

Alytaus ir Utenos apskričių kūrybinių industrijų žemėlapis

TYRIMO SANTRAUKA

Vilnius, 2005

Europos kultūros programų centras (EKPC) visada domėjosi ne tik tiesiogiai kultūros tarptautinio bendradarbiavimo projektams skirta Europos Sąjungos programa „Kultūra 2000“, bet ir kitomis kultūros sektoriaus finansavimo galimybėmis, kurias atvėrė Lietuvos įstojimas į ES.

EKPC jau surengė konferencijas „ES struktūriniai fondai ir kultūra“ (2002 m.) ir „Kūrybinės industrijos: galimybė Europoje ir Europai“ (2003 m.). Toliau dalydamiesi informacija ir patirtimi su visose ES šalyse veikiančiais Kultūros kontaktų biurais, bendradarbiaudami su LR kultūros ministerija ir Britų taryba, remiami Atviros Lietuvos fondo ir LR kultūros ir sporto rėmimo fondo, jau antrus metus gilinamės, kaip kultūra gali veikti regioninę plėtrą.

Nors kultūra kaip sritis nėra ES struktūrinių fondų taikiklyje, tačiau kitų šalių ir nese-na Lietuvos patirtis rodo, kad kai šis sektorius pasitelkiamas rengiant verslo, švietimo ar socialinius projektus, sukuriamas sinerginis efektas. Taip pat ir regionų plėtra be integruoto kultūros komponento negali būti iš tiesų tolygi ir visapusiška.

Šiame leidinyje pristatome dviejų Lietuvos regionų – Alytaus bei Utenos apskričių – kūrybinių industrijų tyrimo santrauką. Nuoširdžiai dėkojame iš akademinės visuomenės, verslo ir savivaldos atstovų suburtai darbo grupei, atlikusiai šį didžiulį darbą. Visas tyrimo tekstas lietuvių kalba skelbiamas EKPC svetainėje www.durys.org. Tai pirmasis bandymas nuosekliau įsigilinti į vieną iš kūrybinių industrijų aspektų, pažiūrėti, kokios jos potencijos stiprinant regionus. Tikime, kad šis darbas pranašauja visos Lietuvos kūrybinių industrijų žemėlapiu sukūrimą.

Elona Bajorinienė

Europos kultūros programų centro direktorė

Projektą „Galimybė Europoje: kūrybinės industrijos ir regioninė plėtra“ inicijavo LR kultūros ministerija ir Europos kultūros programų centras.

ŽEMĖLAPIJ RENGĖ

PROF. DR. GINTAUTAS MAŽEIKIS

Šiaulių universiteto Filosofijos katedros vedėjas,
Kultūrinės antropologijos centro direktorius

DOC. DR. JŪRATĖ ČERNEVIČIŪTĖ

Vilniaus universiteto Kauno humanitarinio fakulteto Filosofijos
ir kultūros studijų katedros vedėja

ALGIMANTA ŠČIGLINSKIENĖ

Alytaus verslo konsultacinio centro direktorė

INGRIDA TATARŪNĖ

Zarasų raj. savivaldybės administracijos Planavimo ir finansų
skyriaus vyr. specialistė

ŽEMĖLAPIO RENGIMĄ RĖMĖ

Britų taryba Lietuvoje
Atviros Lietuvos fondas
LR kultūros ir sporto rėmimo fondas

Išleido Europos kultūros programų centras, J. Basanavičiaus g. 5, LT-01118 Vilnius

Redagavo Kalbos ir komunikacijos centras, Karmelitų g. 4–14, LT-01129 Vilnius

Apipavidalino *Interse*, Žygimantų g. 10–3, LT-01102 Vilnius

Spausdino *ArxBaltica*, Antakalnio g. 28, LT-10305 Vilnius

Populiariausias metodas aprašyti kūrybines industrijas (toliau – KI) yra žemėlapis (angl. *Creative Industries Mapping Document*). Žemėlapio terminas (geografinė, ekonomine ir kultūrine prasme) rodo, kad pagal pasirinktą mastelį (pvz., atsižvelgiant į ekonominius rezultatus, perspektyvą, garsumą) įvardijamos tam tikro geografinio regiono įmonės ir įstaigos, kurios plėtoja KI. Paprastai KI žemėlapuose pateikiama duomenų apie KI įmonių veiklą, laimėjimus, bendradarbiavimą, kompetenciją (gebėjimus, nuostatas, žinias), perspektyvas.

Turinys

- 9** Įžanga
- 11** Pagrindinės sąvokos ir KI raidos tendencijos
- 16** Alytaus apskrities KI
- 18** Utenos apskrities KI
- 20** Sėkmingo Alytaus ir Utenos apskričių kūrybinio verslo pavyzdžių analizė
- 24** Kūrybinių gebėjimų ištekliai ir poreikiai Alytaus ir Utenos apskrityse
- 27** Išvados ir rekomendacijos

AKTUALUMAS

Kūrybinės industrijos (toliau – KI) yra pažangus, modernus rinkos ir meno plėtros modelis, pritaikytas daugelyje ES šalių, jį šiuo metu bando įdiegti ir Lietuva. Nuo Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo iki pat 2005 metų didžiąją dalį kultūrinę veiklą vykdančių įstaigų sudarė valstybinės įstaigos arba viešosios įstaigos, kurių steigėjas yra valstybė arba kurias valstybė bent jau gausiai dotuoja ir taip reglamentuoja jų veiklą.

Tik nedidelė šių įmonių dalis tapo visai nepriklausomos nuo valstybės ir įsiliejo į laisvosios rinkos konkurencijos erdvę, pakludamos griežtiems pasiūlos ir paklausos dėsniams. Kita vertus, visa aibė veiklų, artimai susijusių su kultūra ir menu, buvo tarsi atribotos nuo kultūros ir meno srities arba tarsi pradėtos jos ignoruoti: architektūra, dizainas, reklama, drabužių modeliavimas, programavimas. Pagaliau labai mažas dėmesys buvo ir yra skiriamas nekomercinio meno ir profesionalaus, industrinio meno interaktyvioms sąsajoms ir šioms sąsajoms palaikyti, tarsi visi tie, kas prisiliečia prie privataus kapitalo kilmės meninių industrijų, būtų atskirtini nuo „grynojo“ meno.

Susiklosčius tokiai situacijai, KI raida Lietuvoje tebėra problemiška. Padėtį dar apsunkina tas faktas, kad daugelis valstybės tiesiogiai dotuojamų institucijų bijo konkurencijos laisvojoje rinkoje ir nuolatos byloja apie kultūros nuostolingumą. Bet būtent KI modelis atveria puikias galimybes susiejant verslą ir meną stipriai stimuliuoti Lietuvos ūkio raidą.

Be to, Kultūros politikos ir kultūros ekonomikos sritis Lietuvoje taip pat nėra pakankamai išplėtotą: šiomis temomis apginta vos keletas disertacijų, nėra publikuojamos Lietuvos autorių monografijos. Tačiau komercinių televizijų plėtra, laisvalaikio industrijos greitas vystymasis daro KI sektorių vis labiau įtakingą ir turintį vis daugiau valstybinės reikšmės. Pagaliau KI skatina plėtoti ir ES Lisabonos strategija, ypač vėlesni Didžiosios Britanijos, Olandijos, Vokietijos, taip pat ir Lietuvos dokumentai, kuriuose aiškinamas šios strategijos turinys.

Atsižvelgiant į Lisabonos strategiją, į ES strategines gaires ir į Lietuvos nacionalinę strategiją 2007–2013 metams, vykdant aptariamąjį projektą buvo vertinamas KI strategijos aktualumas, galimybės, problemos, sudaromas KI žemėlapis. KI tiesiogiai užtikrina ekonominių ir kultūrinių sričių integraciją, aktyviai skatina smulkaus ir vidutinio verslo raidą bei bendrą kūrybingumo ir verslumo didėjimą, žinių ekonomikos plėtrą bei aukštųjų technologijų diegimą.

Tyrimui pasirinktos dvi panašios, tačiau gana toli viena nuo kitos esančios apskritys: Alytaus ir Utenos. Jų panašumai: gausūs gamtiniai išteklių, turizmo sektoriaus akcentavimas, pasienis, jose nėra didelių miestų, panašios ekonominės problemos (didelis nedarbas tam tikruose rajonuose ir miesteliuose), lygiavertis Lietuvos didiesiems miestams kultūros ir laisvalaikio poreikių tenkinimo stygius.

PROJEKTO TIKSLAI

- > Įvertinti KI plėtros galimybes, kliūtis ir tikslumą Lietuvoje;
- > įvertinti, kaip efektyviai KI užtikrina verslo ir kultūros sąveiką, skatina žinių ekonomikos ir aukštųjų technologijų skvarbą;
- > perprasti KI plėtros principus ir juos aprobuoti atliekant bandomąjį KI tyrimą Alytaus ir Utenos apskrityse.

PROJEKTO UŽDAVINIAI

- > Sukurti Alytaus ir Utenos apskričių KI žemėlapių;
- > įvertinti KI raidos Alytaus ir Utenos apskrityse galimybes;
- > apibūdinti gebėjimų poreikius šiose apskrityse;
- > išanalizuoti sėkmingai veikiančių KI atvejus ir jų sėkmės prielaidas;
- > atsižvelgiant į gautus rezultatus, hipotetiškai įvertinti KI strategijos galimybes kitose Lietuvos apskrityse.

METODIKA

Alytaus ir Utenos apskričių žemėlapis buvo rengiamas atsižvelgiant į Didžiosios Britanijos Vyriausybės darbo grupės „KI užduočių pajėgos“¹ (vadovas P. Mendelso-nas) tyrimus apie šios šalies kūrybines ekonomines veiklas. Pasinaudota jų 1998–2005 metais parengtais KI žemėlapių dokumentais², kurie buvo reikšmingi teoriniam ir praktiniam konkrečių kūrybinių ekonominių veiklų klasifikavimui ir aptarimui.

Tyrimo metu buvo panaudoti šie metodai: statistinių duomenų analizė, interviu ir atvejų analizė, institucijų ekonominių, administracinių ir meninių sąveikų tyrimas (anketavimas) ir ekonomikos klasterio ryšių analizė, gebėjimų tyrimas ir analizė.

1 *Creative Industries Task Force*, www.red-star-research.org.uk/subframe2.html.

2 *Creative Industries Mapping Document*, London: Department for Culture, Media and Sport, 1998–2005 (to paties pavadinimo leidiniai).

Pagrindinės sąvokos ir KI raidos tendencijos

Sėkminga KI veikla kuria naujus vartotojus, padeda įvesti į rinką originalius produktus, pritraukti nuolatinius turistų srautus, skatina paslaugų sektoriaus plėtrą, gebėjimų ir žinių ekonomiką, kūrybinių kompetencijų eksportą.

KI – TAI VEIKLA, TURINTI ŠIUOS BŪTINuosius POŽYMIUS

- > Kūrybingumas (spontaniškumas, nelinijškumas);
- > verslumas (gebėjimas adaptuoti KI veiklas rinkai);
- > didelis meninių gebėjimų ir talentų spektras;
- > autorinė (intelektinė) nuosavybė;
- > gamybinis pakartojamumas (svarbus industriškumo požymis);
- > komercinis arba visuomeninis paklausumas ir gebėjimas jį skatinti.

KI SRIČIAI PRIKLAUSO ŠIOS VEIKLOS

- > Reklama;
- > architektūra;
- > amatai;
- > mada ir drabužių dizainas (ateljė);
- > kino filmai ir videoprodukcija;
- > grafinis dizainas;
- > skaitmeninė laisvalaikio aplinka (kompiuteriniai žaidimai, programinės įrangos kūrimas³);
- > gyva muzika ir įrašai (autorių teisių distribucija ir priežiūra);
- > atlikėjų menai;
- > pramogų industrija;
- > televizija, radijas, žurnalai, laikraščiai, internetas (autorinės laidos ir puslapiai);
- > vizualiniai menai ir antikvariatas;
- > leidyba;
- > renginiai.

3 Dėl daugelio išvardytų KI vyksta vieno ar kito pobūdžio diskusijos.

KI VERSLO POŽYMAI

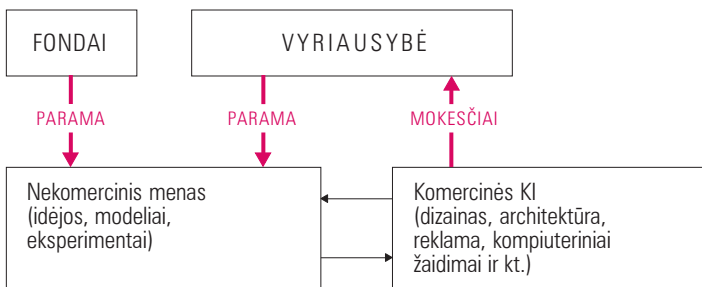
- > Efektyviai veikia smulkiose ir vidutinėse įmonėse;
- > paklūsta rinkos dėsniams ir kūrybinio naikinimo (nuolatinio atsinaujinimo⁴) principui;
- > itin imlus globalizacijos bei globalinio kaimo⁵ iššūkiams;
- > tenkina šiuolaikinio fragmentuoto subjekto įvairovės poreikį;
- > lengvai ritualizuojamas ir tampa švenčių bei kultūros, identiteto, ideologijos dalimi.

KI LAIKO POŽIŪRIU SKIRSTOMOS

- > Reguliariai veikiančios (dizaino studijos, madų ateljė, reklamos kūrimo biurai, liaudies šokių ansambliai);
- > ritmiškai veikiančios (renginius, šventes organizuojančios viešosios įstaigos);
- > vieno sezono principu veikiančios (didelio renginio organizacinis komitetas).

Labai svarbu, kad būtų realizuota efektyvi nekomercinio meno ir KI sąveika, kadangi tik tai užtikrina greitą ir sėkmingą KI raidą.

Nekomercinio meno ir KI sąveika



4 Kūrybinis naikinimas (angl. *Creative destructions*) – sąvoka, kurią šiuolaikiniai ekonomistai, pradedant J. Shumpeteriu ir A. Groves, taiko apibūdindami šiuolaikinių įmonių raidą. Teigiama, kad šiuolaikinė didelė konkurencija ir monopolijų ribojimas lemia tai, kad sėkminga įmonės veikla galima tik reguliariai ir vis dažniau iš esmės atnaujinant visas savo veiklas. Globalizacijos sąlygomis neįmanoma kontroliuoti ar sekti visų savo konkurentų veiklos. Todėl nespėjus laiku atnaujinti veiklos panaikinant senas technologijas, darbo organizavimo principus, konkurentai neišvengiamai šią įmonę sunaikins. Tai ypač svarbu KI verslui, kur naujumas ir originalumas yra verslumo dalis.

5 Globalinis kaimas (angl. *Global village*) – šiuolaikinė globalizacijos kritikų sąvoka, nurodanti, kad kiekviena šiuolaikinio pasaulio vietovė savitai suvokia ir naujai išplėtoja bendruosius globalizacijos produktus. Taip elgiasi, pavyzdžiui, žurnalas „Cosmopolitan“.

Nekomercinio meno institucijose vykdomi svarbiausi, drąsiausi eksperimentai, čia kuriama miesto raidai, jo ekonomikos klasterių plėtrai palanki kūrybinė aplinka. Todėl investicijos į nekomercinį meną galiausiai virsta priemone ugdyti komercinių KI gebėjimus, nuostatas, vartotojus. KI raida priklauso ne tik nuo to, kiek valstybė surenka mokesčių į valstybės biudžetą ir kaip juos perskirsto, dalį gautų lėšų skirdama nekomercinėms KI (vaizduojamiesiems ir atlikėjų menams). Svarbu, kad kompetencijų ir interesų apykaita tarp valstybinių įstaigų, nekomercinio meno institucijų ir komercinių KI vyktų nuolatos, o sąveikos kanalai būtų atviri.

Santykis tarp nekomercinės meninės veiklos ir komercinių KI panašus į stambių bendrovių investavimą į fundamentaliuosius ir taikomuosius mokslinius tyrimus, kurie, nors ir negali būti tiesiogiai pelningi, tačiau be jų, be šiuolaikinių technologijų pažangos negalima ir tolesnė kompanijų raida. Todėl didžiosios ir vidutinės įmonės, turinčios pakankamai resursų, investuodamos į savo aplinkoje veikiančias mokslines ar menines institucijas gali tikėtis originalių, kūrybinių sprendimų. Kitaip tariant, investicijos į mokslą ar į meną užtikrina tolesnę sėkmingą komercinių įmonių raidą, o be tokių aktyvių sąsajų jokie kūrybiniai, inovaciniai išradimai, proveržiai negalimi.

KI IR EKONOMIKOS KLASTERIŲ PRINCIPAI

KI veikla susijusi ne su sektorių ar šakų raidos ekonomika, bet su ekonomikos klasterių plėtra. Klasteris yra bendradarbiaujančių ir tarpusavio priklausomybės ryšiais susijusių įmonių ir institucijų interaktyvus vietinis tinklas. Tai erdvinis ir laikinis įmonių, organizacijų, bendruomenių, paslaugų tiekėjų, asocijuotų institucijų (universitetų, standartų ir prekybinių asociacijų) tinklas, kurio elementai bendradarbiauja, konkuruoja, tačiau kurių veiklos sėkmė tiesiogiai priklauso nuo kitų tinklo elementų sėkmės.

EKONOMIKOS KLASTERIO POŽYMIAI

- > Daugiapusė įstaigų, įmonių, bendrovių priklausomybė dėl erdvinio ir laikinio tiesioginių arba netiesioginių komercinių sąveikų;
- > tinklo elementai sąveikauja nereguliaru cikliniu arba nelinijiniu būdu, o tai lemia tinklo dinamiką;
- > kompleksškumas: renginio efektas niekad nepriklauso tik nuo organizatorių ketinimų;
- > skirtingų veiklos sričių – kultūros, švietimo, sporto, ūkio – subjektų bendradarbiavimo neišvengiamybė;
- > geriausiai veikiančių klasterio įmonių personalui būdingos tarpdisciplininės, tarpverslinės kompetencijos;

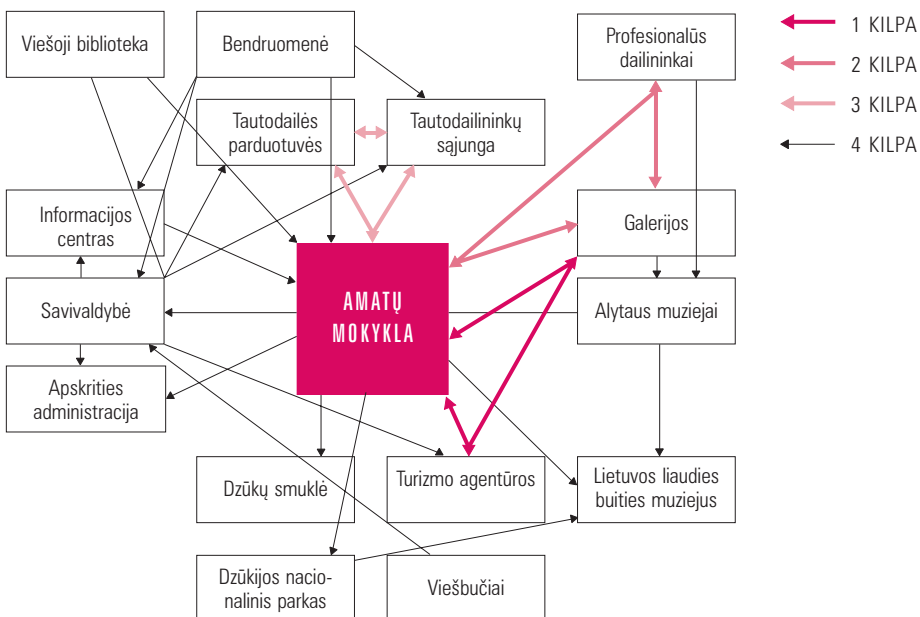
- > tinklo institucijos gerai išmano viena kitos interesus ir specifiką, kuo didesni kooperacijos gebėjimai, tuo klasteris efektyvesnis;
- > mobilumas – institucijų ryšiai nėra tiesiogiai vienas nuo kito priklausomi, todėl veiklos krypčių pasiūla visados viršija tinklo institucijų galimybes.

KI KLASTERIŲ YPATUMAI

- > KI klasterio pagrindas yra įmonė, asmenų grupė, institucija, kurios svarbiausia veikla yra kūryba viename iš KI sektorių;
- > jie gali būti sukuriami iš viršaus į apačią, organizuojant specialius projektus, arba iš apačios į viršų – atsižvelgiant į jau nusistovėjusias sąveikas, atvejus;
- > abu klasterių organizavimo principai lemia atskirties/įtraukties į klasterį dinamiką;
- > KI klasterių kūrimo tikslas – mažinti vietos įmonių susvetimėjimą, susipriešinimą, didinti jų kūrybinį bendradarbiavimą; šiuo tikslu rengiami projektai iš viršaus į apačią bei tarpininkaujant trečiajai institucijai.

Pateikiame grafinę Alytaus dailiųjų amatų mokyklos ryšių su kitais klasterio elementais analizę.

Alytaus dailiųjų amatų mokyklos ryšiai su kitais klasterio elementais



Atsižvelgdami į mokyklos vadybininkų pažymėtą sąveikų svarbą, galime skirti tokias pasikartojančių, akcentuojamų sąveikų „kilpas“:

- > **1 KILPA:** profesionalai menininkai – amatų mokykla – galerijos. Profesionalūs dailininkai, amatininkai turi mokykloje nedidelį kiekį valandų, dirba dėstytojais, instruktoriais. Be darbo mokykloje, jų pagrindinė veikla yra profesionalių meno kūrinių kūrimas ir jų demonstravimas bei pardavimas vietos galerijose ir meno kūrinių parduotuvėse. Dailininkai taip pat turi labai stiprų ryšį su galerija, į kurios veiklą laipsniškai įtraukia ir mokinius.
- > **2 KILPA:** Amatų mokyklos galerija – miesto galerijos – turizmo agentūros. Dailių amatų mokykla atidaro savo galeriją. Naujų galerijų ir ekspozicijų atidarymu labai suinteresuotos turizmo agentūros. Galerijų ir turizmo sektoriaus aktyvėjimas lemia mokyklos aktyvumą ir specialybių paklausą.
- > **3 KILPA:** Amatų mokykla – Tautodailininkų sąjunga – parduotuvės. Amatų mokykla darbinėmis (projektų, dėstymo) sąsajomis susijusi su Tautodailininkų sąjunga, o ši – su vietinėmis parduotuvėmis. Tautodailininkų sąjunga galėtų būti kūrybinio verslo amatininkų inkubatoriumi.
- > **4 KILPA:** Amatų mokykla – viešbučiai – barai. Amatų mokyklos itin didelis tarptautinis aktyvumas, dalyvavimas projektuose lemia papildomas pajamas Alytaus viešbučiams bei maitinimo įstaigoms.

TURIZMAS IR KI

Ši tema itin aktuali pasirinktoms Alytaus ir Utenos apskrityms, išsiskiriančioms puikiais gamtos resursais, rekreacijos ir reabilitacijos įstaigų, poilsio bazių gausa. Išplėtotos KI yra viena geriausių turistų traukos priemonių. Nei geri viešbučiai, nei geriausios paslaugos pačios savaime nėra traukos priemonės. Tokiomis traukos priemonėmis tampa puiki gamta, istoriniai paminklai, bet svarbiausia – KI teikiamos, nuolat atnaujinamos paslaugos.

Alytaus apskrities KI

Alytaus apskritis yra pasienio regionas, besiribojantis su Lenkija ir Baltarusija. Ši apskritis garsi savo kurortinėmis zonomis, specializuotais gydymo centrais, sena ir gerą reputaciją turinčia sanatorijų industrija. Regionas smarkiai susietas su amatininkyste, tačiau gana silpnai išvystytos profesionalios KI.

Iš viso Alytaus regiono savivaldybėse yra 4818 subjektų, užsiimančių ekonomine ūkine veikla. Iš jų 63,33 proc. sudaro individualios įmonės, 28 proc. – uždarosios akcinės bendrovės, viešųjų įstaigų yra 116, arba 2,41 proc., ir nemažai visuomeninių organizacijų – 182, arba 3,78 procento.

Iš visų ekonomine veikla užsiimančių subjektų Alytaus apskrityje KI veikloms priskiriama tik 11,29 proc., t. y. 544 subjektai.

Alytaus apskrities ekonominių veiklų rodikliai (įskaitant KI)

SAVIVALDYBĖS	GYVENTOJŲ SKAIČIUS 2005.01.01	EKONOMINĖS VEIKLOS SUBJEKTŲ SKAIČIUS	VERSLUMO KOEFIICIENTAS*, %	KI SUBJEKTAI	KI NUO EKONOMINĖS VEIKLOS SUBJEKTŲ, %
Alytaus miestas	69 847	2556	3,66	186	7,28
Alytaus rajonas	32 116	563	1,75	95	16,87
Druskininkų miestas	25 075	789	3,15	117	14,83
Varėnos rajonas	31 000	566	1,83	96	16,96
Lazdijų rajonas	26 490	344	1,30	50	14,53
<i>Iš viso</i>	184 528	4818	2,61	544	11,29

* Verslumo koeficientas apskaičiuojamas ekonominės veiklos subjektų skaičių padalijus iš gyventojų skaičiaus.

Populiariausia KI veikla regione – suvenyrai ir meno dirbinių gamyba bei prekyba. Su šiomis veiklomis susiję net 22 proc. ūkio subjektų ir kartu su juvelyrika tai sudaro 26 proc. visų KI veiklų. Antroje vietoje – kultūrinės veiklos centrai ir klubai, sudarantys 17 proc. visų KI. Trečiąją vietą užima pramogų ir poilsio paslaugos – 8 proc., ketvirtąją – renginiai bei kompiuterinė ir programinė įranga – po 7 procentus.

KI pasiskirstymas tarp Alytaus apskrities savivaldybių, proc.

Alytaus miestas	33	
Alytaus rajonas	18	
Druskininkų miestas	22	
Lazdijų rajonas	9	
Varėnos rajonas	18	

Alytaus apskrities kūrybinės industrijos, proc.

Reklama	5	
Architektūra ir projektavimas	3	
Regioninė TV ir radijas	2	
Regioninės kino studijos, fotostudijos	4	
Kultūrinės veiklos centrai ir klubai	17	
Koncertai, renginių organizavimas	7	
Leidybos paslaugos, vaizdo, garso įrašai	3	
Meno galerijos	3	
Meno mokyklos, klubai	2	
Muziejai	6	
Suvenyrai, meno dirbiniai	22	
Teatrai ir sceninė veikla	6	
Kino teatrai	0	
Drabužių modeliavimas	1	
Juvelyriniai dirbiniai	4	
Akmuo ir jo apdirbimas	1	
Pramogų ir poilsio paslaugos	8	
Kompiuteriai ir programinė įranga	7	

Atskirų KI sričių pasiskirstymas Alytaus apskrities savivaldybėse, vnt.

	ALYTAUS MIESTAS	ALYTAUS RAJONAS	DRUSKININKŲ MIESTAS	VARĖNOS RAJONAS	LAZDIJŲ RAJONAS
Reklama	16	1	3	3	3
Architektūra ir projektavimas	13	0	4	1	1
Regioninė TV ir radijas	3	1	3	1	1
Regioninės kino studijos, fotostudijos	10	0	7	4	3
Kultūrinės veiklos centrai ir klubai	11	23	18	31	11
Koncertai, renginių organizavimas	10	15	6	2	4
Leidybos paslaugos, vaizdo, garso įrašai	7	0	1	5	1
Meno galerijos	4	0	10	4	0
Meno mokyklos, klubai	5	1	2	2	1
Muziejai	6	1	9	9	8
Suvenyrai, meno dirbiniai	35	23	28	27	4
Teatrai ir sceninė veikla	8	15	4	0	3
Kino teatrai	1	0	0	1	0
Drabužių modeliavimas	4	0	0	2	–
Juvelyriniai dirbiniai	7	–	14	1	1
Akmuo ir jo apdirbimas	0	1	1	1	1
Pramogų ir poilsio paslaugos	22	14	0	1	4
Kompiuteriai ir programinė įranga	24	0	7	1	4
<i>Iš viso</i>	186	95	117	96	50

Utenos apskrities KI

Lietuvos šiaurės rytuose esanti Utenos apskritis apima Anykščių, Ignalinos, Molėtų, Utenos, Zarasų rajonų ir Visagino miesto teritorijas. Utenos apskritis yra penkta pagal plotą Lietuvoje, ribojasi su Latvija ir Baltarusija, Lietuvoje – su Vilniaus bei Panevėžio apskritimis.

Neturėdama derlingų žemių perdirbamajai pramonei plėtoti, Utenos apskritis išsiskiria gausiais gamtiniais ištekliais – ežerais ir kalvotu reljefu. Regioninės plėtros perspektyvoje šis regionas turi du augimą galinčius lemti veiksniai (išskyrus Uteną ir Visaginą, kur prioritetas vis dar teikiamas pramonės plėtrai) – gamtos išteklius ir žmogiškuosius išteklius. Gamtos ištekliai regione akivaizdūs, tik trūksta infrastruktūros, kuri leistų sėkmingai plėtoti turizmą.

Iš visų ekonomine veikla užsiimančių subjektų Utenos apskrityje kūrybinių industrijų veikloms priskiriama 16,29 proc., t.y. 445 subjektai.

Utenos apskrities ekonominių veiklų rodikliai (įskaitant KI)

SAVIVALDYBĖS	GYVENTOJŲ SKAIČIUS, 2004	EKONOMINĖS VEIKLOS SUBJEKTŲ SKAIČIUS, 2004	VERSLUMO KOEFIICIENTAS, %	KI SUBJEKTAI	KI NUO EKONOMINĖS VEIKLOS SUBJEKTŲ, %
Anykščių rajonas	39 000	481	1,23	61	12,68
Ignalinos rajonas	23 180	258	1,11	69	26,74
Molėtų rajonas	25 600	377	1,47	64	16,98
Utenos rajonas	49 011	893	1,82	110	12,32
Visagino miestas	29 500	428	1,45	75	17,52
Zarasų rajonas	21 000	294	1,40	66	22,45
<i>Iš viso</i>	187 291	2731	1,46	445	16,29

Populiariausia KI veikla regione – renginiai, su kuriais susiję net 29,2 proc. visų registruotų KI subjektų. Antra gausiausia KI veiklos grupė – amatai. Ji sudaro 20,2 proc. visų KI. Trečiąją vietą užima meno rinka – 8,3 proc., ketvirtąją – netradiciniai muziejai (5,6 proc.), turistinių maršrutų organizavimas (5,4 proc.), architektūra ir leidyba (4,7 proc.).

KI pasiskirstymas tarp Utenos apskrities savivaldybių, proc.

Anykščių rajonas	14	
Ignalinos rajonas	16	
Molėtų rajonas	14	
Utenos rajonas	24	
Visagino miestas	17	
Zarasų rajonas	15	

Utenos apskrities kūrybinės industrijos, proc.

Regioniniai TV ir radijas	2
Popkultūros industrija	1
Renginiai	29
Erdviniai viešieji menai	2
Turizmas	5
Netradiciniai muziejai	6
Reklama	2
Architektūra	5
Meno ir antikvarinių vertybių rinka	8
Amatai	20
Dizainas	3
Drabužių modeliavimas	2
Interaktyvi pramoginė įranga	1
Muzika	4
Programinė įranga ir komp. paslaugos	2
Leidyba	5
Scenos menas ir kita kultūrinė veikla	3

Atskirų KI sričių pasiskirstymas Utenos apskrities savivaldybėse, vnt.

	ANYKŠČŲ RAJONAS	IGNALINOS RAJONAS	MOLĖTŲ RAJONAS	UTENOS RAJONAS	VISAGINO MIESTAS	ZARASŲ RAJONAS
Regioniniai TV ir radijas	2	1	1	2	2	0
Regioninės kino studijos	0	0	0	1	0	1
Popkultūros industrija	0	0	1	0	0	4
Renginiai	19	24	20	34	15	18
Erdviniai viešieji menai	0	2	2	1	0	2
Turizmas	2	7	3	2	6	4
Netradiciniai muziejai	8	2	6	2	3	4
Reklama	0	0	1	5	4	0
Architektūra	5	0	3	7	4	2
Meno ir antikvarinių vertybių rinka	3	1	4	11	12	6
Amatai	14	21	16	18	10	11
Dizainas	3	3	1	1	4	2
Drabužių modeliavimas	0	3	2	1	2	1
Interaktyvi laisvalaikio pramoginė įranga	0	0	0	1	1	3
Muzika	1	1	1	5	4	4
Programinė įranga ir komp. paslaugos	0	0	1	4	2	2
Leidyba	2	3	1	11	3	1
Scenos menas ir kita kultūrinė veikla	2	1	1	4	3	1
<i>Iš viso</i>	61	69	64	110	75	66

Sėkmingo Alytaus ir Utenos apskričių kūrybinio verslo pavyzdžių analizė

GRŪTO PARKAS

Grūto parkas yra sovietinių skulptūrų muziejus po atviru dangumi, įsikūręs šalia Druskininkų esančiame Grūto kaime.

Grūto parkas yra klasikinė KI, kuri nuolatos kuria muziejų, prekiauja simboliais ir skatina jų gamybą, taip pat susijusi su leidyba, teatru, plėtoja bibliotekines paslaugas, organizuoja renginius. Pateikiame kai kurių duomenų apie Grūto parko veiklą.

FINANSINIAI RODIKLIAI

1. Parduota bilietų lankytojams:

2000 m.	– 59 316
2001 m.	– 102 828
2002 m.	– 123 606
2003 m.	– 124 133
2004 m.	– 123 437
2005 m. (per 8 mėnesius)	– 95 416

2. Pajamos, apyvarta (bilietai, gido paslaugos, renginiai, kitos paslaugos):

2000 m.	– 175 905 Lt
2001 m.	– 366 211 Lt
2002 m.	– 466 966 Lt
2003 m.	– 470 211 Lt
2004 m.	– 671 080 Lt
2005 m. (per 8 mėnesius)	– 646 646 Lt

DARBUOTOJAI (IŠ VISO 18)

1. Administracija – 3 darbuotojai (direktorius, buhalterė, kasininkė)

2. Turizmo skyrius – 8 darbuotojai:

turizmo vadybininkas – 1

ekskursijų vadovai – 2

budėtojai – 4

kasininkas-pardavėjas – 1

3. Saugos padalinys – 7 darbuotojai



Grūto parko veikla daugiausia susijusi su idėjos (legendos) eksploatacija, jos paver timu materialiu kūnu (svarbiausia kūrybinė dalis), labai plačia turizmo vadyba (vers lumo dalis) ir muziejininkystės veiklos užtikrinimu (kultūrinės veiklos dalis) bei Grūto parko materialiniu aprūpinimu. Būtent tai ir užtikrina parko sėkmę.

Grūto parkas kuriamas ir plėtojamas kaip kompleksinė įvairiausių poreikių, susijusių su sovietine praeitimi, tenkinimo industrija. Grūto parko įkūrėjas yra Viliumas Malinauskas. Parko idėjos pagrindas – laki vaizduotė ir steigėjo verslumas. Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, 1989–1991 metais daug sovietmečio ideologizuotų paminklų buvo demontuoti. Neturint jų panaudos idėjos ir saugojimo tvarkos, jie arba patys iro, arba buvo tiesiog naikinami, parduodami į metalo laužą. 1998 metais Kultūros ministerijos skelbtą konkursą demontuotų sovietinio laikotarpio paminklinių skulptūrų ekspozicijai įrengti laimėjo vie šoji įstaiga „Hesonos“ klubas, įsikūręs Grūte prie Druskininkų. Svarus argumentas buvo tai, kad šios įstaigos vadovas V. Malinauskas ekspoziciją įrengti planavo panaudodamas privačias lėšas, turimas iš šeimos žemės ūkio, bitininkystės, grybų ir uogų verslo (įmonė sezono metu samdo iki 600 darbininkų⁶, produkciją eksportuoja), neprašant finansinės paramos iš valstybės. Konkursui pateiktame projekte buvo akcentuota naujo turizmo ob jekto reikšmė šio Pietų Lietuvos regiono plėtrai ir sovietinių skulptūrų panaudojimo gali mybė turistams pritraukti. Grūto parkas oficialiai atidarytas 2001 metų balandžio 1 dieną.

Išugdžiusi originalią, turistams patrauklią KI, įmonė parko veiklą nuolatos papildo istoriniais, meno ir pramogų akcentais. Dabar parkas ne tik eksponuoja sovietines

6 Stravinskienė O. „Be priekaištų sau ir kitiems“ [interviu su V. Malinausku]. XXI amžiaus savaitinis žurnalas „Ekstra“. 2001.12.10–16 d., Nr. 48 (160).

skulptūras, imituoja Gulago elementus, bet plėtoja kitokių sovietinių relikvijų muziejų, biblioteką, archyvą, sovietinio meno galeriją, plečia pramogų industriją (restoranas, žaidimų aikštelė, žvėrynas). Toks kompleksiškas užtikrina šios KI sėkmę. Dabar per metus čia apsilanko apie 150 tūkstančių turistų. Turistus traukia ir čia nuolatos rengiami vaidinimai, šventės, įvairios akcijos, kur gaivinamas butaforinis sovietinių simbolių figūrų gyvenimas.

Parko veiklos sėkmė greitai išpopuliarino turimą komercinį vardą ir logotipą. Tai leido išplėtoti leidybinę veiklą. Prisimintina sovietinės poezijos rinktinė „Grūto parko lyrika“⁷. Ji tik dar labiau sustiprino ir taip efektyvią parko legendą. Ši KI taip pat leidžia proginius laikraščius (pavyzdžiui, „Grūto parko tiesa“), reklaminius lankstinukus, skatina filmų kūrybą ir pan. Grūto parkas taip pat bendradarbiauja su teatrais ir muziejais, įsteigė turizmo centrą. Parko sėkmė priklauso ir nuo viso regiono turistinio patrauklumo. Pavyzdžiui, daugelis turizmo firmų siūlo maršrutus: Druskininkų mineralinio vandens šaltiniai, kompleksas „Girios aidas“, sovietinių skulptūrų muziejus Grūto parke, Merkinės ir Punios piliakalniai.

UTENOS INDRA

Leidykla-spaustuvė UAB „Utenos Indra“ savo veiklą pradėjo 1990 metais Utenoje. Veiklos pradžioje įmonėje dirbo trys žmonės, o šiandien „Utenos Indra“ pagal neterminuotas darbo sutartis yra įdarbinusi 67 žmones. Iš jų šeši yra meniniai darbuotojai – dizaineriai, maketuotojai, straipsnių autoriai. Bendrovė turi 46 prekybos atstovybes, todėl nemažą darbuotojų dalį sudaro prekybos atstovai. Be nuolatinių darbuotojų, leidykla nuolat įdarbina kūrybinių profesijų atstovus. Šiandien įmonėje dirba 20 darbuotojų pagal autorines darbo sutartis. Tai fotografai, dailininkai, rašytojai, poetai, radijo laidų vedėjai ir kt.

Jau nuo savo veiklos pradžios „Utenos Indra“ užsiėmė tikrąja leidyba – savo iniciatyva leido kalendorius, nuotraukų albumus, vietos poetų, kulinarinių receptų knygeles, kurias vėliau sėkmingai parduodavo. Jau penkerius metus iš eilės „Utenos Indra“ dalyvauja knygų mugėje, vykstančioje parodų centre „Litexpo“, kur pristato savo leidinius.

Savarankiška leidyba šiandien yra didžiausias bendrovės siekis, kurio sėkmingumu neabejojama. Negalima nepaminėti, kad „Utenos Indra“ vadovas yra didelis vietinio meno mėgėjas ir globėjas, todėl visuomet didžiausias dėmesys skiriamas vietiniams autoriams. Bendrovės vadovai džiaugiasi galėdami pristatyti vietos meni-

7 *Grūto parko lyrika*, Vilnius: Gairės, 2000.



„Utenos Indra“ arvyko nuotr.

2005 m. numatoma UAB „Utenos Indra“ pajamų struktūra, proc.

Leidyba	75	
Laikraštis	5	
Radijas*	1	
Prekyba	19	

* Kol kas bendrovei nuostolingas, tačiau direktorius įsitikinęs radijo pelningumu ateityje

UAB „Utenos Indra“ pajamų dinamika 2000–2005 m., tūkst. Lt

	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Bendrovės pajamos	200	250	260	300	310	360

* Prognozė

ninkus visai Lietuvai. Šiandien „Utenos Indra“ projektuoja, gamina, spausdina knygas kietais ir minkštais viršeliais, brošiūras, apskaitos dokumentacijos blankus, sąskaitas faktūras, firminius blankus, vokus su firmos logotipu, stalinius, sieninius ir kišeninius kalendorius, laikraščius, gamina antspaudus. Įmonė savo paslaugas siūlo ne tik Utenos apskrityje, bei ir visos šalies vartotojams, intensyviai steigdama leidyklos filialus ir parduotuves visoje Lietuvoje.

2005 metais „Utenos Indra“ įkūrė Utenos radijo stotį „Tau ir Tavo miestui“ (101,5 FM).

Minėtina, kad leidykla neturi išskirtinės legendos, nebando savęs garsinti leidžiamų knygų serija. Visas įmonės sukauptas simbolinis kapitalas yra iš tiesų reikšmingas tik Utenos apskrityje (įsitvirtinusi leidykla, spaustuvė, laikraštis, radijas). Kitur ji žinoma tik kaip vienas iš daugelio paslaugų teikėjų.

Kūrybinių gebėjimų ištekliai ir poreikiai Alytaus ir Utenos apskrityse

Utenos ir Alytaus apskritys buvo pasirinktos KI žemėlapiui rengti norint palyginti šių dviejų pasienio regionų, kurie daugiausia dėmesio skiria turizmui, plėtrą ir galimybes panaudojant KI metodus. Buvo atliktas bandomasis kūrybinių industrijų įmonių atstovų nuomonės tyrimas apie kūrybiniam verslams reikiamus ir trūkstamus gebėjimus. Tyrimo metu atsižvelgta į Šiaurės Rytų Didžiosios Britanijos gebėjimų žemėlapių KI srityje sudarymo patirtį⁸.

TYRIMO TIKSLAS

Nustatyti, kokių gebėjimų, KI įmonių darbuotojų nuomone, jiems trūksta ir kokie gebėjimai svarbūs sėkmingai verslo plėtrai, taip pat pateikti rekomendacijų KI įmonių darbuotojams, apskrities administracijai ir švietimo institucijoms, nurodyti būtinas priemones, užtikrinančias kultūros sektoriaus darbuotojų reikalingų gebėjimų lavinimą bei panaudojimą sėkmingai KI raidai Alytaus ir Utenos apskrityse.

TYRIMO UŽDAVINIAI

Nustatyti kokius svarbiausius gebėjimus bei kokių gebėjimų trūkumą savo veikloje įžvelgia Alytaus ir Utenos apskričių kūrybinėms įmonėms priskirtinų įmonių atstovai; kokie svarbiausi, jų manymu, gebėjimai reikalingi Lietuvos KI sėkmingai plėtrai, kokių gebėjimų Lietuvos kūrybinių industrijų įmonių vadovams bei darbuotojams trūksta.

TYRIMO IMTIS

Iš visų 544 Alytaus apskrityje nustatytos kūrybinių industrijų charakteristikas atitinkančios įmonės buvo atrinkta 44 įmonių, arba 8,09 proc., imtis. Iš visų 445 Utenos apskrityje nustatytų kūrybinių industrijų įmonių buvo atrinkta 40 įmonių, arba 8,99 proc., imtis.

TYRIMO IŠVADOS

Alytaus ir Utenos apskričių gebėjimų tyrimas atskleidė, kad kūrybinių įmonių atstovai gana didelę reikšmę teikia tik kai kuriems specialioms meno gebėjimams (atsižvelgdami į tai, kokiems menams atstovauja įmonė), tačiau daugumai respondentų jau turimų specialiųjų meninių gebėjimų pakanka.

⁸ *Cultural and Creative Industries in the North East Labour Market and Skills Information Mapping*. Culture North East, 2005.

Abiejų apskričių respondentai prie svarbiausių gebėjimų gana vieningai priskyrė vadinamojo „socialinio kapitalo“ gebėjimus: gebėjimą organizuoti ir palaikyti partnerių tinklą, rėmėjų paieškos, žmogiškųjų išteklių vadybos gebėjimus, gebėjimą pritraukti neįgaliuosius, burti savanorių sąjūdį ir pan. Tokie rezultatai paneigė nusistovėjusią nuomonę, kad sėkmingai verslo plėtrai svarbiausi yra bendrieji vadybiniai gebėjimai – tarp bendrųjų vadybinių gebėjimų kaip svarbesni pripažinti gebėjimai rengti personalo mokymus, organizuoti projektus, prižiūrėti autorių teises, užtikrinti darbo saugą ir sveikatos priežiūrą.

Svarbiausiu gebėjimu buvo pripažintas gebėjimas bendrauti, kurį, panašiai kaip ir kūrybingumą, galima priskirti įgimtiems žmogiškiesiems gebėjimams arba talentui. Bendravimo gebėjimo sureikšminimas netiesiogiai nurodo į veiklas, plėtojamas socialiniuose tinkluose. Socialinis kapitalas suprantamas kaip socialiniai ryšiai tarp veikėjų ir galimybė naudotis grupės tinklo ištekliais. Pasaulio banko atlikti tyrimai patvirtina, kad socialinė sanglauda, arba socialinis kapitalas, daro teigiamą įtaką ekonomikos plėtrai.⁹

Nenusistovėjusiose ir besiformuojančiose rinkose, kokia yra ir Lietuvos rinka, socialiniai tinklai palengvina informacijos sklaidą, mažina veiklos riziką ir didina pasitikėjimą, suteikia verslui naudingos informacijos apie kapitalo panaudojimo galimybes. Neformaliame socialiniame tinkle išnaudojami kvalifikacijos neturintys bendruomenės nariai (savanoriai, moksleiviai, neįgalieji); formuojamos prielaidos kūrybiniam branduoliams (klasteriams) atsirasti.

Nepakankamas vietinės bendruomenės narių įtraukimas neleidžia regionams gauti kultūros ir meno teikiamą naudą: stiprinti bendruomenės identitetą, socialinę sanglaudą, vietinio verslo iniciatyvų palaikymą, informacijos apie vietinę istoriją bei kultūros paveldą populiarinimą. Tos pačios priežastys trukdo užsiimti efektyvia finansų bei rėmėjų paieška: vietinio verslo atstovai nežvelgia platesnio KI poveikio bendruomenei ir todėl nėra linkę finansuoti KI veiklų: dažniausiai Alytaus ir Utenos apskričių KI atstovų minima problema – pinigų stoka.

REKOMENDACIJOS

Regionuose būtina užtikrinti platesnę vietinės bendruomenės narių integraciją į KI veiklas: formuoti palankią KI produktams vartotojų aplinką, kūrybiškai perdirbant integruoti į KI veiklas bendruomenės vertybes ir gyvenimo stilius.

Skatinti regionų kultūros sektoriaus savivoką ir glaudesnę bendradarbiavimą su politinių sprendimų priėmėjais: steigti regiono kultūros sektoriaus atstovų asociacijas, palaikančias kūrybines veiklas bei jungtines iniciatyvas ir teikiančias paslaugas (ypač – informacinio pobūdžio) kultūros sektoriaus subsektoriams.

9 Žr. www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/index.htm.

Apskričių KI įmonių atstovams reikia ieškoti naujų individualių ir organizacinių požiūrių į bendruomenės problemas: mokytojai daugelyje vietovių gali įdarbinti meno praktikus mokyti jaunimą meninio meistriškumo, vietinė administracija kartu su KI įmonėmis gali organizuoti jaunimo kūrybines vasaros stovyklas ir pan.

Visuomeninės, ne pelno kultūros institucijos turi ne dubliuoti privačių įmonių veiklą, o skatinti jas įsitraukti į bendruomenines veiklas, inicijuoti savanorišką praktiką KI, palaikyti vietines estetiškes preferencijas ir kultūros paveldą, padėti susitelkti ties atpažįstamais bendruomenei dalykais, kad pateisintų kultūros biudžeto finansavimą, taip pat padėti įtvirtinti nuostatas apie vietinių gyventojų, kaip pagrindinių regiono išteklių, panaudojimą regiono atgaivinimo strategijoje.

Kūrybingumo ir verslumo gebėjimams plėtoti reikėtų pritaikyti įvairių lygių švietimo institucijų studijų programas: profesinį lavinimą teikiančios kolegijos turėtų imtis specialiųjų meninių gebėjimų lavinimo, siedamos jį su verslumo, projektų organizavimo ir socialinio kapitalo gebėjimais. Studijos universitetuose turėtų lavinti analitinį, kritinį požiūrį į kultūros rinką, globalizacijos, kultūros politikos procesus, lavinti gebėjimus lanksčiai reaguoti į permainas. Išskirtinė universitetų užduotis – organizuoti fundamentaliuosius ir taikomuosius kultūros rinkos ir KI plėtros tyrimus.

Išvados ir rekomendacijos

IŠVADOS

Rengiant ir vykdant KI žemėlapių sudarymo Utenos ir Alytaus apskrityse projektą, buvo keliamos hipotezės ir bandoma jas patvirtinti arba paneigti.

Pirma, manyta, kad KI gerai tinka regionams, kuriuose maža pramonės plėtra. Tokią prielaidą leido daryti Didžiosios Britanijos KI raidos pavyzdys, nes būtent tuose Britanijos rajonuose, kur buvo jaučiamas tradicinės pramonės nuosmukis, ypač gerai veikė KI strategija, skatinanti smulkų ir vidutinį verslą. Tačiau projekto autoriai Lietuvoje iš pradžių mažai atsižvelgė į tai, kad tokiuose regionuose jau turi būti sukaupta pakankamai daug asmenų, turinčių kūrybinių gebėjimų, ir kad vien tik verslumas gali paskatinti pramonės augimą. Utenos ir Alytaus apskrityse daugelyje rajonų (Varėnos, Zarasų ir pan.) yra mažas gyventojų tankumas bei didžiuliai gamtiniai ištekliai: miškai, ežerai. Gamtiniai ištekliai skatina ir taip negausiai čia gyvenančius asmenis savo aktyvumą nukreipti į miško perdirbimo pramonę, grybų ir uogų rinkimą bei ruošimą, taip pat į žemės ūkį. Pagaliau turizmo pramonė šiuose regionuose yra orientuota ne į kultūrą, o į sportinį arba sveikatos turizmą. Tokius procesus palaiko ir šiose apskrityse įsikūrusios sanatorijos (Druskininkuose, Anykščiuose ir kt.), kurių yra nemažai. Tačiau Alytaus ir Visagino, iš dalies Utenos, miestų raida sudaro didesnę potencialią KI strategijos plėtrai.

Antra, projekto pradžioje buvo manoma, kad įsisenėjusi Lietuvos dotacijų politika, maža kultūros srities adaptacija rinkai bus pagrindinis pasipriešinimo šaltinis KI plėtrai. Ši hipotezė pasitvirtino. KI daugeliui kultūros įstaigų sukėlė susidomėjimą, tačiau jokių būdu ne entuziazmą.

Trečia, taip pat pasitvirtino hipotezė dėl didelio menininkų ir verslininkų atitolimo. Galima tikrai nurodyti, kad galimo jų suartėjimo prielaida turėtų tapti įvairiausių bendrų europinių projektų rengimas.

KITOS IŠVADOS

1. Utenos ir Alytaus apskričių KI projektų autoriai siekia arba yra priversti atsižvelgti ir orientotis į valstybės ideologinį aparatą, dotacijų politiką, laisvosios rinkos sąlygų smarkų iškreipimą.
2. KI projektų autoriai mažai samprotauja gebėjimų ir nuostatų kategorijomis,

o daugiau idėjomis. Tai nėra blogai, tačiau būtent tinkamos kvalifikacijos žmogiškųjų išteklių trūkumas lemia tai, kad idėjos įgyvendinamos lėtai.

3. Daugelio projektų autoriai neskiria didesnio dėmesio savo legendos industrijam puoselėjimui, manydami, kad pateikiamas produktas yra svarbiau negu istorija. Tai rodo, kad visuomenės-spektaklio dėsningumai nėra tapę verslininkų samprotavimų dalimi.
4. KI, kaip ir menas apskritai, yra svarbi viešumos dalis. Dar daugiau: KI viešumą lemia jų atvirumas rinkai ir tai, kad menas pristato viešumai reikšmingus dalykus. Todėl kūrybinio naikinimo principas (arba nuolatinio radikalaus atsinaujinimo principas) neišvengiamai veikia ir socialinę, kultūrinę viešumą. Šis KI momentas yra mažai apmąstytas ir lietuviškoje, ir Vakarų literatūroje, atitinkamai visos minėtosios KI stokoja platesnės viešųjų ryšių sampratos.

REKOMENDACIJOS

KI plėtra yra labai perspektyvi kultūros ir ūkio raidos kryptis, nes:

- a) **KI yra žinių ekonomikos dalis.** KI pagrindas yra žinios, gebėjimai. KI naudojasi visais informaciniais bei mokslo laimėjimais ir tai yra jų konkurentabilumo pagrindas;
- b) **reikalauja aukštų technologijų (pavyzdžiui, programavimas, dizainas, architektūra).** Todėl KI taikymas yra sudėtinė Lisabonos strategijos dalis: daryti ES ekonomiką konkurentabiliausią pasaulyje;
- c) **yra imlios žmogiškiesiems ištekliams – meniniams ir verslumo gebėjimams.** Žmogiškieji ištekliai yra pagrindinis Lietuvos ekonomikos augimo šaltinis. Meniniai, kūrybiniai gebėjimai – svarbi, sudėtinė žmogiškųjų išteklių dalis, kurių nepanaudojimas rodo šalies ūkio raidos spragas, tam tikrą iracionalumą;
- d) **keičia kultūros ir verslo žmonių nuostatas:** skatina atvirumą kitiems, nepanašiams gebėjimams ir lyderystei. Menininkai vis daugiau dėmesio skiria verslo kategorijoms ir pripažįsta verslumą kaip svarbią asmens savybę, ir priešingai: verslininkai meniškumą ima laikyti galimų projektų sudėtine dalimi.

Atsižvelgdami į visa tai, siūlome:

1. Viešai publikuoti ir skelbti šio projekto ir kitų projektų medžiagą apie KI ir jų raidą;
2. skatinti Švietimo ir mokslo ministeriją bei Lietuvos aukštąsias mokyklas įtraukti KI dalyką į menininkų, verslininkų ir vadybininkų rengimo programas;
3. kreiptis į LR Seimo ir Vyriausybės atstovus, prašant daugiau dėmesio skirti KI strategijai kaip vienai perspektyviausių ir moderniausių ūkio bei kultūros sričių;

4. prašyti Kultūros ir Ūkio ministerijų įtraukti į savo perspektyvinius planus KI plėtrą Lietuvoje kaip vieną iš prioritetų, atitinkančių ES raidos tendencijas bei Lisabonos strategiją;
5. skatinti Lietuvos universitetus, kolegijas, meno ir amatų mokyklas didesnę dėmesį skirti KI reikalingiems kūrybiniams gebėjimams lavinti ir jiems pritaikyti rinkoje;
6. aiškinti Alytaus, Utenos ir kitų Lietuvos apskričių ir miestų vadovams apie KI galimybes šiuose regionuose, nurodant atskirų parkų, renginių, leidyklų, teatrų, kino, reklamos verslo galimybes;
7. padėti pasienio apskričių kultūros įstaigoms rengti intereso ir kitus panašaus profilio projektus, galinčius užtikrinti efektyvų KI gebėjimų panaudojimą ar jų pritraukimą, o kartu – ir šių regionų patrauklumo didinimą.

RENGĖJAS

EUROPOS KULTŪROS PROGRAMŲ CENTRAS

J.Basanavičiaus g. 5, LT-01118 Vilnius

Tel./faksas 8~5 261 2921

belskit@durys.org | www.durys.org

PARTNERIS

LR KULTŪROS MINISTERIJA

J.Basanavičiaus g. 5, LT-01118 Vilnius

Tel. 8~5 261 9486, faksas 8~5 261 0252

www.muza.lt

RĖMĖJAI

BRITŲ TARYBA

Jogailos g. 4, LT-01116 Vilnius

Tel. 8~5 264 4890, faksas 8~5 264 4893

mail@britishcouncil.lt | www.britishcouncil.lt

ATVIROS LIETUVOS FONDAS

Didžioji g. 5, LT-01128 Vilnius

Tel. 8~5 268 5511, faksas 8~5 268 5512

fondas@osf.lt | www.osf.lt

LR KULTŪROS IR SPORTO RĖMIMO FONDAS

J.Basanavičiaus g. 5, LT-01118 Vilnius

Tel. 8~5 262 3072, faksas 8~5 262 3072

www.ksrf.lt | giedraitisr@muza.lt

