



Struktura kreativne ekonomije

Kreativna ekonomija & Kreativne industrije

- ▶ Definiciju kreativne ekonomije razvija britanski autor John Howkins 2001. g. kako bi opisao ekonomske sustave u kojima se vrijednost temelji na ideji i kreaciji/kreativnosti (mašti), a ne na tradicionalnim resursima zemlje, rada i kapitala
- ▶ Howkins je pojam kreativne ekonomije vezivao uz umjetnost, kulturna dobra, video igre, medije, istraživanje i razvoj, dizajn i arhitekturu (tkz. kreativne industrije)
- ▶ Danas se taj pojam sve više odnosi na svu ekonomsku aktivnost koja ovisi o individualnoj kreativnosti neke osobe te gdje je upravo ta individualna kreativnost glavni izvor vrijednosti i glavni uzrok ekonomske transakcije

Kreativna ekonomija & Kreativne industrije

- ▶ Koncept Kreativne ekonomije razvija se zahvaljujući rastu dva društveno/ekonomska fenomena druge polovine 1990-tih:
 - **Informacijsko društvo/društvo znanja** – s širenjem kompjutora glavne karakteristike našeg doba postaju stvaranje, distribuiranje i manipuliranje informacijama. Podaci i znanje postaju glavna 'roba'. Svijet se digitalizira.
 - **Kreativne industrije** – u Europi (Velika Britanija) se počinje prepoznavati ekonomska vrijednost kulture. Glazba i film kao i arhitektura, dizajn, moda mogu biti ravnopravni čimbenici nacionalnog gospodarstva s puno većim potencijalom rasta i razvoja nego li rudarstvo, teška industrija ili brodogradnja

Kreativna ekonomija & Kreativne industrije

- ▶ Glavni izvor ove nove ekonomije postaje **individualna kreativnost**. Kreativni proizvod se definira kao ekonomsko dobro, usluga ili iskustvo koje proizlaze iz kreativnosti i koje imaju osobine da su autentične i inovativne.
- ▶ Kreativnost nije nova, kao ni ekonomija, ali ono što je novo je priroda odnosa među njima. Ovaj novi odnos donio je povećanje visokog obrazovanja, promjene u obrascima zapošljavanja, liberalizaciju tržišta, veće prosječne plaće, više slobodnog vremena i sve veću urbanizaciju.

Kreativna ekonomija & Kreativne industrije

NOVA paradigma gospodarstva

Mala ulaganja
Malo zaposlenih
DOBRA IDEJA
INTERNET

Velika ulaganja
Multinacionalna
industrija
Puno zaposlenih
Veliki resursi

Kreativna ekonomija & Kreativne industrije

NOVA paradigma gospodarstva

Investicija u ljude
(neopipljivo)

Uska proizvodnja
(malo je pametno)

Neuspjeh je jeftin
(i najbolji učitelj)

Socijalna infrastruktura
je vitalna za uspjeh

Velike investicije
(opipljivo)

Masovna proizvodnja
(veliko je lijepo)

Neuspjeh je skup
(i katastrofalan)

Fizička infrastruktura
je vitalna za uspjeh

Kada se počeo koristiti izraz Kreativne industrije

- ▶ Izraz „kreativne industrije“ počeo se koristiti 1990-tih za označavanje niza ljudskih djelatnosti od kojih su neke među najstarijim koje postoje (arhitektura, kazalište), a neke su nastale tek pojavom digitalne tehnologije (video igre, mediji). Mnoge od tih djelatnosti imaju snažne korijene u kulturi i termin 'kulturne industrije' i odranije se koristio za označavanje kazališnih/performativnih umjetnosti, plesa, muzike, filma, vizualne umjetnosti i kulturne baštine, mada je sam izraz kontroverzan i mnogi su umjetnici smatrali ponižavajućim da se njihova djelatnost u bilo kojem kontekstu karakterizira kao – 'industrija'.
- ▶ Termin *“kreativne industrije”* prvi je put upotrijebljen 1994. godine u Australiji u dokumentu *Creative Nation*. Neki ga autori sagledavaju kao „jasno proširivanje ranijeg termina ‘kulturne industrije’ uključivanjem novih tehnologija (multimedije, softvera itd.)“



Kada se počeo koristiti izraz Kreativne industrije

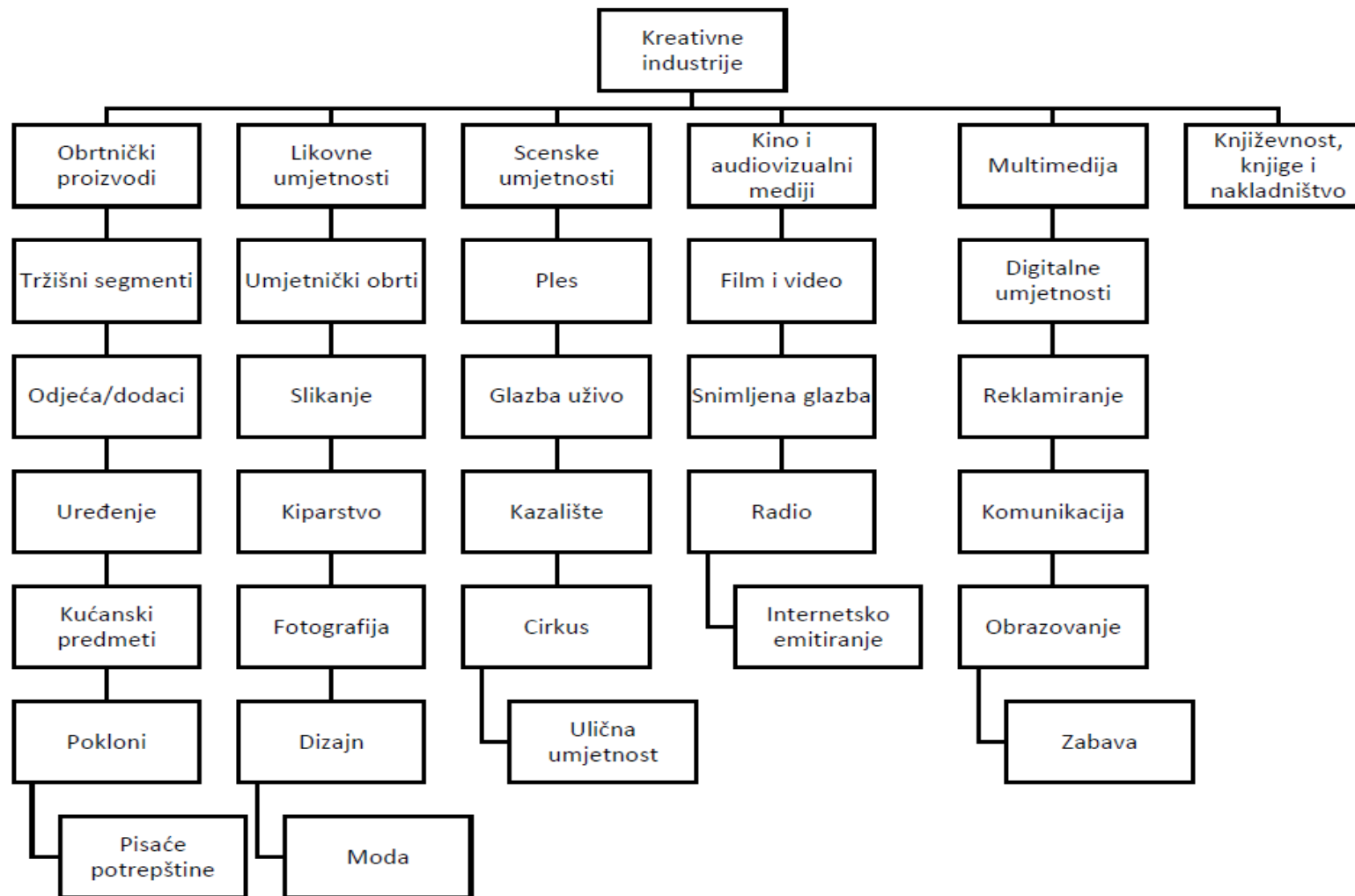
- ▶ 'Industrije' ili ne, ne može se osporiti činjenica da su ove djelatnosti – i usko definirane kulturne industrije i širi spektar novih kreativnih industrija – u mnogim zemljama postajale sve značajniji ekonomski faktor i nudile sve veći broj radnih mjesta.
- ▶ Ali nijedna vlada nije pokušavala izmjeriti njihov ukupni privredni doprinos niti o njihovom značaju razmišljati strateški, osim možda vlade SAD-a koja je još od prve polovine 20 st. njegovala i poticala svoju filmsku industriju, i to ne samo zbog njenog ekonomskog doprinosa nego i zato što širom svijeta prikazuje američku kulturu i širi uticaj SAD-a.

Kada se počeo koristiti izraz Kreativne industrije

- ▶ Iako se kreativne djelatnosti ne daju identificirati kao industrijski 'sektor' s istom lakoćom kao djelatnosti npr. farmaceutskog ili automobilskeg sektora, sve kreativne djelatnosti imaju jedan zajednički označitelj: ovise o **kreativnom potencijalu pojedinca** i stvaranju **intelektualnog vlasništva**.
- ▶ To što ih se počelo smatrati 'sektorom', ma koliko ta definicija bila proizvoljna, skrenulo je pažnju na činjenicu da sve te djelatnosti ili direktno učestvuju ili znatno doprinose širokom spektru industrija i profesija, od reklamiranja do turizma, a usto je postalo evidentno da vještine i stil rada kreativnog sektora sve više utiču i na druga privredna područja, posebno u korištenju **digitalnih tehnologija**



Kada se počeo koristiti izraz Kreativne industrije



Kada se počeo koristiti izraz Kreativne industrije

- ▶ Velika zasluga za promociju samoga koncepta kreativnih industrija pripisuje se britanskom utjecaju, tj. laburističkome projektu *Cool Britannia* i osnutku *Ureda za kreativne industrije* Odjela za kulturu, medije i sport (DCMS) 1997. godine.



Prvi pokušaj mjerenja Kreativnih industrija

- ▶ Godine 1997. novoizabrana laburistička vlada Velike Britanije odlučuje prvi put pokušati definirati ove djelatnosti i procijeniti njihov neposredni učinak na ukupnu britansku privredu.
- ▶ Po savjetu pozvane grupe vodećih kreativnih poduzetnika, novoosnovano britansko **Ministarstvo za kulturu, medije i sport** objavljuje 1998. godine dokument **Mapiranje kreativnih industrija** u kojem navodi **13 djelatnosti** (reklame, arhitektura, tržište umjetnina i antikviteta, obrt, dizajn, modna industrija, film, interaktivni zabavni softver, muzika, scenske umjetnosti, izdavaštvo, softver, televizija i radio) kojima je zajedničko to što su „**plod individualne kreativnosti, vještine i talenta, a imaju potencijal proizvodnje bogatstva stvaranjem intelektualnog vlasništva**”



Prvi pokušaj mjerenja Kreativnih industrija

- ▶ U svakom razumijevanju pojma kreativnih industrija, od njegovog početka do danas, centralno mjesto zauzima **koncept intelektualnog vlasništva** (drugim riječima, vrijednost ideje koja se može zaštititi autorskim pravima, patentima, zaštitnim znakovima ili drugim pravnim i regulatornim mehanizmima kojima se sprječava kopiranje i korištenje te ideje u komercijalne svrhe bez izričitog odobrenja njenog autora).
- ▶ Studija je izazvala značajan interes, naročito nakon što je istraživanje koja je uslijedilo 3 godine kasnije **2001.** otkrilo da ovaj ovako definirani kreativni sektor stvara radna mjesta po dvostruko većoj stopi nego cijela britanska privreda. 8% prihoda u cjelokupnoj nacionalnoj britanskoj ekonomiji.



Prvi pokušaj mjerenja Kreativnih industrija

- ▶ U ovom izvještaju je navedeno da napr. britanska filmska industrija na svaku uloženu funtu iz državnog budžeta (takozvani UK Film Tax, model kakav je sličan uveden kao podrška i hrvatskoj filmskoj djelatnosti – HAVC od 2012.) zaradi dodatnih 13. Drugim riječima, država podstiče i podržava industriju koja potom zaradi trinaest puta sudjelujući kao profitni centar nacionalne ekonomije.
- ▶ Specifičnost britanske kreativne industrije je i u njezinoj **orijentaciji na izvoz (jezik)**. Tako podaci govore da Velika Britanija ima najveću kulturnu ekonomiju na svijetu u odnosu na svoj bruto nacionalni dohodak i da je sektor rastao zadnjih 20 godina brže nego li ukupno gospodarstvo.
- ▶ I u Hrvatskoj djeluje organizacija koja se zove UK Trade & Investment, a čija je misija pomaganje kompanija s britanskim sjedištem da uspiju u globalnoj ekonomiji.



Razvoj koncepta Kreativnih industrija

- ▶ Danas gotovo sve vlade svijeta prepoznaju značaj 'kreativnih industrija' i ovaj koncept sve više ustupa mjesto sveobuhvatnijem konceptu 'kreativne ekonomije'.
- ▶ U nekim se zemljama definicije vrte isključivo oko umjetnosti i kulture. Druge zemlje koriste šire definicije koje uključuju, na primjer, kulinarstvo i gastronomiju – a na osnovu ekonomskog i kulturnog značaja hrane i kulinarstva. Treće zemlje koriste definiciju koja uključuje manje umjetničke poslovne djelatnosti kao što su izdavaštvo, softver ili oglašavanje.



Razvoj koncepta Kreativnih industrija

- ▶ **UNESCO** definira kreativne industrije kao one koje imaju korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, a potencijal su za stvaranje profita, stvaranje radnih mjesta i za eksploataciju intelektualnog vlasništva. U kreativne industrije sukladno UNESCO-voj podjeli ubrajaju se: oglašavanje, arhitektura, umjetnost, umjetnički obrti, dizajn, modni dizajn, film i video, softver i kompjutorske igre, glazba, izvedbene i vizualne umjetnosti, izdavaštvo, televizija i radio



Razvoj koncepta Kreativnih industrija

- ▶ 2019. godine Narodna Republika Kina kao jednu od glavnih točaka svog petogodišnjeg razvojnog plana navodi potrebu da se sa „proizvedeno u Kini pređe na dizajnirano u Kini“ (**Made in China – Designed in China**) – klasično obrazloženje razumijevanja da je u ekonomiji 21. stoljeća stvaranje intelektualnog vlasništva dragocjenije od izrade proizvoda.
- ▶ Ostale se zemlje, uključujući Veliku Britaniju, bore sa škakljivim pitanjem lociranja razvoja politike 'kreativnosti' unutar svojih struktura – da li se tu radi o ekonomskoj ili o industrijskoj politici? Ili o kulturnoj? Ili o obrazovnoj? Ili o sve četiri?



Problem mjerenja učinka Kreativnih industrija

- ▶ Fuzija umjetničke i kreativne industrije s digitalnom tehnologijom zadnjih 20 godina rađala je čitave nove industrije i vještine koje nisu obuhvaćene međunarodno priznatim šablonima za mjerenje ekonomske aktivnosti, takozvanim kodovima „SIC“ i „SOC“ (Standardna industrijska klasifikacija i Standardna klasifikacije zanimanja).
- ▶ Primjena tih standarda iskrivila je stvarnu sliku, učinivši da važna nova područja stvaranja vještina i bogatstva ostanu vladama praktično nevidljiva, te gotovo onemogućila međunarodne usporedbe.
- ▶ Drugi problem je da nije svaki posao u kreativnim industrijama „kreativan“ dok su mnogi poslovi izvan okvira kreativnih industrija, kako god ih definirali, sasvim očito vrlo kreativni. Ovo područje počinju istraživati britanska organizacija Nesta i mnoge druge, te zaključuju da je broj kreativnih poslova u „nekreativnim“ industrijama po svoj prilici daleko veći od broja kreativnih poslova u kreativnim industrijama. Kako onda uopće izmjeriti njihov učinak?



Problem mjerenja učinka Kreativnih industrija

- ▶ Također masovni utjecaj digitalne tehnologije transformirao je sve industrije, kreativne ili ne, a internet neprestano otvara razne platforme za nov kreativni izraz koji je, zauzvrat, generirao razne vrste novih i očito vrlo kreativnih poslova.
- ▶ Vrijednost industrije video-igara je, na primjer, za samo petnaest godina nadmašila vrijednost stogodišnje filmske industrije. A ako je u kreativnu industriju trebalo uključiti 'dizajn', što očito jest, gdje onda smjestiti samu tehnologiju – kao dizajniranje svih procesa i kreativnu disciplinu čiji se učinak osjeća u svim područjima privrednih djelatnosti, od proizvodnje i maloprodaje do planiranja transportnih i zdravstvenih usluga?



Problem mjerenja učinka Kreativnih industrija

- ▶ Što su više kreatori politika razmišljali o kreativnim industrijama, to je postajalo očiglednije da koncentracija na ekonomsku vrijednost kreativnih industrija nema smisla bez sagledavanja šireg okvira njihove društvene i kulturne vrijednosti.
- ▶ Istraživanje o globalnoj kreativnoj ekonomiji koje UN objavljuje 2008. godine ukazalo je na činjenicu da se tu ni slučajno ne radi o fenomenu karakterističnom samo za napredne i postindustrijske države Evrope i Sjeverne Amerike: brzina rasta „kreativne i kulturne industrije“ osjećala se na svim kontinentima, kako na Sjeveru, tako i na Jugu.
- ▶ Zaključak Izvještaja: „Povezivanje kreativnosti, kulture, ekonomije i tehnologije, izraženo kao sposobnost stvaranja i cirkulacije intelektualnog kapitala, ima potencijal stvaranja prihoda, radnih mjesta i izvoza dok istovremeno unapređuje socijalnu uključenost, kulturnu raznolikost i ljudski razvoj.“



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ U vremenu brze globalizacije mnoge zemlje spoznaju da je kombinacija kulture i trgovine koju predstavljaju kreativne industrije moćno sredstvo za ostvarivanje karakteristične slike po kojoj se zemlja ili grad izdvajaju među brojnim konkurentima.
- ▶ Javlja se urbani fenomen **creative districts i creative cities**. Važnost nadaleko poznatih kulturnih „simbola“, poput Eiffelovog tornja u Francuskoj ustupa mjesto čitavim kulturnim okruzima koji spajaju umjetnost i komercijalnu aktivnost – od londonskog Shoreditcha s lokalnim dizajnerskim studijima, tehnološkim biznisima, kafićima i klubovima do ogromnih i prestižnih projekata koji – poput kulturne četvrti West Kowloon u Hong Kongu ili kulturnog središta na ostrvu Sadiyaat u Abu Dabiju – su rezultat velikih ulaganja. |



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ Definicija kreativnih klastera prema WIPO-u (*World Intellectual Property Organisation*): „geografska koncentracija kreativnih industrija (zanati, film, glazba, izdavaštvo, software, dizajn i dr.) koje povezuju svoje resurse kako bi optimizirali stvaranje, produkciju, diseminaciju i eksploataciju kreativnog rada.“
- ▶ Kreativni klasteri uključuju neprofitne organizacije, umjetničke i kulturne institucije i individualne kreativce. Trebaju imati i **prostor** gdje se proizvodi predstavljaju, promoviraju i sl, i isto tako nuditi smještaj za rad i život. To sve zahtjeva ulaganje lokalnih vlasti, privatnog sektora i dr. dionika.



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ Kreativni gradovi nastaju **brendiranjem mjesta**, tj. sinergijom svih onih čimbenika koji mjesto čine must see destinacijom. U kreativnim gradovima treba biti doza alternative i trebaju biti otvoreni za različite identitete i toleriranje različitosti.
- ▶ Tri su stvari ključne za razvoj kreativne ekonomije (tzv. 3T teorija): **tehnologija, talent i tolerancija**. Kako bi privukli kreativne ljude, stimulirali razvoj inovacija i pokrenuli ekonomski napredak, gradovi moraju imati svo troje. Tehnologiju – razvijenu u regiji, talent – veliki broj visokoobrazovanih osoba i toleranciju – otvorenost, prihvaćanje različitosti te uspješan suživot različitih rasa, etničkih skupina, religija, ljudi različitih seksualnih orijentacija i sl.



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ 2004. godine UNESCO je pokrenuo program pod nazivom *Creative Cities Network*, to je mreža koja povezuje gradove tako što dijele iskustva, treninge poslovnih vještina i tehnologije za razvitak diljem svijeta. Trenutno 264 gradova članovi mreže.
- ▶ <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>
- ▶ <https://en.unesco.org/creative-cities/content/call-applications>
- ▶ Postoji sedam definiranih područja mreže, koja utječu na izbor gradova, te gradovi biraju sami svoju specifičnost na kojoj žele raditi i razvijati a to su: film, muzika, književnost, obrti/zanati i narodna umjetnost, dizajn, medijske umjetnosti i gastronomija.



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ EU creative clusters/districts
- ▶ <https://travelaway.me/europe-new-creative-neighborhoods/>



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ HRVATSKA
- ▶ I u Hrvatskoj gradovi prepoznaju važnost razvoja kreativnosti i grada te tako **muzički festivali** privlače do 150 000 posjetitelja, u Zagrebu postoji **Advent** koji posjeti 250 000 posjetitelja i proglašen je već treći put najboljim adventom u Europi. Isto tako Varaždin svojom manifestacijom pod nazivom **Špancirfest** koja traje deset dana i održava se svake godine krajem kolovoza, privuče 100 000 posjetitelja te se nude koncerti, ulični performer, radionice, izložbe, kreativa, bogata izlagačko-prodajna ponuda, gastronomski užici i brojni drugi sadržaji koji pretvaraju predivnu povijesnu jezgru Varaždina u jedinstvenu festivalsku pozornicu.

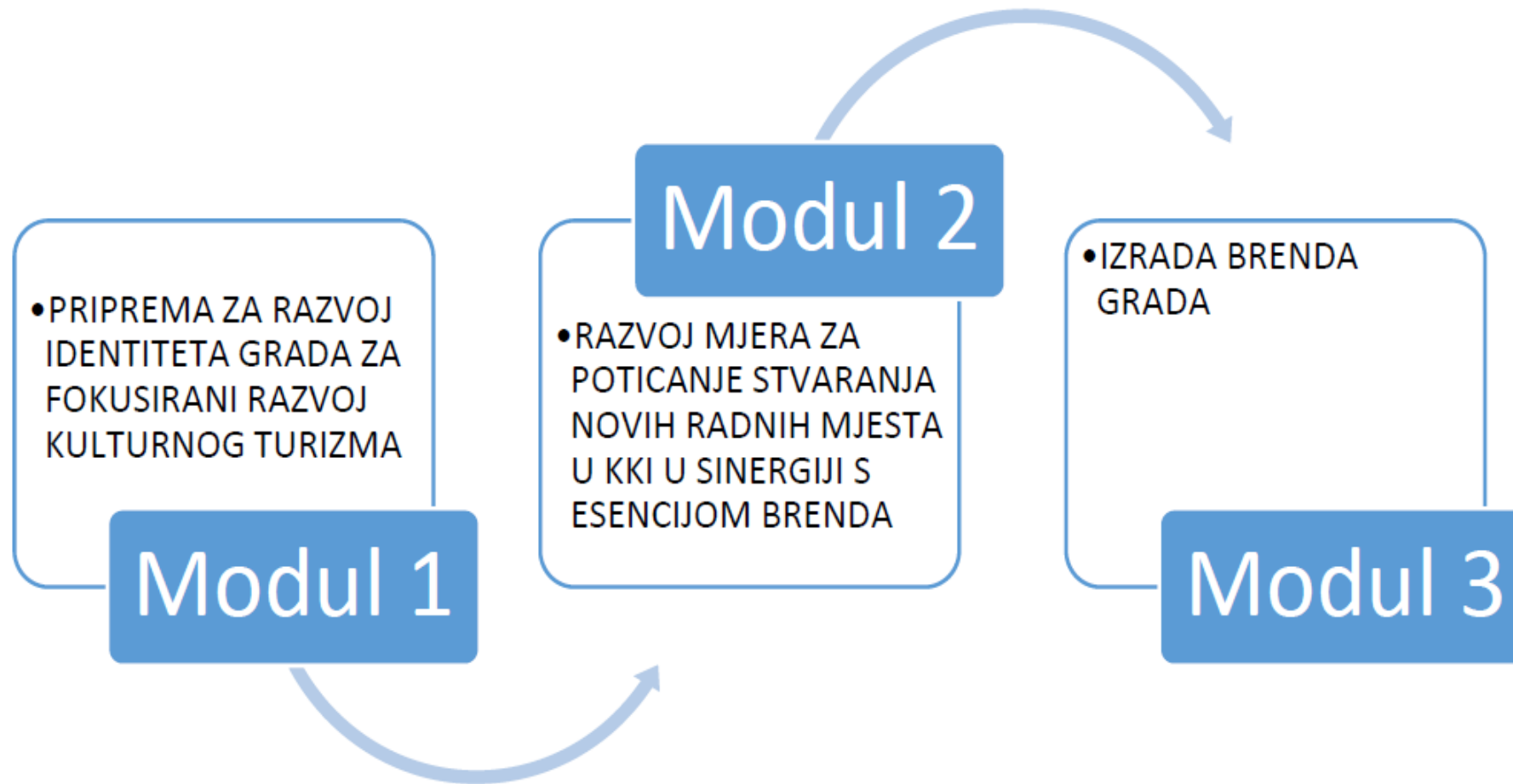


Kreativni klasteri i Kreativni gradovi

- ▶ 2018. godine pokrenut projekt pod nazivom *Kreativni gradovi Hrvatske*, koji su pokrenuli HKKKKI i Udruga gradova. U projektu sudjeluju slijedeći gradovi: Donja Stubica, Drniš, Jastrebarsko, Kaštela, Kastav, Koprivnica, Ludbreg, Oroslavlje, Osijek, Ozalj, Pleternica, Pregrada, Rijeka, Samobor, Slatina, Šibenik, Varaždin, Vodice, Vrgorac, Zabok, Zadar, Zagreb i Zlatar.
- ▶ Kroz ovaj projekt poticati će se razvoj inovativnih turističkih atrakcija baziranih na lokalnim vrijednostima, povijesnoj i kulturnoj baštini, promovirati će se domaći autori i umjetnici te poduzetničke inicijative i inovativni zajednički projekti gradova.



Kreativni klasteri i Kreativni gradovi



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Svijest o ovom širem značenju kreativnih industrija na gradove odražava publikacija britanske vlade ***Creative Britain*** iz 2009. godine, gdje se tvrdi da dugoročni uspjeh britanske ekonomije kao domovine kreativnosti i inovacije podrazumijeva djelotvornost dugoročnih politika razvoja kreativnih industrija koje zavise od političkih inicijativa (**često na gradskom i regionalnom nivou**) u društvenom koliko i ekonomskom domenu, a koje, na primjer, uključuju potrebu radikalnih promjena u načinu planiranja obrazovanja djece



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

Strategic challenges and the future for Creative Britain

- Keeping the strategy up-to-date
- Build on success
- Stakeholder engagement
- National, regional and local balance
- Measuring the impact
- Recession

**2009 to
2011 and
beyond**

Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

Velika Britanija 2012. godina

- Bruto dodana vrijednost sektora iznosila 71,4 mlrd GBP
- Udio sektora KKI u ukupnom gospodarstvu Velike Britanije iznosio je 5,2 posto
- **Bruto dodana vrijednost.** U razdoblju od 2008.g. do 2012.g. je rasla za 15,6 posto, rast ostalih industrija u istom razdoblju je bio 5,4 posto.
- **Zaposlenost.** KKI u Velikoj Britaniji zapošljavaju 1,68 mil ljudi ili 5,4 posto od ukupno zaposlenih, a od 2011.g. do 2012.g. u sektoru KKI rast zaposlenosti je bio 8,6 posto
- **Izvoz.** Ukupna vrijednost izvezenih usluga je od 2008.g. do 2011.g. rasla za 16,1 posto i iznosila je u 2011.g. 15,5 mlrd GBP

Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Istraživanja pokazala kako su kreativne industrije postale za **London** veći „biznis“ nego što je financijsko poslovanje.
- ▶ Novi vladin projekt “Kreativni London” iz 2012. s ulaganjem od 50 milijuna funti kako bi se u periodu od 10 godina dobit od kreativnog sektora podigla na 32 milijarde funti i kako bi se otvorilo 200.000 radnih mjesta



Kreativne industrije u Hrvatskoj

- ▶ **2013.godine** osnovan **Klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija** (HKKKKI) na inicijativu Ministarstva gospodarstva i uz operativnu podršku Agencije za investicije i konkurentnost
- ▶ 82 članice –25 gospodarski, 20 javna uprava, 26 civilni sektor (udruge), 11 znanstveno-istraživački
- ▶ 2015. prvo (i jedino) Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u RH napravio Ekonomski fakultet u Zagrebu na inicijativu HKKKKI
- ▶ <https://hkkki.eu/>



Kreativne industrije u Hrvatskoj

UDIO SEKTORA U BDP-U RH

3,1

Industrija hrane

2,3

KKI

1,7

Industrija metala

1,1

Kemijska industrija

0,9

Industrija pića

0,8

Drvena industrija

1,0

Farmaceutska
industrija

0,7

Tekstilna industrija



Kreativne industrije u Hrvatskoj

ZAPOSLENOST

8,9%

Ukupno zaposlenih od
radnog stanovništva u
kreativnoj ekonomiji
124.304

5,9%

Ukupno zaposlenih od
radnog stanovništva u
kreativnim
zanimanjima 82.092

3,0%

Ukupno zaposlenih od
radnog stanovništva u
kreativnim
industrijama 42.212

Trendovi u kretanju
zaposlenosti

2012 – 2014

RH
↓ 9,6%

KKI
↓ 0,5%

2013 – 2014

↓ 0,2%

↑ 0,2%



Kreativne industrije u Hrvatskoj

JAK PODUZETNIČKI POTENCIJAL

veći udio
samozaposlenih

22,6% (6,8%)

Češće se
zapošljavaju u
privatnom sektoru

52,1% (49,4%)

Prevladavaju mikro i mala
poduzeća

99,4%

10.233 poslovna

subjekta **5,7%**

ukupnog broja poslovnih
subjekata u RH

Češće zaposleni na
upravljačkim
pozicijama

25,6% (12,5%)



Kreativne industrije u Hrvatskoj

EKONOMSKI DOPRINOS – 2013.g.

4,6 mlrd

kuna BDV-a

3,5% ukupnog BDV-a
poslovnog sektora RH

15 mlrd

kuna PRIHODA

2,4% ukupnog
prihoda poslovnog sektora RH

1,5 mlrd

kuna IZVOZ

1,6% ukupnog izvoza
poslovnog sektora RH

543 mil

kuna KUMULATIVNE DOBITI

7,3% ukupne k. dobiti
poslovnog sektora RH



Kreativne industrije u Hrvatskoj

SPECIFIČNOSTI SEKTORA

**Značajan prostor za
ekspanziju i nova
radna mjesta**

**Utvrđen cjenovni
potencijal za
konkuriranje na
stranim tržištima**

**Otporne na
recesiju**

**Veliki potencijal
suradnje sa zrelim
industrijama**

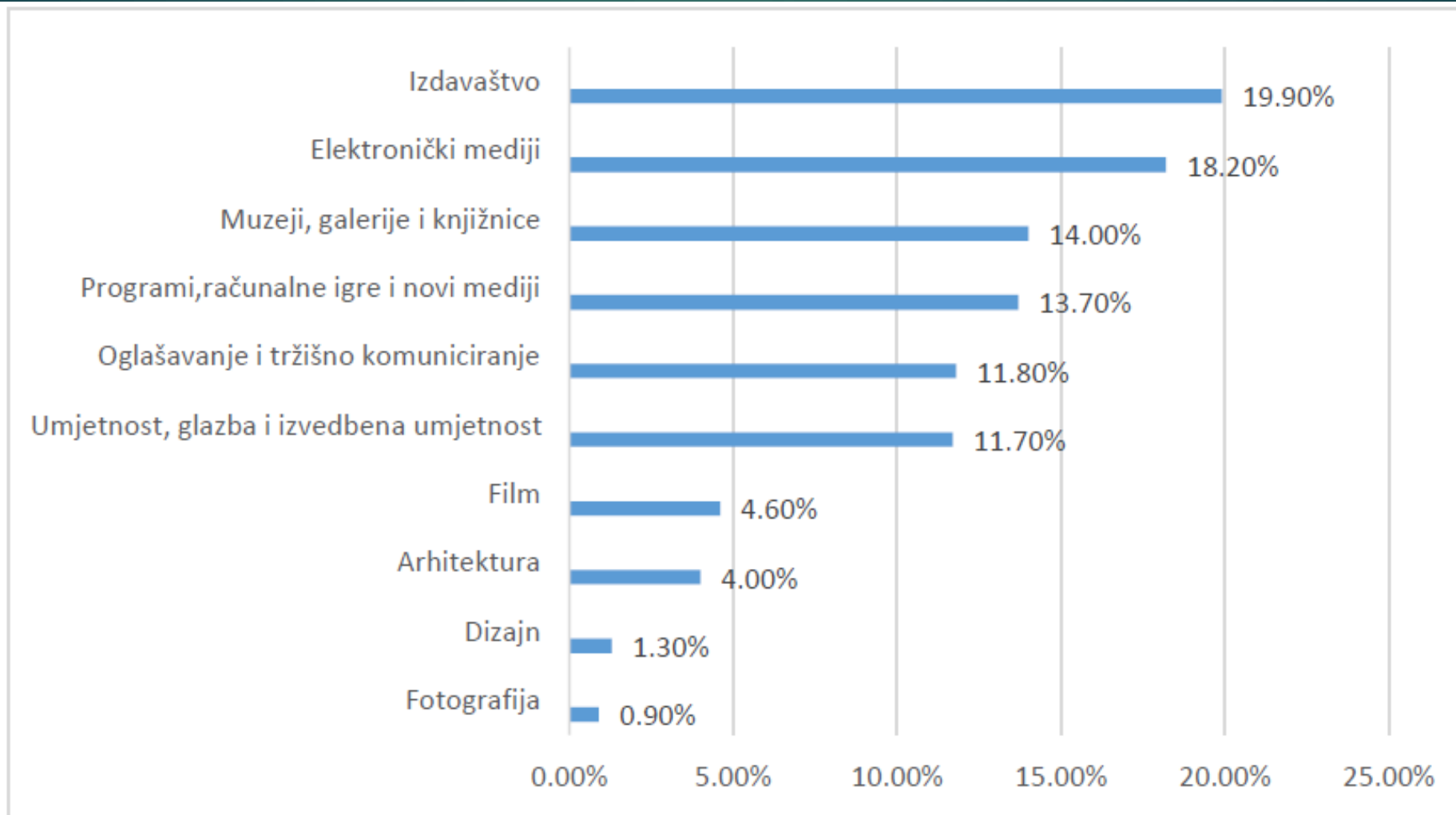
**Nositelji
inovacija**

45,4%
zaposlenih s
najmanje višom
školom



Kreativne industrije u Hrvatskoj

► Bruto dodana vrijednost % ukupne BDV KKI



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Čini se da ove industrije, posebno one hiljade malih i mikro-poduzeća koja predstavljaju sam vrh kreativnosti, ne samo da imaju sve veći ekonomski značaj, već su, u izvjesnom smislu, preteča posve novog ekonomskog poretka, budući da pružaju novu paradigmu za način organizacije poduzeća, za razumijevanje i pružanje obrazovanja, za mjerenje vrijednosti, za mogući razvoj i perspektive radnog života i karijera miliona ljudi, za planiranje i izgradnju gradova u kojima ti ljudi žive.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Na zapošljavanje u svijetu naročito će utjecati brzi rast automatizacije i upotreba umjetne inteligencije i robotike koja najavljuje takozvanu „**četvrtu industrijsku revoluciju**“.
- ▶ Istraživači sveučilišta Oxford procjenjuju da bi u narednih 20 godina strojevi mogli zamijeniti i do 47% radnih mjesta u SAD-u, te do 35% u Velikoj Britaniji. Međutim, po studiji *Kreativnost nasuprot robotima* iz 2015. godine, kreativni sektor je na tu prijetnju bar donekle imun. Po toj studiji, automatizacija predstavlja tek mali ili nikakav rizik za 86% „visoko kreativnih“ poslova u SAD-u i 87% u Velikoj Britaniji.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ **Novi poticaj kreativnoj ekonomiji danas je nova faza interneta web 3.0.**
- ▶ **Web 1.0** je Internet u klasičnom smislu: decentralizirana mreža računala (računala), povezana putem određenog protokola. Prva generacija interneta ili Web 1.0 koristila se od **90-ih do početka 2000.** Tada se na internet gledalo kao na sredstvo koje će demokratizirati pristup informacijama. Što se tiče korisničkog iskustva, stranice su većinom bile statične, bez mogućnosti za kvalitetnom kreacijom sadržaja. Ulazak na web stranicu novina bio bi primjer tipične operacije weba 1.0: informacije su na računalu, a korisnici, putem drugog računala, pristupaju kopiji kako bi je mogli pročitati lokalno.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ **Web 2.0** povezan je s uslugama koje omogućuju razmjenu podataka i uzajamnu interakciju. Statične web stranice zamijenjene su interaktivnim sadržajem (kojeg mogu stvarati i sami korisnici) kojem milijuni ljudi mogu pristupiti na brz i jednostavan način. Web 2.0 je doživio eksponencijalan rast i to zahvaljujući inovacijama poput mobilnog pristupa internetu i društvenim mrežama.
- ▶ No web 2.0 je imao i negativnih strana, od kojih se najviše očituje centraliziranost velikih tvrtki poput Googlea, Amazona, Facebooka, Twittera itd. Tech giganti su nastali kako bi donekle uspostavili red na internetu. Centraliziranost je negativno utjecala na startupe, kreatore i mnoge druge grupe. Budući da su svi prisutni na kanalima centraliziranih tvrtki, njihovo djelovanje, pa i u konačnici njihov uspjeh ovisi o pravilima koje diktiraju centralizirane tvrtke. Najjednostavniji primjer je kada Google ili Facebook promjene algoritam koji će utjecati na vidljivost objave. Takve promjene najčešće skraćuju doseg objava, što pogada kreatore sadržaja, tvrtke i male obrtnike koji moraju izdvajati više novaca za oglašavanje ako žele komunicirati s većim brojem ljudi



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ **Web 3.0** je internet nove generacije kojim se označava nova generacija interneta koja će koristiti peer-to-peer (P2P) tehnologije poput blockchaina, softvere otvorenog koda, virtualnu stvarnost (metaverse) i Internet stvari (eng Internet of things). Njegov razvoj od 2019.
- ▶ Web stranice bi čak imale mogućnost međusobnog povezivanja u skladu s interesima korisnika. Trenutno možemo pristupiti Internetu s mnoštva različitih uređaja, a ova raznolikost donosi nove izazove za programere, kako u pogledu estetike web stranica, tako i tehničkih pitanja vezanih uz aplikacije i prijenos podataka. Web 3.0 ima za cilj da svatko može uživati u informacijskim i internetskim alatima bez obzira na uređaj kroz koji se povezujemo, jer traži fleksibilnost i svestranost koja nadilazi prepreke formata i strukture.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Web 3.0 će učiniti internet decentraliziranim i otvorenijim. Danas se korisnici još uvijek oslanjaju na mrežne pružatelje usluga koji nadziru informacije koje prolaze kroz njihove sustave.
- ▶ Dolaskom weba 3.0 ljudi će moći kontrolirati vlastite podatke i koristiti sve aplikacije i usluge s jednog računara, dok će sve aktivnosti biti pohranjene na blockchainu.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ U webu 3.0. preglednik bi trebao korisnicima služiti kao osobni asistent. Kako bi to u praksi izgledalo?
- ▶ Recimo da želite kupiti novi televizor, a poslije kupovine planirate svratiti u neki fast food. Vaš prvi korak sigurno bi bio pretraživanje trgovina koje imaju najbolju ponudu za vrstu televizora kojeg želite. Nakon toga pretražili biste i najbliže fast food mjesto i vrstu hrane. Za sve ovo sigurno biste pretražili nekoliko web stranica i pročitali more recenzija. No preglednik u semantičkom webu bi trebao funkcionirati na način da vam na temelju vaših prethodnih kupnji i interesa, lokacije na kojoj se nalazite i budžetu sastavi “najbolju ponudu” kako bi vam uštedjelo vrijeme



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ 4 glavna elementa Weba 3.0:

- **Decentralizacija**

Velike tech i internet tvrtke danas odlučuju o tome kako će se svaka informacija rangirati, filtrirati, koji će kreatori sadržaja biti promaknuti a koji zabranjeni. Web 3.0 bi trebao odlučivanje o takvim pitanjima prebaciti na korisnike (zajednicu) kroz otvorene i transparentne mehanizme. Umjesto pohranjivanja informacija u jednu bazu podataka, (primjerice bazu podataka Amazona kao jedne tvrtke), sve će se pohraniti na više lokacija kako bi se osigurala decentraliziranost, a sam korisnik će odlučivati kako će se njegovi podaci upotrebljavati.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

▶ 4 glavna elementa Weba 3.0:

- **Registracija na stranice bez dodatne autorizacije**

Prilikom interakcije s web stranicama i sadržajem morate ostaviti sve podatke centralnom poslužitelju, i za svaku novu stranicu morate se ponovno registrirati. Web 3.0 podrazumijeva da ćete svemu moći pristupiti s jednim jedinstvenim računom. Dobar primjer ove prakse su digitalni novčanici kojim se jednostavno spojite nakon čega možete jednostavno konzumirati sadržaj web stranice. Sve aplikacije i web stranice na webu 3.0 moći će funkcionirati na ovaj način zahvaljujući decentraliziranim aplikacijama.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

▶ 4 glavna elementa Weba 3.0:

- **Umjetna inteligencija**

Neke značajke umjetne inteligencije su već u upotrebi. Vjerojatno ste primijetili da vam prilikom pisanja maila ili poruka u chatu aplikacija ili servis nude unaprijed pripremljene obrasce na temelju onoga što se u tom trenutku napisali. Očekuje se da će Web 3.0 uz pomoć snažnih i naprednijih računala moći razumjeti informacije poput ljudi. Web 3.0 će također primjenjivati i strojno učenje (“Machine learning”) - grana umjetne inteligencije koja koristi podatke i algoritme kako bi oponašala način na koji ljudi uče, postupno poboljšavajući točnost.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

▶ 4 glavna elementa Weba 3.0:

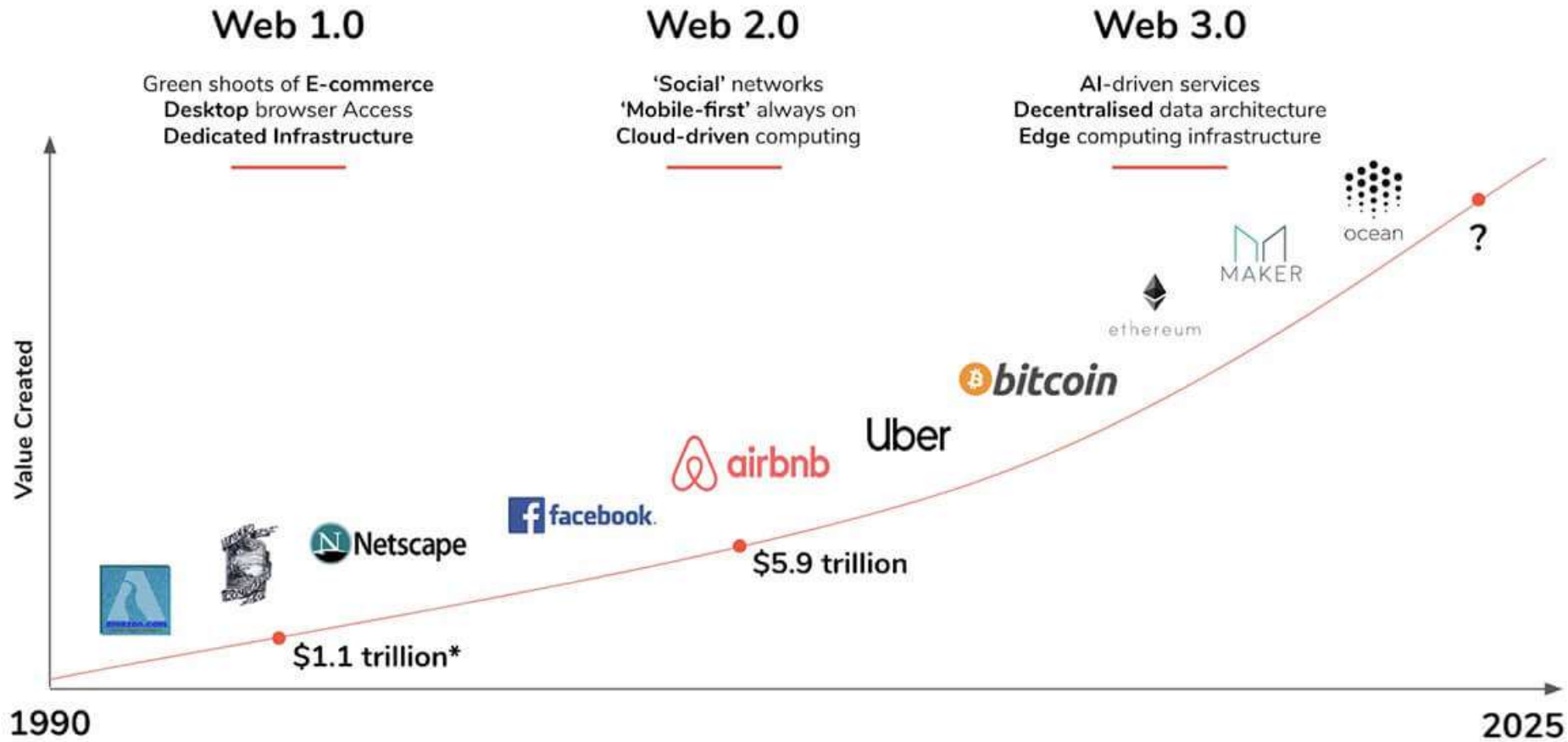
- **Povezanost sa svim uređajima**

Ukupan sadržaj bio bi lako dostupan na svim uređajima i aplikacijama spojenim s internetom. Broj uređaja koji bi se mogao spojiti na internet će se povećati. Smatra se da će veliku primjenu dolaskom weba 3.0 imati i Internet stvari - "Internet of things,, (bežično povezivanje uređaja koji između sebe komuniciraju). Trenutno najpoznatiji projekt u kripto industriji koji razvija "Internet of things" rješenja su IOTA s inovativnom "Tangle" tehnologijom.



Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije će

The Evolution of the Web



* Internet companies market cap as of 2000.

Kulturni i društveni učinak kreativne ekonomije **će** rasti

- ▶ Ponekad se kaže da je kreativnost osnovni pogon ekonomije 21. stoljeća – onako kako je to u 20. stoljeću bila nafta.
- ▶ Možda onda u 21. stoljeću presudne odrednice uspjeha budu politike promocije i zaštite kreativnosti – isto onako kako su energetska politika i pristup energiji bili odrednica geopolitike tokom cijelog 20. stoljeća.
- ▶ U tom slučaju nam valja preispitati način organizacije vlada, način planiranja gradova, način na koji odgajamo i obrazujemo djecu, te način na koji građani komuniciraju sa svojim zajednicama. Stoga je izuzetno važno promisliti šta zapravo podrazumijevamo pod kreativnošću i kreativnom ekonomijom!

