

# Komodifikacija kulture i njena kontradiktornost- Kulturne i kreativne industrije



## Komodifikacija kulture i njena kontradiktornost- Kulturne i kreativne industrije

Objavio Hrvatska uživo u 4. rujna 2023.

Tagovi ▼ Kategorija ▼



FOTO: PIXABAY

Sam pojam „Kulturne i kreativne industrije” vezan je za novije razdoblje, no svoju dinamiku i snagu postiže prijelazom na dvadeseto stoljeće, da bi danas postao imperativ za uključiv gospodarski rast, smanjenje nejednakosti i postizanje ciljeva postavljenih u Agendi održivog razvoja do 2030. godine. Međutim, ovaj koncept u nekim europskim zemljama na samom početku nije nailazio na plodno tlo, izazivao je i mnoge kontroverze i dok su jedni odbijali napuštanje tradicionalnih i subvencioniranih kulturnih oblika, a novi koncept kvalificirali degradiranim i amerikaniziranim kičom, drugi su ga žestoko zastupali, navodeći njegovu potencijalnu gospodarsku snagu. I prvi i drugi u osnovi su u pravu jer teško je osporiti da radi o komodifikaciji kulture koja sve pretvara u potrošačku robu, odnosno o kontradiktornosti u kojoj može doći do degradacije određene kulture, ali i do potrebne integracije u globalnu ekonomiju, a s druge strane trebao se naći novi koncept gospodarskog rasta koji jednostavno ne može stati.

DM RADIO



NAJNOVIJE



Aktualno

Gospodarstvo

Hrvatska Vijesti

**Lidl počeo snižavati cijene, podržali Vladinu inicijativu**

14. RUJNA 2023.



Aktualno

Crna kronika Hrvatska

Vijesti

**Dvije dojave o**

Iako, na globalnoj razini postoji veliki broj dostupnih informacija o kulturnim i kreativnim industrijama iste laiku, u kontekstu njihove međuovisnosti i neopipljivosti mogu biti nerazumljive. Naime, koncept „kulturnih industrija“ više je vezan uz kulturnu baštinu i tradicionalne oblike stvaranja, dok se koncept „kreativne industrije“ temelji na individualnoj kreativnosti, idejama, vještinama i talentu koje imaju potencijal stvoriti bogatstvo i radna mjesta, kroz razvoj ili proizvodnju intelektualnog vlasništva. Kreativnost se veže i uz inovacije, uključujući znanstvene i tehničke inovacije u bilo kojoj industriji. Ili da se poslužimo definicijom UNESCO-a koja se najviše upotrebljava i koja kreativne industrije definira kao „one koje imaju korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, a potencijal su za stvaranje profita, stvaranje radnih mjesta i za eksploataciju intelektualnog vlasništva“.

Snaga i važnost ovih industrija na globalnoj razini očituje se i kroz ekonomske pokazatelje pa se tako na godišnjoj razini bilježi vrijednost od oko 4,3 trilijuna američkih dolara i zapošljava se oko 30 milijuna ljudi diljem svijeta. Europa, uz Aziju i Sjevernu Ameriku bilježe dosad neviđen rast kreativne ekonomije i ove regije čine 93 posto globalnog prihoda i 85 posto radnih mjesta. Na razini EU, kulturne i kreativne industrije prednjače u gospodarskom rastu s 558 milijardi eura dodane vrijednosti u BDP-u (4,4 posto ukupnog BDP-a EU) i oko 8,3 milijuna poslova s punim radnim vremenom (3,8 posto od ukupnog broja EU radna snaga). Sam izvoz kreativnih dobara, ubrzan globalizacijom i novim tehnologijama raste oko 12 posto godišnje u zemljama u razvoju u posljednjih petnaest godina.

Što se tiče same EU, ista duboko vjeruje u ključnu ulogu kulturnih i kreativnih industrija, kao pokretača inovacija i povećanja konkurentnosti europskog gospodarstva na globalnoj razini te je na tom tragu pokrenuti i program „Kreativna Europa“ koji će u programskom razdoblju 2021. – 2027. podupirati europski kulturni i kreativni sektor. Kolika je važnost ovog programa očituje se i kroz sam proračun koji je duplo viši od prethodnog razdoblja i koji iznosi 2,44 milijarde eura. Europska kreativna poslovna mreža predlaže tri polja djelovanja za integrirane strategije za izgradnje kapaciteta, prijenosa inovacija i razumijevanja promicanja: Kulturne i kreativne inovacije u planu ulaganja u Europi koje se odnose na prijenos inovacija iz kulturnog i kreativnog sektora prema ulaganjima u infrastrukturu; Kulturna i kreativna središta u Europi; Digitalni kapaciteti za poduzetnički uspjeh.

Ono što je važno istaknuti da su kulturne i kreativne industrije ključne u suočavanju s izazovima digitalizacije te da predstavljaju pokretače u Industriji 4.0, odnosno u brzom digitalnoj transformaciji. Kulturne i kreativne industrije usko su povezane s Informacijskim i komunikacijskim tehnologijama i dok iste ulažu i izmišljaju nove digitalne alate, kulturne i kreativne industrije ih trebaju masovno usvojiti i koristiti.

Kako Hrvatska stoji s kulturnim i kreativnim industrijama?

Hrvatska je, zasigurno svjesna važnosti kulturnih i kreativnih industrija koje zapošljavaju više od 124.000 ljudi, uglavnom kvalitetnog i obrazovanog kadra i čiji udjel u BDP-u iznosi 2,3 posto, odmah poslije industrije hrane.

Nadležni kontinuirano iskazuju želju da kreativnost postane temelj hrvatskog gospodarstva, kao i važnost da se Hrvatska prepozna u svijetu, kao zemlja inovacija, međutim želje su jedno, a realnost nešto drugo i trebat će puno političke volje i razumijevanja izazova i prilika ključnih za planiranje i donošenja politika. Što će donijeti novi i nedugo predstavljen Nacionalni i Akcijski plan razvoja kulture i medija za razdoblje 2023. do 2027., kojim bi se trebale strukturirati javne politike i pripadajuće investicije za poticanje kulturnog stvaralaštva (potpora umjetničkom stvaralaštvu, poduzetništvu i participaciji u kulturi, razvoj izvedbene i vizualne umjetnosti, književnosti te nezavisne kulture, razvoj audiovizualnih djelatnosti i medija, razvoj arhivske, muzejske i knjižnične djelatnosti, zaštitu, očuvanje i digitalizaciju kulturne baštine, jačanje prisutnosti hrvatske umjetnosti i kulture u Europi i u svijetu), ostaje za vidjeti. Hoće li za ostvarenje navedenih ciljeva do 2027. planirana sredstva od oko 1,3 milijuna eura biti dostatna teško je reći, no imajući u vidu puno neriješenih problema, teko da će ista biti dostatna.

I sami rezultati studije „Kulturne i kreativne industrije u RH ukazuju na važan doprinos ove industrije gospodarstvu, jačanju ostalih sektora industrije i digitalnih tehnologija, ali i na brojne ranjivosti koje su za vrijeme pandemije COVID-19 isplivale na površinu. Studija je pokazala kako su do početka pandemije kulturne i kreativne industrije bilježile kontinuiran rast s udjelom od 3,1 % u domaćem BDP-u 2019., da bi u 2020. zabilježile pad od 8,4 %, što je

FACEBOOK

NAŠ YOUTUBE  
KANAL

Code 150: Unknown error.

Preuzmi zapis:

[https://www.youtube.com/watch?](https://www.youtube.com/watch?v=ocREggJEirk&)

v=ocREggJEirk&amp;



KOLUMNNE

[Aktualno](#) [Kolumnne](#)[Zdravlje](#)

**Čovjek je čovjeku lijek i ako razum nije omekšan empatijom može odvesti u moralnu provaliju-odnos liječnika i pacijenta**

12. RUJNA 2023.

[Aktualno](#) [Kolumnne](#)

• •

ujedno najizraženiji pad u usporedbi sa svim ostalim djelatnostima. Najpogođenijim se pokazao podsektor glazbe i izvedbenih umjetnosti s padom prihoda od 40,8 %, a slijede ih film s 35,9 %, umjetnost s 23,6 %, fotografija s 22,5 %, oglašavanje i tržišno komuniciranje s 15,3 % te izdavaštvo s 11,4 %. Pad poslovnih prihoda zabilježen je u svim djelatnostima kulturne i kreativne industrije, a najotpornijima su se pokazali računalni programi, igre i novi mediji, arhitektura te muzeji, knjižnice i kulturna baština.

Drugim riječima, nije dovoljno donijeti ciljeve, koliko god ambiciozni bili, ako se prethodno ne stvore snažni uvjeti za njihovo ostvarenje kako bi se lakše odgovorilo i na potencijalne krize. Pa tako, ako želimo ostvariti značajan izvozni potencijal treba stvoriti uvjete za jačanje konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, kroz razne mjere pa tako i kroz povećanje priljeva domaćih i stranih investicija. Da bi privukli investicije treba imati poželjno poslovno okruženje i poslovnu klimu te osnaženo domaće tržište. S druge strane, u kontekstu konkurentnosti imperativ treba staviti na digitalnu transformaciju malih i srednjih poduzeća. S obzirom da su kulturne i kreativne industrije najviše zastupljene u malim i srednjim poduzećima potencijal za njihov rast je neiskorišten, što zbog uvjerenja da kreativna uporaba nije temeljna djelatnost, što zbog nepovjerenja i nespremnosti za strukturne promjene koje nosi Industrija 4.0. Bez države koja će postaviti temelje i donijeti konkretne mjere za digitalnu budućnost i koje će se reflektirati na poslovanje poduzeća, ništa se neće dogoditi. Ključne političke mjere koje pokazuje i istraživanje su: digitalizacija javne uprave, ulaganje u IT infrastrukturu, digitalna izobrazba u školstvu, usklađivanje zakonodavnog okvira s potrebama digitalizacije, iskorištavanje sredstava iz EU za digitalizaciju. Ovi koraci su važni zbog činjenice da se na globalnoj razini, naprosto događa utrka oko digitalne transformacije, odnosno oko preuzimanja pozicije lidera u prostoru digitalne tehnologije gdje Hrvatska mora naći svoju poziciju.

Ako Hrvatska, kroz političke strategije razvoja kulturnih i kreativnih industrija širenjem tržišta želi biti prisutna i prepoznatljiva u EU, kao kreativna zemlja s bogatim kulturnim identitetom treba više promovirati elemente hrvatske povijesti, kulture i tradicije. Promovirati i velikane umjetnosti, kao i sadašnje umjetnike i otvarati im tržišta. Kada, primjera radi pogledate listu najvećih svjetskih književnika nećete naći niti jednog hrvatskog, što je ne samo tužno, već i nerealno i što govori o nezainteresiranosti institucija. Ili, ako uzmemo primjer naše svjetske pjesnikinje Vesne Parun nakon čije smrti i ostavštine nije objavljeno niti jedno njezino djelo. S druge strane treba financijski ojačati nakladništvo koje će stvarati hitove, a ne se samo oslanjati na sigurnu dobit i poznate osobe. To je loš put koji traži stalne državne potpore, kako bi nakladništvo preživjelo i put koji je zapadni svijet u ovom segmentu napustio.

Za promoviranje i plasiranje izvornog kulturnog proizvoda koji može imati komercijalnu vrijednost, bilo izravnom prodajom potrošačima ili kao intelektualno vlasništvo treba uključiti i moderne menadžere koji da ni ne postoje u Hrvatskoj ili postoje, uglavnom u segmentu glazbe sa svojom klasičnom ulogom organizatora. U Hrvatskoj je dodatan problem nepostojanja kulturnog tržišta, nedostatka tržišta umjetnina, nedovoljnog poticanja poduzetništva u kulturi, izostanka ili neprimjerenog iznosa honoriranja autora za njihov rad, kao produkta mentalnog sklopa koji ne cijeni nečiji rad i stvaranje. Država bez jasne strategije za područje kulture, od nacionalne do lokalne razine ne može ostvariti rezultate, razviti prostor umjetničke kreativnosti i na taj način stvoriti i konkretan prostor za kvalitetniju ekonomsku održivost i izvan zemlje.

Bez učinkovitog provođenja demografske politike, prilagođavanja obrazovnih programa, zadržavanja mladih, posebno talenata neće imati tko stvarati niti posluživati proizvodnju. Jer ako se, ilustracije radi provode mjere za poticanje ulaganja u film i izvoz filmskih proizvoda te za rast gaming industrije, sve je uzaludno ako nema tko raditi, posebno imajući u vidu da specifičnost kulturnih i kreativnih industrija leži u zapošljavanju mladih i žena.

Nužno je raditi i na osvješćivanju i ostalih gospodarskih sektora o važnosti kulturnih i kreativnih industrija te uspostaviti snažnu sinergiju i suradnju umjetničkih, znanstvenih i gospodarskih institucija. Osvijestiti i samu javnost jer još uvijek živi percepcija kako se radi o industriji koja ide na teret državnog proračuna. U navedenom kontekstu potrebno je ojačati postojeći klaster, odnosno njegovu osnovnu funkciju posrednika koji teži uspostavljanju komunikacije i suradnje među sektorima te umrežavanju predstavnika industrije, državnih i akademsko znanstvenih institucija.

Ako Hrvatska želi biti prepoznata kao zemlja inovacija, snažnija podrška istraživačkim aktivnostima, inovacijama i poduzetništvu u kreativnim i kulturnim industrijama je nužnost. Naime, prema rasprostranjenosti korištenja zaštite intelektualnog vlasništva ukazuje se na nizak inovativni potencijal hrvatskog gospodarstva, odnosno na mali broj patenata hrvatskih prijavitelja.

Dakle, ako se želi postići ozbiljna preobrazba puno je elemenata i preuvjeta koji se trebaju ostvariti kako bi se osnažile kulturne i kreativne industrije. Hrvatska ima dovoljno pozitivnih i uspješnih primjera, posebno u segmentu kreativnih marketinških agencija koje mogu poslužiti kao primjer.

Izazovi i nedostaci kulturnih kreativnih industrija

Kako na globalnoj razini tako i u Hrvatskoj izazova je puno, kao i postojećih nedostataka koje se trebaju premostiti. Među njima je, zasigurno i sama krhkost kulturnih i kreativnih industrija, što je pokazala i pandemija COVID-19, kada je kada je ova industrija bilježila znatan gospodarski pad.

Iako, s jedne strane kulturne i kreativne industrije znatno doprinose razvoju, s druge strane intenziviranjem kreativne ekonomije produbljuje se postojeća nejednakost kroz prihode, posebno u urbanim sredinama, a kao posljedica zapošljavanja isključivo kvalificiranih radnika i s ove pozicije daljnjim razvojem, za očekivati je da će se te razlike još više produbljivati. Tu je i problem nesigurnosti koje donosi ova industrija, u kontekstu poslova i zapošljavanja koje je vrlo često povremeno, što dovodi do nesigurnosti i nerijetko do napuštanja karijere. Zatim prisutnost fenomena zvijezda, zvučnih i poznatih imena koji su javnosti vidljivi i u koje se najviše ulaže radi dobiti, međutim na taj način zatvara se prostor mladim i kreativnim ljudima koji u konačnici od stalnih pokušaja i neuspjeha odustaju.

Potrebno je uložiti i više napora u zaštitu prava intelektualnog vlasništva koje, iako je neopipljivo ima sve karakteristike imovine pa se može kupiti, prodati, licencirati, zamijeniti, pokloniti, naslijediti, kao i svako drugo vlasništvo. Na globalnoj razini mala i srednja poduzeća još uvijek, kao oblik zaštite svojih inovacija više koriste poslovnu tajnu nego patent, jednim dijelom i zbog relativno visokih troškova zaštite te same složenosti patentnog sustava. S druge strane, imajući u vidu da se kreativne industrije temelje na individualnoj kreativnosti i idejama, postavlja se i pitanje hoće li tvorac ideje biti adekvatno plaćen, imajući u vidu da većina onih koji donose originalne ideje nisu u stanju sami istu pretvoriti u konkretno ostvarenje, a sam time tu istu ideju ne mogu ni zaštititi. Naime, intelektualnim vlasništvom ne štite se ideje, već konkretna intelektualna ostvarenja pa je potrebno razmišljati i u tom pravcu.

Ovo su samo neki od nedostataka i izazova koji se moraju rješavati na globalnoj razini pa tako i u Hrvatskoj. Ako se kulturne i kreativne industrije, koje okupljaju sektore umjetnosti, medija i dizajna (arhitekturu, obrt, vizualnu umjetnost, grafički i industrijski dizajn, modni dizajn, izvedbenu umjetnost, glazbu, fotografiju, film i video, računalne igre, radio i televiziju, marketing i oglašavanje, književnost i izdavaštvo, softver i elektroničko izdavaštvo...) postave na zdrave noge i kontinuirano njeguju mogu, zasigurno postati temelj gospodarskog i socijalnog razvoja. Kad se kaže – na zdrave noge misli se na potrebu prisutnosti ekonomske i socijalne pravde, a ne pravde samo za najjače, imajući u vidu fokus na digitalne tehnologije i prilike globalizacije.

Velika je vjerojatnost da će se u budućnosti kreativna ekonomija temeljiti, upravo na kreativnosti i tehnologiji, no koliko će ista rasti u velikoj mjeri će ovisiti o proaktivnosti svake zemlje i prepoznavanju prilika i izazova, ali i o smjeru kojim će globalizacija ići, imajući uvijek u vidu kapitalizam koji sve pretvara u potrošačku robu pa tako i ljudska tijela, kulturna obilježja, kreativnost jezik i sam identitet.

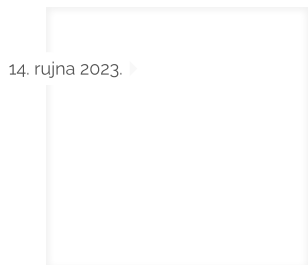
Piše: Tina Tomašić /Demos media

OVAJ PROJEKT FINANCIRAN JE SREDSTVIMA ZA POTICANJE NOVINARSKJE IZVRSNOSTI  
AGENCIJE ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE



Hrvatska uživo

## Slični članci

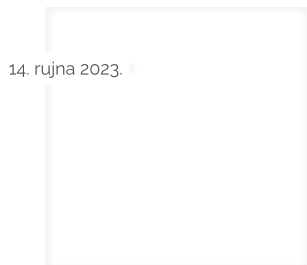


14. rujna 2023. ▶

screenshot/n1

**Europarlamentarka Sunčana Glavak: "Ursula von der Leyen je jasno podcrtala da posao nije završen"**

Opširnije

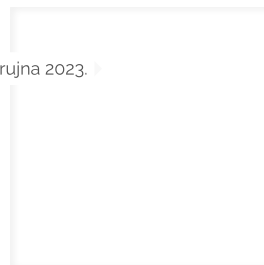


14. rujna 2023. ▶

FOTO: PEXELS

**Lidl počeo snižavati cijene, podržali Vladinu inicijativu**

Opširnije



14. rujna 2023. ▶

**Dvije dojave o bombama u Splitu, evakuiran Županijski sud: 'Svi moramo van!'**

Opširnije

## KATEGORIJE

Umjetnost    Podcast studio    Zaželi  
Nekategorizirano    Općine    Kolumne  
Županija    Udruge građana  
Obrazovanje    Gradovi

## PRATITE

NAS



## NEWSLETTER

Za naše novosti pretplatite se na naš newsletter. Možete se odjaviti u bilo kojem trenutku.

 Pročitao sam i slažem se s uvjetima i odredbama

Pretplatite se

[Impresum](#)[Kontakt](#)[O nama](#)[Uvjeti korištenja](#)[Prodaja i marketing](#)[Redakcija](#)[Pravila privatnosti](#)