

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Živa Novak

Kulturnopolitični pomen kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Živa Novak

Mentorica: doc. dr. Vesna Čopič

Kulturnopolitični pomen kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

*Zahvala*

*Hvala vsem, ki ste me spremljali in podpirali*

*pri nastajanju diplomskega dela!*

## **Kulturnopolitični pomen kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji**

Pomen kulturnih in kreativnih industrij lahko razumemo kot produkt nekoliko spremenjenega razumevanja vloge kulture znotraj kulturnih politik, ki je nastalo z vzponom neoliberalne ideologije. Kot posledica tržnih pričakovanj od kulture, ki zagotavljajo gospodarsko rast in razvoj družbe, lahko rečemo, da kulturne in kreativne industrije igrajo instrumentalizirano vlogo kulture, od katerih se v večji meri pričakujejo komercialne prednosti. Tako od njihovega nastanka naprej beležimo različne načine njihovega prevzetja, ponekod tudi povsem nekritičnega in zavajajočega. Ta kulturnopolitični novorek, katerega ideologija se dobro sliši in dobro prodaja na globalni ravni, je prevzela tudi slovenska kulturna politika, ne da bi se zavedala, kako je ta pojem nastal in kaj dejansko pomeni. Kot navaja zadnji Nacionalni program za kulturo 2014 - 2017, igra razvoj trga kulturnih in kreativnih industrij ključno vlogo, saj naj bi prispeval k novi ekonomiji in ustvarjanju novih tržnih priložnosti, čeprav upoštevajoč ugotovitve Unescove skupine, organizirane v mrežo kulturne ekonomije, kažejo na nekatere učinke, ki so osnovani na precej trhljih nogah. Opozarjajo namreč na nastanek kulturnega proletariata in si poleg tega zastavljajo vprašanje, ali je kultura vendarle res tista, ki mora služiti sveti nedotakljivosti gospodarski rasti.

Ključne besede: kreativne industrije, kulturne industrije, kulturna politika, kulturna ekonomija, kreativna ekonomija.

## **Cultural and political significance of creative industries in Slovenia**

The importance of cultural and creative industries can be understood as a product of a somewhat altered understanding of the role of culture within cultural policies, emerging when the neoliberal ideology gained ground. As the consequence of market expectations of culture, ensuring economic growth and development of the society, we could say that cultural and creative industries play an instrumentalised role of culture, of which predominantly commercial benefits are expected. Since emergence, they have been adopted in various ways, sometimes completely uncritically and in a misleading manner. This cultural and political new-speak, the ideology of which has an appealing sound to it and sells well globally, was adopted by the Slovenian cultural policy, without realising how the concept of creative industries emerged and what it actually means. According to the most recent National Programme for Culture 2014–2017, the development of cultural and creative industries market is crucial, since it supposedly contributes to the new economy and the creation of new market opportunities, but in view of Unesco's group organised into the cultural economy network, it indicates some effects based on rather shaky ground. Namely, attention has been drawn to the creation of cultural proletariat and the question has been posed: is culture that which should serve the sacred inviolability of economic growth?

Key words: creative industries, cultural industries, cultural policy, cultural economy, creative economy.

# KAZALO

1 UVOD .....	6
2 RAZVOJ POJMA KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ TER NASTANEK NOVEGA KULTURNOPOLITIČNEGA DISKURZA .....	8
2.1 RAZMERJE MED KULTURNIMI IN KREATIVNIMI INDUSTRIJAMI IN KULTURO .....	14
3 VKLJUČITEV KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO .....	17
3.1 ANALITIČNE PODLAGE ZA VPELJAVO KONCEPTA KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO .....	20
3.2 GENEZA UVAJANJA PARADIGME KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO .....	22
3.3. NEKRITIČEN PREVZEM PARADIGME .....	26
4 URESNIČEVANJE NACIONALNEGA PROGRAMA ZA KULTURO OZIROMA UKREPOV NA PODROČJU KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V PRAKSI .....	34
5 SKLEP .....	41
6 LITERATURA .....	43

## 1 UVOD

Vzpon kulturnih in kreativnih industrij lahko pripišemo času, ki je zaznamovan z vzponom neoliberalne logike v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, katere glavna ideja je zasnovana na liberalnem modelu samoregulativnega trga. Ta ideološki zasuk je vplival tudi na kulturno politiko, ki s propagando ekonomskega jezika kulture uvede pojem kulturnih in kreativnih industrij, da bi ubranila upravičenost javnega financiranja kulture, kar Vesna Čopič poimenuje kot »zahodni kulturnopolitičen konformizem« (Čopič 2014, 181). Kulturna politika z ideološko retoriko kulturnih in kreativnih industrij spremeni svoj diskurz, da ga začne utemeljevati na ekonomskih ciljih in potencialih kulture. Ali kot se je izrazil britanski minister Chris Smith, ki je na očitke, da je popolnoma podlegel retoriki kulturnih in kreativnih industrij oziroma ekonomski inštrumentalizaciji kulture, odgovoril, da je pač potrebno pritisniti na tiste tipke, ki delujejo (Belfiore v Čopič 2014, 181).

Tako ne gre več za kulturno politiko kot javno politiko, ki je bila v 50-ih in 60-ih letih vezana v svojem temelju in bistvu »na umetnost kot vrednoto samo po sebi in na svobodo umetniškega ustvarjanja, ki je v zvezi s to svojo vrednostno podstatjo temeljila na kulturni avtonomiji« (Čopič v Odkrito o prihodnosti kulture 2014), temveč postane kultura ena izmed gonilnih sil evropskega gospodarstva kot sredstvo za zagotavljanje BDP, gospodarske rasti in novih delovnih mest. V evropskem kulturnopolitičnem kontekstu se je zgodila ta prelomnica s študijo z naslovom *The Economy of Culture in Europe*, ki jo je leta 2006 za Evropsko komisijo izdelala KEA European Affairs (KEA European Affairs 2006, 61). Posledično je Svet Evropske unije v sestavi ministrov, pristojnih za kulturo, najprej leta 2007 sprejel Sklepe Sveta o prispevku kulturnega in ustvarjalnega sektorja k uresničevanju lizbonskih ciljev (Svet Evropske Unije 2007, 1–8), nato pa med prednostne cilje v pospeševanje kulture kot katalizatorja gospodarskega razvoja in novih delovnih mest uvrstil med tri prednostne cilje Evropske strategije za kulturo v svetu globalizacije (Komisija Evropskih skupnosti 2007).

Žal mnoge raziskave in kritike, ki so osnovane na teh temeljih, opozarjajo tudi na nekatere nasprotno učinke od pričakovanih, da namreč ta ekonomska obravnava kulture ne doprinese niti k njeni vrednosti (Cultural Economy Network 2013b) niti k družbeni blaginji (Cultural Economy Network 2013, 3a). Tako najdemo spremembo retorike tudi v sklepih Sveta o prispevku kulture k izvajanju strategije Evropa 2020. Ko obravnavajo vpliv kulture na pametno, trajnostno in vključujoče gospodarstvo, govorijo o pomenu t. i. »kulturnih in ustvarjalnih sektorjev« (Svet Evropske unije 2011).

Polemična razmišljanja in zadržki so bili pri nastajanju Nacionalnega programa za kulturo (2014 - 2017), ki se je pripravljala vse od poteka veljavnosti prejšnjega programa in se iztekel leta 2011 bodisi spregledani bodisi neupoštevani. Čeprav je diskurz kulturnih in kreativnih industrij prišel v slovensko kulturno politiko pozno in z zamudo, torej tedaj, ko se je že pokazala prava podoba moči in nemoči tega diskurza, lahko danes ugotovimo njegovo povsem nekritično prevzetje. Primer tega najdemo v slovenskem Nacionalnem programu za kulturo (2014 - 2017), ki veliko »stavi« ravno na kulturne in kreativne industrije.

Od tod izvira glavna teza diplomske naloge. Ta na podlagi preučevanja pojma kulturnih in kreativnih industrij, kot se je razvijal v zadnjih desetletjih, in njihovega prevzema v slovensko kulturno politiko problematizira nekritičen prenos nove paradigme v smislu izpostavljanja zgolj njihovih bonitet ter neučinkovitost pri uresničevanju te politike v praksi.

*Glavna teza diplomske naloge se torej glasi, da slovenska kulturna politika kulturne in kreativne industrije idealizira in jih kot take nekritično prevzema, ne da bi se poglobila v to, kako je pojem nastal in kaj dejansko pomeni. Druga teza te naloge je, da se tako prevzeta paradigma tudi v praksi ne uresničuje.*

Na podlagi teh tez se diplomska naloga osredotoča na tri glavna raziskovalna vprašanja: *Kako se je razvijal pojem kulturnih in kreativnih industrij? Kako je slovenska kulturna politika vpeljala pojem kreativnih industrij v svojo politiko in kako ga definira? Kako se kulturna politika, ki je zapisana v Nacionalnem programu za kulturo 2014 – 2017, dejansko uresničuje?*

Omenjena raziskovalna vprašanja po poglavjih določajo strukturo diplomske naloge. Uvodu, ki predstavi temo diplomske naloge, to je nekritično uvajanje diskurza kulturnih in kreativnih industrij v slovensko kulturno politiko ter postavi s tem povezana glavna raziskovalna vprašanja, sledi drugi del, ki se osredotoča predvsem na razvoj pojma kulturnih in kreativnih industrij in njegove različne definicije. Poglavje se posveča tudi analizi umeščenosti polja kulturnih in kreativnih industrij v širše polje kulture ter temu, kako potemtakem tudi kulturne in kreativne industrije definirajo kulturo. Namen tega dela je vzpostavitev osnove za obravnavo naslednjega, tretjega dela naloge, v katerem obravnavamo način, kako je slovenska kulturna politika vpeljala pojem kulturnih in kreativnih industrij v svoje dokumente in kako se na ravni nacionalnih programov za kulturo ta koncept izraža. Četrty del na podlagi razumevanja in umeščenosti kulturnih in kreativnih industrij ugotavlja, kako se sprejeta kulturna politika uresničuje. Omenjeni del se tako posveča predvsem identifikaciji kulturnopolitičnih ukrepov, ki

so namenjeni razvoju kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji oziroma uresničevanju zapisanih kulturnopolitičnih ciljev. Zadnji del, sklep, predstavlja ključne ugotovitve, nastale na osnovi glavnih raziskovalnih vprašanj, ki si jih naloga zastavlja.

Raziskovalna metodologija, ki je bila uporabljena pri pisanju diplomskega dela, je bila predvsem diskurzivna analiza in interpretacija primarnih in sekundarnih virov, ki omogočajo slediti razvoju pojma kulturnih in kreativnih industrij, razumeti njihov kulturnopolitični pomen in obdelati njihovo vlogo v slovenski kulturni politiki na nacionalni ravni.

## 2 RAZVOJ POJMA KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ TER NASTANEK NOVEGA KULTURNOPOLITIČNEGA DISKURZA

Razumevanje pojma kulturnih in kreativnih industrij zahteva poglobitev v genezo njegovega nastanka. Ta v celoti zajema zelo široko področje različnih praks, kar dokazujejo različne definicije, ki se razlikujejo po tem, katera področja zajemajo in kako oziroma s katerega vidika jih opredeljujejo. Prav tako se razlikujejo tudi definicije, ki jih uporabljajo države v svojih politikah. Vsaka je glede na stanje v lastnem okolju in izražene interese, definicijo oziroma področja, ki jih vključujejo v ta pojem, nekoliko prilagodila. Pri celostnem razumevanju kreativnih industrij pa ne smemo pozabiti niti na razvoj kulturnih in kreativnih industrij, ki poteka izven političnih odločanj in prav tako pomembno prispeva k njihovemu definiranju.

Preden se posvetimo vpeljavi pojma kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji, je vendarle potrebno izpostaviti nekaj zgodovinskih dejstev, ki so pomembno prispevala k njihovemu razvoju, njihovim definicijam in oblikovanju »novih« vladnih kulturnih politik, kar se odraža tako v načinu njihove umestitve znotraj kulturnih politik, kot tudi v samih ukrepih oziroma praksah na tem področju.

Primarni pojav nekoliko spremenjenega kulturnopolitičnega razumevanja »meja med kulturo in gospodarstvom ter umetnostjo in trgovino« (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 2) lahko označimo z nastankom kulturnih industrij. Z njihovim nastankom so bile sprožene številne polemike, ki so še danes aktualne v razvojnih dogodkih, tako v družbeni teoriji kot v drugih akademskih sferah.



Vendar, če se vrnemo še nekoliko nazaj in skušamo najti indice nastanka kulturnih industrij, se lahko navežemo že na 19. stoletje, na čas tranzicije iz fevdalizma v kapitalizem, v katerem se je začel proces t. i. komercializacije kulturne produkcije (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 3). Kot izpostavlja pomembne tri vidike moderne kapitalistične transformacije umetnosti Aleš Debeljak, gre za »popredmetenje in depersonalizacijo družbenega odnosa med proizvajalci in sprejemniki umetnosti, poblagovanje in komercializacijo umetnosti ter javni dostop do umetnosti in spremenjeno strukturo njenih odjemalcev« (Debeljak 1999, 79–80). Torej gre predvsem za razvoj trga, ko umetnik ne dela več samo za znanega naročnika, temveč za širšo množico ljudi. Ta proces se je po mnenju Pierreja Bordieua in Raymonda Williama v industrijsko razvitih družbah od začetka dvajsetega stoletja dalje le še krepil (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 3)

Genealogija izraza »kulturne industrije« sledi torej zgodnjim delom frankfurtske šole v tridesetih in štiridesetih letih dvajsetega stoletja, ki govori o neusmiljenem poblagovanju umetnosti za zagotavljanje ideološke legitimizacije kapitalistične družbe (UNESCO 2013b, 20). »Kulturna industrija«, ki so jo kot termin za opis množične kulture uporabljali frankfurtovski teoretiki, je po njihovem mnenju učinkovala kot »množično zavajanje med seboj izoliranih posameznikov sodobne družbe, saj jih banalne in slaboumne vsebine uspešno prepričujejo, da je s svetom, kot ga poznamo, vse v redu, v kolikor pa bi morda komu vendarle prišlo na misel kritično razmišljati o danih družbenih razmerah, pa tega itak ne bi mogel storiti, kajti plehkost množične kulture, s katero živimo, zagotavlja, da tudi v najboljšem primeru ne moremo razmišljati drugače kot plehko« (Stankovič 2002, 16). Drugače lahko pojasnimo takratno razumevanje izraza »kulturne industrije« v povojnem obdobju kot radikalno kritiko množične zabave (UNCTAD 2010, 5).

Pomen kulturnih industrij se je torej bistveno razlikoval od današnjega, saj je tedaj veljalo, da sta si pojma industrija in kultura v nasprotju (Ekonomski fakulteta in Inštitut za ekonomska raziskovanja 2012, 3), čeprav je sicer takih pesimističnih pogledov na odnos med kulturo in kapitalističnimi podjetji še vedno nekaj in prihajajo predvsem iz vrst levice, še posebej v okviru razprave o nevarnosti globalne kulturne homogenizacije (UNESCO 2013b, 20).

Kljub medsebojno sovražnim pogledom med kulturo in gospodarstvom, pri čemer je logika vsakega povsem nezdružljiva za zблиževanje, v šestdesetih mnogi analitiki sprevidijo, da proces poblagovanja oziroma komodifikacije ne vedno ali nujno povzroči degradacijo kulturnega izražanja, temveč nasprotno, da imata lahko industrijsko ali digitalno ustvarjeno blago in sto-

ritve veliko pozitivnih lastnosti. V osemdesetih letih se začne termin »kulturne industrije« uporabljati s pozitivno oznako. Brez slabšalne konotacije se začne uporabljati v akademskih in političnih krogih. Prav tako ga začne propagirati Unesco, ki s širokim obsegom zajemajočih področij, kot so glasba, umetnost, pisanje, moda, oblikovanje ter medijske industrije (radio, založništvo, filmska in televizijska produkcija – obseg ne izključuje niti tehnološko intenzivnih področij, kot je na primer kulturna produkcija v državah v razvoju) (UNESCO 2013b, 20) prepozna gospodarsko razsežnost kulture in njen vpliv na razvoj ter začne analizirati njene industrijske značilnosti (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 4). Ob tem razumevanju gospodarska vloga produktivnih domen ne izključuje niti vloge prenašalcev pomembnih kulturnih in družbenih pomenov (UNESCO 2013b, 20).

V tem času se je pojem kulturnih industrij začel pojavljati tudi v lokalnih politikah. V Veliki Britaniji je v mestu Sheffield za razvoj kulturnih industrij pomembno prispevala politika Oddelka za zaposlovanje in gospodarski razvoj. Čeprav pri tem ni šlo za značilno obliko politike kulturnih industrij, je tovrsten model upravljanja postal precej popularen. Omenjeni oddelek je tedaj z namenom deindustrializacije mesta Sheffield videl rešite za »premik« ljudi izven upravičenosti nadomestila za brezposelnost in oživitev gospodarstva v kulturnih projektih. O podobnih kulturnih politikah v devetdesetih, ki so bile povezane z urbano regeneracijo, pišeta Franco Bianchini in Michael Parkinson (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 5).

Pojem »kreativnih industrij« je nastal s preimenovanjem ideje kulturnih industrij, ki naj bi bil lahko pomemben način oživljanja postindustrijskih nacionalnih gospodarstev (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 5). Pravzaprav je bila uvedba kreativnih industrij poskus ponovitve strategije povezovanja umetnosti s kulturnimi industrijami na nacionalni ravni, s čimer so najbolj prefinjene dejavnosti postale del gospodarkega razvoja, kar je bilo ključno za večino vladnih politik v obdobju neoliberalizma (Hesmondhalgh 2008, 8). Podobno pojav kreativnih industrij razume UNCTAD, ko navaja, da se je z njihovim nastankom razumevanje kulturnih industrij premaknilo preko meja samih umetniških aktivnosti, kar je pomenilo premik v pogledu na potencialne komercialne aktivnosti, ki so bile pred tem obravnavane zgolj ali predvsem v neekonomskem smislu (UNCTAD 2004, 4). Ob tem pa ne smemo spregledati pomembne priključitve informacijske in komunikacijske tehnologije (IKT) pod njihove dejavnosti, kot so to na primer izpeljali v Veliki Britaniji. Vključitev računalniške programske opreme v opredelitvi »kreativnih industrij« je med drugim pomenila tudi inovativen ukrep za javno podporo usposabljanja »kreativnih delavcev«, ki so bili prvotno razviti za industrijo IKT (Garnham

2005, 26). Ta povezava z najbolj naprednim delom je kulturi v smislu njenega pomena in vloge nedvomno doprinesla veliko.

Na nacionalni politični ravni se pojem kreativnih industrij začne prvič uporabljati v poznih devetdesetih letih v Veliki Britaniji z »odmevnim« Oddelkom za kulturo, medije in šport (UNESCO 2013b, 20), čeprav so bili pomembni predhodniki v drugih državah. Še poseben pomen nastanka kreativnih industrij nosi avstralska vlada, ko je leta 1994 nastopila s pobudo kreativnega naroda (Hesmondhalgh 2008, 8). Poleg Avstralije sta tudi Kanada in Nova Zelandija prepoznali nekoliko bolj v ohranjanje nacionalne kulture usmerjeno razumevanje kreativnih industrij. Njihove politike so bile oblikovane na koherentnih pristopih, ki niso temeljili zgolj na prepoznavanju ekonomskega pomena kreativnih industrij, temveč tudi na prepoznavanju »pomembnosti gradnje in zaščite nacionalne kulture«. Ti pristopi so si prizadevali za spoštovanje pravic staroselcev in visoko kulturo, medtem ko so manjši pomen pripisovali "novim kulturnim oblikam". Pomembne izzive so videli v oblikovanju prostora za lokalno kulturno produkcijo in potrošnjo ter v "amerikanizaciji" preko trga (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 6).

Termin »kreativne industrije« izhaja tudi iz povezave kreativnosti na mestni gospodarski razvoj in urbanizem – kreativno mesto. Prvo pomembno spodbudo k temu je prispeval britanski svetovalec Charles Landry. Sledil mu je ameriški teoretik urbanih študij Richard Florida. Njegova vplivna teorija »kreativnega razreda« temelji na predpostavki, da so mesta nujno potrebna za zagotovitev njihovega uspešnega razvoja. Pod pojmom »kreativni razred« razume zelo sposobno skupino ljudi iz različnih strok, pa vodstvenih in tehničnih delavcev, ki proizvajajo inovacije različnih vrst – torej ne zgolj kreativnih delavcev v kulturnih in kreativnih industrijah. Skupaj tvorijo v današnjih urbanih družbah vrelišče inovativne energije in kulturne dinamike. V tem pogledu so kulturne dejavnosti mišljene kot »dobrine« v urbani infrastrukturi, ki služijo za privabljanje mobilne in strokovne delovne sile. S tem pa naj bi zagotavljale tudi tržišče za njihovo namensko preživljanje prostega časa (UNESCO 2013b, 20–21).

Ta paradigma se je po valu velikega navdušenja, predvsem med župani mest Združenih držav Amerike, Severne Evrope in Vzhodne Azije, občutno zmanjšala, ker so strokovnjaki ugotovili, da »Floridove teze« niso bile podprte z empiričnimi dokazi in niso zagotovile zadostnih navodil za potrebno in dovolj trajno zagotavljanje pogojev, pod katerimi bi se takšni usposobljeni in kreativni posamezniki zbirali in ostajali na določenem kraju, da bi postali ključni akterji lokalnega in regionalnega razvoja. Poleg tega je Florida sam pred kratkim priznal, da

celo v Združenih državah Amerike koristi njegove strategije “tečejo nesorazmerno bolj k visoko kvalificiranemu znanju strokovnjakov in kreativnih delavcev” in dodal, da “ob bližjem pogledu množica talentov zagotavlja malo za pronicanje koristi navzdol”« (UNESCO 2013b, 20–21).

Kakorkoli že, devetdeseta in zgodnja leta 21. stoletja lahko prepoznamo kot obdobje, v katerem je kulturna politika postavljena pred izziv nekoliko predrugačenega pristopa k razumevanju njenega poslanstva. S politiko kulturnih in kreativnih industrij je dosežena njena ekonomska relevantnost, ko je bila politika ocenjena na podlagi fiskalnih koristi. Popularnost takih politik je bila podprta z veliko mero sprejetja tako s strani neoliberalnih konservativcev, kot tudi s strani postmodernistične levice, pri čemer poblagovanje kulture ni bilo več razumljeno kot nekaj, kar bi se še lahko “upiralo” skozi subvencije umetnosti in druge tradicionalne oblike kulturne politike. Poleg tega bi bila lahko politika kreativnih industrij prikazana kot način demokratizacije in antielitizma, »kot nasprotje predpostavljene elitizmu umetnostne politike, s ciljem subvencioniranja kulturne produkcije«, in ne več na način, da se njena vrednost ne bi smela srečevati s trgom. Kot navaja Nicholas Garnham, pri tem »politika kreativnih industrij nadaljuje z vzponom proti problemom ocenjevanja zaslug v relaciji s kulturnimi proizvodi, ampak jih prikriva pod javno prizanim namenom združevanja odličnosti in dostopa« (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 7–8).

Na tej točki lahko izpostavim nekaj glavnih definicij kulturnih in kreativnih industrij, ki so pomembno prispevale k sooblikovanju in generiranju njihovega razumevanja na urbanih, regionalnih in nacionalnih ravneh. Močan vpliv na oblikovanje politik so imele nedvomno definicije Unesca, Wipa in britanskega Ministrstva za kulturo, medije in šport (DCMS).

Definicija DCMS-ja velja za prvo vladno definicijo. Kreativne industrije definira z obsegom panog, ki »temeljijo na individualni kreativnosti, spretnosti in talentu s potencialom za ustvarjanje blaginje in delovnih mest s pomočjo razvoja intelektualne lastnine«. Obsegajočih sektorjev je trinajst: »oglaševanje, arhitektura, umetnost in trgovanje s starinami, domača obrt, dizajn, modno oblikovanje, interaktivna prostočasna programska oprema (npr. video igre), glasba, uprizoritvene umetnosti, založništvo, programska oprema ter televizija in radio«. Britanska vlada je z določitvijo teh področij že v letih 1998 in 2001 in z nadaljnjimi političnimi strategijami ter ukrepi tako tudi prevzela vodilno vlogo pri razvijanju agende kreativnega gospodarstva. Njena definicija je bila široko sprejeta s strani mnogih drugih držav in prav tako tudi

sektorsko prilagojena na osnovi lokalnega gospodarstva in kulturnega pomena (British Council 2008–2011).

Unescova definicija za razliko od DCMS-ja pomembno razlikuje kulturne in kreativne industrije, čeprav na način nerazdružljive povezanosti. Tako navaja:

*Izraz kulturne industrije se nanaša na industrijske panoge, ki združujejo ustvarjanje, proizvodnjo in komercializacijo ustvarjalnih vsebin, ki so neopredmetene in kulturne narave. Vsebine so običajno zaščitene z avtorskimi pravicami in so lahko v obliki blaga ali storitev. Kulturne industrije na splošno vključujejo tiskanje, založništvo in multi-medijo, avdiovizualna področja, fonografske in kinematografske produkcije, kot tudi obrti in oblikovanje (UNESCO 2013a).*

*Izraz kreativne industrije zajema širši spekter dejavnosti, ki vključuje kulture industrije ter vse kulturne ali umetniške produkcije bodisi v živo bodisi proizvedene kot posamezne enote. Kreativne industrije so tiste, v katerih izdelek ali storitev vsebuje znaten element umetniškega ali ustvarjalnega prizadevanja in vključuje dejavnosti, kot sta arhitektura in oglaševanje (UNESCO 2013a).*

Na nekoliko drugačen način definira kreativne industrije Wipov model. Kot navaja, »kreativne industrije lahko opredelimo tudi kot dejavnosti, ki proizvajajo in distribuirajo blago in storitve, osredotočene na besedila, simbole, slike in programsko opremo. Te predstavljajo posebno skupino na znanju temelječih dejavnosti, ki ponavadi združujejo ustvarjalno nadarjenost z napredno tehnologijo in katerih proizvodnja je lahko zavarovana s široko paleto pravic intelektualne lastnine.« (WIPO 2006, 10)

S poudarkom na osnovi »avtorskih industrij« Wipo razlikuje tri skupine: »jedro avtorskih industrij«, »delno avtorske industrije« in »soodvisne avtorske industrije«. V prvo skupino umešča oglaševanje, zbirateljska društva, film in video, glasbo, uprizoritvene umetnosti, založništvo, programsko opremo, televizijo in radio ter vizualne in grafične umetnosti. V drugo skupino umešča arhitekturo, oblačila in obutev, oblikovanje, modo, gospodinjsko blago in igrače. V tretjo skupino pa sodijo prazen zapisovalni material, potrošniška elektronika, glasbeni inštrumenti, papir in fotokopirni stroji ter fotografska oprema (UNESCO 2013b, 22).

Že na podlagi površne obravnave omenjenih definicij lahko ugotovimo, da razumevanje in definiranje kulturnih in kreativnih industrij, ki bi bilo univerzalno sprejeto, ni preprosto. Gle-

de na tako široko polje, ki ga kultura in kreativnost zavzemata, namreč logično sledi več pojmov in klasifikacij, ki določajo njihovo področje delovanja in tako skupaj kot integralni deli tvorijo celoto. Potemtakem nekoliko problematična postane tudi razmejitev v njihovem odnosu. Kot navaja Unescovo poročilo 2013, je zato posameznim skupnostim pogosto izziv, preoblikovati prevladujoče modele, da ustrezajo resničnemu stanju v njihovem lokalnem okolju, kulturi in trgom. Le-to pa pogosto vodi tudi do vprašanj, kako oziroma kam v modele kulturnih in kreativnih industrij potemtakem umestiti modne revije, karnevale in video igre (UNESCO 2013b, 21).

Če torej primerjamo vse tri zgornje definicije, ugotovimo, da se razlikujejo tako po obsegu kot vsebini. Medtem ko britanski DCMS navaja široko paleto posameznih področij kreativnih industrij, Unesco in Wipo razvrščata na osnovi jedra, ki temelji bodisi na kulturnih industrijah bodisi na avtorskih industrijah. Na osnovi primarnega področja torej razvijejo klasifikacijo ostalih področij, ki se tako ali drugače vežejo na temeljnega. Wipo tako navaja »delno avtorske industrije« in »soodvisne avtorske industrije«, medtem ko Unesco poudarja, da kreativne industrije vključujejo tudi kulturne industrije.

V primerjavi s klasifikacijo britanskega DCMS-ja, ki razlikuje trinajst posameznih sektorjev kreativnih industrij, ugotovimo, da je podobna definicija kreativnih industrij Unesca v tem obsegu bistveno ožja. Medtem ko britanska klasifikacija v svojem naboru ne izključuje t. i. »kulturnih industrij«, jih Unesco zoža le na nekaj panog, kot so arhitektura, oblikovanje in oglaševanje. Podobno velja za Wipovo klasifikacijo »delno avtorskih industrij«.

Različne pojmovne interpretacije kulturnih, kreativnih in avtorskih industrij pa se ne razlikujejo toliko na osnovi pričakovanega komercialnega potenciala, saj ga vse, bodisi posredno bodisi neposredno, prepoznajo.

## 2.1 RAZMERJE MED KULTURNIMI IN KREATIVNIMI INDUSTRIJAMI IN KULTURO

Pomembna vprašanja se zastavijo, ko želimo razumeti pomen kulturnih in kreativnih industrij v odnosu s širšim poljem kulture. Kažejo se tako v konceptualnem smislu kot tudi v realni prisotnosti v kulturnem okolju – v kulturni politiki in akademskih študijah kulturne politike. Odgovori na problematiko so različni; tako nekateri govorijo o prilagodljivosti termina »kultura«, pri čemer bi bilo sploh nekoristno govoriti o kulturnih industrijah (to ugotovitev lahko

vežemo tudi na kreativne industrije). Drugi trdijo, da so vse industrije lahko tudi kulturne industrije, saj so vse (industrije) vključene v proizvodnjo blaga in storitev, ki postanejo del spleta pomenov in simbolov, in jih lahko imenujemo pod pojmom kultura (gre za zelo široko pojmovanje). Kot navajata avtorja članka, Hesmondhalgh in Pratt, se jima zdi najbolj pametno prepoznati glavni interes teh industrij v »simbolni, estetski, in z željo po boljšem izrazu, umetniški naravi njihovega rezultata, ker imajo ti rezultati lahko potencialno močan vpliv na način, kako razumemo družbo, vključno seveda s kulturno produkcijo samo po sebi«. Tako navajata, da je za izdelavo razumljive definicije kulturnih industrij pomembno prepoznati meje med »simbolno, kulturno produkcijo in drugimi “ne-kulturnimi” vrstami produkcije na način propustne, okvirne in relativne«, ter »razmišljati o mejah v smislu povezave med utilitarnimi funkcijami in neutilitarnimi (umetniškimi/ estetskimi/ razvedrilnimi) funkcijami simbolnega blaga«. Pri tem opozorita, da sta morda celo pri vseh panogah, ki proučirajo bodisi predmete bodisi storitve, prisotna tako utilitarnost kot neutilitarnost (na primer avtomobili, pohištvo, pralni stroji). Čeprav je dejstvo, da ko govorimo o knjigah, televizijskih programih, igrah in umetniškem tisku, neutilitarni elementi jasno prevladajo nad drugimi razsežnostmi (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 8).

Na dejsvo in pojav širše obsegajočega razumevanja »kulture« opozarja tudi Unescovo poročilo o kreativnem gospodarstvu 2013. Kot navaja, si tudi sistem Združenih narodov in njeni voditelji prizadevajo zagotoviti, da je pomen kulture izražen kot oboje, tako »gonilo« kot »omogočevalec« trajnostnega človeškega v prihodnosti razvojnih namenov in ciljev. Kultura kot »gonilo« razvoja je tako z rastjo kreativne ekonomije na splošno ter posebno s kulturnimi in kreativnimi industrijami »prepoznana ne zgolj za gospodarsko vrednost, ampak tudi vse bolj zaradi njihove vloge v izdelavi novih kreativnih idej ali tehnologij in njihovih nedenarnih družbenih koristi« (Bokova in Clark v UNESCO 2013b, 9).

To dokaže tudi z razumevanjem logike razmerja med kulturo in kreativnostjo na način primerjave prvih dveh poročil o kreativnem gospodarstvu z zadnjim, ki kažejo na tendenco vedno širšega razumevanja poslanstva kreativnih industrij znotraj kulture. Prvi dve izdaji poročila o kreativnem gospodarstvu se dotikata – čeprav na rahlo – dokazov, ki kažejo na to, da je »kreativno gospodarstvo pomembno vrelišče kreativnosti in komponenta rasti«, kar med drugim vpliva tudi na negospodarski človeški razvoj dobrin. Tako zlasti poročilo iz leta 2010 razlaga, da je dobro negovati kreativnost, katera »napaja kulturo, spodbuja človeški razvoj in predstavlja ključno sestavino za ustvarjanje delovnih mest, inovacij in trgovine, medtem ko prispeva k družbeni vključenosti, kulturni raznolikosti in okoljski stalnosti«. Podobno, čeprav

obširneje, navaja zadnja posebna izdaja tega poročila iz leta 2013, ki pravi, da sta »kreativnost in kultura procesa oziroma pojava, ki sta tesno povezana v domišljanju in generiranju novih idej, izdelkov ali načinov tolmačenja sveta«, kar se odraža v denarnih in nedenarnih koristih, vse to pa je mogoče prepoznati za ključni pomen človeškega razvoja. Kot poročilo samo navaja, se torej transformacijsko spremembo razume »v širšem okviru človeškega razvoja in velja za proces, ki krepi dejansko svobodo ljudi, da si prizadevajo za tisto, kar z razlogom cenijo« (UNESCO 2013b, 16).

Prav tako se s terminom »kreativno gospodarstvo« odpira relativno novo, prenovljeno razumevanje dejanske pozicioniranosti kreativnih industrij med gospodarstvom in kulturo. Termin je postal pomemben v letu 2001, ko ga je britanski pisatelj in medijski menedžer John Howkins uporabil za obseg petnajstih panog, od umetnosti do znanosti in tehnologije. Njegov obseg ob področju kulturnih dobrin in storitev zavzema tudi igrače in igre ter celotno domeno raziskav in razvoja (R&R) (UNESCO 2013b, 20). V svoji knjigi je o odnosu med kreativnostjo in ekonomijo zapisal, da sicer ta dva pojma nista nova, temveč za »novo« vidi predvsem naravo in obseg »odnosa med njima ter način njunega kombiniranja za ustvarjanje izredne vrednosti in bogastva«. In tako sta prav ta »izredna vrednost in bogastvo«, ki naj bi ju kreativna ekonomija ustvarjala, kulturne in kreativne industrije dvignila iz obrobnih debat o kulturi in jih postavila v samo središče debat o konkurenčnosti (Howkins v Ekonomska fakulteta in Inštitut za ekonomska raziskovanja 2012, 1). Ob tem pa Unescovo poročilo opozarja, da se s tem, »ko se priznava kulturne dejavnosti in procese za jedro močne nove ekonomije, ukvarja tudi z manifestacijami usvarjalnosti na področjih, ki jih ne bi bilo moč razumeti kot "kulturne"« (UNESCO 2013b, 20).

Za lažjo predstavo umeščenosti in pozicioniranosti kulturnih in kreativnih industrij v širšem polju kulture, navaja Unescovo poročilo dva primera klasifikacij v obliki koncentričnih krogov, ki ponazarjata različni razumevanji jedra kulture v interakciji s širšim, gospodarskim prostorom. Pri tem je moč prepoznati razvoj nekoliko predrugačenega razumevanje umetnosti v jedru kulture.

Najbolj poznan »model koncentričnih krogov« je delo Davida Throsbyja. Ta razvršča kulturne in kreativne industrije v več jeder: v »jedro kulturnega izražanja« uvršča literaturo, glasbo, uprizoritvene in vizualne umetnosti; v »drugo jedro kreativnih industrij« film, muzeje, galerije in knjižnice ter fotografijo; v »širšo skupino kulturnih industrij« storitve, povezane z dediščino, založništvo in tiskane medije, televizijo in radio, snemanje zvoka ter video in računal-



niške igre; v skupino »povezanih industrij« pa oglaševanje, arhitekturo, oblikovanje in modo (UNESCO 2013b, 23).

Najnovejši »model koncentričnih krogov«, ki razvršča kulturne in kreativne industrije, je delo fundacije v Veliki Britaniji. Ta v primerjavi s prejšnjim modelom – modelom Davida Throsbyja, ki v jedru kulturnega izražanja razume posamezne umetnike na vrhu hierarhije ustvarjalnosti – razvršča na podlagi ustvarjalnosti, ki je v svojem bistvu bolj »družbena« in izdelana v okvirih skupnosti. Tako vključuje različne elemente, vključno z estetskimi, družbenimi, duhovnimi, zgodovinskimi, simboličnimi in avtentičnimi vrednostmi (UNESCO 2013b, 23).

V jedru koncentričnih krogov tako navaja »osnovo ustvarjalnih polj«, pod katerimi razume komercialne dosežke, ki posedujejo visoko stopnjo ekspresivne vrednosti in uveljavljanje zaščite avtorskih pravic. V drugem koncentričnem krogu »kulturnih industrij« navaja dejavnosti, ki vključujejo množično razmnoževanje izraznih stvaritev, ki temeljijo na avtorskih pravicah. Naslednji koncentrični krog »kreativnih industrij in dejavnosti« razume uporabo ekspresivne vrednosti, ki je bistvenega pomena za uspešnost teh sektorjev. Zadnji krog »preostalega gospodarstva« pa vključuje proizvodne in storitvene sektorje, ki koristijo in izkoriščajo ekspresivne vrednosti, proizvedene s strani kreativnih industrij (UNESCO 2013b, 23).

Sodeč po tem drugem razumevanju, »kultura« torej ni več razumljena kot »kulturna enklava«, ki zaradi svojega bistva umetnosti »na vrhu hierarhije ustvarjalnosti« napaja sledeče sektorje, kateri si sledijo na poti »za komercialni namen«, temveč bolj v smislu vsesplošne dostopnosti in uporabljivosti le-te, tudi v komercialnem smislu. Pri tem je poslanstvo kreativnih industrij nekakšna »prilagoditev času«, ki želi kulturo skozi kapitalistično-komercialni sistem približati širši množici ljudi. Pri tem pa ne smemo mimo dejstva, da se je v skladu s tovrstno transformacijo znašla na preizkušnji in se spremenila tudi kulturna politika, ki se je v večji meri prilagodila retoriki »kreativnih industrij«.

### 3 VKLJUČITEV KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO

Ker je Slovenija del Evropske unije, je razumljivo, da izhaja pri vključevanju kulturnih in kreativnih industrij v svojo kulturno politiko iz dokumentov Evropske unije, torej Zelene

knjige in različnih resolucij oziroma sporočil, s katerimi je Evropska unija načrtala svoj odnos do kulture, kakor tudi iz spoznanj oziroma raziskav, ki so njihova podlaga.

Po pristopu Evropske komisije Zelena knjiga o izkoriščanju potenciala kulturnih in kreativnih industrij podobno kot Unescova definicija navaja kulturne industrije, iz katerih se kreativne industrije napajajo:

*„Kulturne industrije“ so industrije, ki proizvajajo in razširjajo dobrine ali storitve, ki se v času nastanka obravnavajo z vidika njihove posebne značilnosti, uporabe ali namena, ki vsebujejo ali izražajo vsebine izražanje, ne glede na njihovo morebitno tržno vrednost. Poleg tradicionalnih umetniških sektorjev (uprizoritvene umetnosti, vizualne umetnosti, kulturna dediščina – vključno z javnim sektorjem) zajemajo tudi film, DVD in video, televizijo in radio, video igrice, nove medije, glasbo, knjige in tisk. Ta pojem je opredeljen v povezavi s pojmom kulturnega izražanja iz Konvencije Unesca o zaščiti in spodbujanju raznolikosti kulturnega izražanja iz leta 2005 (Evropska Komisija 2010).*

*„Ustvarjalne industrije“ so industrije, ki kot vložek uporabljajo kulturo in imajo kulturno razsežnost, njihovi rezultati pa so po večini funkcionalni. Te industrije zajemajo arhitekturo in oblikovanje, ki elemente ustvarjalnosti vključujeta v širše procese, ter podsektorje, kot so grafično in modno oblikovanje ali oglaševanje (Evropska Komisija 2010).*

Preden pa se posvetimo natančnejši obravnavi definiranja kreativnih industrij v Sloveniji, naj omenim nekaj pomembnih iztočnic njihovega razumevanja iz Zelene knjige.

Evropska unija je z Evropskim delovnim načrtom za področje kulturnih in kreativnih industrij 2011-2014, ki sprejme pristop iz Zelene knjige Evropske komisije z naslovom »Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij«, pomembno prispevala k razumevanju in prevzemu kreativnih industrij v Sloveniji. Po pristopu Zelene knjige tako nadaljuje evropski delovni načrt (kot priročnik), da so kulturne in kreativne industrije v strateškem položaju za spodbujanje pametne, trajnostne in vključujoče rasti v vseh regijah in mestih Evropske unije, kar »v celoti prispeva k strategiji Evropa 2020, ki je strategija rasti za prihodnje desetletje« (European Agenda for Culture 2012, 2).

Evropska Zelena knjiga vidi kulturne in kreativne industrije kot odgovor na dejstvo, da se v zadnjih desetletjih svet spreminja hitreje, pri čemer sta hiter razvoj novih tehnologij in večja

globalizacija v Evropi in ostalih delih sveta povzročila močan odmik od tradicionalne proizvodnje k storitvam in inovacijam. »Proizvodne obrate postopoma zamenjujejo ustvarjalne skupnosti, ki kot surovino uporabljajo svojo domišljijo, ustvarjalnost in inovativnost. V tem novem digitalnem gospodarstvu nematerialna vrednost vse bolj določa materialno, saj si potrošniki želijo „izkušenj“, ki jim odpirajo nova obzorja in jih bogatijo«. Sposobnost mreženja in ustvarjanja družbenih izkušenj je tako novi dejavnik konkurenčnosti (Evropska Komisija 2010).

Kot še navaja, je zato pomembno, da Evropa v tem spreminjajočem se globalnem okolju omogoči ustrezne pogoje za razvoj ustvarjalnosti in inovativnosti v novi podjetniški kulturi in tako ostane konkurenčna. V kulturnih in kreativnih industrijah vidi »ogromno neizkoriščenege potenciala za rast in nova delovna mesta«. Prav tako bo tudi blaginja v prihodnosti v veliki meri odvisno od tega, »kako uporabljamo svoje vire, znanje in ustvarjalne talente pri spodbujanju inovacij. Zato mora Evropa »na podlagi bogastva in raznolikosti naših kultur razviti nove načine ustvarjanja dodane vrednosti, skupnega življenja in deljenja virov ter hkrati izkoristiti prednosti raznovrstnosti« (Evropska Komisija 2010).

Veliko vlogo kulturnih in kreativnih industrij vidi tudi pri ustvarjanju partnerstev na področju izobraževanja »pri zagotavljanju ustvarjalnih, podjetniških in medkulturnih znanj, ki jih potrebujejo evropski državljani«. »Evropske KUI s takšnim učinkom prelivanja omogočajo usmerjanje v bolj domiselno, bolj povezano, bolj zeleno in obetavnejšo prihodnost.« (Evropska Komisija 2010)

V nasprotju z vsemi kritičnimi pomisleki, ki jih obravnavamo kasneje v nadaljevanju, je stališče Evropske unije brez pridržkov pozitivno. Priročnik Evropske unije tako razlaga kulturne in kreativne industrije kot »široko in pomembno področje z mnogoterimi učinki« (zgolj pozitivnimi). V poglavju z naslovom »Zakaj se plača vlagati v kulturne in kreativne industrije?« navede številna pričakovanja in učinke kulturnih in kreativnih industrij in jih razdeli v tri sklope. V prvem sklopu navaja prispevek k BDP-ju, rasti in zaposlovanju. Kot navaja, številke kažejo pozitiven trend glede prispevka kulturnega in ustvarjalnega sektorja k evropskemu BDP-ju, kar pomeni, da sektor pridobiva tako v ekonomskem pomenu, kot v smislu njegovega prispevka k splošnemu bogastvu Evrope. Prav tako poroča o rasti zaposlitev v kulturi in fleksibilnih, vodstvenih delovnih mestih, ki zahtevajo mobilnost in visoko usposobljenost (European Agenda for Culture 2012, 6). Drugi sklop poroča o prispevku lokalnemu in regionalnemu razvoju, tretji sklop pa o prispevku k ostalemu gospodarstvu, inovacijam in družbeni

blaginji (European Agenda for Culture 2012, 7–8). Pri tem je pomemben integracijski vidik, saj »skupaj jedro kulturne in umetniške izraznosti ter kulturne in kreativne industrije zagotavljajo velik potencial za lokalni, regionalni in nacionalni razvoj ter učinke prelivanja na širše gospodarstvo« (European Agenda for Culture 2012, 5).

### 3.1 ANALITIČNE PODLAGE ZA VPELJAVO KONCEPTA KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO

Ministrstvo za kulturo je leta 2012 skupaj z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo in Javno agencijo za raziskovalno dejavnost financiralo raziskovalni projekt »Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji«. Del projekta se je nanašal tudi na klasifikacijo dejavnosti kulturnih in kreativnih industrij, saj je bilo potrebno definirati, kaj sodi pod ta pojem v Sloveniji. Kot ugotavljajo avtorji raziskovalnega projekta (Nika Murovec, Damjan Kavaš, Igor Prodan in Mateja Drnovšek), »v statističnem smislu kulturne in kreativne industrije niso dobro definirana panoga«, čeprav se je v zadnjih letih »pojavo mnogo različnih modelov, ki so skušali zagotoviti tudi bolj sistematično razumevanje strukturnih karakteristik KKI in torej opredeliti, katere panoge naj bi sodile v okvir KKI«. Avtorji analize še poudarjajo, da »tako kot same definicije, se tudi sistemi klasifikacije na podlagi teh modelov precej razlikujejo« (FORA v Ekonomska fakulteta in Inštitut za ekonomska raziskovanja 2012, 4).

Za klasifikacijo dejavnosti so uporabili tipologijo po danskem uradu FORA (2010). Ta razvršča na način, da kulturne in kreativne industrije v najožjem smislu razumemo »kot tiste aktivnosti, pri katerih je osrednji produkt rezultat umetniške aktivnosti glasbenikov, slikarjev, pisateljev, igralcev, arhitektov, rokodelcev (mojstrov) ali oblikovalcev«. V širšem obsegu vključuje tudi tiste panoge, »v katerih osrednji produkt sicer ni tako neposredna posledica umetniške dejavnosti, ima pa določene umetniške in kulturne značilnosti. Takšni primeri panog so npr. založništvo, radio in TV dejavnosti, zabavna industrija ter profesionalni šport«. V najširšem pogledu pa vključuje tudi druge sorodne panoge, »katerih ekonomske aktivnosti temeljijo na umetnosti in kulturi ali vseh vmesnih panogah. Primer takšne panoge je turizem.«

Tipologija je torej oblikovana v koncentrične kroge, ki vsebuje »panoge kreativnega jedra«, »vmesne panoge« in »sorodne panoge« (FORA v Ekonomska fakulteta in Inštitut za ekonom-

ska raziskovanja 2012, 4–5). V primerjavi z zgoraj omenjenima klasifikacijama ugotovimo, da je ta bolj podobna novejšemu »modelu koncentričnih krogov«. To lahko pojasnimo v skladu z razumevanjem »širšega polja kulture«, ki zraven prinese tudi širši nabor področij njihovega delovanja.

Študija »Gospodarski prispevek panog, ki temeljijo na avtorski pravici, v Sloveniji« prav tako razvršča kulturne in kreativne industrije, vendar na način »avtorskih industrij«. Narejena je z uporabo priznane metodologije, ki jo je predlagal Wipo. Kot navajajo avtorji študije, je uporaba te metodologije »zelo koristna, ker omogoča neposredno primerjavo z drugimi državami ter je sistematično in analitično orodje za merjenje prispevka panog, ki temeljijo na avtorski pravici« (WIPO 2010, 20). Metodologija prepoznava štiri skupine panog, ki so v različni stopnji odvisne od avtorske pravice: glavne panoge, soodvisne panoge, delne panoge in najmanj povezane (podporne) panoge. Ta je v skladu z Wipovo klasifikacijo (glej drugo poglavje), le da so zraven prištete še t. i. »najmanj povezane panoge«. Sem spadajo trgovina na debelo in drobno, transport, telekomunikacije in internet. Študija torej obravnava ekonomske učinke avtorske pravice, ki niso omejeni zgolj na ustvarjanje izdelkov intelektualnega dela, »ampak vključujejo tudi nadaljnje stopnje produkcije in porabe teh izdelkov (Vodnik Wipo v WIPO 2010, 17).

Študija navaja, da gospodarski prispevek teh panog ni zanemarljiv, saj znaša okrog 5 % nacionalnega gospodarstva in je potemtakem primerljiv z gospodarskim prispevkom javne uprave ter vzgoje in izobraževanja. »Glavne panoge« oziroma panoge »jedra avtorskih industrij« so največ prispevale k slovenskemu gospodarstvu, saj je bil leta 2007 njihov delež k BDP okoli dve tretjini celotnega prispevka panog, ki temeljijo na avtorski pravici. Z avtorsko pravico so »delno povezane panoge« prispevale 10,7 % k celotni dodani vrednosti z avtorsko pravico povezanih panog, pri katerih je arhitektura ustvarila skoraj 72 % celotne dodane vrednosti teh panog. Za opredelitev in oceno celotnega učinka panog, ki temeljijo na avtorski pravici, so rezultati pokazali, da je celotni obseg proizvodnje teh panog leta 2007 predstavljal okoli 7 % celotne domače proizvodnje in 66.447 zaposlitev (8,3 % vseh zaposlitev v Sloveniji), celotna dodana vrednost pa je tako znašala 2,35 mrd EUR, kar je 7,8 % nacionalne dodane vrednosti in 7 % slovenskega BDP (WIPO 2010, 82).

Pri zgoraj omenjenih študijah kot analitični podlagi za vpeljavo koncepta kulturnih in kreativnih industrij v slovensko kulturno politiko, je vendarle potrebno poudariti, da se ti dve študiji na področje kulturnih in kreativnih industrij nanašata nekoliko bolj v posrednem smislu,

saj sta osnovani na širših principih merjenj, kar pa za natančno obravnavo kulturnih in kreativnih industrij niti ni tako bistvenega pomena.

Po ugotovitvah Nike Murovec in Damjana Kavaša iz leta 2012 so kreativne industrije v Sloveniji predstavljale 13 % podjetij in 7 % vseh zaposlenih (YouTube, 2012).

### 3.2 GENEZA UVAJANJA PARADIGME KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V SLOVENSKO KULTURNO POLITIKO

Genezo uvajanja paradigme kulturnih in kreativnih industrij lahko začnemo s prvim Nacionalnim programom za kulturo iz leta 2004, ki je bil sprejet na podlagi Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo iz leta 2002 (Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo – ZUJIK 2002). S tem se je končal tudi dolgoletni kulturni boj za to, kdo bo spisal Slovenski nacionalni kulturni program, saj je bil ta na podlagi Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo napovedan že leta 1994. Med večletnim čakanjem na dokument je na hitro (v letu 2000) nastal le predlog takega dokumenta, ki ga je sestavila »civilna skupina« ministra Rudija Šelige (Nova revija v Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije 2007, 3).

Nacionalni program za kulturo 2004-2007 je obravnaval kulturne in kreativne industrije v edninski obliki, in sicer kot »kulturna« ali »kreativna industrija«. Kot navaja pod šesto »splošno kulturnopolitično prioriteto« z naslovom »Kultura kot kategorija razvoja: kultura kot generator gospodarskega razvoja, človeških virov, kvalitete življenja in socialne kohezivnosti«, so bili omejen kulturni trg in omejena sredstva razlog za »premišljeno politiko na področjih, na katerih so kulturne dobrine tudi tržno blago«. Spodbude »kulturni« ali »kreativni industriji« razume skladno z Evropsko unijo, saj je ta »pomemben instrument za razvijanje človeških virov, socialne kohezivnosti, za kakovostno preživljanje prostega časa in kvaliteto življenja« (Kultura v srcu, Svet Evrope v Državni zbor Republike Slovenije 2004). Naloga kulturne politike je bila »ustvariti pogoje za večja vlaganja gospodarstva v kulturo ter spodbujati njuno sinergijo, na ta način pa povečati delež bruto domačega proizvoda, ki je namenjen kulturi«. Med kazalci uspešnosti ukrepov so bili: »razmerje med javnimi in izvenproračunskimi sredstvi za kulturo«, »število programov in projektov, ki nastajajo na podlagi partnerstva med

državo in gospodarstvom«, »število novih delovnih mest kot posledica razvoja kulture« in »število samozaposlenih v kulturi« (Državni zbor Republike Slovenije 2004).

Temu je sledil Nacionalni program za kulturo 2008-2011. Ta je »kulturno industrijo« uvrstil med smernice kulturne politike z naslovom »Podpora kulturi na svobodnem trgu« in pri tem navajal: »Kakor je torej kulturna industrija s tega vidika sporna – komercializacija kot eden njenih učinkov je zgled za to –, pa si kulturnega obratovanja brez nje ni moč predstavljati. Prinesla je izjemne tehnološke možnosti za dostop do umetnosti in kulture, za izobraževanje in razvoj ter s tem tudi gospodarsko rast. Še več, kulturna industrija je lahko gonilna sila tehnoloških inovacij. Njen razvoj spodbuja samozaposlovanje in nastajanje majhnih ter srednje velikih podjetij.« (Državni zbor Republike Slovenije 2008)

V opredelitvi do »kulturne industrije« pa navaja:

*Kulturna politika bo omogočala produkcijo kulturnih vsebin, ki so v javnem interesu, z javnimi sredstvi, obenem pa bo spodbujala ustvarjalce k iskanju dodatnih produkcijskih virov na trgu. Sem sodi npr. javno zasebno partnerstvo, in sicer tako pri prenovi kulturne dediščine kot na področju žive umetnosti, kulturne industrije in spremnih storitvenih dejavnosti v kulturi. Z ničemer ne bo omejevala produkcije kulturnih vsebin, ki v celoti temeljijo na tržnih virih. Trg postaja vse bolj odločujoč dejavnik kulturnega življenja in ustvarjanja. Pri teh procesih bo kulturna politika zavarovala in podprla slovensko ustvarjalnost ter ustvarjalce, pri čemer pa ne bo šlo za odvrčanje ustanov in skupin od trga, tudi tistih ne, ki bodo subvencionirane; z različnimi ukrepi si bo prizadevala stimulirati zasebne vlagatelje v živo umetnost in kulturo. Kajti zgolj trg načeloma ne spodbuja kvalitete, praviloma tudi ne kreativnega iskanja in eksperimentiranja, ki sta za umetnost in drugo ustvarjalnost izjemnega pomena. Kulturna politika bo v času, ko komercializem vse bolj ogroža snovanje zahtevnih umetniških programov, prisluhnila ravno potrebi po gmotno neovirani izvedbi teh programov. Podpirala bo konkurenčnost med ustanovami, stimulirala bo tudi ustanove s tržno uspešnimi programi, ki pa hkrati ne bodo zniževale ravni svoje ustvarjalnosti. Odprtost trga vključuje tudi pretok ustvarjalcev, kar pomeni, da jim kulturna politika ne bo zapirala vrat, vendar jim bo status tujca za bivanje in delo v Sloveniji podeljevala glede na potrebe in možnosti. Posebno vprašanje je vpliv sodobne globalne industrije zabave na slovenski trg. Visoka tuja kultura, od literature, gledališča, plesa, glasbe do filozofije in humanistike, že vrsto let*

*močno vpliva na razvoj slovenske kulture, a prodor te kulture je v skladu z odpiranjem slovenske kulture navzven. Drugače je z globalno industrijo zabave, ki osvaja zlasti življenjski svet mlade populacije. Kulturna politika ne namerava omejevati te ponudbe, lahko pa s svojimi programi izobraževanja pomaga vrednotiti njene učinke, če in kadar so posledica zgolj konfekcijske, komercialne ponudbe producentov (Državni zbor Republike Slovenije 2008).*

»Kreativne industrije« – tokrat ločene od t. i. »kulturne industrije« in v množinski obliki – so bile v letu 2008, po sprejetju Nacionalnega programa za kulturo, obravnavane ločeno v dokumentu z naslovom Priporočila 9. razvojne skupine za kreativne industrije in povečanje konkurenčnosti Slovenije, ki je bil izveden po naročilu Službe vlade Republike Slovenije za razvoj. Pripravljeni dokument je predstavljal »osnovna izhodišča za aktivno vključevanje kreativnih industrij v strategije razvoja RS«. Opredelil je smernice, vendar ni predstavljal podrobno izdelanih politik upravljanja s strokovnimi področji, saj je te dokumente predvideval v nadaljevanju projekta (Služba Vlade Republike Slovenije za razvoj 2008, 8). Na področje kreativnih industrij so bili vsebinsko umeščeni industrijsko in grafično oblikovanje, arhitektura in tržno komuniciranje (Služba Vlade Republike Slovenije za razvoj 2008, 6). Vlogo kreativnih industrij so pripravljavci poročila prepoznali »kot enega od prednostnih področij razvoja v politiki konkurenčnosti Republike Slovenije«, v »vrednosti slovenskega gospodarstva in kakovosti življenjskega standarda državljanov« (Služba Vlade Republike Slovenije za razvoj 2008, 7).

V iztekajočem letu veljavnega Nacionalnega programa za kulturo 2008–2011 je pod vodstvom kulturne ministrice Majde Širce nastala brošura z naslovom »Kulturne in kreativne industrije po slovensko«, ki je izhajala iz navedb Nacionalnega programa za kulturo za obdobje med letoma 2008 in 2011. Povzemamo: »Kulturne industrije so prinesle “izjemne tehnološke možnosti za dostop do umetnosti in kulture, za izobraževanje in razvoj ter s tem tudi gospodarsko rast”. Kulturne industrije so »lahko« gonilna sila tehnoloških inovacij”, njihov razvoj pa “spodbuja samozaposlovanje in nastajanje malih in srednjih podjetij”«. Izhajajoč iz teh poudarkov je torej Ministrstvo za kulturo v sodelovanju z drugimi ministrstvi in agencijami Republike Slovenije, ki delujejo na področju kulture, sprejelo in oblikovalo ukrepe za spodbujanje kulturnih in kreativnih industrij. Poleg tega pa je tudi prvič definiralo pojem kulturnih in kreativnih industrij v paru (po pristopu evropske Zelene knjige), kot ga poznamo danes, torej bodisi s skupnim navajanjem bodisi z okrajšavo KKI (Močnik, Maja Breznik, Brigita Lipov-



šek, Helena Pivec, Lilijana Stepančič, Majda Širca, Blanka Tivadar in Lilijana Stepančič, ur. 2011).

Poleg brošure je nastal tudi dokument z naslovom Analiza stanja na področju kulture s predlogi ciljev za Nacionalni program za kulturo 2012-2015. Ta zaradi predčasne menjave vlade ni dobil zelene luči.

Nacionalni program za kulturo 2014-2017 navaja kulturne in kreativne industrije v dveh ločenih poglavjih, in sicer v 16. poglavju z naslovom Kulturne industrije (Kulturne industrije kot možnost za večjo dostopnost in demokratičnost kulture) in v 17. poglavju z naslovom Oblikovanje - Kreativna industrija (Kreativne industrije za novo ekonomijo in ustvarjanje novih tržnih priložnosti). Dokument definira kulturne in kreativne industrije skladno z definicijo Zelene knjige Evropske komisije. Ukrepi za kulturne in kreativne industrije (v paru) pa se nanašajo na analizo spisa »Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014, 123).

Kot navaja dokument na področju kulturnih industrij, »javni interes vključuje zagotavljanje pogojev za razvoj trga kulturnih industrij na področju medijev, knjige, filma in glasbenega založništva«. Prav tako pomembni ukrepi na področju kulturnih industrij so vključeni v poglavja o filmu, vizualnih umetnostih, medijih in knjigi, zato se na tej točki ne ponavljajo. Ukrepi, ki so zastavljeni za doseg glavnega cilja na področju kulturnih industrij, tj. razvoj trga kulturnih industrij, pa so naslednji: »spodbujati delovanje vseh umetniških trgov (področni ukrepi), sprejeti predpis o knjigi, s katerim se uvede enotna cena knjige in poveča dostopnost knjig v knjigarnah, s ciljnimi razpisom povezati glasbeno produkcijo (ustvarjalci, izvajalci, producenti, studii in podobno), koncertne agencije, založbe in prodajalne plošč«. Kot še pojasnjuje program, so na tej točki izpostavljeni tisti ukrepi, »pri katerih MK lahko aktivno poseže in pripomore k učinkovitim ciljem. Ker trg kulturnih industrij deluje zelo razpršeno, bo treba različne politike različnih resorjev poenotiti in opredeliti skupne prioritete.« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014, 123)

Glavni cilj kulturnega ministrstva na področju kreativnih industrij je, »da se ustvarijo pogoji za produkcijo konkurenčnih sodobnih programov, izdelkov in storitev z visoko dodano vred-

nostjo, ki bodo učinkovito promovirali izvirno ustvarjalnost ter spodbudili gospodarski razvoj« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014, 126). Program na področju kreativnih industrij večji poudarek namenja oblikovanju in pojasnjuje: »Med ostalimi kreativnimi industrijami po ustvarjeni dodani vrednosti izstopa oblikovanje (načrtovanje oziroma dizajn), ki predstavlja ključno področje ali stičišče tehnoloških in tržnih dejavnikov konkurenčnosti, zato je upravljanje področij oblikovanja (načrtovanja oziroma dizajna) pravzaprav upravljanje nacionalne gospodarske in kulturne identitete.« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014, 126)

Za »razvoj trga kreativnih industrij« so predvideni naslednji ukrepi:

*Prvi ukrep bo v sodelovanju s pristojnimi resorji pripravil ustrezno strategijo s področja oblikovanja, ki bo povezovala področje z gospodarstvom in vzpostavila pogoje za učinkovitejše pogoje dela in vključevanje vseh segmentov (izobraževanje, zaposlovanje, poslovni moduli) v tej panogi. Drugi ukrep razvoja tradicionalnih panog in obrti ohranja osnovna rokodelska znanja in mojstrstva ter jih nadgrajuje v smeri izkoriščanja potenciala kreativnih industrij. Zadeva povečanje konkurenčnosti tradicionalnih industrijskih panog s programi za povečanje stopnje diferenciacije izdelkov, sposobnost prepoznavanja in kreiranja tržnih niš, preoblikovanja izdelkov in storitev. Tretji ukrep se osredotoča na promocijo gospodarskih subjektov z najvišjo stopnjo projektne in razvojne kulture v nacionalnem okviru, prenos dobrih praks in postavljanja (novih) meril poslovne, kreativne in organizacijske kulture, na promocijo celostnega razvojnega modela kot dolgoročne strategije. Četrty ukrep je usmerjen v zviševanje kompetenc na področju dizajnerskega menedžmenta in s tem v večanje učinkovitosti delajavnih inštitucij. Peti ukrep je usmerjen v kreativno preoblikovanje nekaterih načinov delovanja javne uprave. Nove oblike socialnega podjetništva in nove ekonomije so tesno povezane z razvojem kreativnih industrij, zato bomo v okviru šestega ukrepa v naslednjem obdobju prednostno podpirali tovrstne projekte (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014, 127–128).*

### 3.3. NEKRITIČEN PREVZEM PARADIGME

Kontinuiteta površne in zmedene obravnave na primeru kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji se vleče že vse od Nacionalnega programa za kulturo 2004-2007. V letu 2006 je bil

izvajan raziskovalni projekt z naslovom Preobrazbe področja kultur v okviru spreminjanja splošnih ekonomskih politik, pri katerem prideta raziskovalca Maja Breznik in Aldo Milohnič do naslednjih ugotovitev: »Pod šesto splošno kulturnopolitično prioriteto z naslovom “Kultura kot kategorija razvoja” je, denimo, cilj, da si bo ministrstvo prizadevalo povezovati kulturo in gospodarstvo, vendar za to področje ni pripravilo zbiranja podatkov, s katerimi bi bilo mogoče preverjati izvajanje in učinkovitost ukrepov. Prioriteta je bila potemtakem zastavljena na osnovi prepričanj o pozitivnih vzajemnih učinkih kulture in gospodarstva, ne da bi bilo mogoče te domneve prej preizkusiti, ne preverjati za nazaj« (Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije 2007, 5–6).

Podobno smo priče nedoslednosti na področju kulturnih in kreativnih industrij v Nacionalnem programu za kulturo 2014-2017, ko na primer opazimo, da se ukrepi Nacionalnega programa za kulturo 2014-2017 nanašajo predvsem na analizo »Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji«, ki prednostno obravnava zgolj oblikovanje, medtem ko so ostala področja kulturnih in kreativnih industrij potisnjena v ozadje in tako nimajo izdelane analize stanja kot podlage za uresničevanje kulturnopolitičnih ciljev na tem področju.

Na enako trhle noge je postavljeno vodenje kulturne politike na področju kulturnih in kreativnih industrij, ko ob sprejetju Nacionalnega programa za kulturo v letu 2014 niso bila upoštevana nekatera polemična razmišljanja in zadržki, ki so nastali iz izkušenj vodenja politik na tem področju in se nanašajo na Jugovzhodno Evropo ter s tem potencialno tudi na Slovenijo.

Gre za številna vprašanja in pomisleke glede načina prenosa kreativnih industrij v države Jugovzhodne Evrope, ki jih je sprožila misel Chrisa Smitha, nekdanjega britanskega sekretarja za kulturo, medije in šport ter zavzetega promotorja kreativnih industrij, ki jo je podal v Litvi leta 2003. Nanašajoč se na trditev predrugačenja držav v razvoju (pri tem so mišljene postsocialistične države Jugovzhodne Evrope, katerih politike so prevzele pojem kreativnih industrij) je poudaril, da verjame, da živimo v novi gospodarski revoluciji naprednih gospodarstev Evrope in da to velja tudi za nove evropske demokracije. Ne le države, kot je Velika Britanija, ampak tudi države v razvoju prehajajo v storitveno gospodarstvo, osnovano na kreativnosti (Smith v Tomić-Koludrović in Petrić 2005, 7).

Do tovrstnega pogleda sta kritična Inga Tomić-Koludrović in Mirko Petrić, ki opozarjata na preveč poenostavljeno prevzetje funkcionalnosti kreativnih industrij v države Jugovzhodne Evrope. V njuni kritiki je poleg upoštevanja drugačnega družbenega konteksta, v katerega se umešča kreativne industrije, moč zaznati tudi kritično razumevanje poslanstva kreativnih industrij znotraj kulturnih politik, ki lahko ogrozi delovanje jedra kulture, umetnosti.

Avtorja sta drugačen družbeni kontekst »tranzicijskih trgov« jugovzhodne regije pojasnila nanašajoče se na klasifikacijo Ulricha Becka, ki razlikuje »prvo« in »drugo« modernizacijo, pri čemer so za države JV Evrope bolj značilne lastnosti »prve modernizacije«. To pojasnjujeta na podlagi dejstva, da države JV Evrope v primerjavi z družbenimi in kulturnimi pojavi »druge modernizacije«, ki so združljive z reflektivno stopnjo modernizacijskega napredka, bolj ustrezajo vzorcem socialne organizacije, ki vključujejo narodnost, kolektivne vzorce življenja, polno zaposlenost družbe in hitro industrializacijo, brez zavedanja o izkoriščanju narave (Tomić-Koludrović in Petrić 2005, 15).

Relevantno vprašanje je zanj potemtakem, kako oblikovati kulturno politiko ob prevzetju kreativnih industrij? Ob tem opozorita na nevarnost pomešanja kulturnega sektorja in kreativnih industrij, kot je bilo to storjeno v Veliki Britaniji (James v Tomić-Koludrović in Petrić 2005, 19) in navedeta, da bi bilo »težko trditi, da bogat in raznolik kulturni sektor v kakršnikoli skupnosti ne bi, vsaj na neposreden način, prispeval k razvoju "industrijskega" vidika kreativnosti«, ki ga poznamo pod pojmom »kreativne industrije« in »kreativno gospodarstvo«. Zato torej ni potrebno slediti vztrajanju na »industrijskemu vidiku« kreativne dejavnosti, kar naj bi prineslo razcvet kulture in umetnosti, saj se lahko nasprotno tako vztrajanje izkaže za slabo. Kot navajata, kulturna in razvojna politika določene regije ali mesta »zato ne bi smela prevzeti pristopa kulture in umetnosti na instrumentalni način« (Tomić-Koludrović in Petrić 2005, 19–20).

Pomembno kritiko in oceno obstoječega stanja umeščenosti kreativnih industrij znotraj kulturne politike so prispevali tudi akademski in politični strokovnjaki na Unescovi delavnici v Šanghaju, ki so razpravljali na temo sprememb v globalni kulturni politiki. Kot so poudarili, je bila kulturna politika v časih širših sprememb v gospodarstvu, kulturi in nacionalnih državah od leta 1970 »premeščena na križišče gospodarske in družbene dinamike in si prizadevala uveljaviti svoje ločene vrednosti in kriterije znotraj tega novega konteksta«. Z uvedbo kreativnih industrij, ki so nastale kot odgovor na spremembe, ki predlagajo kulturo za »gonilo« razvoja in pogosto z njim povezano znanje, digitalne inovacije in postindustrijsko gospodars-

tvo, pa so zdaj postale »bolj problem kot sredstvo globalne kulturne politike« (Cultural Economy Network 2013a, 3). Kot so še poudarili, se za uspeh kreativnih industrij sklicuje na vse vključujočo in tako nekoristno definicijo kreativnosti ter na trditev, da bo pridobivanje kulture v gospodarsko poslovanje dobro za kulturo. Rezultat tega je proliferacija terminov in definicij, naraščajoča zmedenost med politiki in njihovimi izvajalci ter povečano zanašanje na statistične kazalnike gospodarskih učinkov v kulturi (Cultural Economy Network 2013a, 4).

Da v skladu s tem »širšim« pristopom razumevanja poslanstva kreativnih industrij nastajajo številni problemi, zmeda in prav tako tudi pomembna vprašanja o upravičenosti »merjenja kulture« na način »vse vključujočega« pristopa, s katerim se lahko tudi prireja številke ter na ta način dokazuje uspešnost kreativnih industrij, govorita temu v prid Inga Tomić-Koludrović in Mirko Petrić, podobnega mnenja pa je še nekaj drugih kritikov - Steven Jay Trepper, James Heartfield, Nicholas Garnham, Sara Selwood. (Tomić-Koludrović in Petrić 2005, 10–11). Z zelo vključujočim pristopom ocenjujeta prakso vlad tudi Hesmondhalgh in Pratt. Kot navajata, so le-te polje kulturnih in kreativnih industrij razmejile na različne načine, glede na svoje cilje in pri tem trdile, da je ta sektor morda »bolj ekonomsko pomemben kot je v resnici« (Hesmondhalgh in Pratt 2005, 8).

Kljub temu, da številne meritve dokazujejo pomen ekonomskega potenciala kulturnih in kreativnih industrij, ne moremo mimo omembe kritičnih premislekov o učinkih kreativnih industrij, ko govorimo o njihovem vključevanju v slovensko kulturno politiko. Med tistimi, ki nanje opozarjajo, je tudi skupina, organizirana v mrežo kulturne ekonomije. Na Unescovi delavnici v Šanghaju 2013 je izpostavila, da se s kreativnimi industrijami vendarle preveč poudarja komercialne vidike kulture, omejuje kreativnost na pravice intelektualne lastnine, ignorira naraščajoče izkoriščanje ustvarjalne delovne sile in z ekonomskim obnašanjem postavlja kulturno vrednost na nižji položaj (Cultural Economy Network 2013a, 3). Pravzaprav se je s promocijo kulture preko kreativnih industrij – kot ekonomskim sektorjem znotraj kulture – omejilo kulturno vrednost na njene ekonomske učinke (Cultural Economy Network 2013b). Skupina je med drugim ugotovila, da je to prispevalo tudi k naraščanju strukturnih neenakosti, tako znotraj narodov kot tudi med narodi, še posebej na globalnem jugu (Cultural Economy Network 2013a, 3). Ob ekonomskih učinkih kreativnih industrij opozarjajo na tri probleme. Prvič, ne upošteva se posledic, ko kultura ne zagotovi obljubljenе rasti ali rasti drugih sektorjev, kot so igralnice, klicni centri, nakupovalna središča itd. Drugič, ne upošteva se delovanja izven konkurence in dobička, ki vodi do monopolnih združitvev, odvisnosti, izkoriščanja delavcev, kulturne homogenizacije itd. In tretjič, kulturne industrije naj bodo predstavljene kot

vodilni pogled novega vala gospodarske rasti, pri čemer je kultura podvržena »sveti nedotakljivosti gospodarske rasti«. Tako so, kot navajajo, potemtakem »junaški učinki kreativnih industrij« za svetlejšo prihodnost, predvsem mlajših ljudi, ki se soočajo s posledicami varčevalnih ukrepov, s podnebnimi spremembami in negotovo prihodnostjo, po njihovem mnenju vendarle »videti bolj votlo« (Cultural Economy Network 2013b).

Glede ugotovljene problematičnosti kreativnih industrij, ki so več kot aktualne tudi za slovenske razmere, je potrebno opozoriti še na dve imeni: na Bernda Fesela in Michaela Söndermanna, ki sta leta 2007 za nemško predstavništvo Unesca pripravila poročilo o kulturni in kreativni industriji v Nemčiji. Ugotovila sta, da »kulturni in kreativni delavci prej kot na pripadnike namišljenega kreativnega razreda spominjajo na nekakšen intelektualni proletarijat«. Pri tem sta pokazala, »da kar 98 odstotkov vsega nemškega kreativnega sektorja sestavljajo zelo majhna (mikro) podjetja, ki ne morejo preživeti več kot enega kreativnega delavca«, poleg tega, da »veljajo kulturne in kreativne industrije za izjemno tvegane panoge, ki imajo veliko težav pri pridobivanju posojil«. Opozorila sta tudi, da so prihodki kreativnih delavcev kljub njihovi nadpovprečni izobrazbi zelo nizki, njihov kreativni status pa jim ne omogoča skoraj nikakršne socialne varnosti, saj so večinoma zaposleni projektno, honorarno ali za določen čas« (Fesel in Söndermann v Kučić 2009).

Unescovo zadnje poročilo opozori še na en pomemben segment razumevanja, ki je morda ključen tudi za Slovenijo, ko govorimo o relevantnem pomenu kreativnih industrij in pričakovanj, ki jih imamo od njih. Različne pojme, kot so »kreativno gospodarstvo«, »kulturne industrije«, »kreativne industrije«, vključno s tistimi »z vsebinsko osnovo« oziroma tako imenovanimi »avtorskimi industrijami« in »kulturno oziroma kognitivno kulturno ekonomijo« je prevzelo mnogo kulturnih akterjev in institucij v svojih samostojnih opisih; in čeprav so s tem lahko uporabili industrijsko govorico te dejavnosti oziroma frazem »industrija«, ta ni niti industrijske narave niti ni profitna, ampak namesto tega zahteva stalno subvencijo. Tako je v nekaterih primerih ta nova »modna« kategorija razumljena oziroma prevzeta kot sredstvo za zagotavljanje večje naložbe, politične podpore in včasih za financiranje sektorjev, ki so bili v preteklosti spregledani. Kot še navede Unescovo poročilo, imajo potemtakem nekateri ljudje vendarle občutek, da so se ti termini razvili v dvoumno, »brneče besedno« svojstvo, ki je prevrednoteno s strani politikov, videno skeptično s strani akademikov in uporabljano zaradi njihove funkcije ustreznosti s strani umetnikov in kreativnih ustvarjalcev (UNESCO 2013b, 19).

V slovenskih dokumentih tudi ni mogoče zaslediti razmeroma novih konceptov, ki poskušajo odgovoriti na prepoznane pomanjkljivosti, ki so aktualne tudi v slovenskih razmerah. Gre za koncept t. i. »kulturnega gospodarstva«, ki bi lahko ustrezno povezal kulturo in gospodarstvo (Cultural Economy Network 2013a, 4). Kljub temu, da je tudi ta v akademskih krogih različno opredeljen, je v osnovi podoben konceptu kulturnih industrij: »Kulturno gospodarstvo» zajema vse tiste sektorje v sodobnem kapitalizmu, ki poskrbijo za potrošnikove zahteve po zabavi, okraševanju, samopotrditvi, družbeni opori in tako dalje.« (Scott v UNESCO 2013b, 24) Ta pojem bi lahko pomenil tudi preseganje prevladujočih gospodarskih okvirov in kulturnopolitičnih usmeritev za uporabne modele, kot so ekološko gibanje, novi premiki v samoupravljanju, alternativni izmenjalni programi in digitalno omogočeno družbeno gibanje (UNESCO 2013b, 4). To »novo« delovanje bi torej šlo bolj v smeri »ujetja ritmov, gibanj, odnosov in izmenjevanja virov« (UNESCO 2013b, 24).

Prav tako niso bile upoštevane navedbe priročnika Evropske unije na področju kulturnih in kreativnih industrij. Glede na komercialno in interdisciplinarno naravo kulturnih in kreativnih industrij, ki »združujejo kulture na eni strani in gospodarstvo na drugi strani« (European Agenda for Culture 2012, 5), ta izpostavi, da politika kulturnih in kreativnih industrij ne bi smela biti »lastna« niti kulturnemu niti gospodarskemu ministrstvu, temveč je treba razviti tesno sodelovanje med njima (European Agenda for Culture 2012, 17).

Če pogledamo pozicioniranost kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji, lahko jasno razberemo, da si kategorijo kulturnih in kreativnih industrij lasti Ministrstvo za kulturo. Ta pa z ukrepi, kot je na primer sodelovanje s pristojnimi resorji za pripravo ustrezne strategije s področja oblikovanja, ki bo povezovala področje z gospodarstvom in vzpostavila pogoje za učinkovitejše pogoje dela in vključevanje vseh segmentov (izobraževanje, zaposlovanje, poslovni moduli), snuje povezovanje z gospodarstvom (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2014-2, 127).

Ob tem se lahko vprašamo, ali je poslanstvo Ministrstva za kulturo v tem, da skrbi za povečanje izrabe »komercialnih« kreativnih industrij? Srčika problema se pravzaprav pojavi ob vprašanju, ali so kulturne in kreativne industrije v skladu z eno izmed značilnosti kapitalističnih gospodarstev, ki predvideva »visok nivo proizvodne inovativnosti in ideologijo, da bo ravno ustvarjanje novih proizvodov ali novih tehnologij nekoč v prihodnosti spet spodbudilo rast« (Fulcher 2010, 146), res tiste, ki so morale predrugačiti razumevanje »kulture«, kot je bila s strani kulturnih politik v svojih temeljih sprejeta v obdobju 50-ih in 60-ih let?

Upoštevanje omenjenih dejstev, ki govorijo o problematičnosti kreativnih industrij zaradi instrumentalizacije kulture torej ni moč zaznati ob prevzetju kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji. Priprava strategije razvoja Slovenije 2013-2020 namreč izpostavlja samo kulturne in kreativne industrije, katerih bistvena je povezava med kulturo in gospodarstvom (Priprava Strategije razvoja Slovenije 2013-2020: Kultura 2013), medtem ko preostali kulturi ne namenja nobene pozornosti. Tako Andrej Srakar iz Centra za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij (CNVOS) poudarja, da »je v osnutku programa državnih razvojnih prioritet in investicij Slovenije za obdobje 2014-2017 (DRPI) kultura omenjena le redko, večinoma pa se posveča področju kreativnih industrij« (Srakar v MMC RTV SLO/STA 2013).

Tak odnos dokazuje tudi naslednji prispevek:

*Po besedah Gašperja Trohe z ministrstva za kulturo pojem kreativnih industrij razumejo v najširšem pojmu, "kot del, ki preči vsa polja kulture". Takšen diskurz po njegovih besedah prihaja iz EU-ja, pri tem pa gre za premik v mišljenju in v tem, kako se umetnost dojema. "Zdaj se išče način, kako kulturo umestiti v družbeno polje, ne kot uporabnika sredstev, ampak kot področje, ki se veže na gospodarstvo, na turizem in na še kaj," pravi in poudarja, da je njihova želja in zaveza, da se kultura veliko jasneje vključi v končne dokumente (Troha v MMC RTV SLO/STA 2013).*

V skladu s tem se vloga Ministrstva za kulturo glede razvoja kulturnih in kreativnih industrij zato usmerja na »širše področje povezovanja znanj in spretnosti, uveljavljanje višje stopnje projektne kulture in kreativnosti, uveljavljanje sodobnih diferenciranih in učinkovitih ekonomskih modelov podjetništva, povezovanja in sodelovanja institucij znanj in gospodarstva ter področij kulture« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije, 126).

Poleg omenjene problematike ne moremo niti mimo omembe realnega stanja poznavanja kreativnih industrij v Sloveniji. Kot sta na seminarju Aktivacija kreativnosti v letu 2012 izpostavila Nika Murovec in Damjan Kavaš z Inštituta za ekonomska raziskovanja na temo »Kreativne industrije - pomen in potencialne podpore (Izkušnje projekta Creative Cities)«, je bila v Sloveniji opazna zapostavljenost kreativnih industrij. Pri tem sta mislila predvsem na »slabo poznavanje termina, odsotnost analiz, strategij in politik za spodbujanje«. Poleg tega sta opazila, da podjetja sodelovanje s kreativnimi industrijami »zaznavajo kot strošek, ne kot in-



vesticijo« (YouTube, 2012). Podobno stanje odraža tudi leta 2014 opravljena »Analiza oblikovanja v Sloveniji: Na strani ponudbe«, ki je osnovana na podlagi študije »Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in drugi primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji«.

Kot namreč navaja raziskovalni projekt »Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji«, je v Sloveniji »razumevanje vloge oblikovanja pri razvoju gospodarstva in celotne družbe še vedno nepopolno. Slovenija je na področju produkcijske politike vsaj 10 do 15 let za razvitimi evropskimi in azijskimi državami«. Kljub temu je slovenska produkcija videna za enega od temeljev bodočega razvoja Slovenije, učinkovita uporaba oblikovanja pa predstavlja »orodje pri prestrukturiranju podjetij in tradicionalnih gospodarskih panog v globalno konkurenčna podjetja in panoge ter omogoča nadgradnjo raziskovalno-razvojnih projektov v inovativne izdelke in storitve z visoko stopnjo dodane vrednosti« (Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije 2012, 116). Nika Murovec in Damjan Kavaš v študiji iz leta 2014 podobno navajata, da so rezultati intervjujev in anket potrdili, da »najpomembnejše ovire za razvoj in izkoriščanje potenciala oblikovanja niso na ponudbeni strani, temveč na strani povpraševanja in s strani podpore politike«. Prav tako Slovenija v smislu oblikovalske politike še naprej zaostaja (Institute for Economic Research –IER 2014, 10).

Po vsem tem lahko rečemo, da je glede na velika pričakovanja od kreativnih industrij, »ki kulturo uporabljajo kot vložek in vključujejo kulturno dimenzijo, kljub temu da so njihovi rezultati predvsem funkcionalni« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2013, 83) trditve problematična, saj že sama »kultura« teh področij na Slovenskem ni razvita. Prav tako je problematična kulturnopolitična teža njihove promocije – kot bomo videli v naslednjem poglavju, so področja kulturnih industrij izvzeta iz razpisov kulturnih in kreativnih industrij. Pravzaprav gre pri sintagmi kulturnih in kreativnih industrij izključno za promocijo kreativnih industrij (oblikovanja), saj so edino te prepoznane za pomen reševanja t. i. »negativnih ekonomskih trendov«, ki ponujajo mnogo priložnosti, predvsem v smislu zaposlenosti in gospodarske rasti.

Ko kritizira obstoječe stanje kreativnih industrij in njihov način prenosa v Slovenijo Lenart Kučić, poudari, da je pretirano povečevan že sam pojem kreativnosti, ki je uporabljan s stra-

ni bruseljskih politikov in poslovnežev (Kučić 2009). Podobno sta prevrednotena tudi pojma kulturnih in kreativnih industrij:

*»Nekritična odvisnost od evropske zelene ustvarjalnostne knjige opozarja na dve veliki slabosti slovenskega zakonodajnega in političnega procesa. Ker je postalo nekritično prepisovanje evropskih dokumentov v zadnjem desetletju popolnoma samoumevno, niso slovenski politiki in državni uradniki nikoli razvili sposobnosti kritične presoje ideološko zaznamovanih pojmov, ki se v evrodokumentih niso znašli po naključju. Hkrati so med pripravo analize zapravili tudi priložnost, da bi v javni razpravi o ustvarjalnih industrijah prepoznali nekulturne tematike, o katerih morajo državljani odločati na referendumu – problematiko malega dela in pokojninske reforme.« (Kučić 2011)*

Na nekritično prevzetje kreativnih industrij opozarja tudi Vesna Čopič: »Ta novorek smo prevzeli, ne da bi povedali, kaj si pod tem predstavljamo, ker se v Evropi dobro prodaja«. Kot še poudarja, prav tako ni mogoče mešati kreativne industrije s kulturno politiko, ki je po njenih besedah usmerjena v kulturo in umetnost kot javno dobrino: »V Sloveniji se moramo vrniti k debati, ali sta umetnost in kultura javna dobrina ali ne. Bistvo vsake strategije je samo hierarhija ciljev. Če ni jasne prioritete, je strategija zgolj metanje peska v oči.« (Čopič v MMC RTV SLO/STA 2013)

#### 4 URESNIČEVANJE NACIONALNEGA PROGRAMA ZA KULTURO OZIROMA UKREPOV NA PODROČJU KULTURNIH IN KREATIVNIH INDUSTRIJ V PRAKSI

Kulturnopolitičnega pomena kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji preko obravnave uresničevanja Nacionalnega programa za kulturo 2014-2017 na področju kulturnih in kreativnih industrij ni moč razumeti brez pregleda uresničevanja preteklih Nacionalnih programov za kulturo na tem področju, saj ugotovimo kontinuiteto razkoraka med zapisanim in dejanskim uresničevanjem.

Uresničevanje ukrepov nacionalnih programov za kulturo na področju kulturnih in kreativnih industrij lahko preverimo z letnimi poročili o izvajanju nacionalnih programov za kulturo. Letna poročila so določena na podlagi 13. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo, iz katerega je razvidno, da mora vlada »vsako leto najpozneje do konca meseca junija

predloži državnemu zboru poročilo o izvajanju nacionalnega programa za kulturo v preteklem letu z oceno rezultatov« (Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo – ZUJIK 2002).

Uresničevanje ukrepov na področju kulturnih in kreativnih industrij je postavljeno na nekoliko trhle noge, ko iz zadnjega letnega poročila o izvajanju Nacionalnega programa za kulturo 2004-2007 ugotovimo, da niti eden od navedenih kazalcev ne more pokazati neposrednih učinkov ukrepov tega področja. Pod šesto »splošno kulturnopolitično prioriteto« z naslovom »Kultura kot kategorija razvoja: kultura kot generator gospodarskega razvoja, človeških virov, kvalitete življenja in socialne kohezivnosti« pri obravnavi kazalca »razmerje med javnimi in izvenproračunskimi sredstvi za kulturo«, upoštevajoč splošno problematiko tega merjenja, navaja, da tudi v Sloveniji ni natančnih podatkov o razmerju med javnimi in nejavnimi sredstvi za kulturo. Zato delno o tem razmerju sklepa iz višine sredstev, ki jih za kulturo nameni država, iz sredstev, ki jih zanjo namenijo občine, ter iz sredstev, ki jih za kulturo namenijo gospodinjstva. Pri kazalcu »število programov in projektov, ki nastajajo na podlagi partnerstva med državo in gospodarstvom« navaja, da se natančnega števila programov in projektov, ki na področju kulture nastajajo na podlagi partnerstva med državo in gospodarstvom oziroma med državo in drugimi subjekti, »zaenkrat še ne da določiti, saj na državni ravni kulture ne podpira zgolj Ministrstva za kulturo, ampak tudi druga ministrstva in vladne službe«. Za primer sodelovanja javnih in izvenproračunskih sredstev pri financiranju kulture navajajo nekatere podatke s področja kulturne dediščine. Do podobnih ugotovitev merjenja uspešnosti ukrepov pridejo tudi pri kazalcu »število novih delovnih mest kot posledica razvoja kulture«, ko navedejo, da »natančnega števila ni moč navesti. Se je pa povečalo število zaposlenih na Ministrstvu za kulturo iz naslova tehnične pomoči evropskega regionalnega in socialnega sklada za upravljanje in vodenje strukturnih programov v obdobju 2008–13, in sicer leta 2007 za tri delovna mesta. Pripravljeni pa so bili pogoji za zaposlitev štirih novih oseb leta 2008«. Pri kazalcu »število samozaposlenih v kulturi« pa navajajo: »Število vpisanih v razvid se nenehno spreminja, trenutno je vseh vpisanih v razvid približno 2380, od tega ima pravico do plačila prispevkov za socialno zavarovanje iz državnega proračuna okrog 1440 ustvarjalcev.« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2008a, 54–55).

Dvom o uresničevanju ukrepov na področju kulturnih industrij (takrat so bile kreativne industrije obravnavane ločeno) sprožajo ugotovitve, da poročili o uresničevanju Nacionalnega programa za kulturo 2008–2011 iz let 2010 in 2011 ne obstajata, poročilo iz leta 2009 pa na spletni strani Ministrstva za kulturo ni dostopno.

Če torej pogledamo edino dostopno poročilo, Nacionalnega programa za kulturo 2008–2011 iz leta 2008, ta v skladu s pasivno opredelitvijo vloge kulturne politike do »podpore kulturi na svobodnem trgu« na podlagi nekaj statističnih podatkov navede:

*»Vse to kaže, da tudi pri nas kulturna industrija postaja vse močnejši družbeni dejavnik, katerega rastoči vpliv na kulturno javnost je očiten. Kulturi med drugim prinaša nove vsebine in dostop do umetnosti in kulture, vendar ne gre spregledati njenih komercialnih vidikov – teh kulturna politika v skladu z načeli NPK ne omejuje, a subvencionira predvsem dejavnosti, ki samo od trga ne morejo obstajati. Vsekakor bi bila za njeno nadaljnje ukrepanje dobrodošla raziskava, ki bi razgrnila vprašanja o odnosu trga do avtonomije ustvarjalnosti in kulture.«* (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2008b, 19–20)

Kasnejših poročil o izvajanju kulturne politike na področju kulturnih in kreativnih industrij, torej iz let 2012 in 2013, ni moč zaslediti, saj takrat ni bilo v veljavi nacionalnega programa za kulturo. Poročilo za leto 2014 pa je še v izdelavi.

Pomemben mehanizem uresničevanja Nacionalnega kulturnega programa so razpisi. Mednje v zadnjih letih sodita dva razpisa. Kljub pomembnemu mestu, ki ga v Nacionalnem programu za kulturo 2014-2017 zavzemajo kulturne in kreativne industrije, je bil doslej izpeljan na podlagi Nacionalnega programa za kulturo samo en razpis v vrednosti 130.000,00 EUR, kar predstavlja 0,078 % sredstev, namenjenih za kulturo v letu 2014.

Predmet javnega razpisa za kreativne industrije v letu 2014 je bil »sofinanciranje partnerskih projektov med oblikovalci (industrijsko oblikovanje, arhitektura, oblikovanje tekstilij in oblačil, oblikovanje vidnih sporočil) in podjetji - naročniki (fizične in pravne osebe, ki opravljajo gospodarsko dejavnost), ki izkazujejo potrebo po razvoju novih izdelkov, storitev in komunikacij ter drugih izdelkov za prodajo«. Partnersko sodelovanje je moralo imeti za minimalni cilj izdelavo funkcionalnega prototipa. Razpis je bil skladen s cilji Nacionalnega programa za kulturo 2014 – 2017, torej s cilji Razvoja trga kreativnih industrij, in si je tako za cilje postavil »spodbujanje povezovanja med oblikovalci in podjetji, dvig kakovosti oblikovalskih produktov, povečanje njihove uporabe v gospodarstvu in povečanje kakovosti okolja ter spodbujanje zaposlovanja« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2015c).

Še pred sprejemom Nacionalnega programa za kulturo 2014-2017 je bil v letu 2013 izveden razpis »sofinanciranje predstavitev slovenskega oblikovanja in popularizacije antikvitet«, in

sicer na področjih, ki ga na Ministrstvu za kulturo štejejo k področju kulturnih in kreativnih industrij. Nanašal se je na naslednje sklope: »1) Razstava unikatnih oblikovalskih izdelkov v lesu 2) Razstava prototipov s področja oblikovanja 3) Sejmi in razstave s področja starin in umetnin«. Za cilje si je razpis postavil »spodbujanje produkcije in promocije sodobnega slovenskega oblikovanja ter njegovega uveljavljanja v domačem in mednarodnem prostoru; spodbujanje sodelovanja oblikovalcev s podjetji ter uveljavljanje domačih blagovnih znamk«. Drug pomemben cilj je bil tudi »vzpostavljanje trga umetnin, starin in oblikovalskih izdelkov v Sloveniji ter spodbujanje in krepitev zavesti o pomenu teh predmetov in njihovi vlogi v sodobni družbi«. Kot so navedli, je ministrstvo s tovrstno ciljno podporo delu kreativnih in kulturnih industrij želelo »povečati kakovost in obseg projektov, ki so plod umetniške ustvarjalnosti in imajo možnost umestitve na trg«, poleg tega pa se dolgoročno, s spodbujanjem področja kulturnih in kreativnih industrij poveča število zaposlenih na tem področju« (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2015c). Za tako ambiciozne in obsežne cilje je razpis predvidel 200.000,00 EUR.

Zgoraj omenjena razpisa za kulturne in kreativne industrije iz let 2013 in 2014 sprožata številna vprašanja o ustreznosti vodenja politike na tem področju. Prva sporna točka je posvečanje pozornosti zgolj dvema področjema: oblikovanju in popularizaciji starin. Ob tem se zastavlja vprašanje o ustreznosti umestitve »popularizacije starin« v to skupino (razpis 2013). Če pogledamo klasifikacijo kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji, starine niso neposredno uvrščene v to polje, kot je to na primer v britanski klasifikaciji DCMS-ja, ki med trinajst področij kreativnih industrij eksplicitno uvršča »trgovanje s starinami«. Naslednje, kar bode v oči, so prijavitelji na razpise, kjer najdemo tudi javne zavode, ki so že tako financirani s strani države. V razpisu iz leta 2013 najdemo med enajstimi prejemniki »subvencij« kar dva javna zavoda (Muzej za oblikovanje in arhitekturo in Muzej in galerije mesta Ljubljane), ki sta od razpoložljivih sredstev za sofinanciranje projektov v vrednosti 183.750,00 EUR skupaj prejela 60.000,00 EUR (Muzej za oblikovanje in arhitekturo 30.000,00 EUR in Muzej in galerije mesta Ljubljane 30.000,00 EUR) (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2015a).

Če tako na hitro preštejemo subvencije za oblikovanje in odštejemo še sredstva, ki so bila porabljena za popularizacijo antikvitet (Antika Glavan 7.000,00 EUR in Društvo starinarjev in galeristov Slovenije 10.000,00 EUR), je za področje oblikovanja ostalo skupaj 106.750,00 EUR (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2015a). V letu 2014 so bila sredstva za sofinanciranje partnerskih projektov med oblikovalci in podjetji porabljena v višini 122.000,00 EUR (Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije 2015b).

Če torej seštejemo, je bilo za področje kulturnih in kreativnih industrij v dveh letih - samo za področje oblikovanja - porabljenih skupaj 228.750,00 EUR. Glede na to, da sta bila razpisa namenjena kulturnim in kreativnim industrijam, manjkajo vsa ostala področja, ki jih kulturna politika v Sloveniji šteje v to skupino.

Vprašanje, ki se še zastavlja, je tudi, ali je naloga Ministrstva za kulturo zares povezovanje oblikovalcev in podjetij, kot je bilo to izvedeno v zadnjem in edinem razpisu za kulturne in kreativne industrije?

Poleg bornega obsega podpore kulturnim in kreativnim industrijam in prioritete obravnave enega področja, je morda problematična tudi izvedba razpisov. V letu 2014 je znašala okvirna vrednost razpoložljivih sredstev 130.000,00 EUR, medtem ko je bila v letu 2013 200.000,00 EUR (opažen je trend upadanja sredstev, namenjenih kulturnim in kreativnim industrijam), ob čemer bode v oči dejstvo, da vsa razpoložljiva sredstva niso bila porabljena.

Gre morda za preveč zahtevne, birokratske razpise, ki bistveno ne pomagajo razvoju kulturnih in kreativnih industrij, dejanskim potrebam za njihov razvoj? Gre morda vendarle samo za velike besede Ministrstva za kulturo? Gre morda za razpise zaradi razpisov, brez kakršne koli konkretne vizije, ki bi bila prepoznana s strani prakse? Ali gre zgolj za strategijo, zapisano na papirju, ker tako pravi Evropska unija, da je namreč dobro spodbujati kulturne in kreativne industrije?

Ob tem se zastavlja pomembno vprašanje, v kolikšni meri kulturna politika skozi javne razpise sploh uresničuje svoje cilje? Ali je ta praksa podpore kulturnih in kreativnih industrij zares učinkovita in ali je pomagala doseči zelene učinke? Ali imajo razdeljena sredstva zgolj birokratsko vrednost za upravičevanje izvedbe ukrepov zadnjega Nacionalnega programa za kulturo? Vprašanje je tudi, ali so bili subvencionirani projekti izvedeni z resnim namenom ali zgolj z namenom priložnostnega črpanja denarja, brez konkretne vizije, vendar dobro prilagojeni razpisni dokumentaciji za doseg večjega števila točk?

Ob tako velikih pričakovanjih od kulturnih in kreativnih industrij, katerih priče smo v zadnjem nacionalnem programu za kulturo 2014-2017, postane nekoliko nenavadna ugotovitev, da na spletni strani Ministrstva za kulturo rezultati razpisov niso objavljeni.

Na prošnjo posredovanja podatkov z ministrstva je odgovor zgolj posredovanje seznama z naslovi projektov, s prejemniki sredstev ter višino sredstev, namenjenih posameznim projek-

tom. Na prošnjo za konkretnejše podatke projektov odgovorijo, da so podrobni opisi projektov del vlog prijaviteljev, ki služijo za potrebe ocenjevanja strokovnih komisij; vloge lahko vpogledajo samo prijavitelji. Na prošnjo za posredovanje poročil o izvedbi projektov pa prav tako odgovorijo, da le-teh ni moč prejeti.

Na tej točki lahko polemiziramo z vprašanjem, ali je res tako, da ob tako strateško pomembnem področju kulture, kot ga navaja Nacionalni program za kulturo 2014-2017, javnost ne more biti seznanjena s tem, v katere konkretne projekte je bil denar vložen oziroma kako so bili projekti izvedeni? Še bolj nenavadna postane interpretacija Ministrstva za kulturo o dostopnosti dokumentov na zgoraj omenjene prošnje za posredovanje podatkov, ko stališče informacijskega pooblaščenca (v nadaljevanju IP) nasprotuje odgovorom Ministrstva za kulturo. Na zastavljeno vprašanje »ali drži, da javnost ne more biti seznanjena s tem, v katere konkretne projekte je bil denar vložen«, sicer poudari, da se IP »izven konkretnega pritožbenega postopka ne more in ne sme opredeliti do vprašanja, ali posamezni dokumenti predstavljajo informacijo javnega značaja«, vendar v nadaljevanju na podlagi Zakona o dostopu do informacij javnega značaja (v nadaljevanju ZDIJZ) navaja:

*IP na tem mestu dodaja, da v skladu s 32. členom ZDIJZ opravlja spodbujevalne in razvojne naloge v zvezi z dostopom do informacij javnega značaja ministrstvo, pristojno za javno upravo. Kljub navedenemu pa vam IP v nadaljevanju na kratko opisuje splošno ureditev dostopa do informacij javnega značaja.*

*ZDIJZ ureja postopek, ki vsakomur omogoča prost dostop in ponovno uporabo informacij javnega značaja, s katerimi razpolagajo državni organi, organi lokalnih skupnosti, javne agencije, javni skladi in druge osebe javnega prava, nosilci javnih pooblastil in izvajalci javnih služb, pri čemer je informacija javnega značaja v prvem odstavku 4. člena ZDIJZ opredeljena kot informacija, ki izvira iz delovnega področja organa, nahaja pa se v obliki dokumenta, zadeve, dosjeja, registra, evidence ali drugega dokumentarnega gradiva, ki ga je organ izdelal sam, v sodelovanju z drugim organom, ali pridobil od drugih oseb.*

*Namen ZDIJZ, ki izhaja iz 2. člena, je zagotoviti javnost in odprtost delovanja organov ter omogočiti uresničevanje pravice posameznikov in pravnih oseb, da pridobijo informacije, pri čemer si morajo organi za uresničitev tega namena prizadevati, da dosežejo čim večjo obveščeno javnosti o svojem delu. V prvem in drugem odstavku 5. člena*

*ZDIJZ vsakomur omogoča prost dostop do informacij, ne glede na pravni interes. Načelo prostega dostopa pomeni tudi, da so vse informacije vseh zavezancev dostopne vsakomur. Organ torej nosi dokazno breme za dokazovanje, da so določene informacije izvzete iz prostega dostopa, in sicer zato, ker sploh ne gre za informacijo javnega značaja, ali pa sicer so izpolnjeni kriteriji za informacijo javnega značaja, vendar se lahko zavrne dostop do nje zaradi ene od zakonsko opredeljenih izjem po prvem odstavku 6. člena ZDIJZ (Deljanin 2015).*

Upoštevajoč zgoraj navedeno, mi je IP svetoval, da na Ministrstvo za kulturo naslovim pisno zahtevo za dostop do informacij javnega značaja. Kot pri tem pojasnjuje, se na pravno varstvo lahko sklicuje le v primeru pisne vloge, kot je na primer pritožba zaradi molka organa ali zaradi zavrnitve. Pri tem še pojasnjuje, da je ministrstvo najprej tisto, ki mora odločiti o moji zahtevi, vloženi na podlagi določb ZDIJZ, pristojnost IP pa bi nastopila šele kasneje, v kolikor bi bila kršena pravica do dostopa informacij javnega značaja (Deljanin 2015).

IP mi v nadaljevanju odgovora na zastavljeno vprašanje ponuja nekaj napotkov, ki bodo prišli prav ob pisanju zahteve, ter navaja:

*O vaši zahtevi mora organ odločiti nemudoma, najkasneje pa v roku 20 delovnih dni od dneva prejema popolne zahteve (23. člen ZDIJZ). V kolikor vam organ po preteku 20 delovnih dni ne omogoči dostopa do zahtevanih informacij, niti o vaši zahtevi ne odloči z odločbo, lahko zoper pasivnost organa pri IP vložite pritožbo zoper molk organa. Vzorec pritožbe zoper molk organa je dostopen na tej povezavi: <https://www.ip-rs.si/obrazci/informacije-javnega-znacaja/>. V kolikor pa organ o vaši zahtevi odloči z odločbo in z njeno vsebino niste zadovoljni, lahko pri organu vložite pritožbo zoper to odločbo. Vzorec takšne pritožbe prav tako najdete na zgoraj navedeni povezavi (Deljanin 2015).*

Po pojasnilu s strani IP sem Ministrstvo za kulturo v obliki elektronske pošte še enkrat prosila za posredovanje podatkov, vendar žal nisem dobila odgovora.

Na tej točki spoznavnega procesa o dostopnosti informacij glede rezultatov razpisov na področju kulturnih in kreativnih industrij diplomsko nalogo zaključujem, tako da razplet pridobitve informacij vanjo ni zajet. Iz omenjenih spoznanj postopkov pridobivanja podatkov in njihove otežene dostopnosti lahko podam le sum na zavedanje nedoslednosti izvajanja s strani kulturne politike na tem področju.



Če torej pogledamo razkorak med zapisanimi pričakovanji te »nove« kulturne politike in njenim uresničevanjem na področju kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji, lahko ugotovimo, da je morda ravno nekritičen prevzem kulturnih in kreativnih industrij krivec za zmedeno in nepopolno kulturnopolitično uresničevanje kulturnih in kreativnih industrij. Pravzaprav gre za paradoksalno situacijo, ker zagon kulturnih in kreativnih industrij potrebuje močno podporo in subvencijo, kar pa slovenska kulturna politika izvaja nedosledno.

## 5 SKLEP

Kulturnopolitični pomen kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji lahko (po)gledamo skozi prizmo njihovega razvoja, vpeljave v slovensko kulturno politiko in njihovega dejanskega uresničevanja. Da kulturna politika v Sloveniji ob vpeljavi kulturnih in kreativnih industrij ni upoštevala polemičnih pomislekov v zvezi z njihovim nastankom in dejanskim pomenom – kar se nenazadnje odraža tudi v uresničevanju kulturne politike na tem področju – lahko razložimo skozi ugotovitve zastavljenih raziskovalnih vprašanj.

*Kako se je razvijal pojem kulturnih in kreativnih industrij?*

Pojav kulturnih in kreativnih industrij lahko pripišemo vzponu neoliberalne ideologije, ko so tudi kulturne politike iskale izvirne pristope in rešitve za zmanjšanje državnih izdatkov. Pod ideologijo razvoja, tako v gospodarskem kot kulturnem smislu, pri čemer kultura v ožjem pomenu besede postane dostopnejša širši množici ljudi ter s tem zagotavlja in nagovarja njihovo možnost kulturnega izražanja, kar se še posebej dobro kaže v potencialni komercialni aktivnosti, so kulturne politike začele zagovarjati nekoliko spremenjeno razumevanje svojega poslanstva. Nastale so številne klasifikacije kulturnih in kreativnih industrij, ki jih je v smislu univerzalnega sprejetja še danes težko pojasniti.

*Kako je slovenska kulturna politika vpeljala pojem kreativnih industrij v svojo politiko in kako ga definira?*

Kulturna politika v Sloveniji je kreativne industrije prevzela po Zeleni knjigi Evropske unije. Kulturne in kreativne industrije so tako sprejete v paru, v soodvisnem položaju, pri čemer naj bi se kreativne industrije napajale od kulturnih industrijah. Glede na pričakovane, po večini funkcionalne rezultate kulturnih in kreativnih industrij, merjene s strani gospodarske učinko-

vitosti, gredo številni pomisleki v smeri problematičnosti merjenja učinkov kulture z ekonomskega vidika. Prav tako kreativne industrije zaradi svoje narave sprožajo mnogo polemik in vprašanj glede načina njihove umestitve znotraj kulturnih politik. Njihova tesna povezanost z gospodarsko sfero torej odpira nekoliko drugačne dimenzije razumevanja poslanstva kulturne politike. Ta polemična vprašanja so bila ob vpeljavi kulturnih in kreativnih industrij v slovensko kulturno politiko nekoliko spregledana, ob snovanju politike na tem področju pa površno interpretirane, in sicer na način izpostavitve zgolj pozitivnih bonitet, brez upoštevanja denimo študije, ki obravnava kreativne industrije v Jugovzhodni Evropi, Unescove skupine, ki učinke kreativnih industrij postavlja na nekoliko trhle noge, nemške študije, ki govori o t. i. kulturnem proletariatu kulturnih in kreativnih delavcev, pa študij njihovega poznavanja v Sloveniji, itd. Prav tako se zdi ob tako velikih besedah o kulturnih in kreativnih industrijah paradoksalno dejstvo, ki ga navaja Unescovo poročilo iz leta 2013, da kreativne industrije za svoj zagon potrebujejo močno subvencijo.

Ob snovanju kulturnopolitičnega konstrukta kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji torej ne moremo reči, da so bile te ugotovitve upošteevane. Lahko rečemo le, da gre za njihov slepi prevzem, torej le sledenje ideologiji, ki se s strani Evropske unije dobro prodaja.

*Kako se kulturna politika, ki je zapisana v Nacionalnem programu za kulturo 2014-2017, dejansko uresničuje?*

Posledica nekritičnega prevzema kulturnih in kreativnih industrij ter njihove površne interpretacije v Sloveniji je (relativno) zmedeno in nepopolno kulturnopolitično uresničevanje kulturnih in kreativnih industrij. Kontinuiteta velikih besed v nacionalnih programih za kulturo na področju kulturnih in kreativnih industrij, ki v praksi ne dobijo prave vloge, je vidna tudi z zadnjim Nacionalnim programom za kulturo 2014-2017. Glede na zastavljene ukrepe, ki sicer gredo v smeri kulturnopolitičnih ciljev za razvoj kulturnih in kreativnih industrij, po analizi njihovega uresničevanja sprožajo pomisleke, saj ni moč zaznati povsem natančne skladnosti zapisanih ukrepov zadnjega nacionalnega programa za kulturo in realnega izvajanja te politike.

Na podlagi ugotovitev zastavljenih vprašanj, ki raziskujejo kulturnopolitični pomen kulturnih in kreativnih industrij v Sloveniji, lahko potemtakem zaključimo na način potrditve dveh glavnih tez diplomske naloge:

da torej slovenska kulturna politika kulturne in kreativne industrije idealizira in jih kot take nekritično prevzema, ne da bi se poglobila v to, kako je pojem nastal in kaj dejansko pomeni ter da se tako prevzeta paradigma tudi v praksi ne uresničuje.

Glede na tako velik razkorak med zapisanim in prakso, ko se na podlagi že skoraj utopičnega načina zapisa pričakovanj od kulturnih in kreativnih industrij v zadnjem nacionalnem programu za kulturo njihovi ukrepi v praksi komajda izvajajo, je potemtakem morda najbolj relevantno vprašanje: Kako preseči obstoječe stanje na področju kulturnih in kreativnih industrij?

Morda je ključ do rešitve v priznanju obstoječega stanja, soočenju z njihovo problematiko ter da se jih zaradi pomanjkanja njihovega razumevanja ne obravnava več na način pometanja pod preprogo, temveč vsaj skuša najti boljše rešitve. Mar je iskanje boljših rešitev s priznanjem neustreznosti kulturnopolitičnega izvajanja na področju kulturnih in kreativnih industrij slabše od ugotavljanja kulturnopolitične ustreznosti z dolgovезnimi interpretacijami nerealnega v praksi?

## 6 LITERATURA

1. Arhiv.svrez.gov. *Priprava Strategije razvoja Slovenije 2013-2020: Kultura*. 2013. Dostopno prek: [http://www.arhiv.svrez.gov.si/si/delovna\\_podrocja/priprava\\_strategije\\_razvoja\\_slovenije\\_2013\\_2020/javna\\_razprava/kultura/](http://www.arhiv.svrez.gov.si/si/delovna_podrocja/priprava_strategije_razvoja_slovenije_2013_2020/javna_razprava/kultura/) (3. januar 2015).
2. Cultural Economy Network. 2013a. *CEN Statement*. Dostopno prek: [http://artsonline.monash.edu.au/master-cultural-economy/files/2014/03/CEN\\_StatementofIntentDec2013-2.pdf](http://artsonline.monash.edu.au/master-cultural-economy/files/2014/03/CEN_StatementofIntentDec2013-2.pdf) (5. januar 2015).
3. --- 2013b. *Cultural Economy, Sustainable Development and the Diversity of Cultural Expressions*, 21.-23. oktober, Shanghai.
4. British Council. 2008-2011. *What are Creative Industries and Creative Economy*. Dostopno prek: [http://creativecities.britishcouncil.org/creative-industries/what\\_are\\_creative\\_industries\\_and\\_creative\\_economy](http://creativecities.britishcouncil.org/creative-industries/what_are_creative_industries_and_creative_economy) (16. januar 2015).

5. Čopič, Vesna. 2014. Birokratska instrumentalizacija kulture. V *Zbornik radova sa naučnog skupa: Menadžment dramskih umetnosti i medija - Izazovi XXI veka*, ur. Mirjana Nikolić, 181–193. Belgrade: Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju.
6. Debeljak, Aleš. 1999. *Na ruševinah modernosti: institucija umetnosti in njene zgodovinske oblike*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
7. Deljanin, Mevlida. 2015. *Odgovor informacijskega pooblaščenca*. Ljubljana, 20. april.
8. Državni zbor Republike Slovenije. 2004. *Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2004–2007 (ReNPK0407)*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200428&stevilka=1205> (19. april 2015).
9. --- 2008. *Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2008–2011 (ReNPK0811)*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=85932> (19. april 2015).
10. Ekonomska fakulteta in Inštitut za ekonomska raziskovanja. 2012. *Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji*. Dostopno prek: [http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/DPK/CRPi\\_2010/CRP\\_V5-1020\\_Koncno\\_porocilo\\_01.pdf](http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/DPK/CRPi_2010/CRP_V5-1020_Koncno_porocilo_01.pdf) (29. april 2015).
11. European Agenda for Culture. 2012. *Working Group of EU Member States Experts (Open Method of Coordination) on Cultural and Creative Industries*. Dostopno prek: [http://ec.europa.eu/culture/library/publications/cci-policy-handbook\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/publications/cci-policy-handbook_en.pdf) (26. april 2015).
12. Evropska Komisija. 2010. *Zelena knjiga: Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij*. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:52010DC0183> (15. marec 2015).
13. Fulcher, James. 2010. *Kapitalizem. Zelo kratek uvod*. Ljubljana: Krtina.
14. Garnham, Nicholas. 2005. From Cultural to Creative Industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy* 11 (1). Dostopno prek: <http://nknk.pbworks.com/f/FROM%2520CULTURAL%2520TO%2520CREATIVE%2520Industries.pdf> (3. marec 2015).

15. Hesmondhalgh, David. 2008. Cultural and Creative Industries. V *Handbook of Cultural Analysis*, ur. Tony Bennett in John Frow, 552–569. Oxford and Malden, MA: Blackwell.
16. --- in Andy C.Pratt. 2005. Cultural industries and cultural policy. *International journal of cultural policy* 11 (1): 1–14.
17. Institute for Economic Research – IER. 2014. *Analysis of Design in Slovenia – The Supply Side*. Dostopno prek: <http://www.ier.si/files/Working%20paper-82.pdf> (17. januar 2015).
18. KEA European Affairs. 2006. *The Economy of Culture in Europe*. Dostopno prek: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf) (23. april 2015).
19. Komisija Evropskih skupnosti. 2007. *Sporočilo komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij: Sporočilo o evropski agendi za kulturo v svetu globalizacije*. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/ALL/?uri=CELEX:52007DC0242> (23. februar 2015).
20. Kučić, J. Lenart. 2009. *Biti kreativen*. Dostopno prek: <http://www.lenartkucic.net/2009/04/11/bit-kreativen/> (7. maj 2015).
21. --- 2011. *Pomarančni olupki v kopalni kadi*. Dostopno prek: <http://www.lenartkucic.net/2011/05/14/pomaranncni-olupki-v-kopalni-kadi/> (8. februar 2015).
22. Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije. 2008a. *Poročilo o izvajanju Nacionalnega programa za kulturo 2004–2007 (NPK) – za leto 2007*. Dostopno prek: [http://www.arhiv.mk.gov.si/si/o\\_ministrstvu/porocila\\_in\\_podatki/](http://www.arhiv.mk.gov.si/si/o_ministrstvu/porocila_in_podatki/) (23. april 2015).
23. --- 2008b. *Poročilo o izvajanju NPK 2008–2011 v letu 2008*. Dostopno prek: [http://www.arhiv.mk.gov.si/si/o\\_ministrstvu/porocila\\_in\\_podatki/](http://www.arhiv.mk.gov.si/si/o_ministrstvu/porocila_in_podatki/) (23. april 2015).
24. --- 2011. *Analiza stanja na področju kulture s predlogi ciljev za Nacionalni program za kulturo 2012–2015*. Dostopno prek: [http://www.arhiv.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna\\_porocila/2011/Analiza\\_stanja\\_na\\_podrocju\\_kulture\\_s\\_predlogi\\_prednostnih\\_ciljev-marec\\_2011\\_popravljeno28032011.pdf](http://www.arhiv.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Podatki/Letna_porocila/2011/Analiza_stanja_na_podrocju_kulture_s_predlogi_prednostnih_ciljev-marec_2011_popravljeno28032011.pdf) (23. april 2015).
25. --- 2013. *Osnutek Nacionalnega programa za kulturo 2014-2017*. Dostopno prek: [http://nsk-slo.si/images/uploads/01\\_gradivo\\_osnutek\\_NPK\\_2014-2017.pdf](http://nsk-slo.si/images/uploads/01_gradivo_osnutek_NPK_2014-2017.pdf) (9. april 2015).

26. --- 2014. *Nacionalni program za kulturo 2014-2017*. Dostopno prek: <http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Drugo/novice/NET.NPK.pdf> (19. april 2015).
27. --- 2015a. *Rezultati razpisov za KKI 2013*. Ljubljana : interno gradivo.
28. --- 2015b. *Rezultati razpisov za KKI 2014*. Ljubljana : interno gradivo.
29. --- 2015c. *Javni Razpisi*. Dostopno prek: [http://www.mk.gov.si/si/o\\_ministrstvu/javne\\_objave/javni\\_razpisi/](http://www.mk.gov.si/si/o_ministrstvu/javne_objave/javni_razpisi/) (17. januar 2015).
30. MMC RTV SLO/STA. 2013. "*Treba je doreči, ali je kultura javna dobrina ali ne*". Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/kultura/drugo/treba-je-doreci-ali-je-kultura-javna-dobrina-ali-ne/306756> (8. februar 2015).
31. Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije. 2007. *Končno poročilo raziskovalnega projekta Preobrazbe področja kultur v okviru spreminjanja splošnih ekonomskih politik*, 12. januar. Ljubljana: Mirovni inštitut.
32. Močnik, Maja Breznik, Brigita Lipovšek, Helena Pivec, Lilijana Stepančič, Majda Širca, Blanka Tivadar in Lilijana Stepančič, ur. 2011. *Kulturne in kreativne industrije po slovensko: KKIPS*. Ljubljana : Ministrstvo za kulturo.
33. Služba Vlade Republike Slovenije za razvoj. 2008. *Priporočila 9. razvojne skupine za kreativne industrije za povečanje konkurenčnosti Slovenije*. Dostopno prek: <http://arhiv.dmagazin.si/Priporocila.pdf> (9. marec 2015).
34. Stankovič, Peter. 2002. Kulturne študije: pregled zgodovine, teorij in metod. V *COOL-TURA – uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Tomc Gregor in Mitja Velikonja, 11–71. Ljubljana: Študentska založba.
35. Svet Evropske unije. 2007. *Prispevek kulturnega in ustvarjalnega sektorja k uresničevanju lizbonskih ciljev – sprejetje sklepov Sveta*. Dostopno prek: <http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=SL&t=PDF&f=ST+9021+2007+INIT> (23. april 2015).

36. --- 2011. *Sklepi Sveta o prispevku kulture k izvajanju strategije Evropa 2020 (2011/C 175/01)*. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:175:0001:0004:SL:PDF> (23. april 2015).
37. Tomić-Koludrović, Inga in Mirko Petrić. 2005. *Creative Industries in Transition: Towards a Creative Economy*. V *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe: collection of papers from the course on "Managing Cultural Transitions in Southeastern Europe - Impact of Creative Industries"*, ur. Nada Švob-Đokić, 7–23. Zagreb: Institute for International Relations.
38. TV Slovenija, 1. program. 2014. *Odkrito o prihodnosti kulture*. Ljubljana, 5. marec.
39. UNCTAD. 2004. *United Nations Conference on Trade and Development: Creative Industries and Development*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/Docs/tdxibpd13\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/tdxibpd13_en.pdf) (15. januar 2015).
40. --- 2010. *Creative Economy Report 2010*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf) (15. januar 2015).
41. UNESCO. 2013a. *Understanding Creative Industries: Cultural Statistics for public-policy making*. Dostopno prek: [http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural\\_stat\\_EN.pdf/cultural\\_stat\\_EN.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf) (16. januar 2015).
42. --- 2013b. *Creative Economy Report 2013 Special Edition*. Dostopno prek: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (29. marec 2015).
43. World Intellectual Property Organization (WIPO). 2006. *Managing Creative Enterprises: Creative industries – Booklet No. 3*. Dostopno prek: [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/938/wipo\\_pub\\_938.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/938/wipo_pub_938.pdf) (16. januar 2015).
44. --- 2010. *Gospodarski prispevek panog, ki temeljijo na avtorski pravici, v Sloveniji*. Dostopno prek: [http://www.uil-sipo.si/fileadmin/upload\\_folder/prispevki-mnenja/Studija\\_ASP-BDP-SI\\_WIPO.pdf](http://www.uil-sipo.si/fileadmin/upload_folder/prispevki-mnenja/Studija_ASP-BDP-SI_WIPO.pdf) (29. marec 2015).
45. YouTube. 2012. *Nika Murovec in Damjan Kavaš: Kreativne industrije - pomen in potencialne podpore*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=Hjx1676KVws> (16. januar 2015).

46. *Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo* – ZUJIK. Ur. l. RS 96/02. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO3370> (19. april 2015).