пружању јавних услуга које су од велике важности за јавни сектор, због чега је важно да он задржи део контроле и надзора над пружањем услуга (саобраћај, водоснабдевање, култура). Расподела ризика између два партнера специфична је за сваки појединачни случај овог облика ЈПП и један од главних принципа сваког ЈПП пројекта.

Из наведених заједничких карактеристика ЈПП произлази да се овај инструмент финансирања може применити и у непривредним областима у које спада и култура. Многе европске земље су приступиле примени ЈПП, а добар пример је Италија, земља која има огромно културно наслеђе. Почела је примену овог инструмента финансирања, већ од краја деведесетих година, на локалном нивоу, који је према регулативи одређен за управљање културним објектима или за пружање културних услуга. Локалне власти, одлучиле су се за институционални облик ЈПП, тако што су укључивали приватне partnere

<sup>17</sup> Green Paper on public-private partnerships and Community law on public contracts and concessions: COM(2004)327

(банке, богате приватне организације које су настале из банака и слично). Ова нова ЈПП обично формирају задужбине или фондације а ослањају се на спонзорства, продају карата или субвенције од оснивача, који су и јавни субјекти, чија је јавна подршка често и преовлађујућа. Током првих неколико година, овај облик се развијао, тако да је 2004. године било око 400 оваквих ЈПП (Grossi, 2004).

Најпознатији пример ЈПП у Италији, у области културе, који је олакшао примену овог инструмента финансирања је Egyptian Museum of Torino, први национални музеј који се трансформисао у јавно/приватну фондацију са учешћем министарства за културно наслеђе Италије, локалних власти и локалних банкарских фондација (Pozini, 2010). Важност и ефикасност овог инструмента финансирања, омогућила је његово проширење у култури и на уговорни облик ЈПП, тако што се приватном сектору поверавају додатне активности кроз *аутсорсинг*, односно уговарање појединих услуга и слично. Приватни сектор, нарочито банке, стварају нове понуде за културне установе, што потврђује податак да у Италији 30% укупних инвестиција банака иде у културни сектор, што је око 250.000 милиона евра. Циљ развијања овог инструмента финансирања у култури у Италији је повећање нивоа коришћења културних добара уз могућност контроле коју јавни сектор задржава кроз јавну администрацију или давања концесија трећој страни уз строгу примену критеријума и принципа на основу који се оне додељују. (Trupiano Gaetana, 2005, 12)

### **Јавно-приватно партнерство као инструмент финансирања у Србији**

Србија је једна од ретких земаља која је тек пре неколико година донела закон којим регулише ЈПП као инструмент финансирања и подстицања економског развоја земље.<sup>18</sup> У нашој земљи, овај облик подстицаја економског развоја, је још недовољно познат, али ни услови који су неопходни за његову примену нису обезбеђени у довољној мери. Кључни проблем је још увек, законски недовољно уређена област својинских односа на свим нивоима власти, а то представља озбиљну препреку у развоју овог инструмента. Имајући ово у виду, примена ЈПП у култури још је додатно отежано, јер не постоји довољна правна уређеност за његову примену у области културе. Неспорно је да је у нашој регулативи, овај инструмент финансирања за области културе препознат али само посредно. ЈПП у култури посредно је одређено само у смислу Закона о ЈПП. Њиме је ЈПП у култури одређено као дугорочна сарадња између јавног и приватног партнера ради обезбеђења инфраструктурних културних објеката од јавног значаја крајњим корисницима из оквира надлежности у култури јавног партнера.

С друге стране, Закон о култури, представља основни акт у култури којим се, између осталог, регулише и материја финансирања у области културе и

---

<sup>18</sup> Закон о јавно-приватном партнерству и концесијама (Сл. Гласник РС 88/11)

посредно дозвољава и ЈПП као облик финансирања. Међутим, његова практична примена је занемарљива иако би га требало посматрати као својеврсни потенцијал. Његова апликација, везана је за локални ниво али је неопходан рад на стратегији и утврђивању приоритета на свим нивоима власти. (Благојевић, 2012. 241) Што се тиче избора облика или модалитета овог инструмента, на свим нивоима власти, избор је неограничен. За почетак примене могли бисмо предложити решавање проблема константног недостатка простора за развој културе. У области визуелне уметности, велики проблем у Србији је непостојање великог изложбеног простора за савремену уметност, а исти проблем имају и у другим културним делатностима. С друге стране наше локалне власти су оптерећене многим празним објектима, који остају напуштени и нефункционални. Празни магацини, фабрике, касарне и слично, тренутно не служе ничему, а овим обликом финансирања би им се могао „удахнути живот“, и решити проблем простора у култури, (Благојевић, 2012,242). Изостаје програмирана и системски осмишљена сарадња са приватним сектором у погледу стварања мешовитих фондова или јавно-приватних партнерстава у изградњи културне инфраструктуре и пројеката националног, градског и покрајинског значаја. (Микић, 2011, 100)

Стога, охрабрује прихватање ЈПП као инструмента финансирања у култури, дато у Нацрту Стратегије 2017-2027 и одлука, да се у том циљу, у области културе ради на стварању претпоставки за активније учешће министарства кроз организовање стручних скупова, едукација и приближавање ЈПП као и на подстицању заједничких пројеката јавног и приватног сектора са посебним акцентом на капиталне инвестиције.

## Креативне индустрије и финансирање

Развој културних или креативних индустрија захтева снажно развијене и друштвено интегрисане тржишне односе, који чине основу ефикасног културног тржишта, (Радојевић,2015,16). За прихватање нових креативних индустрија пре свега, нужно је да се у друштву прихвати култура као економска активност.

Креативне индустрије су неодвојиве од нове економије. Произлазе из економије знања и иновативности а последица су промена у технологијама, култури и политици.

Од почетка 21. века на новоу Европске уније, у појединим европским земљама, као и у Републици Србији, расте учешће културе у оствареном бруто друштвеном производу (БДП).<sup>19</sup> Применом *WIPO* методологије у Србији,

<sup>19</sup> На основу методологије Светске организације за интелектуалну својину (WIPO) у нордијским државама у 2003. делатности на бази културе, а посебно у областима креативних индустрија, у БДП нордијских земаља учествовале су са 3%. На нивоу ЕУ у 2008. учешће културе у оствареном БДП било је веће од учешћа аутомобилске индустрије и кретало се око 5%. Према Унеско ЦДИС методологији која мери допринос културе БДП у области централних културних делатности и делатности подршке култури 2014. је износио 3,9% Видети: A Creative Economy Green

учешће индустрија заснованих на ауторским и сродним правима 2012. године у бруто домаћем производу износило је 4% што је више од учешћа (1,7% БДП-а) или делатности смештаја и услуга (1% БДП-а) пројеката и програма. (Нацрт Стратегије 2017-2027,21).

Укратко, креативне индустрије данас се поистовећују с граном економије, која успешно спаја светове уметности, културе, медија, знања и технологије, дајући им тржишни предзнак. Креативне индустрије директно се ослањају на креативне економије. Дакле, у питању је глобални феномен укрштања медија, уметности, културе и најразличитијих креативних пракси, како би се се подржао раст и развој капиталистичког начина производње и даља акумулација капитала. Овде су у вези културна политика земље која афирмише не само индивидуалну и духовну страну креативности већ и њену тржишну вредност, и могућност масовне производње (Вуксановић, 2016,1301).

Због изузетног значаја за општи развој наше културе, неопходно је у оквиру теме њеног финансирања издвојити и примену концепта креативних индустрија. Када у овом концепту посматрамо финансијску природу система на коме се заснива наша култура, онда нам постаје јасно колико смо далеко од концепта који се примењује у најразвијенијим државама света. Најпростије речено, код нас се култура још увек доживљава као трошак, а не као потенцијално профитабилна делатност ( Благојевић ,2012,243).

Уколико би се досадашњи концепт поимања културе променио у правцу схватања културе као потенцијалне профитабилне делатности, то би допринело формирању новог статуса културе и отворило могућности за њен креативни развој. Тренутно, одређење политике у нашој земљи ка чланству у ЕУ, носи реформски талас усмерен ка дигитализацији и реформама целокупног система. То би требало искористити и у локалним развојним политикама дефинисати планове којима би се отворио простор за мале и нове предузетничке подухвате у областима културе (Комненич, 2009,27).

Међутим, улога централне власти је пресудна јер управно она мора да створи предуслов за усаглашен развој концепта креативних индустрија. За то је неопходна већа законодавна активност и решавање питања приватизације у култури. Након регулисања основних својинско-правних питања, потребно је решити статус радника у креативној индустрији, јер је најважнији сегмент креативних индустрија – креативно предузетништво. Тек регулисањем подстицаја и правног положаја главних актера, концепт креативних индустрија би требало препустити тржишним правилима развоја.

Уколико се успостави адекватан модел у коме слобода креативног израза и стваралаштва имају примарну улогу, онда су креативне индустрије начин да се обезбеди одрживост културних ресурса, идентитета и вредности.

---

Paper for the Nordic Region <http://nordicinnovation.org/Global/Publications/Reports/2007/A%20Creative%20Economy%20Green%20Paper%20for%20the%20Nordic%20Region.pdf>, Radulović B, Popović D. and Aleksić D. (2015) The Economic Contribution of the Copyright-Based Industries in Serbia, [http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ\\_contribution\\_cr\\_rs.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ_contribution_cr_rs.pdf) и пројекат „Индикатори утицаја културе на развој“.

Очекујући помак у овој области, охрабрује намера централне власти да у реформски програм укључи и овај концепт. Наиме, у већ спомињаном Нацрту стратегије развоја културе назначено је да би се у наредном десетогодишњем периоду могле десити позитивне промене. Предвиђено је да ће централне власти радити на олакшавању процедура и умањењу трошкова регистрације микро и малих предузећа у културним делатностима, одобрити субвенције за запошљавање у креативним индустријама и обезбедити помоћ у промовисању и пласману културних производа, посебно на иностраним тржиштима.<sup>20</sup>

Испуњење наведених циљева захтева квалитетне и дугорочне програме развоја за које ми свакако имамо капацитете, реорганизацију система управљања ресурсима у култури, а поред тога и улагање додатних средстава која би се потпомогао развој креативне индустрије а њени резултати се могу користити и у другим сферама и врло брзо би се вишеструко исплатила. Доказ за то су статистички подаци о све већем учешћу ове индустрије у оствареном бруто друштвеном производу.

## Закључак

Савремена културна политика државе помера тежиште своје делатности са позиције власти и буџета, на тржиште и самофинансирање културе и уметности. Овај процес је наметнула глобализација, а преузела транзиција. Некадашње социјалистичке државе се адаптирају на нове услове привредног и друштвеног живота. Овакви процеси нису безболни за културу и уметност. Културно стваралаштво захтева материјалну обезбеђеност, а модерно тржиште ствара несигурност и потребу потраге за купцем (Аврамовић, 2009. 257).

Прихватање нових односа у друштву је подразумевало темељне промене у културној политици. На нивоу државе и друштва требало је културу посматрати оком „економике културе“ и извршити реорганизацију већ постојећих културних институција и облика јавног финансирања. Због тога је било неопходно прилагодити национални законодавни оквир у области културе којим би се установили нови облици финансирања културе и нови статус културних субјеката.

Србија је у том правцу учинила помак и извршила хармонизацију са законодавним оквиром Европске уније. Уведени су нови начини финансирања културе комбиновањем финансирања културе из јавних средстава (буџет) и приватних средстава. Новине у овом облику финансирања су свакако издвајање директног и индиректног финансирања. Из приватних средстава у Србији прихваћени су, модел јавно-приватно партнерство и финансирање културних активности кроз развој креативних индустрија.

Формално посматрамо, Србија се уклопила својом регулативом у савремени приступ финансирања културе али у реалном животу култура је марги-

<sup>20</sup> Страна 20 Нацрта Стратегије развоја културе Републике Србије 2017-2027, доступно на сајту Министарства културе и информисања Републике Србије

нализована. Средства која се издавајају из буџета су испод дозвољеног минимума, индиректно финансирање из јавних средстава је занемарљиво. Подстицаји за културне делатности без сталног програма и са неадекватним износима. Нови инструменти финансирања културе, јавно-приватно партнерство и креативне индустрије још увек су недовољно познати и под велом мистичности. То показује недостатак подршке култури у нашој земљи.

Неопходно је мудро промислити и анализирати, како тренутно стање у култури тако и моделе из окружења и уз широку јавну расправу, са учешћем стучњака из културе, изградити савремену културну политику и најзад, донети адекватну Стратегију развоја културе, какву наше културно наслеђе и достигнућа културних радника и заслужују. То захтева да се уједине снаге културних институција свих нивоа власти и културних радника како би се учврстило финансирање културног сектора. Коришћење нових инструмената финансирања културе путем ЈПП и креативних индустрија повећава финансијске ресурсе заједнице и остарење циљева који се утврђују културном политиком.

## Литература:

1. Avramović, Z. (2009). *Kulturna politika države u društvima tranzicije*, Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije, Beograd, str.257
2. Blagojević, P. (2012), *Pravna uređenost oblasti kulture u Srbiji*, Doktorska disertacija, Pravni fakultet Univeziteta Union ,str.201
3. Breznik, M. (2005). „*Culture between ‚l’exception culturelle’ and ‚cultural diversity’*“, Peace Institute, Ljubljana,, str. 15-43
4. Vukanović, M. (2010). „*Finansiranje muzeja u Srbiji*“. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka
5. Vuksanović, D. (2016). *Kreativnost i mediji: kreativne industrije kao projekat ad absurdum*, u In media res, časopis filozofije medija Vol.5 No.9,1299-1308
7. Grossi, R. (2004). *Politiche, strategie e strumenti per la cultura*, Secondo Rapporto FedercultureUmberto Allemandi Editore, Torino
8. Dunderović, A. (2013). *Srpska kulturna politika?* preuzeto <https://aleksandardundjerovic.wordpress.com/2013/09/13/srpska-kulturna-politika/>
9. Komnenić, B. (2009). *Pravci istraživanja kreativnih industrija u ekonomiji znanja*, Kreativne industrije i ekonomija znanja, Beograd, str.27
10. Lazarević, A. (2011). „*Kulturni resursi okruga Srbije*“ Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, E-kultura (<http://e-kultura.net>)
11. Manda, C. ,Nicolescu C,Mortelmans. D. (2017). *Financing culture institutions in European context*, SEA- Practical Application of Science ,Volume V, Issue 13,1/2017, pp 180.
12. Martinović, D. i Jokić. (2010). *Muzeji Srbije – aktuelno stanje*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka
13. Mikić, H. (2011). *Kulturna politika i savremeni izazovi finansiranja kulture*, međunarodna iskustva Srbije, Kultura, 130/2011, str 100Kultura ,130/2011, pp.100
14. Miholić, A.,Breznik,M.,Hrežnjak M.(2005). *Material Conditions of Cultural Production*, Peace Institute, Ljubljana,, str. 15-43.

15. Pozini, D. (2010). The process of privatisation of cultural heritage and the art in Italy, analysis and perspectives, International Journal of Heritage Studies 16 (6), pp.508-521
16. Radojević, Krienzer, L. (2015). Ograničeno kretanje kulturne proizvodnje : mogućnost društvenog angažmana u umjetnosti iz perspektive razvoja kulturnih industrija u Sloveniji, Život umjetnosti: časopis o modernoj umjetnosti i arhitekturi. Vol.97, No. 2, str. 16
17. Rish Lerner (2005). *The value of culture in processes of sustainable urban development*, Catalunya : Generalist de Catalunya, Departament de Cultura
18. Trupiano Gaetana. (2005). *Financing the culture in Italy*, Journal of Cultural Heritage, Vol.6, pp.338-339

### ***Документи и електронски извори***

1. Green Paper on public-private partnerships and Community law on public contracts and concessions: COM (2004)327
2. General Agreement on Tariffs and Trade – GATT
3. “Europe 2020 Strategy” (a strategy for smart, sustainable, and inclusive growth). Brussels, 19.3.2014 COM (2014) 130 final/2 [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en)
4. UNESCO (2000) World Culture Report Cultural diversity and pluralism, Paris, UNESCO publishing
5. UCLG United Cities and Local Governments (2010). *Cultura is four pillar of sustainable development*, preuzeto <http://www.uclg.org>
6. EUROATIV [www.euractiv.rs/](http://www.euractiv.rs/) 27.07.2018

## **FINANCING MODELS IN CULTURE**

**Summary:** One of the key issues related to development and also the survival of culture is its financing. Acceptance of new relationships in society and Serbia's reforms on its path to European Union led to fundamental changes in field also related to culture. In regards, at the state and society level, it was expected for conception of culture to be observed as the "culture of economics" and at the same time for existing cultural institutions and forms of public funding to be reorganized. The new national legislative framework in the field of culture has established new forms of funding for culture and the new status of cultural subjects. As in most European countries, funding of culture in Serbia is provided by using the combined model of financing culture from public (budgets) and private funds. Culture's financing from the public funds is done both directly and indirectly. From private funds, in Serbia, new financing instruments, public-private partnerships and financing of cultural activities of market-oriented ones are in the process of development, throughout the development of creative industries.

**Key words:** financing of culture, budget, public-private partnership, creative industry.



**ЈЕЛЕНА Р. КНЕЖЕВИЋ\***

Филозофски факултет  
Нови Сад

УДК 316.334.56:316.736

Прегледни рад  
Примљен: 01.09.2018  
Одобен: 01.10.2018  
Страна: 91-102

## **ГРАД КАО ДРУШТВЕНИ ПРОЦЕС: СОЦИОЛОШКО ЧИТАЊЕ БОГДАНА БОГДАНОВИЋА**

**Сажетак:** Историјски развој градова предмет је социологије града која урбана питања и феномене посматра у социолошком контексту, анализирајући међусобну спрегу утицаја града и друштва. Једно од значајних предмета анализе социологије града јесте настајање првих градова, која ову урбанистичку и архитектонску појаву тумачи у друштвено-историјском оквиру. Богдан Богдановић, архитекта и урбаниста, дао је значајан допринос теоријама урбанизма, сходно томе да се у већини својих писаних дела бавио историјом града. Урбанистичке митологеме, његово дело представљено у овом раду, представљају значајно урбанистичко, али и социолошко штиво јер је, кроз историју града, указао на друштвени процес у контексту њиховог настајања. Пишући о историји настанка града пореди месопотамску и кинеску митологију којима жели да укаже на друштвене околности које су утицале на саму изградњу првих градова. У овом раду желимо да скренемо пажњу на ово Богдановићево дело које је би могло указати на додатни значај и потребу за читањем његових дела у социолошком кључу.

**Кључне речи:** град, урбанизам, Урбанистичке митологеме, социологија града, Богдан Богдановић

*Ево, историја човека градитеља, то је сада пре свега историја градова које гради. Питање је кратко и постављамо га: како се рађа град, како почиње свој живот? (Богдановић 1966: 53).*

Схватање и разумевање нама познатог облика града нужно нас води у покушај да схватимо ток његовог настанка и развоја, како у физичком и појавном облику, тако и у друштвеном смислу. Потребно је схватити комплексан процес оснивања градова, сходно томе да “нема сумње да је простор данас постао кључни појам за разумевање многих друштвених процеса” (Пушић, према Вебер 2014: 11). Социолози и географи су истраживали град у тоталу, често изостављајући културолошку, симболичку димензију самог града (Nas, 2011), премда је град најјаснији показатељ друштвене димензије и потребно је испитати њихов међусобни утицај.

---

\* jelenaknezevic2810@gmail.com

Читајући Богдановићево дело “Урбанистичке митологеме” у којима он трага за далеким почецима урбанизма, схватамо у којој је мери значајно трагање за пореклом града. Поставља се питање зашто је то значајно за социологију града, како бисмо Богдановићево трагање за пореклом града могли да читамо у социолошком кључу, дајући друштвено тумачење значаја почетку урбанизма. Бродел (Fernand Braudel, 1902-1985) је истицао то да еволуција градова никада није “ендогена појава” која се независно одвија, већ да је она увек “израз друштва које на њу врши притисак, споља или извана” (Бродел, према Вујевић и Петровић 2005: 147). За Вебера (Maximilian Carl Emil Weber, 1864-1920), град представља “историјски оквир унутар ког се дешава друштвена синтеза” (Пушић, према Вебер 2014: 11). Мамфорд (Lewis Mumford, 1895-1990) “проблеми урбанизма придаје све његове културне и историјске димензије, и одбија да га ограничи искључиво на технички оквир” (Шое 1978: 312), што је приступ урбанизму који заузима и сам Богдан Богдановић. Мамфорда занимају “сложени скупови појава у којима град настаје, живи и развија се” и он “трага за суштином и судбином града” (Богдановић 1966: 7). Иако, на самом почетку Урбанистичких митологема, противречи Мамфордском “биологизму”, ставу да је настајање градова екстензија животињског нагона ка градњи, који се може видети код пчела и мрава. Богдановић указује на то да се настајање градова не може одвојити од еволуције људске мисли, те да је настанак градова повезан са људском мишљу, што више припада друштвеној, не биолошкој сфери (Кулић, 2017). Упркос том критичком отклону од Мамфордовог биологизма, његов урбанистички подухват проучавања настанка првих градова, на трагу је историјских и социолошких идеја блиских Броделу, Веберу, али и Мамфорду, што јасно позиционира Богдановића као аутора који социолошком бављењу градом даје значајан допринос. Његов посебан значај огледа се у савременој визури сходно тренутним урбанистичким анализама која град посматрају не као процес нужно условљен културолошким, друштвеним факторима, већ као готов производ и систем економских токова. Сам Богдановић, пројектујући меморијалне споменике, њихову композицију ускладио је са природом која их окружује и пројектовао је споменике попут праисторијских светилишта, у којима је инкорпорирао симболе и културолошке матрице друштвено-историјског карактера.

## Архе града у човеку градитељу

У трагању за правим одговором како настаје град, постоје приступи који говоре да град настаје ради груписања људи због лакшег задовољавања потреба или због економских, религијских, политичких или уговорних разлога. (Пушић, 1997). Може се рећи “да град настаје када се склопи низ нужних предуслова који омогућавају многољудну коегзистенцију. А у питању није један период или догађај већ процес” (Пушић 1997: 147). “Настанак градова био је превасходно друштвени процес, више израз промена у човековом међудејству са његовим ближњима, но у његовом међудејству са средином” (Адамс, према Лампард 1977: 27). Управо нас својим лирским митологемама Богдановић

(у)води кроз процес настанка града, које су урбанистичке и у својој сржи, друштвене. На самом почетку, њега занима “како су људи замишљали своје прве градове, затим како су их градили, како су се сналазили у самим почецима данашње цивилизације” (Богдановић 1966: 7).

Богдановић, позивајући се на Мамфорда и његово интересовање за скупове појава у којима настаје град, говори о почетним видовима процеса који нам говоре о корелацији човек-град. “Да кажемо укратко, интересују нас пре свега далеки почеци урбанизма” (Богдановић 1966: 8). Опет, позивајући се на Мамфорда, Богдановић нам указује на то да је трагање за пореклом града најчешће сведено на археолошко претресање материјалних остатака, упркос томе што је град и пре његовог физичког настанка имао значај који се не може свести искључиво на материјално. Мамфорд је, својим делом “Град у историји”, указао на град као грађевински производ времена осликан и видљив на зградама, споменицима, јавним местима (Поднар, 2009). Богдановић се, у том кључу, позива на Мамфорда, “управо на трагу таквог схваћања града у којем сваки визуални знак свједочи о слојевитости култура које су га градиле (Поднар 2009: 360). “Шта је град? Како је настао? Које су фазе његовог развоја?” (Мамфорд 2006: 5). Овим значајним питањима, којима се Мамфорд студиозно бавио, Богдановић посвећује простор у Урбанистичким митологемама, покушавајући да одговори на њих. За њих, значајно је било указати на то да су градови “најрепрезентативнији „музеји“ историјског трајања” (Пајванчић-Цизељ, 2015: 179), као и о “синтези природног и друштвеног” (Божиловић 2017: 191) које се огледа у грађењу првих градова условљеним друштвеним контекстом.

Оно на шта Богдановић указује, ослањајући се на Мамфорда, јесте значај друштвених феномена и процеса који се јављају пре настанка града или паралелно са његовим настанком: нагон за заједничким животом, номадизам, жеља за устаљивањем, седентаризација, подела рада, доместификација других врста. “Подела рада, раздвајање касти, ратни подухвати, доместификација других врста, установљавање ропства, практикују се у народу мрава милионе година пре но што су сазидани први градови” (Мамфорд, према Богдановић 1966: 10).

Да би дошао до микро наговештаја настанка града, Богдановић говори о историји човекове технике, као и о човековим првобитним апстракцијама и сналажењима. Он наводи да су грађевине кружног облика много више од пуке случајности, већ поседују јасне симболичке представе и значај (Богдановић, 1975). Запажа се да он, као и Бланкар (2003), уочава протоархитектонске форме човековог поигравања простором и доступним ресурсима, којима формира геометријске облике, нарочито круг. “Круг, надаље, не напушта човека градитеља, или обратно” (Богдановић 1966: 14). За Богдановића, рађање толоса представља најстарије кружне архитектонске апстракције, које би могле бити протумачене као човекова градитељска потребу за одбраном, у виду имитације пећине. “Улога пећине значајна је и по томе што је она човеку дала можда први појам о архитектонском простору” (Мамфорд 2006: 10).

Оно што се може увидети јесте сатканост друштвеног и (прото) урбанистичког, које Богдановић показује говоривши нам о првобитним физичким остварењима човека градитеља, у виду круга. “Човек је градитељ од оног трену-

тка када је чин грађења, ма како почетнички био, укрстио са путањама и странпутицама свога мишљења” (Богдановић 1966: 27).

## Почетни наговештаји стварања првих градова

Богдановић, говорећи о Градитељима градова или стварању света, позива се на Чајлда (Vere Gordon Childe, 1892 - 1957) и указује на прве наговештаје рађања града, почетну човекову градитељску технику, прекретницу од села ка граду, друштвену организацију, али говори и о самим градитељима. “Почетна металургија, легирање бакра, калаја, антимона, и ливење бронзе, то је револуционарни тренутак у историји људских насеља; то је, рекло би се, прекретница од села ка граду” (Богдановић 1966: 54). Богдановић нам говори о првим специјалистима света – металурзима, где металургија касније рађа читав нови низ нових проналазака али и омогућава нове, самосталне проналаске. Тамо где се у археолошким налазиштима налазе први трагови топљења и легирања метала, управо тамо се долази до првих, најстаријих трагова и наговештаја града.

Већ раније, Богдановић наглашава да је “праисторија човека пре свега историја његове технике” (Богдановић 1966: 12). Најстарији наговештаји града нам говоре о процесу у ком долази до развоја у човековој техници и располагању оруђем. Такође, долази до појаве нових материјала, попут черпича, цигле и угља, који су представљали најзначајнији наговештај блиског града.

Оно што је нужно за разумевање процеса настанка града не крије се само у човековој техници, већ и у самом човеку и његовој друштвеној организацији. За Богдановића (1966), “градови су сложене социјалне средине” јер постају све компликованији, организованији и сачињенији од различитих раса, језика, заната, вештина, каста и култова. Управо на том месту, он нам указује на то да процес настанка града, који изискује одређени еколошки оквир и степен техничке и технолошке развијености, не би био могућ без постојања “најбитнијег повезујућег елемента – обликовања сложеније друштвене структуре” (Пушић 1997: 151).

Када говори о првим градитељима, он се пита да ли су прве грађевине рађене на основу одређеног композиционог поступка и урбанистичких пројеката. Позивајући се на Чајлда, закључује да знања првих градитеља не одговарају данашњем поимању урбанизма, већ магијско – сцијентистичким матрицама, а постериори увиђањима ситуационог плана и апстракцијама које су, увиђањем искористивости простора и доступног материјала који их окружује, преточене у протоархитектонски занат, који Богдановић покушава да докучи из савремене визуре.

Богдановић нам говори о води и граду као корелативним појмовима, где је вода *conditio sine qua non* настанка једног града, чиме указује на то да “цивилизација маршира уз долињски сегмент и низ њега” (Мамфорд 2009:77). “Драма рађања града игра се по правилу до појаса у води” (Богдановић 1966: 78). То поткрепљује чињеницом да је истраживањем Ура, Киша, Обеида или Урука пронађен компактни слој од осам стопа алувијалне глине, коју у тој

мери може нанети једино – вода. Поставља се питање зашто је вода толико значајна. Богдановић нам кроз фузију египатске космологије и магијско-техничких матрица указује да су први неолитски колони тражили (суво) место где крокодил оставља јаје јер је, тако одабрано место, ван домашаја воде. ”Све велике историјске културе, са делимичним изузетком оних издвојених обалских култура у којима је море понекад имало улогу реке, цветале су кроз покрет људи и институција и изума и роба дуж природног пута велике реке” (Мамфорд 2009: 78).

“Градитељски и хидротехнички задаци богова и јунака не испуњавају се до краја самим актом стварања света” (Богдановић 1966: 93). На шта Богдановић покушава да укаже? Подизање градова није последњи стадијум процеса стварања градова, то је процес који траје и не зауставља се само на архитектонској надградњи физичког простора. “Вода је праоце научила да се здружују, јер друкчије је не могу савладати. И помогла им је да се здруже” (Богдановић 1966: 95). Да би град испунио своју сврху, мора постојати и социјална димензија која је фундаментална за његово постојање и на том месту можемо учитати социолошки значај између Богдановићевих редова. Оно што је социолошки релевантно у једној манифестно урбанистичкој митологеми јесте њена латентна друштвена срж, која оправдава то да “историја цивилизације је(сте) и историја градова” [Пушић 1997: 151, курзив додат].

Богдановић истиче да тек са подизањем првих градова почиње и нека врста економске револуције, побољшавање основних услова живљења, друштвене поделе рада, друштвене солидарности, али и друштвених конфликта. “Али, вода је праоце научила и да се затиру, много мудрије и крвавије но што су то дотле умели. Владати водама, и одржати се над њима, то значи и власт над територијама” (Богдановић 1966: 95). У оној мери у којој је вода здружила људе како би је заједно савладали, исто тако се у том друштвеном организовању искристалисала борба за територију која је дошла заједно са сложенијом структуром града. “Друштвена подела, урбана комплексност: сви ови људи морају да остваре динамичан суживот, што истовремено значи стапање у целину, као и јасно наглашавање унутрашњих разлика” (Бланкар 2003: 20).

“Дакле, да би расли број и величина градова, морају постојати не само становништво и простор, већ и одговарајуће способности” (Лампард 1977: 20). Управо социјална димензија јесте кључна у овом аспекту Богдановићевих митологема. Уколико је одређени број људи (праоци) друштвеним организовањем научио да спутава воду, тј. да заједничким радом утиче на физичко окружење, то их је довело до заједничке друштвене организације. Заједничким радом и здруживањем формирали су територију која је је наметала много сложену социјалну организацију па самим тим и диференцијацију и хијерархију.

Појава градова довела је до скупљања многих елемената који су дотад били раштркани и неорганизовани, и тако су на ограниченом простору све компоненте заједнице доведене у стању динамичке напетости и узајамног деловања. Та кохерентност, која је и у оквиру градског зида постала готово обавезна, приб-

лижила је све оне познате елементе протограда – као што су светиште, извор, село, трг, утврђење: сви су они учествовали у општем повећању броја и концентрацији људи, а притом су сами пролазили кроз процес структуралне диференцијације који им је дао облике по којима ћемо их препознати у свим каснијим фазама урбане културе. [Мамфорд 2006: 32]

Стање динамичке напетости узајамног деловања о којима говори Мамфорд јесте оно што је значајно у посматрању процеса настанка града. Након његове материјалне изградње, социјална димензија је та која га употпуњује и граду даје фундаментални *genius loci*. “Воде су савладане, над њима расте свет увелике већ, сложен, технички разноврстан” (Богдановић 1966: 101). Како Мамфорд, тако и Богдановић јасно указују на својеврсно техничко и културолошко надградњу, која је могућа тек постављањем првих темеља самог града. У том смислу, град као урбанистичко-архитектонска конструкција немогућа је без друштвеног аспекта који је нужни исход настанка града.

### Друштвене замисли света преточене у архитектонске форме

Богдановић се посвећује и месопотамским зигурама<sup>1</sup>, које су представљале извор нагађања њихове сврхе, подједнако колико и њему самом. Водећи се библијским записима, али и историјским митологемама Хипокрита Александријског, Волтера, Пароа и Контноа покушава да проникне у смисао и сврху грађења и постојања зигура.

Аутор покушава да схвати просторну мисао месопотамијског протоградитеља који је сопствене магијско-урбанистичке симболе физички остварио у виду зигура. Богдановић описује зигуре као импозантне грађевине, које су представљале централни мотив унутрашњег градског склопа јер су најчешће биле изграђене на истакнутом месту. “Писани подаци о грађењу месопотамских зигура доста су ретки” (Богдановић 1966: 112). Ипак, на основу оних њему доступних, он нам дочарава сва гледишта њиховог смисла: од оних која су сматрала зигуре симболом хијерархије у месопотамском друштву, оних који их посматрају митолошки, кроз причу о циновима који су (помоћу импозантних зигура) желели да се попну на небо, нагађањима да су оне представљале одмаралишта багдадских калифа или опсерваторије, фунералне грађевине, куле осматрачнице, завршно са гледиштем које зигуре посматра као планине које су град браниле од воде. “Чему је онда могла служити зигура?” (Богдановић 1966: 114).

За Богдановића, ово представљају нагађања, у која не можемо бити сигурни. Оно што за њега јесте знатно интригантније, јесте митологија становника Дворечја, у коју се ова грађевина уплитала, бивајући приказана на печатима, стелама, камен-стаменовима и разним цртежима. “Да ли је зигура »космолошка грађевина«, која сабира знања Месопотамаца о свету у коме жи-

---

<sup>1</sup> “Речено градитељски, зигура је нека врста пирамиде, сачињене од циновских степеница, и тих је степеница бивало три, пет, седам, каткад и више” (Богдановић 1966: 107).

ве? Можда је њена подела на три, пет, седам спратова неки модел замишљене космичке организације?” (Богдановић 1966: 118).

Оно што он износи као закључак јесте да, она сигурно не представља храм, пре постамент за храм. Такође, прави разлику између пирамида и зигура, где је пирамида фунерална грађевина а зигура изричито не. На основу назива појединих зигура, попут Е-ДУР-АН-КИ, што значи “Храм небо и земљу везујући”, Богдановић се пита да ли су оне градитеље подсећале на планине те оне представљају градитељски корелат планине. “Рекли смо, више пута до сада, није баш једноставно уживети се у машту ондашњих људи, а они су је имали довољно, можда на претек. Склони су били да у значајним »колективним представама« пронађу своје идеје, схватања, побуде” (Богдановић 1966: 121). Схвата се да је Богдановић покушавао да уочи друштвени контекст и учита културолошки значај тумачећи магијске симболе ових месопотамских грађевина које су еманирале идеје, веровања и замисли тадашњег мецопотамског друштва.

Схватања и аспирације градње протоурбаниста можемо посматрати као магијско-техничку матрицу коју су, на основу својих колективних представа и осећаја припадности заједници, применили заједничким организовањем у градњи зигура, као омаж сопственим магијским и езотеричним фасцинацијама и друштвено-просторним идејама. Оно што Богдановића фасцинира јесте магијско-техничка страна замисли градње зигура. Њега интересује шта је мотивисало месопотамијске градитеље да нешто апстрактно, мислеће и магијско, базирано на уверењима и колективним представама, преточе у архитектонску форму. За социологе религије, значајан је аспект њихове конкретизације магијске мисли, где се зигуре посматрају као космолошке грађевине, у служби фузије светог и профаног. За социологе града, мистерија сврхе зигуре отвара поље да се савремена мисао рефлектује на мотивацију уређења простора од стране месопотамијске заједнице, која је, претпоставимо, простор замишљала као конкретизацију колективних представа на архитектонске форме. Диркемовски, “Друштво је граду Бог”.

Богдановић, након митологема о зигурама, покушава да конкретизује смисао монументалних грађевина у анимистичком и митолошком контексту. Интересује га, шта је оно што је довело до градитељске, урбанистичке конкретности на основу веровања у мистериозна и узвишена својства градње. Оно што је значајно за социологију града јесте преплитање и снажна међузависност друштва и простора које је постојало и међу протоградитељима света, како их Богдановић назива. Стога, друштво и физички простор и њихова међузависност, нису продукт савременог друштва или савременог града, већ њихов однос сеже у саму историју стварања града. Самим тим, схвата се значај града, не само за његово материјално, археолошко претресање остатака већ у смислу значаја социолошке посвећености проблематизацији и фундаменталне важности града за друштво и, обрнуто, друштва по град.

“Легенде, приче, веровања, митологеме које за свој предмет узимају планине, потичу, сигурно од анимистичког или натуралистичког контекста човекових схватања” (Богдановић 1966: 133). Кренувши од кинеске митологи-

је, којој Богдановић посвећује значајну пажњу, показује нам у којој мери се, већ у најстаријим митолошким представама, човек диви планинама, приносећи им жртве, водећи ратове око њих. “Далеки наш предак приписује планинама моћна и узвишена својства, прибојава их се и нерадо у њих залази, и на многе начине укршта њихово постојање са сопственим убогим бивствовањем” (Богдановић 1966: 133).

Мистерија градитељске материјализације митологема јесте оно што Богдановићу представља огроман подухват, вођен историјским чињеницама о колективним представама и митологији градитељских друштава пре нове ере. “Небо, вода, ватра, ветрови, временски циклуси – све то на овим грађевинама има своје симболичне позиције” (Богдановић 1966: 138). Социолошки је значајно увидети, у којој мери је “град друштвена преломница која има моћ да симболизује културу” (Пушић 1997: 110). Култура друштава која је била базирана на снажним анимистичким и митолошким веровањима се осликала на само формирање градова и грађевина, које су рефлектовале њихову културолошку мисао и испуњавале магијско-техничку функцију.

Ипак, Богдановић упозорава да се са дозом опреза мора стварати дефинитиван став у вези са повезаношћу непосредног магијског дејства на градитељство. Сходно томе да су, у медитеранском простору, превазиђене и заборављене натуралистичке и анимистичке представе о свету, које су прерасле “границе »архаичког« менталитета. Зашло се увелико већ у свет рационалистичких спекулација” (Богдановић 1966: 140).

Оно што га на крају интригира, јесте постојање степенстих пирамида у Старој Америци, што га наводи да се запита о њиховој сличности са грађевинама у Сумери и југоисточној Азији, што потврђује подједнака заинтригираност теоретичара. “Изгледа, ови аутори проналазе да човек од искони носи у себи неке метафизичке фигурације, или њихове моделе, па из ових невидљивих модела у нама расту и градитељски облици архитектуре коју гради-мо” (Богдановић 1966: 142).

На крају, он закључује да постоји могућност да су и у Старој Америци постојала анимистичка, преградитељска веровања о космичкој планини која су са собом понели стари досељеници и за њих пронашли одговарајуће магијско-техничке матрице.

За сада су антрополошки и лингвистички докази за ову теорију углавном већ постављени. А ако се ускоро поставе и археолошки докази, животни ланац приче о зигури завршава се - не сувише фантастично, ни претерано романтично, али чврсто. А дотле, најбоље је тајну оставити на миру, јер и тајне имају права на живот, бар до чињеница које им живот не праштају. [Богдановић, 1966: 147]

Упоређујући кинеску митологију са месопотамијском, уочава одређену наивност месопотамијске митологије, увидевши да кинеска митологија представља знатно сложенији систем уређених веровања, норми, рационализације

и правилности. Он истиче тешкоћу урбанистичких подухвата у Кини, изазваном неповољним географским положајем Кине. “Кинези, као ретко обдарен технички свет не расипају своје митолошке слике у детињаста размишљања о томе како се свет рађа” (Богдановић 1966: 154). За Кинезе, “смисао митских подухвата није стварање света одједном и напречац, у тренутку, већ је њихов смисао у организацији света” (Богдановић 1966: 154). За њих, изградња света није само пуки чин урбанизације физичког окружења, већ представља комплексан чин испреплетен моралним, социјалним, временским и нумеричким координатама. За социологе града, социјална координата је најзначајнија јер је фундаментално начело кинеског градитељства, у својој сржи, друштвено и рефлектује њихово “урбанистичко” организовање физичког окружења које одражава њихове културне симболе, веровања и колективне представе.

Подједнако значајним чини се схватање организованости и хармонизације друштвене стварности у Кини, која се постиже друштвеном поделом рада и уређењем друштвених норми и правилности. “Неки је оружар и топионичар. Неки је грнчар. Најзад, да би се коначно успоставиле границе Кине, то јест да би се свет у целини усталио, један од првих хероја креће на крајњи запад. Други иде до истока, и тако редом” (Богдановић 1966: 158).

Следећи значајан аспект јесте висока технизираност кинеске митологије, која располаже сложеним и интелигентним магијско-техничким и магијско-урбанистичким матрицама. “Чак и овако ужурбано сажета, кинеска митологија показује особине »мистичког позитивизма«, а тај се није могао развити без многих техничких знања, и равијених апстракција” (Богдановић 1966: 162). За Кинезе, религија је нека врста преурбане соправивенце, она је натурастичка и нарушавање поретка ремети законе поретка, који се успоставља знањем. “Град је утврђена митолошка слика, из њега се и полази у организовање света” (Богдановић 1966: 162). Услови који су допринели урбанизацији у Кини могу се систематизовати као: “природни услови, одговарајућа државна организација и подела рада” (Пушић 1997: 158). Оно што је за Богдановића најзначајније, и што је социолошки значајно, јесу државна организација, друштвена подела рада и друштвена стратификација у Кини, које су уређене снажним магијско-религијским пројекцијама виших принципа.

“За кинеска схватања о граду, и за њихове урбанистичке поступке у даној давнини битно је то што се у помоћ призивају много више но другде принципи, бројеви и симболи” (Богдановић 1966: 172). Оно значајно за социологију града јесте ритуална урбанизованост кинеског друштва, која је прожета друштвеним поимањима света, магијско-религијским принципима и правилима по којима он треба да буде изграђен, како би их еманирао. Већ поменуто, за њих град представља утврђену митолошку слику из које произилази организовање света, што нам говори о снажном међудејству друштвеног и урбанистичког и културном идентитету њихових градова. “Ако се, дакле, прихвати да град не постоји сам за себе већ да је суштински повезан са конкретним друштвом, тада се лакше отварају врата његовом социолошком разумевању” (Пушић 1997: 107).

## Закључак

Изучавањем настанка првих градова учоавамо на који начин се друштво развијало и са којим се проблемима суочавало. Такође, градови представљају основу за развијање савременог друштва и представљају најјаснији показатељ промене неког друштва (Пушић, 1997). “Повезаност града и друштва непорецива је. Та веза је дубока, историјска и суштинска” (Пушић 1997: 15).

Богдан Богдановић, Урбанистичким митологемама, нуди нам своје виђење града, његовог настанка и рађања. Он нам даје сопствену перспективу настанка урбанизма, помешану са историјским митологемама, којима нам отвара прозор у двориште рађања првих градова. Зашто су “Урбанистичке митологеме” значајне за социологију, првенствено за Социологију града? “Када је у питању град онда његово историјско осветљавање може да долази из веома много праваца. Социологију града првенствено интересују друштвени токови сред којих се обликовао његов друштвени садржај, али и материјални трагови из којих се читају прве две околности” (Пушић 1997: 151).

Богдановић нам својим историјским, лирским и митологијским приступом нарацији о рађању града говори о томе на који начин је човек протоурбанистички уредио физички простор и тиме га друштвено произвео и уобличио. Између друштвеног и физичког простора постоји кључна међузависност, с обзиром на то да је социјална димензија та која нам говори о било ком историјском граду као и о било ком садашњем. Богдановићево дело конкретније указује на то да су за развијање првих градова биле потребне, пре свега, јасне друштвене околности: „одређен (подразумева се повољан) еколошки оквир, популација, одређена друштвена организација и одређен степен технолошке развијености” (Пушић 1997: 149).

Град је пројекција конкретног друштва. Зато је изграђени град простор истовремено и начин бивствовања, заједничког живота и мишљења. Просторне фигуре, социјалне структуре и менталне форме повезане су и на извештан начин упућују једне на друге у одређеном културном јединству, у одређеном начину битисања, на истом месту и у истом времену [Бланкар, 2003: 5]

На основу материјалних остатака можемо да утврдимо навике људи кроз историју, њихово усавршавање оруђа, уређење простора, уметничке апстракције којима су исцртавали простор, начин протоурбанистичког грађења и то је оно што се, читајући Богдановићево дело, јасно учоава. “Другим речима, урбане средине представљају симболичке и просторне манифестације ширих друштвених сила” (Гиденс 2007: 590).

Богдановић нам својим неконвенционалним приступом рађања града не указује (само) на материјалне остатке првих градова, које би се историјски могли представити у низ временски наслаганих чињеница. Он се бави техничко-магијским апстракцијама првог протоурбанистичког градитеља, његовим првим замислима простора, његовим првим сналажењима, али и

значајношћу друштвених процеса који су условљени рађањем града: друштвеном стратификацијом и хијерархијом, друштвеном поделом рада, друштвеном солидарношћу, али и конфликтима. Упркос значају друштвене организације, друштвена подела рада јесте оно што је довело до прекретнице од села ка граду, након којих је дошло до фундаменталних друштвених последица: друштвене хијерархије и стратификације. “Ниједан град не би се могао догодити да није постојао и одређен-довољан степен технолошке еволуције” (Пушић 1997: 150). Управо тај аспект Богдановићевог посматрања града представља значајно поље за социологе града, где социолошки можемо увидети друштвени значај урбанистичких митологема.

Подједнако је значајан културолошки аспект на који нам он указује, сходно томе да увиђамо да су први градитељи полазили од сопствених културних оквира, базираних на снажним митолошким и анимистичким представама о свету, које су материјализовали у градитељске форме. У том смислу, преплитање града, друштва и културе јесте оно што је кључно за разумевање настанка и корена урбанизма. “Веза између културе и града је есенцијална. Мада је град велико друштвено средиште кроз које пролази културна резултанта једног друштва, није га могуће разумети уколико се не познају појединачни елементи који чине културу тог истог друштва” (Пушић 1997: 108). Сам акт/ритуал грађења у Кини, која представља градитељски куриозитет за Богдановића, говори нам о снажном утицају колективних представа, магијских веровања и друштвеног уређења које је имало пресудан утицај на њихове урбане манифестације чисто друштвених обележја и сила.

“Мит и митологеме Богдановић посматра историјски и труди се да их објасни. Пратећи митологеме о грађењу и настајању првих градова евидентна су два утицаја: утицај представа о свету на саме градове, и утицај техничког развитка човека и развитка града на саму митологију” (Пајевић 1968: 262).

Баш зато, Урбанистичке митологеме представљају једно значајно урбанистичко, историјско и надасве социолошко дело, које нам указује на који начин кроз историју градова можемо учитати развој друштвених процеса и увидети друштвене токове који су текли путем рађања првих градова. Историја људске технике у далеким почецима урбанизма указује нам на значај друштвеног за настајање и развој градова, као физички оквир за друштвену надградњу, која је фундаментална. Историја градова јесте историја друштава која су сачинила историју градова. Управо због тога, за социологију града, “град представља друштвени феномен. Проучавањем тог феномена, проучава се промена друштва у простору и времену” (Пушић 1997: 30).

## Литература:

1. Bogdanović, B. (1966). *Urbanističke mitologeme*. Beograd: Biblioteka Zodijak.
2. Bogdanović, B. (1975). *Symbols in the city and the city as symbol*. Athens Center of Ekistics. Vol. 39, No. 232 (MARCH 1975), pp. 140-146.  
<http://www.jstor.org/stable/43618476>

3. Božilović, J. (2017). *Urbano građanstvo: koncept i praksa*. Beograd: Filozofski fakultet (doktorska disertacija).
4. Blankar, P. (2003). *Kroz istoriju grada do novog društva*. Beograd: Magna Agenda.
5. Brodel, F. (2005). Originalnost zapadnih gradova. U: Vujović, Sreten, Petrović, Mina *Urbana sociologija*. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd: 139–151.
6. Veber, M. (2014). *Grad*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
7. Gidens. E. (2007). *Sociologija*. Beograd: Ekonomski fakultet.
8. Kulić, V. (2017). Bogdan Bogdanović and the Search for a Meaningful City. Birkhäuser: *Re-Humanizing Architecture: New Forms of Community, 1950-1970*, str. 199-210.
9. Lampard, E. (1977). “Istorijski aspekti urbanizacije”, u *Kultura : časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, str. 18-55.
10. Mamford, L. (2006). *Grad u istoriji*. Beograd: Book - Marso.
11. Mamford, L (2009). *Tehnika i civilizacija*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
12. Nas, Peter. J.M. (2011). *Cities Full of Symbols A Theory of Urban Space and Culture*. Leiden University Press.  
<https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/21402/file345884.pdf?sequence=1>
13. Pajević, V. (1968). *Urbanizam: Urbanističke mitologeme – prikaz*. Beograd: *Kultura : časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, broj 2/3.
14. Pajvančić-Cizelj, A. (2015). *Koncept globalnog grada kao pristup razumevanju savremenih obrazaca urbanizacije i globalizacije*. Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu: doktorska disertacija.
15. Podnar, I. (2009). *Zagrebački trgovi kao urbani identitetski sustavi*. Zagreb: *Prostor, znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*.
16. Pušić, Lj. (1997). *Grad, društvo, prostor*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
17. Šoe, Fransoa. (1978). *Urbanizam, utopija i stvarnost*. Beograd: Građevinska knjiga.

## CITY AS A URBAN PROCESS: SOCIOLOGICAL READING OF BOGDAN BOGDANOVIĆ

**Summary:** Urban sociology studies historical development of the cities in the sociological context, analyzing interconnection between urban environment and society. One of the main topics in urban sociology is the formation of the first cities, examining this phenomenon in social-historical context. Bogdan Bogdanović, an architect and urbanist, made a significant contribution to the theories of urbanism. In most of his publication, he considered the history of the cities.

Urbanistic Mythologems, his book presented in this paper, represents important urbanistic and sociological work. Writing about history of the city, he compares M and Chinese mythology in order to emphasize social predictors which have influenced rising of the first cities. In this paper we want to emphasize the significance of Bogdanović's work and to discuss a need for reading his work in sociological key.

**Key words:** *city, urbanism, Urbanistic Mythologems, urban sociology, Bogdan Bogdanović*

**ДРАГАНА М. КОНСТАНТИНОВИЋ**

**СЛОБОДАН А. ЈОВИЋ**

Факултет техничких наука

Нови Сад

УДК 316.7:315.334.56

Прегледни рад

Примљен: 01.09.2018

Одобрен: 01.10.2018

Страна: 103-116

## **КУЛТУРНА И КРЕАТИВНА ИНФРАСТРУКТУРА НОВОГ САДА: ПОТЕНЦИЈАЛИ АЛТЕРНАТИВНОГ МОДЕЛА РАЗВОЈА**

**Сажетак.** У складу са Стратегијом развоја културе и под окриљем пројекта Европска престоница културе 2021, Нови Сад започиње реализацију више објеката и простора културе и креативних индустрија. Ови процеси у средишту су јавне и професионалне дебате која се води око модела њихове реализације. Рад анализира контекст, претпоставке и процедуре изградње и ремоделације Кинеске четврти, будућег креативног дистрикта, као и културних станица на више градских локалитета. Искуства ових процеса говоре у прилог разматрању алтернативних модела развоја, заснованих на тренутним капацитетима Града, а који се предлажу као транзициони или паралелни модели овима који су већ у реализацији.

**Кључне речи:** архитектура, простори креативне индустрије, креативни дистрикт, културна станица, алтернативни модели развоја, Нови Сад

Традиционално схватање културне политике подразумевало је инструменте обезбеђења финансирања уметности, културног наслеђа и институција културе. Овај приступ значајно је измењен концептуализацијом појма „културне индустрије” којим је подцртан економски потенцијал овог сектора, кроз делатности које на иновативан и креативан начин пласирају производе на глобално тржиште (Сапо, 2000).

Све ове промене допринеле су успостављању новог односа културе, као својеврсне економске гране, и града, који снажно рефлектује друштвено-економске процесе и промене, и на тим темељима нове стратегије развоја - „креативног града” (Florida, 2002). Овај концепт поставио је принцип урбане обнове и изградње капацитета за развој креативне индустрије као комплементарне процесе, који су у многим срединама резултовали у успешним креативним дистриктима или урбаној регенерацији подстакнутом новим концептима развоја. Овај рад истражује просторну и архитектонску инфраструктуру креативних и културних индустрија, а које се реализују кроз развојне политике

града Новог Сада, а посебно у светлу остваривања капацитета за реализацију пројекта Нови Сад европска престоница културе 2021.

Посебан осврт биће направљен на кључна места актуелних реализација: Омладински креативни полис - тренутно позната као *Кинеска четврт* и стратегије реализације културних станица у различитим деловима градских и приградских средина зоне 021. Они ће се анализирати кроз актуелне теме савременог архитектонског стваралаштва, стратегије развоја урбаних подручја и опште развојне концепте: програм, несталност и променљивост корисника, урбану обнову, потенцијал браунфилд модела урбане обнове, дисперзију културног садржаја, актере и кориснике савремених објеката културе у креативних индустрија, као и друге политички и друштвено актуелне теме, које у нашој средини још увек не налазе праве модалитете за имплементацију. На крају, размотриће се алтернативни модел приступа теми простора креативних индустрија, који представља иновирану праксу у недостатку административног и професионалног капацитета за квалитетну имплементације културне политике, а посебно развоја инфраструктурне мреже. Овакви приступи, верујемо, неопходни су као транзитивни и/или паралелни модели развоја простора културе, док се не оснаже учесници и процедуре неопходне за концептуализацију, планирање и инвестирање у нове архитектонске објекте креативних индустрије и културе.

## **Стратешки оквир развоја простора културе: случај Нови Сад**

Како наводи Трозби, функције културе у развоју градова и њиховом животу проширене су и интереси се могу тражити у (1) симболичком садржају градова - у погледу догађаја или споменика културе; (2) у креативним или културним четвртима; (3) у културним и медијским индустријама које су део градске економије; (4) у друштвеним и интегративним функцијама културе којим се ствара друштвена динамика, колективни и индивидуални идентитети (Дејвид Трозби, према Јовичић, 2016: 34). Усложњавање ових функција конкретно значи да се и плански оквири за њихов развој постављају кроз сложени систем мултидисциплинарног рада, али и политика које интегришу вишеструка питања развоја града - не само његове економије, простора, културе или идентитета, него свеобухватног рада на свим елементима тог развоја. Актуелна културна стратегија Новог Сада узима у обзир све тачке Трозбијеве таксономије, пажљиво их стављајући у контекст, али, евидентно је, не постоји њена повезаност са планским документима, кроз које се културна инфраструктура просторно реализује.

Освртом на Генерални план Новог Сада до 2021.<sup>1</sup> године можемо уочити да се разматрање простора за културне и креативне делатности своди на, углавном, попис постојећег непокретног културног добра, не презентујући било какву стратегију за успостављање нових простора за ове делатности. Суштин-

---

<sup>1</sup> Генерални план Новог Сада до 2021.године., <http://www.nsurbanizam.rs/sites/default/files/1462-Preciscen%20tekst.pdf>

ски утисак је да важећи Генерални план конзервативно препознаје само наслеђену културну и грађену баштину, док се у пракси доказује да развој простора за савремене културне и креативне делатности препушта импровизацији и решавању од случаја до случаја. Плански документи нижег реда углавном подржавају ову идеју, а у њима површине намењене култури свде се на традиционално схватање простора за уметничку и културну продукцију - културне центре, галерије и домове културе. Усвојена Стратегија културног развоја Новог Сада 2016-2026.<sup>2</sup> године у неколико поглавља доноси новине у стратешким решењима за успостављање нових простора уметничког и креативног стваралаштва. У овим поглављима препознаје се значај „напуштених” и „заборављених” простора као потенцијалних места продукције, али говори и о идеји употребе свих некоришћених расположивих простора за удомљавање уметничких и културних делатника, о чему ће се још говорити, даље у овом раду. Додељивањем титуле Новом Саду Европска престоница културе 2021. године конкретизују се планови развој просторних капацитета креативног стваралаштва, а у Апликационом формулару истакнута је идеја креирања Омладинског креативног полиса (ОКП), чија основна идеја јесте „да се такозвана Кинеска четврт обнови и трансформише у креативни дистрикт погодан за развој омладинског активизма”<sup>3</sup>. Поред ОКП предвиђа се изградња локалних културних центара, накнадно дефинисаних као Културне станице у МЗ Ново насеље, МЗ Клиса и Сремским Карловцима. Накнадно се ушло у реализацију Културне станице „Свилара” и претварање обновљене бивше стрељане Еђшег у локални културни центар.

Теме културних четврти и грађења културне инфраструктуре на нивоу локалних заједница, као принцип децентрализације и друштвене интеграције кроз овај садржај, у жижи су дебата о томе на који начин се ова инфраструктура Новог Сада гради и/или допуњује, с којим циљем, и кроз које механизме. Ако је важећи плански оквир претпоставка развоја културе и креативних индустрија једног града, просторна и архитектонска имплементације тог истог оквира, кроз конкретизацију у архитектонском објекту, претпоставља потпуно нови систем премиса. С једне стране, реализација објеката финансираних из јавног буџета тражи и подразумева низ процедуралних категорија<sup>4</sup>, које се код нас изнова освајају. С друге стране, концептуална полазишта за архитектуру нове културне парадигме леже у самом програму и идентитету ових објеката, простора и четврти, у њеном суштинском разумевању као нове, променљиве категорије, која се упросторује у савременим моделима архитектуре. У том погледу, биће анализирани актуелне теме савремених архитектонских пракси и могућност њихове примене на просторе креативних индустрија Новог Сада.

<sup>2</sup> Стратегија културног развоја Новог Сада 2016-2026. године, поглавље 4.1. и 5.5. [http://www.kultura.novisad.rs/sites/default/files/zakoni\\_i\\_propisi/Strategija%20kulturnog%20razvoja%20GNS%20za%20period%202016-2026.pdf](http://www.kultura.novisad.rs/sites/default/files/zakoni_i_propisi/Strategija%20kulturnog%20razvoja%20GNS%20za%20period%202016-2026.pdf)

<sup>3</sup> Апликациони формулар, поглавље 4, стр.6, <http://novisad2021.rs/aplikacioni-formular/>

<sup>4</sup> Једна од ових процедура јесте архитектонски конкурс као отворени и транспарентни облик креативне дебате о архитектури будућег објекта. У периоду после Другог светског рата, ово је била уобичајена процедура у Југославији за добијање архитектонских решења за готово све објекте јавног значаја.

Отварање суштинског питања имплементације просторних политика у овој области основа је и квалитетне архитектонске праксе, где се кроз политике не инструишу решења и дефинишу конвенционални програми, него се постављају захтеви и дефинишу потребе, док се архитектуром они критички и креативно разматрају и уобличују.

## Креативни дистрикт и културни идентитет града

„Архитектура као свесни знак, архитектура која служи политичким интересима, архитектура у средишту јавне и медијске дебате; ова тријада интереса - архитектура, политика, јавност - одговорна је за објекат који настаје као резултат” (Steiner, 2001: 7). Кроз историју, бројни су примери где је резултат ових често конфликтних односа, простор или кућа, којом је трајно измењен културни идентитет града, и који су дело визионарских процеса предвођених архитектама, политичарима<sup>5</sup>, културним менаџерима и културним радницима<sup>6</sup>, али и компромиса на којима су ови односи грађени. Тема великих архитектонским маркера - икона, на којима се граде (нови) идентитети градова жива је и данас, али је глобални тренд развоја градова на темељима креативних индустрија отворио врата разматрању обнове постојећих градских четврти које сада преузимају ту улогу. Простор Кинеске четврти у Новом Саду своје ново развојно поглавље започиње управо на овим идејама - планског оспособљавања простора за креативни дистрикт, иако, део ових садржаја у простору већ постоје, као резултат спонтаног развоја претходних година, где су приступачне ренте и издашни просторни потенцијали привукли одређен број корисника. Колизја постојећих корисника простора, који су изграђивали његову слику, и градске администрације, која овај простор експлоатише као парадигму концепта Европске престонице културе и жели да је за ту функцију додатно „оспособи”, видљиви су у врло динамичној, медијски издашној и неизвесној јавној дебати, и пратећој реализацији која тренутно не задовољава ни једну од укључених страна.

Случај Кинеске четврти базира се на глобално мобилисаној стратегији коришћења браунфилд (*brownfield*) потенцијала за урбану обнову кроз креирање креативног дистрикта. Дакле, он почива на идеји да се кроз формирање /насељавање креативног кластера зона почне препознавати као креативна четврт, односно, алтернативни културни епицентар. Учешће Града у овом процесу даје му, како наводи Андрес (Andres, 2016), својства „тврде инфраструктуре”, јер се формира плански и део је генералне културне стратегије гра-

---

<sup>5</sup> Митеранови „велики пројекти” у Паризу: реконструкција Лувра, Парк Ла Вилет, Музеј Орсај, Национална библиотека Француске, итд.

<sup>6</sup> Музеј у Менхенгладбаху, чији је тадашњи кустос Јоханес Кладерс директно утицао на избор архитекте Ханса Холајна и потпуно нови концепт музејске зграде; Музеј у Гронингену, чији је директор у време пројектовања и изградње, Франс Хакс обезбедио великодушну донацију нафтне компаније, али и утицао на избор архитекте генералног концепта, Алесандра Мендинија; Музеј савремене уметности у Београду, чију је реализацију инцирао и пожртвовано пратио Миодраг Б.Протић, који ће постати и дугогодишњи директор ове успешне институције, итд.

да. То ову зону чини видљивом у процесу формирања културног и креативног идентитета града, обезбеђује јој (финансијску) одрживост али и утиче на ограничену независност у доношењу одлука важних за реализацију овог пројекта. Већина ових полазишта чине се као добра база за урбанистички развој, осим чињенице да концепт његовог просторног, програмског и архитектонског развоја не постоји. Плански документ за ову зону представио је подручје као зону културних и креативних садржаја, разматрајући је као систем просторног потенцијала да се зона додатно развија и мења. Његова позитивна функција - очување зоне за ове садржаје - релативизирана је великим бројем отворених питања око њеног стварног развоја: њеног архитектонског идентитета, структуре корисника, критеријумима за увођење нових „креативних садржаја”, статуса њених старих станара, очувања грађеног фонда и начина његове замене, као и других инфраструктурних тема које се искључиво конвенционално посматрају<sup>7</sup>.

Ова серија неизвесних одговора и решења резултирала је у организовању „станара” Кинеске четврти у различите иницијативе које се залажу за транспарентнији облик планирања и ремоделовања подручја. Узаврела дебата на седници Комисије за планове око усвајања Плана детаљне регулације подручја, додатно је подцртала раскол града и корисника. Нејасна визија града о модалитету развоја овог подручја, које се до тог тренутка спонтано развијало и већ изградило свој идентитет /потенцијал, додатно је појачала неповерење њених корисника, који су се нашли у процесу селекције на оне који се „уклапају” и „не уклапају у дефиницију креативних индустрија”, креирајући атмосферу својеврсне „креативне централизације”. Основна полазишта пројекта *Youth Creative Polis* и ЕПК 2021 - инклузија, транспарентност, партиципативност, постављени као стожери савремених културних и демократских процеса пали су у други план приликом „судара” са администрацијом, процедурама, политиком и приватним интересним сферама. Град је остао истрајан у одлуци да ће се на сва отворена питања одговори и решења тражити у самом процесу, и да је тема архитектонско-урбанистичког конкурса за ову зону неприменљива.

Пратећи медијски публицитет омогућио је обема странама да изнесу своје ставове, али и да питање судбине Кинеске четврти постане својеврсна јавна дебата о спровођењу културних политика. Ова тензија која је присутна на самом почетку процеса који треба да донесе добробит за обе стране и за Град, повећава очекивања од саме реализације, а све то у тренутку када слични модели у другим срединама показују и своје негативне последице на урбани развој и развој креативне продукције. Оног тренутка када је један спонтани процес постао део шире стратегије и покушаја да се институционализује и „доведе у ред”, не кроз његову архитектонску диференцијацију, или даље подстицање започетих спонтаних процеса, него кроз генерички процес уређивања, умного-

<sup>7</sup>Питање грејања у подручју искључиво се разматра кроз један једини модел - даљински систем централног грејања, иако је за режиме кориштења појединих објеката то можда најнеефикаснији систем. Потенцијал енергетски ефикасних система и обновљивих извора енергије, као и друге аспекте обнове Кинеске четврти указују архитекте и активисти укључени у јавну дебату ([http://nezavisnakultura.net/wp-content/uploads/2018/05/Manek-6\\_web.pdf](http://nezavisnakultura.net/wp-content/uploads/2018/05/Manek-6_web.pdf))

стручене су шансе да се систем и сам уруши, или претвори у облик који је већ глобално критикован због својих нуспојава. Аутентичност простора која почива на његовој историји, диверзитету, суживоту културе, забаве, мануфактуре и друштвеног активизма, угрожена је његовим мапирањем у културно добро града, чиме је постављен за капитални инфраструктурни пројекат. Уместо да буде „простор продукције, а не презентације” (Јовић, 2017), Кинеска четврт покушава да изгради свој „бољи” идентитет, „лепшу слику” на туристичкој мапи, кроз несигуран и спекулативан процес, препун урбанистичких и архитектонских непознаница, које ће заменити њене неадекватне делове. У том контексту, овај простор започиње свој регулисани, али опет неизвесни постиндустријски живот.

### **Мрежа за дифузију културе: новосадске културне станице**

Мрежа за дифузију културе је концепт развоја културе развијан након другог светског рата са идејом да се конзумирање културе и уметности приближи свима. Овај концепт интензивније је развијан у социјалистичким друштвима, па тако и нашем, јер је имао и своје друге друштвене задатке - медијацију идеологије на терену, реорганизацију социјалистичког села, агитацију и пропаганду, али је постао значајна тема и западноевропских културних политика, нарочито након 1968. године. Из овог модела културне политике антиципирана је основна јединица националне и градске мреже за дифузију културе - дом културе и културни центар. Овај тип функционише као (релативно) слободна, просторно-организациона платформа, сензитивна на актуелна културно-уметничка кретања и промене, ослобођена институционалне традиције, и у том смислу нешто релаксиранија по питању утицаја политика.

Идеја о поливалентном објекту у којем се конзумира култура на локалу витална је и данас, с тим што се овом типу, у развијеним срединама, интензивно анализирају архитектонски модели коегзистенције различитих садржаја културе, уметности и локалне заједнице, под једним кровом, њиховог несталног односа, нових садржаја, и унапређених модела организације, финансирања и менаџмента. У својој основи, овај модел промовише идеје приступачности културног садржаја, децентрализације, локалних утицаја и њихове рефлексije на архитектуру и њен програм, као и потенцијал овог типа објекта да мења окружење. Овај однос према окружењу - граду или градском дистрикту, усложњава питања планског развоја ових објеката и простора, њиховог архитектонског концепта и садржаја, а посебно одрживости у актуелним модалитетима финансирања и рада. Ове теме посебно су у фокусу, с обзиром на врло актуелне реализације културних станица/ центара Новог Сада, које се граде први пут након готово 60 година.

Тема универзалне куће културе – културног центра, најављена је кроз реализацију париског Бобура, као конкретне физичке манифестације новог архитектонског типа: више функционалног, транспарентног и отвореног, којим се поливалентни објекат успоставља као икона архитектуре, културе и града, и

врши сва она (не)пожељна дејства на окружење, која су актуелна и данас – урбана обнова, центрификација, контактни јавни простор и слично.... Исто тако, овај пројекат успоставио је врло виталну концепцију објекта културе - програмског контејнера, који је физичка и инфраструктурна база, која потенцијално, може градити и сопствени архитектонски идентитет кроз (архитектонску) величину, бити флексибилан и непредвидив, адаптиван и спреман. Традиција Бобуровог *omniplatz-a*, универзалног простора, данас је изнова оживљена темама архитектонске респонзивности, програмских флуида, несталности потреба и садржаја, као и непредвидивог развоја културе и уметности.

Реализација универзалног простора уметности и културе - њеног архитектонског контејнера, примењива је на различите сценарије - једнако на грађење нових објеката, колико и на адаптацију постојећих. У свим тим случајевима, архитектура се позиционира као платформа која обезбеђује услове за несметано одвијање догађаја, његово подстицање, као технички и технолошки оквир, изнова и изнова адаптивна на непредвидиве токове развоја садржаја. Посебан потенцијал за промене и нове модалитете деловања долази управо из редова слободних и неинституционалних уметничких пракси, алтернативне културне сцене која се данас, бар декларативно, разматра као једнаковредни актер. Уколико је то тако, онда је потребно да захтеви архитектонског оквира буду још мање конвенционални и стриктни, и захтевају читав репертоар нових приступа, термина и архитектонских стратегија.

Одлука града да се „побрине” управо за оне који самоиницијативно делују и мењају границе уметничке праксе, и понуди им један од најважнијих ресурса - простор, отворила је низ питања око реализације те стратегије. Како наводи Вишнић, обезбеђивање простора за деловање културних иницијатива и организација, није само питање реалне реализације програма и догађаја истих, него служи и као „симбол друштвеног признања - или чешће, уздржаног, заслуженог, некад чак изнуђеног, прихватања” (Перачић, 2016: 26). Као пример, иницијатива Ново културно насеље утврдила је својим деловањем уверење да највећа месна заједница Новог Сада треба да добије свој објекат културе и „удоми” садржај који већ постоји, махом фестивалског и радионичког формата, а који се снажно ослања на локалну заједницу и њено учешће. Из овог нестабилног оквира деловања, који се прилагођава тренутку, потребама, па и временским условима, дефинисан је програмски оквир будућег објекта: мултифункционална сала (за ~300 места) која има висину 2 етажe (500m<sup>2</sup>), улазни хол (150 m<sup>2</sup>), фоаје (30 m<sup>2</sup> (?)), сувенирница (60 m<sup>2</sup>), мала сала (150 m<sup>2</sup>), канцеларијски простор (400 m<sup>2</sup>), просторије за обуку и разне радионице (180 m<sup>2</sup>), итд.<sup>8</sup> Ни један аспект тендерског (!) пројектног задатка не указује на врло специфичну и стварну програмску концепцију на терену, виталну пре свега у отвореном јавном простору, нити пројектанту даје подробније објашњење о квалитету затворених простора и садржаја, а готово ништа о начину успостављања односа са јавним простором и зеленим површинама. Програм који се тражи, конвенционалан и базичан у својим основама, готово да претпоставља

<sup>8</sup> [http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/5.\\_konkursna\\_dokumentacija-op-29-2017-ozb.bank\\_.pdf](http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/5._konkursna_dokumentacija-op-29-2017-ozb.bank_.pdf)

објекат који својом поставком институционализује иницијативу, и ставља је у конвенционалне оквири - просторије: сале упитне мултифункционалности<sup>9</sup>, канцеларије врло раскошне квадратуре, и на крају, сувенирницу. Овакав списак просторија разложно поставља питање структуре његових корисника, њихових односа, а пре свега институције која у тренутном систему финансирања културе дефинитивно мора да постоји. Ако културни центар, или културна станица, као локална културна и уметничка платформа претпоставља садржај који је променљив, специфичан, а пре свега подржава деловање независне културне сцене, онда је потребан нови модел институције, компактне и отворене, флексибилне и адаптивне на промене, а пре свега у тесном партнерству са осталим актерима сцене. У тренутку када таква хибридна или кооперативна менаџерска платформа још увек не постоји, не отвара се могућност да се она, бар програмски и просторно антиципира, те је уместо флуидног и променљивог, претпостављен статични сценарио, разграничених садржаја и јасних просторних граница, чиме је осујећена шанса да се објектом који свој живот почиње „од нуле”, изван оквира и захтева реконструкције и заштите, чиме би се донекле могао „правдати” (не)успех центра Ејшег, заиста пружи савремен и квалитетан оквир културног и уметничког деловања.

Друга парадоксална ситуација која прати управо ову иницијативу, јесте реализација објекта за исту кроз тендерски поступак<sup>10</sup>, а не архитектонски конкурс. У тренутку када не постоје утврђени механизми и методологије да се стварни актер на терену квалитетно програмски сагледа - кроз једнако отворен и флексибилан програмски задатак, конкурс је могао понудити прилику да се кроз низ креативних интерпретација генеричког програмског оквира утврде прогресивнији архитектонски исходи, који би ипак одсликали концепт новог објекта културе. Савремене архитектонске праксе недвосмислено указују да, уколико постоји креативни архитектонски капацитет, „критички рад на програму”, онако како га дефинише Колхас (Koolhaas, 1995; 2006), успоставља основ за развој нових концепата и традиционално разматраних институција, где сваки сегмент може бити предмет нове интерпретације. Тако, и конвенционално постављени пројектни задаци у исходу дају „програмски алхемију”, пожељну комбинацију „тврдох”, конвенционалних функционалних јединица (као што је на пример аудиторијум, или читаоница) и „меких” јединица, махом јавних простора, чијим се односом просторно, амбијентално и програмски утврђује објекат као амалгам различитости. У случају културних станица Новог Сада, пропуштена је прилика да овај вид праксе послужи за афирмисање квалитетне архитектуре, као и да се објекти креативних и културних индустрија поставе као репер у генези и промовисању исте.

---

<sup>9</sup> Како би простор био мултифункционалан, потребни су подаци о томе за које се све сценарије он оспособљава (позориште, аудиторијум, плесна сала), као и помоћне просторије које га опслужују. Аудиторијум од 300 места већ је сам по себи захтеван, по питању визура, геометрије, а питање захтевније сцене тражи велики број улазних података.

<sup>10</sup> У тендерском поступку тражен је пројектант за четири културне станице Новог Сада: на Клиси, Новом насељу, Кинеској четврти, као и за уређење платоа испред културне станице 1, која није дефинисана ни својом адресом, ни катастарском парцелом у тендерским документима.

## Нови модели културне дисперзије: „мека” инфраструктура креативних индустрија и културе

У претходним поглављима анализирали су се модели „тврде” инфраструктуре који удомљују институционалне и ван институционалне културне и креативне ствараоце. Овакви модели углавном су намењени већ афирмисаним актерима и као што је то већ споменуто, представљају својеврсно признање за њихов дотадашњи рад. Са друге стране, „грасрут” (*grassroot*) актери креативне сцене остају потпуно изван ових модела и углавном препуштени сами себи. Концепт „меке инфраструктуре” којом се овај рад бави окренут је управо „изданцима” креативне и културне сцене и њиховој продукцији. Заправо, ради се о успостављању урбане мреже доступних некоришћених простора који се користе као флексибилни, променљиви, економски и легислативно лако доступни простори креативне продукције. Иницијално говоримо о просторним капацитетима у власништву Града, Покрајине и Републике, јавних предузећа и институција, док се у даљем развоју мреже треба омогућити и укључивање приватног сектора. О коликом просторном потенцијалу говоримо у овом тренутку није могуће са сигурношћу рећи, јер списак простора који је у власништву Града, а којим управља Управа за имовину и имовинско-правне послове није јавно доступан и могуће га је добити на захтев Повереника за информације од јавног значаја и заштиту личних података. У случају великих јавних предузећа ситуација је још комплекснија због нерешених катастарских и имовинских односа. Ипак и у јавно доступним информацијама, као на пример, огласима за издавање простора којима располаже градска Управа<sup>11</sup>, можемо закључити да постоји довољан просторни потенцијал за овакав модел. Континуирана транзиција у којој се налазимо, изазови глобалне економије, експанзивне градње тржних центара, али и промена људских навика (нпр. Интернет куповина) узроковале су стварање суфицита, превасходно, пословног простора намењеном терцијалном економском сектору<sup>12</sup>. Конзервативно гледајући на њих овакви простори немају потенцијал за регенерацију, а иницијални одговори углавном се крећу ка најбаналнијим решењима попут рушења и замене.<sup>13</sup> Уместо тога потребна су нам креативнија и флексибилнија ешења за ове просторе. Проблем некоришћених и напуштених простора није само економско питање већ има шире консеквенце на урбане и друштвене околности.

Идеја коришћења постојеће инфраструктуре, уместо великих улагања у нове, звучи логично и здраворазумско, али се услед доследног копирања, раније помињаних модалитета и некреативног приступа администрације, не разматрају у довољној мери. Теоријски, овакав приступ ослања се и на најсавременије економске моделе попут Економије дељења (*Sharingeconomy*) коју Алек

<sup>11</sup> [http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/2.\\_tekst\\_oglasa.pdf](http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/2._tekst_oglasa.pdf),  
[http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/javni\\_oglas.pdf](http://www.novisad.rs/sites/default/files/documents/javni_oglas.pdf)

<sup>12</sup> <http://www.mojnovisad.com/vesti/zasto-u-novom-sadu-iz-godine-u-godinu-sve-vice-lokala-zvrjiprazno-id18511.html>

<sup>13</sup> <https://www.danas.rs/ekonomija/vucevic-najbolje-bi-bilo-srusiti-spens-i-izgraditi-manji/>

Стефани (*AlexStephany*) укратко дефинише као „вредновање некоришћеног ресурса и омогућавање онлине доступности тог ресурса заједници, последично умањујући потребу за власништвом над тим ресурсима.” (Stefani, 2015). Овакав приступ омогућава да се намена одређеног простора дефинише наспрам суштинских потреба њихових будућих корисника, а што може да представља суштински искорак у флексибилном програмирању просторног потенцијала. Тренутна пракса коришћења било каквог простора односи се на дефинисање могућих функција тог простора, што је у потпуној супротности са савременим начином размишљања, што теоријски дефинише и Зигмунт Бауман (*ZygmuntBauman*) у својој теорији „ликвидног модернитета” (*liquidmodernity*) (Bauman, 2000). Савремени креативни актери, поготово у развојном периоду, услед притиска убрзаних друштвених токова приморани су да реагују углавном инстинктивно и моментално (Andres, 2016:4), што захтева „да развијамо теорије које препознају флуидне и транзиторне креативне процесе” (Tim Edensor, 2010:15 према Andres, 2016:4). Овакви процеси захтевају различите просторе, а у том смислу просторна, амбијентална и свака друга разноврсност мреже простора логично може имати предност у односу на оне унапред програмски и просторно дефинисане.

Важна чињеница јесте и да се сарадња међу савременим креативним делатницима „углавном заснива на знању и умрежености” (Edensor, према Andres, 2016:11), те у том смислу физичка повезаност актера није од суштинског значаја. Флукуација сарадника и разнолика екстериторијална колаборација део су савремене креативне сцене. Самим тим кластеризација актера и нужна идентификација са брендом који носи одређени дистрикт или кластер може да има ограничавајући фактор на креативни развој, а свакако продубљује поделе унутар културне и креативне сцене.

Да би се остварила флуидност корисника ових простора и избегла злоупотреба и узурпација јавног ресурса потребно је и са практичне и правне стране омогућити лаку и ефикасну транзицију корисника. Тренутна пракса показује супротно. Поступци за издавање простора су дуготрајни и спори условљени поступком јавне набавке, а уговори дуготрајни. Модел који се предлаже не оспорава потребу да одређени корисници дуготрајно користе одређени простор, већ да отвори могућност и за њихово флуидније коришћење. Стратап (*Stratup*) и простори пословних инкубатора могу бити донекле пример флуидности и транзиције корисника.

Како један од проблема јесу споре процедуре, различитост власника ових простора и управљање овим просторима од пословично споре администрације, потребно је формирање засебне платформе која би по релаксираним процедурама и јасним критеријумима давала просторе у закуп, не угрожавајући основна имовинска права власника. Оваква врста „посредника” платформе успешно се користи у примерима „поп-ап” (*pop-up*)<sup>14</sup> коришћења простора, као и анти-сквотинг (*antikraak*)<sup>15</sup>, модела које функционишу подједнако како на

---

<sup>14</sup> [www.gopopup.com](http://www.gopopup.com)

<sup>15</sup> [www.adhocproperty.co.uk](http://www.adhocproperty.co.uk)

локалном тако и на глобалном нивоу, а који се и базирају на идеји привременог и променљивог коришћења простора.

Помињањем анти-сквотинг модела долазимо и до једног од кључних предуслова за успешно имплементирање меке креативне инфрструктуре – јасно и одлучно развијање овог модела у циљу остваривања јавног интереса и унапређења креативне и културне продукције. Анти-сквотинг и поп-ап настали су као иницијатива приватног капитала која иако користећи се социјално одговорним методама (као што је изнајмљивање некретнине по ниским рентама рањивим социјалним категоријама), на крају, по правилу теже ка заштити некретнине и повећању њене цене на тржишту, донекле манипулишући тренутним корисницима и њиховом позитивном утицају на простор у ком бораве<sup>16</sup>. С обзиром да се овај модел предлаже за иницијално јавне просторне ресурсе, али и приватне, уоквирене позитивним аспектима од јавног значаја, Град не би требало да бенефите тражи кроз тржишну вредност некретнина, већ у индиректним позитивним последицама оваквог модела.

Пре свега позитивни аспекти се могу огледати у „гачкастој” и децентрализованој урбаној регенерацији. Такав потенцијал празних и напуштених простора дефинисао је Игнаси де Сола-Моралес (*IgnasideSola-Morales*) кроз појам *Terrain Vague*<sup>17</sup>. Други аспект јесте очување социјалног и економског диверзитета у нашим градовима, спречавањем и минималних ефеката центрификације и економске сегрегације Града, а која је последица наслеђа државног пројекта станоградње која је функционисала у политичком уређењу СФРЈ. Економске позитивне последице модела не можемо у потпуности предвидети и доказати, али за пример у нашој средини можемо узети нагли развој ИТ индустрије која је без икакве системске и структуралне подршке за неколико година дошла званично до друге по величини извозне индустрије у Републици Србији<sup>18</sup>.

Значајна подршка и повољност за успостављање предложеног модела стоји и у чињеници да се овакво стратешко решење за просторе креативних и културних делатности се у начелу налази у важећој Стратегији културног развоја Новог Сада 2016 – 2026.

Сумирајући све наведено, можемо истаћи неколико корака за реализовање модела меке креативне инфраструктуре:

- Утврђивање стратешког оквира (Стратегија културног развоја, Стратегија развоја креативних индустрија, акциони планови, градске одлуке, планска документа)
- Успостављање „живог” и транспарентног регистра свих просторних ресурса
- Успостављање платформе (дигиталног посредника) за управљање просторним капацитетима.
- Успостављање прецизних критеријума и неоптерећујућих процедура за издавање простора

<sup>16</sup> <https://en.squat.net/2014/03/12/netherlands-camelot-is-using-people-in-need-of-housing-as-real-estate-pawns-and-as-out-sourced-dwellers-that-only-serve-to-facilitate-speculation/>

<sup>17</sup> Anyplace (1995), AnyoneCorporation / The MIT press, Cambridge, str. 118-123

<sup>18</sup> [https://www.nbs.rs/system/galleries/download/pdf\\_ioi/ioi\\_08\\_2018.pdf](https://www.nbs.rs/system/galleries/download/pdf_ioi/ioi_08_2018.pdf)

## Алтернативни модели по мери града и тренутка

У тренутку када Ричард Флорида признаје „нову урбану кризу”, која је једним делом последица фаворизовања „креативне класе”, покрета „повратка у центар”, центрификације и растуће неједнакости, град Нови Сад започиње своје велике културне пројекте који добрим делом почивају на стратегији коју његов најватренији промотер - Флорида - и сам напушта (Wainwright, 2017). Ова чињеница не мора нужно да значи да се град изграђује према моделу који је превазиђен, него напосто указује да су неопходни иновирани модели, скројени за специфичности града и његове постојеће капацитете, актуелни социјални и економски миље, инклузивни и отворени за нове утицаје. Одређени ризици који концепт креирања „креативног града” или „креативног дистрикта” носи - сукоб планирања са врха и спонтаних процеса на терену, као и неразвијени механизми имплементације солидно постављених стратегија, усмеравају пажњу на алтернативне моделе оспособљавања постојеће „меке инфраструктуре”, као пратеће или транзитивне мере.

Као и сви јавни објекти, нови објекти и дистрикти културе и креативних индустрија „ухваћени су у поље различитих утицаја (...), и оно што пружају је увек много више од самог објекта” (Steiner, 2001:15). То значи да је у њима акумулирана симболичка вредност, за коју се у нашим условима савремена архитектонска пракса још увек није квалификовала, као и систем фундаменталних информација о контексту у којем настају, а које се предају историји. У алтернативним моделима развоја, који се базирају на постојећим грађеним ресурсима, архитектонска дисциплина се темељи на новом сету друштвених задатака, и како наводе Перачић (etal) потребан је „други слој вештина: интердисциплинарна синтеза, вештина координације, разумевање специфичности процеса у простору, технике убеђивања и манипулације како би се усмерили догађаји ка доступном простору” (Перачић, 2016:23). Таква архитектура није аутономна и само довољна, него је дубоко уроњена у стварност и осетљива, доступна за промену, и у сталној трансформацији. На одређени начин, овај ефемерни и нестабилни карактер места - сталног или статичног простора, компензован је временски недефинисаном, интензивном и креативном кохабитацијом, а којим се формира мрежа њених корисника, оснажује, и настаје да постоји и у другој констелацији урбане географије. Овај „моменат локализовања креативне енергије”, настаје и гаси се, подржан „приликом за простор”, спонтано, руковођен потребама и новим условима концентрације. Тиме, релаксира се планерски и стратешки оквир имплементације нових и нестабилних модела: они се постављају као организациона мрежа креативних иницијатива, која није нужно повезана са једним простором, него слободно користи мрежу потенцијалних простора, вршећи тако дисперзију креативних функција по читавом граду, као комплементарни процес институционализованим и „удомљеним” иницијативама.

## Литература:

1. Andres, Lauren; Golubchikov, Oleg (2016): The Limits of Artist-led Regeneration: Creative Brown field in the Cities of High Culture, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol.40, Iss.4, pp. 757-775.
2. Aplikacioni formular: Novi Sad evropska prestonica kulture 2021, NoviSad, grad kandidat, <http://novisad2021.rs/aplikacioni-formular/?jez=lat>
3. Anyplace (1995), Anyone Corporation / The MIT press, Cambridge, str. 118-123
4. Bauman, Zygmunt (2000). Liquid modernity. Polity, Cambridge
5. Cano, Guiomar Alonso, etal (2000): *Culture, trade and globalization: questions and answers*, UNESCO Publishing
6. Florida, Richard (2002), The Rise of the Creative Class, The Washington Monthly, May 2002, pp.15-25.
7. Генерални план града Новог Сада до 2021. године, Службени гласник, Vol. XXVI, No. 39, 2006.
8. Jovičić, Svetlana; Mikić, Hristina (2006): *Kreativne industrije: Preporuke za razvoj kreativnih industrija u Srbiji*, British Council, Beograd
9. Jović, Slobodan (2017): Petar Drapšin, Kineska četvrt i Youth Creative Polis: problemi, izazovi i predlozi, bilten *Stanar*, br.5, <http://detelinara.org/petar-drapšin-kineska-cetvrt-i-youth-creative-polis-tekst-slobodana-jovica-u-novom-5-broju-biltena-stanar/>
10. Korać, Ivana (2018): Transformacija kineske (exDrapšin) četvrti, *MANEK – Magazin nezavisne kulture*, br.6, str. 96-97
11. OMA; Koolhaas, Rem; Mau, Bruce (1995): *S, M, L, XL*, The Monacelli Press
12. Peračić, Dinko etal.(2016): *Wenedit-wedoit, Croatia at the 15th International Architecture Exhibition*, Platforma 9.81, Split
13. Stephany, Alex (2015): The Business of Sharing: Making It in the New Sharing Economy, Palgrave Macmillan, London
14. Steiner, Dietmar M. etal. (2001): *Grössere Gegnergesucht /Stronger Opponents Wanted: Kulturbautenim Spannungsfeld von Politik, Medien, Architektur / Cultural Buildings Caught Between Politics, Media, Architecture*, Birkhäuser, Basel-Boston-Berlin
15. Strategija kulturnog razvoja Grada Novog Sada za period 2016-2026. године, Službeni list Grada Novog Sada, No.53/2016.
16. Ten Questionson Program Rem Koolhaas + Bernard Tschumi, Questions written by Ana Miljacki, Amanda Reeser Lawrence, and Ashley Schafer, *Praxis: Journal of Writing and Building*, Issue 8: Re:Programming Paperback – May 18, 2006
17. Wainwright, Oliver (2017): ‘Everything is gentrification now’: but Richard Florida isn't sorry, *The Guardian*, international edition, 26.10.2017,
18. <https://www.theguardian.com/cities/2017/oct/26/gentrification-richard-florida-interview-creative-class-new-urban-crisis>

## CULTURAL AND CREATIVE INFRASTRUCTURE OF NOVI SAD: DEVELOPMENT POTENTIAL OF THE ALTERNATIVE MODELS

**Summary:** In line with the strategy of cultural development and under the project of European Capital of Culture 2021, Novi Sad starts to build several objects /buildings

/temporary buildings, and cultural and creative spaces. The model of development of these projects is currently in the middle of a professional and public debate. This paper presents an overview of the context, circumstances, procedures and remodelization of „Kinska četvrt” as a future creative district, as well as several other cultural centers planned on /for various city locations. The knowledge obtained from these processes give us reason to look at alternative models of development based on the potential of the city. (describe what the potential of the city is) This alternative model is proposed as transitional or parallel to the existing ones.

**Key words:** architecture, creative industry spaces, creative district, cultural center, alternative model of development, Novi Sad

**БОРИС Д. ИЛИЋ\***  
Филозофски факултет  
Ниш

УДК 316.7:315.73  
Прегледни рад  
Примљен: 01.09.2018  
Одобрен: 01.10.2018  
Страна: 117-133

## **ПОЗИЦИОНИРАЊЕ КУЛТУРЕ У ОКВИРУ ТЕОРИЈЕ ФЛУИДНЕ МОДЕРНОСТИ ЗИГМУНТА БАУМАНА**

**Сажетак:** Радом се покушава, анализирајући Бауманова дела, остварити два истраживачка циља. Први је сагледавање и теоријско промишљање Бауманове теорије флуидне модерности, са нагласком на основне појмове на којима се она заснива. Други циљ је позиционирање поља културе унутар овог теоријског концепта, разумевање њених савремених карактеристика, као и компарирање њених општих изражајних видова према историјски претходећим културним облицима, као што су традиционална култура и култура „чврсте“ модерности.

**Кључне речи:** Зигмунт Бауман, „чврста модерност“, „флуидна модерност“, култура, потрошачка култура.

### **Увод**

Један од најпознатијих савремених социолога, Зигмунт Бауман (Bauman), спада у ред оних мислилаца који на темеље класичне социолошке традиције успешно надограђују промишљања наше савремености, указујући тиме на универзалност и могућност примене социолошких налаза на примерима савременог друштва, али истовремено је (социологију) модернизујући и избацујући из окошталих теоријских схема. Он укључује социологију у савремене друштвене токове, градећи нова гледишта о процесима који постају све доминантнији у наше доба. Овоме доприноси његова склоност ка занимању за широки корпус научног и филозофског знања, али и за човекову свакидашњицу. Поред овога, интересовање за уметност и књижевност говоре о могућностима приказивања социолошког знања као поетског начина разумевања света. У скоро свим његовим делима (о којима је овде реч), уметност и уметници, писање и писци су незаобилазне теме чији је циљ осликавање неке социолошке правилности. Реч је о аутору који је од почетка свог рада наглашавао утицај културе као једног од кључних чинилаца друштвеног детерминизма. Њен

---

\* borisilic1401@gmail.com

значај никада није пренаглашаван, али ни умањиван. Говорећи о новијим делима, може се рећи да он није заступник постмодерне социологије. Он жели да социологија буде у додиру са својим коренима. У том смислу, залаже се за социологију постмодерности, чији је циљ разумевање постмодерног друштва рационалним научним средствима (Рицер, 2009). Бауман, да парафразирамо Ирис Дука, полази од тога да етика нашег доба не напусти моралне преокупације модерне, она само не жели решења која је модерна етика нудила. Постмодерна етика не полази од тога да постоји универзални морални код – он, по свему судећи, никада неће ни бити пронађен. Оно што предстоји постмодерном човеку је одговорност и саосећање за другог и другачијег (Duka, 2010: 238). Бауман се никада није одрекао марксизма, а међу ауторима који су на његов рад извршили огроман утицај посебно је издвајао Георга Зимела (Simmel) и Антонија Грамшија (Gramsci).

## Концепт флуидне модерности Зигмунта Баумана

Бауман је један је од оних аутора који су бескомпромисно и директно истицали највеће опасности са којима се суочава човек у савременом друштву. У свом богатом научном раду знаменити социолог је обухватио сва важнија социолошка питања и указао на значај који социологија има у тумачењу и расветљавању доминантних друштвених процеса у савремености. Рад представља покушај да се још једном сагледају кључни моменти Бауманове теоријске концепције и истовремено укаже част управо преминулом борцу за „социолошку ствар“.

Настојимо представити кључне моменте Бауманове последње фазе научног рада, указати на темеље на којима почива његова теорија флуидности савременог друштва, али и подвући културолошке особености типа друштва чији смо сведоци. Анализом се истичу они аспекти проучавања које Бауман износи у делима *Текућа модерност*<sup>1</sup>, *Флуидни живот*<sup>2</sup> и *Флуидна љубав*<sup>3</sup>. Уважавају се и друга Бауманова дела као и дела оних мислилаца који се до тичу овог тематског оквира.

Друштво нашег доба Бауман именује као флуидно модерно друштво чије се карактеристике разликују не само од историјски удаљених епоха које нису носиле епитет модерног, него и од пређашњег „чврстог“ облика модерности који је као доминантан егзистирао током прве половине XX века. Прелаз из „чврстог“ у „флуидно“ („течно“) стање модерности изгледа не представља квалитативни скок или одсечну промену, већ је попримио облик тихе и лагане транзиције. Можда баш због тога Бауман књигу *Текућа модерност* започиње цитатом Пола Валерија (Valéry) у коме се каже да живот у модерном добу карактеришу испрекиданост, неповезаност и изненађење. Ум човека модерног доба, вели Валери, храни се искључиво наглим променама и констатним иза-

---

<sup>1</sup> Bauman, Z. (2011) *Teuća modernost*. Zagreb: Pelago

<sup>2</sup> Бауман, З. (2009) *Флуидни живот*. Нови Сад: Mediterran publishing

<sup>3</sup> Бауман, З. (2009а) *Флуидна љубав*. Нови Сад: Mediterran publishing

зовима ( Bauman, 2011: 9). Како би објаснио особености савременог друштва, Бауман посеже за изворним значењем појма флуидност и могли бисмо рећи не само ради метафоричког приказивања ствари, већ и ради указивања на есенцијалност смисла флуидности уопште. Основно својство течних тела је то да она не могу дуго задржати одређени облик већ га непрестано мењају. Стална промена облика заправо ствара ток који је карактеристично својство флуида. Насупрот течном стању, чврста тела под притиском не морају нужно мењати облик, она могу повратити изворну форму. За разлику од чврстих тела, флуиди „теку“ или „цуре“. Из сусрета с чврстим телима остају неоштећени, а ова друга, ако задрже властити облик, бивају подложна промени (Bauman, 2011: 10). Својство невероватне покретљивости флуида повезује се са њиховом „лакоћом“. Управо „флуидност“, по Бауману, означава *нову* фазу у историји модерног друштва. Овако организовано друштво може се описати и појмом умреженог. Умрежено друштво за разлику од индустријског, темељи се на развоју информационих технологија које стварају мреже, представљајући кључни организациони принцип друштва. Друштвена моћ се не налази у рукама појединаца и група већ управо у мрежама. (Katunarić, 2000: 17-18). Ово кореспондира Баумановом ставу да је моћ данас мање манифестна, али то не значи да она није присутна.

Говорећи о модерном друштву као флуидном, Бауман је наишао на приговоре да би се модерност уопште, од својих почетака, могла разумети као настанак епохе флуидности, тј. да је флуидност основно својство модерности као такве. Бауман је само до извесне тачке сагласан са овим гледиштем, сматрајући да је рана или „чврста“ модерна, како је он назива, инсистирала на флуидности, брзој промени и покретљивости само дотле док не би била формирана нова чврста тела. Ово је не само темељ Баумановог теоријског концепта, већ и хеуристички плодан моменат за разликовање „чврсте“ и „лаке“ тј. флуидне модерности. У флуидној модерности једноставно нема чврстих тела, односа, процеса, установа. Њима се не тежи. Проток је основна карактеристика „лаке“ модерности. Ако чврсти објекти и постоје, они не припадају доминантном „систему флуидности“. Специфичност свих облика модерности је растакање свега постојећег, свега трајног, што се опире промени и протоку. Последица је, вели Бауман, „профанисање светога“, порицање прошлости, а пре свега „традиције“<sup>4</sup>. Дакле, модерност тежи неутралисању прошлости у садашњости, а тиме и чврстини уверења којих се друштво или његове уже групе држало како би се могло одупрети пролазности. Задржати трајне обрасце комуникације представљало је примарни приоритет. Ауторитет традиције (обичајног права, религије и сл.) давао је карактеру друштвених односа одређену чврстину и извесност. Настанак модернизацијских процеса доводи до слабљења друштвених односа. Рационалност схваћена на овај начин карактеристична за предмодерне епохе чија је основна функција очување заједнице, замењује нови тип

<sup>4</sup> Бауман на овом месту упућује на познату тезу историчара религије М. Елијадеа о суштинској разлици између области религијског и њему супротстављеног ентитета профаног. Bauman, *nav. delo* str 11. Више о томе у Елијаде, М. (1980) *Свето и профано*. Врњачка Бања: Замак културе, и Елијаде, М. (2006). *Симболизам, свето и уметности*. Крушевац: Гутембергова галаксија.

модерне рационалности – инструментална рационалност. Реч је о рационалности пословног света. Она се појављује као дух модерности и као узрок слома традиционалног система вредности и успостављања новог. Економија се одваја од политике, етике и културе и постаје доминантни израз и владајући начин мишљења и делања модерног човека. Створен је потпуно нови друштвени поредак који се сада превасходно дефинише у економским категоријама (Bauman, 2011: 12). Овај поредак је постао доминантан јер је на прво место успео поставити своју властиту репродукцију и учинити да све друге области живота у поређењу с њим добију другоразредни значај. Једино што је чврсто у систему флуидне модерности јесте континуирана саморепродукција и одржање овог система односа. Модерност је најпре ударила на наследне институције као што су сталежи. Ово је значило почетак процеса редефинисања свих друштвених односа. Ту фазу Бауман назива фазом „разбијања калупа“. Разбијање тих калупа значило је једино изградњу нових који су такође, као и стари, били крути и несаломиви. Конформизам све више постаје глобални образац друштвеног понашања. Силе протока постају све доминантније, прелазећи са глобалног нивоа у микрораван друштвеног живота (Bauman, 2011: 15). То би био кратки опис епохе чврсте модерности чија начела представљају увод у настанк лаганог обликовања друштва који Бауман назива добом флуидне модерности. С настанком и продором флуидне рационалности, раније друштвено установљена одговорност сада је трансформисана у искључиву одговорност појединца. У свеопштем растакању установљених образаца понашања, не само да је одговорност индивидуализована, већ су и друге форме друштвености задобиле карактер индивидуалности. Тако, појединац окружен сталним променама, са личном одговорношћу за друштвена збивања није у стању да у дугом временском периоду задржи одређени начин мишљења или делања. Он је, у овом контексту, неспособан за било какав битнији историјски искорак континуирано мењајући животне стилове, навике, мишљења и начине делања. Стога, сматра Бауман, човек флуидног модерног друштва је слика и прилика *homoeconomicusa*. Он је његов најприкладнији израз и сама његова суштина. Теоретичари културне конвергенције на сличан начин сагледавају процесе глобализације. Као и код Баумана и овде је у питању превласт економске сфере, нарочито мултинационалних компанија, над осталим областима друштва. Заједнички именоватељ оба концепта јесте дехуманизација стварности и урушавање „праве“ индивидуалности. Разлика је у томе, могло би се рећи, што Рицер (Ritzer), као представник ове социолошке концепције, индустрију брзе хране узима за парадигму целокупног процеса глобализације, као владајућу индустрију, док Бауман сматра да је систем флуидног модерног друштва толико флексибилан и заснован на брзој смени владавине одређених привредних система да је посебно тешко говорити о неком појединачном сектору индустрије као владајућем, нарочито не о прехрамбеној индустрији која се у последње време налази на удару дијететско-козметичког привредног комплекса. У потрошачком друштву флуидне модерности једино је неупитна владавина неолибералног концепта, континуираног трансформисања свега, а владавина одређених индустрија се само периодично смењује по чисто тржишним принципима.

Флуидни живот се одвија у флуидном модерном друштву као свепожи-мајућа сила која задира у све појединачне, па и његове најситније делове. Флуидност живота је блиско повезана са флуидношћу друштва и произлази управо из начина функционисања тог друштва. „’Флуидна модерност’ је друштво у коме се услови под којима његови припадници делују мењају брже него што је потребно да се начини деловања консолидују у навике и рутине“ (Бауман, 2009: 16). Ни друштво ни живот у флуидној модерности не могу у дугом временском периоду задржати одређени облик. Због свеprisутне брзине смењивања друштвених процеса код припадника флуидног модерног друштва присутни су страхови „да ћете бити затечени на спавању, да нећете стићи да ухватите корак са догађајима који се брзо смењују, да ћете заостати и да ћете превидети „употребити до“ датум, да ћете бити натоварени стварима које поседујете а нису више пожељне, да ћете пропустити прилику која сигнализира промену правца пре него што се пређе тачка без повратка.“ (Бауман, 2009: 10). Живот у флуидном модерном друштву оптерећен је основним питањем: како завршити започету акцију, однос, намеру? У том смислу почетак ствари је у потпуности изгубио на значају, а кључна преокупација житеља флуидног модерног друштва јесте питање одлагања отпада, односно брзине са којом се ствари одлажу на отпад и брзине уклањања отпада, али, парадоксално, сви ови напори га константно враћају на почетак. Као и Пол Вирилио (Virilio), тако и Бауман, као важну карактеристику савременог друштва види брзину односно убрзање које постаје све јаче и до те мере присутно да води право у непокретност. Бауманово схватање брзине флуидног модерног друштва наглашава једну важну социолошку функцију: убрзање свих друштвених активности припадника флуидног модерног друштва одвија се у циљу држања дистанце у односу на „корпу за смеће, „на коју су осуђени они на зачељу.“ (Бауман, 2009: 11). На изванредан начин, могло би се рећи, Бауман овом типу друштва приписује социјалдарвинистичке особине. Флуидно модерно друштво изгледа као трка у којој је циљ да не будете последњи, тј. да не будете одређени за отпад. Ова трка добија глобалне размере, па се она данас изводи у свим аспектима друштвеног живота.

Флуидно друштво је као што смо већ напоменули *par excellence* потрошачко друштво. Све што постоји у њему задобија улогу објекта потрошње. „Тим обрасцем објекта потрошње обликује се оцена и суд о свим тим живим и неживим фрагментима света“ (Бауман, 2009: 18). Бауман посебно наглашава да је потрошачки живот доминантни образац флуидног друштва и да су све ствари и бића третираны као објекти потрошње. Међутим, тако ствар стоји на нивоу концепта; у стварности, да би неки друштвени субјект положио право на потрошачки начин живљења, он унутар брзог и све бржег промета мора испоставити своју употребну вредност, у супротном испада из игре. Потрошачки живот је примамљив или бар тако жели да се прикаже и зато иде за тим да се представи као друштвено пожељан, да у свој вредносни систем укључи све припаднике друштва, без обзира на то да ли они макар и делимично могу учествовати у ритму који тај систем намеће. У флуидном модерном друштву сви су потенцијално или стварно истовремено и потрошачи и објекти потрошње.

Флуидно друштво, за разлику од претходних историјских епоха које су истицале апстрактне вредности колективитета и савеза између Бога и људи, као своју врховну вредност истиче индивидуализам. Он је заправо само последица растакања друштвених целина. За разлику од епохе „чврсте модерне“, која се градила на темељном односу спрам лепоте, чистоће и реда, како би то Фројд рекао, Бауман додаје да је ова усмереност ка производњи реда довела до присиле чија је последица ограничавање индивидуалне слободе (Танјić, 2004: 245). Наше време је време дерегулације повезане са принципом уживања и индивидуалне слободе. Бауман указује на бројне парадоксе овако структурисаног вредносног система. Индивидуализам као појам у почецима свог коришћења није истицао квалитет посебности већ недељивости и означавао је пуку чињеницу да анализа људског друштва у уже конститутивне делове може ићи само до једног људског бића. Произлази да је појам индивидуалности какав данас познајемо тек накнадно изведен и супротстављен овом основном значењу. Додатни проблем у дефинисању и практиковању индивидуалности, потцртан као суштинска особеност флуидног друштва, јесте масовно изражавање индивидуалности. Питамо се, ако су сви индивидуалци у чему се онда састоји особени квалитет индивидуализма и на који начин се манифестује жељена посебност? Бауман проблем маестрално илуструје на примеру комичног филма Летећег циркуса Монтија Пајтона (MontyPython's Flying Circus) са снажним елементима ироније. У филму главни јунак бива проглашен месијом и праћен хордом следбеника не успева им послати поруку да би свако од њих требало да гради свој животни пут, да су они индивидуалци.<sup>5</sup> Они у хору понављају његове речи пасивно реципирајући садржај поруке. Врхунац апсурда изражава један тихи глас који се супротставља прокламованом индивидуализму, тврдећи да он и није индивидуа, што наилази на протест осталих следбеника, али и на њихову немоћ да са сигурношћу утврде о коме је реч. Једноставно, разлика међу њима није ни било.<sup>6</sup> Такво је, сматра он, и флуидно модерно друштво. Њега не интересује само онтологија индивидуалности, већ недвосмислено упућује на проблем друштвене праксе изазван створеном индустријом индивидуалности. Њен успон елиминише питања колектива и колективних циљева и могућности њихових постигнућа. У том смислу ови циљеви могу постојати само као утопијски пројекти. Главне борбе се воде за опстанак појединаца.

Вредносни систем индивидуализма је заправо друштвени образац који, нити се истински препоручује нити га објективно могу следити сви друштвени слојеви. Перманентна и свеобухватна физичка и социјална покретљивост као слика и прилика флуидног друштва у својој суштини производи диспаратне социјалне разлике. Кључни појам Бауманове теорије флуидне модерности је појам *екстратериторијалности*. Он осликава свеукупност садржаја присутних у овом типу друштва. Разликује две класе екстратериторијалности. Прву

---

<sup>5</sup> Реч је о филму *Брајаново живљење* (MontyPython's Life of Brian, 1979).

<sup>6</sup> Још један састав британске супкултуре, новоталасни бенд из Бирмингема *Au Pairs* у рефрену своје нумере "Obvious" са албума *Playing with a Different Sex*. Human Records (1981), скреће пажњу на исти друштвени проблем стиховима рефрена: „You equal but different, it's obvious“!

класу репрезентују тзв. *нове глобалне екстратериторијалне елите*. Њих чине изузетно богате групе власника капитала и менаџера који не маре за физички простор. Идентитет им је променљив и фундиран од мноштва делића, који се изнова лако може трансформисати, тзв. „хибридни идентитет“. „Док је проблем модерног друштва био у томе како идентитете учврстити и фиксирати, проблем идентитета у постмодерном друштву или друштву касне модерне постаје питање како идентитете ослободити традиције и учинити их отвореним“ (Јовановић/Божиловић, 2012: 89). Либерализација, дерегулација, територијалне даљине, тј. свет без граница чине аксиолошку равн ове друштвене групе. Њихова моћ је концентрисана управо у могућности демонстрације непрекидне, пре свега, територијалне покретљивости. Ову привилегију, и све садржинске елементе које она подразумева и који се уз њу везују: енормно богатство, могућности утицаја на крупне финансијске токове, стално мењање места пребивалишта и сл., не деле сви припадници флуидног модерног друштва. На супротној страни друштвене структуре налази се она класа која је такође упућена на сталну промену места, али за разлику од претходне, њихова екстратериторијалност је принудна. У супротности са начином живота глобалне екстратериторијалне елите, покретљивост ове класе је израз сиромаштва, неслободе, предрасуда и фрустрација окружења. Овде спадају избеглице, странци, бескућници, као и припадници нове класе – прекаријата итд. И други теоријски приступи полазе од тога да савремени капитализам ствара све веће неједнакости. Неки од њих држе да државе постају све слабије и то не услед тријумфа либералне идеологије. Напротив, оне слабе због тога што је либерализам постао слаб. До почетка 80-их година прошлог века, то је била доминантна политичка идеологија, која је од тада нагло почела да слаби. Такав глобални либерализам понудио је реформе и побољшања уз сужавање друштвене поларизације светског система капитализма (Волерстин, 2000: 43). Према овом становишту од 80-их година XX века не само да се о томе не може говорити пре би се могло рећи да се та поларизација увећава и продужава. Према Бауману, за разлику од екстратериторијалне елите, они који принудно мењају место нису нигде добродошли, а често су мета предрасуда и прогона. Индивидуализам као поглед на свет би им у том смислу могао бити потпуно страни животи стил. „Да морају појмити шта означава тај бизарни термин 'индивидуалност' тешко да би могли повезати са било чим из свог животног искуства осим са агонијом усамљености, бескућништвом, непријатељством суседа, нестанком пријатеља којима се могло веровати и на чију се помоћ могло рачунати, и прогнанством са места којима други људи могу слободно да се крећу“ (Бауман, 2009: 33). Између ове две класе екстратериторијалности налази се велики број оних „заглављених“ у месту, чији положај непрестано осцилира између ове две крајности социјалне структуре.

Конзумеризам као кључна активност намењена је свима који се налазе у потрази за индивидуалним идентитетом. Тај „конзумеристички индивидуализам“ је калуп за масу припадника флуидног модерног друштва без стварног идентитета. Ово је тема коју на одређени начин проблематизују и други аутори, полазећи од тезе о својеврсном фетишизму појма. „Идентитет“, тврдимо

ми, лако може да значи сувише много (кад се схвати у свом јаком значењу), сувише мало (кад се схвати у свом слабом значењу) или да не значи ништа (услед своје двосмислености))“ (Брубејкер/Купер, 2003: 405). Или, како каже Бауман, „могло је бити лако (иако не угодно, а још мање безбедно) изражавати своју јединственост у друштву чврстих образаца и монотоних рутина, али то не може бити лако у друштву које обавезује све и сваког свог припадника да буду јединствени“ (Бауман, 2009: 34-35). За припаднике глобалне елите идентитет је предмет игре као уосталом и све друге предузете активности и замисли. С друге стране, принудна екстратериторијалност и класа која јој припада, на идентитет, посебно индивидуални идентитет, гледа као на луксуз јер је у највећој мери обузета питањем личне и колективне егзистенције.

Овај тип друштва преко својих бројних механизма континуирано подстиче потрошачке потребе. Чињеница да је задовољење потреба циљ потрошачких активности још увек не значи да се ове потребе *de facto* задовољавају. Ствар је управо супротна. Потрошачко модерно друштво свакодневно подстиче потрошачке активности, али не и задовољење ових потреба и окончања потрошачке активности. Није циљ овог типа друштва задовољење потреба, већ напротив, њихово константно осујећење на основу кога се и подстиче перманентна потрошачка активност. Ово се такође подстиче и свакодневном производњом нових потрошачких циљева. „Постављање лакших циљева, обезбеђење лаког приступа добрима која постижу те циљеве, као и вера у објективне границе 'истинских' и 'реалних' жеља – потрошачком друштву, потрошачкој индустрији и потрошачком тржишту звучало би као гробна звона“ (Бауман, 2009: 99), а затим додаје: „Без стално понављајућег неиспуњавања жеља, потрошачка тражња може брзо пресушити, а економија оријентисана ка потрошњи може остати без горива“ (Бауман, 2009: 101). За Баумана, „потрошачко друштво“ није само збир укупних купо-продајних активности, тј. конкретизација потрошачких навика. Реч је о својеврсној перцепцији свих елемената окружења као потрошачких објеката. Није по среди само физичка активност потрошача, већ животни образац према коме се све може процењивати из потрошачке перспективе. Бауман за објашњење овог феномена користи појам *потрошачки синдром*. Суштинска његова особина је деградација узвишеног и трајног и афирмација материјалног и пролазног. Све области живота, чак и оне које су донедавно уз огромне напоре успевале да остану изван система флуидног потрошачког друштва сада су у њега интегрисане, готово у потпуности се стапајући са њим. Због тога он говори о *потрошачком телу*, као објекту на који су фокусиране одређене прехранбено-дијететске, спортске, козметичко-фармацеутске и друге индустрије оријентисане на физички изглед човека. Детињство је, такође, у Баумановој концепцији виђено као област сталне потрошачке бриге, као својеврсни потрошачки полигон. Стога говори о *потрошачком детињству*, где се најпре проблематизује медијски продукована слика деце као терета и извора трошкова, и то не само у смислу васпитних и економских улога које одрасли преузимају. Медијске и маркетиншке агенције пласирају „лакоћу“ као најважнији животни мото, модел за понашање, по аналогiji са потрошачком активности која не захтева одређени напор. Њихова порука би

могла да гласи да се деца као животни избор не препоручују, јер она успоравају потрошачку активност. Алтернативни начин, тј. начин увођења детињства у област потрошње пронађен је у индустрији разноврсних и све бројнијих производа намењених дејој игри, забави, одевању деце и сл. Флуидност живота у модерном потрошачком друштву, у окружењу сталних безбедносних ризика, економске неизвесности итд., стварају опсесивну и компулзивну потрошњу тј. *потрошачки синдром*.

Друштво о коме говоримо у овом раду фаворизује специфичан вид људских веза који је компатибилан типу друштва које се назива флуидним. Ако су у претходним епохама, укључујући овде и доба „чврсте модерности“, трајне везе, лојалност и солидарност представљале легитимацијску потврду ових односа, па и друштва из ког су произашле, онда период флуидне модерности пре свега карактеришу, како их Бауман назива, „цепне везе“. По принципу других активности флуидног друштва „врсте вештина које се стичу су, рецимо, брзо завршавање и започињање од почетка, у којима је према Сирену Киркегору (Kierkegaard), Моцартов (Mozart) Дон Ђовани (DonGiovanni) био архетипски виртуоз“ (Бауман, 2009а: 21). Бауман полази од тога је љубав универзална категорија коју чине спонтаност, страх и радост. Сви ови елементи скупа творе судбину чији је крајњи биланс „пријем слободе у биће: оне слободе која је отелотворена у Другом, у сапутнику у љубави“ (Бауман, 2009а: 23). Потрошачка култура, констатује он, није савезник ничега трајног, па тако ни веза које претендују на дуго трајање. Таква култура у први план избацује брза решења, лакоћу живљења, као и резултате за које се очекује да аутоматски буду достигнути. У психо-антрополошком погледу, Бауман разликује *жудњу* од *љубави*. Жудња једино захтева присуство Другог. „То је примораност да се затвори јаз према другачијем“ (Бауман, 2009а: 25). Она иде за тиме да се оно другачије лиши своје различитости и тиме учини инфериорним. Рекло би се да је ово осећање тло на коме израста потрошачки менталитет, имајући у виду да је жудња, у најмању руку, индиферентна према другом, она одбија јединство и свој објекат у било ком моменту може отпремити на отпад. Чим се оконча процес потрошње објекат се може заменити другим. Љубав је с друге стране, оно осећање које гаји и подстиче очување и добробит објекта љубави. Љубав је она област у којој се различитости спајају и несебично међусобно дају. Љубав је „надмоћ кроз предају; жртвовање које се враћа као величање“ (Бауман, 2009а: 25-26).

На општем нивоу анализе, појам *жудње* представља еквивалент *потрошачком синдрому*, али, *жеља* је онај емпиријски појединачни чинилац на који тржиште увек рачуна. Потрошачки синдром је код Баумана виђен као израз брзине, прекомерности и расипања у области материјалног света. У том смислу, он своју дискусију ситуира у простор између појединачне и колективне судбине, при чему се у разматрање не узимају колективни учинци глобализације (Вити, 2012: 113). Жеља се у флуидном потрошачком друштву истиче по краткоћи свог трајања. За разлику од жеље, и жудња и љубав имају дужи „животни век“. С обзиром на чињеницу да су савремене љубавне и брачне везе међу партнерима све краћег трајања и у времену у коме се тржишно оцењују и

оријентишу скоро све човекове активности, специјализоване агенције за решавање спорова својим клијентима нуде тек нека од устаљених тржишних принципа, по моделу „љубав је као и све друго инвестиција“. Таква економистичка и слична гледишта су неодржива, сматра Бауман, чак се и метафоре тог типа чине крајње непримереним. „Да ли би вам икад пало на памет да се закунете на лојалност акцијама које сте тек купили од брокера?“ – пита се подсмешљиво Бауман (Бауман, 2009а: 30).

Флуидна модерност од међуљудских и љубавних веза очекује трезвеност и константно калкулисање. Оне, хтели – не хтели, имитирају след економских принципа. „Што је мањи улог у кредиту, осећаћете се мање несигурно када будете изложени колебању тржишта некретнина; што мање инвестирате у везу, осећаћете се мање несигурно када будете изложени колебању ваших будућих веза.“ (Бауман, 2009а: 38). Модалитет „цепних веза“ који постаје све учесталији и који до пароксизма доводи свој рудиментарни облик је вид виртуелних веза. Оне осим калкулатнтско-тржишног, у игру уводе и нови начин комуникације који се огледа у јачању психичке и све већем одсуству физичке везаности.<sup>7</sup>

## Култура у флуидном модерном друштву

Наводећи да термин култура настаје релативно касно у људској историји (тек крајем XVIII века), Бауман започиње своју анализу области културе у модерном флуидном друштву. Култура има двојако значење. Овим појмом се најпре указује на сврсисходну активност човека, али се њиме означава и управљање људском мишљу и понашањем. Из овога природно произилази сличност појма културе са једним другим појмом који је ушао у употребу стотинак година раније и који такође упућује на управљање људским понашањем – појам менаџмента. Бауман управо сугерише извесне сличности ових појмова, као и њихову међусобну испреплетеност у културној пракси флуидног модерног друштва. Појам *managing* „према речнику *OxfordEnglishDictionary*, значи ставити (особу, животињу итд.) под своју контролу, ’руковати нечим’, ’успети у постизању нечег““. Овај се појам такође појавио и сто година пре појма *management*, чији се основни смисао односи на постизање неког циља упркос тешкоћама, тј. појам управљања задобија значење „урадити ствари на начин на који људи то сами не би урадили без надзора“ (Бауман, 2009а: 68). Ово значење је постало синоним за могућности манипулисања догађајима, могућност да се жељени догађаји учине вероватнијим. Бауман закључује на крају да управљање има смисао ограничавања слободе објекта управљања. Тврди да овако замишљена култура није производ накнадних тумачења и додавања

---

<sup>7</sup> Подсетимо да су на проблем посредујућих (уметнутих) објеката у међуљудској комуникацији указивали још теоретичари кича, Абрахам Мол, у чувеној књизи *Кич: уметност среће* (1973), затим, теоретичари постмодерне попут Жана Бодријара у делу *Симулакруми и симулација* (1991). Овде аутор наглашава да се симулација тј. медији као њен творац и креатор паралелне стварности умеће у међуљудске односе, разграђујући стварни свет итд.

значањских кодова основном смислу појма, већ он настаје заједно са зачетком појма људске културе. Ослањајући се на Адорна (Adorno), Бауман је мишљења да је без обзира на сличности појмова менаџмента и културе, међу менаџерима и креаторима културе постојао однос нетрпељивости, те да то заправо изгледа као прилично добра околност ако се пође од претпоставке коју афирмише Адорно, а по којој би култура доживела потпуни пораз и слом ако би неки аспект културе успоставио однос доминације и маргинализовао друге. Идеално стање културе, по овом схватању, јесте стање *равнотеже културних антагонизама*. Ипак тенденција која је видљива у садржајима историјских токова јесте „трансформација идеја у доминацију“ (Бауман, 2009а: 70). Испоставља се да култура не може без менаџмента, који јој омогућује општу организацију стваралаштва, у првом реду обезбеђење средстава за продукцију и саму продукцију, простора, али, с друге стране, она не жели менаџерску рационалност која ограничава слободу креативног поступка и тера културу у ограде рутинског стварања. Оно што суштински разликује културу од других видова деловања је то што она, према Бауману, циља на оно што се дешава „изнад главе“, на оно што не долази у блиски додир са „реалношћу“. Култура се не бави стварима који су предмет дневних планова. Есенцијална оријентисаност ка откривању универзалија човековог света сагласна је њеној тежњи ка трансцендирању пуне догађајности. Баш то јесте кључна тачка спора између културе и менаџмента. Менаџмент је заинтересован за усмеравање акције и организације искључиво у равни свакидашњице. Ово је место на коме се култура супротставља и конзумеризму, чак и када је (конзумеризам) имплицитно или експлицитно заинтересован за садржаје културе. „Објекат припада култури у оној мери у којој надживи било какву употребну сврху која је могла бити присутна у тренутку његовог стварања“ (Бауман, 2009а: 70). Бауман тако заступа став да су интуиција, ирационалност, осећаји повезани са надахнућем, суштинска својства културних пракси. Стога се он и супротставља старијим антрополошким и социолошким становиштима која културу виде пре свега као област рационалног деловања, која има функцију да репродукује друштвену стварност. Култура се код њих види као слушкиња друштвене структуре и има задатак очување система у непромењеном облику. Бауман тако обелодањује неупотребљивост Парсонсовог (Parsons) схватања културе унутар савремених друштвених процеса, дајући предност рефлексивним, постмодернистичким гледиштима. Дакле, није у питању разматрање бића културе, питање чијег се решавања Бауман латио на другом месту<sup>8</sup>, нити је у питању елаборација особености разних манифестација, порекла и дефиниција појма културе, посао кога се прихватио Гарсија Канклин (GarciaCanclini), када говори о пореклу појма крајем XIX и почетком XX века<sup>9</sup>. Према његовом ставу појам улази најпре у колуквијалну употребу уз подршку немачког идеализма Спенсера (Spencer), Винделбанда (Wintelband) и Рикерта (Rickert), како би се оштро дистин-

<sup>8</sup> Види: *Култура и друштво* (1984). Београд: Просвета

<sup>9</sup> Види: Nestor Garcia Canclini “Narratives on Culture: From Socio-semiotics to globalization” in *Redefining culture: Perspectives Across the Discipline* (2006). Baldwin/Faulkner/Hecht/Lindsay. Mahwah/New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishing. p. 117-127.

гвирао од појма цивилизације. Ово се, као што је познато, снажно рефлектовало на бројне културолошке теорије XX века. Бауманова намера састоји се у томе да се култура смести у оквире флуидног модерног друштва, да се оцене њени домети и сагледа њен однос према владајућим менаџерским структурама.

За разлику од функционалистичких тумачења према којем се трансгресија узима као сигнал „некултурног“ понашања, неолибералне стратегије не приступају даноноћном полицијском надзору, већ умећима „односа са јавношћу“. Систем регулације се показао неефикасним. На његово место дошла је доминација „путем дифузне, нефокусиране неизвесности и непрестаног насумичног нарушавања рутине“ (Бауман, 2009а: 73). Уочљиво је да сада нови поредак руши старе концепте, па и саму културу, чија се основа, ирационалност и „креативна хаотичност“ сада присилно доводи у питање. Додајмо да би то била једна важна дистинкција: неолиберално тржиште и флуидно модерно друштво које надвладава културне институције у себи не поседује одређену културну (естетичку, етичку или митско-религијску) супстанцу, већ производи последице са практичним учинком у свакодневном животу. С друге стране, есенцијално својство културе везује се за оно што превазилази практично и тривијално. Сврха њеног деловања креће се од практичног ка фикционалном и романтичном, а не обрнуто, а последице које изазива су развој креативног и маштовитог, рађање пројеката и концепата хуманог карактера. Култура се не мери квантитативним показатељима. Аксиологија културне производње увелико надилази бројчане изразе и инкомпатибилна је с њима. Овоме додајемо и питање улоге интелектуалаца у друштву супремације флуидног типа модерности. У флуидној модерности укида се опозиција између аполитичне науке и компромитујућег ангажмана. Приватни проблеми растежући своје важење широм друштвеног простора минимизирају значај јавне сфере. Баш зато се Бауман, супротно Хабермасу, залаже за што снажнији јавни ангажман и инсистира на општим интересима. На тај начин практично негира могућност „колонизирања приватне сфере.“<sup>10</sup>

Ако се зна да флуидно модерно друштво као своје описне особине има непрекидност, ток, бесконачност, потрошњу, еластичност, онда се поставља питање какав је статус културе у друштву које фаворизује непрекидну смену трендова, навика, облика понашања, речју, непрекидну потрошњу свега, па и објеката културе? На ово питање, према Бауману, нема лаког и експлицитног одговора али описујући садашњу ситуацију наслућују се извесне тенденције. „Потчинити културну креативност критеријумима потрошачког тржишта значи захтевати од културних креација да прихвате предуслов свих досадашњих истинских потрошачких производа: да се легитимишу у складу са тржишном вредношћу (и, наравно, њиховом тренутном тржишном вредношћу) или да нестану (Бауман, 2009а: 75-76).

Изгледа да је читав свет па и културно стваралаштво преплавио процес брендирања производа. Ово сада значи да иза производа стоји велика и финан-

---

<sup>10</sup> Види: Sorić, M. (2012) „Zigmunt Bauman: Tekuća modernost“. *Revija za sociologiju*, 42. 1. str. 104-108.

сијски успешна компанија. Брендирању доприноси и присуство познатих личности на пријемима и рекламним кампањама. Ове личности напрасно постају славне, а на исти такав начин падају у заборав, док на њихово место долазе друге „познате личности“ које чека иста судбина. Оне се налазе у центру пажње медијских догађаја. Функција јавних догађаја којима уз обилато медијско посредовање, присуствују познате личности је да својим реципијентима пружи салве уживања, дивљења и усвајања тог животног стила, макар и у области имагинације. Бауман сматра да је индустрија познатих личности веома добро прилагођена данас владајућем облику живота „флуидне модерности“.

Ипак, познате личности су производ савременог масовног друштва, а не универзална културна појава. Стога, Бауман наглашава да се до познате личности у културној историји дошло у кратком временском периоду савременог друштва. У пређашњим историјским епохама пажњу целокупног друштва имали су људи који су репрезентовали потпуно другачије скупине, чије су се вредности супротстављале вредностима данашњих познатих личности и чији су друштвени циљеви били другачије постављени. Реч је о друштвеним типовима *мученика* и *хероја*.

Почевши од ироничног питања: ко би данас дао живот за политичаре као што су Тони Блер (Blair), Герхард Шредер (Schröder) или Силвио Берлускони (Berlusconi)?, Бауман не само да сугерише неизбежне манифестације естетизације политике у медијским садржајима, већ и упућује на разумевање политичке одговорности и стварног утицаја политичара на шире друштвене токове у условима флуидне модерности. Контекст у коме се политичари појављују у медијском простору сугерише да се на њих данас може гледати као на „познате личности“. Из друштва флуидне модерности истиснута је пракса жртвовања тако карактеристична за архаична друштва. Начин на који Бауман анализира типове жртвовања за општи интерес сличан је општим поставкама феноменолошке анализе Алфреда Шица (Shütz).

Древне културе су част указивале оним људима који су као свој животни задатак видели спасење душе и очување заједнице. Један од облика жртвовања за добробит заједнице било је *мучеништво*. „Рене Жирар (Girard) је недавно указао на то да је идеју мучеништва увела тек *Библија* и да је оно пустило чврсте корене у нашој култури путем јеванђеља. Све у свему, мучеништво у људској историји ограничено на поставрамовске религије“ (Бауман, 2009а: 54). Мучеништво заправо представља културолошки преокрет. Уместо жртвовања члана заједнице или још чешће туђина или становника пограничног подручја који због своје „недефинисаности“ улива додатни страх, мучеништво афирмише саможртвовање. На тај начин се одбацује митологија „првобитног убиства“. Жртвовање и освета постају нешто одвратно у поимању монотеистичких религија. За њих је оно представљало „чин гнусног зверства“. За разлику од паганских култура, сада се на гомилу која линчује и аплаудира убијању гледа са прекором и негодовањем. С друге стране, онај ко себе жртвује зарад заједнице ужива част и поштовање, а гомила се осуђује због своје склоности ка прогањању невиних жртава. Парадигматски израз саможртвовања био би Христово распеће. Оно представља начин да се покаже да „сила *није* у праву“ или

да сила не гарантује исправност“. Символички смисао мучеништва је у инсистирању на универзалним истинама, она је израз „сведочења да постоје истине које не могу бити угашене буком без обзира на број гласова који их стварају (Бауман, 2009а: 55). Практични смисао мучеништва огледа се у потврђивању моралне исправности и тежње ка спасењу душе. Мучеништво не познаје калкулантски начин размишљања и то га одваја од свих друштвених типова о којима овде говоримо.

Хероји, иначе присутни као друштвени тип у свим историјским епохама, иако слични мученицима, своје постојање такође дугују идеалу спасења заједнице, али на различит начин од мученика. Док у овом свету мученик не захтева никакво признање, почаст или материјалну награду, херој жели да се његова жртва исплати. Он се, као и мученик бори за спасење заједнице, али пре свега жели да се његова борба материјализује. У том смислу он заступа калкулантски поглед на свет. Он тежи томе да прорачуна шта губи а шта добија улажући себе у борбу за неку ствар. За њега, „не постоји, нити може постојати ствар као што је 'бескорисно мучеништво'. Док смисао мучеништва није у зависности од тога шта се касније дешава у свету, смисао херојства јесте“ (Бауман, 2009а: 56-57). Модерни хероји, настају уочи доба формирања нација представљајући током већег дела модерне историје фактор изградње и одржања национално-патриотских осећања. Држава је своју снагу црпела из културолошког феномена херојства, људи спремних да се жртвују за интересе нације/државе. Таква држава могла је својим грађанима да гарантује безбедност. Савремена држава више нема потпуну контролу над главним друштвеним токовима, привредом, безбедношћу, културом. Стога она више и не може гарантовати трајну безбедност. У културолошком погледу, губи се парадигма херојског дела коју сада замењују други облици друштвено пожељног деловања. И мучеништво и херојство припадају идеалистичко-романтичарским друштвеним представама, које обавезно у обзир узимају идеале дугорочног и заједнице. Флуидно модерно друштво, немајући потребе за културом херојског дела, са својим потрошачким, краткорочним и прагматично-интересним приступом стварности свакодневно деградира узвишеност којој је такво дело инклинирало. Смисао мучеништва и херојства не произилази само из величине и хуманог карактера њихових дела, већ он настаје као последица доминантних традиционалних образаца културе. Спонтана поузданост традиционалних заједница омогућавала је стабилност друштвених норми и то на основу сродства, локалних заједница, религије и традиције као такве (Гиденс, 1998: 102-104). Овај нормативни поредак фиксирао је вредности тако да је свако могао имати поуздане смернице и смисао деловања, што се, свакако, односи и на мученике и хероје. Данас не можемо говорити о мученицима и херојима у изворном смислу речи. На њихово место долазе мутирани и извитоперени облици, какви се појављују унутар терористичких група. Појединци унутар њих су често индиспониране личности. „Такви људи су гипки материјал у рукама подмуклих и лукавих, безобзирних и бездушних манипулатора“ (Бауман, 2009а: 61). Између мученика и хероја с једне, и терориста с друге стране, постоји још једна значајна и непремостива разлика, разлика која не допушта да се други тип све-

де на први: мученици и хероји су тежили саможртвовању за заједницу али искључујући могућност да због њихове жртве пати заједница. Њихово дело је управо тежња, намера и порука заједници да се интегрише. С друге стране, жртва терориста је таква да она доводи до застрашивања и патње других, разарајући тако основне принципе на којима се заједница интегрише.

## Закључна разматрања

Средства масовног комуницирања битно утичу на формирање животних концепата појединаца и скупина. Масовни медији се у сваременом друштву појављују не само као извор и посредник у јавном информисању, већ и као интерпретатори стварности, па стварност која се збива остаје ван нашег домања и не можемо је другачије докучити него путем медија. По Бауману, то је култура борбе за опстанак, чији су најеклакантнији пример ријалити програми. Они су, не само лепак за широке масе када је у питању гледаност, већ и лансирани културни модели, који одашиљу поруке о друштвено важећим облицима понашања. По њему једна од главних одлика такве врсте програма јесте емитовање поруке о заменљивости људи. У таквој култури мученици и хероји немају гарантовано место међу вредносним оријентацијама флуидног модерног друштва. Они су заступници трајних друштвених вредности уз исказано начело да је за благостање појединца или заједнице потребно поднети жртву и да је пут до тог благостања тежак и неизван. Основни циљ његовог деловања је достизање одређених идеала. Насупрот томе, конзумент као типичан израз културе флуидног модерног друштва нема значајније изграђен вредносни систем или формирану идеологију за коју би био спреман поднети жртву. Мера и циљ његових активности је уживање у краткотрајним, тривијалним културним садржајима мереним искључиво параметрима материјалног света. Чини се да конзументу модерног друштва, схваћеног у његовом личном односу спрам утицаја културе којима је изложен, мучеништво и херојство изгледају као ирационална стања и крајње непотребна дела, која се граниче са лудошћу. Укључивши у анализу и познате личности, можемо рећи да је слава мученика и хероја произилазила из огромног друштвеног значаја њихових речи и дела које стоје зацементиране у историјском памћењу. С друге стране, слава познатих личности је такође огромна, али краткотрајна и пролазна, а коју нису стекле на основу учињених подвига, већ само на основу сталне медијске присутности. Будући да је медијска култура данас доминантан тип културе, познате личности су предмет разговора широких маса. У том смислу они, попут мученика и хероја имају функцију „интегративног лепка“ друштвених заједница нашег доба. Међутим за разлику од заједница старих култура које су имале више интегративних механизма, укључујући и мучеништво и херојство, и које су биле истински интегрисане до једнодушности, познате личности своју (краткотрајну) славу дугују развоју савремених технологија. Она је више виртуелна него стварна. Флуидно модерно друштво се у битном може сагледавати управо на основу феномена познате личности.

Површност, флуидност, фрагментарност и краткотрајност као вредности потрошачког друштва нашег доба, на које се Бауман у својим делима стално враћа, понавља и упозорава, виђени су и као мотиви неисписаних иронијских коментара у делима савремене уметности. Тако, на пример, Маноло Валдез (Valdés) слика или, боље речено, саставља лица. Свако платно је доказ да је аутор покушао да започне дело, да доврши круг тј. да доврши портрет. Додајмо као потврду тези да савремена уметност деконструира одсуство смисла у модерном потрошачком друштву и дело *Живот: унутрство за употребу* аутора Жоржа Перека (Перес). Перек савремено друштво на примеру једног од главних јунака књиге, види као недовршену слагалицу. То је управо и основни „смисао“ флуидног модерног друштва о коме говори и на које нас стално упозорава Бауман. Као заљубљеник у књижевност истицао је подударност циљева социологије и литературе, а међу књигама изузетне уметничке вредности издваја дела већ поменутог Перека, затим, Кундере, Борхеса, Балзака и Бекета.<sup>11</sup>

## Литература:

1. Bauman, Zygmunt (2009a): *Fluidna ljubav*, Novi Sad: Mediterran publishing
2. Bauman, Zygmunt (2009): *Fluidni život*, Novi Sad: Meiterran publishing
3. Bauman, Zygmunt (2011): *Tekuća modernost*, Zagreb: Pelago
4. Biti, Ozren (2012): „Potraga za odgovorom na nedefinisano pitanje: Zigmunt Bauman i sociologija protošne potrošnje“. *Filozofska istraživanja* 125. 32/1. str. 109-119.
5. Bodrijar Žan (1991): *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad: Svetovi
6. Brubejker, Rodžers./Kuper, Frederik (2003): „S onu stranu identiteta“, *Reč* 69/15 str. 405-451.
7. Canclini, Nestor Garcia. (2006): „Narratives on Culture: From Socio-semiotics to globalization“ in *Redefining culture: Perspectives Accross the Discipline*. Baldwin/Faulkner/Hecht/Lindsley. Mahwah/New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates, publishing, p. 117-127.
8. Duka, Iris (2010): „Zygmunt Bauman: Postmoderna etika“, *Politička misao* 47/1, str. 238-241.
9. Elijade, Mirča (1980): *Sveto i profano*, Vrnjačka Banja: Zamak kulture.
10. Elijade, Mirča (2006): *Simbolizam, sveto i umetnosti*. Kruševac: Gutembergova galaksija.
11. Gidens, Entoni (1998): *Posledice modernosti*, Beograd: Filip Višnjić.
12. Jacobsen, Hviid.Michael/Tester, Keith (2013): *What Use Sociology? Conversation with Michael Hviid Jacobsen and Keith Tester*, Cambridge: Polity.
13. Jovanović, Miloš/Božilović, Jelena (2012): „Političko je lično: O konceptu intimnog građanstva“ u *Modernizacija, kulturni identiteti i prikazivanje raznolikosti*, prir. Božilović N./Petković J. Niš: Filozofski fakultet u Nišu, str. 85-100.
14. Katunarić, Vjeran (2000): „Kastelsova panorama nove društvene epohe“ u *Kastels Manuel: Uspon umreženog društva*, Zagreb: Golden marketing.

---

<sup>11</sup> Поред дела *What Use Sociology? Conversation with Michael Hiid Jacobsen and Keith Tester*. (2013). Jacobsen, H.M./Tester, K., Cambridge: Polity., читалац може пронаћи и занимљив приказ ове књиге који је доступан на интернет адреси <http://blogs.lse.ac.uk/lserewiewofbooks/2014/05/26/book-review-what-use-is-sociology-zygmunt-bauman/>

15. Mol Abraham (1973): *Kič: umetnost sreće*. Niš: Gradina.
16. Ricer, Džordž (2009): *Savremena sociološka teorija i njeni klasični koreni*. Beograd: Službeni glasnik.
17. Sorić, Matko (2012): „Zygmunt Bauman: Tekuća modernost“ prikaz, *Revija za sociologiju*, 42/1, str. 101-114.
18. Tanjić, Željko (2004): „Kako oblikovati današnje društvo? Promišljanje Zygmunta Baumana kao pitanje i izazov“, *Nova prisutnost* //(2), str. 243-260.
19. Volerstin, Imanuel (2000): *Utopistika ili Istorijski izbori dvadeset prvog veka*. Beograd: Republika.
20. [https://en.wikipedia.org/wiki/Zygmunt\\_Bauman](https://en.wikipedia.org/wiki/Zygmunt_Bauman)
21. <http://blogs.lse.ac.uk/lsereviewofbooks/2014/05/26/book-review-what-use-is-sociology-zygmunt-bauman/>

## POSITIONING OF CULTURE UNDER ZYGMUNT BAUMAN THEORY OF LIQUID MODERNITY

**Summary:** The paper is an attempt to work through the analysis Bauman achieved two research objectives. The first is analysis and theoretical reflection of Bauman theory of liquid modernity, paying attention to the basic concepts on which it is based. The second goal is to position the field of culture in this theoretical concept, understanding of contemporary its characteristics, as well as comparison of the generality of the expressive forms according to the types of historical culture on the preceding embodiments, such as traditional culture, and culture of „solid modernity“.

**Key words:** Zygmunt Bauman, „solid modernity“, „liquid modernity“, culture, culture of consumption



**БИЉАНА РАТКОВИЋ ЊЕГОВАН\***

Факултет техничких наука

Нови Сад

**ГОРАН ДАШИЋ\*\***

Висока школа модерног бизниса

Београд

УДК 316.7:316.74

Прегледни рад

Примљен: 01.09.2018

Одобрен: 01.10.2018

Страна: 135-144

## МУЗЕЈИ И КУЛТУРНЕ И КРЕАТИВНЕ ИНДУСТРИЈЕ

**Сажетак:** У раду се разматра питање повезаности креативног и културног сектора с различитим музејским активностима. Савремени музеји већ увелико проширују своју делатност, постајући праве институције друштвеног простора. Њихова оријентација се више не своди само на прикупљање, обраду, чување и излагање баштине, већ и на образовне програме намењене различитим циљним групама, као и на сложене креативне пројекте. Интензивирање профила музеја у контексту културних и креативних индустрија претпоставља њихову континуирану сарадњу с креативним сектором. Истраживање обављено међу запосленима у музејима града Новог Сада потврдило је наведену тврдњу.

**Кључне речи:** музеји, културне и креативне индустрије, синергија, Нови Сад

### Увод

Сектор креативних и културних индустрија је од све веће социјалне и економске важности. Осим традиционалних производних фактора – земље, рада и капитала, креативност је четврти и најважнији ресурс за развој реалне креативне економије, а тиме и отвореног креативног друштва.

*Creative Industries Mapping Document*<sup>1</sup>It makes links between the creative industries sectors and traditional fields such as arts and crafts.Културне индустрије стварају производе и комерцијализују нематеријалне садржаје културне природе. Ти садржаји у виду производа или услуга, обично су заштићени правима интелектуалне својине. У зависности од контекста – економског или технолошког – културне индустрије се називају и „креативним индустријама”, „индустријама будућности” или „индустријама садржаја”. Обухватају издавачку делатност и мултимедију, аудиовизуелне делатности, музичку и кинематограф-

\* njegovan@uns.ac.rs

\*\* goran.dasic@mbs.edu.rs

<sup>1</sup> UNESCO (1994–2003) дефинише културне и креативне индустрије као „секторе организоване делатности чија је главна сврха производња или репродукција, промоција, дистрибуција и/или комерцијализација роба, услуга и активности културне или уметничке природе”.

ску продукцију, занатско-уметничке делатности и дизајн. У ширем смислу, појам културних индустрија укључује и архитектуру, визуелне и сценске уметности, спорт, производњу музичких инструмената, рекламу и културни туризам. Према *Есенској декларацији* (1999), термин „културне индустрије” односи се на сва независна правна лица (приватни сектор) која делују на пољу културе, уметности и медија, али га је могуће редефинисати и прилагодити потребама локалног развоја. Три стуба креативног сектора чине активности неиндустријског и индустријског типа као и креативно-пословне активности.

Музеји као чувари музејских збирки заштитници су културне баштине, али не и само то. Како наводи Станисављевић (2017: 169), музеји постоје и због публике и мењају се у том правцу. Уз већ развијене образовне програме намењене различитим циљним групама, где је културно наслеђе ресурс за развој образовних програма, подизање профила музеја интензивира се и у контексту креативних индустрија. У том смислу се о музејима може говорити као о контакт зони (Clifford, 1997), тј. о месту које омогућава интерактивност различитих заједница и делатности, као простор транскултуралних сусрета, а не само као институција која посетиоцима нуди знања, углавном о прошлости. Осим тога, разнородност музеја, њихова вишеслојна природа, као и њихово непрестано мењање (Макдоналд [2014: 42], као генералне типове музеја наводи: колонијалне, постколонијалне, модерне, постмодерне, јавне, комерцијалне и др.), неминовно су ове институције бар посредно повезане са сектором креативних индустрија, уз важне импликације на ову сарадњу.

Додуше, у том погледу наилазимо и на снажна опонирања идеји о музејима као делу креативних индустрија, с основном тезом да они нису класични пословни сектор оријентисан на повећање промета или профита. Тачно је да су музеји непрофитне сталне институције у служби друштва и његовог развоја, који прикупљају, чувају, истражују и излажу опипљива и нематеријална добра, као доказе о човеку и његовом окружењу. Ипак, и ако се прихвати наведено опонентно становиште, нужно је истаћи да музеји пружају значајан допринос економском развоју креативног сектора, јер захваљујући својим доступним музеалским ресурсима (музеалијама) инспиришу креативне стручњаке на развој различитих производа у области креативних индустрија, које обухватају моду, дизајн, сувенире, забаву и др.

## Улога и значај креативних индустрија

На први поглед, слобода креативног изражавања с једне стране и строги закона тржишта, немилосрдна конкурентска борба и профит као императив с друге стране, представљају немогући спој. За већину је то комерцијализација културе у сврху стварања економске добити. Термин *културна индустрија* датира из послератне критичке теорије друштва Теодора Адорна и Макса Хоркхајмера и била је коришћена као критика масовне и стандардизоване културне продукције (Кисић, 2011:200). Израз *креативне индустрије* настао је у другој половини последње деценије двадесетог века и први пут је поменут на националном нивоу од стране владе Велике Британије (BOP Consulting, 2010).

Циљ самог концепта био је да укаже на позитивне утицаје које овај концепт може да има како на културу, тако и на економски развој националних привреда. У томе се и успело, јер су термини *креативна* и/или *културна индустрија* у потпуности изгубили негативно значење.

Креативне индустрије су и интензивно знање, односно запослени са великим креативним потенцијалом, што је случај са позоришном или филмском продукцијом.

Запослени у креативним индустријама чине између два и осам процената од укупног броја запослених у различитим привредним гранама (UNCTAD, 2008). Данас сектор културних и креативних индустрија спада у услужну економију као пример економије које се базира на знању. (Metcalfе, Potts, 2008).

У погледу обухвата креативних индустрија разликујемо следеће моделе: (UNESCO & UNDP, 2013)

- ДЦМС модел (DCMS) – базира се на делатностима које захтевају креативност, вештине и таленат, а имају потенцијал за раст, развој и стварање нових радних места (DCMS, 2001);
- модел симболичког текста – представља модел приступа културним индустријама заснован на индустријској производњи и дисеминацији симболичког текста (Hesmondhalgh, 2002);
- модел концентричних кругова полази од претпоставке да креативне идеје настају у језгру креативних уметности у облику текста, слике или звука, затим се шире и удаљавају од језгра у форми концентричних кругова. Ширењем концентричних кругова, односно удаљавањем од језгра однос културног опада, док се удео комерцијалног пропорционално повећава (Throsby, 2001);
- ВИПО модел ауторских права (WIPO) – заснован на индустријама које су, директно или индиректно, укључене у креирање, обраду, производњу, пренос (емитовање) и дистрибуцију ауторских права (WIPO, 2003);
- модел УНЕСКО Института за статистику. ослања се на међународну трговину културним производима и услугама (UNESCO, 2005);
- модел *Американци за уметност* (*Americans for the Arts model*) – базира се на предузећима која су укључена у производњу или дистрибуцију уметности (*Americans for the Arts*, 2005).

Општој теорији о креативним индустријама и креативној економији Флорида (Florida, 2002) даје нову димензију, залажући се за друштвену промоцију тзв. креативне класе. У својој *3Т* теорији економског раста, он оптимистички развија идеју о колективном идентитету креативне класе, по којој на развој креативних и културних индустрија пресудан утицај имају три фактора: мобилизација и привлачење креативне класе (талената), као и институционални услови који омогућавају њену покретљивост и запошљавање, а то су: отвореност за нове идеје (толеранција) и високе технологије.<sup>2</sup>

Доступни статистички подаци указују на то да културне и креативне индустрије представљају један интегрални и битан елемент глобалне економије.

<sup>2</sup> Креативна класа се налази у различитим подручјима и обухвата не само писце, дизајнере, музичаре, композиторе, већ и математичаре, инжењере, лекаре, стручњаке из области друштвених наука, наставнике, па чак и менаџере и финансијске и комерцијалне експерте (Florida, 2002).

Конкретно, у 2013. години сектор културних и креативних индустрија остварио је 2.250 милијарди долара прихода (3% светског БДП-а) и упошљавао 29,5 милиона људи (*Cultural times*, 2015).

Језгро креативних индустрија у Републици Србији у 2014. години чинила су 10.423 правна ентитета: 4.850 предузећа, 5.046 предузетника и 572 јавних институција и организација. Укупан број запослених у области креативних индустрија 2012. године у Републици Србији био је 79.189, што је било око 4,59% од укупног броја запослених (*Creative Industries Serbia*, 2017).

По истом извештају више од половине привредних предузећа било је из области архитектуре и издаваштва – 52%, и 20% из области индустрије видео и дигиталних медија и индустрије оглашавања. Овај сектор запошљава релативно младу популацију (од 25 до 44 године старости), а они чине више од 67% запослених у сектору креативних индустрија.

Табела 1. *Запосленост по појединим секторима културне индустрије у Републици Србији, 2014. године*

Сектор	Број
Предузетници	5,6%
Образовање	17,6%
Дизајн и креативне услуге	23,2%
Аудиовизуелни и интерактивни медији	20,2%
Књиге и штампани медији	17,5%
Визуелна умертност и рукотворине	5,7%
Перформанси и прославе	4,6%
Културни и природно наслеђе	5,6%

Извор: *Creative Industries Serbia 2017*.

Табела 2. *Процена економског утицаја креативних индустрија у Србији, 2014. (у еврима)*

Економски индикатори	Примарни утицај	Секундарни утицај	Укупни економски утицај креативних индустрија
<b>Директни економски утицај</b>			
Формална запосленост	79.189	73.724	152.913 (8,8%)
Учешће у бруто додатој вредности (по ценама из 2002. године)	2,9%	3,1% – 65%	6% – 9,8%
<b>Индуковани економски утицај</b>			
Приватна потрошња	834 милиона	385 милиона	1.119 милијарди
Јавна потрошња	170 милиона	248 милиона	418 милиона

Извор: *Creative Industries Serbia 2017. (2017)*.

## Музеји и креативне и културне индустрије

Међународни савет музеја (ICOM, 2007) дефинише музеје као непрофитабилне сталне институције у служби друштва и његовог развоја, отворене за јавност, а који стичу материјалне доказе о људима и њиховом окружењу, чувају их, истражују и показују, у сврху проучавања, образовања и уживања. Поред утицаја који имају на културну понуду одређене земље, музеји могу да имају значајну улогу у националним економијама, кроз генерисање бруто домаћег производа (у даљем тексту: БДП), запошљавање и порезе. Прецизно утврђивање економских ефеката које музеји имају на националну економију захтева примену одговарајућих техника економске анализе. Све те технике треба да узму у обзир не само директне ефекте које музеји имају на национални БДП, већ и индиректне ефекте који утичу на БДП. Ти индиректни ефекти преваходно се огледају кроз куповине које музеји обављају кроз различите канале дистрибуције. Осим тога, у ефекте се убраја и потрошња запослених у музејима у њиховим каналима дистрибуције који своје дохотке троше на различите начине. Све наведено се може прецизно квантификовати као допринос БДП-у.

Једна таква анализа спроведена је у Сједињеним Америчким Државама од стране асоцијације музеја. Резултати истраживања за неке могу бити прилично изненађујући, јер се ради о значајним подацима. Укупни допринос музеја БДП-у у Сједињеним Америчким Државама износи 50 милијарди долара, 372.000 радних места и 12 милијарди долара уплаћених у локалне, државне и федералне порезе. Када су у питању запослени, цифра од 372.000 односи се само на запослене у музејима. Према истом истраживању, број запослених се драстично повећава када се узму у обзир и запослени у сродним и повезаним делатностима 354.100, што укупно износи преко 762.200 запослених; (*American Museums as Economic Engines – A National Report*, 2017).

Директни утицај музеја обухвата целокупну новостварену вредност коју овај сектор генерише: запослене у музејима, примања која музеји исплаћују својим запосленима; трошкови њиховог рада и порези које плаћају. Упоредивањем укупног утицаја с директним утицајем установљено је да сваких сто долара додате вредности коју су створили музеји резултира с двесто двадесет долара додате вредности настале у другим секторима америчке економије, а као резултат ланца снабдевања и утицаја потрошачких трошкова. (*American Museums as Economic Engines – A National Report*, 2017).

Осим тога, не смеју се занемарити ни индиректни и индуковани утицаји које музејски сектор има на националне привреде. Индиректни утицај се односи на снабдеваче музејског сектора, а огледа се у њиховом доприносу БДП-у и укупној запослености (на пример, пружаоци услуга обезбеђења, информатичке подршке и правних услуга). Индуковани утицај музејског сектора представља износ који потрошачи потроше било директно у музејима, било у њиховим ланцима снабдевања.

Стање у Републици Србији, када је музејски сектор у питању, одређено је економском ситуацијом у друштву, односно недовољним улагањима у овај

сектор и релативно слабим интересовањем надлежних институција за његово финансирање и развој. Изузеци су тематске изложбе и програми који су одговарајуће маркетиншки пропраћени (на пример, манифестација *Ноћ музеја*, чији је, иначе, организатор, односно власник лиценце, не држава, већ приватно предузеће). Подаци о броју и посећености музеја приказани су у Табели 6.

Табела 3. *Музеји у Србији – број, структура и посећеност, 2016. Година*

	Република Србија					
	Србија север			Србија југ		
	Укупно*	Београдски регион	Војводина	Регион Шумадије и Западне Србије	Регион Јужне и Источне Србије	Регион Косова и Метохије
Укупно музеја	141	47	32	35	27	...
Комплексни	67	10	19	21	17	...
Специјални						
Друштвено-историјски	32	16	1	8	7	...
Економско-технички	8	5	-	1	2	...
Природњачки	4	2	1	1	-	...
Уметнички	30	14	11	4	1	...
Посетиоци, у хиљ.	1956	772	456	429	299	...

\* Народни музеј Врање, Завичајни музеј Прибој и Музеј општине Бачка Топола нису доставили податке.

Извор: Статистички годишњак Републике Србије 2017 на основу података Завода за проучавање културног развика

Један од начина за побољшање стања у музејском сектору, а и у култури уопште, јесте проналажње иновативних решења које ће у потпуност одговорати захтевима и потребама савремених конзумента таквог садржаја. Један од начина јесте и сарадња са сектором креативних и културних индустрија.

## Музејска делатност града Новог Сада

У Аутономној покрајини Војводини активно је тридесет девет музеја, од чега у граду Новом Саду делује десет музеја. Музеји у Новом Саду су следећи: Галерија ликовне уметности: Поклон збирка Рајка Мамузића, Галерија Матице српске, Мануал – музеј заборављених уметности, Музеј Војводине, Музеј града Новог Сада, Музеј нафтне индустрије Србије, Позоришни музеј Војводине, Покрајински завод за заштиту природе, Спомен-збирка Павла Бељанског.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Јеврејски музеј, чије је седиште у Београду, мањи део музејске збирке поседује у оквиру Јеврејске општине у Новом Саду.

У документу Европске комисије Креативна Европа (*Creative Europe. Supporting Europe's cultural and creative sectors, 2014–2020*), подвлачи се напредак и потенцијал музеја у подстицању креативног сектора, чиме се доприноси укупном расту и пословању, односно циљевима стратегије Европа 2020, у смислу креативног коришћења музејских колекција за стварање производа високе додатне вредности. При томе се указује на богате могућности које ће у наредним годинама отворити сарадњу између културних и креативних сектора и наглашава подизање профила музеја у контексту креативних индустрија.

У том смислу је и обављено истраживање међу представницима музеја града Новог Сада о сарадњи музеја с креативним професионалцима изван музејског особља, које је дало веома оптимистичне резултате. И поред релативно малог узорка истраживања, било је могуће извести релевантне закључке.<sup>4</sup>

Музејски радници, учесници истраживања, одговарали су на следећа питања: да ли њихов музеј сарађује с представницима креативних занимања изван музеја, о којим креативним стручњацима се најчешће ради, у које сврхе реализују сарадњу с представницима креативних занимања, да ли користе медије масовних комуникација, као део креативних индустрија (Ратковић Његован, Шиђанин, 2011), у промовисању музејске делатности, те да предложи начине на које би могли заинтересовати креативне стручњаке да за своје уметничке потребе користе и оне музејске експонате који нису доступни јавности на дневној основи.

Резултати истраживања су показали да сви музеји обухваћени истраживањем редовно сарађују с представницима креативног сектора, при чему су укључени професионалци широког дијапазона занимања, а то су: ликовни уметници, дизајнери, архитекте, редитељи, глумци, стручњаци за маркетинг и др. Ови стручњаци су укључени у бројне делатности музеја, као што су: припреме изложби, креирање рекламног материјала, идејна решења за израду пригодних сувенира, дизајнирање књига и друге публицистике из домена музејске издавачке делатности, графичко дизајнирање, укључивање сценских уметника, као што су глумци, за потребе музејских манифестација, затим музичара, филмских стваралаца, књижевника, књижевних и уметничких критичара и других.

На питање како би музеји и њихов менаџмент могли заинтересовати креативне стручњаке да за своје уметничке потребе користе и истражују музејске фондове, добијени су одговори који указују на отвореност музеја и спремност кустоса на пуну садрадњу и подстицање креативних професионалаца за коришћење музејских ресурса у њиховом стваралаштву. Тим више, што ће ускоро збирке свих музеја у Србији бити доступне и у дигитализованом облику. Учесници истраживања су предложили и то да се повремено организују промоције које би стручну и сваку другу заинтересовану јавност информисале о активностима музеја, посебно о промоцијама поједних збирки, географски

<sup>4</sup> Истраживање је реализовано у месецу августу 2018. године, методом анкетног испитивањем, на основу полустандардизованог упитника. У истраживању су учествовали стручњаци за педагошки рад и односе с јавношћу.

или тематски фокусираних, као и онога што тренутно није изложено. Ове активности би се реализовале путем предавања на одређену тему, као и кроз форуме дискусија о значају интелектуалног и културног наслеђа, непосредним разговорима с музејским стручњацима, путем телевизије, радија и штампе или пак креативно осмишљеним музејским активностима названим „оворени депо”. Иначе, концепт „отворени депо” означава лаку доступност музејске грађе најширој јавности, осигуравајући при томе повољне услове за опстанак музејских предмета (Ames, 1977: 68), и то не само у сврху физичке доступности разгледања, већ и истраживања, репродукције, церемонијане и друге употребе. Систем отвореног депоа укључује и непосредну доступност података о датим предметима (Вранић, 2001).

## Закључак

Традиционална улога музеја у прикупљању артефаката и материјала од културног, верског и историјског значаја, њихово очување, конзервација, истраживање и презентовање јавности ради уживања – убрзано се мења. Концепт се променио и то у правцу – од приказивања до образовања – не само опипљивих предмета већ и нематеријалне баштине.

У том смислу повезаност музеја и других делатности, посебно оних које сврставамо у креативне, отвара нове перспективе музејској делатности, нарочито у погледу покретања постојеће и привлачења нове публике. Осим тога, сложеност музејске делатности произилази и из посебних захтева упућених музејима према којима се они требају фокусирати на целокупно друштво, без идентификације специфичне циљне групе, затим на читаво друштво, али при томе организовати активности за специфичне циљне групе, или пак на специфичне циљне групе, али и организовати активности за целокупно друштво.

Захваљујући синергији музејских институција и креативног сектора, они еволуирају у специфичне центре образовања и истраживања, не само опипљивих предмета већ и нематеријалне културне баштине. Музеји постају центри креативности, који не пружају само забаву већ и стицање знања, поткрепљеног реалијама, документарним материјалом, видео и аудио записима, каталозима, као и другим различитим издањима стављеним на располагање најширој јавности, али и креативним стручњацима.

Осим у сфери уметности у најширем смислу, као и у домену образовних активности, музеји имају и значајну, мада не увек у потпуности развијену улогу у области културног туризма и слободног времена. У контексту савремене културе то претпоставља ефикасно коришћење музејских ресурса за стабилан и уравнотежен туристички развој, надоградњу музејског знања и збирки за посетиоце различитих узраста и друштвених група, као и иновативне облике рада с посетиоцима уз могућност за њихово креативно укључивање и интеркултурални дијалог (културни трансфер). У том погледу, пред музејима града Новог Сада је велика обавеза да својим сталним поставкама и тематским изложбама буде не само окосница пројекта „Нови Сад 2021- Европска престони-

ца културе“, већ и „магнет“ који ће привући бројне посетиоце из земље и иностранства и упознати их с културним наслеђем и богатом историјом.

Музеализација археолошког метаријала, етнографских предмета и друге културне баштине, те њихово презентовање јавности неминовно је праћено активностима стручњака из креативног сектора. Ово је потврђено и истраживањем обављеним у музејима града Новог Сада, које је показало да се укупна музејска делатност, а посебно захтевнији музејски пројекти најчешће реализују уз тесну сарадњу с различитим стручњацима из области културних и креативних индустрија.

## Литература:

1. American Alliance of Museums (2017): *American Museums as Economic Engines – A National Report*, An Economic Impact Study for the American Alliance of Museums.
2. *Americans for the Arts, Creative Industries 2005: The Congressional Report* (2005): Americans for the Arts, Washington DC.
3. Ames, Michael M. (1981): “Preservation and Access: A Report on an Experiment in Visible Storage”, *Gazette*, Summer-Fall, 22–33.
4. BOP Consulting (2010): *Mapping the Creative Industries: A Toolkit*, British Council’s, Creative and Cultural Economy Series, London.
5. Clifford, James (1997): *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Polity Press, Cambridge.
6. Creative Industries Serbia 2017 (2017): Creative Economy Group Foundation, Serbia.
7. *Cultural Times – The first global map of cultural and creative industries* (2015): EY, available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002357/235710E.pdf>
8. European Commission (2013): *Creative Europe. Supporting Europe's cultural and creative sectors, 2014–2020*.
9. Essen Declaration – Ten axioms for the Culture industries in Europe, EU Presidency Conference (1999): ‘Culture Industries in Europe – A Comparison of Development Concepts’, Essen, Germany – May 1999, published by ERICarts, available at: [http://www.ericarts.org/web/files/134/en/culture\\_industries\\_essen\\_declaration.pdf](http://www.ericarts.org/web/files/134/en/culture_industries_essen_declaration.pdf)
10. Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative class*, Basic Books, New York.
11. Hesmondhalgh, David (2002): *The Cultural Industries*, Sage Publication.
12. International Council of Museums (2007–1946): ICOM Statutes.
13. Jovičić, Svetlana, Mihić, Hristina (2006): *Kreativne industrije u Srbiji*, Standard, Beograd.
14. Kisić, Višnja (2011): *Kulturne i kreativne industrije u Evropi*, *Kultura*, 130, 199–225.
15. Makdonald, Šeron (2014): *Vodič kroz muzejske studije*, Clio, Beograd.
16. Metcalfe S. John, Potts, Jason (2008): “Internationalization of Services Keys of the World Economy”, *Cultural Science*, 1(1)
17. *Museums as Economic Engines – A National Report* (2017): American Alliance of Museums,
18. Njegovan, Drago, Mustedanagić, Lidija (ur.) (2016): *Vodič kroz muzeje Srbije*, Muzejsko društvo Srbije, Beograd.
19. Ratković Njegovan Biljana, Šidanin, Iva (2011): “Media and Creative Industries: The value of Creative Content”, in: *XV International Scientific Conference on Industrial*

- Systems – IS ' 11*, Faculty of Technical Sciences, Department of Industrial Engineering and Management, Novi Sad, 583–587.
20. Stanislavljević, Vladimira (2017): „Edukativni programi Muzeja Vojvodine“, *Rad Muzeja Vojvodine*, 59, 169–180.
  21. Statistički godišnjak Republike Srbije (2017).
  22. Throsby, David (2001): *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge.
  23. UK Department of Culture, Media and Sport (2001), *The Creative Industries Mapping Document*, DCMS, London.
  24. UNCTAD (2008): *Creative economy report 2008*, United Nations Conference on Trade and Development, Geneva.
  25. UNESCO & UNDP (2013): *Creative Economy Report – 2013*, Special Edition, Widdening Local Development Pathways, Paris.
  26. UNESCO Institute for Statistics, International Flows of Selected Cultural Goods and Services (1994–2003): *Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*, UIS, 2005 Model, Montreal.
  27. Vranić, Ida (2001): “Antropološki muzej Sveučilišta Britanske Kolumbije: Odmak od uobičajenih pristupa izlaganju i pohranjivanju muzejske građe”, *Etnologica Dalmatica*, 10(1), 65–75.
  28. WIPO – World Intellectual Property Organization (2003): *WIPO Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, WIPO, Geneva.

## MUSEUMS AND CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRY

**Summary:** The paper deals with the question of the connection between creative and cultural sector and various museum activities. Modern museums are already greatly expanding their business, becoming the proper institutions of social space. Their focus is no longer merely on the collection, processing, preservation and presentation of heritage, but also on educational programs aimed at different target groups, as well as on complex creative projects. The museum profile intensification in the context of cultural and creative industries presupposes their continuous cooperation with the creative sector. A survey conducted among employees in the museums of the city of Novi Sad confirmed this statement.

**Key words:** museums, cultural and creative industries, synergy, Novi Sad

ДАНИЦА Д. АЋИМОВИЋ\*  
Факултет за менаџмент  
Сремски Карловци

УДК 316.74:7(316.73)  
Прегледни рад  
Примљен: 01.09.2018  
Одобрен: 01.10.2018  
Страна: 145-156

## КРАТКИ МЕТАР У ДУГОРОЧНОЈ ПЕРСПЕКТИВИ

**Сажетак:** Историја људског рода поуздано се може пратити кроз развој комуникацијских модела, као начина општења. У том контексту је XX век обележен филмом који, поред првобитне забаве и потоње уметничке надградње, остварује данас врло уверљиву масовну комуникацију. Будући да је феномен покретних звучних слика прерастао у цивилизацијску свакодневицу текућег миленијума, данас имамо кинематографију, као значајну привредну грану, а не само као уметничку делатност. Двострука природа филма – да је уметничко дело и тржишни производ (роба) - дозвољава овакав третман, а истраживачима омогућује многоструке приступе. Овај рад се, антиципирајући такав контекст, фокусира на документарни и краткометражни играни филм, у окви-рима једног полиса, као могућим најрентабилнијим и најефикаснијим потенцијалима креативних индустрија. Полази се од становишта да је филмски „кратки метар“ најаутентичнији и најверљивији одраз живота, времена и прилика, у таквој урбаној средини. Предмет анализе је град Нови Сад, који је као стожер културе некада називан „Српска Атина“ а ускоро ће бити Европска престоница културе, 2021. Године.

**Кључне речи:** филм, уметност, комуникација, кинематографија, роба, тржиште, креативне индустрије, град културе

### О значају филма

Ни једна уметност није тако снажно, тако сликовито и звучно, освојила човекова чула, као што је то ФИЛМ. У филму се преплићу сва умећа и све лепоте овога света, претварају се у живописну мешавину чудеса и стварности. Феномен покретних слика је естетска и медијска специфичност само филмске уметности. Све остало, што потиче из других уметности, у филму постаје нешто друго, добија нови смисао – постаје аутентично филмско, кинематографско дело које има свој универзални језик (попут музике): граматику, филмско време и простор.

Документарни филм је, као посебан род у том свету покретних слика, постао најзначајнија ствар појавног живота, која може да претвори прошла,

---

\* da.acimovic@gmail.com

садашња и будућа времена - у вечност. Дејствујући као „замка за хватање мисли“<sup>1</sup> документарни филм је постао једна диоптрија стварности, једна нова перспектива посматрања и поимања света, која не дозвољава да се заваравамо „широм затворених очију“<sup>2</sup>. Ништа се у овој цивилизацији, није показало толико истинито, стварно и убедљиво, како је то успео документарни филм, отварајући политичка, социјална, интелектуална питања. То је данас најмање манипулативна СВЕСТ и САВЕСТ ЧОВЕЧАНСТВА.

Захваљујући новим технологијама и могућностима накнадне обраде материјала, филмски записи су постали директнији, ангажованији, па се популарни документарцац приклонио свету „обичних људи“ који своју фамилију проналазе по целој свету. Трајање таквих остварења је најчешће сведено на 12-24 минута, па се због тога у целом свету одомаћио назив КРАТКИ МЕТАР, обухватајући и краткометражни играни филм. Прихватајући такву „номенклатуру“ овај рад ће анализирати обим, облике и моделе продукције кратког метра у околностима настанка и егзистирања, у оквиру једнога полиса, града Новог Сада. Фокус ће бити на документарној и продукцији кратког играног филма, јер су ти уметнички производи засновани на индивидуално-креативном садејству ума и технике.

## Морал и тематика кратког метра

Неопходно је на овом месту подсетити на разноврсну тематику како документарних, тако и кратких играних филмова. Чињеница је да време трајања нагони на концизност, на сажетост која доприноси квалитету стварања, јер изискује проналажење универзалних метафора, језгровитост у интерпретацији и значењу. Ствараоци од пре неколико деценија су се бавили индустријским, технолошким, комуникационим прогресом; питањима просперитета и мањкавости друштвених уређења, па и неким егзотичним местима и људима. Данашњи аутори се соучавају: са муњевитом експанзијом нових технологија, са диктатом медија у средствима масовних комуникација и последицама истих, преиспитивањем значаја историјских догађаја, са тероризмом, популизмом и масовним миграцијама. У свему томе неопходно је имати став, поштујући хумане моралне принципе. Негде постоје цензори, али је најчешће на делу аутоцензура. И увек је било тако.

Прави професионалци су се, у оквиру свога еснафа, опредељивали за опте прокламоване принципе рада. Први такав манифест донет је (1932-34.г) на инсистирање Џона Грирсона (John Grierson), британског (Шкотланђанин) утемељитеља, аутора и теоретичара документарног филма:

- ми мислимо да се може испоштовати први задатак филма, а то је - гледати свет око себе; посматрање и селекција из реалног живота постаје једна форма нове уметности, највитаљнија по својој суштини;

---

<sup>1</sup> Замка за хватање мисли – из кинеских народних мудрости;

<sup>2</sup> Ширум затворених очију (Eyes wide shut) – наслов играног филма (1999), редитељ Стенли Кјубрик (Stanly Kubrick);

- најбољи водич за филмску интерпретацију модерног света је аутентична персона и аутентично окружење;
- грађа и садржаји црпљени из реалности су боље, лепше (кад су оне истинитије, испуњене осећањем филозофије свога краја) него сви ти који су створени игром глумца.

Развој филмске продукције је ишао испред теоријских промишљања и корисних уопштавања, па ипак су се сукцесивно аутори бавили филозофским, а продуценти моралним аспектима филма. Да не би ризиковали евентуалну забрану, филмски радници су 1922. године усвојили Кодекс<sup>3</sup> који би ваљало и данас уважавати:

- да не снижава степен морала гледалаца;
- симпатије публике никада не смеју бити на страни злочина и зла;
- природни и људски закони никада не смеју да се извргну руглу, нити се повреда тих закона сме приказати као прихватљива;
- освета се не сме приказати као праведна ствар;
- не сме бити сцена и дијалога који су простачки, дволични или светогрдни.

## О значају аутора

Ни живот ни свет не почиње од нас и данас, то ваља имати на уму увек. Нарочито су вредности и традиције културе - вековни капитал. Генерације које су једном граду и народу оставиле тај капитал створиле су дела за незаборав. Поменућемо само тројицу новосадских аутора и њихове документарне филмове, који су признати као велика остварења интернационалног домета.

Али најпре да подсетимо: није сваки документарни, или било који други филмски запис уопште, ауторско дело. Ауторство подразумева креативно стварање једног човека као сценаристе и редитеља сопственог филма, у којем се исказују рефлексије његовог личног погледа на свет и уметност уопште. Уколико је такав стваралац ангажовао и сниматеља, који обогаћује пројекат у оквиру свог професионалног домена, онда се њему признаје само ауторски допринос.

На челу признатих аутора из Новог Сада свакако је Желимир Жилник, изузетно значајан филмски стваралац са приметном дозом субверзивности у приказу савремених тема. У његовим социолошким и етичким опсервацијама јасно се сагледавају политичке, социјалне и економске прилике. На својевремено најпрестижнијем фестивалу документарног филма Европе у Оберхаузену<sup>4</sup>, добио је Grad prix за филм „Незапослени људи“ (1968) и нешто касније

<sup>3</sup> Вил Хаус (Will Haus) – иницирао морална начела кинематографије у виду КОДЕКСА части, MPPDA (Motion Picture Producers and Distributors Associations), година је 1922.

<sup>4</sup> Филмски фестивал кратког метра у Оберхаузену, Немачка (Oberhausen International Short Film Festival) – основан 1954. године; профилисан тако да у конкуренцију уврштава само „озбиљне“ теме и авангардне тенденције; дуго је био један од најзначајнијих фестивала документарног филма, поред Тампереа (Финска) и Клермон-Ферана (Француска); фестивал у Оберхаузену постоји и данас, али је примат преузео фестивал у Амстердаму, Холандија (IDFA – International Documentary Filmfestival Amsterdam).

награду за „Црни филм“ (1971). Жилник је аутор још многих ангажованих документарних филмова, као и неколико дугометражних играних филмова. Он ствара и данас, а читав његов опус праћен је у ретроспективама на најважнијим фестивалима и музејима уметности по целом свету.

Не би требало заборавити Петра Љубојева, документаристу који се дипломом потврдио у Оберхаузену, за филмове „Љубим ти модро сунце, да ти љубим“ (1972) и „Станарско право лагумаша Сафера“ (1975). Годинама су и други наши аутори, са успехом били приказивани у финалу тога фестивала. Међу њима је још један Новосађанин, Првослав Марић. Његов филм „70-те сезонци“ (1971), уврштен је у антологијска остварења, док је за „Привремени живот“ (1984) добио специјално признање.

Новосадска културна баштина, као и целе Војводине, се у доброј мери сачувала тако што је забележена на филму. Захваљујући делатности филмске куће „Тера“, можемо видети: жељезничку пругу која је пролазила тик испод прозора у Петроварадинском подграђу, велику поплаву из 1963. године, такмичења металских радника, европска надметања у спорту, Стеријина позорја и још много обичаја, народних ношњи и песама. Нарочито је занимљива филмографија стварана у оквиру Документарног програма Телевизије Нови Сад, која је и основана са примарним задатком да бележи живот и културу читавог региона (народа и народности Војводине). Са успесима, потврђеним на интернационалним фестивалима (Даблин, Монтре, Берлин) стварали су: Славуј Хаџић, Петар Латиновић, Бранко Милошевић, Бора Гвојић, Стеван Станић, Душан Нинков.

Гледало се то у биоскопским филмским журналима, пре сваке пројекције целовечерњег филма, а затим, када је престала таква пракса, у телевизијском програму редовно. Данас се „кратки метар“ може видети једино на филмским фестивалима и врло скраћено у хроникама истих.

## Новосадска прича данас

Нема више десетак биоскопа у граду, али има по неколико филмских сала у Арена синелексу и у тржном центру БИГ. Међутим, репертоар је катастрофалан, а парадоксално - технички услови изванредни. Нарочито се то односи на одличну репродукцију звука. Зашто се не би бар једна сала „специјализовала“ за кратки метар? За домаће ауторе? Тешко да шири популација Новосађана има сазнања о томе, ко су данас филмски ствараоци који снимају филмове о њима, њиховом животу и граду.

Након отварања Академије за филм, позориште и телевизију, много је младих изашло „медијски писмено“. Сви владају занатом, техником, продукцијом, на завидном нивоу. Стасала је генерација младих ентузијаста-професионалаца, који имају идеја и који се труде да од једне урбане и бетоном формиране „спаваонице“ као што је Ново насеље (Бистрица) направе оазу хуманог људског комуницирања кроз разне видове уметности. Од 2015. године

удружење грађана „Ново културно насеље“, међу којима су дипломци са Академије и са других факултета где се изучавају нови медији, организује филмску смотру, едукативно-креативне радионице и забаву. Циљ им је да афирмишу младе филмске ауторе независних продукција. Такође и да створе нови филмски нараштај. Зато током летњег распуста „Центар за производњу знања и вештина“ основце и средњошколце подучава снимању и монтажи кратких филмова.

Техника производње (продукција) и трговина (дистрибуција), одувек су биле саставни део филмског стваралаштва. Захваљујући убрзаном развоју информационих технологија, продукција више не подразумева велике тимове и скупу технику. Програми за монтажу филма се могу инсталирати у сваки „мало јачи“ персонални рачунар. Камере су мање и лакше, па је приступ људима мање стресан. Такође су знатно осетљивије на светло, прихватају запис са много мање лукса. Носачи слике и звука су минијатурне картице и чипови. Филмски аутори сада могу сами да завршавају своја дела.

Тако се пре 15 година (2003.г) група дипломираних студената Академије окупила у једном новосадском подруму, унела своје рачунаре, делове филмске опреме и кренула да осваја за себе културни простор града. Снимали су и монтирали кратке филмове, бележили своје време и дилеме: Филип Марковиновић, Горан Филипаш, Александар Давић, Саболч Толнаи, Марко Цвејић, Марко Каћански, Жељко Мандић, Марин Малешевић, Боб Милошевић. Подржао их је, пре свих, колега Желимир Жилник. Свесни да је „кратки метар“ миноран сектор у кинематографији, ограничен друштвеном потребом и употребом, дистрибуцијом, неизвесношћу пријема код публике, они су упорно истрајали у томе да негују ауторски уметнички израз, експеримент, професионализам. Године 2005. су кренули са Фестивалом малих и независних филмских продукција „Филмски фронт“, да би од прошле године (2017) то прерасло у Међународни фестивал краткометражног филма „Филмски фронт“, на челу са Нином Латинић. Пред публиком су, у дворани Културног центра Новог Сада, (бесплатно) најновија светска остварења професионалних малих продукција, као и сва догађања из света кратког филма у Србији и региону.

## **Начини обезбеђивања средстава за снимање**

Претпоставља се да сви ствараоци у области кинематографије данас поседују основна средства за рад: аудио-визуелну опрему за снимање и део основног монтажног програма, што наравно, није довољно за реализацију читавог пројекта. Зато се најчешће аплицира на неком конкурс за суфинасирање производње. Градски и покрајински секретаријати, те републичка министарства, периодично објављују такве конкурсе којима се може добити до 50% материјалне подршке. Илустрације ради, навешћемо који су аутори, за које пројекте, добили средства у овој години (2018). Тиме ће се добити потврда о ауторима који су активни, а такође и слика њихових интересовања на основу понуђеног садржаја. У складу са фокусом овога рада, да се анализира културна активност

једнога полиса, дајемо само информације о ауторима (и продуцентима) из Новог Сада.

Градска управа за културу одлучила је да подржи савремено стваралаштво у следећим областима: мултимедија и дигитално стваралаштво, филмска уметност, аудио-визуелно стваралаштво и остала извођења културних програма и културних садржаја. Иницијална средства су добили:

- Ненад Микалачки, *Људи за столом*, продукција Druid;
- Марко Каћански, *Чаробњак*, Студио Дон Кихот;
- Соња Ракић, *И где је тај принц на белом коњу?* продукција 888 films d.o.o. NS;
- Драган Стојменовић и Јован Милинов, *Скривени град*, продукција ЕНУ (Екологија, Наука, Уметност),,
- Креативно афирмативна организација „Парнас“, *Ухвати филм- новосадски филмски караван*;
- Ана Лагатор, *Причамо камером*, продукција Бела пчела НС;
- Фестивал Видео медеја, *Кратке видео форме*.
- Покрајински секретарија за културу, јавно информисање и односе са верским заједницама, одлучио је да подржи:
- Горан Марић и Миљан Глишић, Walter media NS, *Никола Тесла и светлост беле голубице*, Walter media NS;
- Драган Стојменовић и Јован Милинов, *Скривени град*, ЕНУ (Екологија, Наука, Уметност);
- Миланка Гвоић и Никола Спасић, *Милица Томић*, РЕЗОН (Инкубатор мултимедијалне уметности),
- На републичком нивоу, Филмски центар Србије (ФЦС), Установа културе од националног значаја, подржао је:
- Јанко Баљак, *Планета Жилник*, продукција Арбос НС;
- Огњен Петковић и Драган Живанчевић, *Звуци тишине*, продукција Мансарда НС.

Велику усмену подршку је добио пројекат Суба<sup>5</sup>, продуцентске куће Dart film & video, редитеља Уроша Максимовића. Међутим, поред значајне теме, продукција се показала као недовољно припремљена. Зато је супервизор продукције ФЦС затражио сериознију разрада буџета, с обзиром на приложен сценарио. Такође и да се размотри план Б, у случају да се не добију очекивана средства у међународним оквирима. Поред овог, у финалу разговора о подршци пројектима, било је још неколико новосадских аутора:

- Марко Каћански, *Допамин*, Студио Дон Кихот;
- Растислав Дурман, *Под седмом капом*, продукција Сабадош сервис;
- Ненад Микалачки, *Приче из кинеске четврти*, продукција Druid film;
- Биљана Туторов и Мирјана Карановић, *Тетке*, продукција Wake up;
- Филип Марковиновић, *Реквитулација (Никола Џафо)*, продукција Mafin.

---

<sup>5</sup> Суба - Митар Суботић, псеудоним Rex Illusivii, светски познат и признат новосадски композитор, извођач и продуцент електронске музике (комбиновао електронику и синтисајзере); продуцирао је чувене албуме музике новог таласа: *Екатерина велика*, *Хаустор*, *Марин Перзић*. За дело „The Dreambird, in the“ Moonstage“ (1988) добио је награду UNESCO - за промоцију културе.

Питање обезбеђивања средства за снимање, константа је сваког филмског подухвата. За тај посао се четири године образују будући продуценти на филмским академијама, па опет недовољно знају, када се суоче у пракси са околностима средине и новог времена. Због тога се организују радионице и форуми. У Новом Саду је, на Петроварадинској тврђави, прошле године (2017) одржан ЕУРОДОК (EURODOC), један од најчувенијих европских програма за обуку, намењен продуцентима који су активни на пољу документарног филма. То је било први пут да се у Србији организује овај значајан међународни едукативно-пословни скуп. Педесет учесника из света, Европе, региона и Србије, имало је за циљ да удруженим снагама развијају пројекте међународног потенцијала. Током три недеље интензивног заједничког живота и рада, стекли су потребна знања за реализацију и пласман будућих филмских пројеката. Уназад 18 година, ова платформа у једногодишњем циклусу, за више од 80% пројеката, обезбеди финансирање. Посебна пажња посвећује се питањима: интелектуалне својине, правно-уговорних односа и изворима финансирања за развој филмских пројекта.

### **Кратки метар као уверљиви чинилац креативних индустрија**

„Кинематографија је привредна грана без икакве традиције; развила се каткад независно а покаткад је, опет, позајмила организацију од других подручја. За веома кратко време та делатост се послужила готово свим капиталистичким облицима рођеним пре ње, почевши од предузећа које је држао појединац, па до труста.“ (Бехлин, 1945: 13)

Наведени цитат у великој мери детерминише ту стваралачку делатност, о којој смо напред писали као о уметничком пољу, али неодвојивом од привредних грана: производње (продукција) и трговине (дистрибуција). Раније схватање привреде и подела на привредне гране, није препознавало значај креативних индустрија. У квартални сектор су стављане непроизводне делатности: образовање, наука, култура, информације, здравство, социјална заштита. Тек се са трећим миленијумом, који је донео „информационо доба“ (за разлику од претходне индустријске револуције), свет окренуо ка креативним индустријама, рачунајући на могућности производње и наплате знања – интелектуалног капитала. Трансформација целог друштва ка стварању из мисаоног процеса, уз неопходни таленат, учинила је да процес буде препознат од стране маркетинга, лидера, нових привредних фактора. „Ви некога не можете научити да буде креативан, или иновативан, али га можете научити како да успостави климу у којој се развијају креативне ствари.“<sup>6</sup>

„Сектор креативне индустрије обухвата: ИТ сектор, издаваштво, штампане медије; графичку, рекламну, музичку, филмску индустрију; дизајн, радио

<sup>6</sup> Бојан Лалић, предавач на Факултету техничких наука у Новом Саду, Панел дискусија „Креативна индустрија и стејкхолдери“, одржано 16.12.2015, на ФТН НС. <http://www.mojnovisad.com/vesti/kreativna-industrija-nije-samo-sansa-za-programere-vec-i-dizajnere-umetnike-studente-knjizevnosti-id6499.html> (10.08.2018)

и телевизију... Производи ове индустрије потичу од индивидуалне креативности, вештине и талента који експлоатишу интелектуалну својину. Поред културне мисије, делатности привредних друштава из ових грана усмерене су ка стварању профита, а њихов производ је намењен масовној употреби. Значај овог сектора са економског и друштвеног становишта је изузетан.<sup>7</sup>

Постоји предрасуда, да је креативна индустрија резервисана за програмере. Напротив! Исту шансу имају дизајнери и уметници свих врста. Сва еснафска удружења<sup>8</sup> се залажу за филмске ауторе кратког метра, за документарни и краткометражни играни филм, јер је тај производ најоригиналнији и најочигледнији аргумент наше кинематографије. Не тражи превелика улагања, потпуно је заснован на домаћим ресурсима: на култури и традицији, на динамици једнога друштва у транзицији, а препознатим као универзалним уметничким вредностима. Посебна „атрактивност“ је у томе, што се нова филмска уметност заснива на потпуно новим технолошким алатима (платформама) електронске природе, на новој естетици у којој доминира визуелно<sup>9</sup> и виртуелно<sup>10</sup>, са знатним учинком проширене реалности<sup>11</sup>.

„Највећи извоз домаће креативне индустрије бележи софтверска индустрија, затим филмска индустрија, мултимедије, видео рекламе, као и штампарска индустрија и архитектонски послови“<sup>12</sup>

Овако наглашен „највећи извоз домаћих креативних индустрија“ се жалост заснива на услугама по наруџби за друге, водеће произвођаче софтвера, или продуценте филмских компанија. Све су то уговори без права на ауторство! Домаћи ресурси се за светску филмску индустрију користе у виду сервисања: локалитета за снимање, смештајних и техничких капацитета (расвета, камере, носачи слике и звука) и „јефтине а врло стручне радне снаге“. Неопходно је зато, да се уз потенцијале наших аутора и у складу са њиховом интелектуалном својином, створи подршка локалне и шире заједнице за пробој на интернационално тржиште.

Посебну неповољност представља законодавство у Србији, које од 1990. године није ажурирало Шифарник занимања и одговарајуће стручне спреме. Потписник ових редова је 2011/12. године, као уредник у Документарно-образовном програму РТВ Војводине, ауторски обрадила (снимила) дванаест „Нових занимања“ која су била „невидљива у постојећем систему привредних

---

<sup>7</sup> Дејан Урошевић: *Креативне индустрије, светло на крају тунела*, разговор са Христином Микић, директорком Групе за креативну економију, дневни лист ДНЕВНИК 10.01.2015, Н. Сад. <https://www.dnevnik.rs/index.php/ekonomija/kreativna-industrija-kao-svetlo-na-kraju-tunela> (10.08.2018)

<sup>8</sup> Даница Аћимовић то тврди као члан АФУНС (Академија филмске уметности и науке Србије) и члан Удружења филмских и телевизијских радника Војводине)

<sup>9</sup> Визуелно – очигледно, видљиво, који се тиче чула вида.

<sup>10</sup> Виртуелно - привидан, уображен, замишљен; виртуелна реалност – уз помоћ рачунарске технологије, вештачки створен нови свет у вишедимензионалном окружењу.

<sup>11</sup> Проширена реалност - додавање виртуелних графичких елемената реално снимљеном кадру.

<sup>12</sup> Христина Микић: *Креативне индустрије, светло на крају тунела*, дневни лист ДНЕВНИК, 10.01.2015, Нови Сад. <https://www.dnevnik.rs/index.php/ekonomija/kreativna-industrija-kao-svetlo-na-kraju-tunela> (10.08.2018)

делатности“: брокер, хакер, дилер, аниматор (класична веб анимација, аниматор лутака, аниматор у култури), ПР (портпарол, промотер), ХР (људски ресурси), разносачи, дистрибутери, телохранитељи (bodyguard).

Међународни стандард садржи 7018 занимања, а Министарство за рад Републике Србије, тек од ове године, са применом за следећу 2019. годину, најављује 3654 занимања усклађена са потребама наше привреде и тржишта рада. Тада ће „постати видљиви“ програмери компјутерских игара и слична креативна занимања из области креативних индустрија. Ово је посебно важно за образовни систем (креирање уписне политике) и за утврђивање мера политике запошљавања - речи су Зорана Ђорђевића, министра у Министарству за рад, запошљавање, борачка и социјална питања.

## Закључак

Филм као роба, је синтагма први пут записана пре 73 године у докторској тези Петера Бехлина<sup>13</sup>. Године 2006. у оквиру активности око 53. Фестивала документарног и краткометражног филма, одржана је трибина<sup>14</sup> „Документарни филм као роба“. Учесници су били домаћи аутори и продуценти из целог света. Међу њима: Pierre-Emmanuel Pessemier, аташе за аудио-визуелну сарадњу Француске амбасаде у СЦГ; Soudabeh Mojavari, ауторка док. филмова и професорка на Академији уметности из Ирана; David Kinsella, аутор из Белфаста, настањен у Норвешкој; Јанко Баљак, аутор док. филмова из Београда, председник Савета Фестивала; Мирослав Могоровић, извршни продуцент Фестивала; Ђорђе Каћански, уредник Филмског програма Културног центра Новог Сада; Јован Марковић, продуцент „Филм и тон“ из Београда.

Закључак се свео на констатацију Пјер Емануела Песмијера: „Документарни филм је само условно речено роба. Јер вредност робе се утврђује на тржишту. А када се ради о филмском тржишту, ништа друго није исплативо осим америчке хипер продукције.... Више деценијско искуство нам показује да је документарца сведок времена, историјски аргумент, и више од тога, документарца је културно добро! Као такво мора бити заштићено и субвенционирано од стране државе. Француска може бити пример за то.“

Остали учесници у дискусији су се сложили око два највећа проблема кратког метра: обезбеђивање иницијалних средстава за снимање, проблем дистрибуције тј. питања пројекција тих остварења. Када је реч о филмским образовним кадровима, сагласни су да је ситуација много повољнија у односу на само деценију-две раније. Допринос томе дају Академије за филм, па и средњи нивои образовања, где је у наставни програм уврштен предмет Медијска писменост.

Град Нови Сад има добре предиспозиције у погледу образовања за креативно стваралаштво. Поред средње Школе за дизајн „Богдан Шупут“, ту су

<sup>13</sup> Петер Бехлин, *Филм као роба (Des film als Ware)*, докторска дисертација, Базел, Швајцарска;

<sup>14</sup> Документарни филм као роба – модератор Др Даница Аћимовић, аутор и уредник у РТВ Војводина.

још три техничке школе које образују кадрове првог степена, за креативне индустрије: „Милева Марић Ајнштајн“ (модна индустрија, дизајн одеће и обликовање графичких производа), „Михајло Пупин“ (ИТ технологије, мехатроника, телекомуникације, мултимедија), Средња машинска (компјутерско управљање, роботика, нумерички системи). Универзитет у Новом Саду такође има широку лезу образовних профила који се могу директно укључити у послове креативних индустрија.

Нове генерације су квалитетно образоване за ново доба. Савременим средствима комуникације су међусобно добро повезане и прилично индивидуализоване у реализовању својих идеја. Апсурд је у томе што наилазе на „затворена врата у свету рада“. Не само у Србији. Незапосленост младих прелази 50% не само у Шпанији и Грчкој, већ и у Великој Британији и Француској. Иако се показују изузетне могућности које пружају нове технологије и свакојаки напредак на плану уметничке мобилности и размене. Европске културне политике би требало да се помакну корак даље опште од распрострањених пројектно-фондсовских задатих тема. Допринос уметничког рада на планетарном нивоу, поред тога што се дуго сматрао некорисним, ипак показује да је дугорочно одрживији, и не доводи у питање суштину достигнућа, као на пример променљиви ставови историчара, уставотвораца, па и неких природних наука. Када се култура и уметност валоризују, подрже на прави начин, од локалних до интернационалних форума, човечанство се увек потврђује у својој хуманој и слободарској вредности.

## Литература:

1. Аћимовић, Danica, (2005): *Dokumentarni film i televizija*, Media Art Service International, Novi Sad.
2. Аћимовић, Danica, (2000): *Politika autora primenjena u analizi dokumentarnog filma*, магистарски рад, Факултет драмских уметности, Београд.
3. Аћимовић, Edib, (2015): *Razvoj kreativne industrije kroz kulturnu politiku i redefini-ranje sustava audio-vizuelne delatnosti u Republici Hrvatskoj*, докторска дисертација, Факултет драмских уметности, Београд.
4. Bek, Ulrich, (2012): *Evropski identitet*, интервју за „Peščanik“ остварен 07.10.2012. <http://pescanik.net/evropski-identitet> (10.08.2018)
5. Behlin, Peter, (1945): *Film kao roba (Des film als Ware)*, докторска дисертација, Базел, Швајцарска; (2002) предговор и превод Мирован Савковић, Завод за удџбенике и наставна средства, Београд.
6. Вујадиновић, Димитрије, (2002): *Razvojni aspekti kulturnih industrija*, BalkanKult, Београд.
7. Јовановић, Sreten, (1995): *Osnovi filmske produkcije*, привремена скрипта умножена за унутрашњу употребу, Факултет драмских уметности, Београд.
8. Јовић, Светлана; Микић, Христина (2006): *Kreativne industrije u Srbiji*, British Council & Serbia and Montenegro, Београд.
9. Кисић, Вишња, (2011): *Kultura i kreativne industrije u svetu*, Универзитет уметности, Београд.
10. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/K.pdf> (10.08.2018)

11. Lalić, Bojan, (2015): *Kreativna industrija i stejkholderi*, panel diskusija Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad.
12. <http://www.mojnovisad.com/vesti/kreativna-industrija-nije-samo-sansa-za-programere-vec-i-dizajnere-umetnike-studente-knjizevnosti-id6499.html> (10.08.2018)
13. Ljubojev, Petar (1996): *Masovne komunikacije*, Pozornica dramskih umetnosti, Novi Sad.
14. McLuhan, Marshal; Hutchon, Kathryn; McLuhan, Eric (1977): *City as Classroom. Understanding Language and Media*, Book Society of Canada.
15. Mikić, Hristina (2015): *Kreativne industrije, svetlo na kraju tunela*, dnevni list DNEVNIK, 10.01.2015, Novi Sad. <https://www.dnevnik.rs/index.php/ekonomija/kreativna-industrija-kao-svetlo-na-kraju-tunela> (10.08.2018)
16. Nichols, Bill, *Introduction to Documentary*, Indiana University Press, Bloomington, 2001.
17. Nikolić, Jovana, (2017): *Menadžment i produkcija dokumentarnih filmova u uslovima nepovoljnim za kulturni razvoj*, doktorska disertacija, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd.
18. Plesner, Helmut, (2005): *Zakasnela nacija*, Knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad.
19. Radojković, Miroљjub; Miletić Mirko, (2005): *Komuniciranje, mediji i društvo*, Stilos, Novi Sad.
20. Stojanović, Miroљjub (2003): *Želimir Žilnik: Iznad crvene prašine*, Čigoja štampa, Beograd.
21. Halpern, Katrin; Ruano-Borbalan, Žan-Klod (2009): *Identitet(i). Pojedinac, grupa, društvo*, Klio, Beograd.
22. Hartli, Džon (2007), *Kreativne industrije* (prir. zbornik), Klio, Beograd.
23. Hendrikovski, Marek (2004): *Umetnost kratkog filma*, Klio, Beograd.
24. Herbert, Ray E., Ungurait, Donald F., Bohn, Thomas W., (1988): *Mass media. Introduction to Modern Communication*, Longman, New York & London.

## SHORT METER IN LONG-TERM PERSPECTIVE

**Summary:** History of the human race can be reliably monitored through the development of communication models as a way of communicating. In this context, the XX century is marked with a film that, in addition to the original entertainment and later artistic upgrades, today achieves a very convincing mass communication. Since the phenomenon of moving pictures has grown into an everyday thing of the current millennium, today we have cinema, as a significant economic branch, and not just as an artistic activity. The double nature of the film - that the work of art and the market product (goods) - allows such treatment, and allows researchers multiple approaches. This work, anticipating such a context, focuses on the documentary and short feature film, within the framework of one policy, as the most potent and most effective potential of creative industries. It starts from the view that the film "short meter" is the most authentic and most potent reflection of life, time and opportunity in such an urban environment. The subject of the analysis is the city of Novi Sad, which was once called the "Serbian Athena" as the head of culture. From that city, the culture of the theater, the city physician, the civic gymnasium across the theology and the monastery schools spread throughout Serbia. Urbanism, street lighting and enlightenment of the European type were introduced (under the influence of Dositej Obradovic). Soon, Novi

Sad, along with Timisoara, will be the European capital of culture in 2021. For this representative venture, promotion of activities in the visual-documentary sense will be necessary. We find that short film production will be the most adequate support for this project.

**Key words:** film, art, communication, cinema, goods, market, creative industries, city of culture

## **СТЕЈКХОЛДЕРСКИ ПРИСТУП У ОРГАНИЗАЦИЈИ КУЛТУРНОГ ДОГАЂАЈА**

*Сажетак:* У овом раду говори се о утицају који догађаји са културном компонентом остављају на дестинацију. Јер, осим што унапређују локални понос у култури, догађаји стварају јак идентитет и имиџ локалне заједнице, односно, брендирају дестинацију. Поред тога, могу промовисати аутохтоне националне мањине, и оставити бројне позитивне или негативне, економске, друштвене, еколошке, политичке и друге ефекте и последице на дестинацију. Надаље, објашњено је шта су стејкхолдери, дат је приказ неких типологија, те њихова улога у процесу организације и реализације догађаја као и стејкхолдерске групе које су типичне у културном туризму.

*Кључне речи:* стејкхолдери, културни туризам, Нови Сад, ЕПК 2021.

### **Уводно разматрање**

На глобалном, то јест, планетарном нивоу догађаји уопште (фестивали, конгреси, конференције и друго), а посебно они са јаком културном компонентом (као што су: музички фестивали, филмски, фолклорни фестивали, разне манифестације или аниматорски програми и тд.), значајно се бројчано повећавају. Поред тога што унапређују локални понос у култури, стварају јак идентитет и имиџ локалне заједнице, то јест брендирају дестинацију, догађаји могу и промовисати аутохтоне националне мањине, и оставити бројне позитивне или негативне, економске, друштвене, еколошке, политичке и друге ефекте и последице на дестинацију.

Догађаји, то јест фестивали, добар су повод да се гостима покажу особености нове културе и културног наслеђа, веровања, начина живота као и фолклорних карактеристика једног народа. У исто време, док се упознавају са новим народима и њиховим обичајима, током боравка на дестинацији, туристи стварају социо-културни и економски допринос локалној заједници, привреди и економији, а уједно се учесници (туристи) забављају, опуштају, рекреирају и релаксирају (Long & Perdue, 1990).

---

\* igor.stamenkovic@dgt.uns.ac.rs

Без обзира какав догађај или фестивал био, *Donald Getz* (1991) препознаје фестивале и догађаје као нови талас алтернативног туризма који, доприноси одрживом развоју и побољшава однос између домаћина и госта, а исто тако унапређује дестинацијски туристички производ.

*Getz* (2007) такође истиче да је језгро изучавања феномена догађаја, само догађајно искуство и значења која се за њега везују – која варирају у односу на перспективу из које се посматрају. Он је истицао значај догађаја анализирајући мотиве посетилаца при одабиру фестивала и догађаја којима ће присуствовати. Препознавање таквих мотива је предуслов за ефикасно планирање програма и маркетиншку стратегију догађаја (*Crompton & McCaу*, 1997). Анализа мотива посете неког фестивала или манифестације, такође помаже организаторима догађаја (енг. *event planner, event organiser*) да поштујући потребе и очекивања посетилаца, боље позиционирају догађај, то јест фестивал (*Scott*, 1996), а самим тим и да створе веће финансијске, социо-културне, еколошке и друге ефекте за локалну заједницу и привреду. Пре свега тога, важан је одабир доброг и прикладног стејкхолдерског приступа.

## Ко су / Шта су стејкхолдери?

Енглеска реч „*stake*” потиче од старо-енглеске речи „*staca*” и има вишеструко значење (*Dictionary of Contemporary English – with New Words Supplement*, 2011): улог, удео, учешће, награда, а као глагол значи: ставити на коцку, субвенционисати, учешће или интерес у предузећу (посебно финансијском делу), као и лични интерес или учешће, нпр. улог у будућност своје деце.

*Stake* колоквијално значи „циљ” и одатле произилази да су *стејкхолдери* – **актери, заинтересоване стране, интересне групе** које се окупљају око исте идеје, мисије, програма, резултата и имају сличан или исти циљ, али пошто је пут до остваривања различит, тај циљ је једино могуће остварити ступањем у интеракцију и применом мулти-стејкхолдерског концепта. Идиоме од ове речи су: *at stake* (срп. у опасности), *in question* (срп. у питању). Постоји и фразални глагол „*stake out*” што значи: чувати под надзором, бити под надзором, доделити простор за обављање надзора.

Удео (енг. *stake*) може бити сваки облик интереса, улога или потраживања који појединац или група имају као резултат неког међусобног односа, облигације, акције, процедуре, законитости (*Weiss*, 2009).

Стејкхолдерски приступ приликом решавања (вођења, управљања) изазова и проблема, најбоље функционише када се организоване групе боре са разним питањима, недоумицама и проблемима. Да би се ово разумело мора се одговорити на питање: ко је/ шта је стејкхолдер? *Прво теоријско објашњење* појма стејкхолдер дао је *Freeman* (1984), *Freeman* и други (2007; 2010) тезом: „*Да ли је то друштвени актер: особа, група људи или партнера или организација?*” Стејкхолдер је неко ко је у исто време под утицајем компаније (енг. *affected by*) или може имати утицај на компанију (*Weiss*, 2009). Примећујемо да

ово обухвата људе који су у ризику да падну под утицај компаније и оне који су у стању да утичу на компанију иако још увек нису почели да делују (Boutillier, 2012).

Аутор закључује да је стејкхолдер, у ствари, заинтересована страна (појава, феномен, особа, група, ствар, институција, временски услови и друго) која жели да ступи у интеракцију, однос, жели да сарађује. То је неко ко види свој интерес или са интересом или бригом о нечему, посебно у бизнису. Неко ко жели да се бави, кога се тиче или је забринут за нешто, што произилази из међусобне интеракције - без обзира какав је резултат (очекивани или неочекивани, позитиван или негативан).

То је и нешто/ неко ко има интерес да ступа у однос без обзира да ли ризикује да можда на крају улога (депоноване енергије, труда, новца или других средстава) не добије задовољавајући део, или не добије ништа, или добије неку нематеријалну вредност (искуство, знање, технику, методу, решење, одговор и слично). Рецимо у коцкању, то је независна странка са којом свако од оних, који направе опкладу са уложеним новцем, то јест депозитом, ступа у интеракцију са непознатим исходом. У овој интеракцији су сви стејкхолдери, и крупије, и чипер, и пит контролор и лоптица на рулету, карта или коцкица и они који су ризиковали да добију или изгубе али и сам тренутак, то јест, моменат када се исчекује исход.

Синоними који се користе за стејкхолдера (енг. *stakeholder*) у српском језику су **заинтересована страна, партнер или актер**. У енглеском језику постоје још и изрази: *collaborator, colleague, partner, shareholder, associate, contributor, participant, ally, team member* (срп. сарадник, колега, партнер, акционар, сарадник, учесник, савезник и члан тима) (the Merriam-Webster Online Dictionary, 2013).

Постоје разни типови стејкхолдера, то јест они се налазе на различитим нивоима:

1. **Примарне заинтересоване стране:** они су ултимативно погођени, под утицајем, било позитивно или негативно од стране неких акција (активности) организације.
2. **Секундарни актери:** су „посредници”, то јест, лица или организације које су индиректно погођени акцијама организације.
3. **Кључни актери** (који такође могу припадати првим двома групама): имају значајан утицај на или значај у оквиру организације (Rodi et al., 2012).

Weiss (2009), истиче да је прво потребно тражити фокусне/ фокалне заинтересоване стране. Примарни стејкхолдери једне компаније су власници, менаџери, запослени, продавци, добављачи и муштерије, али и чланови управног и надзорног одбора и акционари/ деоничари.

Секундарни стејкхолдери су остале интересне групе, као што су: конзументи/ клијенти/ корисници/ потрошачи/ купци, медији, лобисти, влада, конкуренти, јавност и друштво у целини.

## Стејкхолдерска теорија и стејкхолдерска анализа

Према извору *Miles* (2012), природа онога што је заинтересована страна или "актер" је веома оспоравана са стотинама дефиниција које постоје у академској литератури. Стејкхолдерски приступ стратегији, или стејкхолдерски поглед на стратегију, интегрише оба погледа: 1) ресурсно заснован приступ и 2) тржишно заснован приступ, додајући друштвено-политички ниво.

Политички филозоф *Charles Blattberg* (2004), критиковао је теорију заинтересованих страна, са претпоставком да интереси различитих актера могу бити, у најбољем случају, компромитовани или уравнотежени једни наспрам других. Блатберг тврди, да је ово производ са нагласком на преговоре, као главни начин дијалога за бављење конфликтима између интереса заинтересованих страна. Он препоручује разговор и то га доводи до тога да брани оно што он назива „патриотска” концепција корпорације, као алтернатива која је повезана са теоријом актера.

Прво је важно **идентификовати све стејкхолдере**. Они се могу идентификовати на све начине (Vole, 2013). **Анализа заинтересованих страна** је термин који се односи на деловање анализирајући ставове актера према нечему (најчешће пројекту). Често се користи у фази припреме пројекта за процену ставова заинтересованих страна у вези са потенцијалним изменама. Анализа заинтересованих страна може да се уради једном или да се редовно прате промене у ставовима заинтересованих, током времена (тј. с времена на време).

Дакле, анализа заинтересованих страна, има за циљ развој сарадње између заинтересованих страна и пројектног тима, док на крају, обезбеђује успешне резултате за пројекат. Анализа заинтересованих страна се врши када постоји потреба да се разјасне последице предвиђене промене, или на почетку нових пројеката, а у вези са организационим променама уопште. Важно је да се идентификују све заинтересоване стране. У циљу идентификовања користе се критеријуми успеха, којима треба да се дефинишу и циљеви квалитета (Rodi et al., 2012; Vole et al., 2013).

Организацијски модел може у многоме помоћи у решавању многих проблема који постоје у организацији неког догађаја. Важно је исто тако открити који су то економски, културни, политички и други фактори којима се може постићи ефикасна и ефективна организација догађаја. Анализа заинтересованих страна се користи да би се докучили, то јест открили и предложили одговори и технике за постизање оваквих ефеката (Ковачевић, 2010). Све заинтересоване стране морају наћи заједнички језик и интерес. Затим морају бити окупљене око заједничке визије и спроводити мисију истим или сличним моделима пословања. **Приступ кластерског повезивања** предлаже се као најпогоднији организациони модел заинтересованим за умрежавање.

Свака компанија има унутрашње и спољашње стејкхолдере, затим оне који су јако важни и имају посебан третман, до оних који су такође важни, али

њихов став и однос није од пресудног значаја за институцију. Након дефинисања јасних програмских и суштинских циљева, потребно је извршити анализу заинтересованих страна, у циљу утврђивања кључних агенаса који могу да реализују или подржавају неку идеју, иницијативу, то јест пројекат у пракси.

У Србији већ скоро 25 година најважнији стејкхолдер је држава и њена законодавна власт, коју чине политичке партије. Политичка сцена у Србији је мање-више иста дуги низ година (од краја 80-их година прошлог века) и постојеће политичке партије су се опробале и показале и у позицији и опозицији. Нажалост, скоро целокупно друштвено деловање, посебно у сфери културе, или музике, зависи од њих (или бар добар део ствари), а посебно које зависе од државног буџета. То су управо музички догађаји и фестивали који још увек нису постали самоодрживи и толико комерцијални да би могли да се суфинансирају из сопствених средстава.

Стејкхолдерском анализом, када је у питању Србија, а ради се о организацији неког догађаја, могу се идентификовати следеће групе стејкхолдера (актери, агенси):

1. **Владине институције** – министарства и поједини сектори из области финансија, трговине, економије, културе, туризам. Затим, покрајински секретаријати, локалне самоуправе и разне градске управе (за привреду, туризам, финансије и друго).
2. **Актери из области јавног сектора** – туристичке организације, комуналне службе, инспекцијске службе, градски саобраћајни превоз, чистоћа, електродистрибуција, полиција (СУП-ови) и други.
3. **Актери из области приватног сектора** – разне фирме које се баве производњом (звук, светло, видео, сцена), организацијом фестивала, трансфером, дистрибуцијом, штампом, дизајном, консалтингом, маркетингом, обезбеђењем, пружањем услуга смештаја и исхране, водичким услугама и друго.
4. **Актери из образовања и академије** – универзитети и високе образовне институције као што су факултети и високе струковне школе – за туризам, психологију, социологију, пројектни менаџмент, организационе науке и други који могу да се баве изучавањима овог феномена (МЕГА догађаја) са разних аспеката и који могу да науче практична знања и вештине кроз праксу.
5. **Актери из невладиног сектора** – НВО, удружења грађана, грађанске иницијативе, кластери и слично, који се баве непопуларним питањима, маргинализованим групама у друштву, акутним проблемима у заједници и државим – из области културе, музике, туризма, политике и друго.
6. **Медијске и информативне куће** – ТВ, радио, новинске агенције, маркетинг агенције – за рекламирање и оглашавање, Интернет портали.
7. **Волонтери и будући лидери** – образовани млади људи и омладина, назапослени, средовечне и старије особе без сталног запослења, маргинализоване групе – старци, Роми, ЛГБТ популација, жене и друго.
8. **Међународне институције** – асоцијације, агенције и туроператори који ће доводити госте.

Након идентификације врши се анализа правих стејкхолдера који желе да ступају у односе и заједничким трудом и залагањем да дођу до постављеног

циља и резултата. Свакако, потребно је умрежити и повезати заинтересоване стране из разних сектора и области деловања. За то се предлаже као врло успешан кластерски модел. Наиме, аутор је утврдио да је концепт кластера једна од најпогоднијих модела за развој туризма у целини (Delgado, Porter, Stern, 2011; Kovačević, 2010).

Туризам подстиче економски развој земаља у развоју, што побољшава њихову укупну економску, привредну, друштвену и политичку стабилност (Fort & Schipani, 2007; Bishara and Schipani 2008). Према *Kim* и другима, туристички субјекти у конфликтним регионима, имају подстицаје да лобирају за успостављање мира и смањење насиља (Kim, Prideaux et al., 2007).

### **Теорија управљања стејкхолдерским приступом (примена у управљању догађајима и фестивалском туризму)**

Године 1984, *Freeman*-ово дело „*Стратегијски менаџмент – стејкхолдерски приступ*”, довело је стејкхолдерску теорију у позицију од досадашњег конвенционалног начина размишљања, до нове управљачке стратегије, практично прозе. Тада је, скоро по први пут, код менаџера преусмерена свест са производње и ресурса, на клијенте и на инвеститоре. То је довело до нове комплементарне концептуализације предузећа, као једне асоцијације која има и треба да ствара јаке односе са спољашњим субјектима и групама које имају улог у фирми и којих се тиче фирма (Vijayanand, 2013; Freeman, 1984).

*Freeman* стејкхолдере примарно дели на добављаче, који ресурсима опскрбљују предузеће (које је исто стејкхолдер), и на конзументе/ потрошаче, који користе финални производ или услугу (то је са аспекта производног приступа). Али он даје још једну аналогију, која каже да постоји:

1. Корпорација (компанија, фирма, предузеће) са свим менаџерима (по дивизијама, департманима или секторима) који требају да имају двосмерну комуникацију;
2. Са власничком структуром (посебно у приватном сектору);
3. Са запосленима (на свим позицијама – чиме се данас бави сектор за људске ресурсе, а посебно њиховом међусобном/ унутарашњом комуникацијом и односима);
4. Са добављачима – који допремају ресурсе;
5. Са потрошачима, корисницима производа и услуга.

У складу са оваквом структуром, у једном предузећу стално се мењају процеси (производни, радни, комерцијални и други) и те промене можемо поделити на две основне групе: унутрашње и спољашње. Унутрашње промене нас терају да стално преиспитујемо све предмете и законодавне оквире у односу на потражњу, и од стране група као што су: запослени, њихови синдикати, конзументи, акционари, добављачи. Ипак унутрашње промене дешавају се свакодневно у подношљивом систему и мери и по већ устаљеним правилима (Freeman, 1984).

За разлику од унутрашњих промена, спољашње промене су неизвесније, чине нас несигурнима. То су промене на тржишту, у систему пословања и комуникације, на берзи, у пословном окружењу, политици, мултилатералним односима компанија и друго. Најкомплексније су и веома важне, промене код руководства и у власничкој структури. Некада је, тачније 60-их на *Wall Street*-у, важило правило: „Ако ти се не свиђа менаџмент, продај акције”, а касније је постало правило борбе: „Ако ти се не свиђа менаџмент или власничка структура, купи што више акција да истераш пропалице из игре”, то јест да им се супротставиш, да их надмудриш и победиш.

Што се тиче односа према **власти**, то јест **влади**, она је увек изграђена на принципима „*нази се пса – уједа*” у оба правца. У скоријој прошлости владе се све више интересују за пословно предузетништво и приватно пословно окружење (бар би то требало тако да буде). Циљ је да се створе услови за слободно тржиште, где влада покушава (а то јој је и делимично улога) да на легитиман начин успостави пословни систем у корист јавног сектора, и да спроведе строге законе у борби против монопола, кроз осигуравање поштовања принципа тржишта. Свакако, влада треба да креира законске оквире који ће испоштовати и модерне корпоративне захтеве приватног сектора – где је посебан акценат на раднику, као основном ресурсу, алатки, механизму за постизање било каквог резултата. Правосуђе и правосудни органи морају функционисати беспрекорно, независно и транспарентно, како би се овај систем успоставио, јер у противном нема напретка и ширења тржишта, нити било каквог бољитка.

Посебно се треба осврнути на стејкхолдере који спадају у категорију **специјалних интересних група** или (енг. *special interest groups* или *single issue politics*). То могу бити појединци или групе које се баве неким веома специфичним, или за њих важним питањем, али за компанију/ организатора, они могу бити претња јер се никада не зна колико и да ли ће се супротставити или опирати и колико далеко ићи са њима у испуњавању неких њихових захтева. То могу бити неки одбори који се залажу код законодавца да се одређени закони и уредбе промене тако да су у сваком случају веома важни стејкхолдери.

Медији су посебни стејкхолдери, јер су се масовни медији комуникације окренули и усмерили директно на пословни систем и све детаље који се дешавају у једном пословном окружењу. Кратко ћемо то илустровати, кроз реченицу: „*Више него икада пре, пословне организације (на било ком нивоу) живе у акваријуму са свим својим активностима које су видљиве/ доступне јавном надзору.*” Медији, у ствари, представљају форму спољашњих утицаја и промена за извршну власт, који желе да успеју у данашњем окружењу.

## Стејкхолдери у туристичкој литератури и стејкхолдерске групе у туризму

Цела прича око стејкхолдера у туризму започета је 80-их година, са питањима око одрживог раста туристичког промета, утицаја који туризам има на ширење дестинација, на испитивања варијабли у природи које се тичу прихвата већег или носећег броја туриста, а што је наравно морало да се интерпретира и истражује кроз призму стејкхолдерског приступа управљању, планирању и мониторингу (Vijayanand, 2013). *Murphy* је, још 1985. Године, писао радове о друштвеном уделу у одрживости и благодати коју могу да имају локалне заједнице од туризма и увећања туристичког промета, и да је велика улога у локалним асоцијацијама да мере утицаје туризма. Истицао је да су главни стејкхолдери банке, бизнисмени и влада, која финансијски треба да помогне да се туризам развије. *Koehn* се 1990. надовезао на то, да богати треба да инвестирају новац у туризам и угоститељство, али није ниједном помињао конкретно реч стејкхолдер, иако је набрајао много актера. Истицао је да се свачији удео мора јасно дефинисати у свим фазама припреме, планирања, реализације и касније евалуације и мониторинга.

Даље, *Jamal* и *Getz* (1995) се фокусирају на партнерство, као главну алатку за стварање друштвено корисног туристичког система, и њихова истраживања апострофирају значај и улогу коју има заједница у спровођењу одрживог туризма. Стављају акценат на домаћине као главне стејкхолдере у процесу формирања партнерства између локалних група људи и приватног и јавног сектора. Затим, *Bramwell* (1997) истиче да је главни стејкхолдер у туристичком партнерству локални менаџмент и остале јавне институције и партнери који управљају ресурсима, али и одбори бизнисмена, *DMO* организација, конгресних центара, друштвених центара, болница, грађанских асоцијација и специјалних интересних група.

Проблем настаје када једна организација жели да издвоји време, енергију и ресурсе на више стејкхолдера, па зато *Clarkson* (1995) и *Tkaczynski* (2009) сматрају, да је и то један од разлога зашто они треба да буду подељени у две групе. Примарни, су они актери без чијег континуираног учешћа организација не може да опстане/ остане у сталности/ континуираности свог пословања. Секундарни актери, су они који имају утицај или погађају, или су под утицајем/ погођени су од стране организације, али нису у процесу трансакције са том неком организацијом и нису од суштинског значаја за њен опстанак.

*Sautter* и *Leisen* (1999), примењују *Freeman*-ову стејкхолдерску мапу на туризам, и истичу листу главних играча: Туристички планери – стратегије и просторног планирања; Становништво; Локални бизнисмени; Групе активиста – волонтери; Национални трговински ланци; Конкуренти; Туристи; Влада; Радници.

*Robson* (2000), разматра примену стејкхолдерског приступа на туристичку праксу и користећи Фридманову теорију издваја две групе стејкхолдера: а) тур-операторе и б) локалну управу за туризам и маркетинг.

Стејкхолдери тур-оператора су: Радници; Групе које врше притисак; Хотелијери; Туристи и гости хотела; Туристичке агенције; Националне, регионалне и локалне ТО; Владина тела која се баве питањима туризма; Превозна предузећа; Медијске куће; Одбор који се брине о питањима туриста и гостију; Локалне и националне атракције – управитељи.

Стејкхолдери локалне управе за туризам и маркетинг су: Специјализовани органи на локалном нивоу; Утицај уметничких сервиса; Извршни менаџер и службеници; Радници „на терену”; Разни одбори и одборници; Савета округа; Физичко окружење; Посетиоци и туристи; Становници (бирачко тело, порески савет обвезника); Локална предузећа; Запослени, Туристички информативни сервиси; Медији; Регионалне туристичке организације и заједнице; Националне туристичке организације и заједнице; Централне власти (комисије за ревизију и регулаторна тела).

*Brenner и Cochran (1991)* тврде, да опсег интересних група може имати обичну основу. У туризму, такође се може десити да се неке групе поклапају. *Sautter и Leisen (1999)* истичу да се мора правити разлика између улоге стејкхолдера и стејкхолдерског кластера: „*Било која особа или јединица класификована као припадник неке захтевне групе често дели мишљење или перспективе других или има вишеструку улогу у оквиру тог микроокружења*”.

Данашњи концепт стејкхолдерског приступа – интеракција са различитим актерима може да допринесе бољем разумевању потреба друштва (*Caffyn & Jobbins, 2003*). Таква интеракција може да се добије телом које је одговорно за управљање развојем дестинације. Модели и организациона структура таквих координационих тела, могу се разликовати у зависности од воље и обичаја самих актера на дестинацији, али сви ти модели имају заједничке следеће елементе (*Магаш, 2008*):

- Јавне функције;
- Представљање целог сектора;
- Координација и вођење свих активности и услуга;
- Фокусирање на жеље и интересе јавних и приватних понуђача услуга успешних да одбране/ докажу своју професију.

*Tkaczynski (2009)* је приметио да су различите студије истицале различите стејкхолдере и то је табеларно приказао. *Wisansing (2008)* је закључио да је успостављање одговарајућег процеса, критеријума и структура неопходно у примени стејкхолдерског приступа као оквира у управљању туристичком дестинацијом. *Vurd и Ustake (2007)* користе „*дрво од лука*” у циљу да се идентификују групе заинтересованих страна актера који подржавају одрживи развој туризма (они су изабрали четири групе заинтересованих страна). У њиховом случају нису добро разјаснили зашто су селектоване те групе у поређењу са другим.

Табела 1. Литературни преглед радова који су се бавили примарним и секундарним типовима стејкхолдера

Типови стејкхолдера	Стејкхолдери	Аутори
Примарни	Градски званичници (локалне владине организације)	Blain, Levy & Ritchie (2005); Morgan & Pritchard (1999); Sautter & Leisen (1999); Sheehan, Ritchie & Hudson (2007); Sheehan & Ritchie (2005)
	Конкуренција/ Такмичари	Sautter & Leisen (1999)
	Дестинацијске маркетиншке организације (ДМО) / ТО	Blain, Levy & Ritchie (2005); Morgan & Pritchard (1999); Sautter & Leisen (1999); Sheehan, Ritchie & Hudson (2007); Sheehan & Ritchie (2005)
	Хотели	Blain, Levy & Ritchie (2005); Sautter & Leisen (1999); Sheehan, Ritchie & Hudson (2007); Sheehan & Ritchie (2005)
	Становништво	Sautter & Leisen (1999)
	Оператери туристичких атракција / Конгресни центри	Blain, Levy & Ritchie (2005); Morgan & Pritchard (1999); Sautter & Leisen (1999); Sheehan, Ritchie & Hudson (2007); Sheehan & Ritchie (2005)
	Превозници (аутобуски, авио и други)	Blain, Levy & Ritchie (2005); Sautter & Leisen (1999)
	Туристи	Sautter & Leisen (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Ресторани	Blain, Levy & Ritchie (2005); Sautter & Leisen (1999)
Секундарни	Привредна комора/ Саветодавни одбор	Morgan & Pritchard (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Групе у заједници / Локалне заједнице	Morgan & Pritchard (1999); Sautter & Leisen (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Бензинске пумпе	Sautter & Leisen (1999)
	Подстицајни регулатор	Blain, Levy & Ritchie (2005); Morgan & Pritchard (1999); Sautter & Leisen (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Медији	Sautter & Leisen (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Малопродајни аутлети	Blain, Levy & Ritchie (2005); Sautter & Leisen (1999); Sheehan & Ritchie (2005)
	Универзитети	Blain, Levy & Ritchie (2005); Sheehan & Ritchie (2005)

Извор: Tkaczynski, 2009. и Сафтић, Тежак, Лук 2011.

## Пројекат Нови Сад 2021 Европска престоница културе и сектор туризма

Основне идеје Стратегије културног развоја Града Новог Сада (2016-2026) јесу: културни сектор као централна позорница за партиципацију грађана, изградња културног идентитета и интеркултурални дијалог. Ова Стратегија је иницирана и развијена током процеса кандидатуре Новог Сада за титулу европске престонице културе. Као таква, Стратегија представља основ за свако даље планирање развоја града. Самим тим, на ову стратегију треба да се ослања и стратешко планирање у оквиру сектора туризма – одн. привреде. **Реализацијом овог пројекта, Нови Сад би, решавањем проблема кроз културу дијалога, требао да се реинтегрише у европски културни простор и постане препознатљива културна дестинација на Дунаву.** Овом визијом изречена је пројекција постигнућа реализацијом задатака, али и узајамана међузависност сектора културе и туризма, док је у центру стратешког планирања посетилац из иностранства који истражује, посећује и помаже креирање културне понуде. И саме стратешке мере предложене пројектом почињу дефинисањем и тражењем нових начина за стварање модела представљања локалног културног наслеђа ради привлачења посетилаца; тежи се и усвајању нових модела представљања културних садржаја и обавештавања домаће и стране јавности о томе; уз нове људе који ће промовисати пројекат, нудићемо и посебан доживљај културе на необичним локацијама уз нова места за културно и креативно остваривање. Да би остварили ову визију неопходно је да се сви стејкхолдери, сектори и расположиви ресурси међусобно повежу, како би синергијским приступом постигли и оно што није планирано, како би заједно даље градили потенцијале, истицали своје предности, једни другима помагали да превазиђу недостатке. Поред града Новог Сада, пројектом је обухваћен и простор Фрушке горе са општинама Ириг, Беочин и Сремски Карловци, што све заједно даје огроман потенцијал за креирање озбиљних и разноликих туристичких понуда.

### Закључак

*D'Angella и Go (2009)*, наводе низ погодности које дестинацијска предузећа и компаније, као и туристичке организације, имају од примене стејкхолдерског приступа: економију обима, синергију, смањену сезоналност, високу стопу заузетости капацитета, промотивне активности које организују људи са специфичним вештинама, планирање и организовање догађаја у граду, кохерентност међу дестинацијским предузећима у условима активности и учешћа у процесу доношења одлука.

Са аспекта локалних становника, имплементација интересних приступа треба резултирати бољим могућностима запошљавања, лакшим начином добијања дозвола за успостављање бизниса (Li, 2006; Timothy, 1999), побољшања

квалитета различитих врста инфраструктуре, повећања мера безбедности (Burns & Howard, 2003) и тако даље.

Нови Сад је освајањем титуле европске престонице културе добио јединствену шансу (у Републици Србији и региону) да своју стратегију развоја туризма развије у складу са Стратегијом културног развоја и динамиком реализације самог пројекта. Град који је добио прилику да туристичку понуду креира на иновативан и креативан начин, уз нове моделе представљања, уз нове начине истицања видљивости дестинације, али и уз шансе да развија своју укупну културно-туристичку понуду као никада до сада. Туристичким организацијама јесте обавеза да вреднују локалне стејкхолдере и овај став треба да се преноси и на потенцијалне туристе, који ће се потом осетити „повезани” или умрежени у дестинацији, а то ће им уливати самопоуздање и знаће то да цене (Jackson, 2001).

Оно што нам је неопходно како би искористили ову јединствену шансу, јесте јединствени приступ и међусекторска повезаност: сви се слажу да је главни предуслов **дугогодишња едукација из области менаџмента и одрживог развоја**, како би се створила **ефективна менаџмент стратегија** за постизање одрживог ефикасног развоја, и задовољиле потребе и критеријуми свих стејкхолдера; затим је потребно **идентификовати задатке туристичких организација** и потом **идентификовати стејкхолдере** – реализација усмереног и циљаног истраживања. нове трендове које ће постављати другима у земљи и региону. Нови Сад, уз ову јединствену титулу и прилику, мора да постане град који ће постављати стандарде и стварати трендове како у култури и креативним индустријама, тако и у туризму. Управо је планирање и реализација догађаја најједноставнији начин да у томе и успемо, јер смо већ у региону и Европи препознати као град манифестација и фестивала, награђивани смо и похваљени за овај успех. Уз анализу и издвајање правих стејкхолдера, заједничким трудом и залагањем, потребно је да се промовишемо као град са богатим културно-историјским и индустријским наслеђем који има изграђену културу гостопримства, град креативних и предузетних људи који негује различитости и говори 21 језик националних заједница; универзитетски град који има кадрове да премосте све недостатке на путу позиционирања културне престонице на Дунаву. Нови Сад мора да учини видљивом своју комплетну културну понуду и сваки њен део представи као туристичку атракцију, широм Европе.

## Литература:

1. Blattberg, C. (2004): *Welfare: Towards the Patriotic Corporation. From Pluralist to Patriotic Politics: Putting Practice First*. New York: Oxford University Press, pp. 172–184. ISBN: 0-19-829688-6
2. Boutilier, R. (2012): *A Stakeholder Approach to Issues Management*. The Strategic Managemtn Collection, The Business Expert Press, New York, USA. ISBN-13: 978-1-60649-097-6

3. Burns, G. L., Howard, P., (2003): ***When wildlife tourism goes wrong: a case study of stakeholder and management issues regarding Dingoes on Fraser Island, Australia.*** *Tourism Management*, Vol. 24, No. 6, 699-712.
4. Byrd, E. T. & Ustake, L. (2007): ***Using decision trees to identify tourism stakeholder: The case of two Eastern North Carolina counties.*** *Tourism and Hospitality Research*, 7(3), pp. 176-193.
5. Caffyn, A. & Jobbins, G. (2003): ***Governance Capacity and Stakeholder Interactions in the Development and Management of Coastal Tourism: Examples from Morocco and Tunisia.*** *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11, No. 2&3, pp. 224-245.
6. Crompton, J. L. & McKay, S. L. (1997): ***Motives of visitors attending festival events.*** *Annals of Tourism Research*, 24 (2), pp. 425–439. [http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
7. D'Angella, F. & Go, F. M. (2009): ***Tale of two cities' collaborative tourism marketing: Towards a theory of destination stakeholder assessment.*** *Tourism Management*, Vol. 30, No. 3, pp. 429-440.
8. Freeman, E.R. (1984): ***Strategic Management – A Stakeholder Approach.*** Cambridge University Press, Cambridge, UK ISBN: 978-0-521-15174-0
9. Freeman, E.R., Harrison S.J., Wicks C.A., Parmar L.B., de Colle S., (2010): ***Stakeholder Theory: The State of the Art.*** Cambridge University Press, United Kingdom.
10. Freeman, E.R., Harrison S.J., Wicks C.A., (2007): ***Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success (The Business Roundtable Institute for Corporate Ethics Series in Ethics and Lead).*** Yale University Press & New Heaven and London, United Kingdom.
11. Getz, D. (1991): ***Festivals, special events, and tourism.*** New York: Van Nostrand Reinhold.
12. Getz, D. (2007): ***Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.*** Oxford: Elsevier, UK.
13. Jackson, J. (2001): ***Working Together We Can Make a Difference.*** Report on the Tour Operator's Initiative for Sustainable Tourism, Workshop, Rimini, 30<sup>st</sup> June – 1<sup>st</sup> July Italy, available at [http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/events\\_docs/Working\\_Together\\_We\\_Can\\_Make\\_a\\_Difference.pdf](http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/events_docs/Working_Together_We_Can_Make_a_Difference.pdf)
14. Li, W. (2006): ***Community Decisionmaking: Participation in Development.*** *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 1, pp. 132-143.
15. Long, P. T. & Perdue, R. R. (1990): ***The economic impact of rural festivals and special events: Assessing the special distribution of expenditures.*** *Journal of Travel Research*, 28 (4), pp. 10–14. DOI:10.1177/004728759002800403
16. Robson, C. (2000): ***Small Scale Evaluation – Principles and Practice,*** SAGE Publications, London, UK ISBN: 0-7619-5509-7
17. Saftić, D., Težak, A. & Luk, N. (2011): ***Stakeholder approach in tourism management: implication in Croatian tourism.*** Conference proceedings: 30th International Conference on Organizational Science Development FUTURE ORGANIZATION March 23rd – 25th, Portorož, Slovenia.
18. Scott, D. (1996): ***A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals.*** *Festival Management and Event Tourism*, 3 (3), pp. 121–128. ISSN: 1065-2701
19. Timothy, D. J. (1999): ***Participatory Planning: A View of Tourism in Indonesia.*** *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, No. 2, pp. 371-391.
20. Tkaczynski, A. (2009): ***Destination segmentation: a recommended two-step approach.*** Thesis PhD/Research, University of Southern Queensland, available at: [http://eprints.usq.edu.au/6255/2/Tkaczynski\\_2009\\_whole.pdf](http://eprints.usq.edu.au/6255/2/Tkaczynski_2009_whole.pdf)

21. Weiss, J.W. (2009): *Business Ethics – A Stakeholder and Issues Management Approach*. South-Western Cengage Learning, Mason, USA ISBN: 978-0-324-58973-3
22. Wisansing, J. (2008): *Towards Community Driven Tourism Planning: a Critical Review of Theoretical Demands and Practical Issues*. AU-GSB e-Journal, Vol. 1, No. 1, pp. 47-59, available at the following Web link:  
<http://gsbejournal.au.edu/1V/Journal/Towards%20Community%20Driven%20Tourism%20Planning.pdf>
23. Magaš, D. (2008): *Destinacijski menadžment – modeli i tehnike*. Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, Hrvatska.
24. Clarkson, M.B.E. (1995): *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*. *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp. 92-117.
25. Bramwell, B. (1997): *Strategic planning before and after a mega-event*. *Tourism Management*, Vol. 18, Issue 3, pp. 167-176.
26. Vijayanand, S. (2013): *Stakeholders and public private partnerships role in tourism management*. *International Journal of Scientific & Engineering Research - IJSER*, Vol. 4, Issue 2, pp. 1-11, Houston. USA. ISSN: 2229-5518
27. Miles, S. (2012): *Stakeholders: essentially contested or just confused?* *Journal of Business Ethics* 108 (3), pp. 285–298.
28. Bole, D. et al. (2013): *The synergy of culture and tourism for the development of rural areas*. Publication based on the work of the SY\_CULTour Project, (Application ID SEE/B/0017/4.3/X; Ref. No. 09SEE05/01/11/07; Contract number: 2011/274-864, Document reg.no: INTRA-5018416), Partners of SY\_CULTour project, ZRC Publishing, Ljubljana, ISBN: 987-961-254-485-0, UDC 338.48:008(1-22)  
<http://www.google.rs/search?tbo=p&tbm=bks&q=isbn:9612544859>
29. Kovačević, D. (2010): *Reaching for peace and stability in conflict regions – Organizational Model for Tourism Development in the Western Balkans*, Master thesis, The London School of Economics and Political Science, London, UK.
30. Delgado, M., Porter, M. & Stern, S. (2011): *Clusters, Convergence, and Economic Performance*. Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School, USA. [http://www.isc.hbs.edu/pdf/DPS\\_Clusters\\_Performance\\_2011-0311.pdf](http://www.isc.hbs.edu/pdf/DPS_Clusters_Performance_2011-0311.pdf)
31. Bishara, N.D. & Schipani, C.A. (2008): *Complementary Alternative Benefits to Promote Peace*. University of Michigan, Ross School of Business, Working Paper No. 1119.  
[http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/61344/1119\\_CSchipani.pdf?sequence=1](http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/61344/1119_CSchipani.pdf?sequence=1)

## STAKEHOLDER ACCESS IN ORGANIZATION OF CULTURAL EVENTS

**Summary:** This paper discusses the impact of events with a cultural component on the destination. Besides promoting local pride in culture, events create a strong identity and the image of the local community, that is a destination branding. In addition, they can promote autochthonous national minorities, and leave numerous positive or negative, economic, social, environmental, political and other effects and consequences on a destination. Furthermore, we explained what the stakeholders are, given the presentation of some typologies, and their role in the process of organizing and realizing events as well as stakeholders groups that are typical in cultural tourism.

**Key words:** stakeholders, cultural tourism, Novi Sad, ECoC 2021.

## ПРИЛОЗИ



На основу члана 24. тачка 5. Статута Града Новог Сада-пречишћен текст ("Службени лист Града Новог Сада", број 43/08), Скупштина Града Новог Сада на VI седници од 2. септембра 2016. године, доноси

## **СТРАТЕГИЈУ КУЛТУРНОГ РАЗВОЈА ГРАДА НОВОГ САДА ЗА ПЕРИОД 2016-2026. ГОДИНЕ**

### **Увод**

Град Нови Сад представља значајан национални и регионални центар културне продукције. У Граду делује велики број културних установа, организација и иницијатива. Нови Сад располаже богатом културном баштином, у чијем су оквиру чак 88 непокретних културних добара под заштитом. У Граду се школују, живе и раде бројни уметници и културни делатници. Град је оснивач многобројних установа културе: Музеја Града Новог Сада, Градске библиотеке у Новом Саду, Историјског архива Града Новог Сада, Завода за заштиту споменика културе Града Новог Сада, Новосадског позоришта – *Újvidéki színház*, Позоришта младих, Стеријиног позорја, Културног центра Новог Сада, Установе за израду таписерија *Атеље б1*, Установе за културу и образовање *Културни центар „Младост“*, Футог, и Установе за културу и образовање *Културни центар Кисач*.

На територији Града делују и бројне установе културе чији су оснивачи други нивои власти. Покрајинске установе у Граду су: Српско народно позориште, Музеј Војводине, Музеј савремене уметности Војводине, Позоришни музеј Војводине, Галерија ликовне уметности – поклон збирка Рајка Мамузића, Спомен-збирка Павла Бељанског, Завод за културу Војводине, Студентски културни центар Нови Сад, Издавачки завод „Форум“, Војвођански симфонијски оркестар, Покрајински завод за заштиту споменика културе и Архив Војводине. Републичке установе културе које се налазе на територији Новог Сада су: Матица српска, Галерија Матице српске и Библиотека Матице српске.

Културну сцену Града чине и бројни ванинституционални актери. У последњих десет година, на конкурсе Градске управе за културу предлоге пројеката подноси више стотина уметничких удружења, културно-уметничких друштава, привредних друштава који се баве производњом културних садржаја, и други. Од свих удружења у Новом Саду само су четири чланови мреже *Независна културна сцена Србије* (НКСС). Од репрезентативних уметничких удружења на територији Новог Сада налазе се Савез удружења ликовних уметника Војводине, Удружење ликовних уметника примењених уметности и дизајнера Војводине, Удружење филмских и телевизијских радника Војводине, Друштво књижевника Војводине и Удружење композитора Војводине.

Од већих фестивала у Новом Саду одржавају се: Стеријино позорје, Змајеве дечје игре, фестивали ЕХИТ, *Cinema City* и Фестивал уличних свирача, Новосадске музичке свечаности НОМУС и Новосадски џез фестивал. У Граду постоји и преко двадесет културно-уметничких друштава. Нови Сад је значајан центар и за стваралаштво припадника и припадница различитих националних мањина. У њему се налазе седишта пет националних савета националих мањина: ашкалијске, египатске, румунске, словачке и грчке, као и Завод за културу војвођанских Русина и Завод за културу војвођанских Словака.

## Градска културна политика

Вођење културне политике у Новом Саду поверено је Градском већу (у оквиру којег се дефинишу задужења Члана Градског већа за културу) и Градској управи за културу<sup>1</sup>. У оквиру својих делатности, Градска управа за културу (у даљем тексту ГУК) пре свега обезбеђује финансирање установа културе чији је оснивач Град, и финансирање и суфинансирање пројеката у области културе и јавног информисања путем конкурса на којем право учешћа имају све организације цивилног друштва, привредни субјекти и установе културе које нису индиректни корисници градског буџета.

Због комплексности градског културног система и великог броја актера на пољу градске културе, у Граду је препозната потреба за стратешким планирањем културног развоја. Потреба за израдом стратегије културног развоја Града артикулисана је први пут пре више од једне деценије. У Граду су већ постојали покушаји за одређивањем културне политике која би олакшала деловање, како актерима у култури, тако и ГУК-у.

Ти покушаји иницирани су у претходном периоду од стране представника и представница независне уметничке сцене, цивилних удружења и појединаца у култури, уметника и уметница, теоретичара, културних и медијских радника и радница, новинара и новинарки. Прва иницијатива јавила се почетком 2004. године под називом *Иницијатива за реконструкцију културе и друштва „Дизалица“*. Један од прераца њеног деловања био је конструктивно учешће у јавном животу и креирању културне политике, како на пољу тзв. високе, тако и у домену алтернативне и маргиналне културе. Уочена је потреба за стручношћу и професионализмом, као и за евалуацијом рада и активности јавних културних институција, посебно оних које се финансирају средствима пореских обвезника. Поред тога, Иницијатива је наглашавала и потребу за критичким мишљењем и јавним дијалогом, као кључним процесима демократског друштва који трају, развијају се и никада се не завршавају<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Према Одлуци о градским управама Града Новог Сада („Службени лист Града Новог Сада”, бр. 52/08, 55/09, 11/10, 39/10, 60/10 и 69/13), у Градској управи за културу обављају се послови који се односе на:

- планирање развоја делатности културе и информисања, обезбеђивање средстава за задовољавање потреба у овим областима и надзор над коришћењем тих средстава;
- праћење и обезбеђивање функционисања установа културе чији је оснивач Град;
- утврђивање културних програма односно делова програма установа културе чији је оснивач Град, који ће се финансирати средствима буџета Града;
- обезбеђивање заштите културних добара од значаја за Град и од значаја за националне мањине чији припадници живе на територији Града;
- обезбеђивање средстава за финансирање и суфинансирање програма и пројеката у области културе од значаја за Град и за националне мањине чији припадници живе на територији Града;
- подстицање развоја културног и уметничког стваралаштва на територији Града;
- изградњу, реконструкцију и одржавање зграда и објеката установа културе чији је оснивач Град;
- обезбеђивање средстава за суфинансирање изградње, одржавање и обнову верских објеката, као и средстава за суфинансирање програма из области културе црква и верских заједница.

<sup>2</sup> Иницијатива за реконструкцију културе друштва „Дизалица”, <http://www.dizalica.org> (преузето 15.06.2016).

Иако није резултирала *Стратегијом развоја културе Града*, ова иницијатива је кроз јавне садржаје, трибине и дебате отворила многа важна питања.

Следећа иницијатива, која је била конкретније усмерена ка дефинисању културне политике, била је Радна група *За културне политике* из 2009. године. Она је за циљ имала окупљање организација и појединаца из области културе у Граду и Покрајини, како би се радило на питањима која се тичу културне политике, финансирања, сагледавања положаја и значаја културе и одређивања приоритета у сектору културе. Кључне активности ове радне групе биле су усмерене ка постизању транспарентности јавног финансирања пројеката у култури, као и отварању дијалога на тему непостојања адекватне културне политике у Граду, културних потреба и коришћења јавних простора Града за културу<sup>3</sup>.

Од када је Град 2011. године изразио заинтересованост за кандидатуру за Европску престоницу културе (ЕПК), питање израде стратешког документа поново је отворено. Један од критеријума за оцену кандидата за ЕПК јесте и усклађеност програма са стратешким развојем културе, који подразумева постојање стратешких докумената.

Велики број иницијатива и покушаја израде стратегије показује да је *Стратегија културног развоја Града Новог Сада* последица дуготрајног рада, заговарања и удруживања различитих актера у култури у Новом Саду.

### **Проблеми и изазови на које одговара *Стратегија***

Комплексни и разнолики изазови са којима се срећу наведени актери у култури захтевају аналитички, системски, дугорочни и кохерентни приступ планирању и подстицању културног развоја. Они такође подразумевају спремност на стално промишљање постојећих и увођење нових принципа и приступа вођењу културне политике, који у овом тренутку обухватају партиципативност, вођење дијалога и сарадњу. *Стратегија* тежи да обезбеди управо претпоставке за овакав рад Градске управе и других актера.

С тим циљем, процес стратешког планирања отпочео је идентификацијом кључних проблема са којима се срећу актери у култури, али и публика, кроз теренско истраживање<sup>4</sup>, састанке и радионице са представницима и представницама установа, организација и иницијатива у култури (више у делу „Методологија”). У оквиру ових процеса, издвојени су следећи кључни проблеми:

- непостојање јасних основа и праваца културног развоја (укључујући непостојање стратегије или планова културног развоја), као ни референтног оквира за разумевање улоге и значаја подршке и финансирања културне и уметничке делатности унутар јавне градске политике;
- недовољно транспарентно и партиципативно доношење одлука у области културне политике, које подразумева недовољно учешће разноликих актера и обавештеност јавности о одлучивању у погледу капиталних инвестиција у

<sup>3</sup> Радна група „За културне политике – политика културе”, <http://www.zakulturnepolitike.net> (преузето 15.06.2016).

<sup>4</sup> Г. Томка, И. Волић и П. Цветичанин, *Новосадско поље културе* (Нови Сад: Факултет за спорт и туризам, 2016). Доступно на: [www.bazakulture.rs/rezultati](http://www.bazakulture.rs/rezultati).

култури, одабира пројеката за суфинансирање, одабира комисија и радних тела и друго;

- недовољна сарадња унутар области културе (нпр. јавне и цивилне организације, или наслеђе и савремено стваралаштво, или културе националних мањина и већине), као и сарадња области културе са другим друштвеним областима (туризам, млади, образовање, привреда...);
- постојање препрека за културну партиципацију и неједнак приступ културним садржајима великог броја мањинских и маргинализованих група, као и грађана и грађанки којима централизована културна инфраструктура из било ког разлога није доступна;
- превелика фокусираност на презентацију културних садржаја који настају у другим срединама и недовољна подршка локалном стваралаштву;
- недостатак основних ресурса за рад ванинституционалних актера, као и бројни просторни и кадровски проблеми јавних установа;
- недовољно присуство новосадских уметника и уметница, као и локалних садржаја, на међународној културној сцени.

Ови специфични проблеми новосадског поља културе обликовали су целокупан приступ стратешком планирању, укључујући методе и процес израде *Стратегије*, одабир стратешких праваца и опредељења, предложена решења и начине контроле, мониторинга и имплементације *Стратегије*, чија детаљна експликација следи.

# Методологија Стратегије

**Стратегија културног развоја Града Новог Сада** представља плански документ којим Град Нови Сад, на основу претходне анализе стања на пољу културе, одређује основне поставке и стратешке правце културног развоја Града, дефинише принципе вођења културне политике, препознаје кључне носиоце културног развоја и предвиђа инструменте за његово подстицање.

## Принципи Стратегије

*Стратегија* је усклађена са основним развојним трендовима и принципима на којима почивају савремене културне политике у свету, у које спадају:

- схватање културе као јавног добра и право на културу као основно људско право;
- препознавање културних актера као важних чинилаца који значајно доприносе општем друштвеном развоју;
- вођење културне политике на транспарентан и партиципативан начин, уз учешће великог броја културних актера;
- формулисање и вођење културне политике на основу чињеница;
- поштовање специфичности ресора културе и секторске припадности актера (јавни, приватни, цивилни);
- схватање да су стратешко опредељење, дугорочност и кохерентност предуслови за квалитетно вођење културне политике;
- схватање да демократска и прогресивна културна политика подразумева спремност на увођење нових метода и принципа рада и доношење нових институционалних и процедуралних решења.

Принципи *Стратегије* заснивају се на нормативном оквиру, чију окосницу чине Устав Републике Србије и Закон о култури Републике Србије, као и на вредносном оквиру међународних докумената у области културног развоја, у које спадају: *Универзална декларација о људским правима Уједињених нација*<sup>5</sup>, *UNESCO Универзална декларација о културној разноликости, Агенда 21 за културу*<sup>6</sup>, *Светска повеља о праву на град*<sup>7</sup>, *Бела књига о интеркултурном дијалогу* и *ICOMOS Повеља за интерпретацију и презентацију културног наслеђа*. У изради *Стратегије* коришћена су и документа *Национална стратегија за младе 2015–2025.* и *Стратегија одрживог развоја Новог Сада од 2016. до 2020. године.*

<sup>5</sup> [http://www.poverenik.rs/images/stories/Dokumentacija/54\\_Idok.pdf](http://www.poverenik.rs/images/stories/Dokumentacija/54_Idok.pdf) (преузето 16.08.2016).

<sup>6</sup> *Агенда 21 за културу* настала је договором градова и локалних управа широм света о посвећености људским правима, културној разноликости, одрживости, активної демократији и стварању услова за мир. Одобрена је Четвртим форумом локалних власти за друштвено укључење Порто Алгреа, одржаним у Барселони, 8. маја 2004, у склопу првог Заједничког културног форума. Град Нови Сад је *Агенду 21* усвојио 2010. године; међутим, с обзиром на чињеницу да ставке из овог документа нису обавезујуће, оне су се у пракси ретко разрађивале и примењивале. Један од алата предвиђен *Агендом 21* јесте и локална културна стратегија. ICIIP, „The ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites”, General Assembly of ICOMOS,

[http://icijp.icomos.org/downloads/ICOMOS\\_Interpretation\\_Charter\\_ENG\\_04\\_10\\_08.pdf](http://icijp.icomos.org/downloads/ICOMOS_Interpretation_Charter_ENG_04_10_08.pdf) (преузето 15.06.2016).

<sup>7</sup> <http://rumboahabitat3.ec/en/news/news/182-world-charter.html> (преузето 16.08.2016).

## **Задаци Стратегије**

*Стратегија* као документ настоји, пре свега, да усклади постојеће механизме и инструменте културне политике са потребама актера у култури и грађанима/грађанкама и да понуди решења за уочене проблеме. Задаци *Стратегије* су да:

1. препозна и дефинише приоритетна стратешка усмерења, као и кључне проблеме и правце решавања сваког од њих;
2. дефинише основне дугорочне правце културног развоја Града, усклађене са другим релевантним друштвеним и политичким областима;
3. одреди приоритетне јавне интересе у пољу културе;
4. одреди инструменте остваривања тих интереса и препозна актере у области културе и другим областима, који доприносе остваривању тих интереса;
5. одреди начине праћења, евалуирања и усклађивања стратешког деловања са актуелним потребама кључних актера.

## **Процес израде стратегије**

Град Нови Сад је процес израде *Стратегије културног развоја Града Новог Сада за период 2016–2026. године* започео крајем 2015. године, а процес је текао паралелно са већ започетом израдом Пријаве за Европску престоницу културе 2021. године. Тим који је координисао израду Нацрта, поред представника Града, чинили су: др Горан Томка, доц. др Ивана Волић и доц. др Предраг Цветичанин. Тим је иницирао партиципативни процес израде овог стратешког документа, што уједно представља и нову праксу у креирању јавне политике у Граду. Улога тима у самом процесу израде Нацрта био је да сачини и учини доступном базу неопходних улазних смерница (резултата истраживања поља културе Града), као и да окупи различите заинтересоване стране и тиме омогући што већи степен учешћа у процесу израде овог стратешког документа. На тај начин *Стратегија* представља уједињени резултат великог броја појединачних искустава, знања и увида.

Изради Нацрта претходило је *Теренско истраживање сектора културе Новог Сада* – прво систематско, дубинско истраживање овог типа у Новом Саду. Истраживање је представљало базу за креирање културне политике засноване на чињеницама, што чини један од основних постулата у домену савремене европске културне политике. Резултати овог истраживања налазе се на сајту: [www.bazakulture.rs](http://www.bazakulture.rs).

Како би се стекла полазна основа за даље истраживање, било је неопходно испитати три елемента културног сектора Града – културну политику (доносиоци одлука), продукцију (ствараоци) и партиципацију (публика) – унутар којих су мапирани и истражени важни проблеми и изазови. Циљ овако постављеног истраживања био је приближавање налаза процесу стратешког планирања и сугерисање могућих праваца стратешког деловања. У првом делу истраживања анализирана је културна политика Града у последњих десет година (2006–2015). Анализирани су сви расположиви документи, уступљени од стране Градске управе за културу, завршни рачуни Града, релевантни законски оквир, као и подаци о културној политици већег броја градова у окружењу. У другом делу су посматрани капацитети, потребе и ставови стваралаца на пољу културе. Електронски упитник попунило је 65 организација цивилног друштва и привредних друштава, као и осам установа културе, са територије Града.

У трећем сегменту истраживања посматрана је културна партиципација грађана и грађанки Новог Сада. Укупно 602 грађана учествовало је у телефонској анкети, док је њих 156 испунило електронски анкетни упитник. Подаци из другог и трећег дела обрађени су употребом статистичких алата, а за потребе истраживања израђен је специјализовани сајт на адреси: [www.bazakulture.rs](http://www.bazakulture.rs).

Како је на почетку речено, један од задатака тима за израду Нацрта био је да окупи различите заинтересоване стране и тиме омогући што већу партиципативност у процесу израде овог стратешког документа. С тим у вези је, у периоду од 4. до 23. маја, организовано пет округлих столова, на којима су учествовали: професори и асистенти са Академије уметности у Новом Саду, представници установа културе које делују на подручју Града, представници организација цивилног друштва, организатори градских манифестација и представници организација, завода и савета мањинских култура. Циљ округлих столова био је да се дође до оцене стања на пољу деловања поменутих актера, као и да управо ти актери дају смернице за побољшање датог стања, а све у домену расположивих инструмената културне политике. Свим учесницима постављена су иста питања, са нагласком на промену коју је могуће укључити у стратешки документ. Улога истраживачког тима на округлим столовима била је претежно медијаторска и састојала се у прикупљању и обједињавању процена стања и предлога. Након завршетка сусрета издвојени су проблеми актера сектора културе Града, при чему су неки општи и дотичу све групе (нпр. питање транспарентности конкурса и критеријума доделе средстава, партијске политизације културног сектора, мањка простора за културне садржаје, мањка садржаја ван центра Града, непостојања контролног тела за евалуацију пројеката и праћење развоја културе у Граду), а неки су специфични и односе се само на испитивану групацију (нпр. непостојање организационих грантова који би покривали трошкове инфраструктуре и плата запослених, који се још означавају и као трошкови „хладног погона“) – организације цивилног друштва; прелазак са буџетског на пројектно финансирање – манифестације; недигитализована грађа – музеји; недовољна комуникација између Градске управе и мањинских заједница. У току јуна 2016. године организован је округли сто са запосленима у Градској управи за културу и Чланом Градског већа за културу.

На основу исхода свих округлих столова, формиран су тематски опредељени стратешки правци који су послати свим учесницима на преглед и сугестије, како би се дошло до крајњег консензуса у вези са смерницама које би требало да се нађу у *Нацрту стратегије културног развоја Града*. Документ је, поред учесника, послат и онима који нису учествовали у округлим столовима, али су били заинтересовани да дају своје сугестије. Документ је постављен на *Google Docs* платформу, као и на сајт [www.bazakulture.rs](http://www.bazakulture.rs), како би сви заинтересовани имали могућност приступа. На овај начин омогућено је додатно уношење коменатара и сугестија.

Процес развоја *Стратегије*, који је, пре свега, био заснован на транспарентности, професионалности и партиципативности, сугерисао је промену уобичајених начина комуникације и доношења одлука у области градске културне политике. Као принципи иницирани у овом процесу, транспарентност и партиципативност представљају уједно пример и позив за даље вођење културне политике уз активну партиципацију свих актера на културном пољу Новог Сада.

# Стратешка опредељења и смернице културне политике

## 1. Партиципативна културна политика

**Партиципативност, транспарентност и демократичност у вођењу културне политике представља основно стратешко опредељење Града Новог Сада.** Према Закону о култури (члан 3), „демократичност културне политике“ представља једно од основних начела културног развоја. Међутим, овај принцип је у Закону недовољно одређен. Историјски, теоријски и практично, културна политика представља поље друштвеног деловања у оквиру којег различити политички субјекти, најчешће државни органи на различитим нивоима, утичу на обликовање културне праксе, потреба и навика, као и на стварање, циркулацију и рецепцију културних вредности, добара и услуга. **За разлику од ауторитарне, дискриминаторне и елитистичке, демократска културна политика подразумева такву улогу политичких субјеката којом они настоје да охрабре, омогуће и обезбеде равноправно остваривање права на културу свих грађана и грађанки.** Право на културу у себи садржи скуп права која се односе на приступ културним садржајима, ресурсима и знању, потребним за културно стваралаштво, слободу изражавања, слободу обликовања и изражавања културног идентитета, као и на слободу професионалног деловања и остваривања права на рад у сектору културе.

Међутим, демократска културна политика која представља опредељење ГУК-а, у свом пуном обиму подразумева да право на културу укључује и процес обликовања тог права, као и начин његовог остваривања. Другим речима, носиоци права на културу могу равноправно да учествују и у процесу дефинисања шта право на културу за њих значи. Културну политику схваћену на овај начин називамо партиципативном. **Партиципативност у било ком политичком деловању подразумева транспарентност процеса одлучивања, приступ свим информацијама од значаја за одлучивање, приступ ресурсима, просторима и процесима потребним за учешће у одлучивању, поверење у процес одлучивања и могућност утицаја на њега, одговорност свих доносилаца одлука за одлуке и њихове последице, као и учешће у обликовању самог процеса.** Партиципација је тако знатно више од приступа и интеракције, са којима се неретко изједначава.

Партиципација у вођењу културне политике подразумева укључивање што већег броја заинтересованих страна у доношење одлука у вези са стратешким правцима културног развоја и начинима његовог остваривања и подстицања. На практичном нивоу то подразумева креирање механизма који омогућавају проток информација од Градске управе ка осталим актерима и повратно, од актера у култури ка Градској управи. На овај начин се омогућава праћење деловања свих актера на пољу културе. Ово истовремено значи да Град Нови Сад настоји да инспирише, позове и укључи што већи број политичких субјеката у дијалог о питањима културног развоја, с намером да се у дужем року повећава моћ учешћа у дијалогу оних актера чија је моћ тренутно из

било ког разлога слаба. Коначно, партиципативна културна политика подразумева и да вођење културне политике није искључива надлежност ресора културе; она посматра културу као друштвену вредност од општег значаја, која се интегрише у широк спектар планских активности различитих ресора (као што су образовање, урбано планирање, комунални послови, привреда, омладина и спорт и други).

#### Визија:

*У конципирању културног развоја Града учествује велики број управа, установа, разноликих цивилних и приватних организација, неформалних група, грађанки и грађана који располажу информацијама а заинтересовани су за јавно добро, који имају потребу и прилику да учествују у јавним сусретима и конструктивним дебатама и међусобно активно сарађују у циљу континуираног, равномерног и инклузивног културног развоја Новог Сада.*

#### Уочени проблеми:

- комуникација између Градске управе и актера у култури није у довољној мери отворена, организована и фокусирана;
- непостојање јасних и јавности доступних критеријума, процедура и механизма за евалуацију рада установа културе;
- непостојање јасних и јавности доступних критеријума, процедура и механизма за евалуацију пројектних предлога;
- непостојање јасних критеријума, процедура и механизма за евалуацију реализованих пројеката подржаних на конкурсима: ефекти великог броја подржаних пројеката, као ни рад организација које стоје иза њих, нису видљиви након реализације пројеката;
- недовољна сарадња различитих ресора по питању планирања културног развоја, као и недовољно присуство културних актера у процесу планирања економског и друштвеног развоја;
- градска културна политика није заснована на анализама и истраживањима, односно не постоје поуздани и јавно доступни подаци о параметрима културног развоја, који пре свега укључују питања културне и уметничке продукције, управљања културним наслеђем, развоја културних потреба и остварења културних права грађана и грађанки;
- вођење културне политике не спроводи се на дугорочан, кохерентан и фокусиран начин.

#### Стратешка решења:

##### **1.1. Установити радно тело за културу као стални консултативни механизам између Управе и различитих актера**

Градска управа за културу у року од највише годину дана установљава радно тело за културу као перманентно тело за комуникацију између Градске управе/Члана већа за културу и свих релевантних актера у култури Града код којих постоји интерес за укључивање у процес планирања културног развоја. Ово тело има за сврху побољшање комуникације између свих актера у култури и стварање платформе на којој би се износили проблеми и предлагале одлуке и решења у области:

- селектовања чланова и рада комисија за избор пројеката за суфинансирање;
- доношења акционих планова и измена стратешких докумената;
- опредељивања просторних и других ресурса за културне делатности;

- планирања капиталних инвестиција и културну инфраструктуру;
- другим областима од значаја.

Принципи на којима се заснива рад радног тела за културу обухватају: јавност у раду, транспарентност и партиципативност свих актера ресора културе и одговорност ГУК-а за функционисање радног тела. Радно тело за културу ГУК сазива редовно, најмање једном годишње – у приликама у којима се доносе значајније одлуке за поље културе у Граду и у свим другим ситуацијама у којима Градско веће или ГУК процене да су консултације са актерима у култури потребне. Радно тело за културу сазива се и на иницијативу значајног броја актера у култури, у складу са њиховим потребама. Прецизно функционисање овог тела биће детаљније дефинисано Акционим планом, у року од годину дана од усвајања *Стратегије културног развоја Града Новог Сада*.

### **1.2. Обезбедити пуну транспарентност и одговорност процеса финансирања и суфинансирања пројеката у култури**

Без обзира на предмет финансирања, односно области која се подржава конкурсом, предвиђене промене у процесу одобравања финансијске подршке подразумевају:

- да су критеријуми за избор пројеката јасни, прецизни и видљиви свим заинтересованим странама;
- да су избор и рад комисије јавни и да су чланови комисије одговорни за поштовање принципа транспарентности, стручности и непристрасности;
- да комисију чине представници свих сектора културе у Граду и да је кључни критеријум за избор чланова њихова стручност и познавање локалног поља културе;
- да се оцене пројеката, заједно са информацијама о апликантима и сажецима пројеката, објављују на вебсајту ГУК-а;
- да се на истом месту објављују евалуације пројеката, које подразумевају не само образложење наменски утрошених средстава него и остварене резултате у складу са предлогом пројекта и критеријумима, што омогућава увид и оцену јавности о адекватности јавне подршке;
- да постоји јасан и доследан механизам дисквалификације организација које нису задовољиле критеријуме и испуниле наведене циљеве;
- да се поштују законске норме у вези са роковима објављивања резултата о додели средстава.

### **1.3. Установити комуникацијску платформу у оквиру које се евалуира, планира и презентује градска културна политика**

У току прве године имплементације *Стратегије*, ГУК организује прву конференцију, посвећену најзначајнијим дешавањима на пољу градске културне политике. Конференција се организује једанпут годишње, по потреби у сарадњи са радним телом за културу, спољним сарадницима и извођачима. На конференцији се износе анализе, извештаји и планови ГУК-а и јавних установа, презентују се пројекти и програми који указују на примере успешне и добре праксе, организују се сусрети и умрежавања различитих актера (прилика за сусрет новооснованих и етаблираних организација, организација из различитих области и слично), воде се усмене дебате и дискусије о тренутном стању и будућим кретањима на пољу културе у Граду. У одлучивању о програмском садржају конференције учествују представници различитих организација у култури.

#### **1.4. Унапредити сарадњу између културе и осталих градских ресора**

Град Нови Сад подстиче и охрабрује међуресорну сарадњу различитих управа и јавних предузећа и подржава сусрете при којима се тежи укључивању културних питања у шире урбане процесе (просторно планирање, становање, саобраћај, привреда и туризам, образовање и друго). На овај начин постиже се да култура, схваћена у ширем смислу, интервенише и у оквиру других градских ресора, чиме се унапређују парадигме постојећег унутарресорног планирања појединачних области градског живота. Допринос оваквог планирања огледа се у директном и индиректном интегрисању културних вредности локалне заједнице у широк спектар планских активности различитих ресора. Град ће подстицати и иницирати веће пројекте, који ће захтевати комуникацију са представницима и представницама других ресора и који ће моћи да дају предлоге из свог домена.

#### **1.5. Допринети отварању и приступачности установа културе**

Установе културе се обавезују на транспарентно управљање које подразумева јасно и видљиво објављивање извештаја, евалуација, стратешких планова и програма. Град обавезује установе да у року од три године израде дугорочне стратешке планове. У процесима стратешког планирања учествују представници публике, цивилног сектора у култури и самосталних делатника у култури. Град обезбеђује потребна средства за израду стратешких планова који укључују едукацију, спољашње саветовање и друго. Избор за чланове управних одбора установа спроводи се на транспарентан начин, у складу са Законом.

#### **1.6. Створити информациону базу за вођење културне политике**

Град настоји да одлуке које доноси на пољу културне политике буду засноване на релевантним, поузданим и савременим увидима и расположивим информацијама. У том циљу, иницира и финансира периодична теренска истраживања и анализе стања у области културе, која, између осталог, покривају:

- различите аспекте функционисања јавних установа културе;
- различите аспекте функционисања организација цивилног друштва у култури, као и услове рада самосталних уметника, уметница и уметничких колектива;
- нивое културне партиципације грађана и грађанки и баријере за учешће у културном животу;
- анализе инструмената културне политике и ефекте различитих инструмената, укључујући и конкурсе за суфинансирање пројеката у култури;
- и друго.

Истраживања се реализују најмање једном у пет година, или чешће, у ситуацијама доношења важних стратешких одлука у култури.

#### **1.7. Јачати капацитете Градске управе за културу**

Тренутни услови рада у ГУК-у онемогућавају Управу да доприноси партиципативности културне политике. Недостајући ресурси односе се на:

- просторне ресурсе;
- кадровске ресурсе, који укључују и едукацију, умрежавање и тренинг запослених;
- комуникацијске ресурсе.

Оснаживање ГУК-а има за циљ да Управа постане агенс сарадње, умрежавања и комуникације између различитих актера, између осталог, да покрене вебсајт за објављивање: информација о свом раду, позива на конкурсе, информација о значајним дешавањима у области градске културе, евалуације рада градских јавних установа културе, образложења и евалуација предлога пројеката пристиглих на конкурсе и друге информације од значаја за јавност. Због кључног значаја ГУК-а за координацију партиципативних процеса у вођењу културне политике, Град Нови Сад је посвећен јачању капацитета Градске управе за културу.

## 2. Културе у дијалогу

UNESCO *Универзална декларација о културној разноликости* препознаје да је свако друштво културно разнолико те да је „разноликост култура за људски род исто тако неопходна као што је природна разноликост за живи свет” (члан 1). Међутим, неретко је највеће достигнуће у остваривању културне разноликости мирна коегзистенција различитих група које међусобно размењују мало или нимало. Овај увид је полазна основа *Беле књиге о интеркултурном дијалогу*, коју је Народна скупштина Републике Србије усвојила 2008. године, а која настоји да афирмише однос између разноликих култура, као више од уважавања туђег права на различитост. Интеркултурни дијалог претпоставља поштовање, заинтересованост и способност уласка у отворен и мирољубив дијалог са другима. Он такође претпоставља да су сваки грађанин и грађанка истовремено припадници мноштва колективитета, те да поседују вишеструке културне идентитете. *Бела књига* сугерише да „нико не треба да буде заточен против своје воље у једној групи, заједници, систему мишљења или погледу на свет”. Овако схваћена разноликост превазилази искључиве и упрошћене идентитете и посматра разноликост у свим видовима – од националне и етничке, преко сексуалне, родне и телесне, до верске, језичке, културне, естетске, социјалне и друге. Такође, однос између различитих култура не своди се на изложеност или сензацију површним аспектима туђе културе, већ на дијалог и заједничко учешће у обликовању друштвене, економске и политичке реалности.

Осим универзалног људског права, културна разноликост представља потенцијал за изградњу идентитета Града и његову промоцију, као и ресурс за стварање нових економских вредности и њихову размену са другим срединама, кроз производњу и циркулацију различитих уметничких, културних, туристичких, прехрамбених, одевних и других вредности, производа и услуга. Културна разноликост је и политички потенцијал јер омогућава успостављање релација и унутар заједнице, као и са другим заједницама. Коначно, интеркултурни дијалог унутар културно разноликог друштва доприноси изградњи солидарности, разумевања и друштвеној кохезији. Због свега наведеног, **стратешко опредељење Града Новог Сада јесте промоција и подстицање културне разноликости и интеркултурног дијалога.**

### Визија:

*Знање о другим културама је доступно и доприноси трајном међусобном препознавању и разумевању вредности различитих друштвених група, на основу чега се уважавају потребе и пракса другачијих културних заједница, што све заједно доприноси динамичном и богатом културном животу Града Новог Сада.*

### Уочени проблеми:

- непрепознавање вредности различитих друштвених група као културног и друштвеног ресурса;

- одсуство познавања и разумевања потреба и праксе другачијих културних заједница;
- недовољна комуникација између различитих друштвених група.

#### Стратешка решења:

##### **2.1. Подржати развој интеркултурне осетљивости и културних садржаја**

Поседовање знања о другим културама, као и сензибилност за препознавање и разумевање потреба и праксе која долази из другачијег културног миљеа, представљају кључне претпоставке за интеркултурни дијалог. И осетљивост и знање усвајају се у окружењу одрастања и личног развоја, кроз различите програме учења, размене и излагања разноликим идентитетима. Управо су културне институције и организације, као и програми које креирају, простори за усвајање ових знања и сусрете који имају за циљ повећање осетљивости на културну разноликост у свим својим манифестацијама. Због изузетне важности дијалога и интеркултурне размене, ови принципи се усвајају као темељне вредности рада Градске управе за културу и установа културе. У том циљу, културна разноликост програма и посвећеност изградњи интеркултурне осетљивости и знања уводе се као критеријуми у оцену и евалуацију рада јавних установа културе и пројектних предлога.

##### **2.2. Унапредити сарадњу са организацијама националних заједница**

Културни садржаји који настану успостављањем сарадње са организацијама националних заједница и креирањем заједничких садржаја, заснованих на равноправним односима, намењени су не само припадницима мањинске културе него свим групама, чиме се постиже динамика и интеркултурни дијалог. Под културним садржајима не мисли се само на светковине, фестивале и манифестације, како је до сада био случај, него и на пројекте који ће, поред припадника мањинске културе, омогућити и учешће осталих друштвених група, чиме ће се створити основа за дубинско упознавање и промишљање заједничке друштвене реалности. Унапређивање сарадње подразумева и укључивање представника и представника организација националних заједница у рад комисија, радних тела и других форми одлучивања у области културне политике.

##### **2.3. Унапредити интердисциплинарску сарадњу у циљу повећања интеркултурне осетљивости и знања**

У недостатку непосредних искустава, образовни програми и медијски садржаји кључни су извори знања и представа о другим културама и заједницама. Због тога је интеркултурна осетљивост ових садржаја од пресудне важности за разумевање других. Стога, Град подстиче и подржава све културне делатнике, а нарочито установе културе, да остварују сарадњу са медијским и образовним установама и организацијама и реализују заједничке пројекте и дугорочне програме који ће допринети разумевању, познавању и активној комуникацији припадника и припадница различитих група и заједница које живе у Граду. Подстицање интеркултурне осетљивости један је од значајних критеријума за подржавање предлога пројеката и програма установа и организација у култури, од стране Града.

##### **2.4. Подстаћи креирање космополитског идентитета Града**

Нови Сад се неретко представља као мултикултурна престоница Србије, јер у њему живи и ради велики број националних заједница, чије наслеђе и савремено стваралаштво обогаћује културни живот у Граду. Међутим, поред националних заједница, у Новом Саду постоје и друге заједнице које своје културне изразе не

темеље на етничком идентитету, него на језику, интересовањима, заједничким вредностима, сексуалном опредељењу, роду, специфичним телесним ограничењима и другом. Сви ови појединачни идентитети важни су за постојање ширег, космополитског идентитета којем Град тежи. Из тог разлога, осим поштовања права на културну разноликост постојећих, препознатих националних заједница у Граду, тежи се препознавању и уважавању и осталих присутних заједница. Истовремено се тежи охрабривању и подстицању дијалога и сарадње између ових заједница и организација које их заступају. Тиме се настоји омогућити континуирано стварање још динамичније и отвореније културе Града и осећаја припадности, слободе и уважавања свих грађана и грађанки, без обзира на њихову културну праксу, потребе и навике.

### 3. Учешће грађана и грађанки у културном животу

Појам учешћа грађана у грађанки у културном животу почива на Члану 27. *Универзалне декларације о људским правима Уједињених нација*, који каже да *свако има право да слободно учествује у културном животу заједнице, да ужива у уметности и да учествује у научном напретку и у добробити која отуда проистиче*. Учешће у културном животу једног града може имати веома различите манифестације – од поузданог и доступног информисања о културним дешавањима, преко посете изложбама, предавањима, трибинама, представама и перформансима, концертима и фестивалима, до учешћа у креативним радионицама, аматерским друштвима и волонтерским програмима у организацијама и институцијама културе. Као што је речено на почетку, културна партиципација представља неotuђиво право сваког грађанина и грађанке. Међутим, учешће у културном животу није само право него и могућност и прилика за лични и колективни развој. У зависности од контекста, културних потреба и навика публике, учешће у културном животу може произвести бројне позитивне ефекте<sup>8</sup> међу којима су:

- развој рефлексивности и боље сопствено разумевање;
- развој креативних вештина и талената;
- повећање самопоуздања и способности изражавања;
- допринос менталном и физичком здрављу и субјективном осећају благодња;
- више самопоуздања и бољи успеси у школи за младе, као и осећај припадности и активности за особе трећег доба;
- боље разумевање и критичко преиспитивање сопственог окружења;
- развој политичке агенности и активног и ангажованог односа ка друштву;
- развој емпатије и разумевања других;
- развој вештина неконфликтне комуникације и размене;
- осећај припадности заједници и одговорности за сопствено природно и културно окружење.

Међутим, да би учешће у културном животу могло да остварује свој еманципаторски и развојни утицај, неопходно је да разнолики културни садржаји буду доступни различитој публици. Како се види у резултатима теренског истраживања, културна партиципација се осетно смањује како се место боравка удаљава од центра града. Такође, честа баријера за партиципацију у култури је непријатност и осећај неприпадања културним дешавањима и просторима, што се може приписати неразвијености културних навика и неједнаком приступу образовању. Велики број грађана пожелео је већи број културних дешавања, нарочито радионичког типа, у оквиру којих ће имати активнију улогу.

На путу ка равноправном и разноликом учешћу свих грађана и грађанки у културном животу неопходно је учинити културне и уметничке садржаје приступачнијим на неколико начина. Најпре, неопходно је уклонити физичке баријере, односно учинити да физички приступ културним просторима и садржајима буде обезбеђен за све грађане и грађанке, без обзира на њихова ограничења и потребе у погледу кретања и сензорног

---

<sup>8</sup> Geoffrey Crossick & Patrycja Kaszynska, *Understanding the value of arts & culture : The AHRC Cultural Value Project*, Arts and Humanities Research Council, <http://www.ahrc.ac.uk/documents/publications/cultural-value-project-final-report/> (преузето 15.06.2016).

доживљавања културних садржаја. Потом, важно је уклонити географске баријере и учинити да културни садржаји буду доступни свим грађанима и грађанкама без обзира на њихово место пребивалишта – како кроз просторну децентрализацију културне понуде тако и кроз развијање јавног и доступног транспорта. Понуђачи културних садржаја такође би требало да буду осетљиви на финансијске баријере са којима се среће потенцијална публика и да уложе напоре да се те баријере превазиђу различитим погодностима, попустима и програмима волонтирања. Коначно и најзахтевније, слободно учешће у културном животу подразумева постојање развијене и задовољене културне потребе; односно да се грађани и грађанке осећају позвано, пријатно и довољно компетентно да као публика, или као ствараоци, учествују у културним дешавањима. Поменуте баријере, шире гледано, производе не само проблем приступа култури, већ доприносе репродукцији друштвених разлика, подела и неједнакости. Уклањање наведених баријера и подстицање културне партиципације подразумева континуирано грађење друштвено осетљивих, компетентних културних организација и установа које активно промишљају стратегије интерпретације и рецепције својих програма од стране различитих група, укључујући и оне које се налазе на маргини друштва.

Имајући у виду наведене користи и препреке за учешће у културном животу, **стратешко опредељење Града је да подстиче све културне актере који настоје да превазиђу различите баријере за културну партиципацију и развију културне потребе и навике различитих група грађана и грађанки.**

#### Визија:

*Грађани и грађанке не доживљавају физичке, географске, финансијске и социјалне баријере за учешће у културном животу, у који су активно укључени као публика и као ствараоци.*

#### Уочени проблеми:

- културни садржаји су просторно централизовани и грађани и грађанке који станују ван центра Града у значајној мери мање учествују у културном животу<sup>9</sup>;
- програми анимације и медијације су недовољно присутни у раду установа и организација;
- недовољна видљивост и понуда аматерских културних и уметничких садржаја за разнолике групе грађана;
- недовољно присуство културних садржаја у медијским и школским програмима;
- неприступачност простора и садржаја особама са инвалидитетом.

#### Стратешка решења:

### **3.1. Успоставити бољу сарадњу између образовних и културних организација и установа**

Изложеност културним садржајима у најранијем добу одлучујуће утиче на развој културних потреба и навика у каснијем животу. Због тога, кроз конкурсе за суфинансирање и финансирање програма, ГУК подстиче сарадњу културних установа и организација са школама на територији Града.

---

<sup>9</sup> Види: Томка, Волић, Цветичанин, наведено дело.

### **3.2. Успоставити бољу сарадњу између медија и културних актера**

ГУК подстиче сарадњу и заједничку продукцију медијских садржаја на тему културе и уметности. Пројекти сарадње су препознати и позитивно се оцењују у оквиру конкурса за културно стваралаштво и јавно информисање.

### **3.3. Охрабрити понуду културних садржаја ван центра Града**

Стратешки циљ ГУК-а је да омогући свим грађанима и грађанкама, без обзира на место становања, равноправно учешће у културном животу. У том смислу, ГУК препознаје и подржава организације које делују у срединама удаљеним од културних средишта. Такође, ГУК подстиче установе културе да унапреде сарадњу са цивилним организацијама које делују у заједницама просторно удаљеним од центра Града. Коначно, ГУК подржава искорак осталих културних делатника ка просторима и групама које имају отежан приступ културним садржајима.

### **3.4. Подржати развој анимацијских и медијацијских програма**

Једна од најважнијих баријера за културну партиципацију јесте недостатак знања и вештина за тумачење уметничких дела и културних садржаја, нарочито оних који долазе из временски или просторно удаљених контекста. Излагачи културних и уметничких садржаја, отуда, поседују одговорност да потенцијалној публици омогуће да, усвајањем потребних знања, успоставе однос са презентованим уметничким и културним садржајима. Град подстиче програме културне анимације и медијације (радионице, предавања, прикази, мобилне апликације и слично) како кроз редовно финансирање установа културе чији је оснивач, тако и кроз конкурсе за суфинансирање програма и пројеката у области културе, у оквиру којих осетљивост за рецепцију садржаја постаје један од кључних параметара за оцену.

### **3.5. Значајније подржати аматерско стваралаштво**

Значај аматерског стваралаштва је, пре свега, у развоју и задовољењу културних потреба и навика грађана и грађанки. У савременом цивилном друштву важан је „аматерски и волонтерски” аспект, односно „деекспертизација”, или нагласак на активностима вођеним од стране локалних заједница и коришћење ресурса заједница, што подразумева повећање организационог капацитета за мобилисање локалне заједнице и обезбеђивање улоге неексперата.<sup>10</sup> Савремени приступ културној политици подразумева изједначавање вредности уметничке продукције са традиционално схваћеном дифузијом културе у културним институцијама. Већа пажња придаје се процесу у односу на резултат и вреднују се како професионална тако и аматерска уметничка и културна пракса.<sup>11</sup>

### **3.6. Прилагодити просторе и садржаје грађанима и грађанкама са инвалидитетом**

Сви културни простори треба да имају прилагођен приступ особама са инвалидитетом, где је неопходно не само уклонити физичке баријере, него и прилагодити приступ свим грађанима и грађанкама, без обзира на њихова ограничења и потребе у погледу кретања и сензорног доживљавања културних садржаја (прилагођеност особама у количима, слабије покретним, слепим и слабовидим, глувим и наглувим особама).

### **3.7. Заштитити и одговорно користити јавне просторе**

Јавни простор се у контексту ове стратегије посматра као физички простор, схваћен кроз заједничко добро које се тумачи као нематеријална вредност, а која настаје кроз

<sup>10</sup> S. Nikolin i dr., „Karakteristike trećeg sektora u Srbiji”, u B. Petrović, *Civilno društvo i nevladin sektor* (Beograd: Čigoja, 2002) 119–137.

<sup>11</sup> F. Matarasso, *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts* (UK: Comedia, 1997).

разлике, комуникацију и друштвено искуство.<sup>12</sup> Насупрот приватном–личном и приватном–комерцијализованом простору, јавни простори служе као јавна добра која омогућују друштвену комуникацију, приступачна су и отворена за све. У јавном простору, кроз уклањање физичких и психолошких баријера, долази како до интеракције различитих друштвених група које живе у Граду, тако и до високог степена интеракције између грађана и физичких структура.<sup>13</sup> На овај начин се потврђују и преплићу идентитети различитих друштвених група, чиме се, поред начелне, реализује и фактичка подршка културној разноликости и интеркултурном дијалогу. И *Агенда 21* истиче промовисање јавних простора Града и подстицање њиховог коришћења у сврхе културе, друштвене коегзистенције и интеракције, као и подстицање неговања естетике јавних простора и колективних добара. С тим у вези, стратешко опредељење Града је да подстиче употребу јавних простора код различитих група грађана, и то не само кроз право слободног приступа него и кроз коришћење, индивидуално или колективно.

---

<sup>12</sup> E. Jurcan, „Babel2talk, Pulska grupa”, na *Babel, independent biennale of critical housing*, [www.babelbabel.net](http://www.babelbabel.net) (preuzeto 6. avgusta 2012).

<sup>13</sup> D. Veselinović, „Art in Public Spaces as a Means for Placemaking”, u *Balkan contemporary magazine*, 2012, 11–15.

## 4. Аутентично и слободно савремено стваралаштво

Професионално уметничко и културно стваралаштво од великог је значаја за културни, друштвени и економски живот једне заједнице. Као прво, савремено стваралаштво представља преко потребни простор слободе изражавања и деловања. Слобода стваралачког изражавања подразумева могућност одступања од очекивања, утицаја и захтева било ког канона, конвенције или институције, без обзира да ли се ради о привредним, политичким, образовним, научним, верским или другим субјектима, у границама прихваћене законске норме. Слобода изражавања укључује промишљање и критику идеологија које различито вреднују људе и заједнице, спрам њихове етничке, конфесионалне, родне, језичке или друге припадности. Слободно изражавање такође подразумева могућност да се културне вредности и садржаји могу вредновати на различите начине, који нису нужно у складу са тренутним тржишним или доминантним политичким вредностима. Коначно, слобода захтева одсуство сваког вида дискриминације, цензуре и забране мишљења, изражавања или деловања, као и стварање амбијента за слободно изражавање. Амбијент за слободно стваралаштво, поред недвосмислене осуде дискриминације и заштите права на изражавање, подразумева и обезбеђивање подстицаја и подршке за професионално бављење уметношћу и другим делатностима у култури.

Као што је већ наведено, учешће у културним дешавањима производи бројне позитивне ефекте за грађане и грађанке, међу којима и бољи увид у окружење, разумевање себе и критичку рефлексију у односу на дато окружење. Међутим, ово је могуће само уколико садржаји који се нуде и чија се продукција подржава представљају аутентичан израз стваралаца који делују унутар локалне средине. Вредност културних манифестација и програма који презентују глобалне и међународне садржаје такође је велика, али без садржаја насталих у локалном контексту култура и уметност у значајној мери губе свој критички и покретачки потенцијал за посматрану заједницу. Отуда, вредност културног и уметничког стваралаштва јесте и критичка рефлексија друштвених односа, норми и праксе, која је део самог стваралачког процеса и презентације његових исхода. Стварајући уметничка дела, уметници представљају свој поглед на свет у којем живе, чиме нуде другачију перспективу и пропитују монолитну слику друштвене реалности. Због тога је важно да постоји баланс унутар локалне политике између подршке продукцији локалних садржаја и оних који долазе из других средина.

На крају, окосницу културног идентитета једног града чине управо вредности, идеје, простори и артефакти настали као последица уметничког и културног стваралаштва. Сваки град који настоји да створи препознатљив и аутентичан идентитет мора да подржава аутохтону, локалну уметничку и културну продукцију која је у стању да понуди аутентичан израз и тиме ствара идентитет места. Отуда, стратешки интерес Града је да, на једној страни, буде привлачно место за рад и живот уметника и културних делатника, а на другој, да подстиче излагање и промоцију културних садржаја креираних од стране локалних културних и уметничких стваралаца.

У том циљу, **стратешко опредељење Града је да подстакне и подржи деловање самосталних културних стваралаца, културних организација и група који допринесе стварању препознатљиве, аутентичне и слободне културе Града Новог Сада.**

Визија:

*Аутентична локална уметничка и културна продукција и слобода стваралачког изражавања подстичу се на различите начине: кроз интензивну сарадњу и решавање проблема са којима се уметници и културни радници сусрећу, а на основу чега је Нови Сад привлачно место за њихов рад и живот.*

Уочени проблеми:

- већина организација цивилног друштва у култури не поседује адекватан простор за стварање и излагање;<sup>14</sup>
- поједине јавне установе културе немају адекватан простор;
- млади уметници тешко започињу своју самосталну каријеру;
- самостални уметници тешко проналазе средства потребна за продукцију;
- сарадња између јавних институција културе и организација цивилног друштва и појединаца није на довољно високом нивоу;
- непостојање средстава за финансирање организационих трошкова организација цивилног друштва;
- смањење средстава за уметничку продукцију на градском конкурс;<sup>15</sup>
- спорадично постојање рестриктивне и цензорске праксе.

Стратешка решења:

**4.1. Обезбедити просторе за уметничку продукцију и културно стваралаштво**

Велики број неискоришћених празних простора у Граду представља претњу по безбедност грађана, нарушава изглед урбаних зона и отежава заштиту оних простора који су препознати као део културне баштине. Истовремено, многи културни делатници стварају у просторима који не одговарају њиховим потребама и потребама њихове публике. Због тога, у сарадњи са надлежним градским управама, установама и културним ствараоцима којима је простор неопходан, Градска управа креира евиденцију простора који се могу користити за културно и уметничко стваралаштво. Евиденција се објављује на сајту ГУК-а и ажурира у складу са сазнањима од надлежних јавних предузећа и установа о расположивости и намени тих простора. Евиденцију прати и приказ процедура и могућности закупа и уређења простора за делатнике којима је простор потребан. У складу са опредељењем да буде препознатљив по својој културној и уметничкој продукцији, Град тежи да обезбеди довољан број простора за све релевантне културне делатнике.

**4.2. Развити снажнију подршку за продукцију неафирмисаних уметника**

Град препознаје специфичност положаја младих уметника који још увек нису део културне сцене и развија инструменте културне политике којима подржава њихово стваралаштво, едукацију, повезивање са препознатим актерима у земљи и

<sup>14</sup> Томка, Волић, Цветичанин, наведено дело.

<sup>15</sup> Исто.

иностранству. На тај начин, млади, талентовани уметници не улазе у неравноправни такмичарски однос са великим културним организацијама.

#### **4.3. Унапредити положај самосталних уметника и уметница**

Како би се остварила богатија и препознатљивија савремена уметничка продукција у Граду, Град Нови Сад настоји да унапреди услове за рад самосталних уметника и уметница и у сарадњи са професионалним и струковним удружењима уметника. Пружањем подршке овим организацијама и упознавањем са потребама самосталних делатника у култури, Град препознаје право самосталних уметника и културних делатника на професионално деловање.

#### **4.4. Развијати установе културе као платформе за деловање ванинституционалних актера**

Док установе културе одликује постојаност и континуитет у деловању, цивилне организације су изложене турбулентним околностима по питању организационих трошкова (простор и режијски трошкови), средстава намењених за хонораре ангажованих чланова и средстава за пројектне и програмске активности. Стога, стратешко опредељење ГУК-а јесте даље приближавање цивилног и јавног сектора у култури, како би се оптимизовало коришћење ресурса и обогатио садржај јавних установа. Управа, отуда, предлаже установама културе да у свој рад у облику различитих саветодавних тела, мрежа сарадње и другог укључују удружења, самосталне ствараоце и неформалне групе. Отвореност ка ванинституционалним актерима је важан сегмент у евалуацији рада културних установа.

#### **4.5. Обезбедити подршку организацијама цивилног друштва**

ГУК препознаје потребе за финансирањем дела текућих расхода и издатака (раније у тексту означених као организациони или трошкови „хладног погона“), који обухватају простор, режијске трошкове и плате запослених, а који се тренутно не финансирају нити суфинансирају у оквиру конкурса ГУК-а. У вези са тим, ГУК тежи да обезбеди буџетска средства која би била намењена суфинансирању ових трошкова, како би организације које континуирано реализују своје пројекте унапредиле своје програмске и пројектне активности. Поред наведеног, ГУК наставља сарадњу са организацијама цивилног друштва, како би се заједнички радило на оснаживању овог сектора, чиме се успоставља нова пракса комуникације на релацији јавно-цивилни сектор у култури.

## 5. Жива културна баштина

Значај културног наслеђа наглашен је у *Стратегији одрживог развоја Новог Сада од 2016. до 2020. године*, у оквиру две приоритетне области – урбани и друштвени развој. У обе области истакнуто је да је мисија Града очување културног наслеђа, што је операционализовано специфичним циљевима и конкретним активностима. С обзиром на то да је једна од надлежности Градске управе за културу обезбеђење заштите културних добара од значаја за Град, од пресудног је значаја дефинисати кључне претпоставке и правце деловања у вези са културним наслеђем.

Међутим, имајући у виду савремене херитолошке теорије, политику и праксу, *Стратегија* настоји да приступ наслеђу прошири и, поред заштите, укаже на важност развоја наслеђа и развоја кроз наслеђе. У том смислу наслеђе се дефинише као скуп разноликих вредности и значења свих појединаца, група и заједница, које настају као последица динамичног и вишезначног процеса баштињења. Као такав, процес баштињења је, пре свега, стваралачки процес, у оквиру којег се једнака важност поклања заштити и дугорочном, одрживом коришћењу наслеђа. Наслеђе, тако, представља основу за изградњу личних и колективних идентитета, ресурс за културни, економски и друштвени развој и место сусрета различитих заједница. Отуда је право на културно наслеђе основно право сваке групе или појединца.

На овај начин схваћено културно наслеђе помера фокус са заштите наслеђа као искључиве обавезе надлежних институција на целовит и интегрални принцип управљања баштином, који подразумева право на учешће и одговорност свих грађана, њихових удружења, политичких представника и широког круга релевантних институција и организација. Истовремено, културно наслеђе постаје простор за размену мишљења, ставова и делатну сарадњу по питању сећања, изградње идентитета и друштвених односа.

**Из наведених разлога, Град Нови Сад настоји да подстакне и подржи активан однос свих културних актера, као и грађанки и грађана, ка процесима стварања, заштите и коришћења динамичне, разнолике и вишезначне културне баштине Града.**

### Визија:

*Културна баштина је изашла из домена прошлости и искључиве надлежности институција и Градске управе и интегрисана је у савремени живот грађана и грађанки, који, заједно са институцијама и другим заинтересованим актерима, учествују у његовом интегралном управљању и коришћењу, уз уважавање свих појединачних и колективних идентитета везаних за материјалну и нематеријалну баштину.*

### Уочени проблеми:

- грађани и грађанке су недовољно ангажовани и укључени у процесе заштите и управљања културном баштином;

- сарадња различитих градских институција на овом плану је спорадична и слаба;
- заштита културног наслеђа доживљава се као искључива одговорност Градске управе и надлежних институција;
- пракса везана за (поготово непокретно) културно наслеђе заснива се на идеји техничке заштите, док су развој, коришћење и друштвена заштита неразвијене;
- програми едукације различитих група грађана о културном наслеђу Града и начинима његовог одговорног коришћења нису доступни;
- сарадња са туристичким сектором, културном и креативном индустријом, образовањем, науком и другим гранама, по питању заштите и коришћења баштине на ниском је нивоу.

#### Стратешка решења:

##### **5.1. Јачати праксу управљања културним наслеђем, која повезује његово одрживо коришћење и развој Града**

Град подстиче, пре свега, установе заштите и друге релевантне установе, ресоре и секторе да у процесима управљања културном баштином ставе већи фокус на њено коришћење, управљање, одржавање, интерпретацију, адаптацију и доступност. Ово подразумева подстицање израде стратешких и планских докумената, као што су планови управљања, акциони планови, бизнис планови, студије изводљивости, планови интерпретације, едукације, туристичке промоције и слично, као саставни део процеса рестаурације и конзервације, како би се осигурало да инвестирање у заштиту баштине активно допринесе дугорочном развоју Града.

##### **5.2. Успоставити међуресорну и међусекторску сарадњу и заједничко деловање различитих актера на пољу управљања културном баштином**

Град подстиче пројекте који подразумевају сарадњу јавног, приватног и цивилног сектора из области заштите и коришћења културне баштине, чиме се ствара комплементарни приступ овом пољу. Надлежност завода за заштиту споменика културе, архива, библиотека и музеја јесте да процењују, анализирају, израђују студије и дају препоруке за заштиту и употребу различитих типова материјалног и нематеријалног културног наслеђа. Повезивањем са удружењима и приватним иницијативама, ове институције реализују пројекте и ван своје основне делатности, који за циљ имају унапређење и промоцију културне баштине. На овај начин се, кроз вертикално ресорно повезивање, доприноси активирању и популаризацији културне баштине. Заштита културне баштине и институције које се баве овом делатношћу званично припадају ресору културе; међутим, баштина је неодвојив елемент урбаног планирања и развоја друштвених активности јер препознаје и тумачи елементе прошлости у контексту садашњости и планирања будућности. Сектор културног наслеђа је, тако, неодвојив од урбаног планирања, образовања, науке и развоја привреде, туризма и креативне индустрије. Град, зато, обавезује све установе над којима је надлежан на све облике сарадње која, поред заштите схваћене кроз конзерваторске активности, афирмише и промовише стварање и активну и одговорну употребу културног наслеђа Града.

##### **5.3. Јачати капацитете организација цивилног друштва како би се укључиле у процес заштите и одговорног коришћења културног наслеђа**

Организације које покрећу грађанке и грађани у циљу селекције, истраживања, документовања, заштите, интерпретације, промоције и презентације баштине, од изузетног су значаја за Град. Иницијативе локалних удружења, које се баве очувањем

специфичног сегмента наслеђа, доприносе проширивању поља наслеђа. Различитим грађанским акцијама, а поготово употребом метода које нуди партиципација и краудсорсинг (енг. *crowdsourcing*) у дигиталном простору, ове организације значајно обогаћују процес баштињења. Због тога Град настоји да финансијски и симболички подржи и оснажи програме и делатности ових организација кроз конкурсе, консултације и састанке, као и кроз њихову активнију сарадњу са установама које се баве наслеђем – од завода за заштиту, преко архива до музеја, библиотека и галерија.

#### **5.4. Едуковати, оснажити и укључити грађане у процесе стварања, ревитализације и очувања културне баштине**

Наслеђе представља скуп вредности, који је другачији за сваког грађанина и грађанку. Комуницирање значења и вредности, и истицање разноликости личних идентитета везаних за наслеђе важни су у његовом оживљавању и приближавању свакодневном животу грађана. Да би знали да га поштују и активно користе уз свест о нужности пажљивог поступања, неопходно је активно радити на едукацији, првенствено школске деце и младих, у вези са наслеђем, његовим званичним, историјском наративима, али и личној историји знаменитих или мање познатих грађана. Потребно је успоставити директнију и континуирану сарадњу између установа заштите, удружења грађана и образовних установа, ради учења о наслеђу, али и коришћења наслеђа у оквиру школских курикулума, од нивоа основне школе до факултета. Важно је да едукација буде „жива” и динамична, да људе укључује у креирање различитих садржаја и да подстиче стваралачки и промишљајући однос према наслеђу. Пројекти који, поред приче о наслеђу, укључују волонтеризам грађана, рад и стваралаштво на терену, значајни су из разлога стварања везе са баштином, проширивања опсега баштине и могућности комбиновања материјалне и нематеријалне баштине и њихове савремене интерпретације. Тако Град подстиче и охрабрује програме и пројекте који се баве културним наслеђем и теже да активно укључе грађане и грађанке у процесе истраживања, интерпретације, заштите и одговорног коришћења културног наслеђа.

#### **5.5. Подстаћи откривање и употребу заборављених простора и коришћење културне баштине као инспирације за савремено стваралаштво**

Велики број објеката градитељског наслеђа, неретко и оних законом заштићених као споменика културе, изложен је немару и пропадању. Неки од њих су, услед небриге или недостатка средстава, значајно девастирани, а неки чак и урушени. Иако поседују фактички историјски, архитектонски и културни значај, многи од ових објеката стоје запуштени и невидљиви за грађане. На тај начин скривени су и делови културне историје Града, чиме он постаје сиромашнији за још један део свог идентитета. „Заборављени” простори, на срећу, нису заборављени и у архитектонској и конзерваторској литератури, као ни у архивској грађи. Добра полазна основа је постојање података и грађе о просторима који су угрожени, девастирани или срушени. Откривање ових података, њихов излазак из херметичког простора књига, студија, научне и стручне литературе, и коришћење као инспирације и ресурса за савремено стваралаштво и едукацију, допринело би продужењу њиховог физичког живота, а на дужи рок омогућило и њихову лакшу и сврсисходнију обнову и нову намену.

#### **5.6. Подстаћи дигитализацију културне баштине и стварање заједница окупљених око наслеђа Града у дигиталном простору**

Град тежи да дигитализоване збирке музеја, библиотека и архива, као и споменика културе и приватних збирки, постану стандард. Под овим се не подразумева само дигитализација у функцији заштите и документације, већ се дигитализовани садржаји виде као могућност побољшања доступности баштине, као и активнијег коришћења

знања и информација везаних за баштину Града. Такође, процес дигитализације схвата се и као могућност за партиципацију и креирање садржаја везаних за наслеђе од стране различитих група и појединаца, чиме се отвара нови опсег развоја културне баштине Града, пре свега учење и сарадња.

#### **5.7. Успоставити бољу сарадњу са сектором туризма и креативне индустрије**

Туризам заснован на културном наслеђу представља посебан облик туризма, који подразумева путовање са циљем упознавања наслеђа неког места. Туристи заинтересовани за овај облик туризма често су образовани и сензибилисани за разумевање наслеђа, што је добра основа за представљање наслеђа Града. Међутим, не треба рачунати само на ову врсту посетилаца. У Нови Сад долазе и млади туристи, пословни људи, екскурзије, спортисти и остали, којима такође треба представити културно наслеђе, и ту постоје бројне могућности за његову промоцију. Досадашње активности на промоцији наслеђа кроз туризам свде се на представљање одређеног броја репрезентативних грађевина, музеја и галерија; међутим, недостаје много већи број елемената наслеђа који чине Град – од грађевина како из старије (18, 19. и почетак 20. века) тако и из новије историје (период између два светска рата и друга половина 20. века) места од значаја за историју Града, али и за грађане, појединце или групе које су обележиле та места; специфична културна пракса, вредности и делатности и други облици нематеријалне баштине, знамените личности Града, места која су обележила увођење нових облика културне праксе (први биоскопи, фото-атељеи, места за дружења и изласке и слично). Све су то елементи који, обједињени, чине основу за промоцију Града као места са живом традицијом и културом, заснованом на сећањима и њиховом данашњем тумачењу. У циљу представљања културне баштине Града, ГУК сарађује са Управом за привреду и Туристичком организацијом Града, како би се поспешила интерресорна и интерсекторска сарадња у циљу заштите и коришћења наслеђа.

## 6. Интернационализација и присуство на међународној сцени

Постоји неколико важних разлога за подршку међународне културне и уметничке сарадње и изласка културних стваралаца пред интернационалну публику. Као прво, стицање међународних искустава, упознавање другачијих облика уметничке и продукцијске праксе и излагање другачијим утицајима утичу на повећање компетенција индивидуалних стваралаца и колектива и отвара простор за њихов излазак на међународну сцену. Друго, организације цивилног друштва у култури и установе културе које успостављају контакте са међународним организацијама и установама јачају сопствене капацитете, што се осликава на њихово даље деловање. Изласком стваралаца, организација и установа ван земље и њиховим присуством у иностранству креира се и слика Града, чији су културни делатници активни, повезани, спремни на учење и сарадњу. Све наведено доприноси и бољој позиционираниости Града као интернационалног културног центра и отвара нове могућности за финансирање и сарадњу културних делатника. Стратешки циљ **Града је да подржи културне актере који могу да представе Нови Сад у свету.**

### Визија:

*Нови Сад је препознат као регионална културна престоница у којој се срећу уметници и културни ствараоци са разних меридијана, у којој се презентује најсавременије светско стваралаштво и стварају међународно релевантна уметничка дела и културни садржаји.*

### Уочени проблеми:

- организације којима су одобрени међународни пројекти немају довољну подршку на локалном нивоу;
- непостојање значајније подршке пројектима мобилности уметника и културних радника;
- културни туризам је тренутно коцентрисан на представљање фиксних културних ресурса (споменици културе и културне институције) и манифестација; недостају и други елементи културног система;
- не постоји довољна сарадња између сектора културе и креативне индустрије;
- култура националних заједница се не посматра као ресурс који би могао допринети разноликости културне понуде.

## Стратешка решења:

### **6.1. Кандидовати Град за Европску престоницу културе**

Кандидатуром се остварују стратешки циљеви изласка пред међународну публику, повезивања и сарадње са међународним културним актерима и позиционирања Града на културној мапи Региона и Европе. Успешна реализација програма Европске престонице културе такође може да у значајној мери ојача капацитете локалних актера за излазак пред међународну публику, као и да локалној публици на непосреднији и учесталији начин представи актуелна кретања на међународној уметничкој и културној сцени.

### **6.2. Подржати организације које предлозима пројеката конкуришу за средства међународних фондова**

Како су међународни пројекти неретко веома изазовни и захтевају низ компетенција за конципирање, руковођење и евалуацију пројеката, сарадњу, презентацију сопственог рада и одговорност, Градска управа за културу обезбеђује неопходну подршку за одобрене и планиране међународне пројекте, како би они били реализовани у пуном капацитету и како би Град недвосмислено утврдио своју опредељеност ка европским вредностима када су култура и уметност у питању.

### **6.3. Подржати мобилност културних радника**

Потребно је подржати програме путовања и усавршавања културних радника из Новог Сада у иностранство, као и отворити простор за боравак и рад одабраних уметника из међународног окружења у Граду, који ће са собом донети другачије назоре.

### **6.4. Подржати развој културног туризма**

Поред тога што представља привредну активност којом се приходују средства за градски буџет, туризам доприноси креирању и ширењу слике о културним ресурсима Града. Из тог разлога потребно је мапирати све културне ресурсе и креирати слику Града засновану на аутентичним културним изразима, локалном стваралаштву и културној баштини. За разлику од тренутно секторски дефинисане туристичке политике, која препознаје културу искључиво кроз установе културе, манифестације и сакралне објекте, требало би приступити креирању интегративне туристичке политике која би била усклађена са културном, а која ће културу посматрати као ресор који укључује и организације цивилног друштва, колективе и појединце као неизоставни елемент културног система.

### **6.5. Унапредити сарадњу са креативном индустријом**

Креативна индустрија, као привредна грана која генерише превасходно економску вредност засновану на индивидуалним и колективним креативним вештинама (мода, индустријски дизајн, информационе технологије и друго), представља пожељно поље за изградњу партнерских односа. Како су локалне организације које припадају креативној индустрији оријентисане на међународно тржиште, на којем неретко остварују запажене резултате, сарадња између сектора културе и креативне индустрије може допринети бољем представљању новосадске културе и уметности у свету и јачању капацитета локалних организација.

#### **6.6. Активније укључити организације националних заједница у процес интернационалног повезивања**

У Новом Саду званично постоји двадесет мањинских заједница, а њихово присуство се тренутно не посматра као ресурс који би могао допринети разноликости културне понуде и развијању културно-дипломатских односа са матичним земљама националних мањина. Добра полазна основа је свест о постојању заједница, а корак даље био би повезивање са националним саветима, културно-уметничким друштвима, заводима и организацијама у вези са промовисањем културе и уметности њихових матичних земаља и градова у Новом Саду.

## 7. Имплементација, праћење и евалуација *Стратегије*

Процеси имплементације, праћења и евалуације *Стратегије* неопходни су да би се остварили њени циљеви. Имплементација *Стратегије* представља део редовних радних активности запослених у ГУК-у, што значи да овом послу треба посветити одговарајући значај и време неопходно да се он адекватно реализује. Успешна имплементација, пре свега, подразумева видљивост самог документа, упознатост свих кључних актера са детаљима документа, као и спремност да се уложи потребни кадровски и други ресурси у спровођење активности предвиђених *Стратегијом*.

Како би ове активности биле прецизно одређене, имплементација подразумева израду додатних акционих планова са јасним активностима, одговорностима и надлежностима и потребним ресурсима за њихово спровођење. Акциони планови се праве за краћи временски период, од две до три године, у зависности од датих околности. Акциони план, даље, може захтевати измене постојећих правних аката и процедура, рецимо за суфинансирање пројеката и програма, као и израду нових у циљу операционализације кључних опредељења изнетих у *Стратегији*. За реализацију *Стратегије* биће потребно да се обезбеде допунска средства у буџету, што ће бити прецизније дефинисано акционим плановима. Активности које захтевају допунска средства биће увођене у фазама, а задатак група које буду радиле први акциони план биће да укажу на неопходна средства за ургентне прве кораке и планирање преосталих издатака у фазама, те потребна средства за те намене.

Израда акционог плана, која следи након усвајања *Стратегије*, биће реализована и заснована на принципима партиципативности као основног начела *Стратегије*. Операционализација партиципативности се огледа у обавезном формирању радних група које ће ГУК, као носилац израде акционог плана, сазивати по секторима и актерима у култури који су учествовали у изради Нацрта *Стратегије*. У овом случају, секторска подела актера у култури Града имала би функционални карактер, у смислу консултовања актера из поља културе који су упућени у потребе области у оквиру које делују, од стране ГУК-а, у циљу израде што оперативнијег и функционалнијег акционог плана који ће задовољити потребе свих актера у култури Града.

Успешна имплементација подразумева и прилагођавање *Стратегије* новонасталим околностима, како би она била у функцији подстицања културног развоја и реалности. За разлику од имплементације, праћење и евалуација требало би да буду поверени екстерним телима, која ће на основу индикатора проверити постизање остварења циљева предвиђених *Стратегијом*. У самом процесу важна је и само-евалуација ГУК-а, као и континуирани дијалог са локалним установама, организацијама и грађанима.

Праћење и евалуација *Стратегије* важни су како би се мерио њен учинак, као и развој предвиђених стратешких праваца, дефинисаних кроз оперативне активности у акционом плану. На основу показатеља (индикатора) може се видети да ли се активности реализују, на који начин и какве ефекте остварују. Резултати ових активности указаће на ефектност *Стратегије* и њен даљи однос према стратешким правцима, који ће ићи или у правцу наставка планираних активности, или у правцу преиспитивања и промене активности у складу са новонасталим околностима.

Добра стратегија подразумева висок степен флексибилности, који подразумева укључивање нових законских оквира, промену приоритета, и нове тежње и захтеве окружења. Пре доношења *Стратегије* неопходно је поставити временски термин за њену процену. У складу са препорукама, три године од почетка имплементације *Стратегије* спровешће се њена евалуација и, по потреби, иницирати процес њене измене и допуне.<sup>16</sup>

Да би праћење било ефектно, важно је на почетку утврдити када ће се реализовати евалуација, ко ће је реализовати, који индикатори ће бити коришћени, на који начин ће тачно изгледати поступак праћења и евалуације и које ће технике прикупљања потребних информација бити коришћене.

Како се *Стратегија* доноси за период од десет година, неопходно ју је ревидирати, најбоље после две до три године. У поступку ревизије треба узети у обзир њену ефектност, нове околности, евентуалне промене законских регулатива и приоритета. У том смислу, ГУК може предлагати измене *Стратегије*, како би се основни правци и оквири испуњавали на адекватнији начин. Међутим, измене морају бити у складу са општим правцима културног развоја, наведеним у овој *Стратегији*.

Стратегија ће бити објављена у „Службеном листу Града Новог Сада“.

**РЕПУБЛИКА СРБИЈА**  
**АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА**  
**ГРАД НОВИ САД**  
**СКУПШТИНА ГРАДА НОВОГ САДА**  
Број: 6-3/2016-174/1-I  
2. септембар 2016. године  
**НОВИ САД**

**ПРЕДСЕДНИК**  
**Здравко Јелушић с.р.**

---

<sup>16</sup> *Creating Opportunities: Guidance for Local Authorities in England on Local Cultural Strategies*, <http://www.bazakulture.rs/wp-content/uploads/2016/05/Local-Cultural-Strategy-Guidance-for-local-authorities-in-England.pdf> (preuzeto 15.06.2016).





# СЛУЖБЕНИ ЛИСТ ГРАДА НОВОГ САДА

Година XXXVI - Број 30

НОВИ САД, 29. јун 2017.

примерак 40,00 динара

## ГРАД НОВИ САД

### Градоначелник

409

На основу члана 16. став 2. Статута Града Новог Сада - пречишћен текст („Службени лист Града Новог Сада“, бр. 43/08), а у вези са тачком 7. Стратегије културног развоја Града Новог Сада за период 2016-2026. године („Службени лист Града Новог Сада“, број 53/16), Градоначелник Града Новог Сада, доноси

### Акциони план културног развоја Града Новог Сада за период 2017-2018. године

Акциони план културног развоја Града Новог Сада за период 2017-2018. године (у даљем тексту: Акциони план) је први плански документ који садржи активности неопходне за спровођење Стратегије културног развоја Града Новог Сада за период 2016-2026. године. Акциони план представља скуп специфичних и усмерених активности које ће Град Нови Сад, преко Градске управе за културу, а уз сарадњу са бројним другим актерима, реализовати у периоду од 2017. до 2018. године. Двогодишњи план омогућава Градској управи да задржи флексибилност у деловању, и да се прилагођава променљивим околностима, како би се остварили циљеви предвиђени Стратегијом.

Методологија израде акционог плана заснивала се на принципима транспарентности и партиципативности. У припреми Акционог плана кључну улогу имала је Радна група за израду Акционог плана културног развоја Града Новог Сада за период 2017-2018. године коју је образовао и именовано Градоначелник Града Новог Сада Решењем бр. 6-3/2016-310-II од 14.12.2016. године. Радна група је редовно вршила консултације са бројним појединцима, организацијама и установама. Текст Акционог плана објављен је 3. маја 2017. године у јавности, а о истом се расправљало и у оквиру три јавне расправе.

Циљеви Акционог плана налазе се у тесној вези са стратешким опредељењима, смерницама и решењима. У овом првом акционом плану издвојене су краткорочне активности чија је реализација могућа у периоду од две године. Средњерочне и дугорочне активности које су планиране у оквиру Стратегије биће обрађене у наредним акционим плановима. Поред ових, постоје и трајне активности које нису везане за одређене временске рокове, него се реализују стално, у зависности од потреба актера.

Акциони план усклађен је са следећим документима:

- Закон о култури (“Службени гласник РС”, бр. 72/09, 13/16 и 30/16 - испр.),
- 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), и
- Стратегија културног развоја града Новог Сада за период 2016-2026. године (“Службени лист Града Новог Сада” бр. 53/16).

Праћење активности предвиђених Акционим планом вршиће се након његовог истека, а пре приступања изради наредног. Како је Акциони план документ Града, праћење ће бити поверено пре свега Градској управи за културу, која ће у сарадњи са Радном групом за Акциони план 2019-2020. године, Фондацијом “Нови Сад 2021” и Форумом за културу утврдити шта је од активности и циљева остварено и дати смернице за мере које треба предузети у наредном акционом плану за период 2019-2020. године. Извештај о спровођењу Акционог плана, Градска управа за културу (у даљем тексту: ГУК), доставиће Градоначелнику Града Новог Сада до 31. марта 2019. године.

Акциони план организован је тако да прати кључна опредељења и стратешка решења из Стратегије. За свако решење, представљен је најмање један или више мерљивих резултата. Остварење сваког резултата обезбеђује се кроз спровођење извесног броја активности. Сваку активност реализоваће један или више актера, који су у табели означени као одговорни субјекти. Провера реализације планираних мера/активности вршиће се на основу дефинисаних показатеља, до којих ће се доћи прикупљањем извора провере.

Стратешко опредељење 1: Партиципативна културна политика					
Стратешко решење 1.1. Установити радно тело за културу као стални консултативни механизам између Управе и других актера у култури					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
1.1.1 Установљен рад Форума за културу		ГУК, Форум за културу	Број састанака Број учесника у Форуму Задовољство учесника радом Форума	Пословник о раду Форума Листа учесника Записници са Форума Аудио снимци форума Коментари учесника	Јун 2017 (почетак рада) Континуиран рад
	1. Израда пословника о раду Форума за културу	Форум за културу представља перманентно тело за комуникацију између Градске управе/члана Градског већа за културу и свих релевантних актера у култури Града код којих постоји интерес за укључивање у процес планирања културног развоја. Како је сама суштина Форума заједничко одлучивање, Пословник о раду Форума биће израђен кроз консултације и дискусије са свим потенцијалним учесницима у раду Форума.			
	2. Сазивање Форума и промоција учешћа	Први Форум сазива Градска управа за културу, а након нормирања рада кроз Пословник о раду, Форум сазива Градска управа, а сазивање Форума и теме за дебату може да предложи било који актер из поља културе Града, а у складу са Пословником.			
	3. Редовно извештавање о дискусијама на Форуму	Јавност у раду обезбеђује се записницима или снимањем аудио записа састанака и постављањем истих на сајт Градске управе, како би и они који нису присуствовали могли да буду упознати са темама о којима се дискутовало.			
Стратешко решење 1.2. Обезбедити пуну транспарентност и одговорност процеса (су)финансирања пројеката у култури					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
1.2.1. Пројектни предлози и извештаји учињени транспарентним		ГУК у консултацији са Форумом за културу	Доступност података о пројектима	База пројектних предлога и извештаја	Децембар 2017.
	1. Израда нових образаца за подношење предлога пројекта и извештаја о пројектима	Нови (електронски) образац за подношење пријава подразумева разрађенију и униформнију структуру пројектних предлога. Образац је усклађен са међународном методологијом израде пројектних предлога у оквиру "приступа логичке матрице". Нови формулар за извештавање о пројектима, поред финансијског извештаја обухвата и наративни извештај о пројектним активностима, њиховим резултатима и кључним достигнућима пројекта. Образац омогућава унификацију и бољу прегледност извештавања о пројектима које (су)финансира град Нови Сад.			

1.2.2. Процес селекције и евалуације пројеката учињен транспарентнијим	2. Опремање сајта управе могућношћу спања електронских пријава и извештаја пројеката.	Пријаве предлога пројекта подносе се поред једног примерка у штампаној форми и електронским путем постављањем предлога на сајт ГУКа. Сви предлози су јавно доступни и повезани са организацијом која аплицира, као и извештаји о реализацији пројекта уколико је пројекат одобрен. Тачан обим транспарентности, односно делови пројектног предлога који ће бити објављени, биће утврђен текстом Јавног конкурса, а на основу сугестија Форума за културу.	ГУК у консултацији са Форумом	Квалитет пројектних активности	База извештаја	Децембар 2017.
	1. Израда предлога новог Решења о образовању комисије за оцену пројеката и Пословника о раду комисије	Предлог текста за Пословник о раду Комисија за оцену и одабир пројеката; текст ће садржати и нова правила за оцену пројеката који омогућавају јасно и доследно нумеричко оцењивање спрам квалитета пројекта, а правила су усклађена са критеријумима конкурса. Обрасци за оцењивање свих пројектних предлога се јавно објављују.				
	2. Опремање сајта ГУКа са директоријумом актера у култури	Свака организација која подноси предлог пројекта за (су)финансирање, пре подношења предлога, самостално креира свој профил на сајту у оквиру којег се налазе кључни подаци о организацији, као и сви поднети предлози, оцене комисије и извештаји о одобреним пројектима уколико такви постоје.				
	3. Расписивање Конкурса за контролу извештаја пројеката од стране спољњег контролора	Да би се евалуација одобрених пројеката унапредила, неопходно је да независни оцењивачи прате реализацију пројеката у току њихове имплементације. Њихов задатак је да посеђују предвиђене активности, комуницирају са организаторима, корисницима и циљним групама и понуде објективнији увид у квалитет пројеката који су финансијски подржани од стране Града. Средства за финансирање ове активности биће обезбеђена у оквиру планираних средстава за финансирање појеката путем јавног конкурса.				
<b>Стратешко решење 1.3. Установити комуникацијску основу за планирање, презентацију и евалуацију градске културне политике</b>						
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок	
1.3.1. Унапређено знање доносилаца одлука у области културе о стању и изазовима у раду установа културе у граду	Конференција на тему стања у установама културе	Установе културе	Број учесника конференције	ГУК и установе културе	Октобар 2018.	
		У циљу подстицања комуникације и решавања проблема које деле установе културе, акциони план предвиђа најмање једну јавну конференцију на којој ће установе заједно са Градском управом допазити до решења која су неопходна за њихово функционисање.				

<b>Стратешко решење 1.4. Унапредити сарадњу између културе и осталих градских ресора</b>					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
1.4.1. Унапређена сарадња сектора културе и образовања на развоју културних навика грађани и грађана	Организовање серије међуресорних састанака	Чланови градског већа за културу и образовање, градске управе за културу и образовање	Број сусрета Број донетих одлука о међуресорној сарадњи Број реализованих активности проистеклих из одлука	Записници са састанака Усвојене одлуке Покренути пројекти и програми	Октобар 2018.
			Успољављање чвршће сарадње између ресора културе и образовања је у вези са два стратешка циља - Партиципативна културна политика и Учешће грађана и грађанки у културном животу. Успољављање боље сарадње између образовних и културних организација и установа предвиђено је подстицањем пројеката који подразумевају сарадњу између установа културе, школа и обданишта на територији Града. Акциони план предвиђа активности које би директно повезале ресоре културе и образовања кроз континуиране сусрете чланова градског већа и ресорних градских управа. Циљ ових сусрета било би проналажење модалитета за повећање броја школских активности које би се реализовале у установама културе.		
<b>Стратешко решење 1.5. Допринети отварању и приступачности установа културе</b>					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
1.5.1. Унапређено стратешко планирање установа културе чији је оснивач Нови Сад	Израдити петогодишње стратешке планове свих установа основаних од стране града (увести праксу да јавност и запослени учествују)	Установе културе	Број установа које су израдиле стратешке планове уз учешће запослених и јавности	Стратешки планови	Октобар 2018.
	Као добар вид дугорочног планирања рада, поготово када је реч о пројектима у култури и уметничким садржајима који подразумевају дужи временски период, намеће се потреба израде петогодишњих стратешких планова. Такав пракса биће готово нужна, када се узме у обзир чињеница да је Нови Сад проглашен Европском престоницом културе за 2021. годину, али и с обзиром на могућности апликација код европских фондова, где се вишегодишње планирање подразумева. Све ово ће, наравно, морати да се усклади и са нашим буџетским системом који је дефинисан једногодишњим финансијским плановима и програмима рада установа.				

1.5.2. Усклађени начини планирања и евалуације рада установа у култури	Израдити нове обрасце за израду годишњих планова и извештаја	Радна група за акциони план и установе културе	Усклађеност планова и извештаја	Годишњи планови Годишњи извештаји	Јануар 2018.
1.5.3. Стратешки и једногодишњи планови и извештаји учињени доступним широј јавности	За планове и извештаје се користе нови обрасци	Јединствени обрасци извештаја за годишње планове и извештаје креирају се у сарадњи између представника установа културе и спољних експерата, а на основу добрих пракси сличних иницијатива.	Јединствени обрасци извештаја за годишње планове и извештаје створиће јаснију слику о свим делатностима и активностима наших установа, реализованим програмима и финансијском аспекту, а све у циљу јавности рада и доступности информација.	ГУЖ и установе културе	Број објављених планова и извештаја Сајт ГУЖа Децембар 2018.
1.6.1. Унапређено знање о ефектима градске културне политике на културне актере	Постављање планова и извештаја на сајтове установа и сајт ГУЖа	Иако су све установе и институције културе, због забране запошљавања, у веома неповољном положају кад је реч о кадровској структури, подразумева се да обављање основних делатности, али и обогаћивање програма, захтева јачање капацитета ових установа у сваком погледу. То се огледа како у побољшању стручности запослених, прилагођавању новим технологијама, тако и у опремљености и инфраструктури. То су неки од основних предуслова за остваривање веће присутности у нашој јавности, квалитету програма, те могућности остваривања комуникације са публиком, као равноправним учесником у реализацији културних садржаја. Неопходно је и „осушквивати“ мишљење и сензибилитет публике и стварати амбијент у којем је могуће својерсно учешће најшире јавности у различитим активностима и програмима установа. На основу стратешких циљева о развоју културе у граду Новом Саду и програмских опредељења свих институција из овог домена, отвара се могућност транспарентности и веће видљивости начина вођења културне политике кроз стварање јединствене информационе базе.	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере Рок
1.6.1. Унапређено знање о ефектима градске културне политике на културне актере	Активност	Радна група за акциони план 2019-2020 у сарадњи са ГУЖом, Фондацијом НС2021 и Форумом за културу	Акциони план 2019-2020 у сарадњи са Новог Сада	Изавори провере	Децембар 2018.

## Стратешко решење 1.6. Унапредити информациону основу за вођење културне политике

	Спровођење истраживања ефеката акционог плана за 2017-2018 и припрема за акциони план 2019-2020	У циљу праћења резултата овог Акционог плана неопходно је пратити ефекте његове реализације кроз предложене индикаторе. Ова активност се наставља на започету праксу истраживања и креирања информационе основе за израду Стратегије културног развоја, која је омогућила информисано, на чињеницама засновано планирање и постављање стратешких циљева. Предложени индикатори су претежно квантитативни и мере број сусрета, висину средстава, број подржаних пројеката или број докумената. Међутим, поред ових основних индикатора важно је мерити и квалитативне промене код актера, као што су задовољство, квалитет успостављених мрежа (партнерстава), субјективни осећај побољшања услова за рад и слично. У првој фази ће бити урађена квантитативна истраживања како би се створила база података о реализацији почетних активности. Резултати истраживања доприноће бољем разумевању предложених, али и усмеравању активности/мера у наредном Акционом плану 2019-2020.								
<b>Стратешко решење 1.7. Јачати капацитете Градске управе за културу</b>										
Резултат	Активност	Показатељи успеха								
1.7.1. Унапређена комуникација и јавна презентација рада ГУКа	Дизајнирати и опремити сајт управе	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="622 693 926 925">ГУК</td> <td data-bbox="622 382 926 693">Број посета сајту и број мејлова</td> <td data-bbox="622 249 926 382">Иzvори провере</td> <td data-bbox="622 249 926 249">Рок</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td data-bbox="622 249 926 382">Аналитика сајта</td> <td data-bbox="622 249 926 382">Јун 2017.</td> </tr> </table>	ГУК	Број посета сајту и број мејлова	Иzvори провере	Рок			Аналитика сајта	Јун 2017.
ГУК	Број посета сајту и број мејлова	Иzvори провере	Рок							
		Аналитика сајта	Јун 2017.							
1.7.2. Унапређени просторни капацитети ГУКа	Дизајнирати и опремити сајт управе	<p>Дизајнирати и опремити сајт управе са вестима, конкурсима и конкурсним документацијама, извештајима пројеката, подацима о управи и установама. Дизајнирати и опремити сајт Градске управе за културу која за циљ има да олакша сарадњу, комуникацију и доступност грађанима. Објединиће информације које су битне како радницима у установама културе, тако и свим актерима у култури али и свим заинтересованим грађанима. Осим пружања информација о раду ГУК-а и тренутним активностима, преко сајта управе за културу биће могуће и пријављивање на конкурс и јавни позив. Кроз овај вид унапређења и повећања капацитета ГУК-а изразом сајта поставиће се основе за стварање информационе базе података за вођење културне политике Града Новог Сада. Одлуке које се буду доносиле биће засноване на поузданим информацијама које ће бити лако доступне кроз савремене механизме. Израда сајта за културу не представља само формалност да се ГУК представи јавности кроз овај вид комуникације него да се унапреди развој културних потреба и да се у складу са донетом Стратегијом културног развоја града у то укључи више актера.</p>								
	Проналажење расположивих простора	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="926 693 1154 925">Град Нови Сад</td> <td data-bbox="926 382 1154 693">Квалитет простора</td> <td data-bbox="926 249 1154 382">Иzvештај ГУК</td> <td data-bbox="926 249 1154 382">Октобар 2018.</td> </tr> </table>	Град Нови Сад	Квалитет простора	Иzvештај ГУК	Октобар 2018.				
Град Нови Сад	Квалитет простора	Иzvештај ГУК	Октобар 2018.							
	Пресељење ГУКа	Градска Управа за културу се налази у просторијама Скупштине града Новог Сада у улици Жарка Зрењанина 2. Недостајући ресурси ГУК-а онемогућавају и успоравају рад управе али и отежавају унапређење у сваком смислу. Како Градска управа прати рад установа културе којима је оснивач Град, све градске пројекте из области културе и пројекат "Европска престоница културе", нужно је да имају одговарајуће просторне и техничке услове за рад. Проблем просторног ресурса је неопходно решити у наредном периоду у сарадњи са надлежним органима Града.								

1.7.3. Унапређени технички услови рада ГУКа	Град Нови Сад	Квалитет опреме	Извештај ГУК	Октобар 2018
Евиденција потребне опреме за запослене у градској управи за културу	Поред обезбеђења адекватног простора за Управу, неопходно ју је опремити новим рачунарима, пратећом опремом и напредним софтверима који би унапредили рад запослених.			
Набавка потребне опреме				
<b>Стратешко опредељење 3: Учешће грађана и грађанки у културном животу</b>				
<b>Стратешко решење 3.3. Охрабрити понуду културних садржаја ван центра Града</b>				
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере
3.3.1. Повећан број пројеката и програма у култури дешава се ван центра града	Увођење децентрализоване организације као критеријума за оцењивање предлога пројеката у култури	ГУК и Фондација НС2021	Број пројеката овог типа	Описи пројеката
		Увести линију конкурса за пројекте који подстичу децентрализацију. Средства за финансирање ове активности биће обезбеђена у оквиру планираних средстава за финансирање пројеката путем јавног конкурса.		
<b>Стратешко решење 3.6. Прилагодити просторе и садржаје грађанима и грађанкама са инвалидитетом</b>				
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере
3.6.1. Повећан број простора у којима се одвијају културни програми, а који су приступачни за особе са инвалидитетом	Направити истраживање са подацима о приступачности простора	Тим за приступачност Града Новог Сада	Број приступачних простора	Студија
		Град Нови Сад донео је 2013.године Акциони план приступачности Града Новог Сада за период 2013-2018. године, у коме су предвиђене активности које спроводи Тим за приступачност. У наредном периоду Тим за приступачност сарађиваће са установама културе у циљу спровођења активности на примени Акционог плана приступачности.		

Стратешко опредељење 4: Аутентично и слободно савремено стваралаштво					
Стратешко решење 4.1. Обезбедити просторе за уметничку продукцију и културно стваралаштво					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
4.1.1. Преиспитане процедуре за додељивање градских простора организацијама у култури	Спровођење студије о актуелном стању и проблемима у погледу издавања градских простора организацијама у култури	ГУК, Форум и Градска управа за имовину и имовинско-правне послове	Анализиране процедуре	Студија	Новембар 2018.
			<p>Како је Стратегијом дефинисано, аутентично и слободно савремено стваралаштво независних актера у култури захтева културну политику којом ће се обезбедити неопходан и адекватан простор за рад удружења грађана која делују у култури. Процедурама које постоје и којима Градска управа за културу препоручује одлуке надлежне управе за изнајмљивање јавног простора треба институционализовати и учинити важећим и стабилним, како би се обезбедили услови за планско и стратешки усмерено деловање и продукцију. Форуми и други јавни сусрети и дискусије су потребне како би се овај проблем учинио транспарентним и јавним.</p> <p>У том смислу, потребно је континуирано и правремено регулисање услова за коришћење јавних и радних простора струковних удружења и удружења грађана у области културе Новог Сада и креирање јавно доступних и проверљивих процедура њиховог изнајмљивања и коришћења, што ће се обезбедити јавним увидима и дискусијама на којима ће учествовати сви актери у култури града: удружења грађана, струковна удружења, Градска управа за културу, Члан Градског већа за културу и Градска управа за имовинско-правне послове која је наследила ЈП Пословни простор.</p> <p>Нужно је пронаћи нова решења којим ће се, кроз градске прописе, регулисати умањење висине закупнине јавних и радних просторија непрофитних удружења грађана у области културе у Новом Саду, и то оних простора на територији града за које се удружења одреде као адекватна и неопходна за област и врсту активности коју реализују. Ови прописи треба да буду отворени за анализу, дискусију и демократско одлучивање и у складу са принципом јавности и транспарентности доношења одлука.</p>		
4.1.2. Покретање иницијативе за оснивање културног инкубатора	Организовање сусрета заинтересованих организација којима треба простор и почетни услови за рад	ГУК, Форум и Градска управа за имовину и имовинско-правне послове	Број сусрета Форума на којима је тема била културни инкубатор	Записници и аудио снимци са Форума	Новембар 2018.
			<p>Како се уочава у приказу резултата истраживања које је претходило изради Стратегије, највећи број организација у култури нема свој простор, него га изнајмљује за потребе реализације пројеката. С тим у вези, кроз Форум се покреће питање могућности оснивања културног инкубатора, сагледавају се просторне и правне могућности, и мапирају се заинтересоване организације које би користиле инкубатор у будућности.</p>		

Стратешко решење 4.5. Обезбедити подршку организацијама цивилног друштва					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
4.5.1. Унапређено финансирање текућих трошкова цивилних организација у култури	Донети одлуку о суфинансирању текућих трошкова цивилних организација у култури	ГУК и цивилне организације у култури	Број организација које су добиле подршку	Извештај	Јануар 2017.
	Донети одлуку о суфинансирању текућих трошкова цивилних организација у култури	Потребно је ојачати организационе капацитете цивилних организација у култури, у консултацији са актерима независне културне сцене и уз њихово равноправно учешће у форумима на којима ће се током реализације акционог плана прецизније формулисати проблеми и предлози њиховог решавања путем различитих одлука и других аката, како би се истакао Закон у култури и приближио потребама актера у култури. Одлуком о начину, критеријумима и мерилима за суфинансирање дела текућих расхода и издатака удружења и других субјеката у култури који својим радом доприносе развоју културе Града Новог Сада, направљен је први корак у том смеру. У будућности би требало изнаћи начине вишегодишње подршке организацијама, како би се обезбедила реализација стратешке оријентације културне политике Града, којој је једна од примарних вредности обезбеђење стабилности рада удружења у култури.			
4.5.2. Унапредити стручност установа и цивилних организација за пријављивање на конкурсе и извештавање о пројектима	Инфо дани за припрему за пријављивање на конкурсе и извештавање о пројектима	ГУК и Фондација НС 2021	Број организација које су учествовале	Извештај	Новембар 2017.
	Инфо дани за припрему за пријављивање на конкурсе и извештавање о пројектима	Нова форма пријаве на конкурс за пројекте и нов начин извештавања ће подразумевати обуку која ће помоћи свима који се пријављују да ускладе форму својих пројеката и извештаја. Како се форма пријаве приближава оној коју захтевају европски пројекти, корисници средстава Града ће током обуке бити упознати и за структуром и начинном вредновања елемената европских пројеката што унапређује њихову стручност за пријаву и на ове фондове.			
Стратешко опредељење 5: Жива културна баштина					
Стратешко решење 5.2. Успоставити међусекторску сарадњу и заједничко деловање различитих актера на пољу управљања културном баштином					
Резултат	Активност	Одговорни субјекти	Показатељи успеха	Извори провере	Рок
5.2.1. Унапређена сарадња сектора културе, привреде, туризма и просторног планирања по питању ревитализације Петроварадинске тврђаве		Град Нови Сад	Одржани састанци Покренуте иницијативе Донесене одлуке	Записници са састанака Одлуке	Октобар 2017.

	Успостављање сарадње између Радне групе за очување Петроварадинске тврђаве и Тима за израду Менаџмент плана	Тврђава је културни ресурс националног значаја и у вези са тим неопходно је приступити њеном уређењу и одрживом коришћењу. Систематским бављењем Петроварадинском тврђавом бави се Завод за заштиту споменика културе Града Новог Сада кроз своју редовну делатност, а специфично и кроз израду Менаџмент плана Петроварадинске тврђаве који укључује дубинска социолошка, конзерваторска, архитектонска, урбанистичко-саобраћајна, еколошка, економска и туризмолошка истраживања. Тренутна градска администрација приступила је решавању проблема искоришћавања потенцијала Петроварадинске тврђаве и у складу са тим Решењем 22. марта именовала Радну групу за очување Петроварадинске тврђаве. Неки од циљева су предлагање решења за очување и реконструкцију Тврђаве и регулационе њеног управљања, што је у сагласности са активностима како Завода за заштиту споменика културе, тако и Тима за израду менаџмент плана, те је неопходно услагласити активности ових актера.
5.2.2. Укључен већи број актера у питања ревитализације споменика културе у граду	ГУК Фондација НС2021, ЈКП Урбанизам, Завод за заштиту споменика културе	Број актера укључених у расправу Промене праксе планирања и заштите  Октобар 2017.
	Конференција на тему изазова ревитализације историјских четврти (Подграђе, Кинеска четврт, Алмашки крај и друге)	У оквиру пројекта НС2021 предвиђена је ревитализација бројних простора у граду. Уобичајени начин обнове и заштите простора оставља мало простора за укључивање струковних, аматерских и других цивилних организација и иницијатива у проналажење добрих решења и доношење одлука. Циљ конференције је да се пронађу нови модели партиципативнијег рада на питању ревитализације простора.
<b>Стратешко опредељење 6: Интернационализација и присуство на међународној сцени</b>		
<b>6.2. Подржати организације које предлозима пројеката конкуришу за средства међународних фондова</b>		
Резултат	Активност	Извори провере  Рок
6.2.1. Повећано учешће организација са територије града на међународним конкурсима за пројекте у култури	Фондација НС 2021, ГУК	Показатељи успеха Извештај Деска Креативна Европа Профили организација на сајту ГУКа Број пројеката ЕУ у којима учествују организације из Новог Сада Висина учешћа локалних организација у међународним пројектима Март 2018.
	Расписати Конкурс за суфинансирање дела	Организације из Новог Сада којима је одобрено делимично финансирање на пројектима Европске Комисије, моћи ће да за средства за суфинансирање тих пројеката конкуришу код Града. Ова линија

	трошкова међународних пројеката организација цивилног друштва и установа	ће бити аутономна како се не би развијала на рачун текућих финансирања и политика културног развоја. Средства за тај конкурс биће обезбеђена од стране Фондације Нови Сад 2021 јер постоји подударност интереса. Тачни износи укупно расположивих средстава и процедура и критеријума за одобравање суфинансирања биће ближе одређени планским документима Фондације Нови Сад 2021.		
<b>6.4. Подржати развој културног туризма</b>				
Резултат	Активност	Изводи провере	Рок	
6.4.1. Развој културног туризма заснованог на аутентичним културним изразима, локланом стваралаштву и културној баштини	Градска управа за привреду, ГУК, Туристичка организација Новог Сада	Број јавних позива и састанака актера	Записници са састанака Заједничке одлуке, планови и активности актера	Контину-ирано
	Повезивање ресурса културе и привреде (туризма) у циљу планирања заједничких активности	Како је у Стратегији наглашена важност целовитог планирања туристичке политике која треба да буде усклађена са културном, предвиђене активности подразумевају сусрете градских управа за привреду и културу, и Туристичке организације, како би заједнички и синхронизовано планирали културну туристичку понуду Града.		
<b>6.5. Подржати сарадњу са креативним индустријама</b>				
Резултат	Активност	Извори провере	Рок	
6.5.1. Унапређена сарадња између културних установа и компанија у области креативних индустрија	Успешни привредници који подржавају културу, установе културе, удружења, појединци, ГУК, Форум за културу	Број и висина средстава којима су подржани пројекти из културе средствима привредника	Контину-ирано	
	Сусрет привредника са искуством финансирања културе и уметности, Проналажење примера добре праксе и представљање на Форуму за културу	Поред јавног сектора привреде, мере у акционом плану укључују и сусрете културних актера са приватним сектором који има искуство и праксу подршке пројектима/програмима у култури. На овај начин се може доћи до нових облика финансирања културног и уметничког стваралаштва, који би ствараоцима и радницима/градницима у култури обезбедио алтернативне изворе финансирања.		

## Упутство сарадницима о прилозима:

Текст послати на е-маил адресу ljubisa@kpolisa.com (или преко контакт форме на адреси www.kpolisa.com). Текст треба бити припремљен у формату В5 (17,6x25,0cm), у фонту Times New Roman, величина фонта Size: 11, тастатура Serbian (Cyrillic), једноструког прореда Line spacing: Single. Максимални обим оригиналних научних и прегледних радова је један ауторски табак (или 36300 карактера са размацама). На првој страни, изнад наслова рада, у левом горњем делу треба написати име, презиме (у фусноти доставити контакт са аутором: е-маил, тел.), установу, место а испод наслова рада сажетак (до 150 речи) и кључне речи (највише седам) на српском и једном од светских језика.

Страна имена писати транскрибована, а код првог навођења иза имена у загради ставити име у оригиналу.

*Пример:* Бродел (Braudel).

Код цитирања или позивања на извор иза цитата навести у загради презиме аутора, годину издања и страницу, писмом којим је штампан извор на који се позива.

*Пример:*

(Вебер, 1976: 341); (Weber, 1989: 59).

Исто правило важи и код навођења литературе у списку литературе на крају списка.

*Пример:*

1. Le Gof, Žak (1997): *Vreme, rad i kultura srednjovekovnog Zapada*, Svetovi, Novi Sad,
2. Robins, Kevin (2001): *Kiberprostor i svijet u kojemu živimo, Kiberprostor, kibertijela i cyberpank: kulture tehnološke tjelesnosti, uredili Mike Featherstone i Rober Burrows*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb,

Фусноте користити само за пропратне коментаре.

Напомене: Радове објављене у часопису, није дозвољено прештамповати ни у деловима ни у целини без сагласности издавача. Оцене изнесене у радовима ставови су аутора истих, и не изражавају мишљење уредништва часописа.

Рукописи се рецензирају, и не враћају ауторима. Објављени радови се хонораришу у складу са финансијским могућностима издавача.

*Издажење часописа финансијски подржао:*

Покрајински секретаријат за културу, јавно информисање и односе с верским заједницама

<http://www.kultura.vojvodina.gov.rs/>

Издажење часописа финансијски подржала Градска управа за културу (ГУК) Града Новог Сада, кроз пројекат „Изазови културних и креативних индустрија у Новом Саду”

<http://www.kultura.novisad.rs/>