



## Раздел 1:

### Разбиране за предприемачеството в КТИ

#### Тема 1.2.

**Креативност, иновации  
и културно съдържание.  
Етично поведение и  
права върху  
интелектуалната  
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 професионалисти/практици в областта на икономически и бизнес науки, съдържаща 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. Политики и междусекторно сътрудничество в КТИ.

**Тема 1.2. Креативност, иновации и културно съдържание. Етично поведение и права върху интелектуалната собственост.**

Тема 1.3. Нови медии, творчески технологии и дигитална среда. Дигитален маркетинг.

### **Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ**

Тема 2.1: Бизнес модели и управление. Управление на промените

Тема 2.2: Финансиране. Възможности и рискове

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 културно съдържание. Етично поведение и права върху интелектуалната 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

---

### Креативност, иновации и културно съдържание

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.

**Културното съдържание** е същността на КТИ. В Конвенцията на ЮНЕСКО за опазване и насърчаване на многообразието от форми на културно изразяване (2005 г.) културното съдържание се определя като символично значение, художествено измерение и културни ценности, които произтичат от културната идентичност или я изразяват. В световен мащаб Конвенцията рационализира политиките и мерките на всички нива, които признават културната и икономическата стойност на културното съдържание и подкрепят създаването, производството, разпространението и достъпа до културни стоки и услуги. Сложността и хибридният характер на културното съдържание, а оттам и на културните стоки и услуги, се дължат на техния произход от човешкия талант и творчество. Важно въздействие на Конвенцията и нейната рамка е повторното утвърждаване на свободата на изкуството като човешко право, настояването за съответни законодателни промени, приоритизирането на управлението на културата с участието на всички заинтересовани страни,

балансираното движение на културни стоки и услуги, мобилността на творците и професионалистите в областта на културата по света, включването на културния аспект в политиките за устойчиво развитие. По този начин културният и творческият сектор и КТИ си възвърнаха общественото внимание като двигатели на растежа и развитието.

Проекти 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“ (Е. Кант), 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-многоаспектърен 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 подобрене.

„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 за 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).

## Етично поведение

Етиката се отнася до моралните принципи, които управляват човешкото поведение, и като такава е много важна в процеса на създаване на културно съдържание и в КТИ. Етичното поведение се отнася до ролите и отговорностите на творците като създатели на луковици и ценности отвъд естетиката на техните произведения. От политическа гледна точка свободата на художественото изразяване е основна ценност, но посланието на художествените произведения е също толкова важно. Колкото по-голям е икономическият дял на КСИ, толкова по-голямо е влиянието и отговорността към обществото на КСИ-професионалистите, които трябва да могат да вземат етични

решения в хода на рутинните си ежедневни дейности. Освен това ККС и ТПП са обусловени от контекста и справедливото отношение и остойността на този контекст е важно за тяхната роля като двигатели на развитието и обществото.

Въпросът, който има най-пряка и свързана с бизнеса перспектива, са тези, които се отнасят до разрешеното използване на чужди произведения и идеи, избягването на плагиатството, авторските права и патентите или, с други думи, правата на интелектуална собственост. Голяма част от доходите на авторите/създателите зависят от справедливото възпроизвеждане на техните произведения и правните гаранции за това. Всъщност основното предизвикателство в цифровия свят зависи от гарантирането и утвърждаването на националното и международното законодателство за защита на правата на интелектуална собственост. Въпреки това, когато работим с човешки културни прояви, не всяко творение може да бъде защитено и/или етично използвано. Тогава се връщаме към почтеността и етичното поведение на създателите и потребителите на продукти на КТИ. Много специалисти и учени твърдят, че правилата за интелектуалната собственост се нуждаят от бързо и основно преразглеждане, за да отговарят адекватно на същността на цифровия свят.

## 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 век<sup>1</sup>. 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 смъртта<sup>2</sup>. 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

---

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

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

собственост<sup>3</sup> - авторски и сродни права. Може да бъде защитена само „материализирана“ идея - лого, технически вид изобретение, дизайн на някои обекти, оригинално произведение на изкуството, телевизионно предаване<sup>4</sup>, 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 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 лого 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.

---

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

<sup>4</sup>Интересно 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.



### 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.