



Раздел 1:

Разбиране за предприемачество в КТИ

Тема 1.1. Креативност. Иновации и междусекторно сътрудничество. Интелектуална собственост

Автор(и):

**Проф. д-р Ира Проданов
Крайшник**

Институция (и):

**Университет на Нови Сад,
Сърбия**



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз

Този материал е част от учебното съдържание на програма „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“ за практики/професионалисти от сферата на изкуствата и хуманитарните науки, съдържащ общо 5 теми. Той е разработен в рамките на проект „FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение“, който е подкрепен от програма „Еразъм +“ по ключова дейност Стратегически партньорства във висшето образование“.

Учебното съдържание накратко:

Програма ФЕНИС

Раздел 1: Разбиране на предприемачеството в КТИ

**Тема 1.1. Творчество, иновации и междусекторни сътрудничества.
Интелектуална собственост.**

Тема 1.2. Предприемачество, управление и лидерство в КТИ

Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

Тема 2.1: Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес

Тема 2.2: Създаване на стойност: Икономическа, пазарна и културна стойност на продукти и услуги в КТИ.

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брандиране в КТИ

Повече информация можете да намерите на уеб страница: <http://www.fenice-project.eu>

Декларация за авторско право:



Тази разработка е лицензирана под международния лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Вие сте свободни да:

- споделяте - копирате и разпространявате материала на всякакъв носител или формат
- адаптирате - смесвате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признание - трябва да дадете подходящо признание на приноса, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по такъв, който да предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност - Не можете да използвате материала с комерсиална цел.
- Сходно Споделяне - Ако добавяте, трансформирате или надграждате материала, трябва да го разпространявате при същите лицензи като оригинала.

1 Общ преглед на темата

Темата **„Креативност, иновации и междусекторни сътрудничества. Интелектуална собственост“** се фокусира върху няколко аспекта, които са от решаващо значение за реализирането на един творчески проект. Те включват креативност, иновации, дизайн на проекти, осигуряване на адекватен екип от сътрудници, отговорност и етично поведение на членовете на екипа. След ясно дефиниране на темата и насочеността на проекта, се разглеждат разликите между творческия процес и иновативното действие. По-нататък се обсъждат въпросите, свързани със създаването на екип (който зависи от естеството на проекта) и ключовите елементи на добрата комуникация в екипа, а също и с външните участници в събитието. Публиката също се разглежда като участник; следователно някои етични форми на поведение, които обикновено се очакват в екипа, трябва да бъдат пренесени и в елементите на организираното артистично събитие. То обаче не трябва да предава „комуникационен шум“ към посетителите, или той следва да бъде изчистен в посланията, умишлено зададени от твореца, т.е. произведението на изкуството.

2 Съдържание на темата

Творчество и иновации

Съвременните тенденции в организирането на артистични/културни събития свидетелстват за постоянните промени, които се случват в областта на КТИ и за необходимостта от адаптиране към новите културни потребности на обществото и неговите социални групи. Предразсъдъците за класическата музика като такава за „елита“ например са преодоляни, както и дискурсът за „елитната публика“ в галериите и т.н. Все повече са събитията, които са отворени за публиката и за участието на по-широки социални групи. Това предполага тясно сътрудничество на екипи доскоро рядко свързани в мрежа при изпълнението на различни проекти на КТИ.

Проектите се изпълняват в различни области на науката и изкуството с цел получаване на нови резултати, които насърчават растежа и развитието на областта, в която се реализират. Проектите в областта на изкуството променят културата и обществото и днес, освен че предизвикват „безпристрастно харесване“ (E. Kant), те почти по правило имат ангажираща роля в обществото – насочват вниманието към актуалните социални проблеми и неговите възможни решения. На база това дали проектът е свързан с една област на изкуството (визуално, драматично или музикално), можем да определим степента на неговата първичност или интердисциплинарност. Колкото по-многогледен е проектът, толкова по-специфичен е екипът от **творчески** сътрудници, които ще реализират идеите си и ще покажат своя потенциал за **иновации!**

При организирането на някои артистични събития днес се забелязва оригиналност на съдържанието, пространството и сътрудниците, тоест има тенденция за излизане от

„класическата рамка“. Тази намеса може да се нарече „разтърсване на традицията“, ако перифразираме Валтер Бенямин от известното му есе „Произведение на изкуството в епохата на механичното възпроизвеждане“ (Benjamin 1974). Изглежда обаче, че не се върви в посока на „ликвидация на произведенията на изкуството“ (Benjamin 1974: 125), а по-скоро в посока на намиране на компромис между творци, организатори и публика в ерата на различните медии, които се превръщат в сериозна конкуренция на традиционното културно съдържание като изложби, оперни представления, музеи и т.н. Тенденцията да се организират събития, които надхвърлят тясната експертиза на една област на изкуството и интересите, напълно завладя КТИ, предоставяйки опитно поле за безпроблемно свързване в мрежа от различни екипи, при които е необходимо сътрудничество на няколко сектора - от класическа музика, танци, изящни и драматични изкуства, видео изкуства, пространство за виртуална реалност и т.н.

Холандският теоретик на изкуството Ханс ван Маанен (Hans van Maanen) подчертава тристранния характер на функцията на изкуството, позовавайки се на Кант (Immanuel Kant) и Гадамер (Hans-Georg Gadamer) - присъщи, полуприсъщи и външни свойства. Първият акцентира върху „незаинтересованото естетическо съзерцание“, в което се отразява „радостта от красивата игра на формата“; вторият вече предполага личен интерес към определена работа или артистична харизма; и накрая, външното свойство, което подчертава средата в процеса на получаване на произведение на изкуството, т.е. към социологическото измерение на посещенията на конкретно арт събитие, където се срещат онези, които харесват същите или подобни неща и където съществува определена степен на сходство на вкусовете. Това разделение е много важно в КТИ, защото може да помогне да се намерят възможните начини за организиране на творческо събитие.

Добре познатите термини, които по настоящем използваме в КТИ, са **креативност** и **иновация**. Въпреки че могат да изглеждат сходни, те имат съвсем различно значение, дори в известен смисъл се допълват. Докато творчеството включва изобретяване, въображение, идеи, мозъчна атака и един вид изобретателност; иновацията има измерима стойност, това е продукт, произведен на базата на творческа идея, представляваща новост и очевидно подобрение.

„Креативността може да се разбира като многоизмерна конструкция, включваща когнитивни променливи, личностни характеристики, семейство, образователни аспекти, както и социални и културни елементи. Тези измерения си взаимодействат помежду си според индивидуалния стил на мислене и творчество, и следователно се изразяват и откриват по много различни начини (Sternberg, 2010; Wechsler, 2008). Поради това феноменът на творчеството е изследван чрез най-различни подходи, като понякога се набляга на човека, процеса или продуктите, околната среда или дори взаимодействието между две или повече от тези променливи като по този начин се предполага, че творчеството има множество начини да бъде идентифицирано (Alencar & Fleith, 2008; Nakano & Wechsler, 2012).

„Иновациите се оценяват като необходима индивидуална характеристика в глобализирания свят. Като понятие от мултидисциплинарен интерес, изследванията на този феномен са разработени в няколко области на знанието, включително администрация, образование, икономика, психология, социология и др. Като концепция иновацията се определя като разработване на продукт или практика на нови и полезни

идеи в полза на хора, екипи, организации или по-широк кръг от обществото (Bledow, Frese, Anderson, Erez, & Farr 2009). Необходимо е да се изясни, че иновацията не е просто въпрос на измисляне на нова идея, но също така изисква стойностен продукт. В този случай „продуктът“ не се ограничава до материален обект, но може да се разглежда и като процес за увеличаване на производството и намаляване на разходите по начин, който все още не е изпробван в този конкретен контекст.“ (Cropley, Kaufman, & Cropley, 2011).

„Терминът „иновация“ винаги се свързва с въвеждането, внедряването или развитието на идея, продукт или услуга с цел полезност на обществото. Като се има предвид широкоспектърност, Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (OECD, 2016) дефинира различни видове иновации: а) продуктова иновация е внедряването на стока или услуга, която е нова или значително подобрена по отношение на нейните свойства или начин на използване; б) процесна иновация се отнася до разработването на нови методи за осигуряване на дадено производство; в) организационна иновация, или нови видове на организация или способности за администриране на организации и г) маркетингови иновации, при които се използват нови методи за разработване на продукти или свързаните с тях процеси на опаковане, ценообразуване и промотиране.“ (Cropley, Kaufman, & Cropley, 2011).

Междусекторни сътрудничества

КТИ имат основна роля в четвъртата индустриална революция и Интернет на нещата, които са резултат от цифровата трансформация на съвременното общество (известна като Индустрия 4.0). Това значение е още по-важно в контекста на икономиката на преживяванията, в която стоките и услугите се оценяват въз основа на преживяванията, които създават за клиентите (Pine and Gilmore, 1998). Веригата за създаване на стойност в КТИ определя до голяма степен устойчивостта на резултатите от човешката творческа дейност и превръщането им в продаваеми продукти, чието потребление зависи особено много от участието и интерпретацията на клиентите (т.е. от създадените преживявания).

Сложността на КТИ прави дефинирането им предизвикателство, особено когато се отнася до предоставянето на определение за типични процеси в индустрията, типични екипи или типични изходни цели. Задълбоченото разбиране на съответния бранш на творческите индустрии е от изключителна важност, за да може лицето, което иска да се развива в него да съумее да развие успешно и бизнес страната на начинанието.

КТИ предоставят платформи, в които артисти реализират своите творчески идеи, често в комбинация с други творци, за да създадат културен продукт или услуга, която има добавена стойност за потребителя/ клиента. Това означава, че творческата продукция трябва да бъде придружена от бизнес смисъл, интеграция с други сектори (напр. гостоприемство), добра организация и адекватна работа в мрежа.

Усилията за изграждане на интелигентна икономика в Европа са насочени към подобряване на конкурентоспособността при запазване на модела на социална пазарна икономика и ефективно използване на ресурсите. Основната част от усилията за насърчаване на иновациите са насочени към използване на съществуващия потенциал

за нововъведения в ЕС. Първо, това е огромен вътрешен пазар, но също и висококвалифицирани изследователи, предприемачи и компании, и уникални предимства по отношение на ценности, традиции и разнообразие.

Индустриите се диверсифицират и развиват успоредно с новите предизвикателства, за да отговорят на все по-фрагментирани нужди и желания на съвременния човек за индивидуални форми на общуване, релаксация и отдих, съпричастност с природата, за потребление на културни ценности и наследство, изследване на нови култури и територии и т.н. Организациите с различни компетенции все повече разчитат на услугите и сътрудничеството с творчески компании, за да надградят своите продукти и услуги и да придобият нов подход към своите клиенти и партньори. Оттук и взаимосвързаността на КТИ със секторите на комуникациите, пътуванията и туризма, образованието, научните изследвания и т.н.

Творческите индустрии са не само иновативни сами по себе си, но те са важна движеща сила на иновациите в останалите индустрии. Подкрепата за включване на компании от творческия сектор в експериментални проекти често води до допълнителни иновации. Това е така, защото доставчиците на творчески услуги са склонни да помагат на компаниите да разработват по-пазарно насочени и ориентирани към клиента продукти и услуги.

Основните характеристики на КТИ, които ги правят незаменими за развитието на съвременните общества са следните:

- Основани са на изкуство и култура, а не на полезност
- Разчитат на креативността, създаването и съвместното създаване - това ги прави силно устойчиви на автоматизацията, а работните места, които съществуват в тези индустрии, вероятно ще преобладават при успоредна автоматизация в другите области на живота;
- Възникват под формата на специални партньорства между отделни творци – това прави творческото партньорство многостранно и високопродуктивно за нови идеи и произведения, но много уязвимо от организационна и икономическа гледна точка, тъй като преобладава работата, базирана на проекти;
- Разливат се в нови решения/иновации в други сектори на икономиката;
- Разчитат на работа в мрежа, споделяне и обединения (клъстери);
- Насърчават социалното сближаване и приобщаване, основани са на споделени ценности, нагласи, знания, вярвания и т.н.;
- Създават преживявания и индивидуална лична стойност и усещане за всеки потребител;
- Проникват във всички останали сектори на икономиката – с и без цифровизация;
- Те са най-пряко свързани с туризма (тъй като често генерират ядрото на туристическите продукти), развлеченията и образованието, но с напредването на Виртуалната реалност (VR) и Добавената реалност (AR), и Интернет на нещата, те се преплитат навсякъде;
- Очаква се да съдействат за решения към глобалните, регионалните и местните предизвикателства, пред които са изправени съвременните общества.

Интелектуална собственост

„Не можем да преговаряме с хора, които казват:
което е мое - си е мое,
а твоето подлежи на договаряне."
(Дж.Ф. Кенеди/ J. F. Kennedy, 1961 г.)

Когато през 1920 г. се състои премиерата на балета „Пулчинела“ от младия тогава Игор Стравински (Igor Stravinsky) никой не го обвинява в кражба на интелектуална собственост. Балетът е базиран на музиката на няколко стари учители по пеене от 18 век¹. Какво би се случило днес, ако някой направи нещо подобно? Нищо! Защото Стравински е използвал музика от преди два века, която е променил частично (като е добавил нова музика към съществуващата!). Ако някой направи нещо подобно днес, единственият проблем ще бъде колко стар е оригинала. Ако това беше произведение примерно от 1723 г., критиците щяха да вземат предвид само оригиналността на *подредбата*, а юристите нямаше да имат върху какво да работят. Музиката, както и другите изкуства, се управляват от строги закони за авторското право. Авторството започва автоматично от момента, в който артиста завърши работата си и му принадлежи както през целия му живот, така и 70 години след смъртта². Законите обаче защитават и друг вид творчество, което наричаме *интелектуална собственост*. „В по-широк смисъл терминът интелектуална собственост включва различни творения на човешкия ум. Творенията и иновациите, които отговарят на условията предписани от закона могат да бъдат защитени от определени форми на права на интелектуална собственост³ - авторски и сродни права. Може да бъде защитена само „материализирана“ идея - лого, технически вид изобретение, дизайн на някои обекти, оригинално произведение на изкуството, телевизионно предаване⁴, но не и самата идея. Интелектуалната собственост може да бъде защитена в рамките на определена територия - държава, но е възможно да се разшири покритието и в други държави, с които е налице сключен договор. Интелектуалната собственост на КТИ най-често е свързана с вече споменатите „авторски и сродни права“. Това допълнение „сродни права“ се отнася до други права при създаването на произведението на изкуството и се прилага от специални правни разпоредби. Интелектуалната собственост в творческите индустрии днес се контролира много по-добре отколкото в миналото благодарение на специализираните агенции, които се грижат за изпълнението на произведенията, водят

¹Авторите, чиито произведения са използвани най-вероятно са: Доменико Гало, Унико Вилхелм ван Васенаер, Карло Игнацио Монца аз Алесандро Паризоти

²<https://www.zis.gov.rs/prava/autorsko-i-srodna-prava/#section-1>

³ Вижте: Šta je intelektualna svojina? <https://www.zis.gov.rs/prava/intelektualna-svojina/> последно проверен на 23 март 2022 г.

⁴Интересно е, че телевизионното предаване само по себе си като жанр не е обект на интелектуална собственост, обаче такова е предаване с подходящо оригинално име, концепция и т.н. Наскоро в Сърбия се проведе съдебно производство за кражба на интелектуална собственост в тази област. А именно авторът на телевизионното предаване *Utisak nedelje, Olja Bečković*, осъди автора на подобно телевизионно предаване *Hit Tvit* за кражба на концепцията на предаването.

статистика за броя и мястото на провеждането им и т.н. Интернет е пространство, което позволява незаконно използване на авторски права, но има все по-малко подобни престъпления благодарение на програмите за разпознаване на музикални записи (най-известната е *Shazam*). Те обаче също не са абсолютно ефективни, защото тези програми могат да контролират абсолютно еднакви парчета. Например, възможно е някой да изпълни чужда песен по подобен начин, но приложението няма да го разпознае като кражба на авторски права. Кражбата на интелектуална собственост също е често срещана при индустриалния дизайн или при създаването на логотипа на различни институции и компании, където често се водят съдебни процедури за доказване на степента на сходство и т.н.

Интелектуалната собственост е важен елемент от развитието на КТИ, защото оценява произведенията на изкуството по адекватен и прозрачен начин. Тази чувствителна област трябва да се зачита при изпълнението на различни проекти в културата, тъй като начините за разпространение на културата често са толкова оригинални, че сами по себе си могат да се разглеждат като интелектуална собственост. Следователно стратегиите за действие на КТИ трябва да бъдат записани и наблюдавани, за да се идентифицират (навреме) ценностите, които при определени обстоятелства могат да бъдат признати и защитени като интелектуална собственост.

3 Цитирана литература:

Carey, Brainard. 2011. *Making in the Art World – New Approaches to Galleries, Shows and Raising Money*, New York: Allworth Press.

Cropley, D. H., Kaufman, J. C., & Cropley, A. (2011). Measuring creativity for innovation management. *Journal of Technology Management and Innovation*, 6(3), 13-30. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242011000300002>

Dionne, S. D. (2008). Social influence, creativity and innovation: boundaries, brackets and non-linearity. In M. D. Mumford, S. T. Hunter, & K. E. Bedell-Avers (Eds.), *Multi-Level issues in creativity and innovation: Research in multi-level issues* (pp.63-73). Amsterdam: JAI Press.

Dragičević Šešić, Milena, Dragojević, Sanjin. 2005. *Menadžment u umetnosti u turbulentnim okolnostim*. Beograd: Clio.

Small, Christopher. 1998. *Musicking. The Meaning of Performing and Listening*. Hanover: Kindle.

Van Maanen, Hans. 2009. *How To Study Art Words: On the Societal Functioning of Aesthetic Values*. Amsterdam: Amsterdam Univ. Press.