

KŪRYBINĖS INDUSTRIJOS: KLASIFIKAVIMO SISTEMOS IR MODELIAI XXI A. KŪRYBOS EKONOMIKOS KONTEKSTE

Rasa Levickaitė

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
El. paštas rasa.levickaite@vgtu.lt

Santrauka. Straipsnyje nagrinėjama kūrybinių industrijų sąvoka, termino variacijos skirtingose šalyse, pristatomas kūrybos ekonomikos reiškinys, analizuojamos kūrybinių industrijų klasifikavimo sistemos ir modeliai XXI a. kūrybos ekonomikos kontekste. Remiamasi UNCTAD kūrybos ekonomikos analize. Kūrybinės industrijos grindžiamos kūrybinio turinio gamybos ciklais, kuriuose pasitelkiamas kūrybingumas ir intelektualinis kapitalas; tai žiniomis paremta veikla, apimanti materialių produktų ir nematerialios intelektualinės ar meninės paslaugos kūrimą. Pagal UNCTAD klasifikaciją skiriamos keturios kūrybinių industrijų grupės (paveldas, menai, medijos ir funkciniai kūriniai), kurios skaidomos į smulkesnius pogrupius. Pasaulyje kūrybinių industrijų tyrimuose remiamasi keturiais modeliais: UK DCMS, simbolinių tekstų, koncentrinį ratų, WIPO autorių teisių. Atsižvelgiant į išvardintus modelius, sudaromos prielaidos kūrybinių industrijų sričių klasifikacijai ir kompleksiniams tarpdalykiniais tyrimams.

Reikšminiai žodžiai: kūrybinės industrijos, kūrybos ekonomika, klasifikavimo sistemos, kūrybinių industrijų modeliai.

Įvadas

Kūrybos ekonomika – XXI a. ekonomikos reiškinys, grindžiamas sudėtingu, simboliniu vartojimu ir naujųjų socialinių, kultūrinių, technologinių poreikių tenkinimu. Nūdienos vartojimas keičia savo savybes kasdieninio vartojimo kontekste. Kūrybiškumas tampa ne tik meno dalimi, bet vis svarbesniu indėliu į visus sektorius, kur kultūrinė medžiaga arba „turinio gamyba“ tampa konkurencinio pranašumo pagrindu globalioje rinkos ekonomikoje (Levickaitė 2010: 67). Nauji gyvenimo stiliai formuoja iššūkius paslaugų ir gamybos ekonomikos pamatams, kintantys rinkos poreikiai formuoja naujas užduotis medijų, komunikacijų, technologijų, išradimų srityse. Pasaulyje didėja išlaidos „vartojimo dėl malonumo“ paslaugoms – į šią sritį persiorientuoja leidybos, medijų, mados, programinės įrangos, turizmo, sporto, dizaino, žaidimų industrijos. Ekonomikos transformacijos meta iššūkius organizacijoms (Alas 2008: 281). Plėtodamos veiklą, organizacijos privalo nustatyti turimą ir reikalingą savo narių kompetenciją (Palaimaitė, Radzevičienė 2009: 50); ekonomika tampa grindžiama inovacijomis ir kūrybiškumu, formuojami nauji darbo jėgos metodai ir ryšiai (Karnitis 2006: 95), ieškoma išeičių, kaip efektyviai konkuruoti kuriant nepačiuopiamą vertę (Chlivickas, Smaliukienė 2009: 141), nes vertybinėms orientacijoms keisti reikia daug pastangų (Zabielavičienė 2008: 262). Inovacijos suvokiamos ne tik kaip technologinės naujovės, bet ir kaip rinkodaros, proceso, valdymo metodų, produktų inovacijos (Strazdas,

Bareika 2010: 97). Kūrybos ekonomikos apimtys sparčiai auga: kuriamos naujos darbo vietos, formuojami kintantys rinkos poreikiai ir drauge reaguojama į naujai kylančius visuomenės lūkesčius.

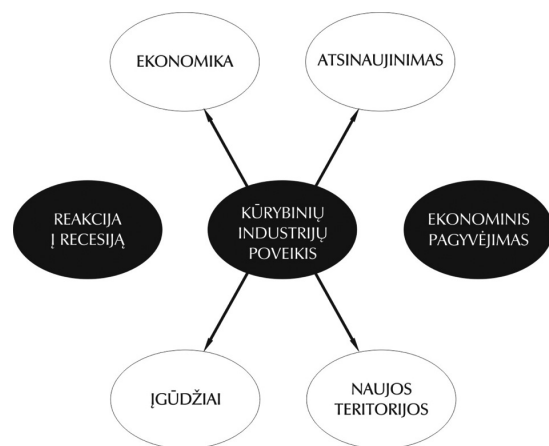
Kūrybos ekonomika remiasi daugiau idėjų nei fiziniu kapitalu. Jos plėtotės pagrindas – informacijos ir naujųjų medijų kūrybos rezultatas. Naujasis informacinis turinys ir skaitmeninės technologijos atveria naujas erdves ir mažina išlaidas. Kūrybos ekonomika pasižymi savybe vartoti informaciją, taip pat kurti naują ir nuosavą informacijos turinį. Kita savybė – augantis interaktyvumo poreikis, kai kūrybos produkto kūrėjas ir jo vartotojas yra susaistomi tarpusavyje sąveikaujantys saitais. C. Fillas šį procesą apibūdina kaip „abipusį susisaistymą“ (Fill 2009). Paskutiniaisiais metais yra pasiūlyta keletas skirtingų modelių, kaip sistemingai suprasti kūrybinių industrijų struktūrinės savybės, kokios sistemos pagrindu klasifikuoti šį naująjį reiškinį. Lietuvoje kūrybinės industrijos tirtos mažai, fragmentiškai, daugiausiai – menų, medijų, filosofijos kontekste. *Straipsnio tikslas* – pristatyti teorines kūrybinių industrijų klasifikavimo sistemas ir modelius, kurių pagrindu yra atliekami taikomieji tarpdalykiniai mokslo tyrimai Vakarų pasaulio mokyklose.

Kūrybinės industrijos ir jų poveikis šalies ūkiui

Atsižvelgiant į šalį, termino *kūrybinės industrijos* vartojimas varijuoja. Ši sąvoka palyginti nesena. Ji pasirodė

Australijoje 1994 m., paskelbus pirmąjį tokio tipo pranešimą „Kūrybinga tauta“ (angl. *Creative Nation*) (1994). Pranešimas buvo išplatintas kūrybinių industrijų strategijos kūrėjų Jungtinėje Karalystėje 1997 m., kai vyriausybė su Kultūros, medijų ir sporto departamentu (angl. *Department of Media, Culture and Sports*, toliau – DMCS) įkūrė Kūrybinių industrijų ypatingosios paskirties komitetą. Pažymėtina, kad sąvoka *kūrybinės industrijos* nuo to laiko kito ir prasitė už menų sferos ribų bei priartėjo prie potencialiai komercinių veiklos sričių, kurios iki šiol Vakarų pasaulyje buvo analizuojamos daugiausia ekonomikos mokslo kontekste. „Kūrybingoje tautoje“ (1994) akcentuojama, kad be vieningos politikos neįmanoma puoselėti kūrybos ir kūrybingos tautos, išsaugoti kūrybos identiteto. Po kelerių metų įvykdytas politinis Vyriausybės žingsnis Jungtinėje Karalystėje suformavo pasaulinę kūrybinių industrijų analizės praktiką, nors iki šių dienų sąvoka ir objektas yra ne visuomet vienodai suvokiami tiek mokslo, tiek vyriausybių ar verslo pasaulyje. Verslas, reaguodamas į rinkos pokyčius, stebėdamas konkurencinę aplinką, skatina politikus ir visuomenės atstovus atkreipti dėmesį į šią inovatyvią tarpdalykinę sritį. S. Lashas ir J. Urry (1994) pasiūlė vieną pirmųjų kūrybinių industrijų apibrėžimų, teigdami, kad „kiekviena kūrybinių industrijų sritis turi ypatingą nepakeičiamą savybę, kuri siejama su finansiniais mainais į intelektualinę nuosavybę teisę“. Anot DCMS (2010), kūrybinės industrijos yra tos industrijos, kurios kyla iš individualaus kūrybos rezultato, apima įgūdžius, talentą – visa tai sukuria darbo ir gerovės skatinimo potencialą, kuris neatsiejamas nuo intelektualinės nuosavybės panaudojimo. Šis paplitęs apibrėžimas nurodo gaires, kas, anot DCMS (2010), gali apimti kūrybinių industrijų sritis; jų, pagal DCMS, yra skiriama trylika: reklama, architektūra, menai ir antikvariatas, kompiuteriniai žaidimai, amatai, dizainas, dizainerių mada, filmai ir videomenas, muzika, scenos menai, leidyba, programinė įranga, televizija ir radijas. Kaip skelbia Jungtinės Karalystės vietinės valdžios asociacija (angl. *Local Government Association*) (2010), kūrybinės ir kultūrinės industrijos visada buvo svarbios Jungtinei Karalystei kaip idėjų ir įkvėpimo šaltinis, tačiau paskutiniaisiais metais jos įgijo ypatingą ekonominę vertę šalia kitos nematerialios naudos. Jungtinės Karalystės ekonomika tapo orientuota į žinias – žinių gamyba, vartojimas, dalinimasis ir analizė tapo itin svarbia ekonomikos dalimi ir valstybės gerovės kūrimo priežastimi. Kaip teigia B. Melnikas (2005), žinių ekonomika – tai ekonomika, kuri yra plėtojama žiniomis grindžiamos visuomenės sąlygomis ir kurios augimą lemia pagrindiniai veiksniai, išreiškiantys naujų žinių visose ekonominio gyvenimo srityse kūrimą, sklaidimą ir panaudojimą, kartu užtikrinant, kad visa tai

lems ekonomikos augimą, kokybės gerėjimą bei produktyvumo didėjimą visuose sektoriuose naujų gamybos ir darbo būdų bei naujų technologijų (ypač aukštųjų technologijų) sukūrimo ir praktinio įgyvendinimo priemonėmis (Melnikas 2005: 96). 2007 m. Jungtinėje Karalystėje beveik pusė darbo vietų priklausė žiniomis grindžiamai ekonomikai. Į šią sąvoką įeina aukštųjų ir vidutinių technologijų gamyba, aukštųjų technologijų paslaugos (komunikacijos, kompiuterių paslaugos, mokslo tyrimai ir plėtra), finansinės ir verslo paslaugos, kūrybinės ir kultūrinės industrijos, švietimas ir sveikatos apsauga. Nuo 1995 m. iki 2005 m. Jungtinėje Karalystėje 12 sukuriamų darbo vietų priklausė žiniomis grindžiamai ekonomikai ir tik 1 darbo vieta buvo sukurama kitose industrijose. Jungtinės Karalystės pavyzdys – unikalus tiek Europoje, tiek visame pasaulyje. Šalies sukurta ir įgyvendinama strategija iki 2008 m. pasaulio ekonomikos nuosmukio kūrė pridėtinę ūkio vertę ir teikė pozityvius finansinius, socialinius rezultatus. Kūrybinių industrijų sektorių mažiausiai paveikė ir ūkio nuosmukis. 1 paveiksle pavaizduota kūrybinių industrijų poveikio šalies ūkiui schema.



1 pav. Kūrybinių industrijų poveikis šalies ūkiui (Local Government Association 2010)

Fig. 1. Creative industries impact to the state economy (source: Local Government Association 2010)

Kultūrinės ir kūrybinės industrijos, kaip svarbiausia žiniomis grindžiamos ekonomikos dalis, turėjo didelę įtaką nacionalinės ir vietinės gerovės kūrimui. Investicijų į kūrybines industrijas nauda apima šias sritis (Local Government Association 2010):

1. *Produktyvumas*. Nuo 1997 m. iki 2006 m. Jungtinės Karalystės kūrybinių industrijų bendrosios pridėtinės vertės augimas buvo 4 % per metus, kai visa šalies ekonomika augo 3 %.
2. *Darbo vietos*. Įdarbinimas kūrybiniame sektoriuje nuo 1997 m. iki 2007 m. buvo dvigubai didesnis nei šalies vidurkis – jis didėjo po 2 % per metus lyginant su 1 %

šalies įdarbinimo. Akcentuotina ir tai, kad regionuose organizuojami festivaliai, renginiai gali laikinai generuoti dideles pajamas ir pritraukti tiek vietinius, tiek užsienio turistus.

3. *Inovacijos*. Naujovės kuria naujas rinkas, produktyvumo augimą, skatina darbo našumą ir veiksmingumą. Anot Melniko *et al.* (2000), inovacija – tai funkcinė, iš esmės pažangi naujovė, orientuota į seno pakeitimą nauju. Kūrybinės industrijos yra laikomos svarbiu inovacijų šaltiniu. Kūrybinės organizacijos lengvai įsisavina naujus dalykus ir stimuliuoja kitų įmonių (tiekėjų, partnerių) naujoves.
4. *Atsinaujinimas*. Kūrybinės industrijos turi potencialą prisidėti prie fizinio, socialinio atsinaujinimo, taip pat prie bendruomenių susitelkimo. Projektinis kūrybinių industrijų veiklos principas skatina bendruomeniškumą.
5. *Naujos teritorijos*. Kūrybinės industrijos prisideda prie žmonijos gyvenimo kokybės gerinimo, tam tikras teritorijas padaro patrauklias naujoms investicijoms – šiuo atveju laimi ir miestai, ir periferija.

Investicijos į kūrybines industrijas formuoja naujas idėjas, kaip kurti aukštesnę gyvenimo kokybę. Manoma, kad kūrybinių industrijų strategijos kūrimas yra nacionalinis, aukščiausios valdžios reikalas, o įgyvendinimo efektyvumas ir plėtros naudingumas – regioninės valdžios ir bendruomenių atsakomybė.

Kūrybinės industrijos kūrybos ekonomikos kontekste

Kūrybinės industrijos apibrėžiamos ir skirstomos į skirtingas grupes, tačiau tyrėjai sutaria, kad jos yra tai, kas plačiausia prasme gali būti įvardyta kaip kūrybos ekonomikos šerdis. Terminas *kūrybos ekonomika* atsirado 2001 m. Johno Howkinso studijoje apie santykį tarp kūrybingumo ir ekonomikos. Anot J. Howkinso (2007), nei kūrybingumas, nei ekonomika nėra nauji reiškiniai, bet nauja yra jų tarpusavio santykio prigimtis ir mastas bei tai, kaip jiedu jungiasi kurdami ypatingą vertę ir gerovę. Terminą *kūrybos ekonomika* J. Howkinsas vartoja plačiąja prasme, kuri apima paties autoriaus suklasifikuotą penkiolika kūrybinių industrijų, pradedant menais ir baigiant platesnėmis mokslo ir technologijų sritimis. Pagal apytikslus mokslininko skaičiavimus, 2000 m. kūrybos ekonomika pasauliniu mastu buvo verta 2,2 trilijonų JAV dolerių ir kasmet ji padidėdavo 5 %. Pasak J. Howkinso, yra dvi kūrybingumo rūšys: su žmogaus kaip individo pasitenkinimu susijęs kūrybingumas, taip pat kūrybingumas, kuriantis produktus. Pirmoji rūšis yra universali žmogiškumo charakteristika, randama visose visuomenėse ir kultūrose. Antrosios

rūšies – dažnesnis industrinėse visuomenėse, kur labiau vertinamos naujovės, mokslas ir technologinės inovacijos bei intelektinės nuosavybės teisės.

Nėra vienintelio *kūrybos ekonomikos* apibrėžimo. Tai subjektyvi, vis dar kuriama sąvoka. Vis dėlto pagrindinės kūrybinių industrijų grupės vis labiau artėja, o bendra jų tarpusavio sąveika atskirose šalyse ir tarptautiniu lygiu stiprėja. Vieną išsamiausių kūrybinių industrijų sąsajos su kūrybos ir žinių ekonomika apibrėžimą pateikia Johnas Hartley (2005). Anot šio mokslininko, svariausia kūrybos ekonomikos dalis priklauso kūrybinėms industrijoms, kurios yra koncepcijų ir praktikos susiliejimas bei apima kūrybos menus (individualų talentą), kultūrinės industrijas (mases) naujųjų medijų technologijų, žinių visuomenės, interaktyvių piliečių vartotojų aplinkose (Hartley 2005).

Šiame straipsnyje remiamasi UNCTAD (2010) kūrybos ekonomikos apibrėžimu, reiškinio analize ir plėtros modeliais.

Besivystančiose pasaulio šalyse kūrybinių industrijų plėtros svarba pripažinta visai neseniai. San Paulo sutartis, priimta XI UNCTAD konferencijoje, šiuo atžvilgiu buvo lemiamas žingsnis. Vėliau UNCTAD skyrė daugiau dėmesio į strategijos kūrimą orientuotiems veiksams, pabrėždama keturis pagrindinius uždavinius tiriant kūrybos ekonomiką (Creative Economy Report 2008):

- 1) suderinti nacionalinės kultūros tikslus su technologinės ir tarptautinės prekybos strategijomis;
- 2) kovoti su netolygumais, stabdančiais kūrybinių industrijų augimą besivystančiose šalyse;
- 3) sustiprinti vadinamąjį kūrybinį ryšį tarp investavimo, technologijų, verslumo ir prekybos;
- 4) pateikti tinkamą inovacinę strategiją kūrybos ekonomikai stiprinti, siekiant jos plėtros.

UNCTAD kūrybos ekonomika apibrėžiama (Creative Economy Report 2008):

- a) kūrybos ekonomika – besiformuojanti sąvoka, paremta kūrybiniu kapitalu, gebančiu kurti ekonominį augimą ir plėtrą;
- b) kūrybos ekonomika gali skatinti pajamas, darbo vietų kūrimą ir įplaukas už eksportą, remdama socialinę integraciją, kultūrinę įvairovę ir socialinę žmogaus raidą;
- c) kūrybos ekonomika apima ekonominį, kultūrinį ir socialinį aspektus, sąveikaujančius su technologijomis, intelektine nuosavybe ir turizmu, kuris sudaro per 10 % pasaulio ekonomikos;
- d) tai žiniomis grįsta ekonominė veikla valstybės mikro- ir makrolygiais;
- e) tai galimas plėtros pasirinkimas, reikalaujantis inovatyvios, tarpdalykinės strategijos ir tarpinstitucinio veikimo;

f) kūrybos ekonomikos šerdis yra kūrybinės industrijos.

Kita iniciatyva, prisidėjusi prie kūrybos ekonomikos plėtros, buvo Indijoje Nagauro mieste 2005 m. įvykęs simpoziumas. UNESCO organizuotame simpoziume daugiausia analizuotas kultūrinių industrijų vaidmuo šalių ūkio plėtrai, ypač pabrėžta vietinės meninės ir kultūrinės veiklos, kaip priemonės ekonomikai stiprinti ir skurdui mažinti, svarba. Remiantis šiame simpoziume išsakytomis rekomendacijomis (žinomomis kaip „Jodhpur iniciatyvos“), skirtingose Azijos šalyse buvo inicijuoti ir įgyvendinti statistinių duomenų rinkimo ir kūrybinių industrijų plėtros projektai.

Tuo pačiu metu UNESCO būstinėje pradėta ruošti kultūrinės įvairovės konvencija, kuri aiškiai pripažintų kultūrinių industrijų įnašą į ekonominę ir kultūrinę plėtrą tiek išsivysčiusiose, tiek besivystančiose šalyse. Baigiamoji konvencija dėl kultūros išraiškų įvairovės apsaugos ir skatinimo priimta UNESCO Generalinėje konferencijoje 2005 m., o įsigaliojo 2007 m. (Creative Economy Report 2008).

Matoma, kad per pastarąjį dešimtmetį sąvoka *kūrybos ekonomika* plėtojosi keletu krypčių. Sąvoka atsirado kaip būdas atkreipti dėmesį į kūrybingumo (kaip dabartinio ekonominio gyvenimo veiksnio) vaidmenį, įprasmindama teiginį, kad ekonominė ir kultūrinė plėtra nėra atskiri ar nesusiję reiškiniai, bet dalis darnios plėtros proceso, kai ekonominis ir kultūrinis augimas vyksta išvien. Idėja apie kūrybos ekonomiką besivystančiame pasaulyje ypač atkreipia dėmesį į reikšmingą kūrybinį kapitalą ir gausius kultūrinius išteklius, egzistuojančius visose besivystančiose šalyse. Naudojančios šiuos išteklius, kūrybinės industrijos ne tik leidžia šalims pažinti savo istoriją ir įteigti unikalią savo kultūrinę tapatybę sau ir pasauliui, bet ir suteikia šioms šalims ekonominio augimo šaltinį, galimybę kurti darbo vietas ir aktyviau dalyvauti pasaulinėje ekonomikoje. Tuo pat metu kūrybos ekonomika skatina socialinę integraciją, kultūrinę įvairovę ir socialinę žmogaus raidą.

UNCTAD kūrybinių industrijų klasifikacija

Svarbus įvykis įsitvirtinant *kūrybinių industrijų* sąvokai buvo XI UNCTAD Ministrų konferencija 2004 m. Šioje konferencijoje kūrybinių industrijų tema buvo įtraukta į tarptautinės ekonomikos ir plėtros darbotvarkę, sudarytą pagal aukščiausio lygio kūrybinių industrijų ir plėtros ekspertų grupės rekomendacijas.

UNCTAD kūrybinių industrijų supratimas susijęs su *kūrybingumo* sąvokos praplėtimu nuo didžiąja dalimi meninės veiklos iki „bet kokios ekonominės veiklos, gaminant simbolinius produktus, stipriai priklausomus nuo intelektualinės nuosavybės ir skirtus kuo platesnei rinkai“ (Creative Economy Report 2008). UNCTAD skiria *elitinę veiklą*

(tradiciniai kultūriniai veiksmai, tokie kaip scenos arba vizualiniai menai), *įprastinę veiklą* (daug artimesnė rinkai, tokia kaip reklama, leidyba ar veikla, susijusi su žiniasklaida) ir teigia, kad antroji grupė savo komercinę vertę kuria iš mažų gamybos kainų ir nesudėtingo adaptavimosi kitose ekonominėse srityse. Taip vertinant, kultūrinės industrijos yra kūrybinių industrijų poaibis.

Kūrybinės industrijos – plati sfera, kur sąveikauja įvairūs subsektoriai. Šie subsektoriai apima tiek tradicinėje sampratoje ir kultūros pavelde įsitvirtinusias veiklos rūšis (tokias kaip menai, amatai ir kultūrinės šventės), tiek labiau į technologijas ir paslaugas orientuotus pogrupius (tokius kaip audiovizualiniai darbai ir naujosios medijos). UNCTAD kūrybines industrijas skirsto į keturias stambias grupes: paveldas, menai, medijos ir funkciniai kūriniai. Šios grupės savo ruožtu skirstomos į devynis pogrupius.

Tokios klasifikacijos loginis pagrindas yra faktas, kad daugelis šalių ir institucijų kūrybinėmis industrijomis vadina įvairias pramonės šakas, bet tik keletas iš jų bando skirstyti šias industrijas į sritis, grupes ir pogrupius. Vien tik suskirstymas grupėmis palengvintų įvairių sektorių tarpusavio sąveikos ir bendro vaizdo supratimą. Tokia klasifikacija galėtų būti naudojama suteikiant nuoseklumo kiekybinei ir kokybinei analizei. Pagal šį skirstymą, atsižvelgiant į skirtingas savybes, kūrybinės industrijos sudaro keturias grupes (paveldas, menai, medijos ir funkciniai kūriniai).

Kūrybinės industrijos pagal UNCTAD apibrėžiamos taip (Creative Economy Report 2010):

- a) yra prekių ir paslaugų kūrybos, gamybos ir platinimo ciklai, kur kūrybingumas ir intelektualinis kapitalas panaudojami kaip pradinis įnašas;
- b) tai žiniomis pagrįsta veikla, dažniausiai susijusi su menais (tačiau ne vien menais), galinti kurti pajamas iš prekybos ir intelektualinės nuosavybės teisių;
- c) apima materialius produktus ir nematerialias intelektualines bei menines paslaugas, turinčias kūrybinį turinį, ekonominę vertę ir skirtas rinkai;
- d) yra amatų, paslaugų ir pramonės sektorių kryžkelėje;
- e) pasaulio prekyboje sudaro naują dinamišką sektorių.

Yra skiriamos keturios kūrybinių industrijų grupės (Creative Economy Report 2008):

1. *Paveldas*. Kultūrinis paveldas laikomas visų menų formų šaltiniu ir kultūrinių bei kūrybinių industrijų istoriniu pagrindu. Būtent paveldas sujungia istorinio, antropologinio, etninio, estetinio ir sociologinio požiūrių kultūrinius aspektus, lemia kūrybingumą ir yra paveldėtų prekių, paslaugų ir kultūrinės veiklos šaltinis. Su paveldu susijusi tradicinė samprata ir kultūros išraiška menų ir amatų kūryboje, taip pat tautosakoje ir tradicinėse šventėse. Todėl ši grupė padalyta į du pogrupius:

- a) *tradicinė kultūros išraiška*: menai ir amatai, festivaliai ir šventės;
 - b) *kultūros vertybių vietos*: archeologinės vietos, muziejai, bibliotekos, parodos ir t. t.
2. *Menai*. Ši grupė apima kūrybines industrijas, grindžiamas tik menu ir kultūra. Grupė padalyta į du didelius pogrūpius:
- a) *vizualiniai menai*: tapyba, skulptūra, fotografija ir antikvariniai daiktai;
 - b) *scenos menai*: gyva muzika, teatras, šokis, opera, cirkas, lėlių teatras ir t. t.
3. *Medijos*. Ši grupė apima du medijų pogrūpius, gaminančius kūrybinį turinį, skirtą bendravimui su didelėmis auditorijomis („naujosios medijos“ priskiriamos kitai grupei):
- a) *leidyma ir spausdintos visuomenės informavimo priemonės*: knygos, spauda ir kitos publikacijos;
 - b) *audiovizualiniai darbai*: filmas, televizija, radijo ir kitokios laidos.
4. *Funkciniai kūriniai*. Ši grupė apima paklausos valdomas ir į paslaugas orientuotas industrijas, kuriančias funkcinių tikslų turinčias prekes ir paslaugas. Grupė padalyta į tokius pogrūpius:
- a) *dizainas*: interjeras, grafika, mada, juvelyriniai dirbiniai, žaislai;
 - b) *naujosios medijos*: programinė įranga, vaizdo žaidimai ir skaitmeninis kūrybinis turinys;
 - c) *kūrybinės paslaugos*: architektūros, reklamos, kultūrinės ir poilsio paslaugos, tyrimai ir plėtra, skaitmeninė spauda ir kt.

Nesutariama, ar mokslo tyrimai ir plėtra priklauso kūrybos ekonomikai. Be svarstymo, kaip skaičiuoti pilną, gaunamą iš moksliniais tyrimais sukurtos intelektualinės nuosavybės, nėra kompleksinių empirinių tyrimų, analizuojančių tyrimų, mokslo ir kūrybos ekonomikos varomųjų jėgų tarpusavio sąveiką. Dar prieš 1999 m. Pasaulinėje mokslo konferencijoje (angl. *World Conference on Science*) paskelbtą pranešimą apie kūrybos ekonomiką, UNESCO nagrinėjo šią problemą suintensyvėjusio bendradarbiavimo tarp mokslo ir industrijų bei tarp visuomeninio ir privataus sektorių sąlygomis, siekdama paskatinti ilgalaikių tikslų turinčius mokslinius tyrimus. Kaip nurodyta „Amsterdamo kūrybinių industrijų deklaracijoje“ (Amsterdam Declaration... 2010), kurią pasirašė 75 ekspertai iš viso pasaulio, du sektoriai turi dirbti glaudžiai bendradarbiaudami ir vienas kitą papildydami. Tačiau privatus sektorius tiesiogiai pelnosi iš mokslinių inovacijų ir remia didėjančią finansavimą moksliniams tyrimams, susijusiems su kūrybinėmis industrijomis.

Sportas ir jo reikšmė kūrybos ekonomikoje yra ginčytini klausimai. Jis įtraukiamas į kai kurias kūrybinių industrijų

klasifikacijas. Dažniausiai taip nutinka dėl to, kad valstybių kultūros ministerijos yra atsakingos ir už sporto reikalus. Tokį priskyrimą grindžia ir faktas, kad sportas yra svarbus pajamų šaltinis, darantis teigiamą šalutinį poveikį įvairiems kitiems ekonomikos sektoriams. Kita praktinė priežastis yra ta, kad valstybės ataskaitose sportas priskiriamas prie poilsio paslaugų. Vis dėlto, remiantis teoriniu požiūriu, sportas labiau susijęs su treniravimusi, taisyklėmis ir varžybomis nei su poilsio paslaugomis. Pagal šį pagrindimą sportas nėra įtrauktas į UNCTAD *kūrybinių industrijų* klasifikaciją.

Kūrybinių industrijų modeliai ir klasifikavimo sistemos

Paskutiniaisiais metais pasiūlyta keletas skirtingų modelių, kaip sistemingai suprasti struktūrinės *kūrybinių industrijų* savybes. Toliau yra apžvelgiami keturi iš jų, pabrėžiant skirtingas klasifikacijos sistemas, kurias šie modeliai priskiria kūrybos ekonomikai. Kiekvienas modelis turi savitą loginį pagrindą, priklausantį nuo esminių prielaidų apie industrijų tikslą ir veikimo būdą. Kiekviename modelyje kūrybos ekonomikos šakos šiek tiek skirtingu pagrindu suskirstomos į pagrindines ir šalutines. Tai tik dar kartą patvirtina anksčiau aptartus sunkumus apibrėžti kūrybinį sektorių. Toliau pateikiami šie keturi modeliai (Creative Economy Report 2008):

1. *UK DCMS modelis*. Jis kilo iš 1990 m. Jungtinėje Karalystėje egzistavusio siekio iš naujo įtvirtinti žmonių sąmonėje šalies ekonomiką, grindžiamą kūrybingumu, inovacijomis globalioje konkurencinėje aplinkoje. Kūrybinės industrijos apibrėžiamos kaip „pramonės“ šakos, reikalaujančios kūrybingumo, įgūdžių ir talento, turinčios pajėgumo kurti naujoves, naudotis intelektine nuosavybe (DCMS 2010). Iš esmės, visas 13 šakų, įtrauktų į DCMS klasifikaciją, pagal anksčiau pateiktą apibrėžimą galima suprasti kaip kultūrinės, tačiau Jungtinės Karalystės vyriausybė, apibrėždama šį darinį, pirmenybę teikė terminui *kūrybinės industrijos*, akivaizdžiai siekdama išvengti elitinės žodžio *kultūrinis* konotacijos.
2. *Simbolinių tekstų modelis*. Šis modelis yra tipinis kritinė teorija grindžiamų kultūros studijų tradicijos, egzistuojančios Europoje ir ypač Jungtinėje Karalystėje (Hesmondhalgh 2007), atstovaujamas požiūris į kultūrinės industrijas. Čia „aukštieji“ ir „rimtieji“ menai traktuojami kaip socialinių ir politinių viršūnių sfera, todėl dėmesys sutelkiamas į populiariąją kultūrą, kuri yra idėjų, perspektyvų, požiūrių, vaizdinių ir kitų fenomenų visuma, palaikoma vyraujančios krypties kaip duotoji kultūra, ypač gaji pokario Vakarų pasaulyje ir suaktyvėjusi postmoderniojoje epochoje.

Amerikiečių autorė S. Sontag (1964), teigia, kad populiariosios kultūros formos yra geros, nes jos yra tiesiog didingos (žodžių žaismas: angl. *awful*, liet. *siaubingas* arba *didingas*). Kaip teigia A. McRobbie (1994), populiarioji kultūra apeliuoja į populiariausius malonumus. Šios kultūros atributai – medijos, socialiniai tinklai, informacijos vartojimas malonumo dėlei. Procesai, kuriais visuomenės kultūra formuojama ir perduodama, simbolinių tekstų modelyje vaizduojami kaip simbolinių tekstų ar žinučių (kurių reikšmės perduoda įvairios žiniasklaidos priemonės, tokios kaip filmai, televizijos laidos ar spauda) pramoninė gamyba, sklaida ir vartojimas.

3. *Koncentrinių ratų modelis*. Šis modelis grindžiamas teiginiu, kad būtent kultūrinių prekių kultūrinė vertė suteikia šioms pramonės šakoms aiškiausias jų skiriamąsias savybes. Tad kuo labiau išreikštas kultūrinis tam tikros prekės ar paslaugos turinys, tuo didesnis reikalavimas priskirti prekę ar paslaugą ją gaminančiai industrijai (Throsby 2010). Modelio šalininkai tvirtina, kad kūrybinės idėjos gimsta pagrindiniuose kūrybiniuose menuose kaip garsas, tekstas arba vaizdas. Kūrybinės idėjos ir jų įtaka sklinda tolyn „koncentriniais ratais“. Tolstant nuo centro, kultūrinis turinys tampa vis labiau komerciniu. Šis modelis buvo Europos kūrybinių industrijų klasifikavimo pagrindas Europos komisijai parengtoje studijoje (KEA European Affairs 2006: 53–57).
4. *WIPO autorių teisių modelis*. Šis modelis analizuoja šakas, kurios tiesiogiai ar netiesiogiai susijusios su autorių darbų kūryba, gamyba, statymu, rodytu ir platinimu (World Intellectual Property Organization 2003). Susitelkiama į intelektinę nuosavybę, nes ji įkūnija kūrybingumą, panaudotą į šią klasifikaciją įtrauktų prekių ir paslaugų gamybai. Išskiriamos industrijos, iš tikrųjų gaminančios intelektinę nuosavybę, ir industrijos, priverstos teikti prekes ir paslaugas vartotojui. Kitą, dalinių autoriaus teisių pramonės šakų grupę sudaro industrijos, kur intelektinė nuosavybė sudaro mažąją dalį jose atliekamos veiklos.

UK DCMS modelyje aptariamos industrijos neskirstomos niekaip, bet kituose trijuose modeliuose nurodoma pagrindinė industrijų grupė, t. y. šakos, kurių įtraukimas kiekvienu atveju taikomam apibrėžimui yra svarbiausias. Suprantama, kad visais atvejais svarbiausi elementai skiriasi, pvz., menai, kurie yra koncentrinių ratų modelio epicentras, simbolinių tekstų schemose laikomi periferiniu elementu.

Remdamasis aptartais modeliais, UNCTAD (2010) kūrybinių industrijų sritis klasifikuoja pagal šią sistemą: *UK DCMS modelis*: reklama, architektūra, menas ir anti-kvartas, dirbiniai, dizainas, mada, filmai ir videomenas,

muzika, scenos menai, leidyba, programinė įranga, televizija ir radijas, vaizdo ir kompiuteriniai žaidimai.

Simbolinių tekstų modelis: pagrindinės kultūrinės industrijos (reklama, filmai, internetas, muzika, televizija ir radijas, vaizdo ir kompiuteriniai žaidimai), periferinės kultūrinės industrijos (kūrybiniai menai), tarpinės kultūrinės industrijos (plataus vartojimo elektronika, mada, programinė įranga, sportas).

Koncentrinių ratų modelis: pagrindiniai kūrybiniai menai (literatūra, muzika, scenos menai, vizualiniai menai), kitos pagrindinės kultūrinės industrijos (filmai, muziejai, bibliotekos), platesnio tipo kultūrinės industrijos (paveldo paslaugos, leidyba, įrašai, televizija ir radijas, vaizdo ir kompiuteriniai žaidimai), susijusios industrijos (reklama, architektūra, dizainas, mada).

WIPO autorių teisių modelis: pagrindinės autorių teisių industrijos (reklama, kolekcionierių veikla, filmai ir videomenas, muzika, scenos menai, leidyba, programinė įranga, televizija ir radijas, vizualiniai ir grafiniai menai), abipusiškai priklausomos industrijos (įrašų žaliava, plataus vartojimo elektronika, muzikos instrumentai, popierius, fotografijos įranga), susijusios industrijos (architektūra, drabužiai, avalynė, dizainas, mada, namų apyvokos daiktai, žaislai).

Teisingo arba klaidingo kūrybinių industrijų modelio nėra – egzistuoja skirtingi kūrybinės gamybos struktūrinių savybių aiškinimo būdai. Skirtingų modelių patrauklumas, atsižvelgiant į tyrimo tikslą, gali skirtis. Siekiant atlikti tyrimus kūrybinių industrijų sektoriuje, reikalinga klasifikacijos sistema, kuri galėtų tapti pagrindu kuriant veikiantį modelį, kaip panaudoti kūrybines industrijas platesnėse standartinės pramoninės klasifikacijos sistemose, taikomose šalių ekonomikoje.

Išvados

1. Kūrybinių industrijų koncepcijos pradžia – 1994 m., kai Australijoje buvo paskelbtas pirmasis pasaulyje tokio pobūdžio pranešimas „Kūrybinga tauta“. Per beveik du dešimtmečius kūrybinių industrijų sąvoka ir samprata, politinis ir ideologinis valdymas bei indėlis į šalių ūkį kito. Kūrybinės industrijos per šį laikotarpį išsiplėtė už menų sferos ribų ir priartėjo prie potencialiai komercinės veiklos.
2. Kūrybinės industrijos – kūrybos ekonomikos šerdis. Kūrybos ekonomika – XXI a. ekonomikos reiškiny, grindžiamas sudėtingu, ne tik utilitarinius poreikius tenkinančiu vartojimu; jame susilieja darbas, poilsis, laisvalaikis, naujosios medijos, technologiniai, socialiniai, kultūriniai poreikiai. Kūrybingumo raiška tampa viena pagrindinių kūrybos ekonomikos proceso vertinimo savybių.

3. Kūrybinės industrijos – plati sfera, kur sąveikauja įvairūs subsektoriai. Siekiant padėti pagrindus kompleksiniams tarpdalykiniams tyrimams, yra būtina loginė ir praktinė kūrybinių industrijų klasifikacija. Kūrybinės industrijos yra skiriamos į keturias pagrindines grupes: paveldas, menai, medijos ir funkciniai kūriniai. Šios savo ruožtu skiriamos į smulkesnius pogrupius.
4. UNCTAD kūrybinių industrijų modelių esmė – loginis pagrindimas pagal įvairių šalių pramonės ar ekonominės klasifikacijos sistemas. Yra pateikiami keturi kūrybinių industrijų modeliai: UK DCMS, simbolinių tekstų, koncentrinį ratų ir WIPO autorių teisių. Remiantis šiais modeliais, kūrybinių industrijų sritys klasifikuojamos pagal pagrindines, periferines, tarpines, platesnio tipo, susijusias industrijas.
5. Bendra klasifikacijos sistema atvertų galimybes integruoti kūrybines industrijas į tradiciniu pagrindu veikiančias industrijas ir sudarytų prielaidas kompleksinių tyrimų plėtrai Baltijos regione.

Literatūra

- Alas, R. 2008. Implementation of Organizational Changes in Estonian Companies, *Journal of Business Economics and Management* 9(4): 281–297. doi:10.3846/1611-1699.2008.9.289-297
- Amsterdam Declaration on Creative Industries. 2010 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://europe-innova.eu/>.
- Chlivickas, E.; Smaliukienė, R. 2009. International Region as a Brand Origin: Conceptualization and Review, *Journal of Business Economics and Management* 10(2): 141–148. doi:10.3846/1611-1699.2009.10.141-148
- Creative Economy Report. 2008. USA: United Nations UNCTAD.
- Creative Economy Report. 2010. USA: United Nations UNCTAD.
- Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy. 1994 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.nla.gov.au/>.
- Department of Culture, Media and Sport DCMS. 2010 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.culture.gov.uk/>.
- Fill, C. 2009. *Marketing Communications*. 5th Edition. Prentice Hall: Pearson Education Limited.
- Hartley, J. 2005. *Creative Industries*. Blackwell Publishing.
- Hesmondhalgh, D. 2007. *The Cultural Industries*. London: Sage Publications.
- Howkins, J. 2007. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Karnitis, E. 2006 A Knowledge-Based Human-Centered Growth Model for Latvia, *Journal of Business Economics and Management* 7(3): 95–101.
- KEA European Affairs. 2006. [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.keanet.eu/>.
- Lash, S.; Urry, J. 1994. *Economies of Sign and Space*. London: Sage Publications.
- Levickaitė, R. 2010. Kūrybinės industrijos: Vilniaus Gedimino technikos universiteto studijų programos tyrimas, *Santalka* 18(2): 67–76. doi:10.3846/coactivity.2010.16
- Local Government Association 2010 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://lga.gov.uk/>.
- McRobbie, A. 1994. *Postmodernism and Popular Culture*. New York: Routledge. doi:10.4324/9780203168332
- Melnikas, B. 2005. Žinių ekonomika: kūrimo perspektyvos Europos Sąjungos plėtros sąlygomis, *Ekonomika* 72(2): 94–107.
- Melnikas, B.; Jakubavičius, A.; Strazdas, R. 2000. *Inovacijų vadyba*. Vilnius: Technika.
- Palaimaitė, A.; Radzevičienė, A. 2009. Kultūrinė kompetencija jaunimo nevyriausybių organizacijų tarptautinės veiklos kontekste, *Mokslas – Lietuvos ateitis* 1(3): 46–50. doi:10.3846/151
- Sontag, S. 1964. *Notes on Camp*. *Partisan Review*, perspausdinta 1978 *Against Interpretation*, New York: Delta.
- Strazdas, R.; Bareika, R. 2010. Produkto inovacijų kūrimo modelių tobulinimas, *Mokslas – Lietuvos ateitis* 2(2): 97–103. doi:10.3846/mla.2010.041
- Throsby, D. 2010. *The Economics of Cultural Policy*. New York: Cambridge University Press.
- World Intellectual Property Organization. 2003 [interaktyvus], [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://world-intellectual-property-organization.com/>.
- Zabieliavičienė, I. 2008. Inovacijų komandos formavimasis ir jos elgsenos modifikavimas, *Verslas: teorija ir praktika* [Business: Theory and Practice] 9(4): 261–271. doi:10.3846/1648-0627.2008.9.261-271

CREATIVE INDUSTRIES: CLASSIFICATION SYSTEMS AND MODELS IN THE CONTEXT OF A CREATIVE ECONOMY OF THE 21ST CENTURY

R. Levickaitė

Abstract

The article discusses a concept of creative industries, looks at its definition varying in different countries and presents a phenomenon of a creative economy. In the context of the creative economy of the 21st century, the paper deals with classification systems and models of creative industries. Theoretical principals are based on the UNCTAD analysis of the creative economy. Creative industries are based on the production cycles of creative content that applies to creativity and intellectual property which is knowledge based activities covering both tangible products and an intangible creation of intellectual or creative services. According to the UNCTAD classification system, four groups of creative industries, including heritage, arts, media, and functional production can be distinguished and subdivided into subgroups. Research on worldwide creative industries refers to four models: UK DCMS model, symbolic text model, concentric circle model and WIPO copyright model. While appealing to the above mentioned models, classification systems with the output of complex interdisciplinary research might be designed.

Keywords: creative industries, creative economy, classification systems, models of creative industries.