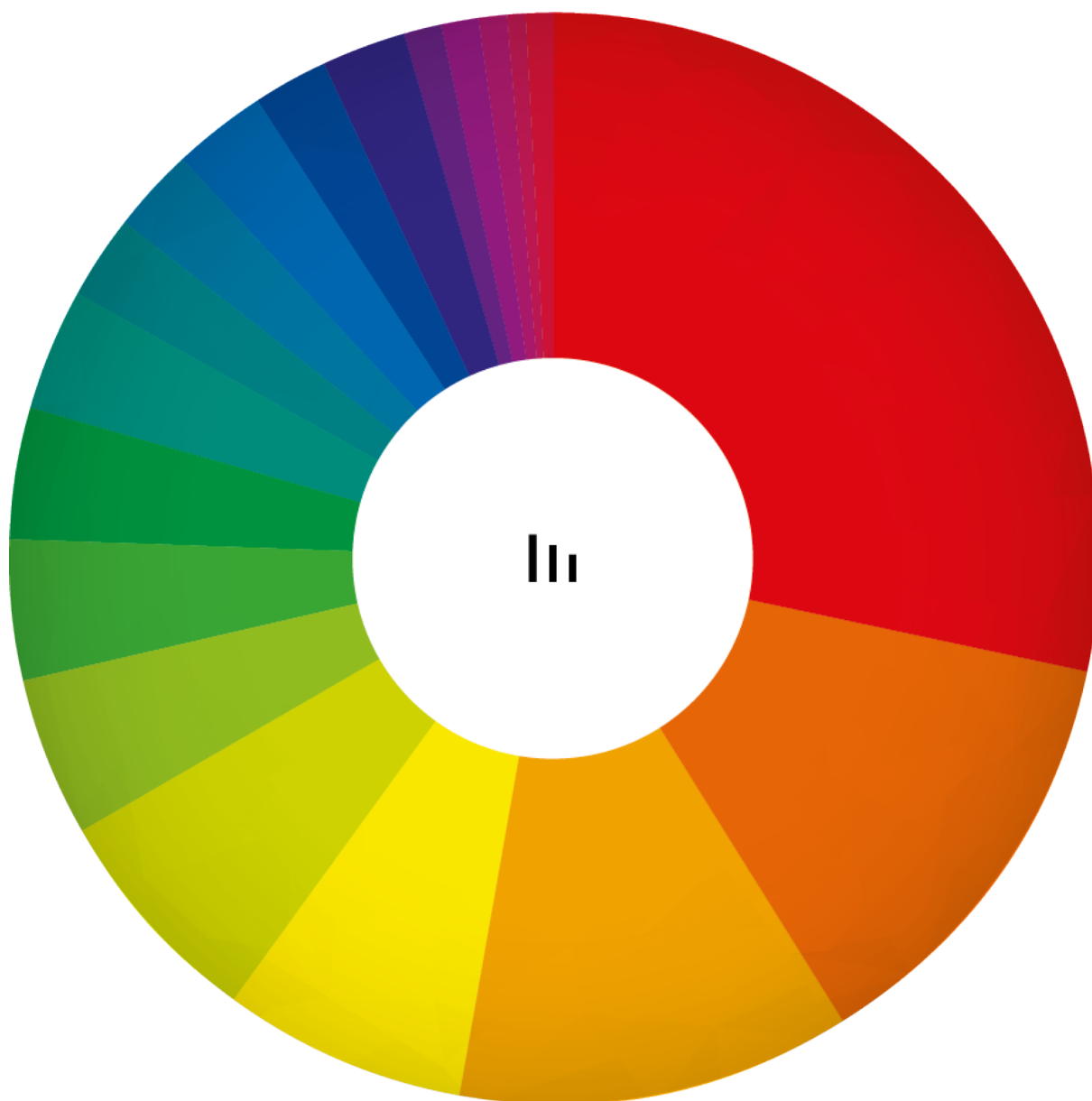


KREATIVNI BAROMETER 2020

Ustvarjalnost 19 držav Jugovzhodne Evrope



CENTER ZA
KREATIVNOST
CENTRE FOR
CREATIVITY



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

Zasnova koncepta:

Zmago Novak, Polona Černič, Eva Matjaž

Priprava poročila:

Polona Černič, Eva Matjaž, Naja Kikelj

Analiza podatkov:

Polona Černič

Zbiranje podatkov:

Polona Černič, Špela Valenčič, Eva Štrukelj, Urška Gregorič, Elizabeta Harbaš
Živa Novak

Vodenje projekta:

Zmago Novak, Ivan Ferjančič, Živa Novak

Projekt Kreativni barometer je nastal v sodelovanju Zavoda Big s Centrom za kreativnost, pri Muzeju za arhitekturo in oblikovanje.

Projekt je del partnerske mreže Platforme Center za kreativnost. Projekt sofinancirata Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj in Republika Slovenija.

November 2020

POVZETEK

Kreativni barometer predstavlja nov način merjenja ustvarjalnosti držav. Temelji na humanističnem pojmovanju ustvarjalnosti – ustvarjalnost razume kot mentalno sposobnost posameznika, da ustvari nekaj novega in originalnega kar je v skupnosti prepoznano kot vredno ne glede na ekonomski potencial. Večina obstoječih indeksov ustvarjalnosti namreč meri ekonomske izzide ustvarjalnosti in zato namesto kreativnosti dejansko meri inovativnost. Dodatna omejitev obstoječih indeksov ustvarjalnosti z ekonomsko podstatjo je tudi, da primarno vključujejo kvantitativne kazalnike, ki pogosto ustvarjalnost merijo posredno, iz merjenj pa so zaradi težje dostopnih podatkov pogosto izvzete ravno ekonomsko šibkejše države, ki bi jim tovrstne meritve pri oblikovanju ustreznih politik za razvoj kulturno-kreativnega sektorja najbolj koristile.

Kreativni barometer omejitve obstoječih indeksov rešuje na način, da vpeljuje kvalitativni kazalnik ustvarjalnosti: mednarodne nagrade s področja arhitekture, notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode. Takšna mera je v primerjavi z drugimi indeksi bolj oprijemljiva, saj predstavlja direktno mero ustvarjalnosti (talent), obenem pa vključuje socialni kontekst, saj so nagrade izkaz vrednotenja posameznikove ustvarjalnosti v strokovni skupnosti. Vsebuje tudi dodatne kvantitativne kazalnike ustvarjalnosti, ki zaradi težje dostopnosti podatkov določenih držav ne vplivajo na končni izračun ustvarjalnosti določenega območja, temveč služijo kot pomoč pri interpretaciji rezultatov.

Kreativni barometer 2020 je bil apliciran na območju Jugovzhodne Evrope in v merjenje vključuje tudi določene države, ki jih drugi indeksi izpuščajo. Kot najbolj ustvarjalne države v letu 2020 so prepoznane Italija, Avstrija in Turčija. Te tri države so se kot najbolj ustvarjalne pokazale tudi na področju arhitekture in na področju produktnega oblikovanja in mode. Države, ki so dosegajo najboljše rezultate na področju notranjega oblikovanja so Češka, Hrvaška in Slovaška. Najnižje so se v Kreativnem barometru uvrstile Kosovo, Črna gora in Moldavija. Podobne rezultate kažejo tudi kvantitativni dopolnilni kazalniki.

Ker gre za začetno fazo razvoja Kreativnega barometra ima ta velike možnosti nadaljnega razvoja in nadgradnje. Njegova glavna pomanjkljivost je tudi ključna prednost. Ker vključuje mehkejšere mere ustvarjalnosti so te v primerjavi s statističnimi merami bolj subjektivne kar otežuje primerljivost med državami.

KAZALO

0. SPREMNA BESEDA.....	5
1. UVOD	6
1.1. Ustvarjalnost.....	6
1.2. Merjenje ustvarjalnosti	8
2. METODOLOGIJA.....	13
2.1. Sestavine Kreativnega barometra	13
2.1.1. Kvalitativni kazalniki ustvarjalnosti	13
2.1.2. Dopolnilni kvantitativni kazalniki kreativnosti	17
2.2. Kreativni barometer 2020	18
2.2.1. Vzorec	18
2.2.2. Proces zbiranja podatkov in obdelave	19
3. REZULTATI	20
3.1. Skupna uvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020.....	20
3.2. Dopolnilni kvantitativni kazalniki na Kreativnem barometru 2020.....	22
3.3. Rezultati posameznih držav na Kreativnem barometru 2020	25
3.3.1. Albanija.....	25
3.3.2. Avstrija.....	28
3.3.3. Bolgarija	31
3.3.4. Bosna in Hercegovina	34
3.3.5. Ciper.....	37
3.3.6. Češka republika.....	40
3.3.7. Črna gora.....	43
3.3.8. Grčija.....	46
3.3.9. Hrvaška	49
3.3.10. Italija.....	52
3.3.11. Kosovo	55
3.3.12. Madžarska.....	58
3.3.13. Moldavija	61
3.3.14. Romunija.....	64
3.3.15. Severna Makedonija	67
3.3.16. Slovaška	70
3.3.17. Slovenija	73
3.3.18. Srbija	76
3.3.19. Turčija	79
4. INTERPRETACIJA.....	82
4.1. Uvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020.....	82
4.2. Metodološke prednosti in omejitve Kreativnega barometra.....	85
5. PRILOGE.....	89

0. SPREMNA BESEDA

Kreativni barometer predstavlja nov način merjenja ustvarjalnosti, ki je bil razvit kot odgovor na specifične problematike dosedanjega preučevanja kreativnosti. Z razvojem nove metodologije in uporabe državam dostopnejših podatkov o indikatorjih kreativnosti predstavljamo novo orodje za ocenjevanje ustvarjalnosti držav, ki ponuja tudi medsebojno primerjavo.

Kreativni barometer smo začeli razvijati avgusta 2020. V prvi fazi razvoja Kreativnega barometra smo identificirali ključne težave dosedanjih indeksov kreativnosti. V drugi fazi smo v Kreativni barometer vključili tiste indikatorje ustvarjalnosti za katere menimo, da težave dobro naslavlja in ponujajo dobro oceno kreativnosti. V tretji fazi smo razviti barometer empirično aplicirali na 19 držav Jugovzhodne Evrope. V raziskavo smo vključili Albanijo, Avstrijo, Bolgarijo, Bosna in Hercegovino, Ciper, Češko, Črno Goro, Grčijo, Hrvaško, Italijo, Kosovo, Madžarsko, Moldavijo, Romunijo, Severno Makedonijo, Slovaško, Slovenijo, Srbijo in Turčijo.

V teoretičnem uvodu so predstavljeni koncepti ustvarjalnosti, prednosti in izzivi merjenja ustvarjalnosti ter obstoječi indeksi ustvarjalnosti.

V poglavju metodologija je predstavljena struktura Kreativnega barometra ter vzorec in proces zbiranja in obdelave podatkov za izračun Kreativnega barometra 2020.

V poglavju rezultati je predstavljena skupna uvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020 in njegovih podkategorijah, skupaj z rezultati posameznih držav.

Poglavje interpretacija vsebuje vsebinsko razpravo rezultatov Kreativnega barometra 2020 in komentar prednosti in pomanjkljivosti razvitega Kreativnega barometra.

1. UVOD

V tem poglavju so predstavljeni koncepti ustvarjalnosti, prednosti in izzivi merjenja ustvarjalnosti ter obstoječi indeksi ustvarjalnosti.

1.1. Ustvarjalnost

Ustvarjalnost postaja vse pomembnejša globalna valuta. Zanimanje zanjo pa ni novo. Že leta 1950 je psiholog Joy Paul Guilford v reviji *American Psychologist* ustvarjalnost prvič ločil od konstrukta inteligentnosti in s tem sprožil izjemno zanimanje za raziskovanje tega koncepta (Opaka, 2008).

Ustvarjalnost je kompleksen in multidimenzionalen pojav (Pečjak, 1987) in do danes (kot pri večini drugih socialno-psiholoških pojavov) še ni enotno sprejete definicije ustvarjalnosti. Največkrat je definirana kot sposobnost ustvarjanja novih idej, ki so izvirne, primerne in uporabne (glede na zastavljen problem). Pečjak (1987) ustvarjalnost opredeljuje kot proces, katerega rezultat so originalni in stvarnosti ustrezni dosežki, npr. znanstvene teorije, izumi, inovacije ali umetniški izdelki. Ustvarjalni dosežek mora biti originalen (nov, svojevrsten, redek) in ustrezen (povezan z nalogo), pri čemer izvirnost oz. originalnost velja za najbolj nedvoumno, zanesljivo in veljavno mero ustvarjalnosti (Trstenjak, 1981). Ko sta Plucker in Beghetto (2004) analizirala obstoječe opredelitve ustvarjalnosti, sta ugotovila, da se definicije vedno nanašajo na vsaj enega od treh vidikov ustvarjalnosti: vidik ustvarjalnosti kot procesa, vidik ustvarjalne osebe in vidik ustvarjalnega produkta. Vse tri vidike ustvarjalnosti sta avtorja združila v novo opredelitev: ustvarjalnost je sovplivanje osebnosti (posameznikove spretnosti), okolja in procesa, s katerim posameznik ali skupina proizvede rešitev ali produkt, ki je tako izviren kot uporaben - novost in uporabnost pa definira določeno okolje oz. družbeni kontekst, znotraj katerega ustvarjalnost nastaja.

Ta opredelitev je celovita, saj razume ustvarjalnost kot mentalno kapaciteto posameznika, da ustvari nekaj novega in originalnega, kontekstualizira pa se šele skozi socialni kontekst in prostor, v katerem nastaja in deluje. Tudi drugi raziskovalci se strinjajo, da je za kreativnost pomemben določen nivo socialnega priznavanja (Home Affairs Bureau of the Hongkong Special Administrative Region Government, 2004; European Commission, 2009), saj ni dovolj, da je ideja originalna, temveč mora njeno vrednost zaznati in priznati skupnost.

Ustvarjalnost so dolga leta raziskovali zgolj psihologi in sociologi, ki so se osredotočali predvsem na raziskovanje miselnih procesov, ki vodijo do

kreativnosti na področju kulture in umetnosti (Skavronska, 2017). Danes se s pojmom kreativnosti ukvarjajo ne le akademski raziskovalci, temveč tudi podjetniki in politiki, saj študije kažejo, da ustvarjalnost velja za ključno gonilo gospodarske rasti tako na regionalnem kot državnem nivoju (UNESCO, 2000), omogoča trajnostni razvoj mest, novih delovnih mest in inovacij. Vendar se zaradi pospešenega razvoja kreativne ekonomije pri preučevanju ustvarjalnosti raziskovalci prepogosto osredotočajo zgolj na njene aplikativne gospodarske učinke (UNCTAD, 2010) in zato orodja, ki želijo meriti ustvarjalnost, z vključevanjem ekonomskih učinkov ustvarjalnosti, dejansko merijo inovativnost (Hoelscher in Schubert, 2015) in ustvarjalnosti. Kreativnost in inovativnost se močno razlikujeta, saj kreativnost definira snovanje novih idej znotraj določenega družbenega konteksta, inovativnost pa zgolj uporabo ustvarjalnosti z namenom doseganja novih proizvodov v gospodarstvu, zlasti na tehnološkem področju (Likar, 2001).

Vrednost, ki jo ima ustvarjalnost za določeno družbo ni nujno ekonomske narave, saj je ta lahko tudi družbena, zgodovinska, osebna, kulturna ali simbolična (Correia in Costa, 2014). Zato z namenom, da se čim bolj približamo bistvu ustvarjalnosti v našem raziskovanju primarno sledimo humanističnim in ne ekonomskim definicijam ustvarjalnosti in se pri razvijanju orodja za merjenje kreativnosti posvečamo predvsem neekonomskim kazalnikom ustvarjalnosti.

1.2. Merjenje ustvarjalnosti

Države in njene institucije morajo v boju za konkurenčno prednost v današnjem času znati izkoriščati potencialne, ki jih nudita kreativni in kulturni sektor, zato v zadnjih letih obstaja visoka zahteva (tako med bolj kot manj razvitimi državami) po razvoju analitičnih orodij za merjenje kazalnikov ustvarjalnosti določenega geografskega območja (Correia in Costa, 2014; Hoelscher in Schubert, 2015). Identifikacija stopnje ustvarjalnosti določene države ali regije služi kot vodilo usmerjenega razvijanja kreativnosti na specifičnem območju.

Vsaka od področij, ki ustvarjalnost preučuje (psihologija, sociologija, ekonomija, urbanizem, itd.), uporablja različne pristope pri definiranju in preučevanju pojava, zaradi česar obstajajo tudi različne mere ustvarjalnosti. Prav tako se mere razlikujejo glede na izbran nivo merjenja ustvarjalnosti. Na mikro nivoju preučujemo ustvarjalnost določenega posameznika (npr. s Torranceovimi testi ustvarjalnosti), na mezo nivoju preučujemo ustvarjalnost določene skupine ljudi oz. organizacije (npr. z ocenjevalnimi centri) in na makro nivoju preučujemo ustvarjalnost posameznikov večjega območja kot npr. mesta, regije ali države. Ker želimo s Kreativnim barometrom omogočiti ocenjevanje kreativnosti na državnem nivoju, v nadaljevanju opisujemo ključne indekse za merjenje ustvarjalnosti na makro nivoju.

Najbolj znan in razširjen indeks kreativnosti je Globalni kreativni indeks (Florida, 2002; Florida, Mellander in King, 2015). Florida (2002) meni, da je kreativnost določenega območja produkt treh merljivih spremenljivk, ki jih je poimenoval "trije T-ji": tehnologije, talenta in tolerantnosti. Po teoriji naj bi ustvarjalni posamezniki izbirali okolja, ki so raznolika, strpna in odprta za nove ideje, zgoščenost ustvarjalnega kapitala na določenem območju pa naj bi vodila do večje verjetnosti inovacij, razvoja podjetništva in delovnih mest ter posledično do večje gospodarske rasti območja. Globalni kreativni indeks omogoča ocenjevanje ustvarjalnosti območja prek izračuna treh indeksov: indeksa talenta, tehnologije in tolerantnosti.

- Talent oz. človeški kapital predstavlja najpomembnejše gonilo gospodarske rasti tako na regijskem kot državnem nivoju. Mero talenta v indeksu sestavljata delež posameznikov z visoko izobrazbo in delež posameznikov, ki deluje v kulturnih in kreativnih industrijah (po njegovi definiciji so to vsi posamezniki, ki inovativno rešujejo probleme, vključno s pravniki, socialnimi delavci, profesorji, ipd.).
- Tehnologija zvišuje učinkovitost družbe. Mera tehnologije je sestavljena iz inovacijske mere (število patentov na prebivalca) in mere visoke

tehnologije (velikost in koncentracija tehnoloških industrij znotraj določenega strokovnega področja).

- Tolerantnost na gospodarski razvoj vpliva posredno, prek vzpostavljanja okolja, ki na območje privablja talente ter spodbuja tehnološke inovacije. Mera tolerantnosti vključuje odprtost območja do etničnih in verskih manjšin ter sprejemljivost homoseksualnosti v določenem okolju.

Večina drugih indeksov, ki merijo kreativnost, izhaja iz Globalnega kreativnega indeksa (Correia in Costa, 2014). O tej povezanosti priča izbor podobnih indikatorjev.

- Euro-Creativity Index (F-ECI; Florida in Tinagli, 2004) izhaja iz Globalnega kreativnega indeksa. Prilagojen je merjenju ustvarjalnosti evropskih držav pri čemer so prilagodili predvsem mero tolerantnosti, kateri so dodali ocenjevanje vrednot posamezne države.
- Hong Kong Creativity Index (HKCI; Home affairs Bureau of the Hongkong Special Administrative Region Government, 2004) ustvarjalnost razume kot socialni proces, ki se neprestano spreminja glede na spreminjajoče se vrednote, norme in strukture socialnega, kulturnega in človeškega kapitala, slednje predstavljajo tudi tri glavne dimenzije indeksa. Indeks vključuje tudi mero institucionalnega kapitala, ki meri dostopnost prostorov in drugih sredstev, ki posamezniku omogočajo kreativnost. Vse štiri oblike kapitala pomagajo pri oblikovanju kreativnih učinkov oz. izidov, ki jih indeks definira kot spodbudne dejavnosti države (te vključujejo tako ekonomske kot neekonomske dejavnosti). Indeks je sicer zelo poglobljen, vendar je pridobivanje podatkov zaradi vključenosti kar 88 indikatorjev izredno oteženo.
- Composite Index of the Creative Economy (CICE; Bowen, Moesen, and Sleuwaegen, 2008) vključuje tri dimenzije: mero inovacije, podjetništva in odprtosti. Ta indeks se osredotoča na vrednotenje kreativne ekonomije zato večinoma vključuje ekonomske kazalce ustvarjalnosti.
- European Creativity Index (ECI; European Commission, 2009) je indeks, ki v primerjavi z drugimi vključuje le indikatorje, ki so specifični za področje kulture in umetnosti: človeški kapital, odprtost in raznolikost, kulturno okolje, tehnologijo, institucionalno okolje in ustvarjalne izzide. Indeks še ni bil empirično preizkušen.
- Kloudova in Stehlikova (2010) sta v svoji raziskavi Globalni kreativni indeks prilagodili za merjenje kreativnosti na Češkem in tako sta indeksu dodali specifične kazalce za Češko republiko.
- Creative Space Index (CSI; Correia in Costa, 2014) je indeks, ki je bil razvit na podlagi analize 12 obstoječih indeksov kreativnosti. Indeks združuje njihove prednosti in dopolnjuje njihove pomanjkljivosti. Meri sledeče

podkategorije: talent, odprtost, kulturno okolje in kulturni turizem, tehnologijo in inovacije, kreativne industrije, predpise, podjetnost, dostopnost in življenjski standard. Indeks je bil apliciran na 26 držav Evropske unije (vse z izjemo Malte).

Opisani indeksi so široko zastavljeni, kar pomeni, da je njihov primaren cilj njihova posplošljivost in primerljivost izsledkov na globalnem nivoju. Take mere ustvarjalnosti so koristne, saj nam nudijo vpogled v razlike med regijami in državami, po drugi strani pa tak pristop k preučevanju kreativnosti s seboj prinaša več pomanjkljivosti. Široko zastavljena mera kreativnosti namreč ne uspe v celoti preučiti pomembnih specifičnih vidikov ustvarjalnosti določenega prostora (Skavronska, 2017), zaradi česar je poleg kvantitativnih mer ustvarjalnosti v ocenjevanje kreativnosti smiselno vključiti tudi kvalitativne analize. Ustvarjalnost je namreč kvalitativna osebna lastnost, zato je težko definirati kvantitativne pokazatelje, ki naj bi ustvarjalnost merili. Medtem, ko kvalitativen pristop k merjenju ustvarjalnosti omogoča primernejše ocenjevanje "mehkih" veščin (Hoelscher in Schubert, 2015), kvantitativno preučevanje "trdih" statističnih indikatorjev, kot je npr. delež populacije izobraženih posameznikov, omogoča lažjo primerljivost med državami (Florida idr., 2015).

Pri izboru indikatorjev ustvarjalnosti (ki so v večini indeksov kvantitativne narave) največji problem predstavlja (ne)dostopnost podatkov, od česar je odvisno, ali bodo indeksi ustvarjalnosti pristranski ali ne (Hoelscher in Schubert, 2015). Kvantitativni indikatorji ustvarjalnosti, ki temeljijo na statističnih podatkih določene države (npr. število patentov na prebivalca, delež izobraženih posameznikov, ipd.) so v večini dostopni v večjih statističnih bazah (npr. Eurostat), vendar ti vključujejo le podatke določenih držav (npr. Eurostat najpogosteje le podatke držav članic EU). Upoštevanje statističnih podatkov drugih držav je največkrat odvisno le od lokalnih statističnih centrov, ki običajno nudijo manj dostopnih podatkov.

Preučevanje ustvarjalnosti na podlagi vključevanja podatkov, ki so dostopni le za določene države je diskriminatorno, saj ne vključuje držav, ki so navadno manj razvite in izključene iz določenih mednarodnih unij, zaradi česar so tudi ugotovitve raziskav o kreativnosti večjih območjih (npr. Evrope) pogosto pristranske. Globalni kreativni indeks je bil v zadnji empirični študiji (Florida idr., 2015) izračunan na 139-ih državah, v raziskavo pa niso bile vključene ravno države z nizko stopnjo ekonomskega razvoja. Tudi evropska študija indeksa kreativnosti (Florida in Tinagli, 2004) je pri preučevanju najbolj kreativnih držav v Evropi vključila le 13 držav članic EU, tistih ekonomsko in tehnološko bolj razvitih, z višjo stopnjo izobraženih posameznikov, ipd.

Indeksi torej pogosto ne ocenjujejo ustvarjalnosti ravno tistih držav, pri katerih bi ugotovitve morda lahko pomembno prispevale k načrtovanem razvijanju kreativnega sektorja, ustvarjalne dejavnosti in nenazadnje, gospodarskega razvoja. Zato je ključno, da pri oblikovanju Kreativnega barometra izberemo take kazalnike ustvarjalnosti pri katerih razlike med bogatejšimi in ekonomsko šibkejšimi državami ne bodo tako očitne, obenem pa bodo le-ti kazalniki dejansko merili ustvarjalnost in ne drugih sorodnih konceptov kot je npr. inovativost.

Ključno vprašanje je tudi ali indeksi, ki naj bi merili ustvarjalnost, merijo isti fenomen. Nekateri indeksi (npr. CICE) se namreč bolj osredotočajo na ekonomsko uspešnost ustvarjalnosti, drugi (npr. Hong Kong, ECI) na ocenjevanje kulturnega okolja. Kljub temu, da definicija ustvarjalnosti ne predvideva ekonomske uspešnosti njenih izidov, prav vsi pregledani indeksi vključujejo indikatorje, ki merijo njene ekonomske učinke. Hoelscher in Schubert (2015) ugotavljata, da večina indeksov pri raziskovanju ne ločuje med ustvarjalnostjo in inovativnostjo, posledično pa indikatorji kreativnosti v indeksih ne preučujejo le ustvarjalnosti, temveč tudi njene inovacijske dejavnike, kljub temu da ima kreativnost lahko tudi številne neekonomske učinke (Correia in Costa, 2014).

Hoelscher in Schubert (2015) izpostavljata, da večina indeksov nima močne teoretične podlage in zato tudi ne prepričljive empirične vrednosti. Nekateri kazalniki zato predstavljajo le skupek nesmiselnih indikatorjev (npr. število porok med lokalnim in tujim prebivalstvom predstavljajo mero tolerantnosti (Rodrigues in Franco, 2019). Določeni kazalniki ustvarjalnosti Globalnega indeksa po mnenju nekaterih raziskovalcev (npr. Kačerauskas, 2019; Hoelscher in Schubert, 2015) tudi ne odražajo nujno dejavnikov, ki naj bi jih merili - pri merjenju tolerantnosti je npr. problematično upoštevanje tolerantnosti do homoseksualnih posameznikov, saj gre za pri identifikaciji LGBT+ skupnosti za širok spektor socialnih dejavnikov, ki jih s tako mero ne moremo zajeti (Kačerauskas, 2019).

Pojavlja se tudi dvom zanesljivega merjenja talenta, saj vsi indeksi v meritev talenta vključujejo delež populacije z višjo izobrazbo, ki pa sama po sebi še ne predstavlja zadostne mere talenta (Kačerauskas, 2019). Taka mera talenta je problematična tudi zaradi razlik v dostopnosti univerzitetne izobrazbe med državami, s čimer se še bolj diskriminira manj razvite države. Tako merjenje talenta je prav tako samo po sebi kontradiktorno, saj višje število "talentiranih" posameznikov pomeni, da talent v družbi izgublja svojo vrednost, saj ne meri več unikatnosti, ki ga definira (Kačerauskas, 2019).

Na podlagi omenjenih problematik dosedanjih meritev ustvarjalnosti zaključujemo, da je pri ustvarjanju novega indeksa potrebno upoštevati:

1. Kako bomo z indeksom najbolj zajeli mero ustvarjalnosti, da ta ne bo merila tudi pridruženih pojavov?
2. Kako bomo zagotovili, da bodo mere kreativnosti čim manj pristranske?
3. Kako bo indeks najbolj odražal mero ustvarjalnosti na območju držav Jugovzhodne Evrope?
4. Kako bomo omogočali primerjavo ustvarjalnosti med državami?

2. METODOLOGIJA

V nadaljevanju so opisane sestavine Kreativnega barometra in vzorec ter poves zbiranja in obdelave podatkov Kreativnega barometra 2020.

2.1. Sestavine Kreativnega barometra

S Kreativnim barometrom želimo meriti ustvarjalnost in ne inovativnosti, zato smo v indeksu upoštevali kulturne in ne gospodarskih kazalnikov kreativnih izidov.

Pri izboru kazalnikov ustvarjalnosti smo se odločili za kombinirano uporabo kvalitativnih in kvantitativnih kazalnikov kreativnosti. Medtem, ko so kvalitativni kazalniki kreativnosti pri raziskovanju kreativnosti primernejši (Hoelscher in Schubert, 2015), kvantitativni omogočajo lažje primerjave med državami (Florida idr., 2015). Ker kvantitativni kazalniki ustvarjalnosti za določene države niso dostopni, v Kreativnem barometru služijo le kot pomoč pri osmišljanju kvalitativnih kazalnikov. V nadaljevanju so predstavljeni izbrani (kvalitativni in kvantitativni) indikatorji ustvarjalnosti.

2.1.1 Kvalitativni kazalniki ustvarjalnosti

Kvalitativno mero ustvarjalnosti v Kreativnem barometru predstavljajo mednarodne nagrade s področja arhitekture, notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode. Ključna argumenta za izbor nagrad kot temeljnega kazalnika ustvarjalnosti v Kreativnem barometru sta:

- Ustvarjalnost ni izolirana aktivnost znotraj posameznika, temveč nastaja kot posledica interakcije med posameznikom in njegovim socio-kulturnim okoljem; na ustvarjalnost poleg osebnošnih (notranja motivacija, nekonformnost, samozavest) in kognitivnih faktorjev (inteligentnost, znanje, sposobnosti, veščine), ki jih težje merimo, vplivajo tudi okoljske spremenljivke (politično-religiozni, kulturni, socio-kulturni in izobraževalni faktorji) (Eysenck, 1996).

- Kriterije ustvarjalnosti določajo zunanji standardi, ki jih oblikuje in priznava določena skupnost (Home affairs Bureau of the Hongkong Special Administrative Region Government, 2004).

Nagrade predstavljajo individualne mere ustvarjalnosti oz. podatke individualne ravni, kar omogoča kvalitativen pregled kreativnosti območja. Take mere so v primerjavi z merami obravnavanih indeksov v uvodu bolj oprijemljive, saj predstavljajo direktno mero ustvarjalnosti in ne posredne, kot npr. delež posameznikov, ki deluje na ustvarjalnem področju.

Posebnost Kreativnega barometra je, da se osredotoča na merjenje ustvarjalnosti na štirih področjih kulturno-kreativnega sektorja: arhitekture, notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode. Drugi indeksi (npr. Florida idr., 2015) med kulturno-kreativne dejavnosti namreč vključujejo vse tiste, pri katerih se posamezniki se spopadajo z inovativnim reševanjem težav, med njimi tudi npr. socialno delo, pravo, podjetništvo in tako pri merjenju ustvarjalnosti upoštevajo tudi področja, ki po definiciji UNCTAD (2010) niso vključene v kulturne in kreativne industrije. Področja, ki smo jih izbrali (arhitektura, notranje oblikovanje, produktno oblikovanje in moda) pa predstavljajo jedrna področja kulturno-kreativnega sektorja.

Z definiranjem in upoštevanjem mednarodnih nagrad kot mere kreativnosti preučujemo ustvarjalnost, ki jo določeno okolje priznava in spodbuja. Tako posredno proučujemo tudi ali država v zadostni meri skrbi za svoje talente in ali zagotavlja okolje v katerem se kulturno-kreativni sektor počuti cenjenega in sprejetega. Ustvarjalnosti določeno okolje namreč ne more spodbujati brez klime ustvarjalnosti, za katero je značilna raznolikost, strpnost in odprtost do etničnih in rasnih skupin (Jacobs, 1993).

V Kreativni barometer so vključene nagrade za katere je značilna:

1. mednarodna udeležba: minimalno dvotretjinska mednarodna udeležba;
2. mednarodna komisija: v izbor nagrad je vključena minimalno tričlanska mednarodna komisija;
3. tradicija podeljevanja nagrad: nagrada se podeljuje že vsaj tri leta;
4. prepoznavnost, uglednost in referenčnost nagrade pri strokovni javnosti v mednarodnem prestoru: širša stroka nagradi priznava pomembnost.

V nadaljevanju je po ključnih štirih kriterijih predstavljenih 16 nagrad, ki so ustrezale opisanim kriterijem in ki predstavljajo kvalitativne indikatorje Kreativnega barometra.

Vključeni kvalitativni kazalniki

Tabela 1. Nagrade vključene v Kreativni barometer 2020

BIG SEE Awards	Nagrade od leta 2018 podeljuje slovenski Zavod Big. Z nagradami želijo sistematično raziskovati ustvarjalni in poslovni potencial regije jugovzhodne Evrope ter prepoznati in izpostaviti njeno odličnost v arhitekturi, notranjosti, oblikovanju izdelkov in modnem oblikovanju, lesu in kreativnem turizmu.
German design award	Nagrade na področju arhitekture, notranjega oblikovanja in mode podeljujejo v Nemčiji od leta 1969. Podeljujejo jo za izjemne dosežke na področju oblikovanja izdelkov in komunikacij ter za osebnost v oblikovalskem sektorju.
EU Mies Award/YTAA	Nagrado na področju arhitekture podeljuje Evropska Unija vsaki dve leti na področju sodobne arhitekture. Zanj se lahko potegujejo le arhitekturni projekti v Evropi.
World Architecture Awards	Nagrado na področju izjemnih arhitekturnih projektov in notranjega oblikovanja od leta 2006 podeljuje World Architecture Community. Udeleženci se lahko prijavijo iz vsega sveta. Dodatno pozornost namenjajo regijam, ki si manj prezentirane in tako dobijo priložnost promovirati svoje projekte, ki bi sicer ostali neopaženi.
Architizer A+Awards	Nagrado podeljujejo Architizer A+Awards. Osredotočajo se na promocijo in priznavanje najboljših arhitekture in izdelkov v letu. Nagrajeni projekti predstavljajo na spletni strani Architizer.com, največji spletni skupnosti arhitektov na svetu, s 7 milijoni gledalcev.

IF Design Awards (1954, mednarodna)	Nagrado IF Design Awards podeljujejo od leta 1954. Velja za eno najbolj znanih in cenjenih tekmovanj na področju arhitekture. Na letni ravni prejmejo več kot 5000 prijav iz 70 držav.
Frame Awards	Nagrado podeljujejo spletna platforma Frame Awards na področju notranjega oblikovanja od leta 2017.
Antalis Interior Design Award	Nagrade podeljujejo na področju notranjega oblikovanja od leta 2018. V preteklih letih so imeli 535 prijavljenih projektov.
Red Dot Design Award	Nagrade Red Dot so ene najbolj mednarodno uveljavljenih. Nagrade podeljujejo na treh področjih: oblikovanje izdelkov, oblikovanje blagovnih znamk in komunikacij ter koncept oblikovanja. Vsako od teh tekmovanj je organizirano enkrat letno.
European Product Design Award	Nagrada European Product Design Award prepoznava prizadevanja nadarjenih mednarodnih oblikovalcev izdelkov. Nagrajujejo strateško razmišljanje in domišljijo, ki prispevata k odličnemu izdelku.
Good Design Australia	Nagrado Good Design Awards podeljujejo od leta 1950 v Avstraliji in velja, po oceni Svetovne organizacije za oblikovanje (WDO), za najstarejšo ter najprestižnejšo mednarodno tekmovanje za oblikovanje na svetu.
MUSE Design Awards	Tekmovanje MUSE Design Awards želi odkriti že ustaljene in nove oblikovalce na različnih področjih (arhitektura, moda, interier,...). Je prestižno mednarodno priznano tekmovanje.
A' Design Award and Competition	Nagrada je nastala z željo po iskanju najboljše oblikovanih izdelkov različnih kategorij. Nagrajenci so mednarodni javnosti predstavljeni na svečani otvoritvi razstave A' Design Award v Italiji.
British Fashion Awards	Nagrade prejmejo izjemni posamezniki in vplivna podjetja, ki so pomembno prispevali k

	svetovni modni industriji. Fashion Awards je vsakoletni modni dogodek v znamenitem londonskem prizorišču Royal Albert Hall.
Mittelmoda - Fashion Award	Mittelmoda Fashion Award je modno tekmovanje na mednarodni ravni, namenjeno modnim oblikovalcem in študentom modnega oblikovanja z vsega sveta.
International Young Designer Contest	Mednarodno tekmovanje mladih oblikovalcev je prvič potekalo leta 2018. Iščejo oblikovalce iz vzhodne in srednje Evrope, ki so se že izkazali za najboljše mlade ustvarjalce v svojih državah.

Končno razvrstitev držav na Kreativnem barometru določa število nagrad, ki so bile posamezni državi podeljene na področju arhitekture, notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode.

2.1.2 Dopolnilni kvantitativni kazalniki kreativnosti

Kvantitativni kazalniki v Kreativnem barometru predstavljajo dopolnilne kazalnike ustvarjalnosti, kar pomeni, da ti ne prispevajo k končni razvrstitvi držav, temveč služijo kot pomagalo za interpretacijo oziroma omogočajo bolj poglobljen vpogled v položaj kulturno-kreativnega sektorja določene države.

Vključeni kvantitativni dopolnilni kazalniki:

- Število prebivalcev. Kazalec prikazuje število prebivalcev v posamezni državi. Število prebivalcev države vpliva na število delujočih ustvarjalcev v državi in s tem tudi posredno na število nagrad.
- Realni BDP na prebivalca. Kazalec je izračunan kot razmerje med realnim BDP in povprečnim številom prebivalstva določenega leta. BDP meri vrednost celotne končne proizvodnje blaga in storitev, ki jih v določenem obdobju proizvede gospodarstvo. Je merilo gospodarske dejavnosti in se uporablja tudi kot posrednik za razvoj materialnega življenjskega standarda države.
- Delež prebivalstva z visoko stopnjo izobrazbe. Kazalec vključuje delež prebivalstva z doseženo terciarno izobrazbo med 15 in 64 letom. Med izobrazbo in ustvarjalnostjo obstaja povezanost. Na področju izobraževanja se šteje, da je ustvarjalni potencial nujen. Kreativnost je potrebna za učinkovito izvajanje na vseh področjih in na vseh ravneh na polju izobraževanja. (Kapur, 2018, str. 3)

- Mobilnost ustvarjalcev. Kazalec upošteva ustvarjalce iz Jugovzhodne Evrope, ki so sodelovali v prvem programu mobilnosti EU za kulturo (Artist Abroad). V analizi sta upoštevana dva kazalca: država prebivališča ustvarjalcev, ki so gostovali in izbrana država gostovanja. Kazalnika prikazujeta, katere države so med ustvarjalci najbolj prepoznane kot ustvarjalcem prijazne in navdihujoče.
- Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Kazalnik prikazuje število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Kaže na obseg ustvarjalnega sektorja v posamezni državi. Pomanjkljivost je, da kazalnik zajema širši nabor ustvarjalnih oseb (npr. tudi jezikoslovce).
- Delež samozaposlenih oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Kazalnik prikazuje delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Kaže na obseg ustvarjalnega sektorja, ki deluje kot samostojna pravna oblika. Pomanjkljivost je, da kazalnik zajema nabor ustvarjalnih oseb iz širokega področja (npr. tudi jezikoslovce).
- Število podjetij v kulturnem sektorju. Kazalnik prikazuje število podjetij, ki delujejo v kulturnem sektorju. Kaže na obseg ustvarjalnega sektorja, ki deluje kot organizirana pravna oblika.

Za področje kulture in kreativnosti, področja, ki sta najbližja ustvarjalnosti, je omejitev pomanjkanje neposrednih merljivih kazalnikov. V kolikor so podatki dostopni, so ti omejeni le na področje kulture (npr. potrošnja na različnih podpodročjih kulture), ni pa tudi dostopnih podatkov za kreativni sektor. Področje kulture se v podatkovnih bazah nemalokrat združuje s področjem športa in rekreacije. Za področje kulture npr. obstaja povsem ekonomska mera, kolikšen delež BDP-ja države namenijo za kulturo, a je tudi ta podatek na voljo le za manjši delež vključenih držav. Izbor pojasnjujočih kazalnikov je bil torej izredno težaven.

2.2. Kreativni barometer 2020

2.2.1 Vzorec

V prvo empirično aplikacijo Kreativnega barometra 2020 smo vključili 19 držav Jugovzhodne Evrope: Albanijo, Avstrijo, Bolgarijo, Bosno in Hercegovino, Ciper, Češko, Črno Goro, Grčijo, Hrvaško, Italijo, Kosovo, Madžarsko, Moldavijo, Romunijo, Severno Makedonijo, Slovaško, Slovenijo, Srbijo in Turčijo. Pri vseh državah smo upoštevali nagrade s področij arhitekture, notranjega oblikovanja ter produktnega oblikovanja in mode, ki so bile podeljene v letu 2019.

Za Albanijo, Bosno in Hercegovino, Črno Goro, Kosovo, Moldavijo in Turčijo so bili kvantitativni dopolnilni kazalniki ustvarjalnosti omejeno dostopni.

2.2.2. Proces zbiranja in obdelave podatkov

Zbiranje podatkov je potekalo na ravni kvalitativnih in kvantitativnih kazalnikov. Na obeh ravneh analize smo izvedli sekundarno zbiranje podatkov.

Na ravni kvalitativnih kazalnikov so za strokovni izbor nagrad poskrbeli v Zavodu Big. Nagrade so izbrali za štiri podpodročja: arhitekturo, notranje oblikovanje, produktno oblikovanje in modo. Zaradi premajhnega števila nagrad za področji produktno oblikovanje in moda sta ti dve združeni. Nagrade za posamezna področja so se zbirale po posameznih državah.

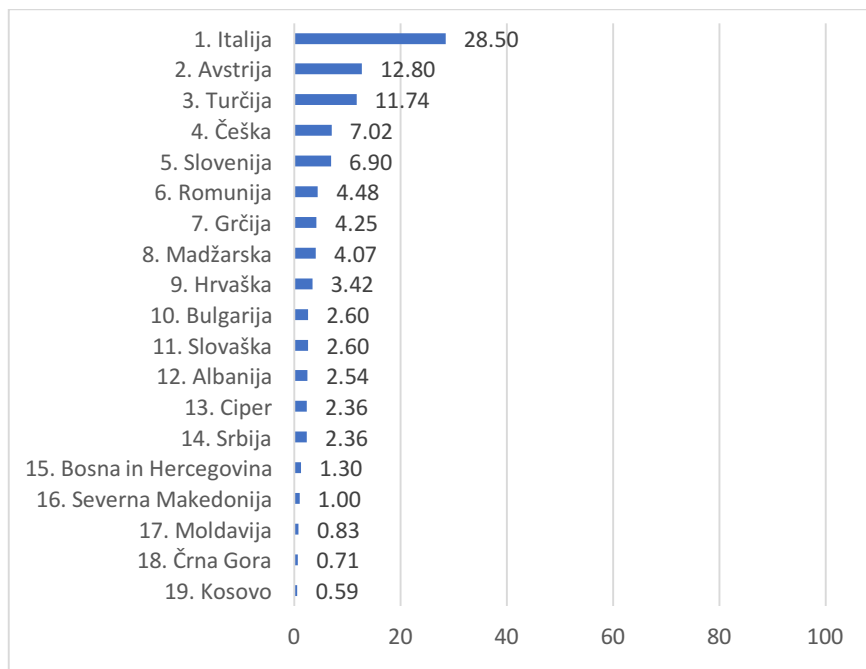
V procesu obdelave podatkov smo države razvrstili po številu nagrad na posameznih področjih in v skupni razvrstitvi. Države smo razvrstili glede na delež skupnega števila nagrad v posamezni državi, od prvega do devetnajstega mesta. Na področju notranjega oblikovanja ter arhitekture in mode imajo zadnjo uvrščene države enake deleže, zato so podatki prikazani na dve decimalki.

Na ravni kvantitativnih kazalnikov smo podatke pridobili iz podatkovnih baz Eurostata, statistične službe Evropske unije ter poročila Evropske komisije, Artist Abroad. Pri pridobivanju kvantitativnih podatkov se je izkazalo, da je pridobivanje podatkov za vseh devetnajst držav Jugovzhodne Evrope, ki so vključene v Kreativni barometer 2020, problematično, saj pri nobenem kazalniku niso bili na voljo podatki za vse države. Pri zbiranju podatkov smo se zaradi primerljivosti podatkov med posameznimi državami omejili le na en osrednji vir, institucije Evropske unije. Podatki so bili pridobljeni za leto 2019. Izjema je kazalnik »število podjetij v kulturnem sektorju«, kjer so zadnji dostopni podatki na voljo za leto 2017. Za namen opisovanja pozicioniranja in primerjanja držav smo kazalnike razvrstili od prvega do devetnajstega mesta oz. števila upoštevanih držav pri posameznem kazalniku. Tabele razvrstitve se nahaja v Prilogi.

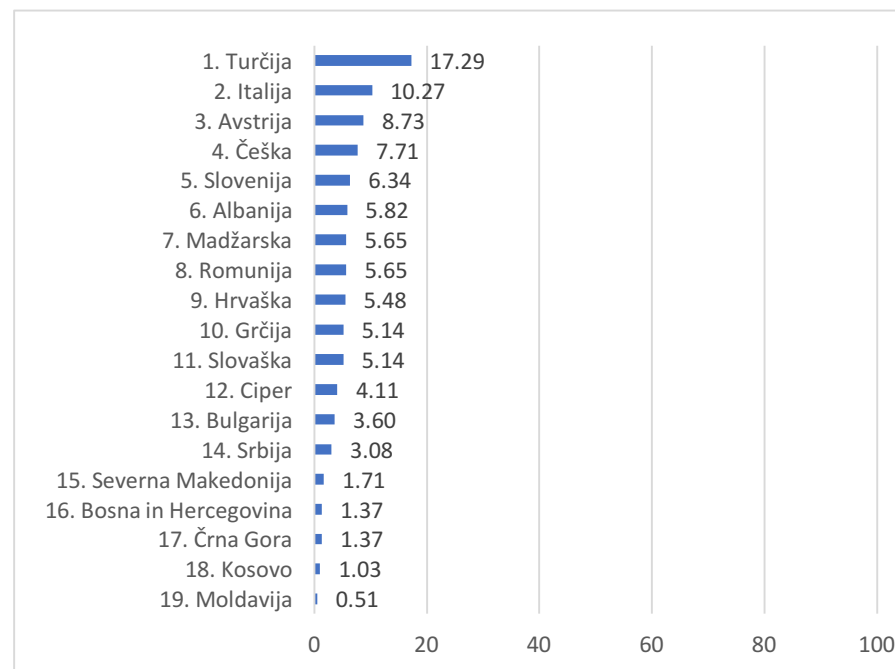
3. REZULTATI

V prvem delu rezultatov je prikazana skupna razvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020 po skupnem številu nagrad in po posameznih podkategorijah, skupaj z dopolnilnimi kvantitativnimi kazalci kreativnosti. V drugem delu so prikazani rezultati posameznih držav po številu nagrad in po posameznih podkategorijah Kreativnega barometra 2020, skupaj z dopolnilnimi kvantitativnimi kazalci kreativnosti.

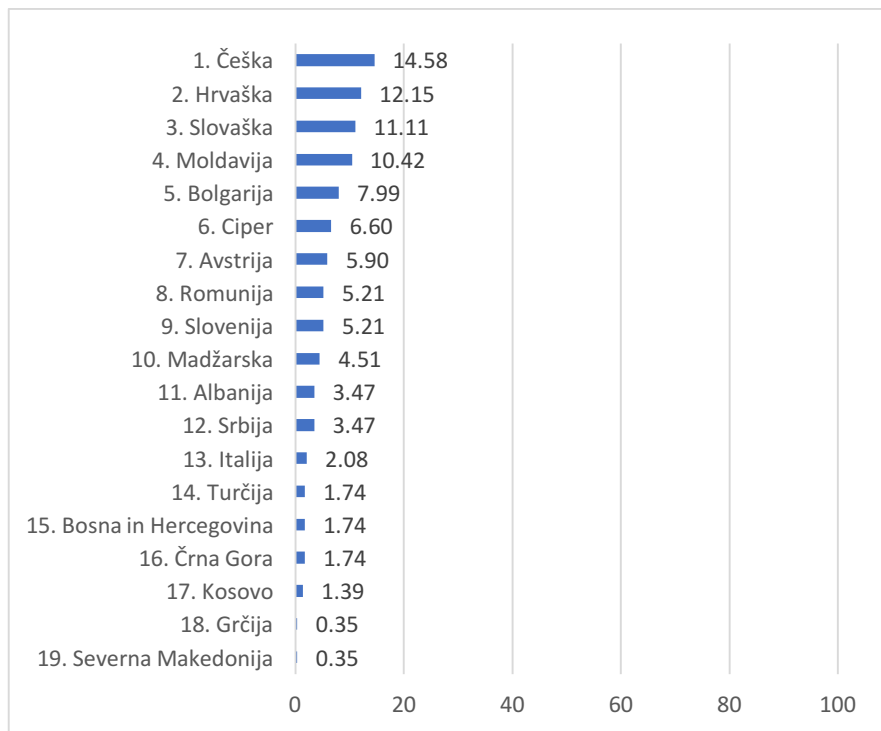
3.1. Skupna uvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020



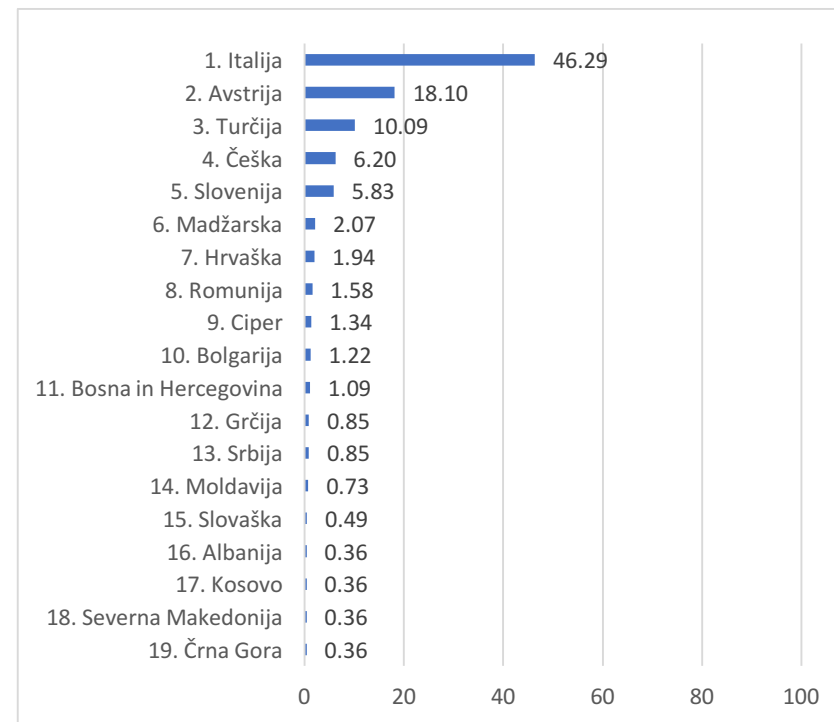
Slika 1. Skupni delež nagrad po državah (v %).



Slika 2. Delež nagrad s področja arhitekture po državah (v %).



Slika 3. Delež nagrad s področja notranjega oblikovanja po državah (v %).



Slika 4. Delež nagrad s področja produktnega oblikovanja in mode po državah (v %).

V skupni razvrstitvi držav Kreativnega barometra so na prvih treh mestih uvrščene Italija, Avstrija in Turčija. Te tri države zasedajo prva tri mesta tudi na dveh podkategorijah Kreativnega barometra in sicer na področju arhitekture ter na področju produktnega oblikovanja in mode. Na področju notranjega oblikovanja te tri države dosegajo precej slabše umestitve (7., 13. in 14. mesto). Države, ki dosegajo najboljše rezultate na področju notranjega oblikovanja so Češka, Hrvaška in Slovaška.

Najnižje so se v Kreativnem barometru uvrstile Kosovo, Črna gora in Moldavija. Te države tudi na podkategorijah Kreativnega barometra zasedajo slabše položaje v razvrstitvi držav, z izjemo Moldavije, ki je na področju notranjega oblikovanja zasedla 4. mesto.

3.2. Dopolnilni kvantitativni kazalniki na Kreativnem barometru 2020

Tabela 2. Dopolnilni kvantitativni kazalniki držav na Kreativnem barometru 2020

	Število prebivalcev	BDP na prebivalca* (v EUR)	Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo	Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki so gostovali (v %)	Mobilnost - ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %)	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč)	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %)	Število podjetij v kulturnem sektorju
Albanija	2.845.955	/	/	1,48	1,11	/	/	/
Avstrija	8.901.064	38.170	18,7	6,82	9,98	40,8	47	17.222
Bolgarija	6.951.482	6.840	21,9	3,86	4,44	25	29	/
Bosna in Hercegovina	/	/	/	0,3	2,22	/	/	/
Ciper	888.005	24.570	21,5	0,59	1,48	3,4	40	2.421
Češka	10.693.939	18.330	12,3	5,04	6,65	47,1	58	51.384
Črna Gora	621.873	/	17,4	0,3	0,92	1,8	/	/
Grčija	10.709.739	17.740	25,9	5,64	12,2	33,2	27	29.492
Hrvaška	4.058.165	12.450	18,1	4,45	4,62	14,7	18	6.731
Italija	60.244.639	26.920	39,8	44,21	26,25	141,2	60	181.442
Kosovo	1.782.115	/	/	/	1,48	/	/	/
Madžarska	9.769.526	13.260	20	4,75	5,55	38,9	33	29.732
Moldavija	/	/	25,1	0	0,92	/	/	/
Romunija	19.317.984	9.120	25,1	5,93	6,47	28	/	18.059
Severna Makedonija	2.076.255	/	30,6	3,26	1,66	5,1	22	2.097
Slovaška	5.457.873	15.860	14,5	2,08	2,22	14,1	46	13.615
Slovenija	2.095.861	20.700	15,8	8,61	5,18	12	40	9.360

Srbija	6.926.705	5.450	22,1	0,3	6,65	23,6	41	/
Turčija	83.154.997	11.500	60,5	2,37	0	104,6	41	/

Podatki so na voljo za leto 2019, razen če je v opombah navedeno drugače*.

1. Število prebivalcev: The number of persons having their usual residence in a country on 1 January of the respective year. When usually resident population is not available, countries may report legal or registered residents. EUROSTATA, zadnja sprememba 9.10.2020. 2. BDP na prebivalca (v EUR): Real GDP per capita. EUROSTATA, zadnja sprememba 20.10.2020. 3. Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo. Population by educational attainment level, Tertiary education (levels 5-8). From 15 to 64 years. EUROSTAT, zadnja posodobitev 25.10.2020. 4. Mobilnost ustvarjalcev, za leto 2019. Publikacija. Artist Abroad. 18.6. 2020. Evropska komisija. Dostopno na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/fb0d6926-b1d2-11ea-bb7a-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-138499746> 5. Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč). Persons working as creative and performing artists, authors, journalists and linguists. EUROSTAT, zadnja sprememba 20.10.2020. 6. Število podjetij v kulturnem sektorju. Number of enterprises in the cultural sectors by NACE Rev. 2 activity. Za leto 2017. EUROSTAT, zadnja posodobitev 17.3.2020.

Po številu prebivalstva (podatki za 1.januar 2020) sta Turčija in Italija državi z najvišjim številom prebivalstva (83.154.997 in 60.244.639). Avstrija se po številu prebivalcev nahaja na sedmem mestu med devetnajstimi državami (8.901.064). Raven povprečnega BDP na prebivalca je najvišja ravno v Avstriji 38.170 eur. Sledi Italija s 26.920 eur na prebivalca. Slovenija se po tem kazalniku uvršča na 4. mesto (20.700 eur). Turčijo najdemo na 10. mestu (11.500 eur). Delež prebivalstva med 15 in 64 letom, ki ima doseženo terciarno stopnjo izobrazbe po evropski izobrazbeni klasifikaciji je v Turčiji, 60,5 % odstotka prebivalstva ima terciarno izobrazbo. Sledi Italija s 39,8 odstotnim deležem visoko izobraženega prebivalstva. Med 3. in 5. mestom so uvrščene Severna Makedonija (30,6 %), Grčija (25,9 %), Moldavija (25,1 %), Romunija (25,1), Srbija (22,1 %) in Bolgarija (21,9 %). Avstrija se po tem kazalniku uvršča na 11. mesto (18,7 %), Slovenija na 14. mesto (15,8 %).

Mobilnost ustvarjalcev, ki so sodelovali v projektu Artist Abroad, prikazujemo v dveh kazalnikih. Zanimala nas je država prebivališča ustvarjalcev, ki so gostovali. Med devetnajstimi državami je največ gostujočih ustvarjalcev prihajalo iz Italije, kar 44,21 odstotka. Sledita Slovenija (8,61 %) in Avstrija (6,82 %). Turčija se je uvrstila na 11. mesto (2,37 %), kar je glede na pozicijo Turčije v regiji kot nečlanice Evropske unije, pričakovano. Med izbranimi državami, ki so jih ustvarjalci izbrali za gostovanje je na prvem mestu zopet Italija, s 26,3 odstotki. Kot drugo uvrščena nastopa Grčija (12,2 %), sledita Avstrija (9,98 %) in Češka (6,65 %). Slovenija je na 11. (2,22 %). Turčija ni bila izbrana kot država izbora.

Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalci in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci je tudi pri tem kazalniku najvišje v Italiji (141,200) in Turčiji (104,600). Sledita Češka (47,100) in Avstrija (40,800). Slovenija se uvršča na 12. mesto z 12.000 ustvarjalci. Dodatno nas je zanimalo v katerih državah je najvišji delež samozaposlenih ustvarjalcev in nastopajočih umetnikov, avtorjev, novinarjev in jezikoslovcev. S 60 odstotnim deležem je na prvem mestu Italija, sledita Češka (58 %) in Avstrija (47 %). V Turčiji je delež samozaposlenih ustvarjalcev 41 odstotkov, v Sloveniji 40 odstotkov. Najnižji je na Hrvaškem (12 %).

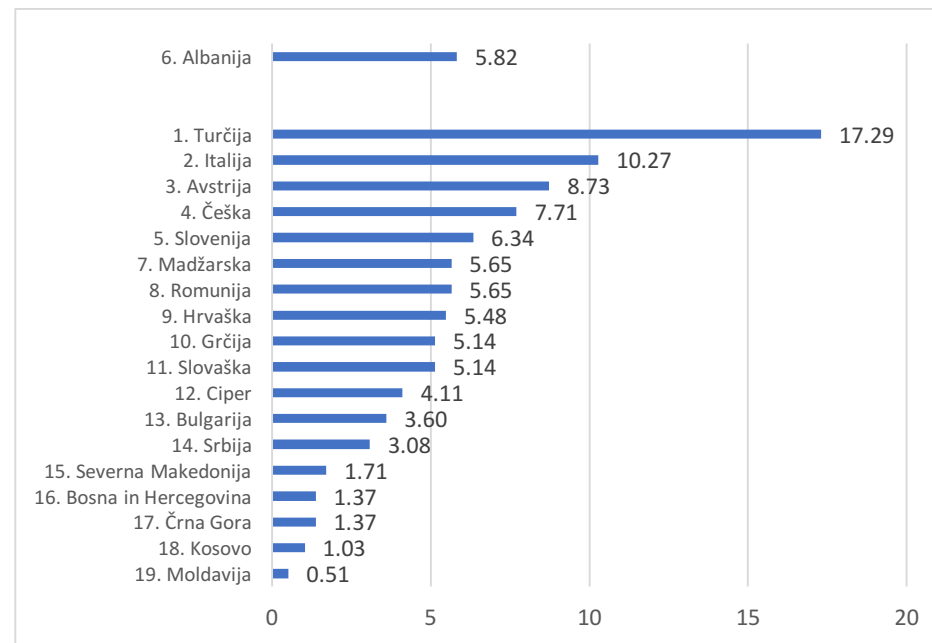
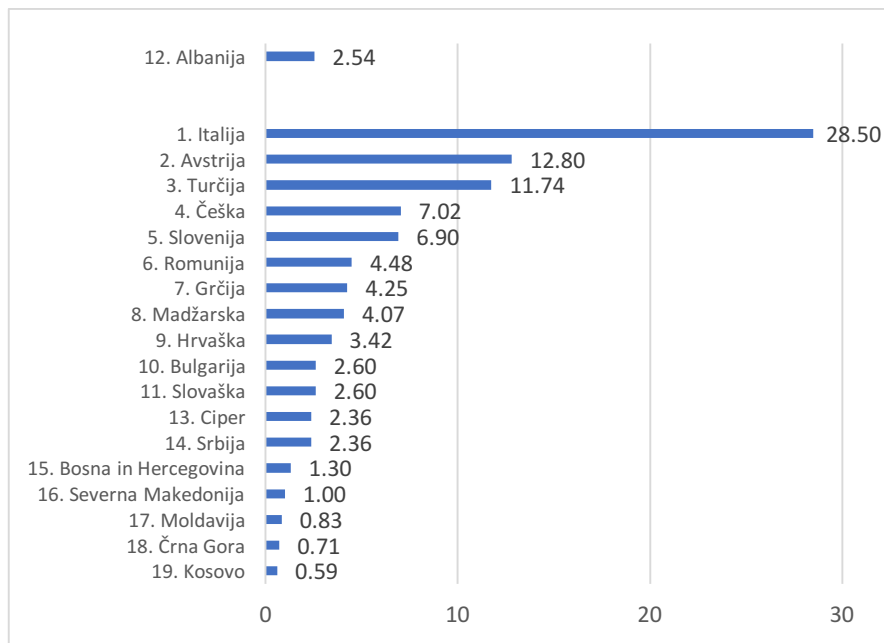
Najvišje število podjetij v kulturnem sektorju so po podatkih Eurostata imeli v letu 2017 na Slovaškem (181.442), sledita Italija (51.384) in Avstrija (29.732). Za ta kazalnik ni podatkov za osem ocenjevanih držav. Med enajstimi vključenimi državami je na zadnjem mestu Severna Makedonija z 2.097 podjetji, ki delujejo na področju kulture. V Sloveniji je v letu 2017 takšnih podjetij 9.360.

3.3. Rezultati posameznih držav na Kreativnem barometru 2020

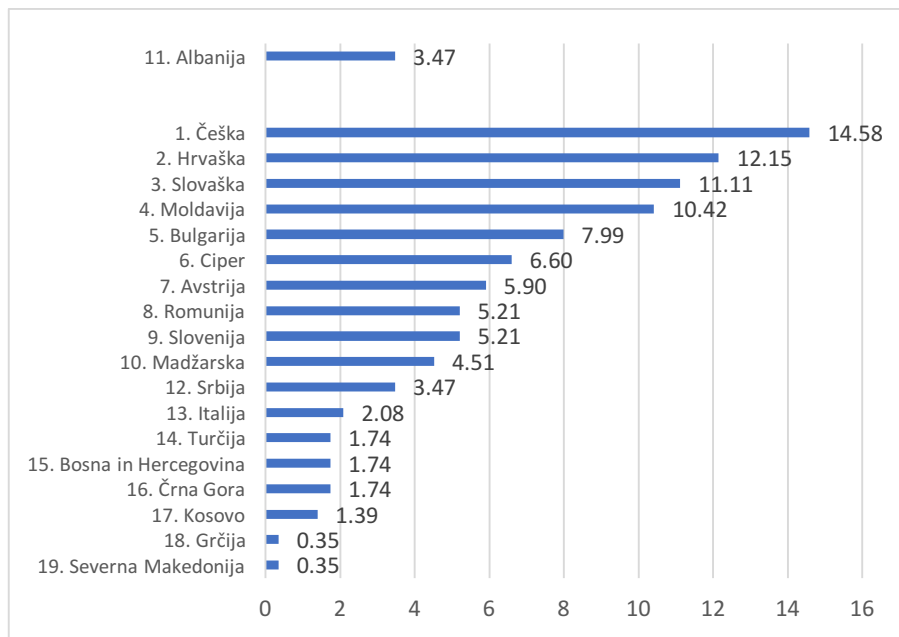
3.3.1. Albanija

Tabela 3. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Albanijo

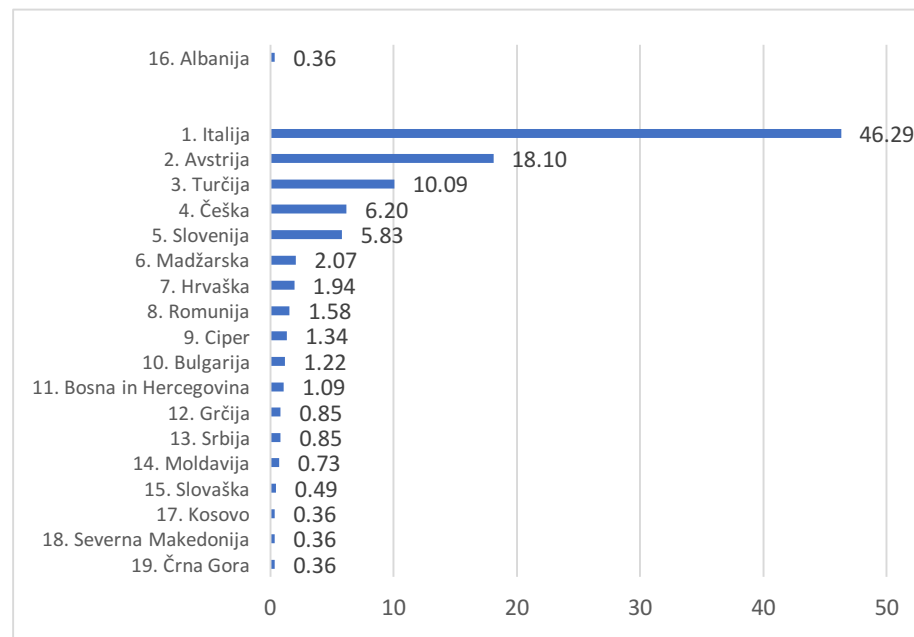
Število prebivalcev:	2.845.955	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	1,11
BDP na prebivalca* (v EUR):	/	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	/
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	/	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	1,48	Število podjetij v kulturnem sektorju;	/



Slika 5. Skupna uvrstitev Albanije na Kreativnem barometru 2020. Slika 6. Uvrstitev Albanije na področju arhitekture.



Slika 7. Uvrstitev Albanije na področju notranjega oblikovanja.



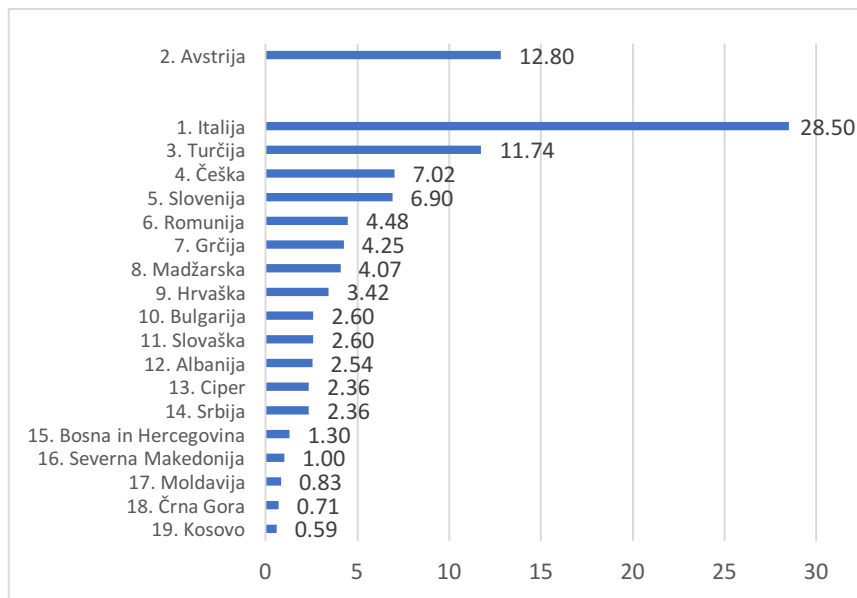
Slika 8. Uvrstitev Albanije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Albanija v skupni razvrstitvi držav zaseda 12. mesto. Med tremi podpodročji najboljšo uvrstitev dosega na področju arhitekture, 6. mesto. Pri notranjem oblikovanju zaseda 11. mesto, pri produktnem oblikovanju ter modi 16. mesto. Nekateri dopolnilni kvantitativni kazalniki za Albanijo niso dostopni. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja dosega med devetnajstimi državami 13. in 16. mesto.

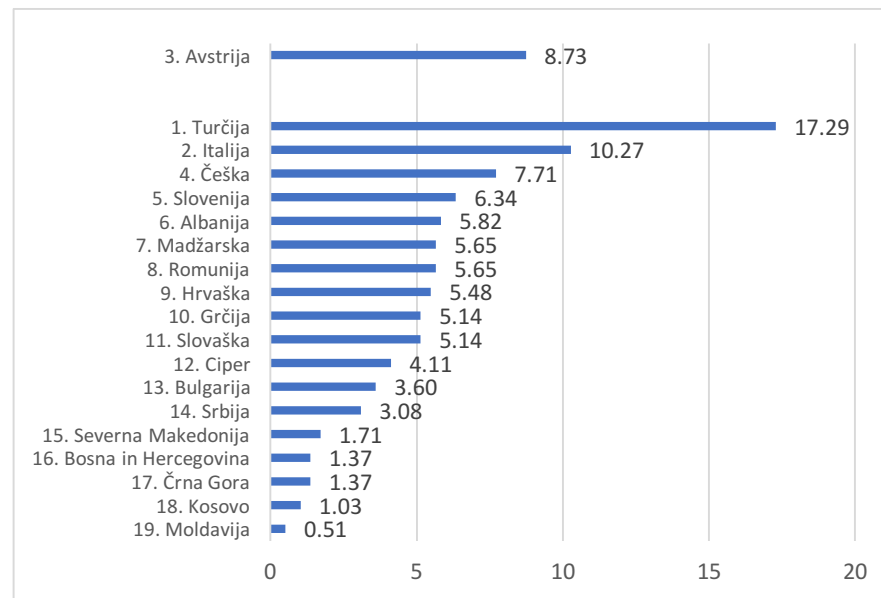
3.3.2. Avstrija

Tabela 4. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Avstrijo

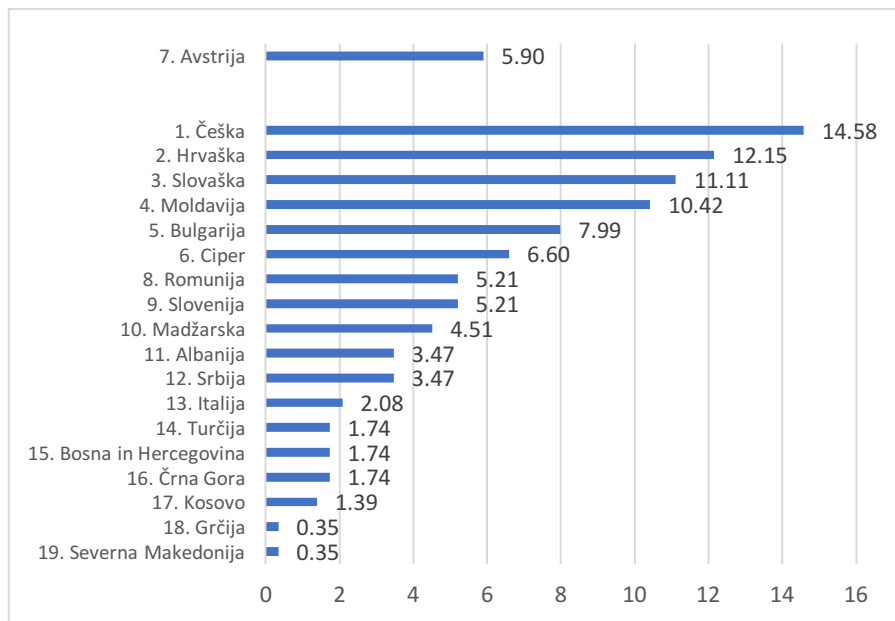
Število prebivalcev:	8.901.064	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	9,98
BDP na prebivalca* (v EUR):	38.170	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	40,8
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	18,7	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	47
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	6,82	Število podjetij v kulturnem sektorju:	17.222



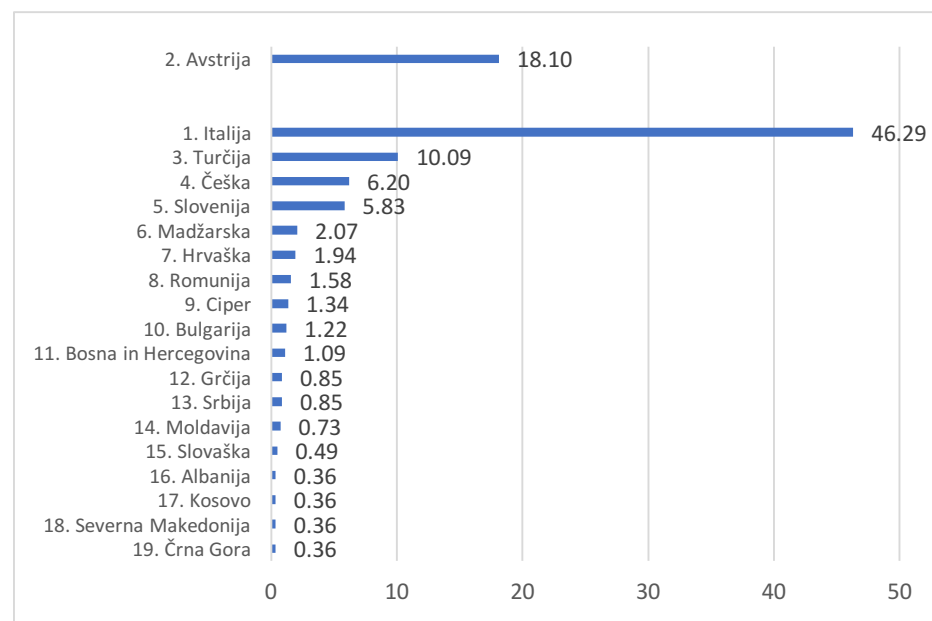
Slika 9. Skupna uvrstitev Avstrije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 10. Uvrstitev Avstrije na področju arhitekture.



Slika 11. Uvrstitev Avstrije na področju notranjega oblikovanja. produktnega oblikovanja in mode.



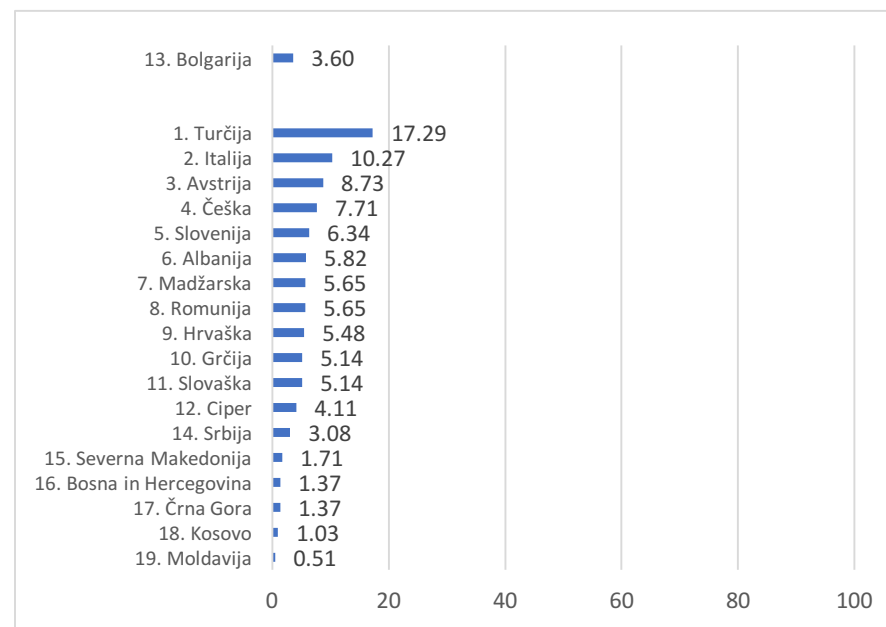
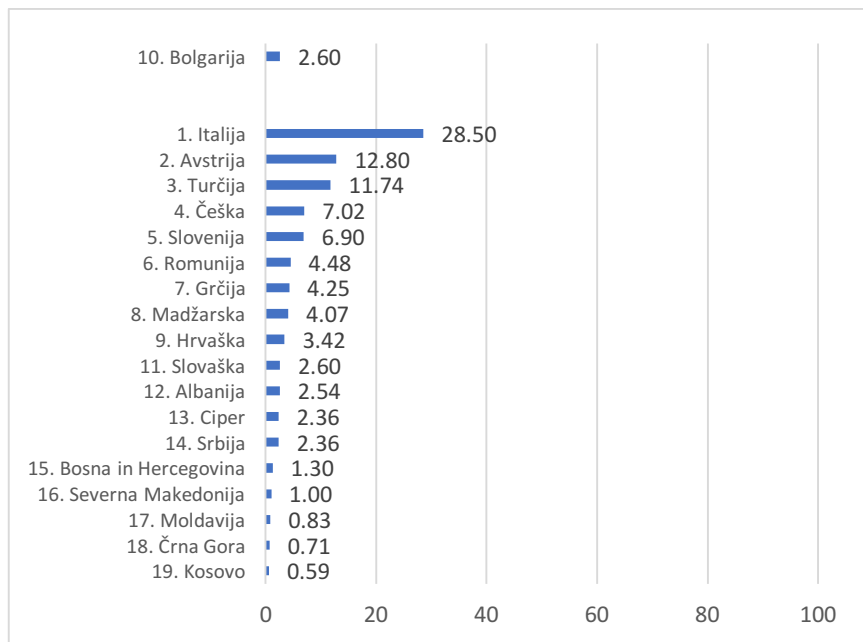
Slika 12. Uvrstitev Avstrije na področju

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Avstrija v skupni razvrstitvi držav zaseda 2. mesto. Med tremi podpodročji najboljšo uvrstitev dosega na področju produktnega oblikovanja in mode, 2. mesto. Pri arhitekturi zaseda 3. mesto, pri notranjem oblikovanju 7. mesto. Avstrija ima najvišjo raven povprečnega BDP na prebivalca (38.170 eur). Med ustvarjalci, ki so bili mobilni, so avstrijski ustvarjalci uvrščeni na tretje mesto. Avstrija je tretja najpogostejša država, ki so si jo ustvarjalci izbrali za gostovanje. Avstrija je tretje uvrščena še po deležu samozaposlenih oseb, ki delujejo kot ustvarjalci in četrta po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalci. Uvršča se na šesto mesto po številu podjetij, ki delujejo v kulturnem sektorju, po deležu prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbe pa na 11. mesto.

3.3.3. Bolgarija

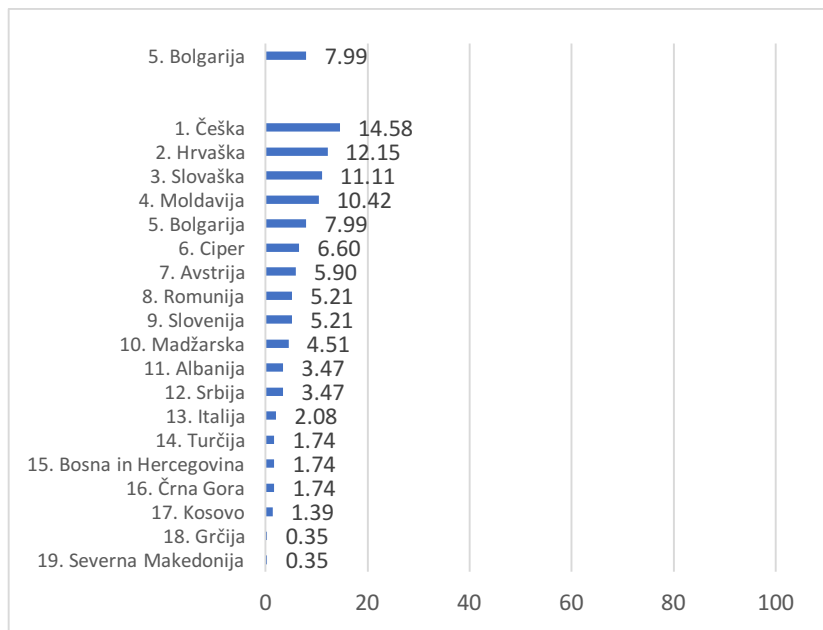
Tabela 5. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Bolgarijo

Število prebivalcev:	6.951.482	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	4,44
BDP na prebivalca* (v EUR):	6.840	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	25
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	21,9	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	29
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	3,86	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/

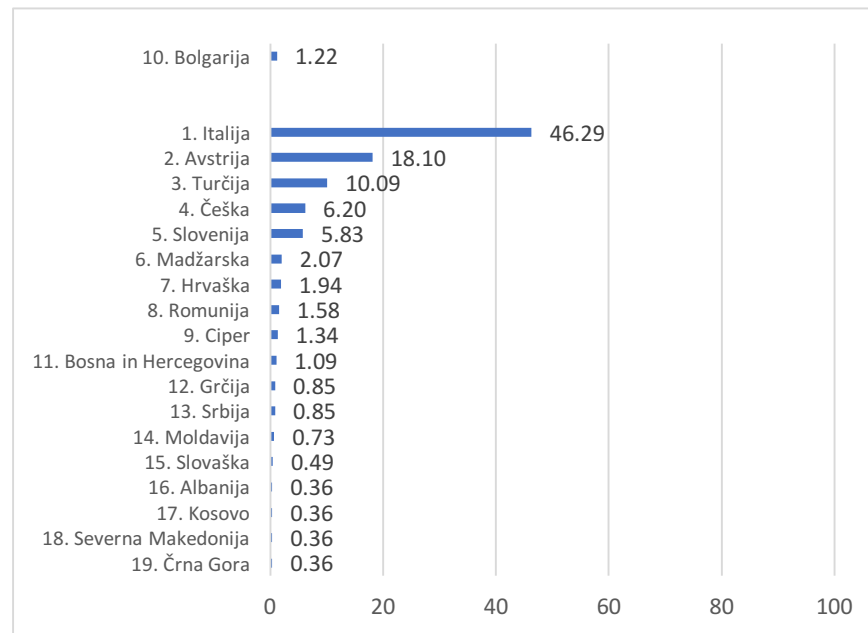


Slika 13. Skupna uvrstitev Bolgarije na Kreativnem barometru 2020.

Slika 14. Uvrstitev Bolgarije na področju arhitekture.



Slika 15. Uvrstitev Bolgarije na področju notranjega oblikovanja.



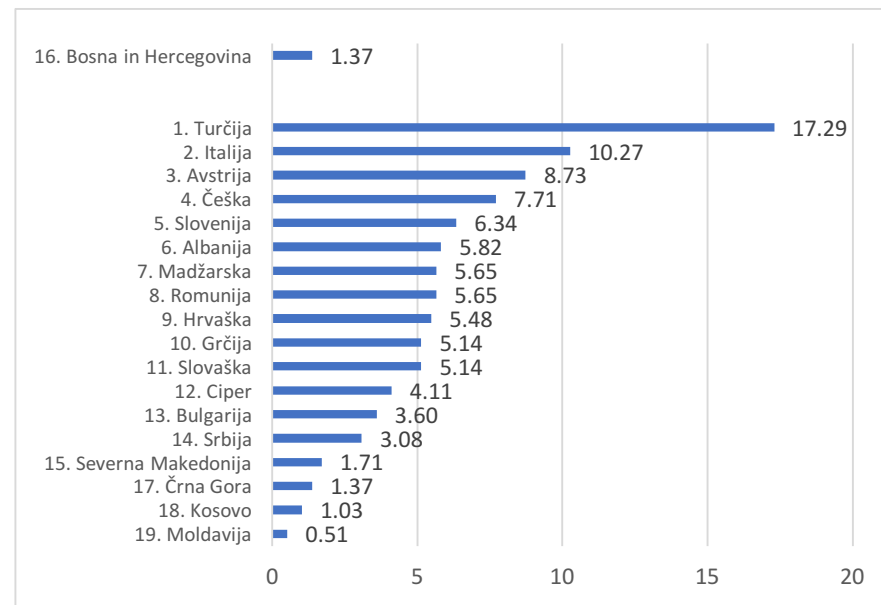
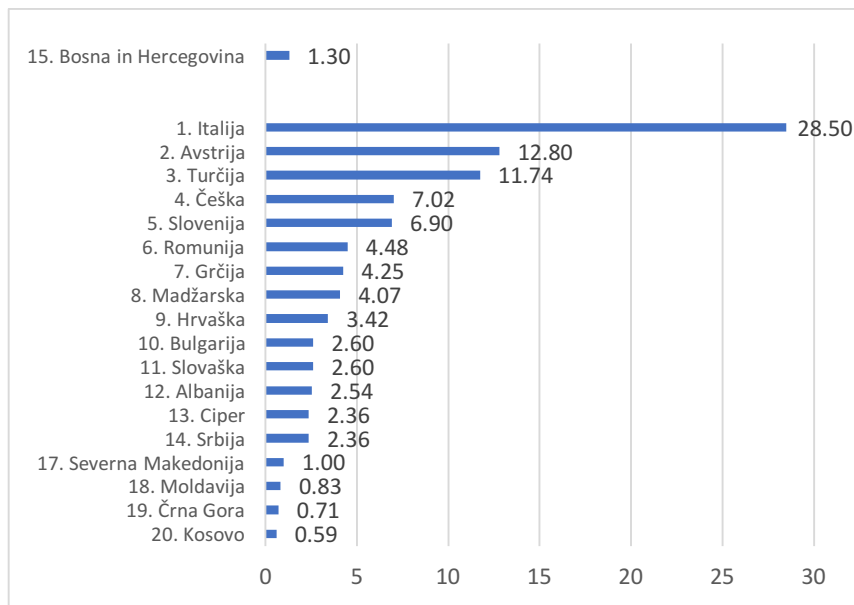
Slika 16. Uvrstitev Bolgarije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Bolgarija v skupni razvrstitvi držav zaseda 10. mesto. Med tremi podpodročji se uvršča najvišje na področju notranjega oblikovanja, na 5. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 10. mesto, na področju arhitekture 13. mesto. Bolgarija se glede na BDP na prebivalca umešča na 12. mesto. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 9. in 10. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se nahaja na 10. mestu.

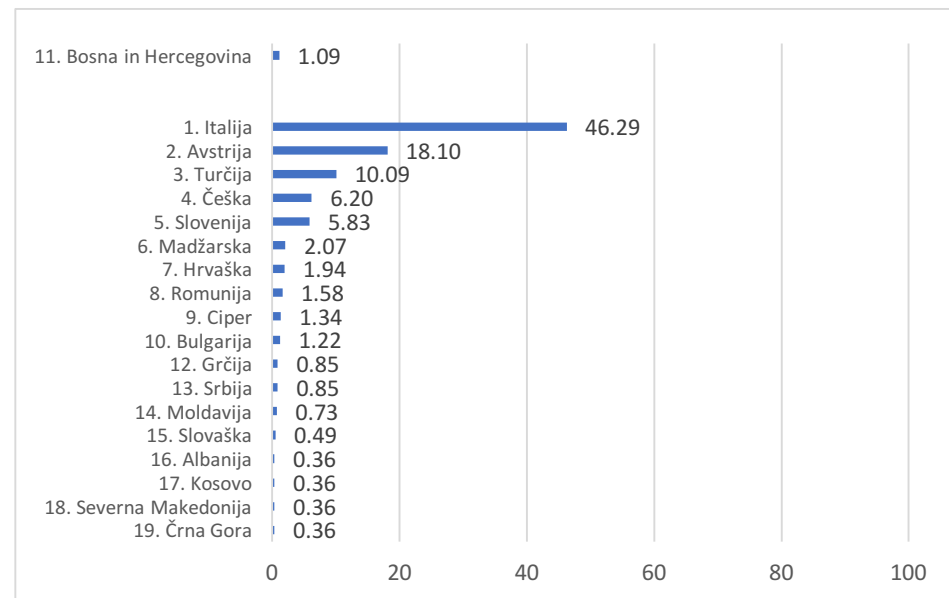
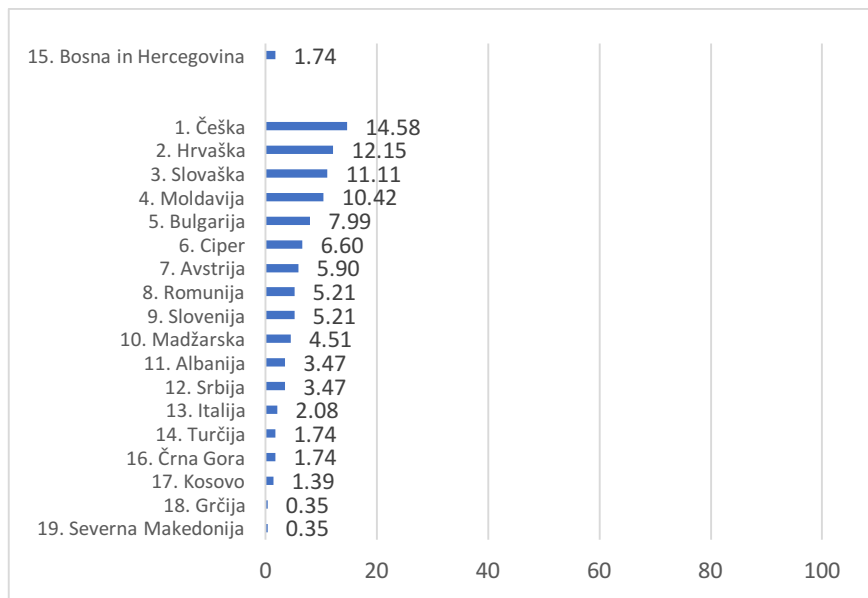
3.3.4. Bosna in Hercegovina

Tabela 6. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Bosno in Hercegovino

Število prebivalcev:	/ Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	2,22
BDP na prebivalca* (v EUR):	/ Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	/
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	/ Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	0,3 Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



Slika 17. Skupna uvrstitev Bosne in Hercegovine na Kreativnem barometru 2020. Slika 18. Uvrstitev Bosne in Hercegovine na področju arhitekture.



Slika 19. Uvrstitev Bosne in Hercegovine na področju notranjega oblikovanja na področju produktnega oblikovanja in mode.

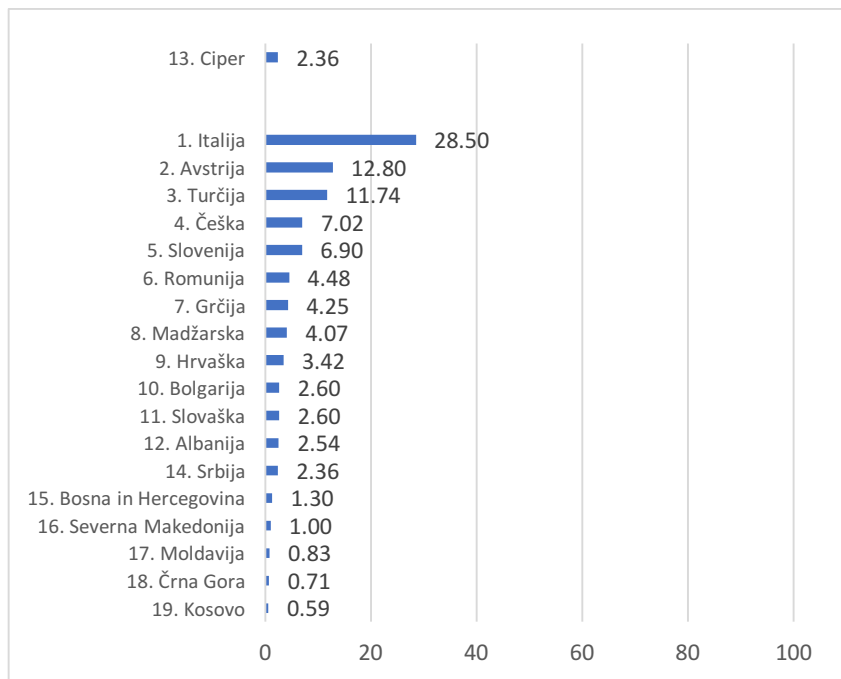
Slika 20. Uvrstitev Bosne in Hercegovine

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Bosna in Hercegovina v skupni razvrstitvi držav zaseda 15. mesto. Med tremi podpodročji najboljšo uvrstitev dosega na področju produktnega oblikovanja in mode, 11. mesto. Pri arhitekturi zaseda 16. mesto, pri notranjem oblikovanju 15. mesto. Nekateri dopolnilni kvantitativni kazalniki za Bosno in Hercegovino niso dostopni. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja med devetnajstimi državami dosega 15. in 11. mesto.

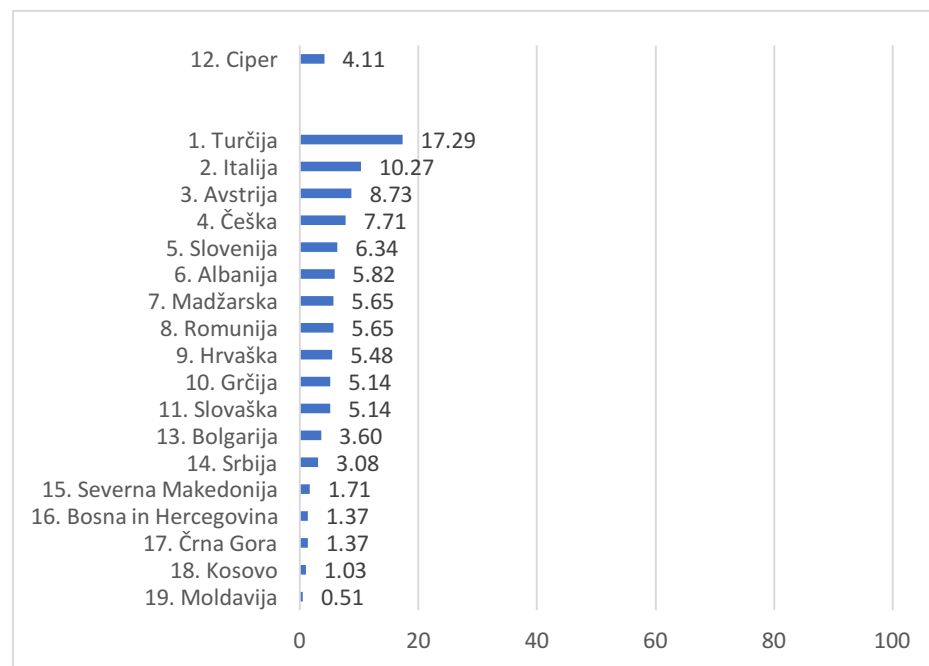
3.3.5. Ciper

Tabela 7. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Ciper

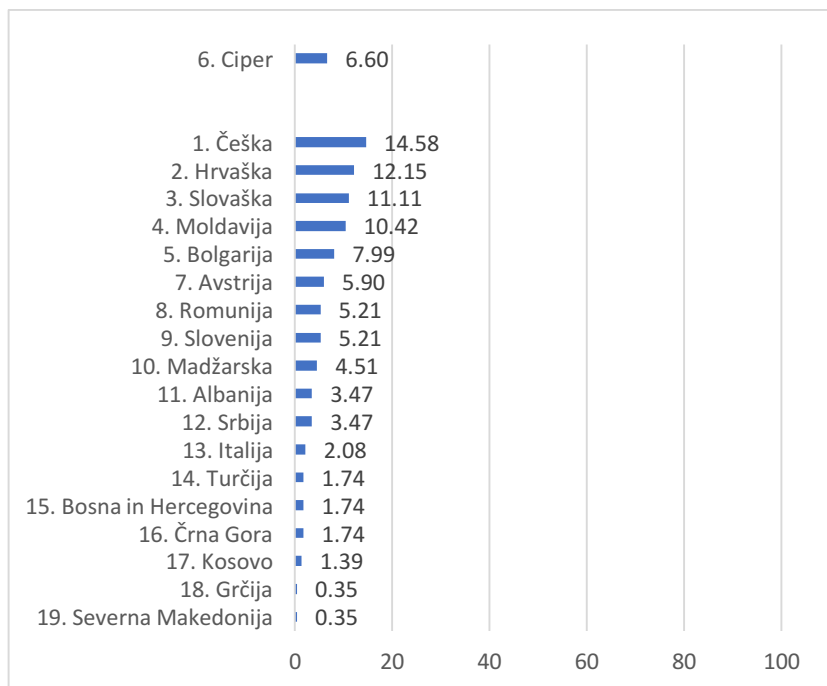
Število prebivalcev:	888.005	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	1,48
BDP na prebivalca* (v EUR):	24.570	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	3,4
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	21,5	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	40
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	0,59	Število podjetij v kulturnem sektorju:	2.421



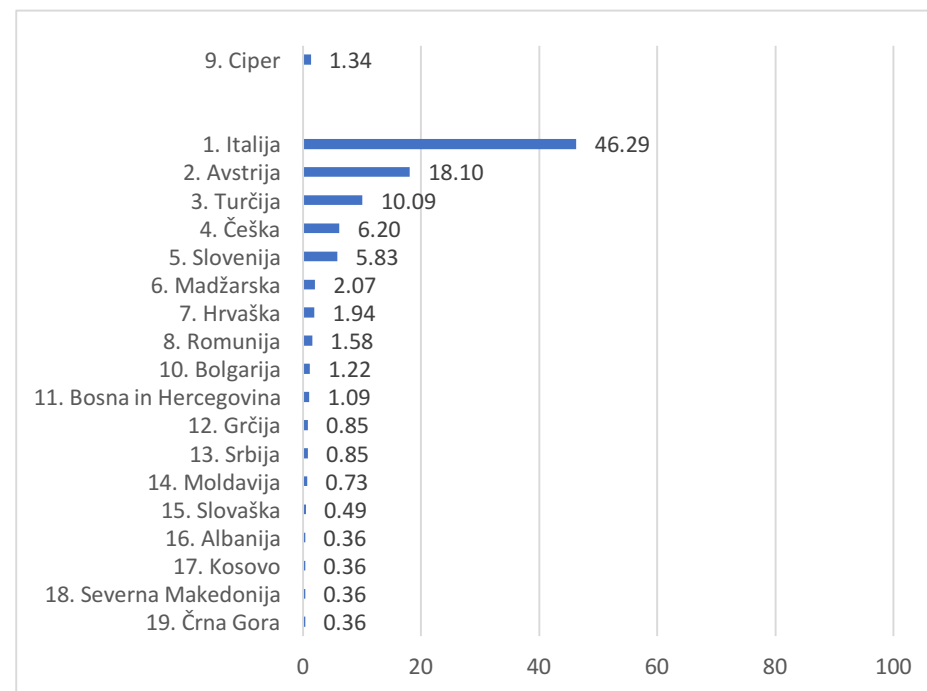
Slika 21. Skupna uvrstitev Cibra na Kreativnem barometru 2020.



Slika 22. Uvrstitev Cibra na področju arhitekture.



Slika 23. Uvrstitev Cipra na področju notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode.



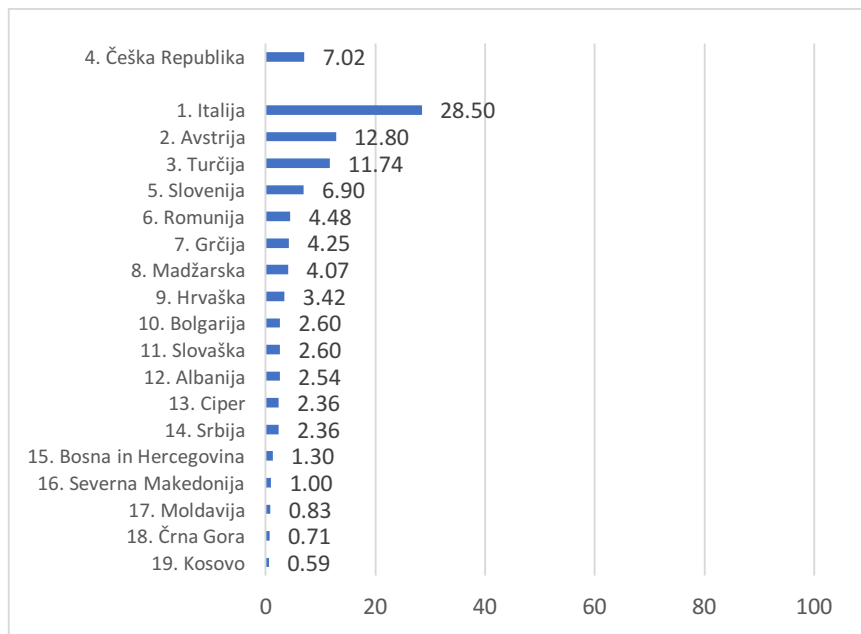
Slika 24. Uvrstitev Cipra na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Ciper v skupni razvrstitvi držav zaseda 13. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju notranjega oblikovanja, 6. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 9. mesto, na področju arhitekture 12. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 3. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami na obeh kazalnikih uvršča na 14. mesto. Na 14. mestu je tudi po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Po številu podjetij delujočih v kulturnem sektorju se nahaja na 10. mestu.

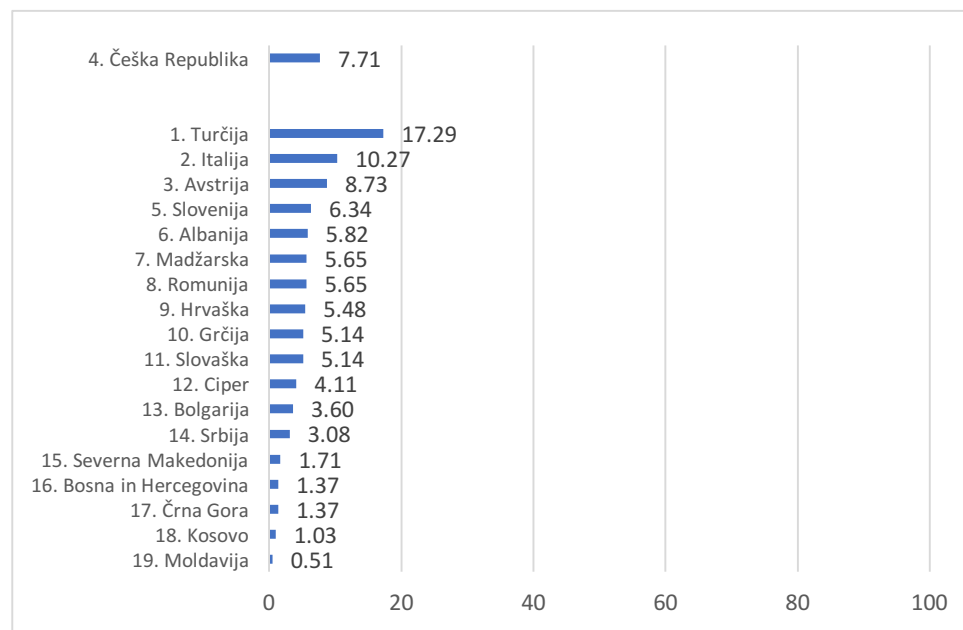
3.3.6. Češka republika

Tabela 8. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Češko republiko

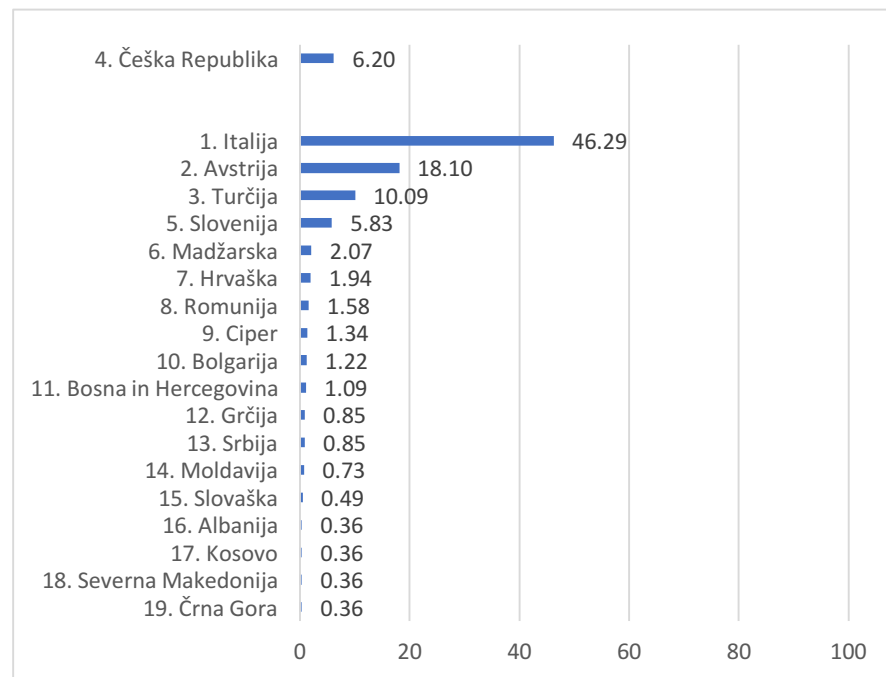
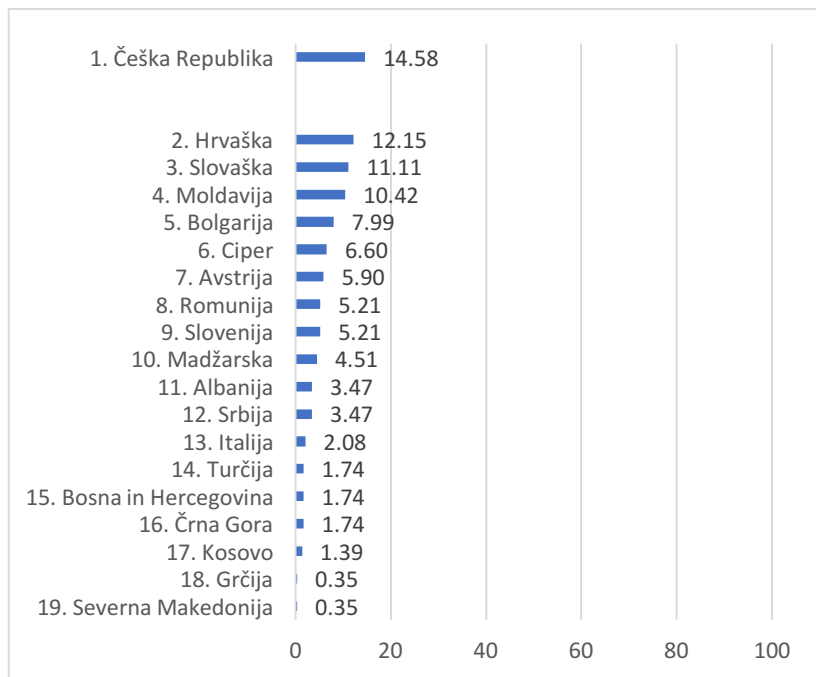
Število prebivalcev:	10.693.939	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	6,65
BDP na prebivalca* (v EUR):	18.330	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	47,1
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	12,3	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	58
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	5,04	Število podjetij v kulturnem sektorju:	51.384



Slika 25. Skupna uvrstitev Češke republike na Kreativnem barometru 2020. na področju arhitekture.



Slika 26. Uvrstitev Češke republike na področju arhitekture.



Slika 27. Uvrstitev Češke republike na področju notranjega oblikovanja.

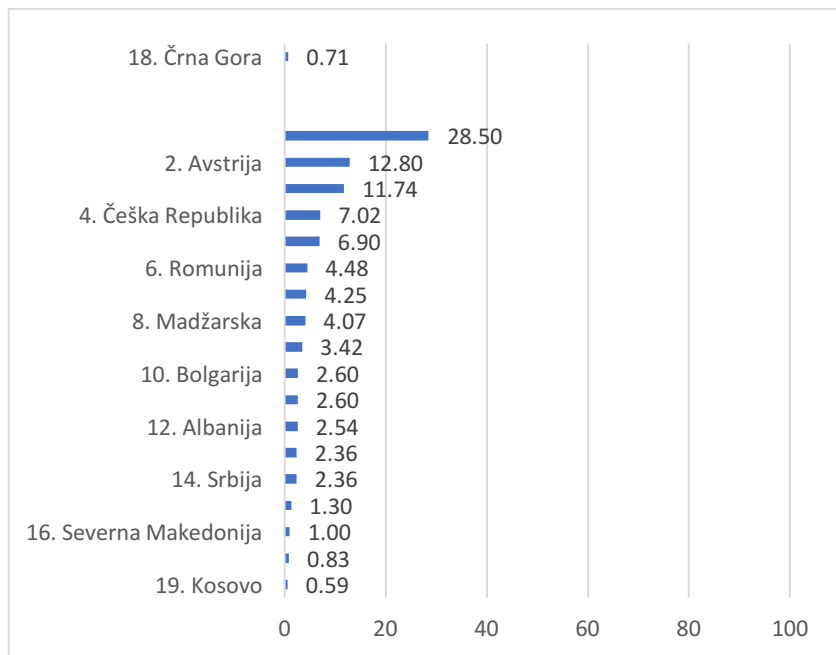
Slika 28. Uvrstitev Češke republike na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Češka republika v skupni razvrstitvi držav zaseda 4. mesto. Med tremi podpodročji je najvišje uvrščena na področju notranjega oblikovanja, na najboljšo, 1. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode ter arhitekture zaseda 4. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 5. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami umešča na 6. in 4. mesto. Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, je 3. najvišje. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je 2. najvišje.

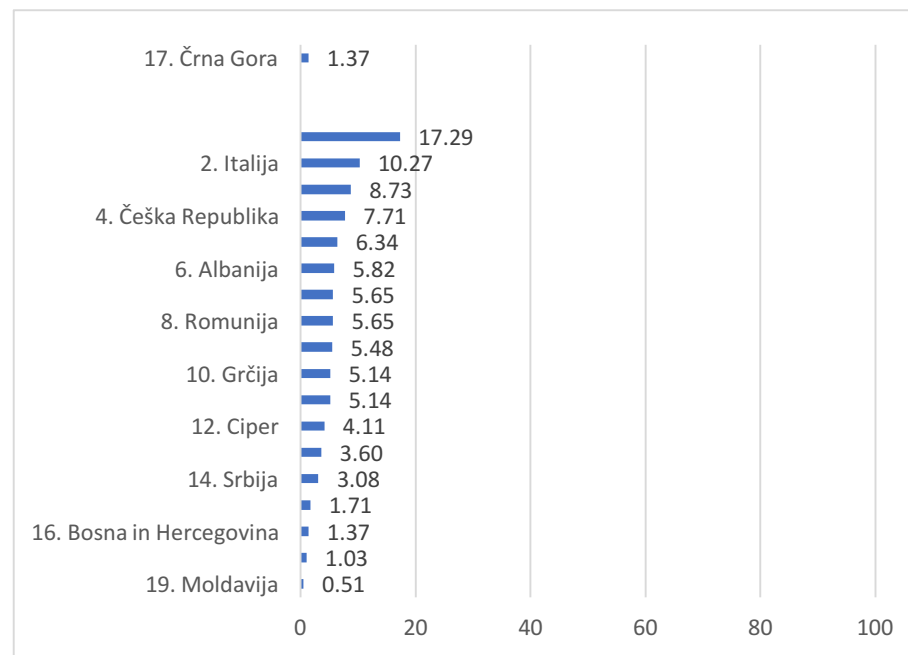
3.3.7. Črna gora

Tabela 9. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Črno goro

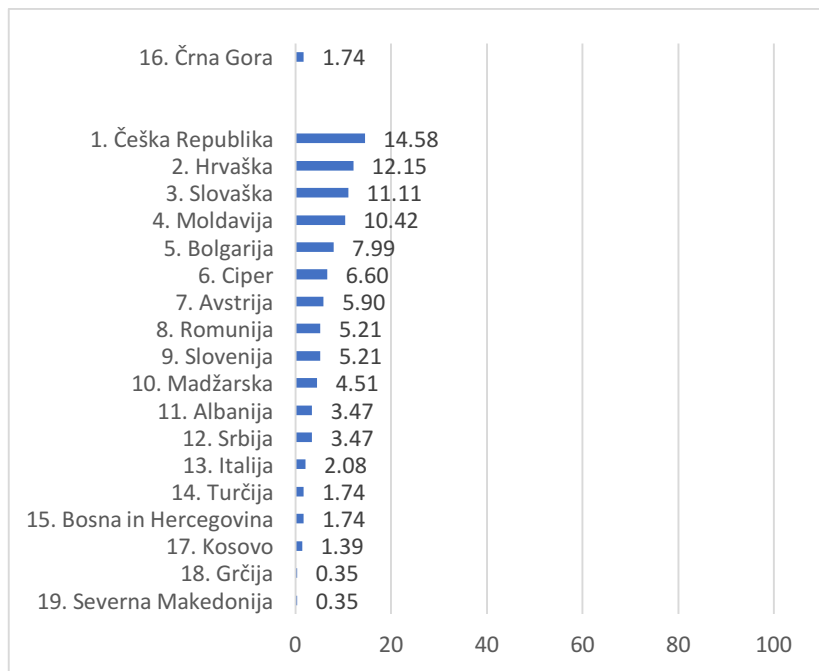
Število prebivalcev:	621.873	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	0,92
BDP na prebivalca* (v EUR):	/	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	1,8
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	17,4	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	0,3	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



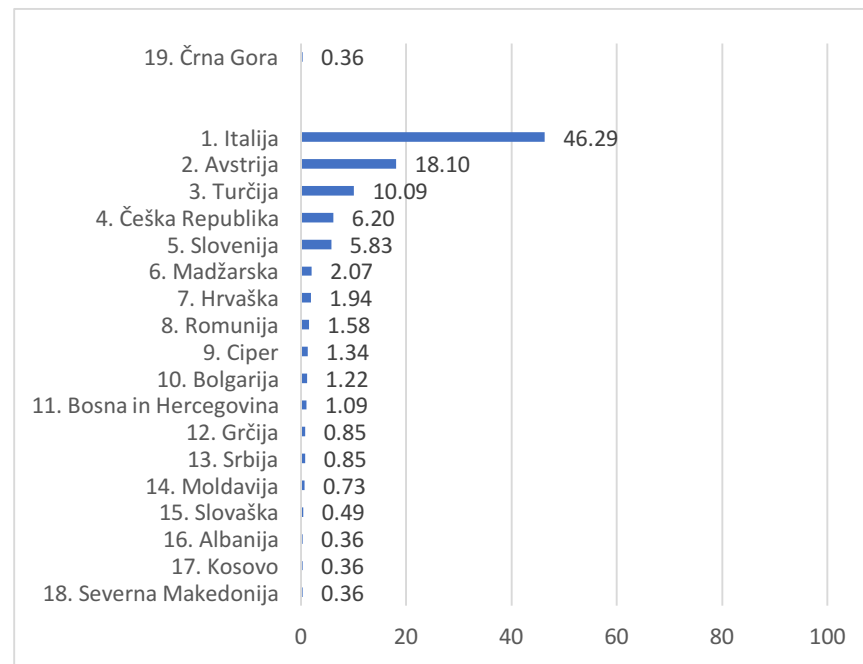
Slika 29. Skupna uvrstitev Črne gore na Kreativnem barometru 2020. arhitekture.



Slika 30. Uvrstitev Črne gore na področju arhitekture.



Slika 31. Uvrstitev Črne gore na področju notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode.



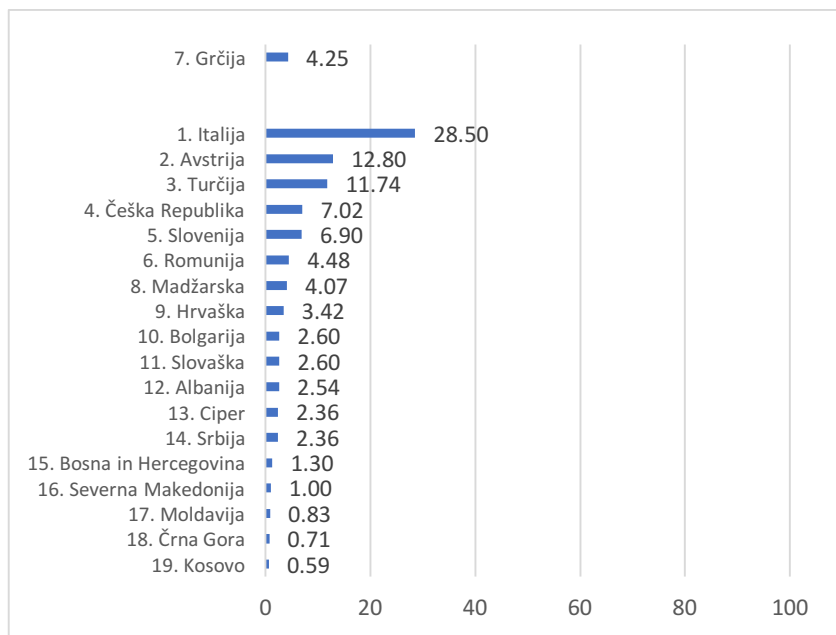
Slika 32. Uvrstitev Črne gore na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Črna gora v skupni razvrstitvi držav zaseda 18. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju notranjega oblikovanja, 16. mesto. Na področju arhitekture zaseda 17. mesto, na področju produktnega oblikovanja in mode 19. mesto. Nekateri dopolnilni kvantitativni kazalniki za Črno goro niso dostopni. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 16. in 17. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci se nahaja na 15. mestu od 15. držav.

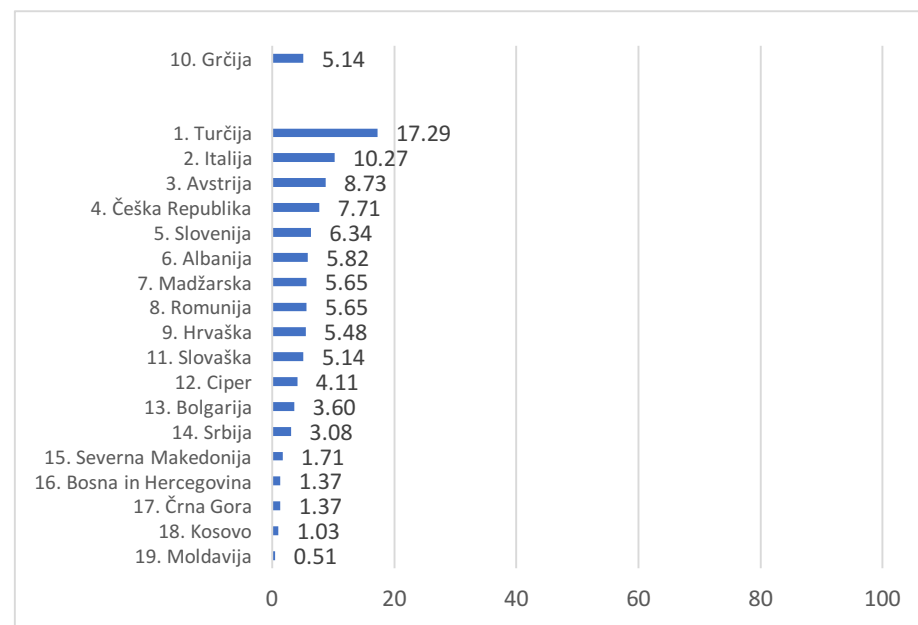
3.3.8. Grčija

Tabela 10. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Grčijo

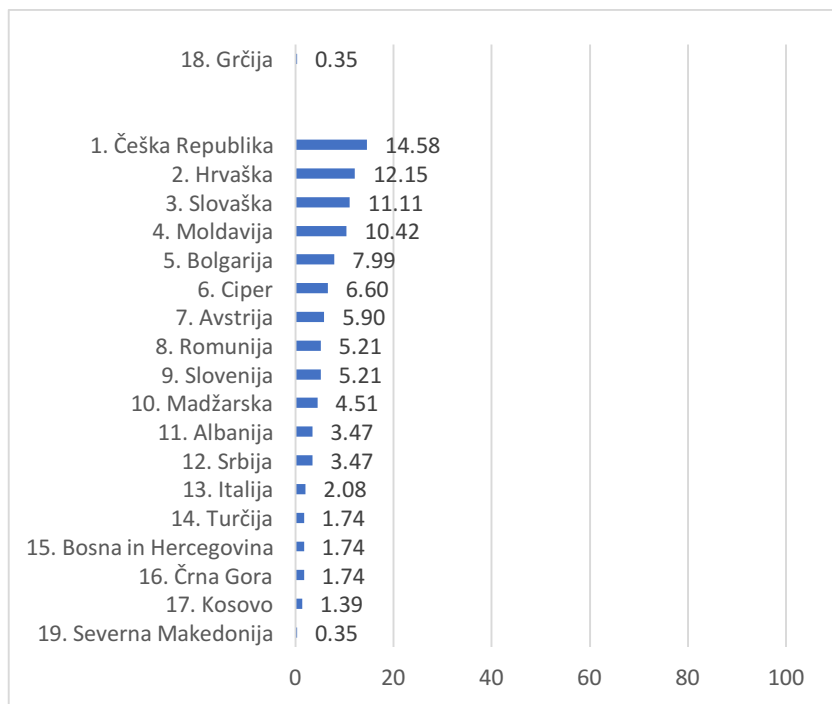
Število prebivalcev:	10.709.739	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	12,2
BDP na prebivalca* (v EUR):	17.740	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	33,2
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	25,9	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	27
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	5,64	Število podjetij v kulturnem sektorju:	29.492



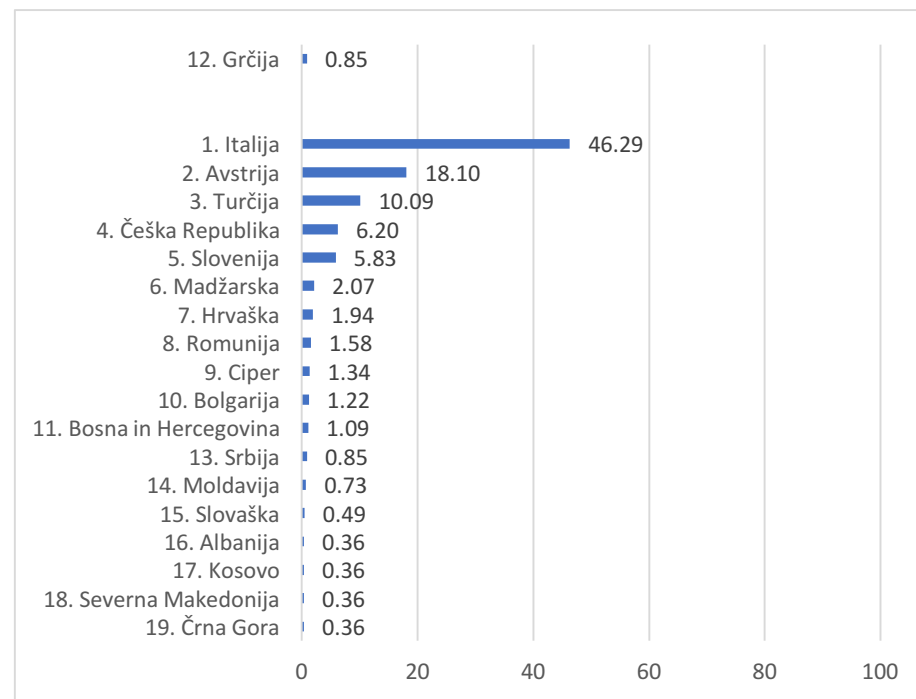
Slika 33. Skupna uvrstitev Grčije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 34. Uvrstitev Grčije na področju arhitekture.



Slika 35. Uvrstitev Grčije na področju notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode.



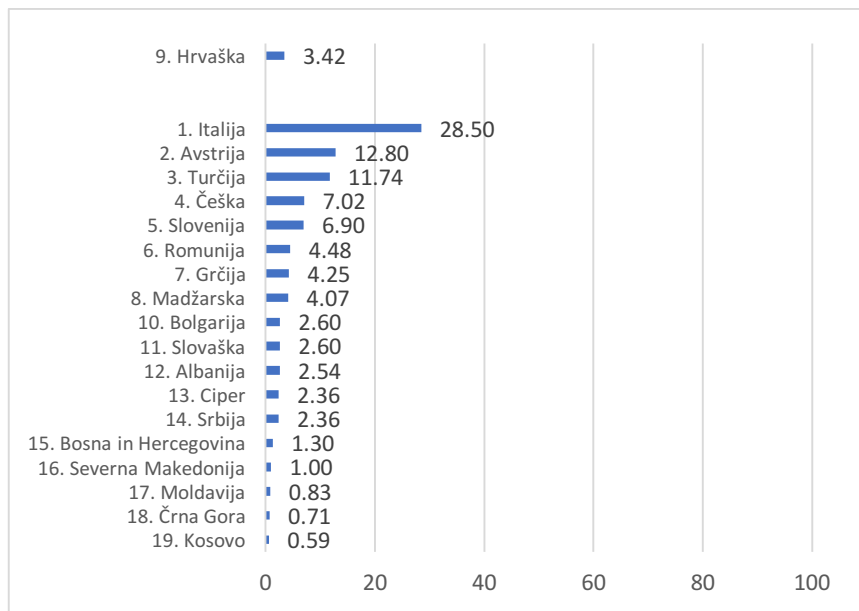
Slika 36. Uvrstitev Grčije na področju

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Grčija v skupni razvrstitvi držav zaseda 7. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju arhitekture, 10. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 12. mesto, na področju notranjega oblikovanja 18. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 6. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 5. in 2. mesto. Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, je 6. najvišje. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je 4. najvišje.

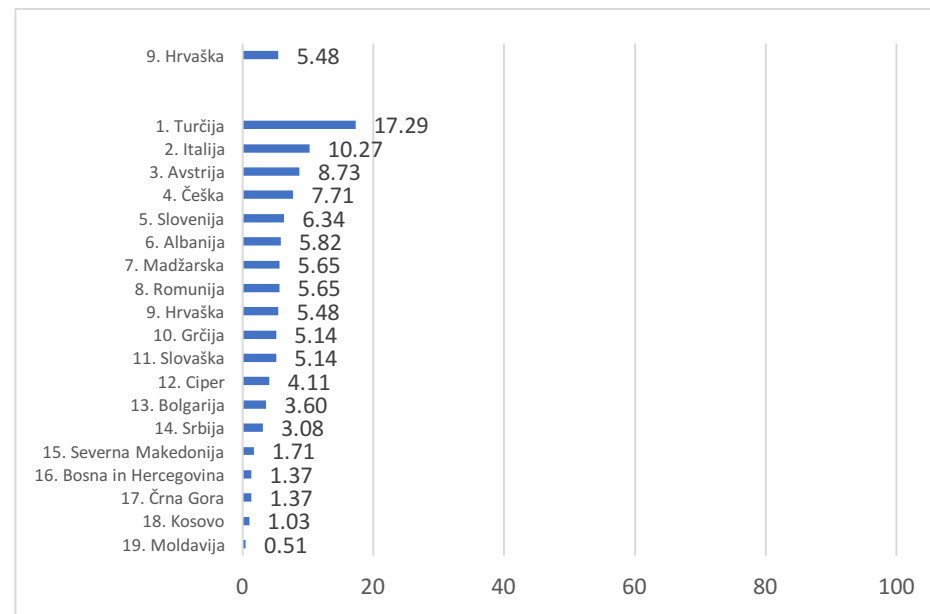
3.3.9. Hrvaška

Tabela 11. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Hrvaško

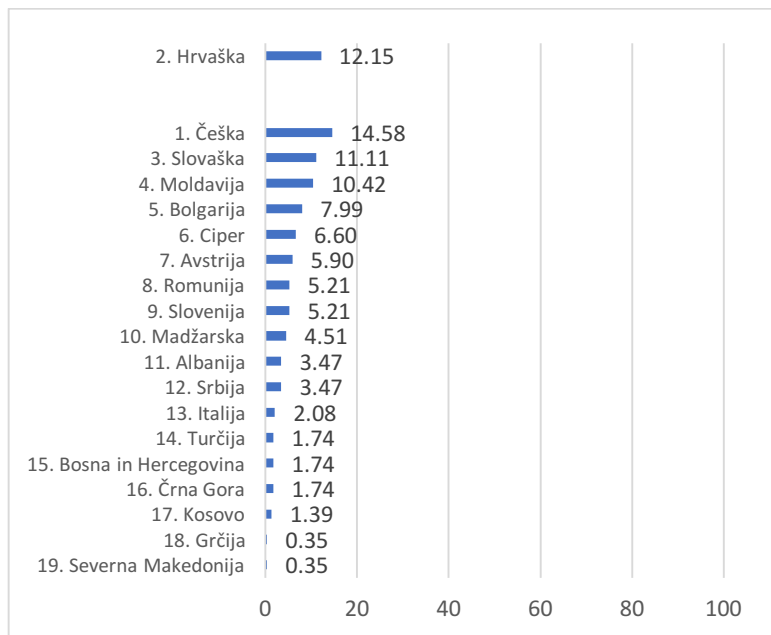
Število prebivalcev:	4.058.165	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	4,62
BDP na prebivalca* (v EUR):	12.450	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	14,7
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	18,1	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	18
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	4,45	Število podjetij v kulturnem sektorju:	6.731



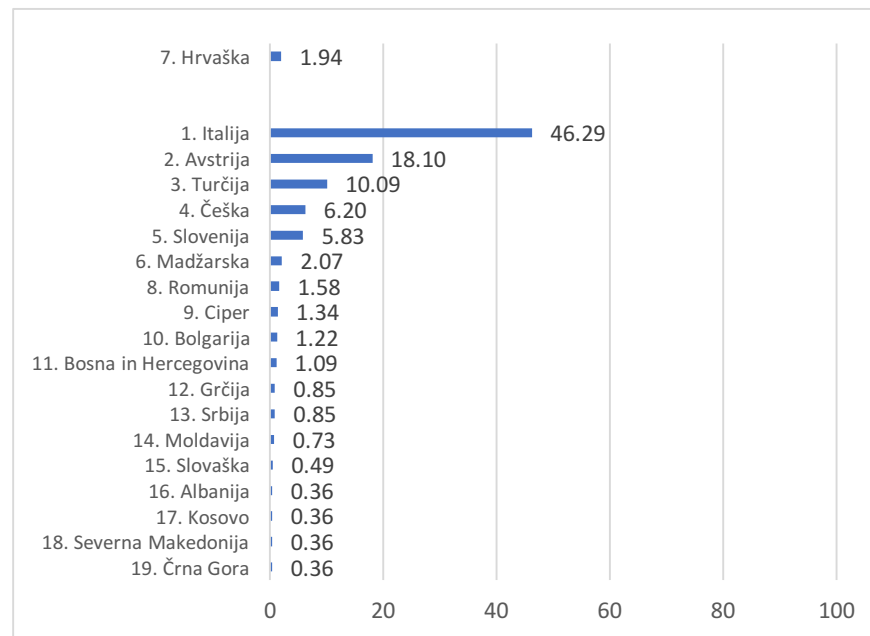
Slika 37. Skupna uvrstitev Hrvaške na Kreativnem barometru 2020.



Slika 38. Uvrstitev Hrvaške na področju arhitekture.



Slika 39. Uvrstitev Hrvaške na področju notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode.



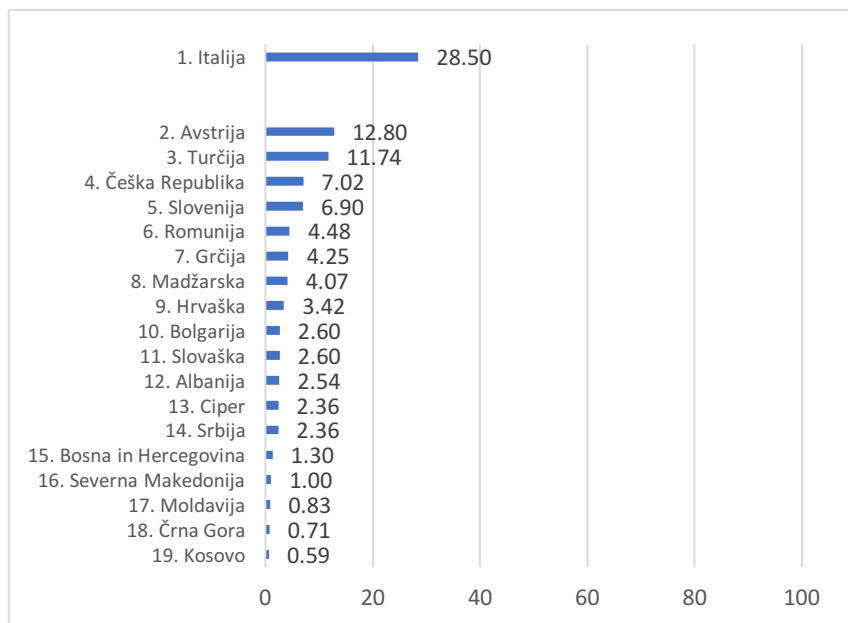
Slika 40. Uvrstitev Hrvaške na področju

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Hrvaška v skupni razvrstitvi držav zaseda 9. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju notranjega oblikovanja, 2. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 7. mesto, na področju arhitekture 9. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 9. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 8. in 9. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se uvršča na 10. mesto. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je 9. najvišje.

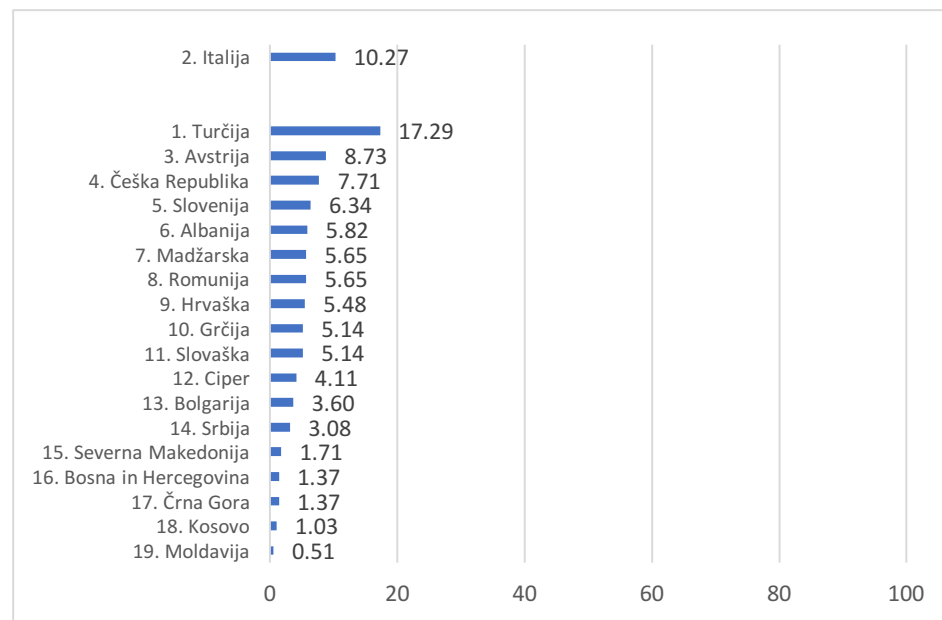
3.3.10. Italija

Tabela 12. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Italijo

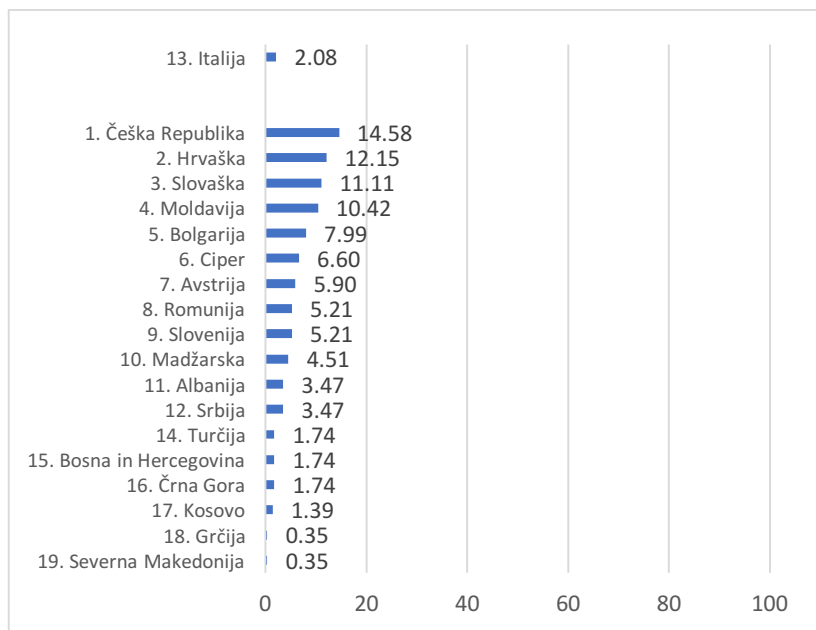
Število prebivalcev:	60.244.639	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	26,25
BDP na prebivalca* (v EUR):	26.920	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	141,2
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	39,8	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	60
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	44,21	Število podjetij v kulturnem sektorju:	181.442



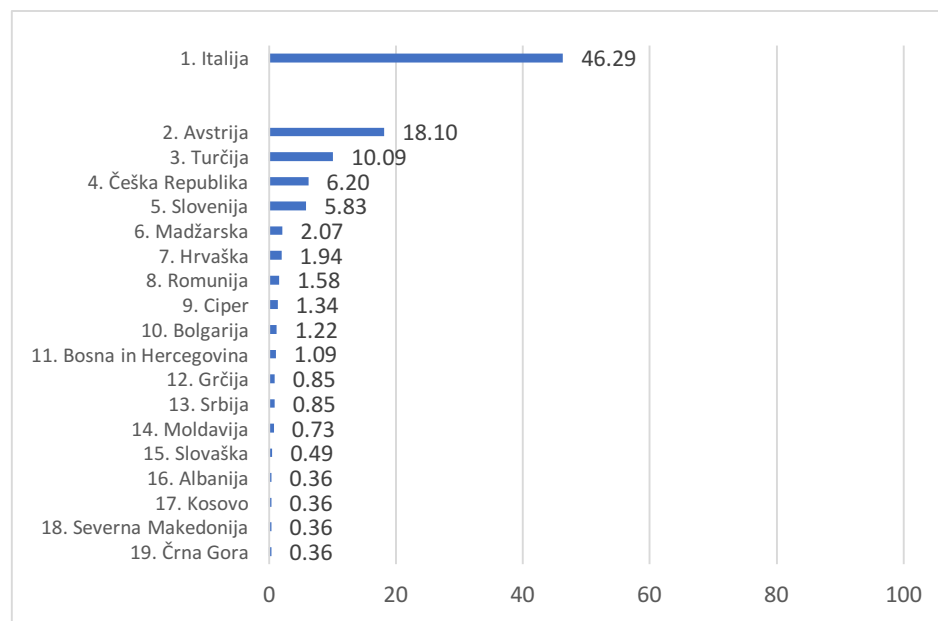
Slika 41. Skupna uvrstitev Italije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 42. Uvrstitev Italije na področju arhitekture.



Slika 43. Uvrstitev Italije na področju notranjega oblikovanja.



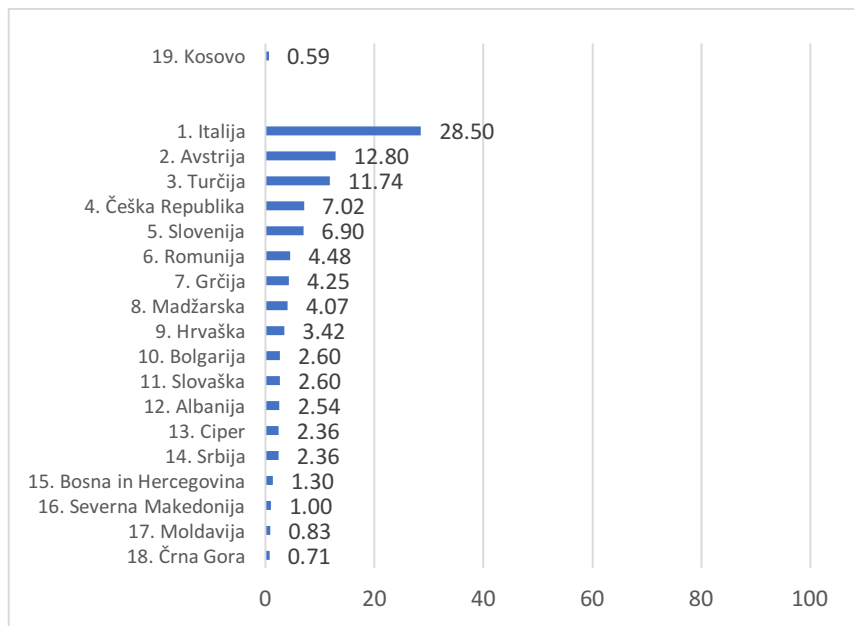
Slika 44. Uvrstitev Italije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Italija v skupni razvrstitvi držav zaseda 1. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju produktnega oblikovanja in mode, 1. mesto. Na področju arhitekture zaseda 2. mesto, na področju notranjega oblikovanja 13. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 1. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami pri obeh kazalnikih uvršča na najboljše, na 1. mesto. Na 1. mestu je tudi po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji ter po številu podjetij delujočih v kulturnem sektorju. Na 2. mestu je le po številu oseb s terciarno izobrazbo.

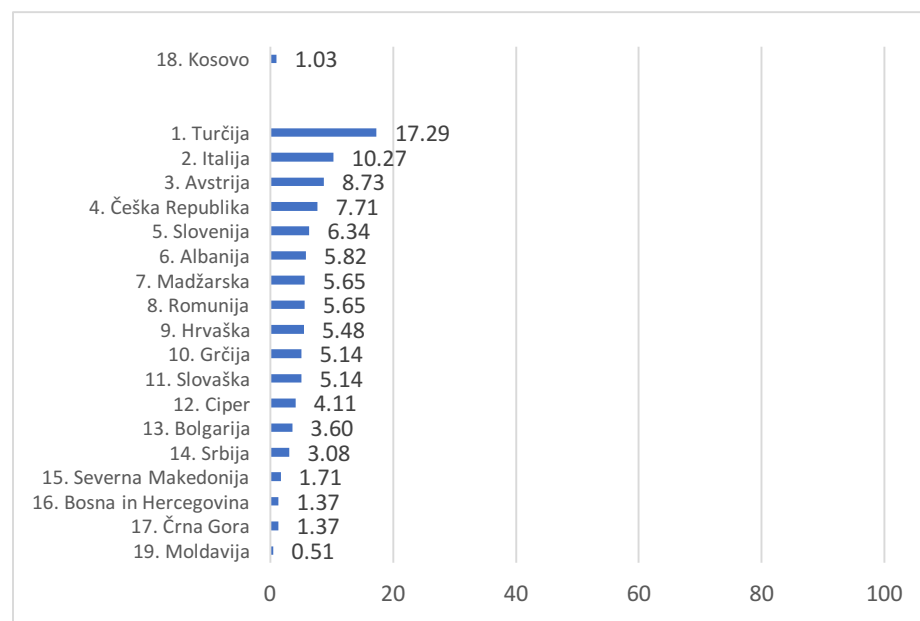
3.3.11. Kosovo

Tabela 13. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Kosovo

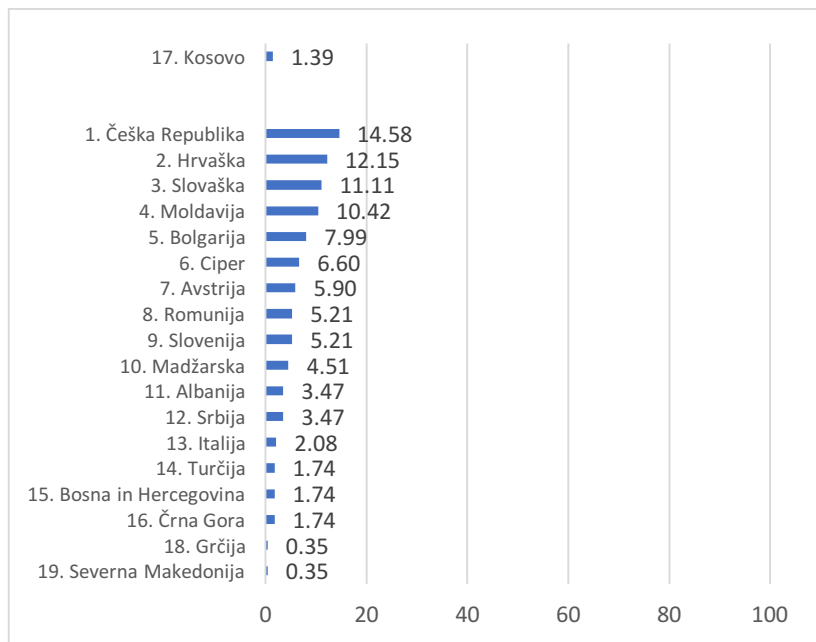
Število prebivalcev:	1.782.115	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	1,48
BDP na prebivalca* (v EUR):	/	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	/
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	/	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	/	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



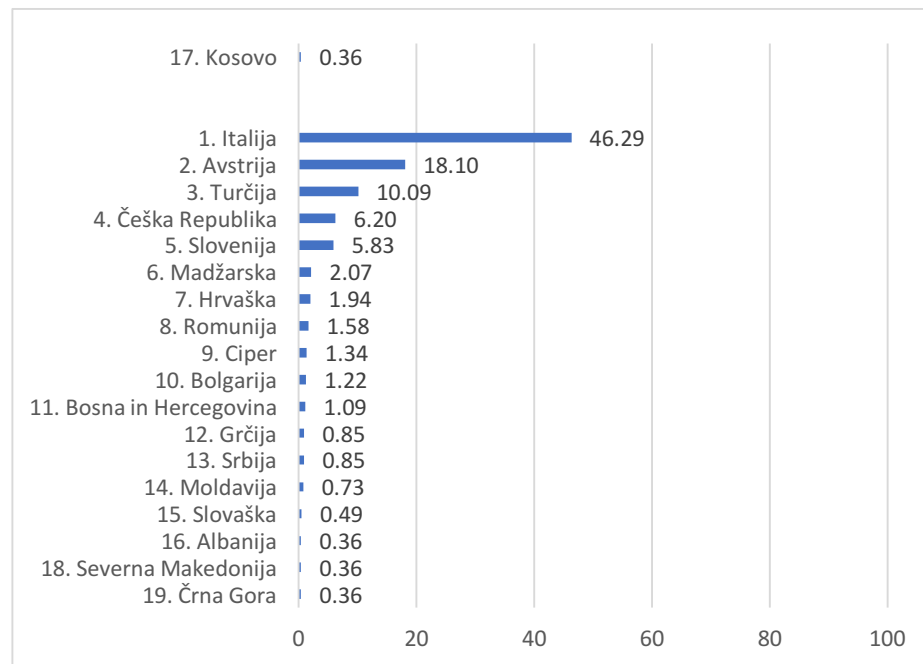
Slika 45. Skupna uvrstitev Kosova na Kreativnem barometru 2020.



Slika 46. Uvrstitev Kosova na področju arhitekture.



Slika 47. Uvrstitev Kosova na področju notranjega oblikovanja.



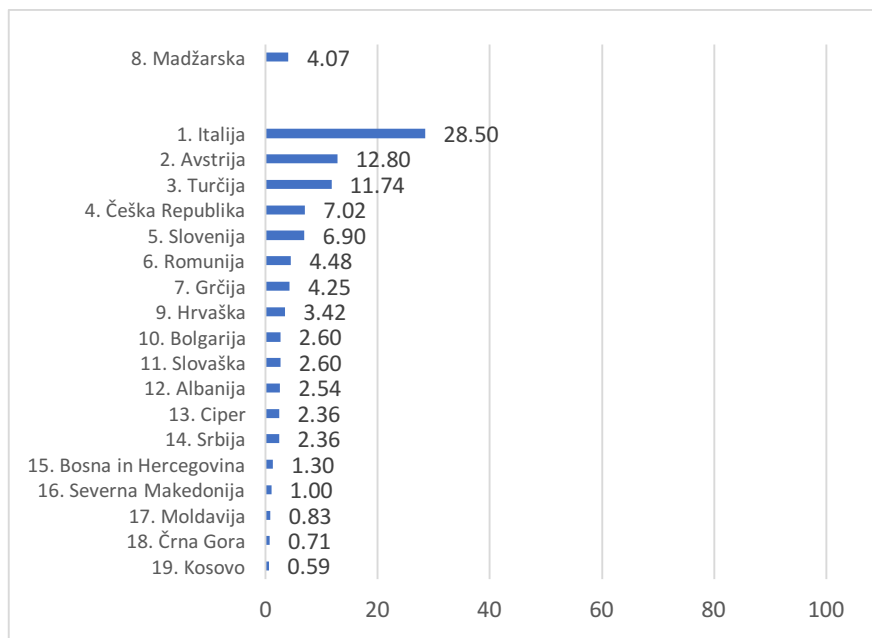
Slika 48. Uvrstitev Kosova na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Kosovo v skupni razvrstitvi držav zaseda zadnje, 19. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju produktnega oblikovanja in mode ter na področju notranjega oblikovanja, 17. mesto. Na področju arhitekture zaseda 18. mesto. Za Kosovo nekateri dopolnilni kvantitativni kazalniki niso dostopni. Po mobilnosti ustvarjalcev glede državo gostovanja dosega med devetnajstimi državami 15. mesto.

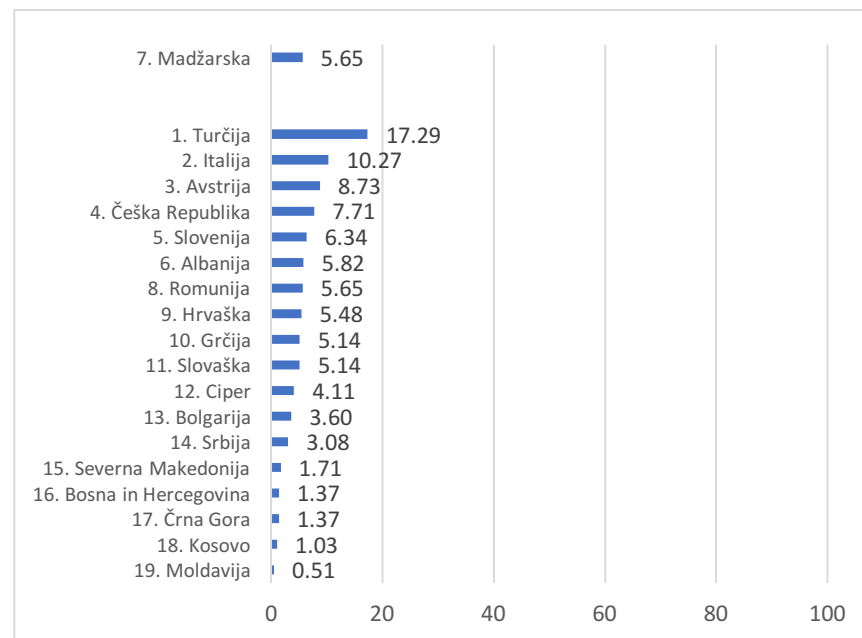
3.3.12. Madžarska

Tabela 14. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Madžarsko

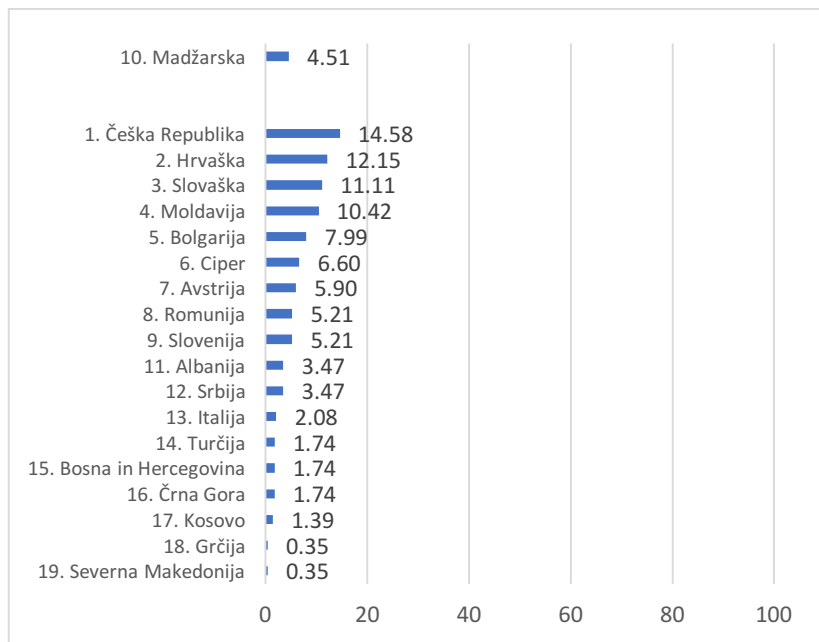
Število prebivalcev:	9.769.526	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	5,55
BDP na prebivalca* (v EUR):	13.260	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	38,9
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	20	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	33
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	4,75	Število podjetij v kulturnem sektorju:	29.732



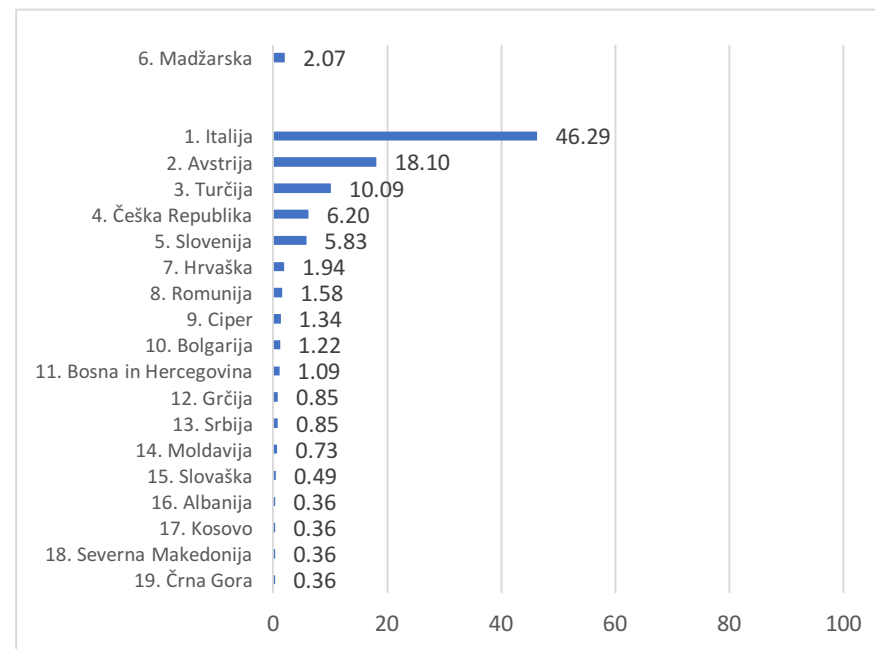
Slika 49. Skupna uvrstitev Madžarske na Kreativnem barometru 2020. arhitekture.



Slika 50. Uvrstitev Madžarske na področju arhitekture.



Slika 51. Uvrstitev Madžarske na področju notranjega oblikovanja in mode.



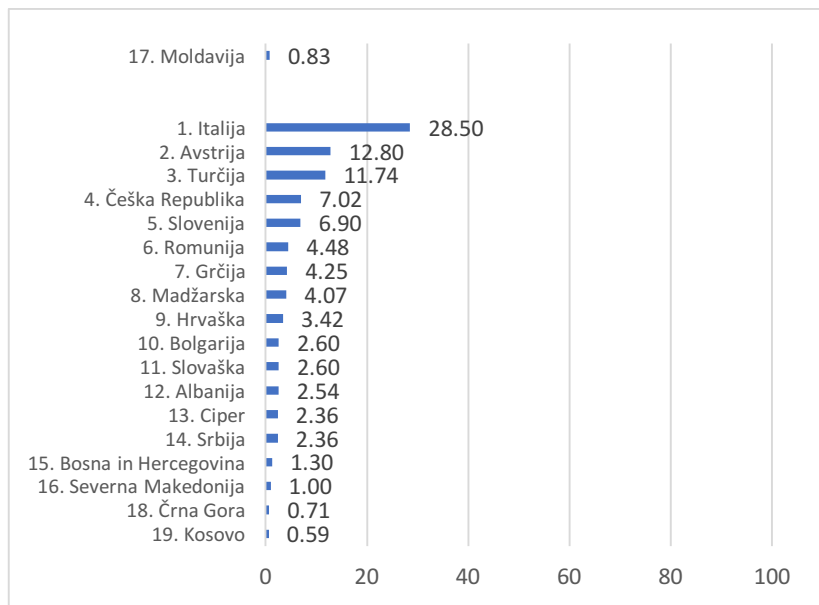
Slika 52. Uvrstitev Madžarske na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Madžarska skupno zaseda 8. mesto. Med tremi podpodročji je najvišje uvrščena na področju produktnega oblikovanja in mode, na 6. mestu. Na področju arhitekture zaseda 7. mesto, na področju notranjega oblikovanja 10. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 8. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se uvršča med devetnajstimi državami pri obeh kazalcih na 7. mesto. Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, je 5. najvišje. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je 3. najvišje.

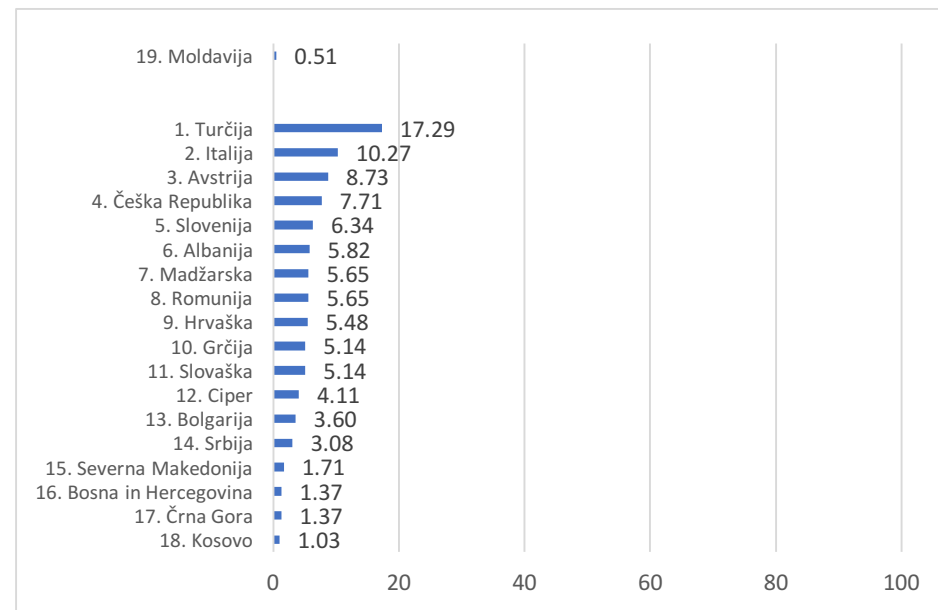
3.3.13. Moldavija

Tabela 15. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Moldavijo

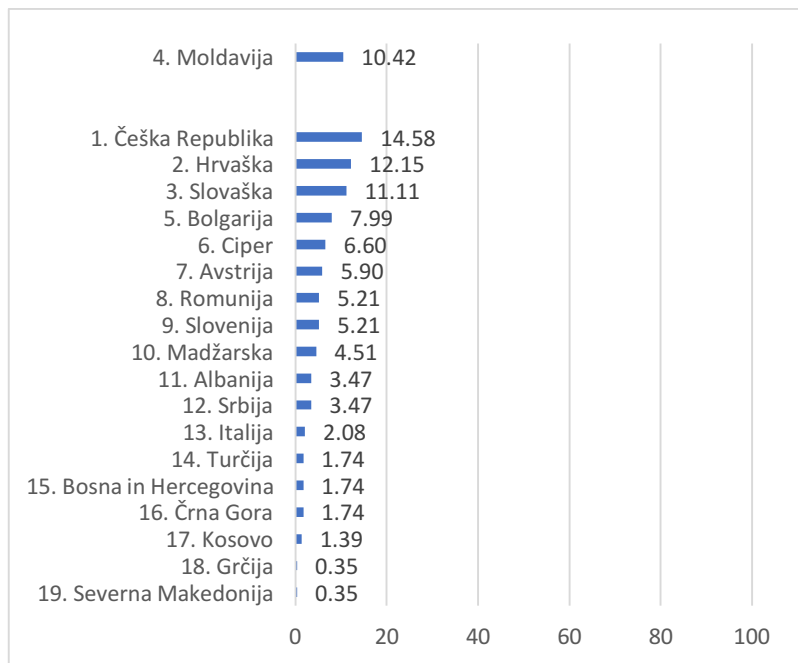
Število prebivalcev:	/	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	0,92
BDP na prebivalca* (v EUR):	/	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	/
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	25,1	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	0	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



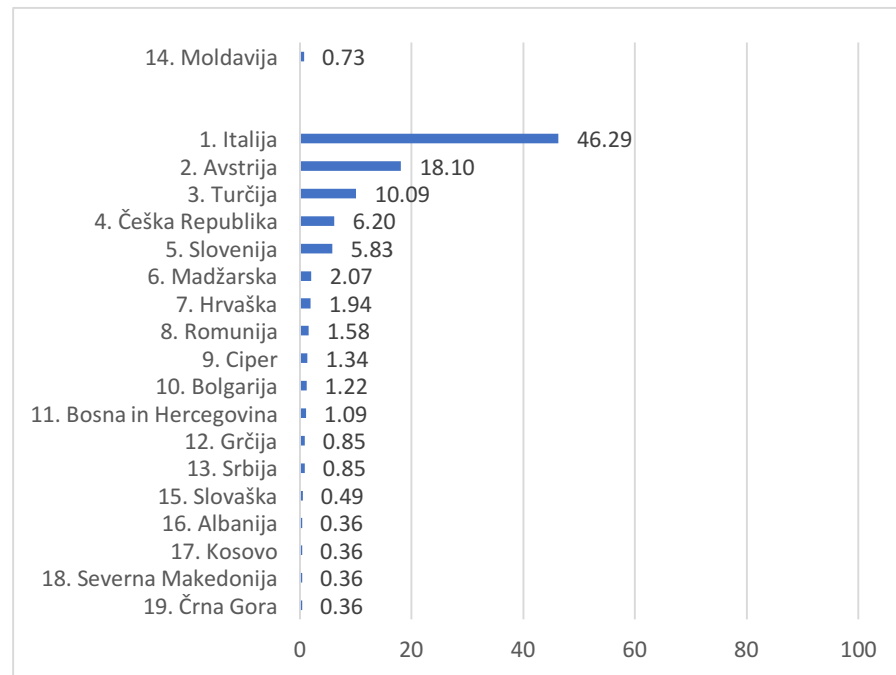
Slika 53. Skupna uvrstitev Moldavije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 54. Uvrstitev Moldavije na področju arhitekture.



Slika 55. Uvrstitev Moldavije na področju notranjega oblikovanja.



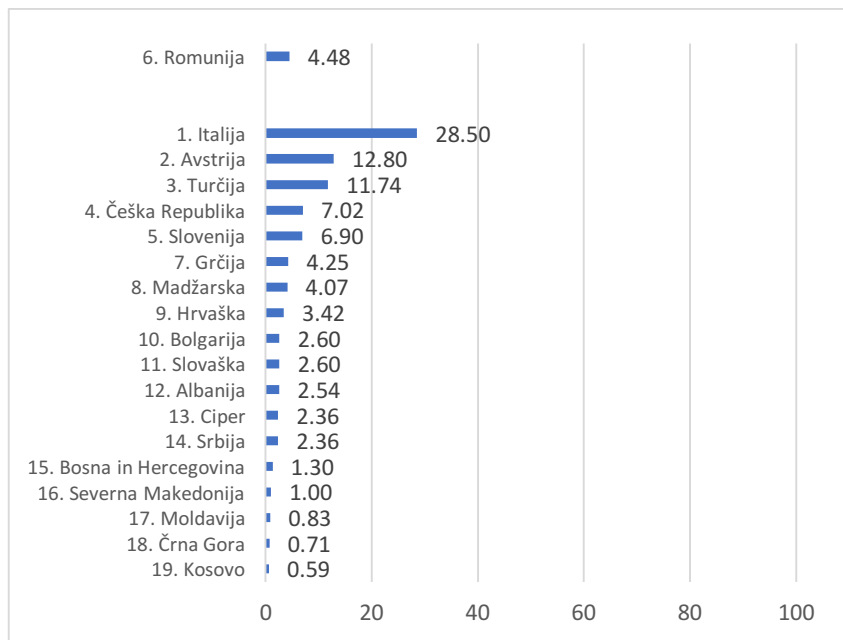
Slika 56. Uvrstitev Moldavije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Moldavija v skupni razvrstitvi držav zaseda 17. mesto. Med tremi podpodročji najboljšo uvrstitev dosega na področju notranjega oblikovanja, 4. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 14. mesto, na področju arhitekture 19. Za Moldavijo nekateri dopolnilni kvantitativni kazalniki niso dostopni. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja med devetnajstimi državami pri obeh kazalcih zaseda zadnje, 19. mesto.

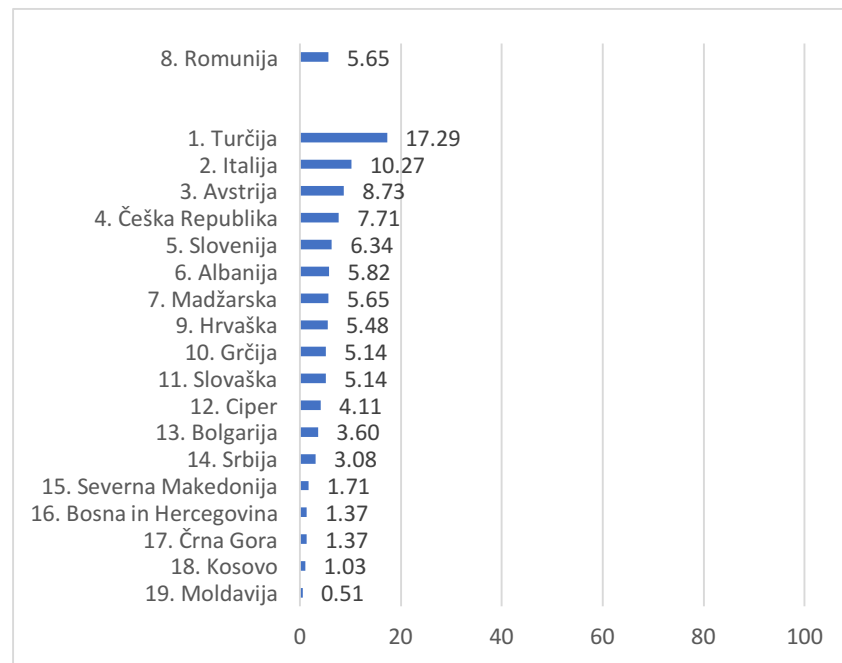
3.3.14. Romunija

Tabela 16. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Romunijo

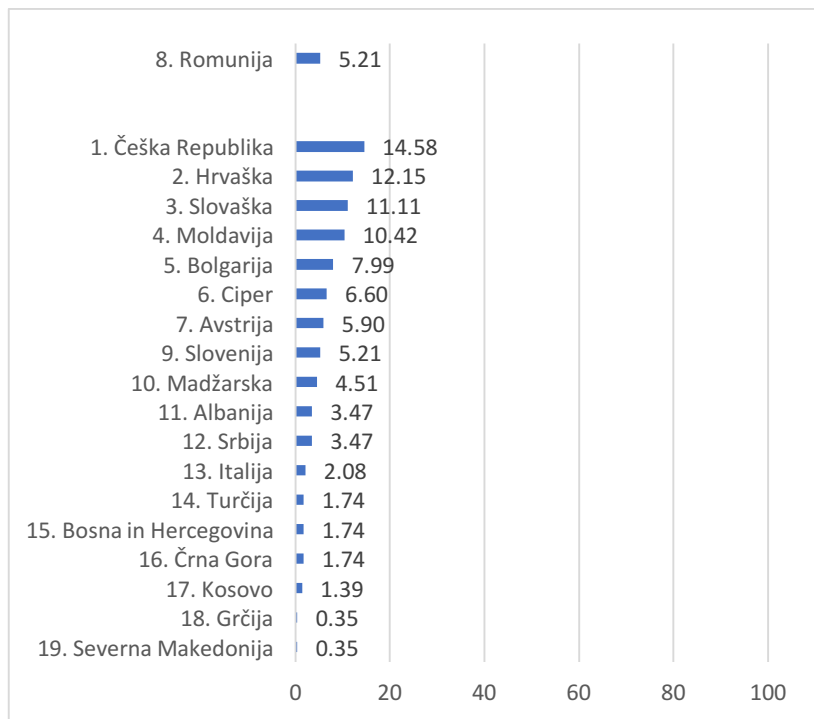
Število prebivalcev:	19.317.984	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	6,47
BDP na prebivalca* (v EUR):	9.120	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	28
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	25,1	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %)	/
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	5,93	Število podjetij v kulturnem sektorju:	18.059



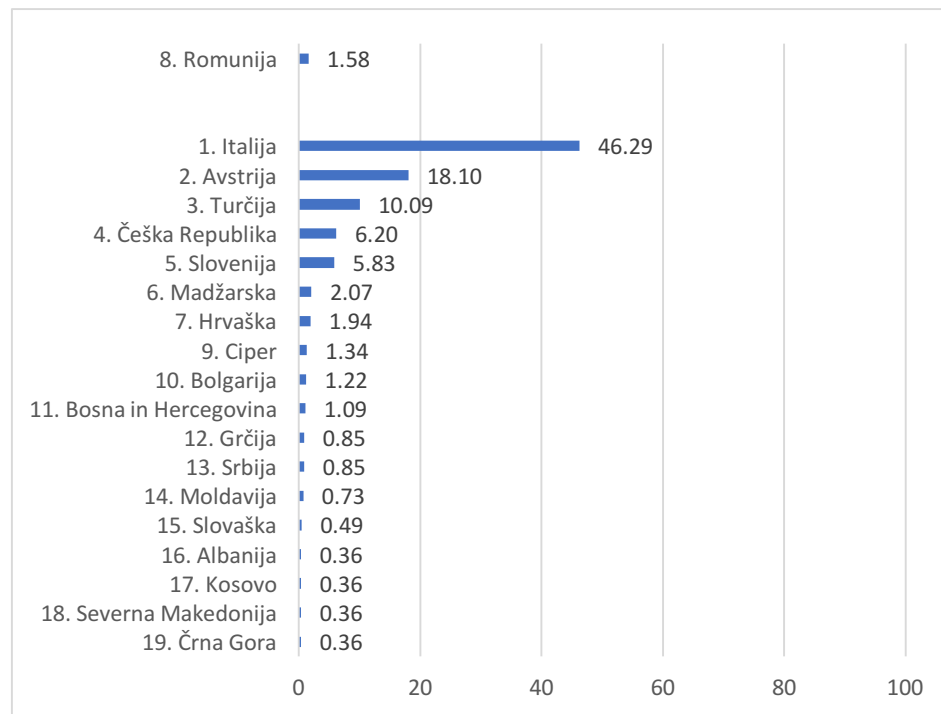
Slika 57. Skupna uvrstitev Romunije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 58. Uvrstitev Romunije na področju arhitekture.



Slika 59. Uvrstitev Romunije na področju notranjega oblikovanja.



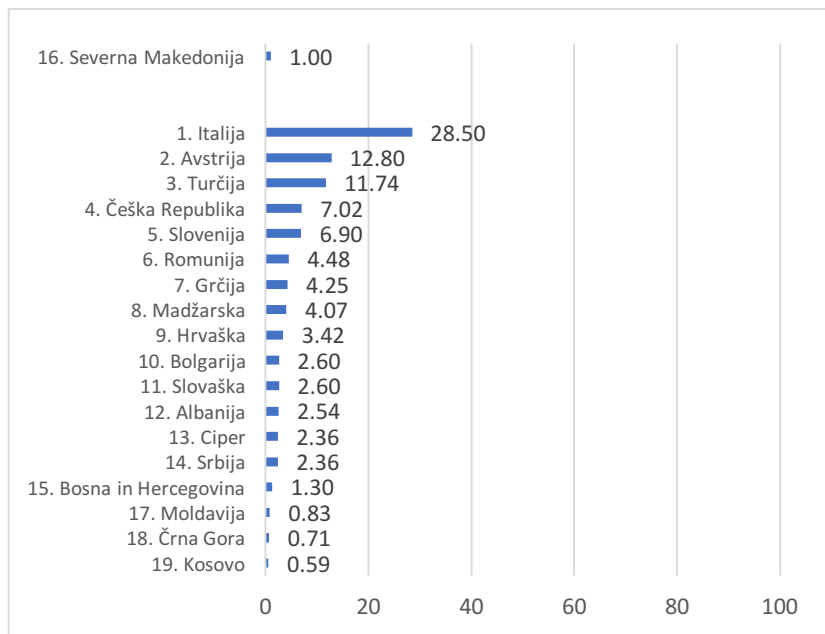
Slika 60. Uvrstitev Romunije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Romunija je na skupnem 6. mestu. Na vseh treh podpodročjih Kreativnega barometra (arhitekture, notranjega oblikovanja, produktnega oblikovanja in mode) zaseda 8. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 11. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 4. in 6. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se uvršča na 6. mesto. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je peto najvišje.

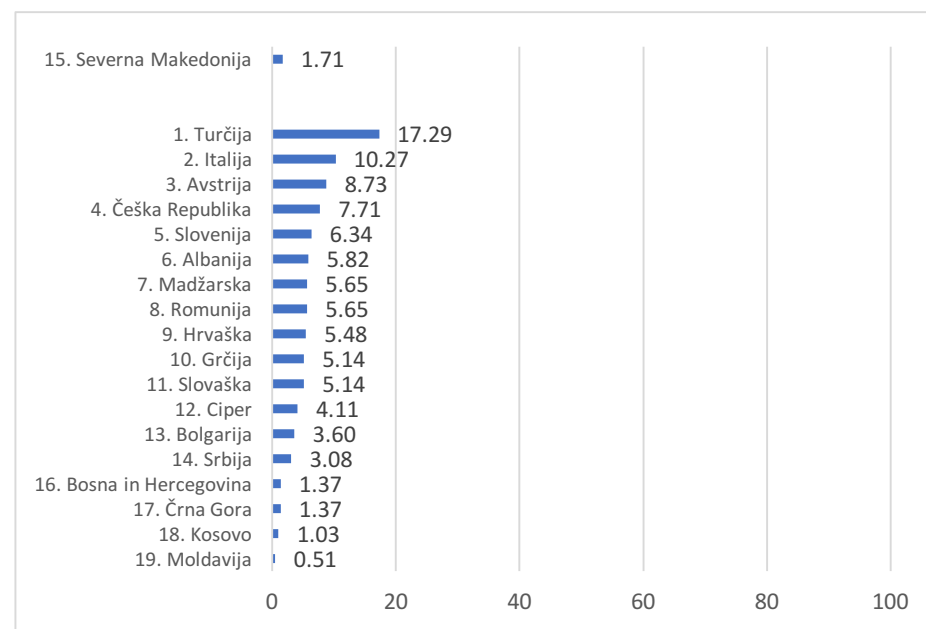
3.3.15. Severna Makedonija

Tabela 17. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Severno Makedonijo

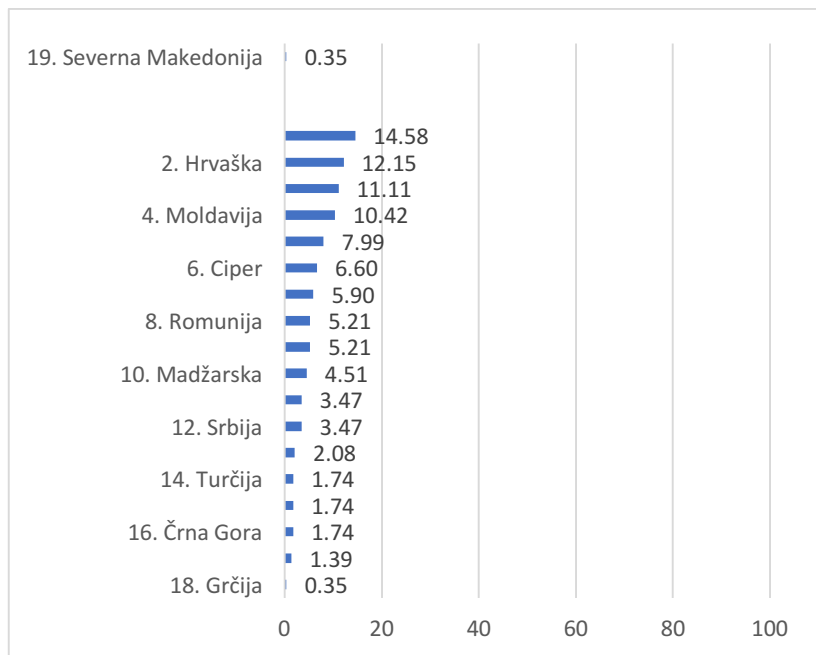
Število prebivalcev:	2.076.255	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	1,66
BDP na prebivalca* (v EUR):	/	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	5,1
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	30,6	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	22
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	3,26	Število podjetij v kulturnem sektorju:	2.097



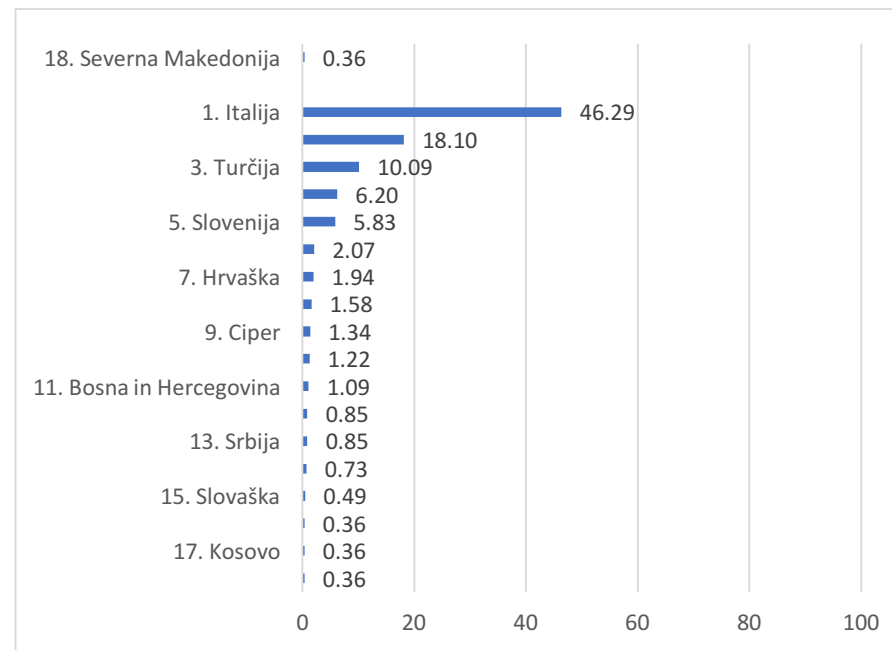
Slika 61. Skupna uvrstitev Severne Makedonije v Kreativnem barometru 2020. na področju arhitekture.



Slika 62. Uvrstitev Severne Makedonije na področju arhitekture.



Slika 63. Uvrstitev Severne Makedonije na področju notranjega oblikovanja na področju produktnega oblikovanja in mode.



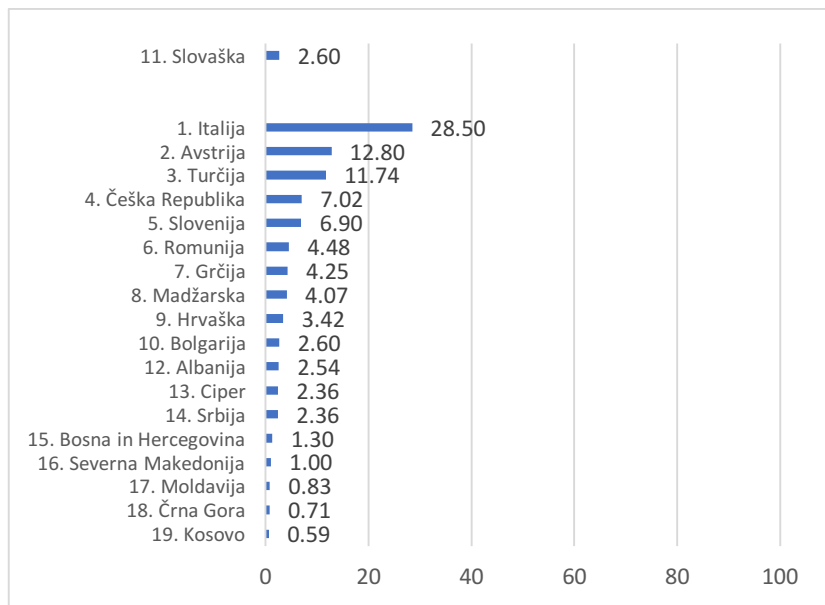
Slika 64. Uvrstitev Severne Makedonije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Severna Makedonija v skupni razvrstitvi zaseda 16. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju arhitekture, 15. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 18. mesto, na področju notranjega oblikovanja 19. mesto. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 10. in 13. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se nahaja na 13. mestu ter po številu podjetij delujočih v kulturnem sektorju na 11. mestu.

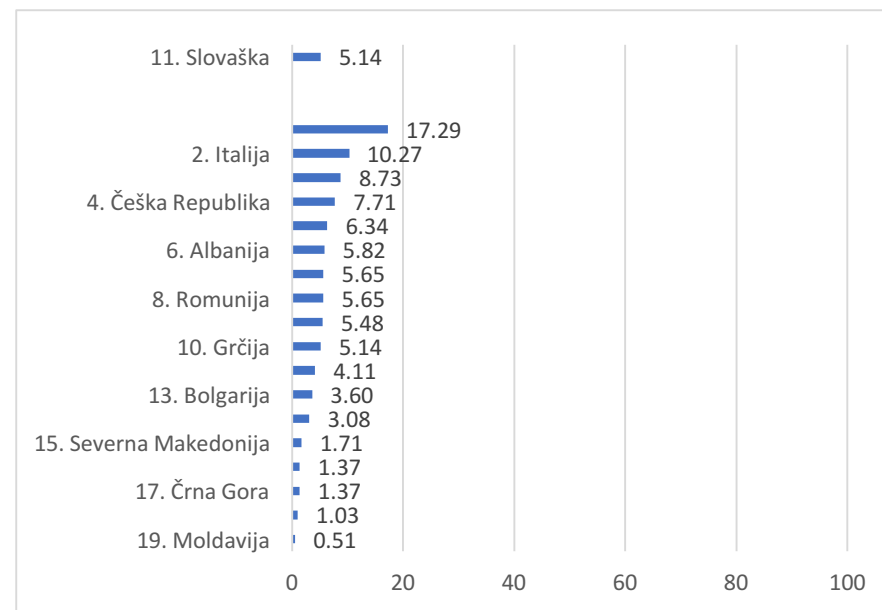
3.3.16. Slovaška

Tabela 18. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Slovaško

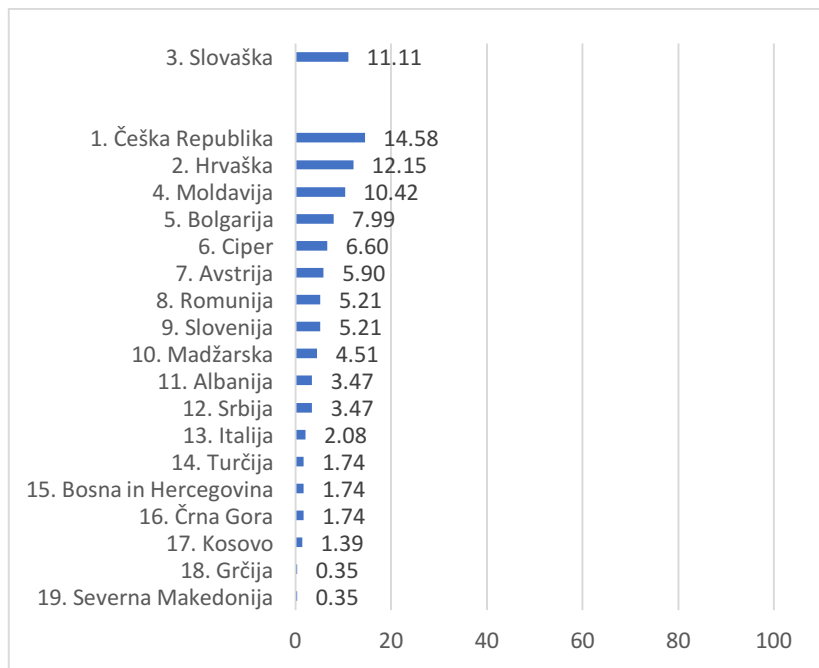
Število prebivalcev:	5.457.873	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	2,22
BDP na prebivalca* (v EUR):	15.860	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	14,1
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	14,5	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	46
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	2,08	Število podjetij v kulturnem sektorju:	13.615



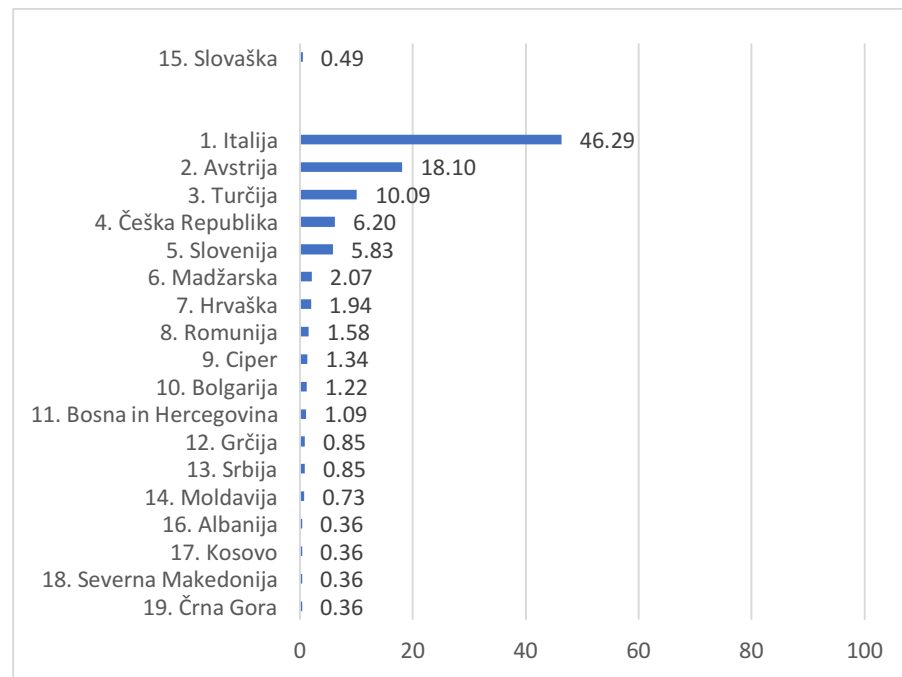
Slika 65. Skupna uvrstitev Slovaške na Kreativnem barometru 2020.



Slika 66. Uvrstitev Slovaške na področju arhitekture.



Slika 67. Uvrstitev Slovaške na področju notranjega oblikovanja.



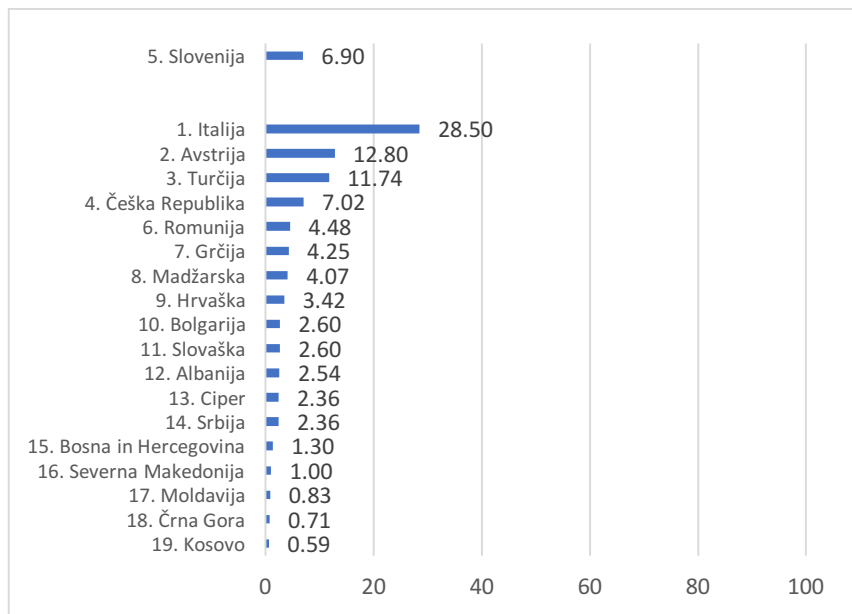
Slika 68. Uvrstitev Slovaške na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Slovaška v skupni razvrstitvi držav zaseda 11. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju notranjega oblikovanja, tretje. Na področju arhitekture zaseda 11. mesto, na področju produktnega oblikovanja in mode 15. Po ravni BDP na prebivalca je na 7. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami pri obeh umešča na 12. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se uvršča na 11.mesto. Število podjetij delujočih v kulturnem sektorju je 7. najvišje.

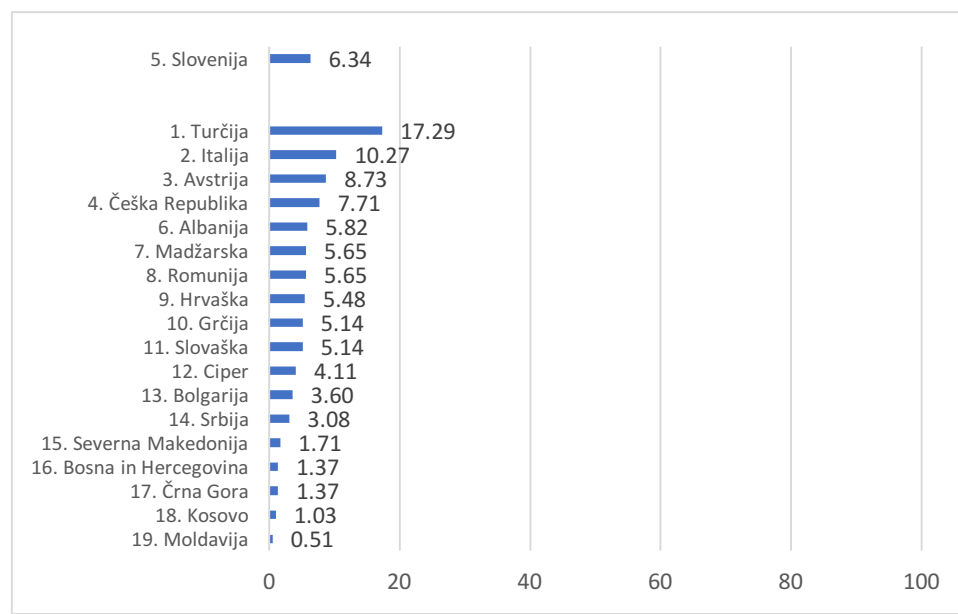
3.3.17. Slovenija

Tabela 19. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Slovenijo

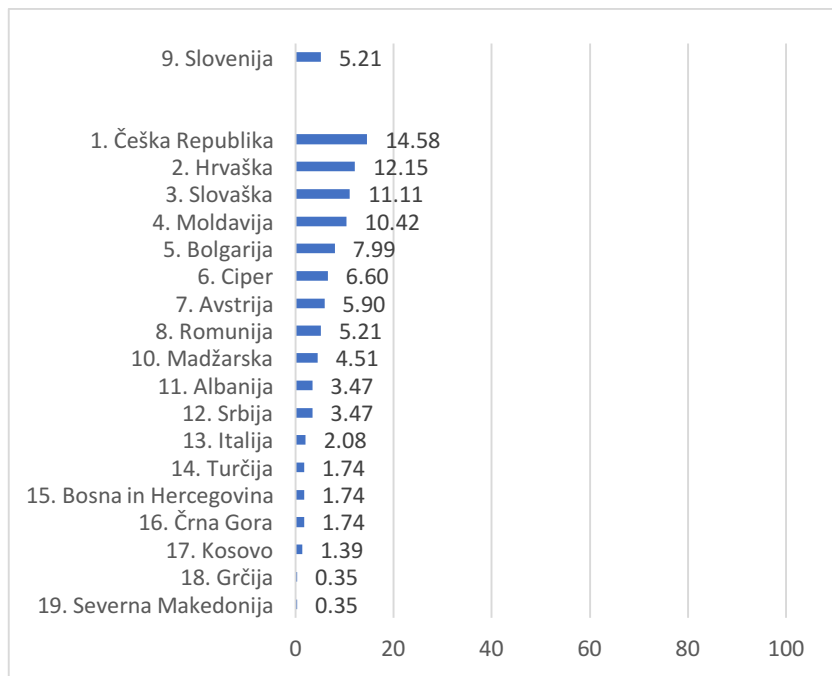
Število prebivalcev:	2.095.861	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	5,18
BDP na prebivalca* (v EUR):	20.700	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	12
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	15,8	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	40,0
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	8,61	Število podjetij v kulturnem sektorju:	9.360



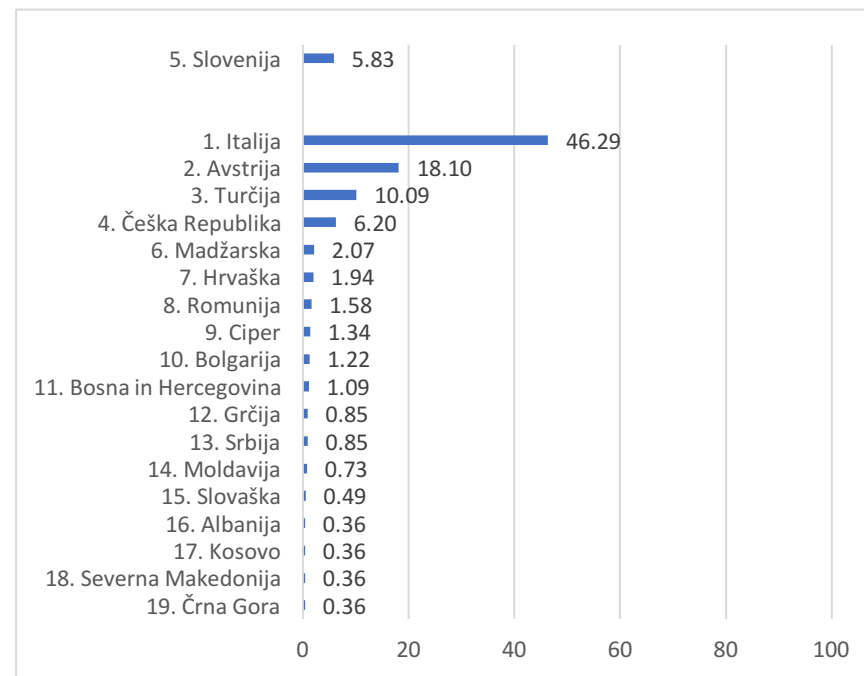
Slika 69. Skupna uvrstitev Slovenije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 70. Uvrstitev Slovenije na področju arhitekture.



Slika 71. Uvrstitev Slovenije na področju notranjega oblikovanja.



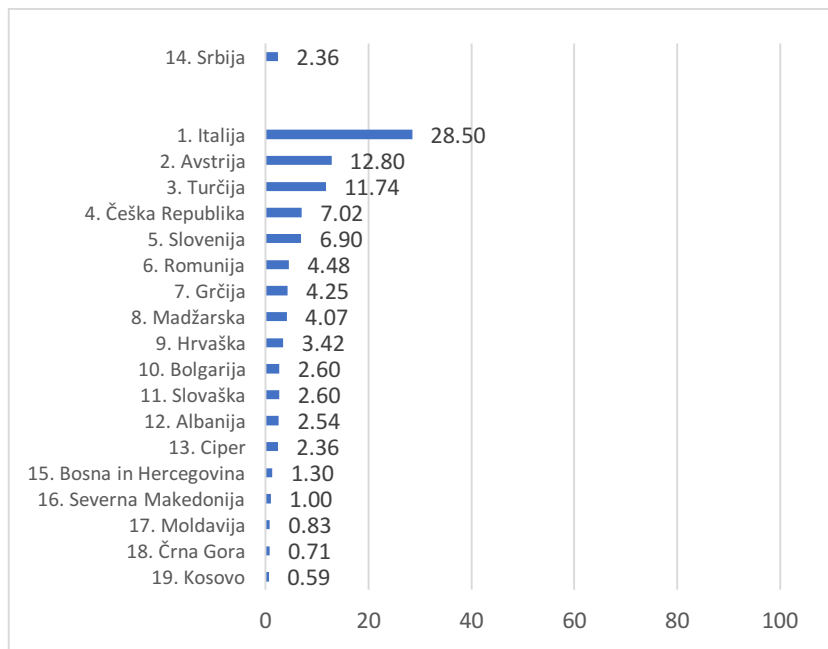
Slika 72. Uvrstitev Slovenije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Slovenija v skupni razvrstitvi zaseda 5. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju arhitekture ter na področju produktnega oblikovanja in mode, 5. mesto. Na področju notranjega oblikovanja je deveta. Po ravni BDP na prebivalca je na 4. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 2. in 8. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se uvršča na 12. mesto ter po številu podjetij delujočih v kulturnem sektorju na 8.

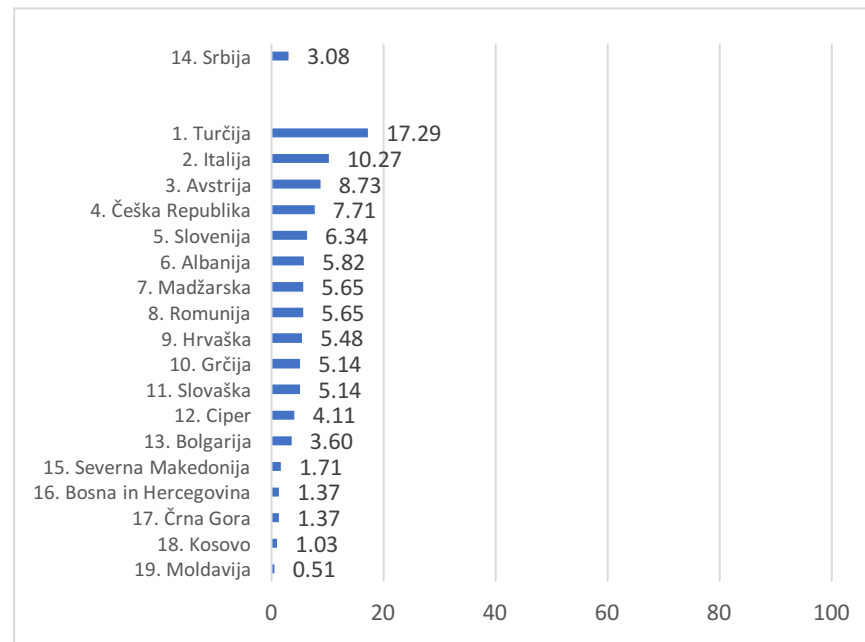
3.3.18. Srbija

Tabela 20. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Srbijo

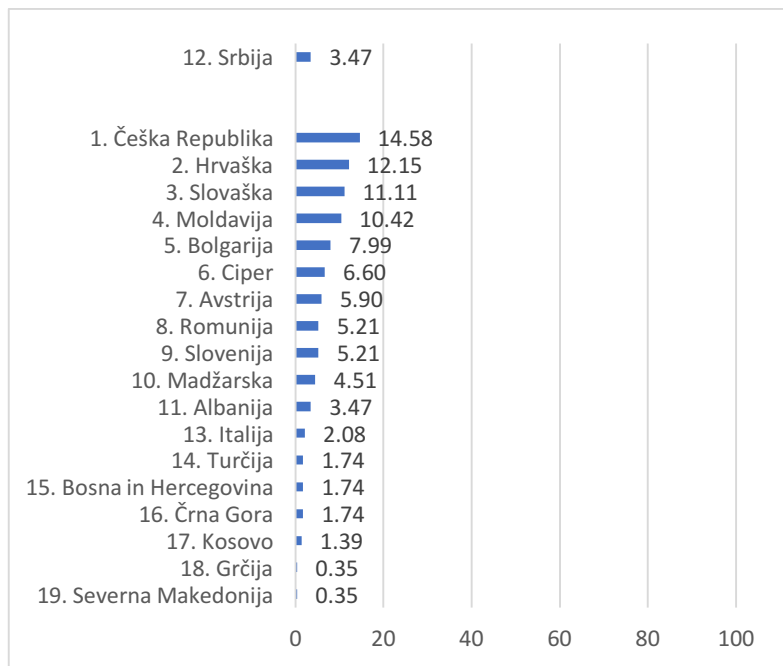
Število prebivalcev	6.926.705	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	6,65
BDP na prebivalca* (v EUR):	5.450	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	23,6
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	22,1	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	41
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	0,3	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



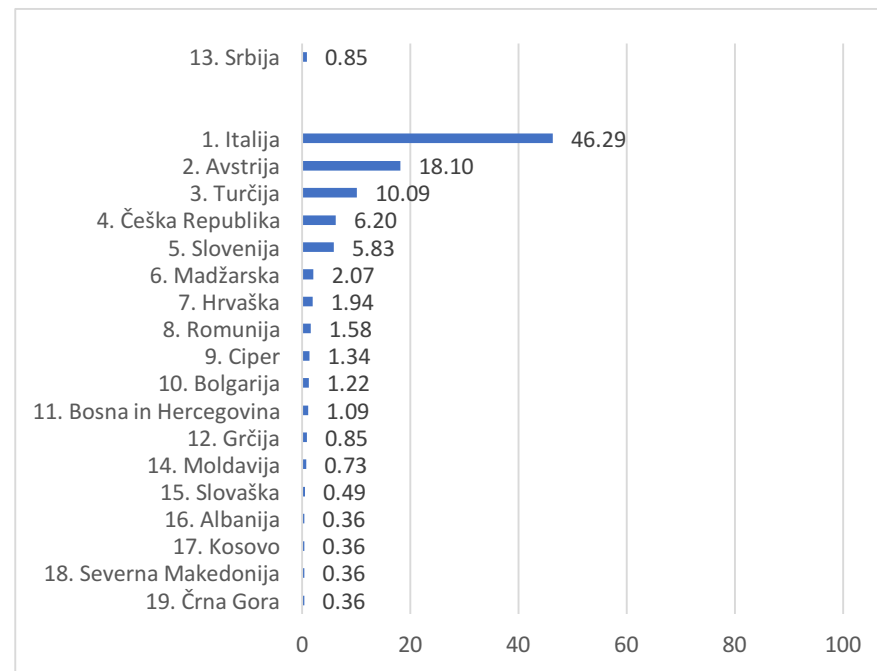
Slika 73. Skupna uvrstitev Srbije na Kreativnem barometru 2020. arhitekture.



Slika 74. Uvrstitev Srbije na področju



Slika 75. Uvrstitev Srbije na področju notranjega oblikovanja.



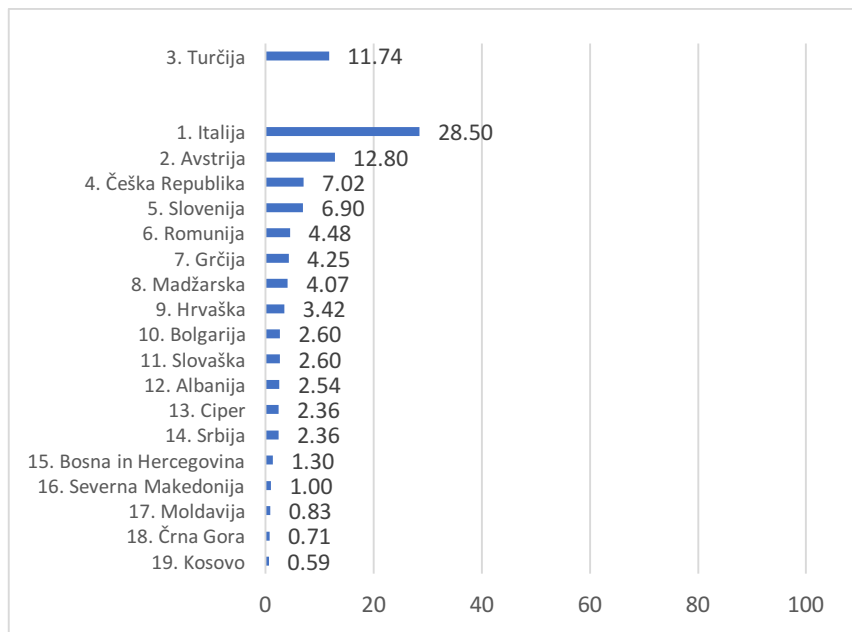
Slika 76. Uvrstitev Srbije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Srbija v skupni razvrstitvi držav zaseda 14. mesto. Med tremi podpodročji zaseda najvišje mesto na področju notranjega oblikovanja, 12. mesto. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 13. mesto, na področju arhitekture 14. Po ravni BDP na prebivalca je na 13. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 17. in 5. mesto. Po številu oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, se nahaja na 9. mestu.

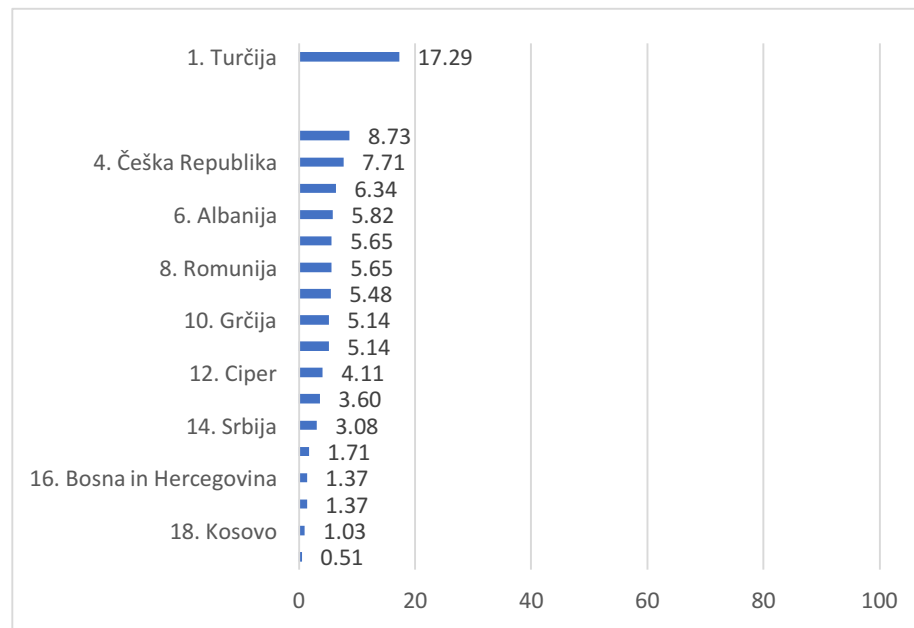
3.3.19. Turčija

Tabela 21. Kvantitativni dopolnilni indikatorji, pridobljeni za leto 2019 za Turčijo

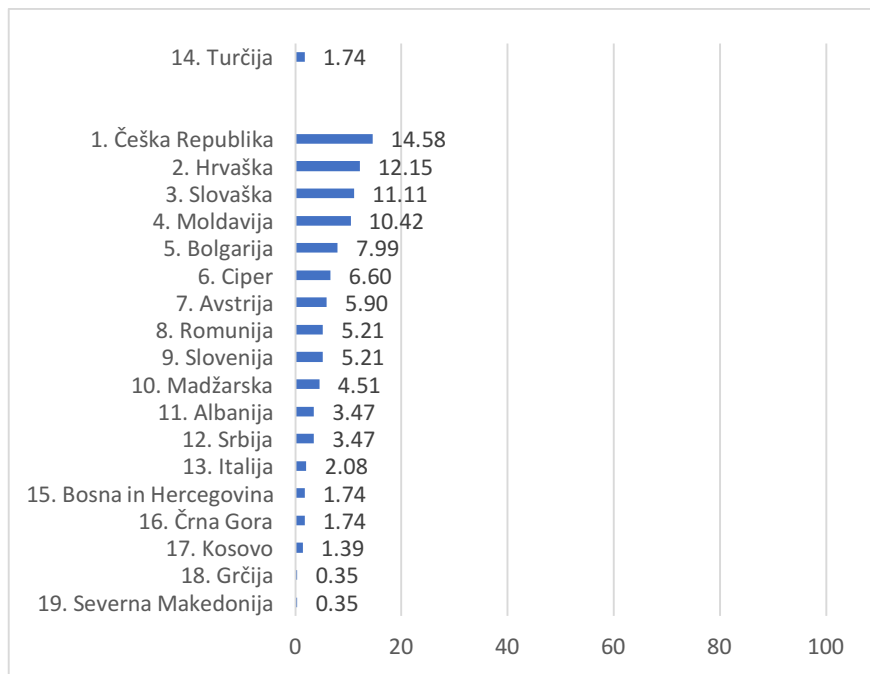
Število prebivalcev:	83.154.997	Mobilnost ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %):	0,0
BDP na prebivalca* (v EUR):	11.500	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč):	104,6
Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo:	60,5	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %):	41
Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %):	2,37	Število podjetij v kulturnem sektorju:	/



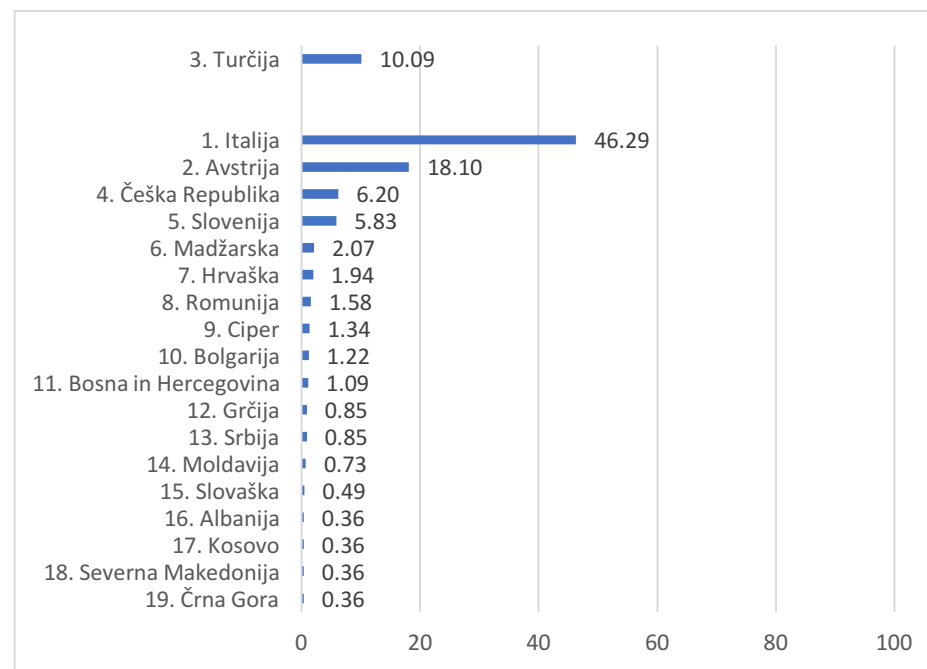
Slika 77. Skupna uvrstitev Turčije na Kreativnem barometru 2020.



Slika 78. Uvrstitev Turčije na področju arhitekture.



Slika 79. Uvrstitev Turčije na področju notranjega oblikovanja.



Slika 80. Uvrstitev Turčije na področju produktnega oblikovanja in mode.

OPIS REZULTATA DRŽAVE: Turčija v skupni razvrstitvi držav zaseda 3. mesto. Med tremi podpodročji je najvišje uvrščena na področju arhitekture, na 1. mestu. Na področju produktnega oblikovanja in mode zaseda 3. mesto, na področju notranjega oblikovanja 14. mesto. Po ravni BDP na prebivalca je na 10. mestu. Po mobilnosti ustvarjalcev glede na državo izvora in državo gostovanja se med devetnajstimi državami uvršča na 11. in 19. mesto. Število oseb, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci, je 2. najvišje.

4. INTERPRETACIJA

Kreativni barometer predstavlja nov način merjenja ustvarjalnosti, ki je bil primarno razvit za ocenjevanje ustvarjalnosti JV evropske regije. Z razvojem Kreativnega barometra smo želeli:

1. Opredeliti in preveriti ustreznost izvirnih kvalitativnih pokazateljev ustvarjalnosti.
2. Določiti kvantitativne statistične pokazatelje kreativnosti določenega območja in jih uporabiti kot pomagalo za razlago kvalitativnih pokazateljev ustvarjalnosti določenega območja.
3. Razviti mero ustvarjalnosti, ki omogoča oceno kreativnosti tudi v državah, ki so pri večini indeksov zaradi nedostopnosti ustreznih podatkov ustvarjalnosti izpuščene.
4. Razviti orodje, ki omogoča vpogled v stopnjo ustvarjalnosti kdoločene države in ki, lahko služi kot pomoč pristojnim institucijam pri načrtovanju razvoja kulturno kreativnega sektorja.

4.1. Uvrstitev držav na Kreativnem barometru 2020

Prva aplikacija razvitega orodja omogoča poglobljen vpogled v stanje kreativnosti na območju Jugovhodne Evrope. Države, ki so se na Kreativnem barometru 2020 izkazale kot najbolj ustvarjalne so Italija, Avstrija in Turčija. Sledita Češka na skupnem četrtem in Slovenija na petem mestu.

Visoki uvrstitvi Italije in Avstrije vsekakor nista presenetljivi, saj so visoko ustvarjalnost na teh območjih identificirali tudi drugi indeksi (CSI, 2014; ECI, 2009; F-ECI, 2004; GCI, 2015). Tako Italija kot Avstrija imata bogato kulturno-zgodovinsko dediščino (UNESCO, 2020). Obe državi sta skozi zgodovino veljali za zibelki umetnosti in kulture ter stičišče ustvarjalcev iz raznovrstnih panog. Tako okolje omogoča ustvarjalno klimo (Jacobs, 1993) in razvoj klastrov ustvarjalnega kadra.

Dosežke obeh držav lahko delno obrazložimo tudi z vključenimi kvantitativnimi kazalniki. Italija ima v primerjavi z drugimi vključenimi državami visoko število prebivalstva in posledično tudi večje število kreativnih posameznikov. Večje število prebivalstva običajno pomeni tudi večje število mest za katere je značilno

oblikovanje klastrov ustvarjalnega kadra in razvoja ustvarjalnih institucij (Florida, 2002; Jacobs, 1993). Tako Avstrija kot Italija imata med vključenimi državami tudi najvišjo raven povprečnega BDP na prebivalca, visok delež ustvarjalcev in samozaposlenih ustvarjalcev ter visoko število podjetij v kulturnem sektorju. Med devetnajstimi državami je Italija tudi najpogosteje izbrana država za gostovanje ustvarjalcev iz tujine (znotraj projekta Artist Abroad), prav tako je največ gostujočih ustvarjalcev Italijanov. Avstrija v obeh omenjenih merah zaseda 3. mesto, kar nakazuje na to, da je okolje zaznano kot ustvarjalcem strpno in spodbudno.

Bolj presenetljiva oziroma manj običajna je uvrščenost Turčije na tretje mesto najbolj ustvarjalnih držav Jugovzhodne Evrope. Turčija v raziskavi Globalnega kreativnega indeksa (2015) ni dosegla visoke uvrstitve, čeprav ima prav tako kot Italija in Avstrija bogato kulturno zgodovinsko dediščino (UNESCO, 2020). Turčija leži na stičišču Evrope in Azije, zaradi česar je podvržena raznovrstnim ustvarjalnim vplivom (Capone, Lazzeretti in Seçilmiş, 2014) in tudi v Turčiji se kulturne in kreativne industrije združujejo na območju večjih mest (Capone idr., 2014). Tudi kvantitativni kazalniki podpirajo ugotovitve Kreativnega barometra 2020. Turčija ima najvišje število prebivalstva in najvišji delež prebivalstva med 15. in 64. letom z opravljeno terciarno stopnjo izobrazbe (kar več kot 60 %). Turčija ima tudi drugi najvišji delež oseb, ki delujejo kot ustvarjalci in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci. Te ugotovitve podpirajo našo tezo, da mednarodne nagrade v primerjavi z dosedaj razvitimi indeksi omogoča bolj neposredno merjenje talenta določenega območja, saj je naš barometer prvi, ki je Turčijo zaznal kot ustvarjalno, ta rezultat pa dodatno potrjujejo dopolnilni kvantitativni kazalniki.

Skupno četrta najbolj ustvarjalna država na Kreativnem barometru 2020 je Češka. Na četrtem mestu je uvrščena na področju arhitekture in produktnega oblikovanja ter mode, najboljša v letu 2019 pa je na področju notranjega oblikovanja. Na Globalnem kreativnem indeksu je bila Češka v letu 2015 med preučevanimi devetnajstimi državami uvrščena na dvanajsto mesto, na indeksu Kreativnega prostora (CSI, 2014) pa na visoko, drugo mesto. Kvantitativni kazalniki potrjujejo, da je Češka ustvarjalna država. Visoko se uvršča po kazalnikih mobilnosti ustvarjalcev, tako pri gostovanjih v tujini kot tudi kot država gostiteljica. Tretje najvišje uvrščena je po številu ustvarjalcev in celo druga po številu podjetij delujočih v kulturnem sektorju.

Slovenija se je na Kreativnem barometru 2020 uvrstila na skupno 5. mesto, prav tako zaseda 5. mesto na področju arhitekture ter na produktnega oblikovanja in mode. Na področju notranjega oblikovanja se je Slovenija uvrstila na 9. mesto. Slovenija se je na merah ustvarjalnosti že v preteklosti uvrščala na visoke položaje (CSI, 2014), na Globalnem kreativnem indeksu, ki je bil nazadnje merjen

leta 2015, je bila med državami Jugovzhodne Evrope celo prva. Tudi kvantitativni kazalniki kažejo na to, da je Slovenija ustvarjalna država. Ima namreč drugi največji delež posameznikov, ki so gostovali v programu Artists Abroad. Od devetnajstih držav je bila osma najpogosteje izbrana država za gostovanje v programu Artists Abroad. Osma je po številu podjetij v kulturnem sektorju in po deležu samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalci. Slovenija je torej zaznana kot spodbudno okolje za razvijanje ustvarjalnosti.

Najnižje so se na Kreativnem barometru 2020 uvrstile Moldavija, Kosovo in Črna gora. Te države tudi na podkategorijah Kreativnega barometra zasedajo slabše položaje, z izjemo Moldavije, ki je na področju notranjega oblikovanja na 4. mestu. Kreativni barometer je prvo orodje, ki je preučevalo kreativnost Kosova, saj ta država v pretekle raziskave še ni bila vključena, zaradi česar so primerjave z ugotovitvami rezultatov drugih indeksov onemogočene. Moldavija in Črna gora sta bili v preteklosti vključeni v raziskavo Globalnega kreativnega indeksa (2015). Moldavija je izmed preučevanih devetnajstih država Jugovzhodne Evrope zasedala 16. mesto, Črna gora pa visoko, 6. mesto. Kvantitativni dopolnilni kazalniki Črne gore kažejo na nizko udeležbo programa Artists Abroad, tako po številu udeležencev, ki so gostovali, kot po pogostosti izbrane države za gostovanje. Črna gora ima prav tako nizko število oseb, ki v državi delujejo kot ustvarjalci. Kvantitativni podatki tako kažejo na skladanje z nizkim ugotovljenim številom nagrad. Za Moldavijo in Kosovo je sicer dostopnih manj kvalitativnih podatkov, vendar tudi ti kažejo na nizko udeležbo v programu Artists Abroad. Pri vseh treh državah gre za države, ki so pri drugih indeksih tako ali drugače pogosto spregledane. Veliko težavo predstavlja dostopnost podatkov, zaradi česar so ugotovitve preteklih indeksov pogosto omejene. Te države najverjetneje niso manj ustvarjalne, nizki rezultati na Kreativnem barometru 2020 bolj kažejo na to, da so pogosto spregledane in premalo prisotne na mednarodnem zemljevidu ustvarjalnosti. Tovrstne meritve so za te prezrte države še posebej pomembne, saj lahko pomagajo pri oblikovanju ustreznih politik za razvoj kulturno-kreativnega sektorja.

Rezultati Kreativnega barometra 2020 kažejo, da so dosežki držav na področju arhitekture in produktnega oblikovanja ter mode primerljivi. Najvišje se uvrščajo države Italija, Avstrija, Turčija, Češka in Slovenija, medtem, ko so na področju notranjega oblikovanja kot najbolj ustvarjalne prepoznane poleg Češke, Slovaška, Hrvaška, Moldavija in Bolgarija. Je morda kategorija notranje oblikovanje najbolj dostopna najširšemu krogu ustvarjalcev, saj so sredstva za izvedbo projektov notranjega oblikovanja lahko, čeprav ne nujno, manjša kot pri arhitekturnih ali produktnih projektih, ki za uresničitev zahtevajo večjo finančno

investicijo? Je torej kvalitativni kazalec nagrad notranjega oblikovanja med vključenimi nagradami najbolj bližnji ustvarjalnosti?

4.2. Metodološke prednosti in omejitve Kreativnega barometra

Kreativni barometer je orodje, ki nam omogoča ocenjevanje kreativnosti določenega območja. Ker primarno uporablja kvalitativen pristop k preučevanju kreativnosti, z njim lahko ocenjujemo tudi kreativnost držav, ki v preteklosti niso bile vključene v raziskave kreativnosti ter dosežke primerjamo med državami. Prednost pred ostalimi do sedaj razvitimi indeksi ustvarjalnosti je tudi unikatno merjenja talenta, saj preučuje kreativnost držav izključno na podlagi nagrad, ki jih država podeljuje s področja arhitekture, interierja, produktnega oblikovanja in mode, kar omogoča bolj direktno merjenje ustvarjalnosti določenega območja. Skladno s humanistično definicijo ustvarjalnosti Kreativni barometer ni osredotočen na vključevanje ekonomskih indikatorjev kreativnosti, s čimer zmanjšujemo tveganje, da z indeksom merimo ustvarjalnost in ne drugih sorodnih pojavov kot npr. inovativnosti.

Ker gre za prvi takšen poskus preučevanja pojava in posledično beta verzijo indeksa, ima Kreativni barometer tudi določene omejitve in številne možnosti nadgradnje. Glavna pomanjkljivost Kreativnega barometra je tudi njegova največja prednost. Ker vključuje mehkejše mere ustvarjalnosti so lahko v primerjavi s statističnimi merami te bolj subjektivne, kar otežuje primerljivost med državami. Kot pomoč pri interpretaciji smo se zato odločili tudi za vključitev določenih izbranih statističnih pokazateljev ustvarjalnosti. Ker so podatki za določene države dostopni, za druge pa žal ne, ti podatki ne vplivajo na izračunan indeks kreativnosti države. V prihodnosti je naš cilj v indeks vključiti tudi dodatne in upajmo, širše dostopne statistične pokazatelje, ki ustrezno odražajo stanje ustvarjalnosti določene države.

Nismo prvi, ki kreativnost določenega območja poskušamo meriti na podlagi analize nagrad, ki jih območje podeljuje. Tega so se lotili že Kilgour, Sasser in Koslow (2012), ki so ustvarjalnost preučevali na podlagi nagrad s področja oglaševanja. Zaključili so, da so oglaševalske nagrade pristranske, saj pri podeljevanju in ocenjevanju ustvarjalnosti v večini upoštevajo le kriterij originalnosti, ne upoštevajo pa tudi vidika uporabnosti. Izbrane mednarodne nagrade, ki jih upoštevamo pri barometru vključujejo tudi uporabnostni vidik dosežkov, zato menimo, da Kreativni barometer v zadostni meri upošteva oba vidika ustvarjalnosti: tako originalnost kot uporabnost.

Sekundarno zbiranje podatkov na kvantitativni in kvalitativni ravni ima svoje prednosti in pomanjkljivosti. Ker gre za začetno fazo razvoja barometra ima velike možnosti nadaljnjega razvoja in nadgraditve. Na kvalitativni ravni se lahko problematizira število in področje vključenih nagrad. Nabor nagrad je bil strokovno izbran v sodelovanju z Zavodom BIG, kjer so izbrali vsebinsko najustreznejše nagrade za posamezno področje. Vključitev strokovnih kriterijev nabora predstavlja prednost v oblikovanju barometra. Pomanjkljivost pa je, da nagrade Zavoda BIG predstavljajo kar 47,4 odstotkov vseh upoštevanih nagrad. To je zagotovo pomanjkljivost, ki jo nameravamo v prihodnjih fazah razvoja odpraviti, torej delež nagrad posamezne organizacije zmanjšati. Nasploh bi bilo število vključenih nagrad višje. Večji nabor nagrad bi bil lahko izbran za področje mode, tako da bi tudi to področje lahko nastopalo kot samostojna kategorija. V prihodnje bi bilo vredno razmisliti tudi ali se v merjenje dodajo še druga področja ustvarjalnega izražanja kot na primer vključevanje nagrad s področja sodobne umetnosti.

Na kvantitativni ravni je problematiziranju podvržen izbor sekundarnih kazalnikov. Dodatno, njihova omejenost le na en vir, podatkovne baze in gradivo Evropske unije. V nadaljnjem razvoju Kreativnega barometra je tako potrebno nabor kazalnikom nadgraditi z drugimi mednarodno primerljivimi viri za vključene države JV regije oz. poiskati kazalnike, ki bi bilo na voljo za vse vključene države.

LITERATURA

- Bowen, H., Moesen, W. in Sleuwaegen, L. (2008). A Composite Index of the Creative Economy. *Review of Business and Economics*, 54(4), 375–397.
- Capone, F., Lazzeretti, L. In Seçilmiş (2014). Cultural and creative industries in Turkey. *Regional Studies Association European Conference*, 1–22.
- Correia, C. M. in Costa, J. S. (2014). Measuring Creativity in the EU Member States. *Investigaciones Regionales*, 30, 7–26.
- European Commission (2009). The impact of culture on creativity. KEA.
- Eysenck, H. J. (1996). *The Measurement of Creativity, v: Dimensions of Creativity*, Boden, M. A. (ur.) Cambridge, Massachusetts: the MIT Press.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R., Mellander, C. in King, K. (2015). *The Global Creativity Index*. Martin Prosperity Institute.
- Florida, R. in Tinagli, I. (2004). *Europe in the Creative Age*. Demos.
- Hoelscher, M. in Schubert, J. (2015). Potential and Problems of Existing Creativity and Innovation Indices. *Creativity Research Journal*, 27(1), 1–15.
- Home Affairs Bureau of the Hongkong Special Administrative Region Government (2004). *A Study on Creativity Index*. Hong Kong: Hong Kong University of Cultural Policy Research Center.
- JACOBS, J. (1993), *The Death and Life of Great American Cities*, New York: Random House Publishing Group.
- Kačerauskas, T. (2015). The Indices of Creative Cities: the Global and Local Aspects. *European Journal of Social Sciences*, 2(3), 95–100.
- Kloudova, J. in Stehlikova, B. (2018). Creativity Index for the Czech Republic in Terms of Regional Similarities and Geographic Location. *G Economics and Management*, 100–109.
- Likar, B. (2001). *Inoviranje*. Koper: Visoka šola za management Koper.
- Opaka, M. (2008). Ustvarjalnost - proces, oseba in produkt: Pregled nekaterih odkritij o ustvarjalnosti v zadnjem desetletju. *Psihološka obzorja*, 17(2), 77–90.
- Pečjak, V. (1987). *Misliti, delati, živeti ustvarjalno*. Ljubljana: DZS.

Plucker, J. A. in Beghetto, R. A. (2004). Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research. *Educational Psychologist*, 39(2), 83–96.

Rodrigues, M. in Franco, M. (2019). Composite index to measure cities' creative performance: An Empirical study in the Portuguese context. *Sustainability*, 11(3), 1–21.

Skavronska, I. V. (2017). Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*, 10(2), 87–106.

Trstenjak, A. (1981) *Psihologija ustvarjalnosti*. Slovenska matica, Ljubljana.

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010*. Geneva: United Nations.

UNESCO. (2000). *World Culture Report*. Paris: UNESCO Publishing.

UNESCO (2020). *World Heritage List*. Pridobljeno s strani: <https://whc.unesco.org/en/list/?search=&order=country>

Kazalniki:

- Število prebivalcev: The number of persons having their usual residence in a country on 1 January of the respective year. When usually resident population is not available, countries may report legal or registered residents. EUROSTAT, zadnja sprememba 9.10.2020.
- BDP na prebivalca (v EUR): Real GDP per capita. EUROSTAT, zadnja sprememba 20.10.2020.
- Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo. Population by educational attainment level, Tertiary education (levels 5-8). From 15 to 64 years. EUROSTAT, zadnja posodobitev 25.10.2020.
- Mobilnost ustvarjalcev, za leto 2019. Publikacija. Artist Abroad. 18.6. 2020. Evropska komisija. Dostopno na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/fb0d6926-b1d2-11ea-bb7a-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-138499746>
- Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč). Persons working as creative and performing artists, authors, journalists and linguists. EUROSTAT, zadnja sprememba 20.10.2020.
- Število podjetij v kulturnem sektorju. Number of enterprises in the cultural sectors by NACE Rev. 2 activity. Za leto 2017. EUROSTAT, zadnja posodobitev 17.3.2020.

5. PRILOGE

Tabela 22. Rangi kvantitativnih dopolnilnih kazalnikov na Kreativnem barometru 2020

	Število prebivalcev	BDP na prebivalca* (v EUR)	Delež prebivalcev z visoko stopnjo izobrazbo	Mobilnost ustvarjalcev - Država prebivališča ustvarjalcev, ki gostovali (v %)	Mobilnost - ustvarjalcev - Izbrana država gostovanja (v %)	Osebe, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v tisoč)	Delež samozaposlenih, ki delujejo kot ustvarjalni in nastopajoči umetniki, avtorji, novinarji in jezikoslovci (v %)	Število podjetij v kulturnem sektorju
Albanija	12	/	/	13	16	/	/	/
Avstrija	7	1	11	3	3	4	3	6
Bolgarija	8	12	8	9	10	8	10	/
Bosna in Hercegovina	/	/	/	15	11	/	/	/
Ciper	16	3	9	14	14	14	7	10
Češka	5	5	16	6	4	3	2	2
Črna Gora	17	/	13	16	17	15	/	/
Grčija	4	6	4	5	2	6	11	4
Hrvaška	11	9	12	8	9	10	13	9
Italija	2	2	2	1	1	1	1	1
Kosovo	15	/	/	/	15	/	/	/
Madžarska	6	8	10	7	7	5	9	3
Moldavija	/	/	5	18	18	/	/	/
Romunija	3	11	6	4	6	7	/	5
Severna Makedonija	14	/	3	10	13	13	12	11
Slovaška	10	7	15	12	12	11	4	7
Slovenija	13	4	14	2	8	12	8	8
Srbija	9	13	7	17	5	9	5	/
Turčija	1	10	1	11	19	2	6	/

