

Latvijas Kultūras akadēmija  
Kultūras socioloģijas un menedžmenta katedra

KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU KONCEPTA IZMAIŅAS UN IZPRATNES  
SPECIFIKA DAŽĀDĀS LATVIJAS RADOŠO INDUSTRIJU SEKTORĀ IESAISTĪTAJĀS  
GRUPĀS

Bakalaura darbs

Autore:  
Akadēmiskās bakalaura augstākās izglītības programmas “Mākslas”  
Kultūras socioloģijas un menedžmenta apakšprogrammas  
4. kursa studente Dārta Dīvāne  
(ID Nr. 20103406)

Darba vadītāja:  
Dr. sc. soc. Anda Laķe

Rīga  
2014

## SATURS

Apzīmējumi un saīsinājumi .....	4
IEVADS .....	5
1. KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU VEIDOŠANĀS UN ATTĪSTĪBA .....	9
1.1. Kultūras industrija un „Frankfurtes skola” .....	9
1.2. Radošās industrijas un Austrālijas ziņojums „Radošā Nācija” .....	10
1.3. Radošo industriju politikas veidošana Lielbritānijā .....	11
1.4. Radošo industriju veidošanās Latvijā .....	14
2. RADOŠO INDUSTRIJU JĒDZIENS, TĀ GALVENIE RAKSTUROJUMI UN SAIKNE AR KULTŪRAS INDUSTRIJAS JĒDZIENU .....	20
2.1. Radošums kā radošo industriju pamatelements .....	20
2.2. Industrija kā radošo industriju pamatelements .....	23
2.3. Radošo industriju jēdziens .....	25
2.4. Kultūras industriju un radošo industriju saistība .....	31
2.5. Radošās ekonomikas attīstība .....	34
3. KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU IZPRATNES SPECIFIKA DAŽĀDĀS LATVIJAS RADOŠO INDUSTRIJU SEKTORĀ IESAISTĪTAJĀS GRUPĀS .....	38
3.1. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika .....	39
3.1.1. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju saistība ar radošo industriju sektoru .....	40
3.1.2. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju radošo industriju raksturojums .....	40
3.1.3. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību .....	43
3.1.4. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem .....	45
3.2. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika .....	48
3.2.1. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru .....	48
3.2.2. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju radošo industriju raksturojums .....	49
3.2.3. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību .....	51

3.2.4. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem .....	52
3.3. Kultūras nozares pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika .....	54
3.3.1. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru .....	55
3.3.2. Kultūras nozares pārstāvju radošo industriju raksturojums.....	55
3.3.3. Kultūras nozares pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību.....	58
3.3.4. Kultūras nozares pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem .....	60
3.4. Akadēmiskās sfēras pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika.....	63
3.4.1. Akadēmiskās sfēras pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru.....	63
3.4.2. Akadēmiskās sfēras pārstāvju radošo industriju raksturojums.....	64
3.4.3. Akadēmiskās sfēras pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību.....	67
3.4.4. Akadēmiskās sfēras pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem .....	70
NOBEIGUMS .....	73
KOPSAVILKUMS.....	76
IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	79
ANNOTATION.....	83
PIELIKUMI .....	84

## **Apzīmējumi un saīsinājumi**

RI - radošās industrijas

KM - Kultūras ministrija

EM - Ekonomikas ministrija

IZM - Izglītības un zinātnes ministrija

VARAM - Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija

LA - Labklājības ministrija

FM - Finanšu ministrija

ĀM – Ārlietu ministrija

DCMS - Kultūras, plašsaziņas līdzekļu un sporta departaments

LIAA - Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra

ES - Eiropas Savienība

UNCTAD - Apvienoto Nāciju Organizācijas Tirdzniecības un attīstības konference

UNESCO - Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācija

LKA - Latvijas Kultūras akadēmija

BA - Banku augstskola

## IEVADS

Līdz ar strauju jauno tehnoloģiju attīstību un pieaugošo globalizāciju, konkurētspējas nodrošināšanā tradicionālo ražošanu arvien vairāk aizstāj pakalpojumi un inovācijas, kur būtiska loma ir radošumam un jaunrades spējām. Eiropas Savienības (ES) līmenī arvien biežāk tiek runāts par radošajām industrijām (šeit un turpmāk RI) kā ekonomiskās un sociālās inovācijas veicinātāju. Kultūras un radošajās nozarēs dažādās valstīs nereti tiek radīta augstāka pievienotā vērtība kā citās nozarēs, sekojoši – tās nodrošina būtisku ieguldījumu nacionālajās ekonomikās. Daudzās ekonomikas nozarēs jauni un inovatīvi risinājumi iespējami tieši pateicoties radošai domāšanai; veicinot radošo un inovācijas prasmju integrāciju izglītības sistēmā, tiek stimulēta uz zināšanām balstītas sabiedrības attīstība u.c.<sup>1</sup>

RI ir salīdzinoši jauna nozare, lai gan līdzīga rakstura kultūr- ekonomiski fenomeni būtībā pasaulē pastāvējuši vairāk vai mazāk vienmēr, taču tikai 1990to gadu otrajā pusē Lielbritānijā RI ieguvušas savu nosaukumu un veidolu. Neskatoties uz RI termina īslaicīgo pastāvēšanas vēsturi, salīdzinoši strauja ir to attīstība. RI jautājums Baltijā, tajā skaitā arī Latvijā, tika aktualizēts pēc 2000. gada un nozīmīga loma bija tieši Britu padomei, kas aktīvi veicināja RI sektora attīstības popularizēšanu un ar to saistīto problēmu skaidrošanu visā pasaulē. Taču vislielākā aktivitāte RI jomā Latvijā manāma tieši pēdējos piecus gadus.

Jāņem vērā, ka RI kā sektors nav statisks veidojums, sektora attīstībai nav piemērojams kāds universāls paraugs, ko varētu attiecināt uz visām valstīm vienādi. RI ietver sevī fleksibilitāti, kas ļauj tām pielāgoties konkrētām valstīm, konkrētām situācijām vai ekonomikas modeļiem. Ņemot vērā, ka RI jēdziena izmantošana noteiktu kultūrekonomisku, uzņēmējdarbības u.c. aktivitāšu apzīmēšanai Latvijā ir nesena parādība, līdz galam vēl nav veidojusies vienota izpratne par šo jomu.

RI sektora problemātikas nesēnā ienākšana Latvijas politikas dienas kārtībā un to mainīgā daba ir vairojusi šajā sektorā dažādo iesaistīto pušu izpratnes atšķirību. Būtu svarīgi noskaidrot un precizēt dažādo Latvijas RI iesaistīto pušu viedokli, lai ar laiku varētu veidoties vairāk vai mazāk vienota izpratne par to, kādas radošās un uzņēmējdarbības formas ir attiecināmas uz nozari, ko dēvējam par RI, un, kas RI kontekstā raksturīgs tieši mūsu valstij. Tas ļautu sekmīgāk attīstīties visam RI sektoram kopumā, precīzāk veidot to politiku, sadalīt kompetences un tamlīdzīgi.

---

<sup>1</sup> Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecgai-attstbai> [skatīts 2014, 5.marts]

RI statistiskie rādītāji pierāda, ka RI ir pietiekoši pelnošs sektors gan ES, gan sāk iegūt ekonomisku nozīmi arī Latvijas kontekstā. To apstiprina arī 2013. gadā veiktais Kultūras Ministrijas pasūtītais pētījums „Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai” (turpmāk 2013. gada Latvijas RI pētījums). Kopumā RI un ar tām saistītās nozares Latvijas ekonomikā, līdzīgi kā citās ES valstīs, sastāda aptuveni 8%-10% uzņēmumu un nodarbināto skaita, neto apgrozījuma, radītās pievienotās vērtības un eksporta apjoma aspektos. RI un ar tām saistīto nozaru jomā Latvijā darbojas vairāk nekā 10 000 uzņēmumu, kas nodarbina vairāk kā 70 000 darbinieku. Nozares kopējais apgrozījums vidēji gadā ir aptuveni 1,5 mljrd. latu, no kā nedaudz mazāk par pusi sastāda RI un lielāko daļu – saistītās nozares.<sup>2</sup> Ņemot vērā RI sektora pieaugošo nozīmi Latvijas ekonomikas attīstībā, rodas pamatots jautājums, kurai no politikas veidotāju institūcijām būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība un sektora tālākā attīstība un veicināšana.

Līdz šim par RI sektora attīstību Latvijā ir atbildīga Kultūras ministrija (KM), Ekonomikas ministrija (EM) un Izglītības un zinātnes ministrija (IZM) un šo ministriju padotības iestādes.<sup>3</sup> RI politikas īstenošanā, protams, izšķiroša nozīme ir šai starpinstitucionālai sadarbībai, taču neapšaubāma kompetence ir tieši KM. Latvijā kopš 2005. gada RI jautājumus publiskās politikas līmenī īpaši uzņēmusies virzīt tieši KM. KM galvenā motivācija, iesaistoties RI jautājumu virzīšanā Latvijā, bija cieši saistīta gan ar politikas prioritāti kultūrizglītībā, gan ar pārliecību par kultūras investīciju nozīmi tautsaimniecībā kopumā.<sup>4</sup> Sākotnējie ziņojumi un politikas plānošanas dokumenti, kuros tika lietots kultūras un radošo industriju jēdziens, norādīja uz kultūras un radošo industriju saistību, nenoliedzami uzsvēra kultūras lomu, kultūru kā pelnīt spējīgu nozari:

- 2008. gada Informatīvajā ziņojumā par RI un tās politiku Latvijā norādīts, ka „līdz ar to RI attīstības jautājumi mūsdienās jāskata ciešā kontekstā ar kultūras sociālekonomiskās ietekmes pētījumiem, kā arī ar pamatojumiem un apsvērumiem par valsts intervenci kultūrā. Turklāt jāizprot, ka RI pastāvēšanas priekšnoteikums ir privātā, valsts un nevalstiskā sektora sinerģētiska sadarbība”. Ziņojumā tiek arī uzsvērts tas, ka „mēs lepojamies ar saviem talantiem, ar ievērojamām kultūras institūcijām, ar Valsts Kultūrkapitāla fonda regulāro ieguldījumu radošā procesa nodrošināšanā, tomēr maz ticis

<sup>2</sup> Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecgai-attstbai> [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>3</sup> Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Kultūras un radošās industrijas. Institūcijas un sadarbības partneri*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starpznozares/radosa/institucijas.html> [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>4</sup> Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658> [skatīts 2014, 5.marts]

diskutēts par to, kāda patiešām ir kultūras un radošo industriju loma tautsaimniecības attīstībā vispār”<sup>5</sup>;

- Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006. - 2015. gadam kā prioritātes tiek izvirzītas ”uzlabot saikni starp kultūras un ekonomikas jomām, veicināt Latvijas kultūras daudzveidību un ilgtspējīgu radošas ekonomikas attīstību. Noteiktais akcents kultūrpolitikā: kultūrā un mākslās izkoptais radošums skatāms kā jaunās ekonomikas izaugsmes viens no galvenajiem resursiem: RI nodrošina šī resursa izmantošanu preču un pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību radīšanā”<sup>6</sup>.

Šādi apgalvojumi, kur tika akcentēta kultūras nozares pārstāvju loma RI procesu attīstībā, deva lielas cerības tieši radošajiem kultūras nozares pārstāvjiem, kuri RI attīstības kontekstā saskatīja jaunas izaugsmes un finansējuma piesaistes iespējas. Taču ejot laikam un attīstoties RI jomai un to izpratnei, vārda „kultūra” vietā akcents aizvien vairāk tiek likts uz inovācijām, radošumu, zināšanām, ekonomisko kapacitāti, eksportu u.tml. Sākotnējo interesi par kultūru, kultūras un radošajām industrijām nomainījusi interese par RI, kurās kultūra tradicionālā izpratnē ieņem neviennozīmīgu un nedominējošu lomu. RI kļuvušas par mākslīgi veidotu vairāk vai mazāk tipisku tautsaimniecības nozari, kas nesniedz ieguvumu kultūrai tiešā veidā, kā to bija paredzējuši sākotnējie RI ziņojumi un dokumenti.

Acīmredzami kopš RI ienākšanas Latvijā notikusi akcentu pārbīde. To pierāda arī jau iepriekš minētais 2013. gada Latvijas RI pētījums, kurā jau kultūras industrijas tiek nodalītas no RI. Pētījumā kā RI atbilstoši tika identificēti kopumā 37 NACE klasifikatora kodi jeb RI nozares, kuras aptver plašu uzņēmējdarbības sektoru, piemēram, apģērbu un apavu ražošana<sup>7</sup>, bet iekļauts pavisam neliels skaits māksliniecisko un kultūrā balstīto aktivitāšu.

Ņemot vērā aplūkoto RI problemātiku, kā bakalaura darba **mērķis** tiek izvirzīts: izpētīt kā attīstījusies kultūras un radošo industriju konceptuālā izpratne sociālajās zinātnēs un kā atšķiras radošo industriju sektorā ieinteresēto pušu skatījums uz radošajām industrijām un to attīstības perspektīvām Latvijā. Lai sasniegtu bakalaura darba mērķi, tiek izvirzīti vairāki **uzdevumi**:

- 1) Izpētīt kultūras un radošo industriju nozares veidošanās un attīstības atspoguļojumu teorētiskajos avotos (akadēmiskajos avotos un politikas plānošanas dokumentos).

---

<sup>5</sup> Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658> [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>6</sup> Latvijas Republikas Kultūras Ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/vadlinijas.html> [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>7</sup> Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecigai-attstbai> [skatīts 2014, 5.marts]

- 2) Analizēt radošo industriju nozares būtiskākos raksturojumus un atslēgas jēdzienus-radošums, industrija, radošās industrijas, kultūras un radošo industriju saistība, radošā ekonomika.
- 3) Izpētīt un izanalizēt pieredzi un izpratni par radošo industriju sektoru Latvijā, salīdzinot sektora attīstībā iesaistīto pušu priekšstatus par radošajām industrijām.

Bakalaura darbā tiek izvirzīti trīs **galvenie pētnieciskie jautājumi**:

- 1) Vai un kā atšķiras Latvijas radošo industriju sektorā iesaistīto pušu izpratne par kultūras un radošo industriju saistību?
- 2) Kādi ir ieguvumi vai zaudējumi kultūras nozares radošajiem profesionāļiem no radošo industriju sektora attīstības Latvijā?
- 3) Kurai rīcībpolitikas jomai (ministrijai) būtu jāuzņemas galvenā atbildība par radošo industriju sektora attīstību?

Darbs strukturēts trīs nodaļās. Pirmā nodaļa „Kultūras un radošo industriju veidošanās un attīstība” veltīta kultūras un radošo industriju koncepta un jēdziena veidošanās teorētiskai izpētei, kas palīdz izprast RI vēsturisko izpratni un sākotnējo attīstību gan pasaulē, gan Latvijā, akcentējot to, ka šī ir salīdzinoši jauna joma, kas ir strauji progresējusi un kļuvusi stratēģiski nozīmīga. Otrajā nodaļā „Radošo industriju jēdziens, tā galvenie raksturojumi un saikne ar kultūras industriju jēdzienu” tiek apskatīta un analizēta RI jēdziena izpratnes daudzdimensionālitate un citi ar RI saistītie jēdzieni un raksturojumi. Šāda analīze palīdz izprast RI uztveres specifiku, atsaucoties uz nozīmīgākajiem RI teorētiķiem un pētniekiem pasaules kontekstā, piemēram, Džonu Hārtliju (*John Hartley*), Džeisonu Potu (*Jason Potts*), Stjuartu Kaninghemu (*Stuart Cunningham*), Teriju Flevu (*Terry Flew*), Deividu Trosbiju (*David Throsby*), Nikolasu Garnhemu (*Nicholas Garnham*), Deividu Hesmondhalgu (*David Hesmondhalgh*) u.c. Trešajā nodaļā „Kultūras un radošo industriju izpratnes specifika dažādās Latvijas radošo industriju sektorā iesaistītajās grupās” apkopoti empīriskā pētījuma rezultāti. Pētījuma empīriskās daļas galvenais mērķis ir izpētīt kultūras un radošo industriju izpratnes specifiku RI politikas veidotāju un īstenotāju vidū, RI uzņēmējdarbības pārstāvju, kultūras nozares pārstāvju un akadēmiskās sfēras pārstāvju vidū. Pētījumā izmantota kvalitatīvā metodoloģija un veiktas 17 daļēji strukturētās dziļās intervijas.

# 1. KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU VEIDOŠANĀS UN ATTĪSTĪBA

Tēmas izpēte tiks sākta ar kultūras un radošo industriju sektora attīstības un teorētiski-konceptuālās izpratnes vēstures raksturojumu. Pirmā nodaļa ietver četras apakšnodaļas, kurās tiek raksturota kultūras industrijas rašanās saistībā ar Frankfurtes skolu 20.gs. 40-tajos gados, jēdziena RI parādīšanās Austrālijā 1994. gadā, RI politikas veidošanās Lielbritānijā un pēc Lielbritānijas iniciatīvas un parauga RI veidošanās Latvijā.

Šāda izpēte palīdz izprast RI izcelsmi un attīstību vēsturiskā aspektā gan pasaulē, gan Latvijā, akcentējot to, ka šī ir salīdzinoši jauna joma, kas ir strauji progresējusi un kļuvusi stratēģiski nozīmīga. Pirmā nodaļa atklāj kā no 20.gs. pirmajā pusē radušās termina kultūras industrija negatīvi un kritiski-vērtējošās nozīmes, 20.gs. 90-tajos gados attīstījās tas, kas tagad vairāk vai mazāk tiek saprasts ar RI. Nodaļa atspoguļo RI kā sākotnēji galvenokārt uz kultūru tendētu parādību.

## 1.1. Kultūras industrija un „Frankfurtes skola”

Jēdziena RI priekštecis ir kultūras industrija, kas pirmo reizi parādījās „Frankfurtes skolas” teorētiķu Teodora Adorno (*Theodor Adorno*) un Maksa Horkheimera (*Max Horkheimer*) darbā „Apgaismības dialektika”. Darbs pirmo reizi tika publicēts 1947.gadā un atstājis nozīmīgu ietekmi uz 20. gadsimta filozofiju, socioloģiju, kultūru un politiku. Abi Frankfurtes skolas teorētiķi darbu sarakstīja II Pasaules kara laikā, atrodoties emigrācijā ASV. Kopdarbs ir viens no nozīmīgākajiem modernitātes kritikai veltītajiem darbiem, kā arī vērienīgs ekskurss Rietumu kultūras vēsturē no Odiseja līdz 20. gadsimta totalitārisma un kultūras industrijai.<sup>8</sup> Autori izveidojuši pirmo kultūras industriju kritisko teoriju, uzskaitot kultūras industrijas, lai akcentētu kultūras industrializāciju un komercializāciju kapitālistiskajā ražošanā. Tās ir industrijas, piemēram, mūzikas ierakstu un filmu industrijas, kas attīstījušās masu kultūras ietekmē patērētāju sabiedrībā, norāda uz kultūras racionalizācijas negatīvajām sekām. Masu kultūra balstās uz izteiktu industrializāciju, tehnoloģiju attīstību un masu medijiem. Kultūra bija kļuvusi par fašisma propagandas līdzekli, masu ideoloģisko pārliecinātāju, vardarbības kultivētāju, notikusi kultūras nonivelēšana.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Laikmetīgās mākslas centrs. *Adorno un Horkheimera „Apgaismības dialektika” tulkojums latviešu valodā*. Pieejams: <http://old.lcca.lv/projekti/adorno/> [skatīts 2014, 10.marts]

<sup>9</sup> Kellner, Douglas. *The Frankfurt School*. Pieejams: [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:5YADu0030dUJ:gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/frankfurtschool.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEEsg\\_Qxv0pnMQD5snlpMBd0vsCeJ2YW3SkuAdr](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:5YADu0030dUJ:gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/frankfurtschool.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEEsg_Qxv0pnMQD5snlpMBd0vsCeJ2YW3SkuAdr)

Kad M. Horkheimers un T. Adorno 20. gs. 40. gadu vidū rakstīja kritisku eseju par pieaugošo izklaides nozares ietekmi, mākslas transformēšanos precē un kultūras jēdziena noplicināšanos Amerikas sabiedrībā, viņi savienoja šķietami nesavienojamus vārdus kultūra un industrija- kultūras industrija. Industrija- šis "netīrais" vārds stājās līdzās kultūrai- ģenialitātes, oriģinalitātes un mākslinieciskās autonomijas simbolam.<sup>10</sup> Parādoties vārdu savienojumam kultūras industrija, tas primāri tika uztverts negatīvi un apzīmēja kultūras vienkāršošanos, ko izraisīja kapitālistiskā ražošana. Taču jau 20.gadsimta pirmajā pusē tika uzskatāmi parādīts, ka kultūrai, sabiedrībai, ekonomikai un biznesam ir daudz kā kopīga. Kritizējot konkrēto parādību, tika uzsvērts ne tikai tas, ka kultūra darbojas kā masu instruments, bet ir arī spējīga dot ekonomisko pievienoto vērtību. Attiecīgais kultūras aspekts kļuva aktuāls un plaši analizēts arī vēlāk, kad tam pievērsās gan sociologi, gan aktīvisti, gan politikas veidotāji. Tas kļuva par aktuālu diskursu sabiedrībā.

## 1.2. Radošās industrijas un Austrālijas ziņojums „Radošā Nācija”

Savukārt jēdziens RI pirmo reizi parādījās Austrālijā 1994. gadā, bet tas jau vairs netika asociēts ar kultūras industrializācijas procesu negatīvajiem aspektiem. Austrālijā jēdziens RI parādījās 1994. gada oktobrī leiboristu valdības izdotajā ziņojumā „Radošā Nācija”<sup>11</sup> (*Creative Nation*), kas bija nacionālās kultūras politikas nostādnes. „Radošās Nācijas” izstrādāšana bija pirmā reize, kad Austrālijas federālā valdība oficiāli izstrādāja valsts kultūras politiku. Kultūras iestādēm tika solīts 250 miljonu dolāru papildu finansējums. Ziņojumā uzsvērtā kultūras nozīme attiecībā uz nacionālās identitātes veidošanos, kā arī kultūra tika definēta plašākā nozīmē nekā iepriekš, iekļaujot kino, radio, bibliotēkas un daudz ko citu. Kā arī tika uzsvērts kultūras un mākslas aktivitāšu ekonomiskais potenciāls, norādot, ka „šī kultūras politika ir arī ekonomiskā politika. Kultūra rada labklājību. Plaši definējot, mūsu kultūras industrijas rada 13 miljardus dolārus gadā. Apmēram 336 000 austrālieši ir nodarbināti ar kultūru saistītajās industrijās. Kultūra rada pievienoto vērtību, tā sniedz būtisku ieguldījumu inovācijās, mārketingā un dizainā. Mūsu radošuma līmenis būtiski nosaka mūsu spēju pielāgoties jaunām ekonomiskām prasībām. Tas viss ir svarīgi, lai mēs gūtu

---

gCko9--

[FaWrdyD6MjyE48b9znQUZn2uhGijgD8ZflKmZ8ZAcMk5kc9UQehbYX5W53H4Y8Eh0k8ClmmY4XZA8tD6gdfn0pYes5z&sig=AHIEtbS2KC\\_Dvl3OrngtTZ9wsuweQp--tg](http://www.studija.lv/?parent=837) [skatīts: 2014, 10.marts]

<sup>10</sup> Kļava, Anda. *Radošās industrijas- radošums ar ierobežotu atbildību*. Pieejams:

<http://www.studija.lv/?parent=837> [skatīts: 2014, 12.marts]

<sup>11</sup> Australian Policy Online. *Creative nation: Commonwealth cultural policy, October 1994*. Pieejams:

<http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994> [skatīts: 2014, 12. marts]

ekonomiskus panākumus.”<sup>12</sup> RI jēdziena pieņemšana bija veids kā aktuālo jautājumu par kultūru, mākslu un to ekonomisko atdevi pacelt nacionālā līmenī. Taču uzsvars vēl aiz vien vairāk tika likts uz vārdu savienojumu kultūras industrijas, tajā pašā laikā īpaši akcentējot radošuma nozīmi ekonomikas attīstībā.

Austrālija bija pirmā valsts, kas plašākā mērogā sāka runāt par kultūras un ekonomikas pozitīvo saistību, uz to attiecinot jēdzienu RI. Austrālijas politikas veidotāji jauno RI konceptu mēģināja iesaistīt savā politikas veidošanas procesā, iestrādājot to politikas plānošanas dokumentos un identificējot šī sektora attīstību sekmējošus instrumentus, taču Austrālijas mēģinājums uzreiz nevainagojās ar nacionāliem panākumiem un rezultātiem, taču deva platformu paša koncepta tālākai attīstībai.

### 1.3. Radošo industriju politikas veidošana Lielbritānijā

Radošo industriju sektora un jēdziena attīstībā nozīmīga loma ir Lielbritānijai. Attīstību īpaši veicināja 1997. gadā ievēlētā britu leiboristu partiju, kuru vadīja Tonijs Blērs (*Tony Blair*). Tieši Lielbritānija bija pirmā valsts, kur ne tikai runāja par RI, bet arī veidoja to attīstību sekmējošu politiku. Lielbritānijas valdība izveidoja Kultūras, plašsaziņas līdzekļu un sporta departamentu (DCMS), kura pakļautībā savukārt tika izveidota Radošo industriju darba grupa (*Creative Industries Task Force*), kas identificēja sešas politiskās intervences jomas: eksports, zināšanas un izglītība, pieeja finansējumam, nodokļu sistēma, intelektuālā īpašuma tiesības un reģionāli jautājumi. Darba grupas uzdevums bija RI definīcijas izveide un attiecīgo nozaru definēšana un kartēšanu, mērot to ieguldījumu britu ekonomikā kopumā un nosakot tālākos politikas pasākumus, kas šiem sektoriem palīdzētu attīstīties nākotnē.<sup>13</sup>

DCMS izveidoja pirmo RI definīciju, kas noteica, ka RI ir „tādas aktivitātes, kuru pamatā ir indivīda radošums, prasmes un talants un kurām piemīt potenciāls radīt labklājību un jaunas darbavietas, ģenerējot un izmantojot intelektuālo īpašumu”. Tika noteiktas 13 RI nozares: reklāma, arhitektūra, mākslas un antikvāro lietu tirgus, amatniecība, dizains, modes dizains, filmas un video, interaktīvās izklaides programmatūras (videospēles), mūzika, skatuves māksla, izdevējdarbība, programmatūru un datoru pakalpojumi, televīzija un radio.<sup>14</sup> Izveidojot definīciju un mēģinot nodalīt RI nozares, briti deva milzīgu ieguldījumu RI attīstībai, jo uz attiecīgo iedalījumu un definīciju vēlāk balstījās un atsaucās ne tikai citas

---

<sup>12</sup> Australian Policy Online. *Creative nation: Commonwealth cultural policy, October 1994*. Pieejams: <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994> [skatīts: 2014, 12. marts]

<sup>13</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 9.

<sup>14</sup> Flew. *The Creative Industries*. Pp. 9.-10.

Eiropas valstis, bet arī Amerika, Austrumāzija un citas pasaules valstis. Katra valsts, adaptējot Lielbritānijas modeli, to piemēroja vietējām prasībām, resursiem un tirgum. Kā politikas diskurss, RI pašas par sevi bija kļuvušas par veiksmīgu britu eksporta preci, nevis tikai veicinājušas eksportu un ekonomikas attīstību valstī.

1998.gadā tika izdots pirmais Lielbritānijas valdības DCMS Radošo industriju kartēšanas dokuments, kas parādīja, ka RI dod lielu ieguldījumu Lielbritānijas ekonomikā, algojot 1,4 miljonus cilvēku, sastādot 5% no Lielbritānijas kopējiem nacionālajiem ienākumiem, akcentējot, ka atsevišķās pilsētās, piemēram, Londonā, RI ieguldījums ir vēl nozīmīgāks, kas padarīja RI par Londonas otru lielāko ekonomisko sektoru.<sup>15</sup> Bija vērojams progress arī atsevišķās RI nozarēs, piemēram, 1990to gadu beigās britu mūzikas industrija nodarbināja vairāk cilvēku un pelnīja vairāk nekā mašīnbūves, tērauda vai tekstila industrijas.<sup>16</sup>

Aktualizējoties RI pētīšanai un politikas attīstībai, par to nozīmīgumu sāka pārliecināties vairākas ievērojamas amatpersonas, aizvien plašāk par to runājot un diskutējot. Piemēram, britu Kultūras ministrs (1997-2001) Kriss Smits (*Chriss Smith*) teicis, ka „radošie uzņēmumi un kultūras devums ir ekonomikas galvenie jautājumi. ... Vērtība, ko dod radošais un intelektuālais kapitāls, kļūst par aizvien svarīgāku ekonomikas sastāvdaļu ... Industrijas, kas balstās uz radošumu un intelektuālo iztēli, kļuvušas par visstraujāk augošajām industrijām un par nacionālās ekonomikas svarīgu sastāvdaļu. Tajās nākotnē tiks radīts darbs un labklājība”. Līdzīgi domāja arī pats valdības vadītājs Tonijs Blērs, norādot, ka: „Mūsu mērķis ir radīt nāciju, kur no visiem cilvēkiem tiek izmantoti radoši talanti, lai radītu jaunu 21.gs. uzņēmumu ekonomiku, kur mēs sacenstos ar smadzenēm, nevis muskuļiem”.<sup>17</sup>

2001. gadā tika uzsākta otra DCMS pārziņā esošā kartēšana, kas lika pārliecināties par to, ka RI kļuvušas par galveno industriju virzienu un tās ir jāattīsta arī turpmāk. Šo domu turpināja arī jaunais Lielbritānijas premjerministrs (2007-2010) Gordons Brauns (*Gordon Brown*): „Turpmākajos gados RI būs nozīmīgas ne tikai nacionālai labklājībai, bet arī britu spējai novietot kultūru un radošumu visas nacionālās dzīves centrā.”<sup>18</sup> Lielbritānijā mākslu un kultūru centās padarīt par dominējošo politikas diskursu, pievēršot uzmanību RI iespējai radīt darbavietas, palielināt eksportu un visdažādākajos veidos attīstīt ekonomiku. RI aktualizēšana un kartēšana nodrošināja kultūrai stabilu vietu gan ekonomiskajā, gan politiskajā diskursā.

RI, kā politikas diskurss, Lielbritānijā tika nepārtraukti attīstīts un aktivizēts no 1990to gadu vidus līdz pat 2010. gadam, kad Lielbritānijā aktīvi darbojās tieši leiboristu partija

<sup>15</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 9.

<sup>16</sup> Flew. *The Creative Industries*. p. 14.

<sup>17</sup> Turpat.

<sup>18</sup> Turpat, p. 10.

„Jaunais Leiburisms” (*New Labour*), kuras vadītājs bija Tonijs Blērs (1997-2007) un vēlāk Gordons Brauns (2007-2010). RI politika ievērojami atšķīrās no tradicionālās kultūras politikas, jo fokusējās uz mākslas un kultūras ekonomisko vērtību, RI nozīmi privātajā sektorā, tirgu kā mākslas un kultūras stimulu. Tonijs Blērs valdības gados tika atdzīvināts „*Cool Britannia*” koncepts, kas nomanīja tradicionālās industrijas un vērtības, kas valdīja Lielbritānijas sabiedrībā līdz tam.<sup>19</sup> “Modernās Lielbritānijas” mērķis bija labklājības un sociālā taisnīguma nodrošinājums visiem britiem. Valdība vēlējās, lai iedzīvotāji būtu tuvāki savai valstij, lai saprastu, ka valsts domāta pašiem cilvēkiem un notiktu Lielbritānijas mūsdienīgās kultūras aktualizēšanās.<sup>20</sup> Ar laiku tika izstrādātas dažādas RI un radošās ekonomikas programmas, ziņojumi, publikācijas un veikti pētījumi šajā jomā.

Lai attīstītu RI sektoru un sniegtu rekomendācijas valdības politikai, 2005. gadā DCMS sadarbībā ar atbildīgajiem valdības departamentiem, reģionālās attīstības aģentūrām un ekspertiem uzsāka darbu pie Radošās ekonomikas programmas. Tika izveidotas darba grupas, kas strādāja 8 jomās: izglītība un zināšanas, konkurētspēja un intelektuālais īpašums, tehnoloģijas, finanšu pieejamība un atbalsts komercdarbībai, daudzveidība, infrastruktūra, dati un analīze. 2007. gadā izdots viens no Lielbritānijas svarīgākajiem RI pētījumiem „Paliekot priekšgalā: Lielbritānijas radošās industrijas ekonomiskie rādītāji”<sup>21</sup> (*Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*). Savukārt Lielbritānijas RI politika tika apstiprināta 2008. gadā. Līdz 2013. gadam tā tika īstenota tādos virzienos, kā: „Visiem bērniem radošo izglītību”, „Pārvērtīsim talantus profesijās”, „Atbalsts pētījumiem un inovācijām”, „Palīdzība un finanšu piesaiste radošās komercdarbības izaugsmei”, „Intelektuālā īpašuma aizsardzība un attīstīšana”, „Atbalsts radošajiem klasteriem”, „Virzīsim Lielbritāniju kā pasaules mēroga radošo centru”, „Pastāvīga šīs stratēģijas aktualizēšana”.<sup>22</sup> Pakāpeniski RI tika aktualizētas pavisam jaunā līmenī, kas nodrošināja tām stabilu vietu britu ekonomikā un politikā.

RI kā aktuāla tēma palika arī pēc T. Blēra popularitātes krišanās un jaunās konservatīvās valdības ievēlēšanas 2010. gadā. Jaunā valdība paturēja spēkā RI sektoru attīstīšanu to esošajās institucionālajās formās.<sup>23</sup> Taču konservatīvā partija veidoja koalīciju ar liberālajiem

<sup>19</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. Pp. 13.-15.

<sup>20</sup> Real Clear World. *Tony Blair and End of Cool Britannia*. Pieejams:

[http://www.realclearworld.com/articles/2009/12/28/tony\\_blair\\_and\\_end\\_of\\_cool\\_britannia\\_97449.html](http://www.realclearworld.com/articles/2009/12/28/tony_blair_and_end_of_cool_britannia_97449.html) [skatīts: 2014, 7. marts]

<sup>21</sup> The Work Foundation. *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*.

Pieejams: <http://www.theworkfoundation.com/Reports/176/Staying-Ahead-The-economic-performance-of-the-UK39s-creative-industries-overview> [skatīts: 2014, 7. marts]

<sup>22</sup> Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658> [skatīts: 2013, 5. marts]

<sup>23</sup> Flew. *The Creative Industries*, p. 21.

demokrātiem un vērsās pret leiboristiem, jo dramatiskā globālā finanšu krīze leiboristu valstības laikā bija atstājusi nepatīkamu ietekmi uz Lielbritānijas ekonomiku, strauji pieauga publiskās sfēras parādi un tamlīdzīgas problēmas. Konservatīvi- liberāli demokrātiskā partija pārraudzīja valdības izdevumu samazināšanu, kas noveda pie tēriņu samazināšanas arī kultūras un radošajās industrijās, tika likvidētas Reģionālās attīstības institūcijas (*Regional Development Authorities*), Lielbritānijas Kino padome (*UK Film Council*), ievērojami samazināts BBC finansējums.<sup>24</sup> Šī situācija pesimistiski ietekmēja visus RI sektorā iesaistītos, ekonomiskā krīze veicināja negatīvu reakciju pret daudziem leiboristu izteikumiem un RI kā tādām. Acīm redzamais atbalsta trūkums RI noteica, ka 2010.gads bija smags laiks britu RI sektoram, taču, pārvarot krīzi, šis sektors atkal tika aktualizēts un mēģināts attīstīt, saskatot tajā lielo ekonomisko potenciālu un nozīmīgo pievienoto vērtību.

#### 1.4. Radošo industriju veidošanās Latvijā

Latvijā par kultūras saistību ar ekonomiku un tautsaimniecību sāka interesēties jau deviņdesmito gadu beigās, kad tika veikti pirmie pētījumi šajā jomā. Tika aktualizēti kultūras ekonomiskie aspekti, bet vēl netika lietots RI jēdziens. 1998. gada pētījumā „Kultūras sektora tautsaimnieciskā nozīmīguma novērtējums”<sup>25</sup> pirmo reizi tika uzsvērta kultūras nozares tautsaimnieciskā vērtība, jo līdz 1998. gadam kultūra netika izdalīta kā atsevišķa tautsaimniecības nozare. Šajā pētījumā kultūrai tika piedēvēta jauna loma un nozīme, piemēram, tika uzsvērts, ka kultūra ir nozare, kas pati par sevi var radīt darbavietas un jaunas nozares, kā arī ir katalizators darbavietu radīšanai citās nozarēs, akcentējot, ka kultūra ir svarīga darbaspēka kvalitātes, darba spēju un radošās iniciatīvas uzlabošanas faktors. Pētījumā norādīts, ka kultūra arī ne mirkli nezaudē savu tradicionālo nozīmi - garīgo vērtību radītāja, tautas labklājības un intelektuālā līmeņa paaugstinātāja. Kā nozīmīgs reģionālās attīstības faktors kultūra ir vismaz divu iemeslu dēļ: kultūras mantojuma saglabāšana un papildināšana un kultūras industrijas attīstība rada jaunas darbavietas un samazina bezdarbu, un tā veicina investīcijas, jo tā palielina teritorijas pievilcību, veido tās tēlu. Pētījumā uzsvērt arī tas, ka kultūra ir cieši saistīta ar tūrismu, tā rada motīvu tūrisma attīstībai, savukārt

<sup>24</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 28.

<sup>25</sup> Karnīte R., Ābele D., Kubuliņa A. u.c. *Kultūras sektora tautsaimnieciskā nozīmīguma novērtējums*.

Pieejams:

[https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:bnEcqrDDLaMJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starpnozares/petijumi/Kult\\_Sekt\\_Nozimig\\_1998.pdf&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEEsIZlcCQ9o63PAF\\_0YXZ7p8TG\\_OljxOtSzCI76jPqzcrM8zaCByPrYNabjwLqnU5\\_QeFOObN\\_SMAqtFIdNgoVg5yGwPl7xUpXrBqVP5RfHaGY\\_1Znu1VIKG6OhwqN5phvmv0f0n01&sig=AHIEtbTvnN6Kks5myFPvjWgnpuQPEdRDMQ](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:bnEcqrDDLaMJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starpnozares/petijumi/Kult_Sekt_Nozimig_1998.pdf&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEEsIZlcCQ9o63PAF_0YXZ7p8TG_OljxOtSzCI76jPqzcrM8zaCByPrYNabjwLqnU5_QeFOObN_SMAqtFIdNgoVg5yGwPl7xUpXrBqVP5RfHaGY_1Znu1VIKG6OhwqN5phvmv0f0n01&sig=AHIEtbTvnN6Kks5myFPvjWgnpuQPEdRDMQ) [skatīts: 2014, 18. marts]

tūrisms, kā zināms piesaista papildus finanses un rada plašu multiplikatīvo efektu, paaugstinot nodarbinātību un ražošanas apjomus citās nozarēs - arī tas labvēlīgi iespaido reģionālo attīstību. Visbeidzot, tiek norādīts, ka kultūra veicina ilgtspējīgu attīstību, jo tā attīsta iniciatīvu, cilvēku pašcieņu un pašapziņu, veicina cilvēku kopdarbību, un tas sekmē demokrātijas attīstību valstī, tā veicina inovācijas procesu un uzņēmējdarbības kultūras attīstību, apkārtējās vides aizsardzību, un tas neapšaubāmi sekmē uzņēmējdarbības attīstību.

1999.gadā tika veikts otrs pētījums „Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums”<sup>26</sup>, kura galvenie uzdevumi savukārt bija sniegt priekšlikumus, kā palielināt kultūras sektora tautsaimniecisko nozīmīgumu, izpētīt, kāda uzņēmējdarbības forma ir visefektīvākā kultūras sektorā, un izpētīt, kādi kultūras finansēšanas modeļi varētu tikt pielietoti. Abi pētījumi bija pirmais solis uz jaunu izpratni par kultūru un tās plašo piedāvājumu, kas neaprobežojas tikai ar estētisku un māksliniecisku baudījumu, bet sniedz arī ekonomisku pienesumu.

RI jautājums Baltijā, tajā skaitā arī Latvijā, tika aktualizēts pēc 2000. gada un nozīmīga loma bija tieši Britu padomei, kas aktīvi veicināja RI koncepciju visā pasaulē. Nacionālā līmenī visās trīs valstīs uzmanība RI tika pievērsta, kad Britu padome 2005 .gadā dažādus Baltijas valstu ministrus iepazīstināja ar RI konceptu. Rezultātā, arī Latvijas KM izmantoja iespēju un pieņēma RI definīciju un saturu savā kultūras politikas plānā.<sup>27</sup> Ļoti nozīmīga loma arī tālākajos procesos bija tieši Britu padomei un britu ekspertiem, kas palīdzēja un veicināja šos procesus.

RI jautājums Latvijas publiskās politikas līmenī sākts virzīt 2005. gadā. Pats RI jēdziens kultūrpolitikas plānošanas dokumentos valstiskā līmenī Latvijā pirmo reizi minēts ilgtermiņa politikas pamatnostādņēs „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts”.<sup>28</sup> Šajās vadlīnijās tika akcentēts, ka kultūra, kā nacionālās ekonomikas nozare, veicina cilvēku labklājību un indivīdu, sabiedrības un valsts attīstību un konkurētspēju.

RI ir salīdzinoši jauns un starpdisciplinārs sektors, kurā tiek apvienotas līdz šim savā starpā nesaistītas nozares, tā veiksmīgai attīstībai nepieciešama arī sekmīga starpinstitucionāla sadarbība. Galvenokārt par RI sektora attīstību atbildīga KM, EM un IZM, un šo ministriju padotības iestādes (piemēram, Kultūras un radošo industriju izglītības centrs, Latvijas

<sup>26</sup> Karnīte R., Kļava M., Traubergs M. *Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums*. Pieejams: [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Elw1cJJQhbEJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starпноzares/radosa/Kult\\_Sekt\\_Nozimig\\_1999.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESjGte5H3cGS8uYYBTocJKyWq05sDjEx0S0UTZ1jB9ggfvvcq9\\_EMUu16\\_sYo3WmtcvuzRkFOyWWar0QRadcmx75Jgs6XxhAJPQfi1DxXE3QrZ6TKXQUORRmPQO30K59-WrfsVO7&sig=AHIEtRoPkJR7ES38xwB\\_pldoxduruVupQ](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Elw1cJJQhbEJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starпноzares/radosa/Kult_Sekt_Nozimig_1999.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESjGte5H3cGS8uYYBTocJKyWq05sDjEx0S0UTZ1jB9ggfvvcq9_EMUu16_sYo3WmtcvuzRkFOyWWar0QRadcmx75Jgs6XxhAJPQfi1DxXE3QrZ6TKXQUORRmPQO30K59-WrfsVO7&sig=AHIEtRoPkJR7ES38xwB_pldoxduruVupQ) [skatīts: 2014, 18. marts]

<sup>27</sup> *Creative industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010*. Pieejams: <http://creativecities.britishcouncil.org/knowledge-and-ideas-bank/element/155/creative-industries-in-estonia-latvia-lithuania> [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>28</sup> Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts*. Pieejams: [http://www.km.gov.lv/lv/dokumenti/planosanas\\_doc.html](http://www.km.gov.lv/lv/dokumenti/planosanas_doc.html) [skatīts: 2014, 19. marts]

Investīciju un attīstības aģentūra, Valsts izglītības attīstības aģentūra u.c.).<sup>29</sup> Taču aiz vien lielāka nozīme, īpaši ekonomiskās krīzes rezultātā, bija dažādām privātām iniciatīvām un nevalstiskajām organizācijām (biedrībām, nodibinājumiem, komersantiem). Sadarbības nozīmi apstiprina arī tas, ka 2012.gada 14.martā Radošās darbības nedēļas Radi! Ietvaros KM, EM, IZM un VARAM parakstīja Nodomu protokolu, vienojoties par sadarbības jomām un uzdevumiem radošās Latvijas platformas izveidē, lai sekmētu radošā potenciāla apzināšanu un izmantošanu Latvijas konkurētspējas stiprināšanā, tautsaimniecības attīstībā un sabiedrības labklājības veicināšanā.<sup>30</sup>

Kopumā RI kontekstā īpaši jāakcentē tieši KM loma, kas Latvijā kopš 2005. gada īpaši uzņēmusies virzīt RI jautājumus publiskās politikas līmenī – gan pasūtot pētījumus, gan iniciējot to iekļaušanu visos nozīmīgākajos politikas plānošanas dokumentos, gan iepazīstinot ar RI problemātiku dažādas auditorijas utt. KM galvenā motivācija, iesaistoties RI jautājumu virzīšanā Latvijā, bija cieši saistīta gan ar politikas prioritāti kultūrizglītībā, gan ar pārliecību par kultūras investīciju nozīmi tautsaimniecībā kopumā.<sup>31</sup> Kā arī RI tika saistītas ar nacionālās identitātes jautājumiem, valodu, unikālajiem eksporta piedāvājumiem un iespēju Latvijai sevi parādīt ārvalstīs.<sup>32</sup>

Latvijas publiskajā telpā, politiskajās debatēs un dokumentos sākotnēji vairāk tika runāts tieši par kultūras un radošajām industrijām, īpaši šo industriju sākotnējās attīstības posmā tika akcentēta tieši kulturālā vērtība un devums RI kontekstā (skat. ievadu). Piemēram, KM mājaslapā norādīts, ka „Latvijas situācijā māksla un kultūra tika novietota centrā, to apvij kultūras un radošās industrijas, savukārt plašāks ekonomikas konteksts aptver kultūras un radošās industrijas”.<sup>33</sup>

RI izpētē un analīzē būtisks jautājums ir RI definēšana. Politikas plānošanas dokumentos un līdz šim veiktajos pētījumos Latvijā izmantotas dažādas RI definīcijas. Vienā no pirmajiem un nozīmīgākajiem RI dokumentiem, 2008.gada izdotajā „Informatīvajā ziņojuma par radošo industriju attīstību un tās politiku Latvijā” akcentēts, ka samērā īsā laikā izveidotas un izmantotas jau trīs tikai mazliet atšķirīgas, savstarpēji papildinošas definīcijas,

---

<sup>29</sup> Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658> [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>30</sup> Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *KM sākusi darbu pie „Radošās Latvijas” izveides*. Pieejams: [http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news\\_id=2477](http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=2477) [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>31</sup> Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658> [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>32</sup> *Creative industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010*. Pieejams: [http://kriic.lv/faili/CreativeIndustries\\_EstLatLit.pdf](http://kriic.lv/faili/CreativeIndustries_EstLatLit.pdf) [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>33</sup> Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Kultūras un radošās industrijas*. Pieejams: [http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosas\\_industrijas.html](http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosas_industrijas.html) [skatīts: 2014, 21. marts]

kurām pamatā ir Lielbritānijas valdības DCMS 1998. gadā publicētā definīcija. Pirmās trīs Latvijā lietotās RI definīcijas ir sekojošas:

- „Radošās industrijas ir aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, radot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls veidot produktus ar augstu pievienoto vērtību. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmas, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunos medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju.”<sup>34</sup> Šī bija pirmā RI definīcija Latvijā, kas tika iekļauta „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts”. Definīcijā tiek likts uzsvars uz indivīda radošumu, prasmēm, talantu un intelektuālo īpašumu, kas ir produkta pievienotās vērtības avots. Jāatzīmē tas, ka konkrētās definīcijas ietvaros RI aptver arī kultūras un mākslas industrijas.
- „Radošās industrijas - aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls celt labklājību un radīt darba vietas. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmas, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunos medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju u.c. Radošās industrijas produktu ražošana ir sarežģīts process, kura ietvaros, sadarbojoties publiskajam, privātajam un nevalstiskajam sektoram, mijiedarbojas idejas radīšana, īstenošana un publiskošana.”<sup>35</sup> Konkrētā definīcija tika iekļauta Nacionālajā attīstības plānā 2007. - 2013. gadam. Arī šajā definīcijā atkārtojas līdzīgi elementi kā iepriekšējā definīcijā, bet nozīmīga ir piebilde, kur uzsvērts gan publiskā, privātā un nevalstiskā sektora interakcionisms.
- „Radošās industrijas ir tautsaimniecības nozares, kas balstās uz individuālo vai kolektīvo radošumu, prasmēm un talantu un spēj celt labklājību un radīt darba vietas, radot un/vai izmantojot intelektuālo īpašumu. Radošās industrijas rada, attīsta, ražo, izmanto, izrāda, izplata, saglabā produktus, kam piemīt ekonomiska, kultūras un/vai izklaides vērtība. Šai definīcijai atbilstošas un NACE klasifikatorā norādītās nozares iedalītas deviņos sektoros: (1) literatūra, prese un poligrāfija; (2) vizuāla māksla; (3) audiomāksla; (4) audiovizuālā māksla; (5) TV, radio un interaktīvie mediji; (6) reklāma; (7) izpildītājmāksla; (8) kultūras saglabāšana, izplatīšana un izglītība; (9)

<sup>34</sup> Latvijas Republikas Kultūras Ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/vadlinijas.html> [skatīts 2014, 5.marts]

<sup>35</sup> Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija. *Nacionālais attīstības plans 2007.-2013.gadam*. Pieejams: [http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas\\_veidi/tap/lv/?doc=13524](http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/tap/lv/?doc=13524) [skatīts: 2014, 19. marts]

atpūta, izklaide un citas kultūras darbības.”<sup>36</sup> Definīcija iekļauta 2007.gada pētījumā „Radošās industrijas Latvijā”, tiek izdalīti konkrēti sektori, kas atbilstoši NACE klasifikatora attiecīgajām nozarēm. Definīcijā parādās RI konkretizācijas mēģinājums. KM, kā viena no galvenajām institūcijām, kas atbild par RI attīstību, savā mājaslapā devusi arī savu RI definīciju:

- „Kultūras un radošās industrijas ir aktivitātes, kas balstās uz individuālo vai kolektīvo radošumu, prasmēm un talantu un kuras, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, spēj celt labklājību un radīt darbavietas. Radošās industrijas rada, attīsta, ražo, izmanto, izrāda, izplata, saglabā produktus, kam piemīt ekonomiska, kultūras un/vai izklaides vērtība. Kultūras un radošās industrijas ietver šādas nozares: arhitektūra, dizains, kino, izpildītājmāksla, vizuālā māksla, mūzika, izdevējdarbība, televīzija, radio un interaktīvie mediji, reklāma, datorspēles un interaktīvās programmatūras, kultūras mantojums, kultūras izglītība, atpūta, izklaide un citas kultūras darbības.”<sup>37</sup> Uzsvars jāliek uz to, ka KM definīcijā izmantos kultūras un radošo industriju apzīmējums un pievērš vēl lielāku uzmanību kultūras aktivitātēm RI kontekstā. Neskatoties uz to, šī definīcija gandrīz neatšķiras no 2007.gada pētījumā pielietotās RI definīciju, taču izstrādāta atšķirīga nozaru klasifikāciju.

Atšķirīga RI definīcija izmantota arī pēdējā un vienā no nozīmīgākajiem un apjomīgākajiem pētījumiem Latvijā „Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai”, kas veikts 2013.gadā. Pētījuma ietvaros tiek izmantots Eiropas Komisijas Zaļajā grāmatā „Kultūras un radošo industriju potenciāla īstenošana” sniegtais RI definējums:

- „Radošās industrijas ir tādas industrijas, kurās izmanto kultūru kā izejmateriālu un kurām ir kultūras dimensija, kaut gan šo nozaru devums ir pārsvarā funkcionāls. Pie šīm industrijām pieder arhitektūra un dizains, kuri radošus elementus integrē plašākā procesā, kā arī tādas apakšnozares kā, piemēram, lietišķā grafika, modes dizains vai reklāma. Arī daudzās citās industrijās izaugsmei ir vajadzīgs saturs un tāpēc tās zināmā mērā ir savstarpēji atkarīgas no kultūras un radošajām industrijām. Tās ir, piemēram, tūrisma industrija un jauno tehnoloģiju industrija.”<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Miķelsone A., Gubins S., Vanags A. *Radošās industrijas Latvijā (2007.gads)*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosa/petijumi.html> [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>37</sup> Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Kultūras un radošās industrijas*. Pieejams: [http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosas\\_industrijas.html](http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosas_industrijas.html) [skatīts: 2014, 19. marts]

<sup>38</sup> Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecigai-attstbai> [skatīts 2014, 20.marts]

Šī konkrētā pētījumā iekļautā definīcija atšķiras no agrāk pieņemtajām un lietotajām definīcijām, kas tikušas izmantotas Latvijas RI sektora aprakstīšanai. Jāuzsver arī tas, ka dotā pētījuma uzdevums bija apzināt un analizēt tikai RI, neiekļaujot kultūras industrijas, sekojoši pētījumā nav iekļautas tādas mērķa grupas kā valsts un pašvaldību iestādes, kultūras iestādes un valsts kapitālsabiedrības.<sup>39</sup> Pati definīcija arī nesniedz konkretizētu RI sektorā iekļauto nozaru uzskaitījumu, taču pašā pētījumā tiek veikta detalizēta klasifikācija. Pētījumā kā RI atbilstoši tika identificēti kopumā 37 NACE klasifikatora kodi jeb RI nozares, no kurām 9 atrodas apstrādes rūpniecības sektorā, 12 informācijas un komunikācijas pakalpojumu sektorā, 6 profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu sektorā, 1 izglītības sektorā un 8 mākslas, izklaides un atpūtas sektorā. Pētījuma ietvaros tiek izdalītas arī ar RI saistītās nozares, kas galvenokārt aptver plašu tradicionālu uzņēmējdarbības un rūpniecības spektru, piemēram, darbu apgērbu ražošanu, apakšveļas ražošanu, ceļojumu un zirglietu piederumu ražošanu, tapešu ražošanu, matraču un virtuves mēbeļu ražošanu utt. Turklāt jāuzsver, ka šīs ar RI saistītās nozares, rada pat lielāko daļu no Latvijas RI kopējā apgrozījuma.<sup>40</sup>

Analizējot RI sektora un tā izpratnes attīstību Latvijā, var secināt, ka laika gaitā nobīdījušie RI akcenti. Ja sākotnēji Latvijā tika runāts par kultūras un radošajām industrijām, RI balstījās uz tieša Lielbritānijas parauga, tika uzsvērta kultūras nozares un kultūras pārstāvju loma RI kontekstā, tad pēdējā laikā izpratne ir mainījusies, kultūra ir zaudējusi galveno lomu RI kontekstā. RI raksturojumu, definīciju un galveno uzsvāru maiņa apgrūtina arī kopējo RI izpratni dotajā brīdī.

---

<sup>39</sup> Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecgai-attstbai> [skatīts 2014, 20.marts]

<sup>40</sup> Turpat.

## 2. RADOŠO INDUSTRIJU JĒDZIENS, TĀ GALVENIE RAKSTUROJUMI UN SAIKNE AR KULTŪRAS INDUSTRIJAS JĒDZIENU

Otrās nodaļas ietvaros tiek apskatīts un analizēts RI jēdziens un citi ar RI saistītie jēdzieni un raksturojumi, piemēram, radošums un industrijas kā RI pamatelementi, radošās ekonomikas attīstība un tamlīdzīgi. Viens no būtiskākajiem aspektiem, kas tiks apskatīts otrajā nodaļā, ir saistība starp kultūras un radošajām industrijām. Galveno raksturojumu analīze palīdz izprast RI specifiku, atsaucoties uz nozīmīgākajiem RI teorētiķiem un pētniekiem pasaules kontekstā, piemēram, Džonu Hārtliju, Džeisonu Potu, Stjuartu Kaninghemu, Teriju Flevu, Deividu Trosbiju, Nikolasu Garnhemu, Deividu Hesmondhalgu u.c. Šī izpēte ir nozīmīga, lai ne tikai izprastu RI globālā skatījumā, vēlāk arī sekmīgāk analizētu un salīdzinātu RI izpratni Latvijā.

### 2.1. Radošums kā radošo industriju pamatelements

Radošums ir viens no RI pamatelementiem, kas lielā mērā arī veido RI jēgu un nozīmi, atšķirot šīs industrijas no jeb kura cita industriju veida. Radošums viennozīmīgi ir viens no modernās sabiedrības aktuālākajiem resursiem, jo pēdējā laikā par radošumu tiek runāts dažādās jomās- mākslā, izglītībā, ekonomikā, uzņēmējdarbībā utt. Mūsdienās aiz vien vairāk parādās jauni koncepti, kas saistīti ar radošuma jēdzienu- radošā šķira, radošā profesija, radošs darbs, radošais kvartāls, radošā pilsēta u.tml. Radošuma, radītspējas jeb kreativitātes pamatā ir spēja radīt jaunas idejas vai konceptus, tās ir cilvēka radošās spējas, kas var izpausties domāšanā, jūtās, saskarsmē, atsevišķos darbības veidos vai raksturo personību kopumā un /vai tās atšķirīgās puses, darbības produktus, to radīšanas procesus.<sup>41</sup> Taču pirmajā mirklī radošuma un industriju savienošana varētu šķist pretrunīga, jo tradicionālais Rietumeiropas skatījumus, kas balstās uz I. Kanta estētiku, „radošā ģēnija” izpratni, nesaistās ar radošuma industrializāciju.<sup>42</sup> RI ilustrē, kā radošuma koncepts var tikt pārņemts arī citās disciplinārās sfērās, kas vēsturiski pat nekad nav asociētas ar radošumu kā tādu.<sup>43</sup>

Veicot īsu ekskursu vārda kreativitāte etimoloģijā, atklājas, ka Eiropas civilizācijas kontekstā šī vārds (no latīņu *creatio* - radīšana) ir cieši saistīts ar sekularizācijas procesu. Tieši apzinoties sevi kā radītāju cilvēks renesansē emancipējās no dievu un dabas bargās

<sup>41</sup> Par pedagoģiju. *Radošums/ kreativitāte*. Pieejams:

<http://pudane.wordpress.com/2011/10/21/radosumskreativitate/> [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

<sup>42</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. London ... [etc.]: SAGE, 2013. p. 65.

<sup>43</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. p. 67.

aizbildniecības. 16. gadsimta izpratnē radošums nozīmēja domāšanu, tehniskās spējas un apziņu par radošā procesa nejaušo dabu. 18. gadsimtā radošums tika piedēvēts tieši māksliniekam kā jaunas, autonomas pasaules radītājam. Parasti tas bija vīrietis, kam piemita unikāls talants un spējas. Kopš šī laika apzīmējumi "radošs talants" un "būt radošam" integrējās Eiropas buržuāzijas leksikā kā vispārējs apzīmējums individuālai spējai būt radošam kultūrā un ekonomikā.<sup>44</sup>

Runājot par radošumu, grūti novilkt tā robežas vai izskaidrot to ar vienu definīciju. Radošums ir plašs un netverams jēdziens, kuru mēģinājuši izskaidrot dažādi autori, izstrādājot savas definīcijas un radošuma raksturojumus:

- Roberts Frankens (*Robert E. Franken*) „Radošums ir tendence radīt vai atpazīt idejas, alternatīvas vai iespējas, kas var būt noderīgas problēmu risināšanai, komunikācijai ar citiem un sevis paša un citu izklaidēšanai. Lai būtu radošs, vajag uz lietām mācēt paskatīties savādāk, no cita skatupunkta, jābūt spējīgam radīt jaunas, unikālas iespējas vai jaunas alternatīvas. Radoša cilvēka domāšanai jābūt elastīgai, jāgūst prieks no lietām”.<sup>45</sup> Frankens radošumā uzsver jaunu ideju un iespēju radīšanu, kas var būt noderīgas visdažādākajā veidā. Radošumam nepieciešams neordinārs skatījums uz pasauli;
- Betija Edvardsa (*Betty Edwards*) „Radošums ir spēja atrast jaunus problēmu risinājumus vai jaunus izteiksmes paņēmienus; tas rada kaut ko jaunu gan indivīdam, gan kultūrai”.<sup>46</sup> Šī definīcija uzsver radošuma lomu problēmu risināšanā un jaunu izteiksmes līdzekļu veidošanā, kas skar ne tikai indivīdu, bet arī visu kultūru;
- „Radošums ir zināšanu savienošana un pārveidošana cilvēku prātā, kas ļauj domāt elastīgi, radīt jaunas, bieži pārsteidzošas idejas, ko citi uzskata par noderīgām.”<sup>47</sup> Konkrētā definīcija uzsver jau esošu zināšanu nebijušus savienojumus, kas rada jaunas un noderīgas idejas;
- „Radošums attiecas uz jaunu ideju formulēšanu un to pielietošanu, lai radītu oriģinālus mākslas un kultūras produktus, funkcionālus darbus, zinātniskas un tehnoloģiskas inovācijas. Radošums saistās ar oriģinalitāti, iztēli, iedvesmu, atjautību

---

<sup>44</sup> Kļava, Anda. *Radošās industrijas- radošums ar ierobežotu atbildību*. Pieejams: <http://www.studija.lv/?parent=837> [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

<sup>46</sup> California State University, Northridge. *What is creativity?* Pieejams: <http://www.csun.edu/~vcpsy00h/creativity/define.htm> [skatīts: 2014, 6. aprīlis]

<sup>46</sup> Trautmann, Maria. *Top 10 creativity definition*. Pieejams: <http://celestra.ca/top-10-creativity-definitions/> [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

<sup>47</sup> Lennart Swahn, Andreas and Staffan Svahn. *Creativity: A Science-based Outlook on Life and Work*. Bloomington, Indiana: AuthorHouse, 2008. p. 15.

un izgudrošanu”.<sup>48</sup> Definīcijā radošums tiek formulēts kā jaunu un derīgu ideju radīšana, kas var izpausties visdažādākajās jomās. Svarīgas ir arī cilvēka individuālās īpašības, lai radītu kaut ko radošu;

- „Radošums ir prasmju un talantu kopums, kas sevī apvieno fantāziju, loģiku, izvērtēšanas prasmes, prasmes izmantot zināšanas un informāciju, radīt un savienot idejas jaunā un derīgā veidā. Tas attiecas kā uz ideju, tēlu un priekšmetu radīšanu, tā arī uz jebkuru (vienkāršu un sarežģītu, tehnisku un filozofisku) problēmu risināšanu”.<sup>49</sup> Konkrētā definīcija akcentē gan racionālu, gan iracionālu īpašību apvienošanu, lai radītu jaunas un derīgas idejas.

Radošums ir sevišķi īpašs ar to, ka tas ir cilvēka privilēģija, tas nevar piemist nevienai tehnoloģiskai ierīcei, lai cik sarežģīta tā būtu. Jaunajā RI modelī vienīgais zināšanu nesējs ir cilvēks, tiek akcentēta tieši cilvēka loma industriālajā ražošanā. Radošums ir kvalitatīvi atšķirīga individualitātes īpašība, ko raksturo tādas īpašības kā novatorisms, oriģinalitāte, netradicionāli risinājumi, drosme, jaunrades darbības, produktivitāte, bagāta fantāzija, iedvesma, mākslinieciskums, psihes plastiskums, virsapziņas darbība utt.<sup>50</sup>

Šī kreativitāte jeb radošums var izpausties visdažādākajā veidā, sfērās un jomās. Radošās industrijas veiksmīgi sevī apvieno, pirmkārt, māksliniecisko radošumu, kas ietver iztēli un oriģinālu ideju radīšanas spējas, tas ir jauns veids, kā interpretēt pasauli, kas izteikts tekstos, skaņās un attēlos. Otrkārt, zinātnisko radošumu, kas ietver zinātkāri, vēlmi eksperimentēt un radīt jaunas sakarības problēmu risināšanā. Treškārt, ekonomisko radošumu, kas ir dinamisks process, kas noved pie inovācijām tehnoloģijās, biznesā, praksē, mārketingā utt., un tas cieši saistīts ar konkurējošu priekšrocību radīšanu ekonomikā.<sup>51</sup> RI, apvienojot šos dažādos radošuma veidus, izveido jaunu radošuma modeli, kas palīdz apvienot cilvēka radošumu ar jaunām inovācijām un ekonomikas attīstību.

Pastāv dažādas pieejas radošuma jēdziena izpratnei, kas var tikt aplūkotas kā, piemēram, produkts – spēja radīt kaut ko jaunu, neparastu oriģinālu; dažādās nozarēs to raksturo novatorisms un sabiedriskais nozīmīgums. Radošums var tikt aplūkots arī kā process-īpaša radošās domāšanas daudzveidība, augsti attīstīta iztēle, estētiska pasaules uztvere; to raksturo radoša intuīcija, bagāta fantāzija, diverģentā domāšana, iedvesma, psihes

---

<sup>12</sup> UNCTAD. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 6. aprīlis]

<sup>13</sup> Vanags, Alfs, Anda Miķelsons un Sergejs Gubins. *Radošās industrijas Latvijā 2007*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosa/petijumi.html> [skatīts: 2014, 6. aprīlis]

<sup>50</sup> Par pedagoģiju. *Radošums/ kreativitāte*. Pieejams: <http://pudane.wordpress.com/2011/10/21/radosumskreativitate/> [skatīts: 2014, 6. aprīlis]

<sup>51</sup> United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 6. aprīlis]

plastiskums, zemapziņas un virsapziņas darbība. Uz radošumu var skatīties arī kā personības īpašību- atvērtība jaunai dzīves pieredzei, neatkarība, elastība, dinamiskums, oriģinalitāte, personības savdabīgums, antikonformisms, drosme u.c. Radošums var saistīties arī ar ārējiem apstākļiem, kā spēja produktīvi darboties situācijā ar augstu nenoteiktības pakāpi, kad nav iepriekš zināmas darbības, kas garantētu vēlamu rezultātu.<sup>52</sup>

Mūsdienu pasaulē radošums ieņem aiz vien lielāku un nozīmīgāku lomu, tas teju kļuvis par visvērtīgāko un potenciālāko resursu un ekonomikas galveno faktoru. Šo koncepciju par pieaugošo radošuma nozīmi savos uzskatos un darbos pastiprināti attīstījis amerikāņu profesors Ričards Florida (*Richard Florida*). Florida runā par radošo šķiru (*creative class*), radošajām profesijām un radošajām pilsētām, izsakoties, ka „cilvēku radošuma pieaugums ir noteicošais faktors mūsu ekonomikā un sabiedrībā”. Viens no nozīmīgākajiem terminiem ir radošā šķira, kas ir profesionāļu, zinātnieku, mākslinieku grupa, kuri rada ekonomikas, sociālo un kultūras dinamiku, īpaši urbānajā vidē. Šī šķira balstās uz individualitāti, meritokrātiju, dažādību, atklātību, pašpārvaldi un paškontroli. Pēc R. Floridas domām, radošā šķira veicina jaunu un radošu ideju klātbūtni, tehnoloģiju attīstību un piesaista biznesu kādam konkrētam reģionam, nodrošinot tā izaugsmi un attīstību.<sup>53</sup> Radošā šķira mūsdienu sabiedrībā kļuvusi par dominējošo šķiru un ir ekonomikas attīstības virzītājspēks.

## 2.2. Industrija kā radošo industriju pamatelements

RI jēdziena otrs pamatelements ir industrija, kas būtiski atšķiras no pirmā pamatelementa, kas ir radošums. Abi pamatelementi ir ne tikai krasi atšķirīgi, bet arī disonē savā starpā. Atšķirībā no radošuma, kas ir novitātes, oriģinalitātes, iztēles un mākslinieciskuma simbols, industrijas asociējas ar kaut ko rūpniecisku, standartizētu, vienveidīgu u.tml. Industrijas primāri saistītas ar rūpniecību, ražošanu ar rūpnieciskām metodēm.

Jēdziena industrijas definēšana, salīdzinot ar radošuma definēšanu, ir skaidrāka un ne tik abstrakta. Pieejamas dažādas definīcijas, kas apraksta industriju būtību un nozīmi, taču tās ir savā starpā vairāk vai mazāk līdzīgas:

---

<sup>52</sup> Latvijas Universitāte. *Kreativitātes jeb radošuma jēdziens*. Pieejams: <http://profizgl.lu.lv/mod/book/view.php?id=12113&chapterid=3338> [skatīts: 2013, 6. aprīlis]

<sup>53</sup> Hartley, John. *Creative industries*. Oxford: Blackwell, 2005. Pp. 2.-3.

- „Industrija ir masu un sēriju produktu ražošana ar rūpnieciskām metodēm, kurām raksturīga augsta ražošanas mehanizācija un automatizācija.”<sup>54</sup> Konkrētā definīcija uzsver masveidīgo ražošanu un industriju tehnoloģisko aspektu;
- „Industrijas: (1) Produktu rūpnieciska ražošana un pārdošana; (2) Ražošanas un tirgus īpaša nozare; (3) Ekonomikas sektors, ko veido ražojoši uzņēmumi; (4) Rūpnieciskā vadīšana.”<sup>55</sup> Šajā gadījumā tiek akcentēts industriju ekonomiskais, tirgus un rūpnieciskais faktors, kur svarīga gan produkcijas ražošana, gan pārdošana;
- „Industrijas ir ražošana vai tehniski ražošanas uzņēmumi kādā konkrētā nozarē, valstī, reģionā. Jebkura vispārēja uzņēmējdarbība vai komerciāls uzņēmums, kas izolēts no citiem.”<sup>56</sup> Konkrētajā definīcijā industrijas tiek saistītas ar ražošanu un uzņēmējdarbību kādā konkrētā segmentā;
- „Industriju veido uzņēmumi, kas piedāvā tirgū noteiktu produktu (preci vai pakalpojumu), apmierinot klientu pamatvajadzības.”<sup>57</sup> Kā industriju pamatelements šajā gadījumā ir akcentēts uzņēmums, kas, piedāvājot savus produktus, apmierina klientu vajadzības;
- „Industrijas ir produktu ražošana, īpaši to, kas ražoti rūpnīcās. Ietver gan smago (tērauda, ogļu u.tml.), gan vieglo (elektropreces u.tml.) rūpniecību.”<sup>58</sup> Arī pēdējā industriju definīcija uzsver dažādu produktu rūpniecisko ražošanu, akcentējot to iedalījumu smagajā un vieglajā rūpniecībā.

Uzskaitītās definīcijas uzskatāmi parāda, ka industrijas, pretēji radošumam, balstās uz ražošanu, rūpniecību, mehanizāciju, automatizāciju, pirkšanu un pārdošanu, tirgu, ekonomiku, uzņēmējdarbību, tehnoloģijām, darbu utt. Industrijas tendētas uz masveidīgu un sērijveida ražošanu, kur katrai precei un pakalpojumam netiek piešķirta īpaša vērtība. Industrijas rada bezpersonisku attieksmi, formālas attiecības, koncentrēšanos uz peļņu nevis garīgām vērtībām. RI kontekstā tiek mainīta industriju bezpersoniskā daba, industrija kļūst par veidu, kā radoši un oriģināli pasniegt idejas, kurām ir sava pievienotā vērtība. Nemainīga paliek industriju komerciālā un uzņēmējdarbības puse, taču radošums tām piešķir personiskāku vērtību, rūpīgāku attieksmi un individuālākas attiecības.

<sup>55</sup> LZA Terminoloģijas komisija. *Ekonomikas terminoloģijas apakškomisijā pieņemtie termini un definīcijas*. Pieejams: <http://termini.lza.lv/article.php?id=115> [skatīts: 2014, 9. aprīlis]

<sup>56</sup> The Free Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.thefreedictionary.com/industry> [skatīts: 2014, 9. aprīlis]

<sup>57</sup> Business Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.businessdictionary.com/definition/industry.html> [skatīts: 2014, 9. aprīlis]

<sup>58</sup> Latvijas Dizaineru savienība. *Par radošajām industrijām*. Pieejams: <http://www.design.lv/dizaina-teorija/74:rad-industrijas> [skatīts: 2014, 9. aprīlis]

<sup>59</sup> Macmillan Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/industry> [skatīts: 2013, 9. aprīlis]

### 2.3. Radošo industriju jēdziens

RI jēdziens veido priekšstatu par sektoru, kurā apvienotas it kā saturiski pretrunīgas jomas. Savienojoties abiem RI pamatelementiem, tiek iegūts jauns skatījums gan uz radošumu, gan industrijām. Radošums kļūst par veiksmīgas ekonomikas un uzņēmējdarbības elementu, taču industrijas parāda to, ka arī ražošana var būt oriģināla un ar māksliniecisku komponenti, kas rezultātā rada jaunu pievienoto vērtību.

Laika gaitā pasaulē izveidotas un pielietotas dažādas RI definīcijas un modeļi. Definīciju un klasifikācijas modeļu dažādība un atšķirība parāda to, ka RI nav konstants sektors, ko vienveidīgi var pielāgot dažādām valstīm, ekonomikas modeļiem vai situācijām. RI mainīgā daba ļauj šim sektoram attīstīties dažādās valstīs un reģionos, neierobežojot to ar konkrētām definīcijām, taču saglabājot saturisko nozīmību.

Pirmie, kas definēja RI un noteica to nozares, bija Lielbritānijas valdības DCMS ap 1998. gadu (skat. 1.3.apakšnodaļu). Vēl joprojām pētnieki un politikas veidotāji dažādās valstīs galvenokārt balstās vai ņem par bāzi tieši britu izstrādāto definīciju: „Radošās industrijas ir aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā, un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls celt labklājību un radīt darbavietas.”<sup>59</sup> Britu pirmā RI definīcija bija salīdzinoši vienkārša, uzsvars tika likts uz aktivitātēm, kas saistītas ar cilvēka radošumu, talantu un intelektu, kam būtu jārezultējas ar ekonomisku aktivitāti un tādejādi veicinot labklājību. Konkrētāks ekonomiskais uzsvars tika likts tieši uz jaunu darbavietu radīšanu. Britu sākotnējai RI definīcijai atbilda 13 nozares: reklāma, arhitektūra, mākslas un antikvāro lietu tirgus, amatniecība, dizains, modes dizains, filmas un video, interaktīvās izklaides programmatūras (videospēles), mūzika, skatuves māksla, izdevējdarbība, programmatūru un datoru pakalpojumi, televīzija un radio.<sup>60</sup> RI sākotnējās atbilstošās nozares tika ieklasificētas vairāk vai mazāk plašos sektoros, vienkopus tika apvienotas gan izteikti tradicionālas nozares, kas saistījās ar kultūru un mākslu, piemēram, mākslas un antikvāro lietu tirgus, amatniecība, mūzika, skatuves māksla, dizains, arhitektūra, gan daudz mūsdienīgākas un modernākas nozares, piemēram, programmatūras un datoru pakalpojumi, videospēles u.c. Pirmo reizi vienā sektorā tiek mēģinātas apvienot tik krasi atšķirīgas nozares. DCMS izveidoja pirmo radošo RI, kas bija kā pamats tālākai sektora attīstībai.

---

<sup>59</sup> British Council. *Mapping the Creative Industries: a toolkit*. Pieejams: <http://www.britishcouncil.org/china-arts-mcitolkit.htm> [skatīts: 2014, 30. marts]

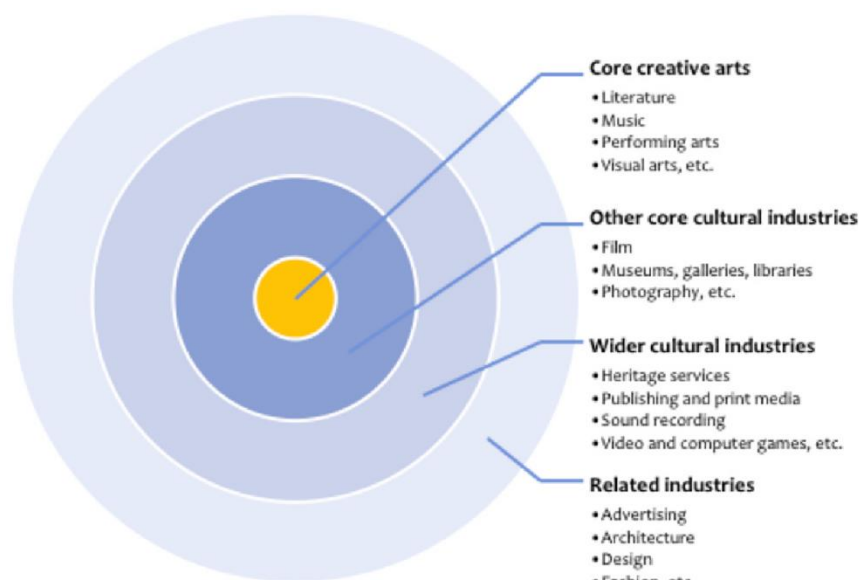
<sup>61</sup> Turpat.

Tas bija novators mēģinājums, kura laikā tika radīts noderīgs koncepts, kas piedzīvoja arī tālāku attīstību. Pirmkārt, tas bija mēģinājums likt uzsvaru uz kultūras, mediju un dizaina ekonomisko vērtību. Tas tika panākts ar uzsvaru uz radošumu kā nozīmīgu ieguldījumu mūsdienu ekonomikā, parādot arī kulturalizācijas, digitalizācijas iezīmes un preču, pakalpojumu augsto dizaina pakāpi. Otrkārt, RI kopā tiek savienotas dažādas nozares, kurām vēsturiski nav bijusi īpaši liela saistība. Tieši šis bija aspekts tika arī visvairāk kritizēts- doma par šādu sektoru apvienošanu, ko noteica britu tendenciozā vēlme izskatīties kā pasaules līderiem sektorā, ko paši nodefinējuši un izveidojuši. Taču RI nenoliedzami tika padarītas par ievērojamu sektoru, kam raksturīga strauja attīstība. Treškārt, RI nozares- radošās mākslas (vizuālās un skatuves māksla, dejas, teātris utt.), esošie mediji (televīzija un radio, filmas, mūzika utt.), jaunie mediji (programmatūras, spēles, e-komercija utt.) kopā ar arhitektūru un dizainu - pāriet no nekomerciāliem uz komerciāliem, kā arī saistītiem ar augstajām tehnoloģijām. Nekomerciālās kulturālās īpašības pārvēršas par globālām un komerciālām, tiek likt uzsvars uz radošo saturu. Viens no iemesliem, kāpēc RI ideja tika tik plaši pārņemta, ir tas, ka tiek savienoti divi galvenie mūsdienu rīcībpolitikas virzieni: no vienas puses strauji augošās informācijas un komunikācijas tehnoloģijas un uz izpēti un attīstību balstītie sektori (ražošana); no otras puses pieredzes ekonomika, kultūras identitāte un sociālā vide (patēriņš).<sup>61</sup>

Liela uzmanība, protams, tiek pievērsta izpētei un diskusijām gan par RI attīstības politiku un atbalsta programmām, gan vēl joprojām tiek diskutēts par to, ko sevī ietver RI sektors. Tāpēc pastāv tik daudz mēģinājumu uzlabot, precizēt un pilnveidot izpratni par RI nozarēm un robežām. Lielbritānijas DCMS sniedza pirmo RI modeli, taču vēlāk dažādi autori un institūcijas piedāvāja savus atšķirīgus RI klasifikācijas modeļus. Piemēram, Austrālijas kultūras ekonomists Deivids Trosbijs izveidojis koncentrisko apļu modeli (*concentric circles model*) (skat. Attēlu nr. 1). Modelis bāzējas uz pieņēmumu, ka vislielāko radošo industriju sektora preču un pakalpojumu vērtību dod tieši to kultūras vērtība. Koncentrisko apļu modelī tiek izdalīts kodols, kas ir radošās mākslas- literatūra, mūzika, izpildītājmāksla, vizuālā māksla- jo tās ir radošo ideju izcelsmes vieta. Ārpus kodola atrodas galvenās kultūras industrijas- filmas, muzeji, bibliotēkas. Nākamajā pakāpē atrodas plašākas kultūras industrijas- kultūras mantojuma pakalpojumi, izdevējdarbība, skaņu ieraksti, televīzija un radio, video un datorspēles. Kā pēdējais slānis tiek norādīts saistītās industrijas- reklāma, arhitektūra, dizains, mode. Šāds iedalījums ticis izveidots, pamatojoties uz to, cik lielā mērā tajās sajaucas tīrais radošums ar citiem ieguldījumiem.

---

<sup>61</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. London ... [etc.]: SAGE, 2013. p. 59.



Attēls nr. 1: Deivida Trosbija Koncentrisko apļu modelis

*The Work Foundation* izveidojis atšķirīgu koncentrisko apļu modeli. Centru veido galvenās radošās jomas, tostarp iekļaujot visas oriģinālā produkta formas. Tad seko kultūras industrijas, kas mēģina komercializēt šos radošos produktus. Nākošās ir RI, kam ir nesaraunami funkcionāls lietojums (arhitektūra, dizains, reklāma). Visbeidzot, tās ir nozares, kas pārdod „pieredzi”, kas atkarīga no radošā ieguldījuma (tematiskie parki, muzeji, mākslas galerijas). Šis modelis novērš netiešo hierarhiju Trosbija modelī, kas nosaka, ka tradicionālās mākslas ir galvenais dzinējs ideju ģenerācijā, kas virza plašākas RI.<sup>62</sup>

Savu RI modeli piedāvā arī mediju un mūzikas industriju profesors Deivids Hesmondhalgs. D. Hesmondhalgs izstrādājis simbolisko tekstu modeli (*symbolic texts model*), kurā izdala galvenās jeb kodola kultūras industrijas - reklāmu, filmas, internetu, mūziku, izdevniecību, televīziju un radio, video un datorspēles. Kā otrs bloks tiek izdalītas perifērās kultūras industrijas, kas sevī ietver radošās mākslas. Trešais sektors saistīts ar kultūras industrijām, kas atrodas uz robežas - mode, programmatūras, sports.<sup>63</sup> Šajā modelī „augstā” vai „nopietnā” māksla tiek novietota nomaļus no sociālajiem un politiskajiem veidojumiem, un uzmanība tiek fokusēta uz populāro kultūru. Procesi, kādos sabiedrības kultūra ir izveidojusies un tiek nodota, šajā modelī tiek attēloti, izmantojot rūpnieciskās ražošanas,

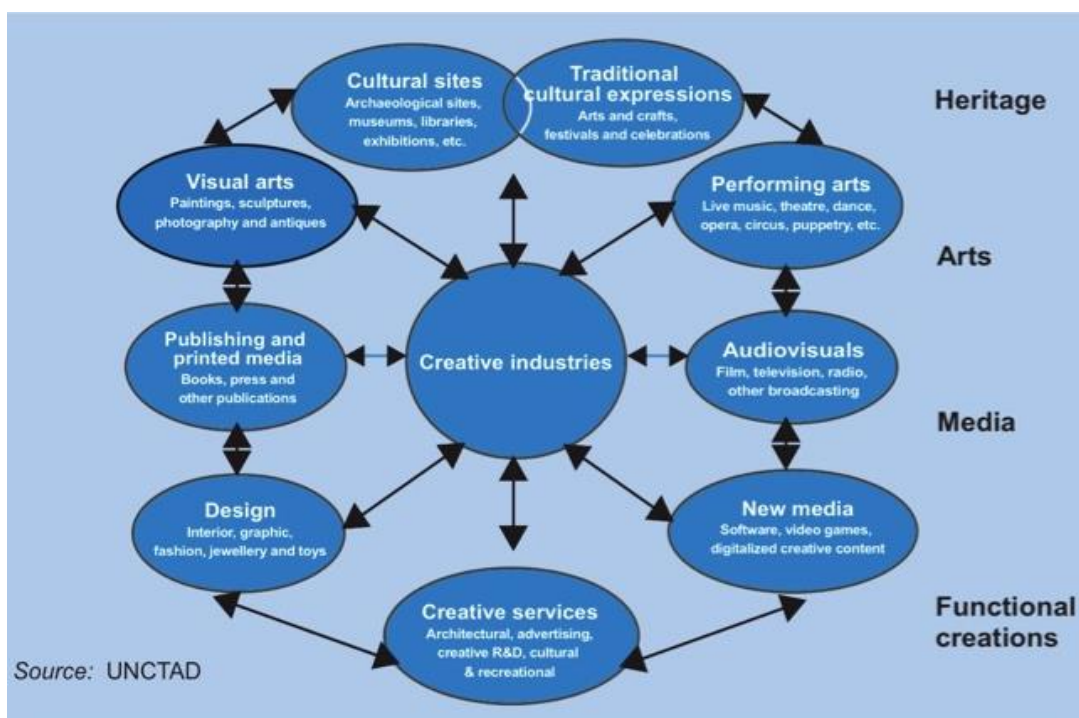
<sup>62</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. London ... [etc.]: SAGE, 2013. p. 60.

<sup>63</sup> The United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 30. marts]

izplatīšanas un patēriņa simboliskos tekstus vai ziņas, kuras novada ar dažādiem medijiem, piemēram, filmām, apraidi un presi.<sup>64</sup>

Arī Pasaules intelektuālā īpašuma organizācija (WIPO) izstrādājusi savu RI autortiesību modeli (*WIPO copyright model*). Šis modelis balstīts uz nozarēm, kas tieši vai netieši ir iesaistītas un piedalās ar autortiesībām aizsargātu darbu radīšanā, ražošanā, apraidē uz izplatīšanā.<sup>65</sup> Tiek izdalīts autortiesību industriju kodols, kas ietver reklāmu, autortiesību aģentūras, filmas un video, mūziku, izpildītājmākslu, izdevējdarbību, programmatūras, televīziju un radio, vizuālo un grafisko mākslu. Otrs sektors aptver neatkarīgās autortiesību industrijas- tukšos ierakstīšanai nepieciešamos materiālus, mūzikas instrumentus, papīru, fotokopētājus, fotografikas aprīkojumu. Kā pēdējās tiek izdalītas daļējās autortiesību industrijas- arhitektūra, apavi un apģērbi, dizains, mode, saimniecības preces, rotaļlietas.<sup>66</sup>

Visbeidzot jāmin UNCTAD modelis (skat. Attēlu nr.2), kur RI iedalītas četrās grupās.



Attēls nr.2: UNCTAD RI klasifikācijas modelis

Pirmkārt, kultūras mantojums, kas ir kā izcelsmes avots visām mākslas, kultūras un radošajām industrijām. Otrkārt, māksla, kur ietilpst RI, kas balstītas tieši uz mākslu un kultūru. Savukārt mākslas darbu iedvesmas avots ir mantojums, identitātes vērtības un simboliskā nozīme.

<sup>64</sup> Smiltnieks, Aigars. *Radošās industrijas stāvoklis un perspektīvas Rīgas plānošanas reģionā*. Pieejams: <http://www.sif.lv/nodevumi/nodevumi/4149/Petijums%20rad%20ind%20RigaReg.pdf> [skatīts: 2014, 30. marts]

<sup>65</sup> Turpat.

<sup>66</sup> The United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 30. marts]

Trešā grupa saistīta ar medijiem, kas ietver arī izdevējdarbību tās plašākajā nozīmē. Taču ceturtajā grupā ietilpst vairāk pieprasījuma radītas un uz pakalpojumiem orientētas nozares, kurās tiek radītas preces un pakalpojumi ar funkcionāliem mērķiem.<sup>67</sup>

Līdzīgi kā pastāv šie dažādie RI modeļi, laika gaitā, protams, izveidojušās arī dažādas RI definīcijas. Piemēram, ekonomists Ričards Keivs (*Richard Caves*) 2000. gadā sniedzis savu definīciju: „Radošajās industrijās tiek radītas preces un pakalpojumi, ko mēs vispārīgi asociējam ar kultūras, mākslas vai izklaides jēdzieniem. Tās ietver grāmatu un žurnālu izdošanu, tēlotāju mākslu (glezniecību un tēlniecību), izpildītājmākslu (teātri, operu, koncertdarbību), mūzikas ierakstus, kino un televīzijas filmas, tērpu dizainu, spēles un rotaļlietas.”<sup>68</sup> R. Keivs liek akcentu uz precēm un pakalpojumiem, kas saistīti ar kultūras, mākslas un izklaides jomu.

Apvienoto Nāciju Organizācijas Tirdzniecības un attīstības konferences (UNCTAD) definējums ir sekojošs: „Radošās industrijas ir tādu preču un pakalpojumu radīšana, ražošana un izplatīšana, kurās primārais ieguldījums ir radošums un intelektuālais īpašums. Tās veido uz zināšanām balstīts darbību kopums, kas centrējas, bet neaprobežojas ar mākslu un nākotnē rada ienākumus no tirdzniecības un intelektuālā īpašuma tiesībām. Ietver reālus produktus, kā arī nemateriālos intelektuālos vai mākslinieciskos pakalpojumus ar radošu saturu, ekonomisko vērtību un tirgus potenciālu. Atrodas krustcelēs starp mākslu, pakalpojumiem un rūpniecību. Veido jaunu dinamisku pasaules tirdzniecības sektoru.”<sup>69</sup> UNCTAD definīcijā teikts, ka RI gan rada, gan ražo, gan izplata produktus, kuru tapšanā iesaistītas cilvēku radošās spējas un intelektuālais īpašums, taču tie nav tikai mākslas darbi. Šie produkti gūst reālu peļņu no tirdzniecības un intelektuālā īpašuma tiesībām. RI nav viendabīgs sektors, jo atrodas starp dažādām disciplīnām, taču veido jaunu pasaules tirdzniecības sektoru. Salīdzinot ar iepriekš minētajām definīcijām, UNCTAD definējums ir daudz aprakstošāks, tas neaprobežojas tikai ar kultūrā balstītām aktivitātēm, bet aptver daudz plašāku sektoru. Šīs definīcijas ietvaros netiek uzskaitītas konkrētas RI nozares, kas neuzliek sektora rāmjus, taču parāda virzību.

Šie ir tikai daži RI definīciju piemēri, bet jāuzsver, ka nepastāv tikai viena precīza RI definīcija. RI jēdziens ir daudznozīmīgs, gluži tāpat, kā pati nozare- sazarota. RI ir kā jumta jēdziens, kas ietver dažādas aktivitātes, preces un pakalpojumus.<sup>70</sup> Atsevišķas valstis politiskā

---

<sup>67</sup> The United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 30. marts]

<sup>68</sup> Flew, Terry. *Beyond ad hocery: Defining Creative Industries*. Pieejams: [http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew\\_beyond.pdf](http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf) [skatīts: 2014, 29. marts]

<sup>70</sup> UNCTAD. *Creative Economy. Report 2010*. Pieejams: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf) [skatīts: 2014, 29.marts]

<sup>70</sup> Davies, Rosamund and Gauti Sigthorsson. *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. London ... [etc.]: SAGE, 2013. p. 1.

līmenī tiecas veidot precīzas nozares robežas, kas praksē izpaužas kā saraksts ar ekonomisko aktivitāšu klasifikatoriem. Šie saraksti ir atkarīgi no kultūras un ģeopolitiskā konteksta un mērķiem, ko iecerēts sasniegt. Vairums valstu seko Lielbritānijas piemēram, taču ir arī izņēmumi, piemēram, Francijā uzsvars tiek likts uz kultūras industrijām, bet Ķīnā šī definīcija ietver arī dārzkopību. Turklāt daudz tiek diskutēts par to, vai RI iekļauj tikai komercdarbību, vai arī nevalstiskās un valsts organizācijas.<sup>71</sup> Viens no iemesliem, kāpēc RI koncepts ir tik eklektisks, slēpjas arī tajā kā cilvēki dažādās valstīs vispār uztver radošumu. Dažās valstīs vietējās RI, pirmkārt, saistās ar kultūras mantojumu, tūrismu un dabas parkiem, jo galu galā ne visas valstis uzņem filmas, rada mūziku vai video spēles industriālai tirdzniecībai. Šādā plašākā nozīmē, RI nav nozīmīgas tikai bagātajām valstīm, katra valsts var atrast savu RI nišu, savu lokālo RI versiju.<sup>72</sup> Taču vienmēr, kad tiek aplūkota, piemēram, tēlotājmāksla, mūzika, filmu/ TV producēšana, spēles, dizains, *eventi* un festivāli vai reklāmas un mārketingi, tie visi tiek saistīti ar trīs noteiktām pazīmēm: pirmkārt, tie visi pieprasa cilvēka radošuma ieguldījumu; otrkārt, tie ir simbolisko vēstījumu nodevēji, nozīmes nesēji; treškārt, tie satur, vismaz potenciāli, kādu intelektuālo īpašumu, kas pieder indivīdam vai grupai. Būtībā, RI ir saistītas ar pieredzēm. Ievērojamā ekonomiskā aktivitāte rodas no baudas un jēgas radīšanas. Šīs pieredzes, kad tās ieņem kādas preces vai pakalpojuma formu, nodrošina ar darbu milzum daudz cilvēku, sākot no datorprogrammētāja un inženiera līdz rakstniekiem, māksliniekiem.<sup>73</sup>

RI koncepts, neskatoties uz savu salīdzinoši īso pastāvēšanas laiku, jau iemantojis arī kritiku. Stjuarts Kaninghems RI nosaucis par globāli strīdīgu politikas jomu. Piemēram, Džastins O’Konors (Justin O’Connor) uzsver, ka RI vecina vienkāršotu skatījumu uz kultūras un ekonomikas apvienošanu, un pārstāv nesakarīgu politiku, datu avoti ir aizdomīgi un nepietiekami attīstīti, pastāv pārmērīga un nelabvēlīga radošā darba cildināšana u.tml. Arī citi autoris izsakās kritiski par RI konceptu, piemēram, Nikolas Garnhems, Tobijs Millers (*Toby Miller*), Keita Ouklija (*Kate Oakley*) to uztver pat kā sava veida „Trojas zirgu”, apdraudot tirgus spēkus ar publisko atbalstu kultūrai.<sup>74</sup>

Neskatoties uz kritiku, RI tomēr varētu tikt uzskatītas par līdz šim nocietināto attiecību atvēršanu starp ekonomiku un kultūru. RI sevī apvieno mākslu, kultūru, tehnoloģijas un biznesu, veidojot vienu veselumu, ticis mākslīgi radīts jauns ekonomiski nozīmīgs tautsaimniecības sektors, kas paver jaunas un plašas attīstības iespējas.

---

<sup>71</sup> Ozola, Evelīna. *Kad industrijas kļuva radošas?* Pieejams: <http://www.fold.lv/2013/04/kad-industrijas-kluva-radosas/> [skatīts: 2014, 29.marts]

<sup>72</sup> Davies, Rosamund and Gaulti Sigthorsson. *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. p. 2.

<sup>73</sup> Turpat, p. 1.

<sup>74</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. London ... [etc.]: SAGE, 2013. p. 62.

## 2.4. Kultūras industriju un radošo industriju saistība

Pieredze rāda, ka atšķiras ne tikai RI definīcijas un klasifikācijas modeļi, bet arī dažādu jēdzienu pielietojums, kuri mēdz aizstāt RI jēdzienu. Dažādu valstu, organizāciju praksē tiek izmantoti atšķirīgi jēdzieni, kas raksturo RI sektoru, piemēram, Lielbritānijā, Austrālijā, Islandē, Nīderlandē, Beļģijā tiek lietots RI jēdziens, ASV izmanto izklaides un mediju industriju vai autortiesību industriju jēdzienus, UNESCO, daudzviet Eiropas Savienībā (ES), Francijā pārsvarā lieto kultūras industriju jēdzienu, Zviedrijā izmanto pieredzes industrijas jēdzienu, Dānijā akcents likts uz kultūras un pieredzes ekonomiku, Norvēģijā kā pamatjēdziens tiek izmantots kultūrā balstītās industrijas vai kultūras un pieredzes industrijas, Ķīnā pamatā izmanto kultūras un radošo industriju vai RI jēdzienu utt.<sup>75</sup> Aplūkojot daudzveidīgo jēdzienu klāstu, var secināt, ka dažādu valstu praksē lielākoties tiek izmantots RI, kultūras industriju, kultūras un radošo industriju jēdziens. Tas ir likumsakarīgi, jo kultūrai būtu jābūt vienam no svarīgākajiem RI komponentiem, taču svarīgi ir apskatīt tieši RI un kultūras industriju saistību. Kultūras industrijas un RI ir divi visbiežāk lietotie jēdzieni, kas nereti var radīt pat apmulsumu, mēģinot definēt RI.

Kultūras industrijas ir iespējams definēt dažādi, savu versiju piedāvā arī Džastins O'Konors, kurš norāda, ka „kultūras industrijas ir tādas aktivitātes, kas galvenokārt nodarbojas ar simboliskām precēm, kuru galveno ekonomisko vērtību nosaka to kulturālā vērtība. Kultūras industriju sektors ietver tā sauktās „klasiskās” kultūras industrijas, piemēram, apraides medijus, filmas, izdevējdarbību, mūzikas ierakstus, dizainu, arhitektūru, jaunus medijus, gan „tradicionālās mākslas”- vizuālo mākslu, amatniecību, teātri, muzikālo teātri, koncertus un performances, literatūru, muzejus un galerijas”.<sup>76</sup> Kultūras industrijas varētu raksturot arī kā tādas, kas ir saistītas ar nozarēm, kurās apvienojas radošums, ražošana un radošā satura komercializācija, kas ir nemateriāls un ar kultūras raksturu. Saturs parasti tiek aizsargāts ar autortiesībām, tas var būt preces un pakalpojuma formā. Kultūras industrijas galvenokārt ietver drukāšanu, izdevniecību un multimedijus, audiovizuālos, skaņu ierakstu un kinematogrāfiskos produktus, kā arī amatniecību un dizainu.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> *Creative industries- a summary of international research and comparisons*. Pieejams: [http://prosjektexpo.hiof.no/expo11/H11I06/project/Creative%20industries\(Final%20project\).doc](http://prosjektexpo.hiof.no/expo11/H11I06/project/Creative%20industries(Final%20project).doc) [skatīts: 2014, 1. aprīlis]

<sup>76</sup> O'Connor, Justin. *The Definitions of Cultural Industries*. Pieejams: <http://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/icc1.pdf> [skatīts: 2014, 1. aprīlis]

<sup>77</sup> UNESCO. *Understanding Creative Industries. Cultural statistics for public- policy making*. Pieejams: [http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural\\_stat\\_EN.pdf/cultural\\_stat\\_EN.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf) [skatīts: 2014, 1. aprīlis]

Par jēdzienu kultūras industrijas un RI pielietojumu un piemērojamību tiek runāts un diskutēts jau kopš tiem laikiem, kad briti sāka pielietot RI jēdzienu politikas diskursā 1990to gadu beigās. Kamēr atsevišķi autori parasti ir konsekventi konkrēta termina lietojumā, vismaz viena darba ietvaros, tikmēr terminu kopējā lietojumā saskatāms neskaidrs sajaukums. Dažkārt tiek pieņemts, ka RI jēdziens ir kaut kas plašāks un mūsdienīgāks, un tas aizstāj arī kultūras industriju jēdzienu. Citi autori apgalvo, ka jēdziens radošums ir pārāk plašs un neprecīzs, „atšķaida” kultūras dimensijas nozīmību, sajaucot to ar šīm industrijām, mākslīgi savienojot kultūru ar informāciju tehnoloģiju sektoriem, dažkārt pat ar zinātni. Citi savukārt atšķir kultūras industrijas no RI, pamatojoties uz radītāju ciešo saistību ar mākslu tās tradicionālajā izpratnē, turpretim RI tiek ieguldīts cilvēka radošumu, lai iznākumu saistītu ar ekonomikas sektoru.<sup>78</sup>

Kultūras industriju koncepts radies jau 20.gs. 40tajos gados, kā jau 1. nodaļā minēts, saistībā ar Frankfurtes skolas pārstāvju T. Adorno un M. Horkheimera veltīto kritiku kultūras komercializēšanās procesiem. Šī kritika attiecīgi izraisīja arī tālākas diskusijas. Daudz izvērstāk kultūras industriju konceptam pievērsās UNESCO 1960tajos gados, kad uzsvēra to lomu valsts attīstībā un sāka apkopot kultūras statistiku. UNESCO kultūras industrijas definē kā tādas, kas „sevī ietver kultūras satura radīšanu, producēšanu, komercializēšanu un parasti ir aizsargātas ar autortiesībām. Tās ietver izdevējdarbību, plašsaziņas līdzekļus, amatniecību, dizainu, audiovizuālos pakalpojumus, filmu producēšanu, fotogrāfijas. Kultūras industrijas veicina un uztur kultūras dažādību, un nodrošina sabiedrības piekļuvi kultūrai”.<sup>79</sup>

1980tajos termins kultūras industrijas plašāk tika izmantots Lielbritānijā. Pirmkārt, lai uzsvērtu kultūras aktivitātes, kas atrodas ārpus valsts finansējuma sistēmas, bet darbojas komerciāli, ir svarīgas labklājības un nodarbinātības veicinātājas. Otrkārt, lai uzsvērtu, ka no visa veida kultūras preču un pakalpojumu klāsta, ko cilvēki patērē, lielākajai daļai (TV, radio, kino, mūzika, grāmatas, koncerti) nav nekādas saistības ar publiskā finansējuma sistēmu. Londonā tika izstrādāta arī kultūras stratēģija (kas gan nekad pilnībā netika attīstīta), kura saistījās ar alternatīvo ekonomiku, kuras mērķis bija veicināt un demokratizēt ar kultūru saistīto ražošanu un preču, produktu izplatīšanu. Laika gaitā šāda kultūras industriju pieeja tika izplatīta arī citās Lielbritānijas pilsētās, taču parādījās sarežģītās attiecības starp ekonomisko un kultūras politiku kultūras industriju ietvaros, kā arī atsevišķu nozaru iekļaušanu un sektora kopējo nosaukšanu. Izmaiņas veicināja Lielbritānijas valdības DCMS,

---

<sup>78</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 59.

<sup>79</sup> Turpat.

kad kultūras industrijas piedāvāja pārsaukt par RI, aizsākot arī šo kultūras un radošo industriju polemiku.<sup>80</sup>

Savukārt kultūras ekonomisti tik ļoti nekoncentrējas uz to, kas attiecas uz kultūras, un, kas uz RI, bet uz kultūras precēm un pakalpojumiem raksturīgo industriālo dinamiku.<sup>81</sup> Piemēram, Ruta Touza (*Ruth Towse*) kultūras industrijas raksturo kā „masveidā ražotas preces un pakalpojumus ar pietiekami lielu māksliniecisko saturu, kas ir radoši un kulturāli nozīmīgs. Būtiska pazīme ir rūpnieciskā mēroga ražošana apvienojumā ar kultūras saturu”.<sup>82</sup> Pretēja nostāja pārstāvēta kultūras studijās un humanitārajā jomā, kur tieši šī kultūras un radošo industriju atšķirība tiek uzskatīta par ļoti svarīgu. Stjuarts Kaninghems un Džons Hārtlijs ir vieni no ievērojamākajiem RI jēdziena aizstāvjiem, jo uzskata, ka tā šīs industrijas var sniegt lielāku ieguldījumu ekonomikā, kā arī tas ir priekšnosacījums, lai tās veiksmīgāk pieņemtu sabiedrībā. Viņi uzsver, ka kultūras industriju jēdziens jāaizstāj ar RI. Džons Hārtlijs apgalvo, ka ir jāpārskata pati radošuma ideja, radošumam jāveido ciešāka saikne ar mūsdienu komerciālās demokrātijas reālo situāciju. Arī māksla ir jāskata mūsdienu ekonomikas kontekstā. Stjuarts Kaninghems uzskata, ka RI koncepts mēģina ieskicēt vēsturisko pāreju no valsts subsidētās mākslas un apraides mediju ēras uz jaunu un plašāku radošuma pielietojumu. RI pretendē uz būtisku jaunās ekonomikas sastāvdaļu.<sup>83</sup>

Stjuarts Kaninghems RI modeli atšķir no kultūras industrijām, balstoties uz pieciem kritērijiem. Pirmais kritērijs saistīts ar to, ka nacionālas valstis un nacionālās kultūras politikas vairāk fokusējas uz kultūras industrijām, bet RI tipiski darbojas globālajos tirgos, vietējos industriju klasteros. Otrkārt, RI attīstījušās kopā ar digitalizāciju un konverģences procesiem, kamēr kultūras industrijas attīstījušās inkubatoros. Kā trešo kritēriju Stjuarts Kaninghems min to, ka lielākā daļa kultūras industriju tiek īstenotas neo-klasicisma ekonomikas ietvaros un ir saistītas ar kultūras ekonomiku, bet par RI var runāt “jaunās ekonomikas” termina ietvaros, kas saistīts ar inovāciju attīstību. Ceturtkārt, kultūras industrija saistās ar mākslas un mediju nozaru pārskatīšanu, bet RI iezīmē jaunu domāšanas modeli, jaunas attiecības starp lielajiem un daudzskaitlīgajiem mazajiem, vidējiem uzņēmumiem, kuri parasti ir inovāciju virzītāji. Visbeidzot, kultūras industriju politika fokusējas uz jau izveidotajiem sektoriem (mākslu, apraides medijiem), bet RI politika parasti izrāda interesi par sektoriem, kas ir izveidojušies nejausi, mākslas, dizaina, mediju un digitālo tehnoloģiju krustojšanās rezultātā.<sup>84</sup>

---

<sup>80</sup> O'Connor, Justin. *The Definitions of Cultural Industries*. Pieejams:

<http://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/icc1.pdf> [skatīts: 2014, 1. aprīlis]

<sup>81</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 59.

<sup>82</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. p. 60.

<sup>83</sup> Turpat.

<sup>84</sup> Turpat, p. 61.

Tādi autori kā Deivids Hesmondhalgs un Endijs Prats (*Andy Pratt*) savukārt uzskata, ka radošuma koncepts ir pārāk neskaidrs, tas ietver sevī pārāk daudz, lai būtu korekts kultūras definīcijas aizstājējs, taču citi, piemēram, Tobijs Millers, Nikolas Garnhams, Džastins O'Konors ir pārliecināti, ka tieši RI ir pārāk intensīvi tendētas uz tirgus jautājumiem, pāreju uz jauno ekonomiku un informāciju sabiedrību.<sup>85</sup>

Uzskatāmi redzams, ka dominē viedokļu atšķirība par kultūras industriju un RI saistību. Dažādu autoru vidū saskatāmas krasas pat un diametrāli pretējas viedokļu atšķirības, kas liecina par šī jautājuma augsto komplicētības pakāpi. Ņemot vērā šī jautājuma sarežģītību, nav iespējams konstatēt vienu pareizo kultūras un radošo industriju saistību modeli, vienu konstantu jēdzienu lietojumu, tai pat laikā, būtiski ir katras valsts robežās virzīties uz izpratnes tuvināšanu vismaz konkrētu problēmu risinājumu diskursos.

## 2.5. Radošās ekonomikas attīstība

Viens no būtiskākajiem RI aspektiem ir to saistība ar ekonomikas procesu veicināšanu. Jaunais ekonomikas modelis ir atbilde tam, kāpēc gan politikas veidotāji, gan izglītības iestādes pēdējā liekā pievērš tik lielu uzmanību RI. Laika gaitā mainās arī ekonomikas akcenti, piemēram, vairs tik liela uzmanība netiek pievērsta apstrādes rūpniecībai, bet pakalpojumiem, vērtība rodas nevis lietu apstrādes procesā, bet tagad liela vērtība tiek piešķirta tieši informācijai, kas palielina informācijas sabiedrības lomu mūsdienu pasaulē.<sup>86</sup> Cilvēki ar idejām, tie, kuriem pieder idejas, kļuvuši daudz spēcīgāki par tiem, kuri strādā ar mašīnām un mehānismiem, kas bija industrializācijas laikmeta „trumpis”. Mūsdienās parādās aizvien vairāk jēdzienu un vārdu savienojumu, kas raksturo jaunu ekonomikas modeļu veidošanos, piemēram, ekonomikas kulturalizācija, iztēles ekonomika, zināšanu ekonomika, pieredzes ekonomika u.c. Taču viens no nozīmīgākajiem jēdzieniem ir tieši radošā ekonomika. Varētu teikt, ka radošā ekonomika ir ekonomikas modelis, kas lielā mērā balstās uz RI principiem, precēm un pakalpojumiem. Radošā ekonomika ir viens no straujāk augošajiem pasaules ekonomikas sektoriem. Tā ir saistīta ne tikai ar ienākumu gūšanu, darba vietu radīšanu un eksporta ieņēmumiem, bet arī ar vērtību, kas nav mērāma naudā, piemēram, radošā ekonomika būtiski palīdz sasniegt uz cilvēkiem orientētu, iekļaujošu un ilgtspējīgu attīstību.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> Flew, Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012. p. 61.

<sup>86</sup> Hartley, John. *Creative Industries*. Oxford: Blackwell, 2005. p.19.

<sup>87</sup> United Nations, UNDP, UNESCO. *Creative Economy Report 2013. Special Edition*. Pieejams: [www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf](http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf) [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

Vairāki pētnieki norāda uz atšķirību starp RI un radošo ekonomiku. Parādotes RI konceptam, svarīgi bija arī definēt šo jauno sektoru attiecībā uz tā ieguldījumu nodarbinātībā un ekonomiski pievienoto vērtību, kā arī noteikt atbilstošus politikas virzienus. Sākotnējie pamata apsvērumi, kas saistījās ar šo jomu, nebija vērsti uz centieniem meklēt RI ieguldījumu attiecībā pret citām nozarēm vai patēriņa tendencēm, inovācijām. Tikai vēlāk analītiķi sāka apsvērt radošuma ieguldījumu ekonomikā, tā arī parādījās pati ideja par radošo ekonomiku, tajā pašā laikā pārdomājot visu ekonomisko sistēmu.<sup>88</sup>

Saistībā ar radošo ekonomiku, aktuālāki kļuva jautājumi par RI iekļautajām nozarēm. Diskutablākā bija IT pievienošana RI sektoram, ko kritiķi pat nosauca par mākslīgu mēģinājumu palielināt RI izmēru un nozīmi, izjaucot klasisko industriju klasificēšanu, sapludinot kultūru ar informāciju sektoru. Tātad, atsaucoties uz Deivida Trosbija koncentrisko apļu modeļi, RI ir šis radošais kodols jeb tradicionālās mākslas, kas ir būtiska RI daļa, taču neveido nekādu ievērojamu ekonomisku pienesumu šajā jaunajā sektorā. Lielāko ekonomisko pienesumu veido tieši citi RI elementi, piemēram, IT.<sup>89</sup>

Nedaudz vairāk novārtā atstājot nozaru specifiskos jautājumus, diezgan strauji attīstījusies politikas veidotāju un valdības interese un kompetence par radošuma saistību ar plašāku ekonomiku. Radošums un RI aizvien vairāk tiek iekļautas nozīmīgos politikas veidošanas dokumentos un programmās. Lielbritānijā, piemēram, RI iekļautas „Radošās ekonomikas programmā” u.c.<sup>90</sup> Arī Latvijā tās tiek iekļautas jau visa līmeņa politikas plānošanas dokumentos („Radošā Latvija”, Nacionālās attīstības plānos utt.). Tas parāda koncentrēšanos uz augstāku uzņēmumu izaugsmi, raksturo radošuma vērtību un ieguldījumu plašākā ekonomikā, radošās karjeras plašāku izaugsmi, skaidrākus ekonomiskos un kultūras mērķus.

Jēdzienu radošā ekonomika 2001. gadā popularizēja britu rakstnieks un mediju menedžeris Džons Haukins (*John Howkins*), kurš jēdzienu attiecināja uz 15 industrijām, sākot ar mākslu un beidzot ar tehnoloģijām un zinātņi. Jēdziens radošā ekonomika pirmo reizi parādījās viņa grāmatā „Radošā ekonomika: kā cilvēki no idejās rada naudu” (*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*), kur tika analizētas attiecības starp radošumu un ekonomiku. Saskaņā ar Džona Haukinsa aprēķiniem, radošās ekonomikas vērtība 2000. gadā visā pasaulē bija 2,2 triljonus ASV dolāru, katru gadu pieaugot par pieciem

---

<sup>88</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham, Terry Flew etc. *Key concepts in creative industrie*. London: SAGE Publications Ltd, 2013. p. 55.

<sup>89</sup> Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham, Terry Flew etc. *Key concepts in creative industrie*. p. 55.

<sup>90</sup> Turpat, p. 56.

procentiem.<sup>91</sup> Pēc Haukinsa domām, ne radošums, ne ekonomika nav nekas jaunas, bet nebijis ir ekonomikas un radošuma attiecību apjoms un raksturs, tas, kā tie tiek kombinēti, lai radītu neparastu vērtību un bagātību.<sup>92</sup>

Dž. Haukins norāda, ka mūsdienu pasaulē viens no nozīmīgākajiem ekonomikas komponentiem ir intelektuālais īpašums, akcentējot, ka pastāv četras dažādas galvenās intelektuālā īpašuma formas- patenti, autortiesības, preču zīmes (*trademarks*), dizains. Džons Haukins uzsver, ka tieši šīs četras industrijas kopā veido RI un radošo ekonomiku. Taču autors nenoliedz, ka šis pieņēmums ir strīdīgs, jo lielākā daļa valstu uzskata, ka RI ietver visa veida radošās iztēles formas, bet, piemēram, Lielbritānija un Austrālija ierobežo jēdziena RI lietojumu, attiecinot to uz mākslu un kultūras industrijām, bet neiekļauj zinātni un patentu industriju.<sup>93</sup>

Radošās ekonomikas pamatā ir radošais produkts, kuru Džons Haukins definē kā ekonomikas preci vai pakalpojumu, kas izriet no radošuma, radošām darbībām un, kam ir ekonomiska vērtība. Radošie produkti pārsvarā, protams, saistās ar mākslu, savukārt tas mākslu padara par radošo aktivitāšu un radošuma kodolu. Bet māksliniekiem nepieder monopols uz radošumu, kā arī viņi nav vienīgie, kas darbojas radošās ekonomikas laukā. Atšķirība starp radošumu mākslā un kur citus, neslēpjas tajā, ka mākslinieki ir daudz radošāki vai radoši veiksmīgāki, bet tajā, ka viņi nodarbojas ar daudz specifiskākām idejām un estētiku, viņi rada īpaša veida darbus un strādā atbilstoši identificējamiem biznesa modeļiem ar saviem piedāvājuma, pieprasījuma, vērtību un cenu veidošanas modeļiem.<sup>94</sup> Tik pat labi radošums var pastāvēt arī zinātnē, ir tikai neliela atšķirība starp mākslinieku un zinātnieku radošajiem galaproduktiem, taču tiek izmantota viena un tā pati radošuma forma.<sup>95</sup>

Jāuzsver, ka nepastāv vienota un universāla radošās ekonomikas definīcija tāpat, kā visiem iepriekšējiem jēdzieniem. Vienu no radošās ekonomikas plašāk pielietotajām definīcijām izveidojis UNCTAD, norādot, ka „radošā ekonomika ir koncepts, kas balstās uz radošajiem līdzekļiem, lai attīstītu ekonomikas izaugsmi un attīstību:

- Radošā ekonomika var veicināt ienākumus, darbavietu radīšanu un eksporta ieņēmumus vienlaikus, veicinot sociālo integrāciju, kultūras daudzveidību un cilvēku attīstību;

---

<sup>91</sup> United Nations, UNDP, UNESCO. *Creative Economy Report 2013. Special Edition*. Pieejams: [www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf](http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf) [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

<sup>92</sup> The United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 6.aprīlis]

<sup>93</sup> Howkins, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2007/ 2001. p. xiii.

<sup>94</sup> Howkins, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. p. x.

<sup>95</sup> Turpat, p. xi.

- Tā ietver ekonomikas, kultūras un sociālo aspektu mijiedarbību ar tehnoloģijām, intelektuālo īpašumu un tūrisma mērķiem;
- Tā ir zināšanu ekonomikā balstītu darbību kopums ar attīstības dimensiju un starpnozaru saistību makro un mikro līmenī;
- Tā ir attīstības iespēja, kas veicina inovācijas, multidisciplināru politiku un starpministriju rīcību;
- Radošās ekonomikas „sirdī” atrodas radošās industrijas.<sup>96</sup>

Ar laiku UNCTAD izstrādājis arī vairākus radošās ekonomikas mērķus, piemēram, saskaņot nacionālo kultūru mērķus ar tehnoloģisko un starptautisko tirdzniecības politiku; cīnīties ar RI izaugsmes kavēkļiem jaunattīstības valstīs; pastiprināt tā saukto radošo saikni starp investīcijām, tehnoloģijām, uzņēmējdarbību un tirdzniecību; identificēt inovatīvus politiskos risinājumus, lai uzlabotu attīstības ieguvumus no radošās ekonomikas.<sup>97</sup>

Radošās ekonomikas attīstību veicināja ne tikai UNCTAD, bet arī UNESCO, piemēram, 2005. gadā organizējot simpoziju Indijas pilsētā Nagaur, kurā tika diskutēts par RI lomu attīstības veicināšanā, īpaši uzsverot vietējo mākslinieku un kultūras aktivitāšu nozīmi ekonomikas veicināšanā un nabadzības mazināšanā. Tajā pašā laikā UNESCO galvenajā mītnē tika aktualizēts jautājums par ieguldījumu, ko kultūras industrijas sniedz ekonomikas un kultūras attīstībai gan industrializētajās, gan jaunattīstības valstīs.<sup>98</sup>

Līdz ar to var secināt, ka jēdziens radošā ekonomika attīstījies dažādos ceļos. Tas ir kļuvis par līdzekli, lai īpašu nozīmi mūsdienu ekonomikā pievērstu tieši radošumam, uzsverot, ka ekonomikas, kultūras un citu radošuma formu attīstība nav atšķirīgi un nesaistīti fenomeni, bet to attīstību vienotību. Radošā ekonomika sekmē sociālo integrāciju, kultūras daudzveidību un cilvēka attīstību. Arī Ričards Florida norāda, ka ir sācies radošuma laikmets, kurā radošuma pieaugums ir galvenais ekonomikas faktors. Viņš izveidojis arī savu „3 T teoriju” par ekonomisko izaugsmi, kas ietver tehnoloģijas, talantu un toleranci. Ričards Floridas teorija atšķiras ar to, ka viņš uzskata, ka talants ir izaugsmes dzinulis. Tiek pievienota arī toleranci, kas nepieciešama, lai piesaistītu cilvēku kapitālu. Neskatoties uz to, ka Floridas radošuma pieeja tiek arī kritizēta, jāatzīst, ka tieši viņš ir veicinājis RI un radošās ekonomikas diskursa attīstību publiski.<sup>99</sup>

<sup>96</sup> UNCTAD. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf) [skatīts: 2014, 25.marts]

<sup>97</sup> UNCTAD. *Creative economy. Report 2008*.

<sup>98</sup> Turpat.

<sup>99</sup> Turpat.

### 3. KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU IZPRATNES SPECIFIKA DAŽĀDĀS LATVIJAS RADOŠO INDUSTRIJU SEKTORĀ IESAISTĪTAJĀS GRUPĀS

RI jēdzienam dažādās valstīs ir atšķirīga pieeja, kas noved pie RI sektora izpausmju atšķirībām dažādu valstu kontekstos (skat. 1.6. nodaļu). Ņemot vērā RI mainīgo dabu, katrai valstij ir svarīgi noformulēt savu RI sektora specifiku, taču, atsaucoties uz to, ka RI ir salīdzinoši nesena parādība gan pasaules kontekstā, gan, jo īpaši Latvijā, RI izpratne vēl nav līdz galam skaidra. RI sektora problemātikas nesēnā ienākšana Latvijas politikas dienas kārtībā un to mainīgā daba ir vairojusi šajā sektorā dažādo iesaistīto pušu izpratnes atšķirības. Ir svarīgi noskaidrot un precizēt dažādo Latvijas RI iesaistīto pušu viedokli, lai ar laiku veidotos vairāk vai mazāk vienota izpratne par to, kādas radošās un uzņēmējdarbības formas ir attiecināmas uz nozari, ko dēvējam par RI, un, kas RI kontekstā raksturīgs tieši mūsu valstij. Vienota un skaidra izpratne ļautu sekmīgāk attīstīties visam RI sektoram kopumā. Bakalaura darba ietvaros tika veikts empīrisks pētījums ar mērķi izpētīt dažādu RI sektorā iesaistīto pušu kultūras un radošo industriju izpratnes specifiku.

**Pētījuma metodoloģija.** Dažādo Latvijas RI sektorā iesaistīto pušu viedokļu izpētē izmantota kvalitatīvā metodoloģija. Kvalitatīvā izpēte sniedz plašāku iespēju izpētīt nozīmīgu problēmā iesaistīto personu subjektīvo pieredzi, konkrētās parādības izpratni un ļauj izprast dažādas attieksmes.

**Datu ieguves metode.** Lai iegūtu atbildes uz pētnieciskajiem jautājumiem, kā piemērotākā tika izmantota kvalitatīvā padziļinātā daļēji strukturētā intervija, jo metode sniedz iespēju izprast individuālas pieredzes veidošanās specifiku. Bakalaura darba ietvaros veikto daļēji strukturēto padziļināto interviju pamatā ir vadlīnijas jeb dziļo interviju tēmas (detalizētāks dziļo interviju vadlīniju izklāsts 1. pielikumā):

1. Informanta saistība ar RI sektoru;
2. RI raksturojums;
3. RI saistība ar kultūru un kultūras industrijām;
4. RI attīstības priekšnosacījumi.

**Izlase.** Tika veiktas 17 padziļinātās intervijas (pilnu informāciju par interviju norisi un informantu raksturojumu skat. 2. pielikumā) ar dažādu Latvijas RI sektorā iesaistīto pušu pārstāvjiem. Pētījumā tika izdalītas četras RI sektorā iesaistīto grupas (attiecīgo grupu detalizētāks raksturojums sniegts turpmāko apakšnodaļu sākumā):

1. RI politikas veidotāji un īstenotāji (5) ;
2. Kultūras nozares pārstāvji (5) ;

3. RI uzņēmējdarbības pārstāvji (4) ;
4. Akadēmiskie pārstāvji (t.i., docenti un pētnieki) (3).

Pētījuma ietvaros informanti tika izvēlēti atbilstoši augstāk minētajām četrām RI sektorā iesaistīto pārstāvju grupām. Lai informantu izvēlē būtu pēc iespējas korektāka, par konkrēto informantu izvēli autore konsultējās ar KM Radošo industriju nodaļas pārstāvēm, ņemot vērā konkrētās nodaļas kompetenci RI jomā.

**Datu ieguves posma raksturojums.** Dzijās intervijas tika veiktas 2014.gada aprīļa ietvaros. Vidējais vienas intervijas garums- 45 minūtes. Interviju norises gaitā, atsaucoties uz informantu sniegtajām atbildēm, jautājumi tika precizēti, papildināti un pielāgoti. Ņemot vērā šo aspektu, iespējami gadījumi, kad netiek atspoguļots pilnīgi visu informantu viedoklis par kādu konkrētu jautājumu vai jautājuma niansi.

### **3.1. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika**

RI politikas veidotāji un īstenotāji ir viena no stratēģiski nozīmīgākajām RI sektorā iesaistīto grupām, kas atbild par sekmīgu RI sektora attīstību. Izšķiroša loma ir starpinstitucionālai sadarbībai gan ministriju līmenī, gan ministriju padotības iestāžu līmenī. Galvenā RI politikas veidotāju institūcija ir KM, pētījumā KM pārstāv Kultūrpolitikas departamenta Radošo industriju nodaļas vadītāja Signe Adamoviča (turpmāk KM Radošo industriju nodaļas vadītāja) un Eiropas Savienības fondu departamenta Finanšu instrumentu attīstības nodaļas vecākā referente Anna Pavlina (turpmāk KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve), kura piedalījās arī 2013.gada Latvijas RI pētījuma tapšanā. Pēc KM iniciatīvas un ar KM atbalstu, 2013.gadā tika izveidota Latvijas RI komunikācijas platformas FOLD, FOLD intervijā pārstāv redaktore Evelīna Ozola (turpmāk FOLD redaktore). Arī EM ir viena no atbildīgajām institūcijām, to pārstāv EM Uzņēmējdarbības konkurētspējas departamenta Inovācijas nodaļas vadītāja Una Vanaga (turpmāk EM pārstāve). Savukārt viena no nozīmīgākajām iestādēm, kas ir EM pārraudzībā, ir Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA). LIAA intervijā pārstāv Ārējās tirdzniecības veicināšanas departamenta Eksporta veicināšanas nodaļas vecākā projektu vadītāja Zane Biteniece (turpmāk LIAA pārstāve).

### **3.1.1. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju saistība ar radošo industriju sektoru**

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja norāda, ka KM nodarbojas ar RI politikas plānošanu nacionālā līmenī un atbild par RI aktivitāšu iekļaušanu citu ministriju politikas plānošanas dokumentos.

KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve, kura iekļāvās 2013.gada Latvijas RI pētījuma darba grupā, atzīst, ka, RI jautājumi un darbošanās pie konkrētā pētījuma nebija informantes tiešais darba pienākums, bet vairāk pašiniciatīva un personīgā interese par RI jautājumiem. Pētījuma ietvaros informante darbojās pie finanšu avotu piesaistīšanas un rakstīja pētījuma tehnisko specifikāciju.

FOLD redaktore raksturo, ka platforma ir kā starpnieks starp RI profesionāļiem, uzņēmējiem un tiem, kuri RI var atbalstīt gan ar politiskiem lēmumiem, gan dažādiem finanšu instrumentiem. Platforma arī palīdzību popularizēt RI sasniegumus.

EM pārstāve, kura vada Inovāciju nodaļu, raksturojot savu saistību ar RI sektoru, saka, ka RI, tā pat kā visi citi sektori, ir uzņēmējdarbība, kas vērsta uz inovatīvu darbību. Taču informante norāda, ka EM vairāk skatās uz horizontālajiem politikas instrumentiem, kā labāk attīstīt un atbalstīt jebkuras jomas uzņēmējus, īpaši neizceļot RI. EM pārstāve no RI īpaši akcentē rūpniecisko dizainu, kam Inovāciju nodaļā pievērsta pastiprināta uzmanība:

*No RI mēs vairāk, protams, skatāmies uz tādām nozarēm kā rūpnieciskais dizains, rūpnieciskā dizaina integrēšanas rezultātā tiek pievienota produktam vērtību gan tradicionālajās nozarēs, gan citās jomās.*

LIAA pārstāve norāda, ka informantes pārstāvētā Eksporta veicināšanas nodaļa klientiem palīdz atrast eksporta tirgus ārvalstīs un sagatavot produktu eksportam. Konkrēti informante pie šiem eksporta jautājumiem strādā ar RI produktiem

### **3.1.2. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju radošo industriju raksturojums**

Raksturojot RI, KM Radošo industriju nodaļas vadītāja norāda kā RI terminu šobrīd saprot valstī, tas ir, KM un EM:

*Ar RI terminu saprotam šos radošuma un biznesa elementus, runājam par maziem un vidējiem uzņēmumiem, biznesa ideju komercializāciju.*

Informante norādot, ka radošums kalpo kā kvalitātes zīme, taču uz radošumu ir jāskatās daudz plašāk, nevis tikai kultūras un mākslas kontekstā, jo RI izmanto dažādas inovācijas,

tehnoloģijas u.tml. Savukārt KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve, raksturojot RI, tieši uzsver kultūrā un mākslās balstītā radošuma lomu RI kontekstā, nozīmīgo kultūras komercializācijas aspektu:

*... [RI] tā ir kultūras komercializācija. Paņem kaut ko, kas ir kultūras produkts, kas ir radošs produkts, un viņu komercializē. ... Industrija jau pati par sevi ir citas nozares, kurās nav radošuma. Bet, ja grib koncentrēties tīri uz RI, tad jāņem tā kultūra.*

FOLD pārstāve, pirmkārt, norāda uz neveiksmīgo nosaukumu “radošās industrijas”, kuru informante nevar īsti pieņemt, taču skaidri noformulē, ka šajā sektorā apvienojas radošais ideju spēks un bizness. Informante aicina uz radošumu palūkoties plašāk:

*[Radošumam nav jābūt balstītam] tik daudz klasiskā mākslas vai kultūras izglītībā, bet ar inovāciju garu, tieksmi radīt kaut ko jaunu, strādāt pie jaunajiem produktiem un pieejām, lietu racionalizācijas.*

EM pārstāve norāda, ka EM balstās uz KM izveidotajām RI definīcijām un raksturojumiem.

Taču EM pārstāve akcentē tieši industriju aspekta nozīmi RI kontekstā:

*Tas, ka ir radošs, noteikti ir ļoti jauki, bet tāpēc to nevar saukt par RI, tāpēc tur ir jābūt kaut kādam ienesīgumam, kaut kādai peļņai un uzņēmējdarbībai. ... jābūt konkurētspējīgam produktam, jāspēj ar to ilgtermiņā pelnīt.*

LIAA pārstāve atzīst, ka RI katrs izprot un raksturo savādāk, taču kā galveno aspektu min to, ka radošums RI kontekstā nevar būt pašmērķis, bet radošumam jākalpo sabiedrībai un jāpalīdz katram indivīdam, jābalstās biznesa principos:

*RI būtība ir dzīvi padarīt labāku, krāsaināku, drošāku, videi draudzīgāku. Es varu būt radoša vērpjot, adot mājās, bet līdzko es iesaistu otru pusi, kas ir man klients, tirgus spēlētājs, un domāju kā manu produktu padarīt par industrijas sastāvdaļu, tur iestājas citi noteikumi.*

Informante arī noliedz, ka primārs ir tikai kultūrā un mākslās balstītais radošums, jo cilvēka radošais prāts neaprobežojas tikai ar to, klāt nāk gan tehnoloģijas, gan inovācijas.

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja atzīst, ka pagaidām RI sektors nav ne zemākajā attīstības stadijā, ne arī izveidojies kā viens no spēcīgākajiem sektoriem, tas ir sava veida augšanas fāzē, to apliecina arī 2013.gada Latvijas RI pētījums, kur šīs attīstības tendences parādās, taču ne visi rādītāji liecina tikai par izaugsmi. Savukārt KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve izsakās, ka RI sektors savā attīstības stadijā ir tikai pašā sākumā, informante to raksturo kā ļoti mazu un pašpietiekamu, norādot uz RI pārstāvju nekoncentrēšanos uz izaugsmi, to neveicina arī nekorektā Latvijas likumdošana. FOLD pārstāve RI sektora attīstību raksturo kā fāzi pirms uzplaukuma, norādot, ka vēl tikai nonāksim līdz kādam būtiskam pagriezienu punktam RI sektora attīstībā, taču akcentē, ka atspērienam ir nepieciešams ļoti liels finansiāls ieguldījums. EM Inovāciju nodaļas vadītāja,

pirmkārt, uzsver, ka ir grūti novērtēt visu sektoru kopā un sektora tendences, taču informante nenoliedz, ka sektors attīstās un tam ir arī potenciāls. Informante norāda gan uz sektora sadrumstalotību, gan uz neskaidrajām robežām. LIAA nekonkretizē savus uzskatus par RI sektora attīstību, taču vienīgais uz ko norāda ir tas, ka vēl joprojām nav izveidojusies vienota izpratne par to, kas RI vispār ir.

Kad runa ir par raksturīgākajām Latvijas RI sektora nozarēm, KM Radošo industriju nodaļas vadītāja izvairās no vienas vai divu nozaru izcelšanas. Informante piemin gan dizainu, arhitektūru, filmas, mūziku, literatūru un vizuālo mākslu, taču nevienu nozari neizceļ. Jautājumā par RI sektora nozaru klasifikāciju informante norāda, ka vairumā gadījumu KM seko dažādām ES vadlīnijām un rekomendācijām. Kā spilgtākos Latvijas radošo industriju produktus, informante min „An&Angel” traukus, grupu „Instrumenti”, tīmekļa rīku „Froont”, mikrofonu un ierakstu piederumu ražotāju „JZ Microphones”, Kaspara Jursona pisuāru „Stand”. KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve kā raksturīgākās Latvijas RI nozares norāda rokdarbus un amatniecību, piemēram, šallītes, stikla un māla izstrādājumus. Pēc informantes vārdiem, viss Kalnciema tirgus spektrs sastāda spilgtākos RI piemērus. Kā nozaru klasifikācijas kritēriju informante min kultūras klātbūtni:

*Te var runāt par to kultūras komponenti, ja tas iziet no Latvijas tradīcijām, tas ir tas pamats, ko var apaudzēt.*

FOLD pārstāve raksturīgāko nozaru vidū min modi, IT jomu un dizainu. Kā vienu no nozīmīgākajiem nozaru klasifikācijas kritērijiem FOLD pārstāve min komercializācijas potenciālu:

*Man īstenībā ir nedaudz grūti RI domāt par tādām nozarēm kā izklaide, izstāžu darbība, teātris, jo pie mums tā lielā mērā vēl ir kultūra, kura nav pelnoša. Es domāju, ka RI drīzāk ir tādas, kurās valsts kaut kādā brīdī daudz iegulda, bet pēc tam ir liela atdeve.*

Informantes minētie spilgtākie RI produktu piemēri ir Elīnas Dobeles “ZoFA” apavi, Keta Gūtmane, Mareunrol’s, “Munio Home” produktu dizaina līnija, „An&Angel” trauki.

EM pārstāve norāda, ka izcelt kādu nozari ir gūti, taču akcentē dizainu, mūziku, IT. Pēc informantes domām, svarīgi, lai produktam būtu peļņas un uzņēmējdarbības, ekonomikas uzlabošanas rādītāji:

*Pēdējā laikā ir aktivizējušās dažādas mūsu dizaina preces un multidizains, ko mēs vadājam pa izstādēm, arī mūzikas segments ir nedaudz aktualizējies. IT un multimediju joma aug strauji.*

Pēc informantes domām, spilgtākie Latvijas RI piemēri ir animācijas studija „Rija”, modes zīmols “Narciss” Arī LIAA pārstāve uzsver mūzikas sektora potenciālu, īpaši norādot gan uz kora mūziku, gan populāro mūziku. Kā raksturīgāko Latvijas RI nozari, informante min arī

teātri. Pēc informantes domām, tik pat labi RI klasifikācijā var iekļauties laivu vai vilcienu būvniecība, ja tiek izmantota radoša pieeja un izveidots produkts, kas ir piemērots cilvēkiem un līdz šim tirgū vēl nav bijis. Atbildot uz jautājumu par spilgtākajiem Latvijas RI produktu piemēriem, informante nenorāda kādu konkrētu produktu, bet uzsver latviskā koda un stāsta nozīmi:

*Svarīgi par pamatu ņem to latvisko kodu, latvietības sajūtu, seno lietu, kas ir mūsu, bet viņu piedāvāt atbilstoši 21.gs. situācijai. Ja šim produktam ir saknes, stāsts, vērtība, tad viņš tiek izprasts vairāk sirds līmenī un cilvēki ir gatavi par viņu maksāt vairāk.*

Kā arī informante uzskata, ka tieši ar latvisko un seno lietu un stāstu komercializāciju mēs varam konkurēt pasaulē.

### **3.1.3. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību**

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja norāda, ka 2006. gada kultūrpolitikas vadlīnijās, kas ir spēkā joprojām, kultūras un radošās industrijas tiek lietotas kopā. Taču politikas plānošanā šobrīd koncentrējas uz kultūras industriju un RI nodalīšanu, lai šajā jomā ieviestu lielāku skaidrību un loģiskāku izpratni. Kultūras industrijas, atsaucoties uz iepriekš minēto, KM oficiālajā izpratnē ir industrijas, kuras tiek dotētas no valsts. Atsaucoties uz šādu RI un kultūras industriju nodalījumu 2013. gada pētījumā, šādai pieejai pievienojas arī KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve. Ne tikai KM pārstāves, bet arī EM pārstāve uzsver šo divu industriju nodalījumu. Arī FOLD pārstāve nodala RI no kultūras industrijām, norādot, ka kultūras industrijas ir saistītas ar valsts dotācijām un resursus patērējošas, bet RI resursus radošas un komerciālas. Kaut gan kultūras industriju jēdziens radies, kad parādījās plaša patēriņa māksla un kultūra, pēc FOLD pārstāves domām RI apzīmējums nav īsti veiksmīgs. Uz šo jautājumu konkrētas atbildes nav LIAA pārstāvei, jo subjektīvi informante kultūru nodalītu no RI, taču tajā pat laikā kultūra ir nozīmīga RI sastāvdaļa.

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja arī norāda, ka RI klasifikācijā neiekļaujas tādas industrijas vai institūcijas, kas tiek dotētas no valsts līdzekļiem, piemēram, teātri un Opera Tie Latvijas situācijā nekad nepastāvēs uz biznesa principiem, tādēļ netiek iekļauti klasifikācijā. Arī otras KM pārstāves skatījumā RI klasifikācijā neiekļaujas valsts dotētās institūcijas un jomas. Atšķirībā no KM pārstāvēm, EM pārstāve uzskata, ka arī valsts dotēts teātris var tikt iekļauts RI klasifikācijā, jo, pareizi organizējot savu darbību, tas var samazināt valsts dotāciju lielumu, bet palielināt peļņu. Pēc LIAA pārstāves domām, lai kaut ko klasificētu kā RI, valsts dotācijām nav nekādas nozīmes, bet izšķiroša ir kvalitāte:

*Ja man būtu teikšana, es droši vien to [līdzekļus], kas ir Nacionālajam teātrim iedotu MAREUNROL'S [modes dizaineri]. Viņi ir tie stāsta stāstītāji, viņi to dara daudz ambiciozāk, radošāk, nekā Nacionālais teātris.*

Kā iepriekš minēts, FOLD pārstāves domas šajā jautājumā ir dalītas, jo, no vienas puses, informanta neatbalsta dotēto institūciju un jomu iekļaušanu RI, bet no otras puses, uzskata, ka atsevišķās nozarēs, piemēram, mūzikā un kino, RI attīstības veicināšanā ir nepieciešams ieguldīt regulārus un lielus valsts līdzekļus.

Kas attiecas uz kultūras nozares profesionāļu ieguvumiem vai zaudējumiem no RI sektora attīstības, KM Radošo industriju nodaļas vadītāja norāda, ka ir divu tipu profesionāļi, pirmkārt, tie, kuri ir radoši, bet ar savu darbību nekad negūs peļņu, otrkārt, tie, kuri savu darbību jau uzsāk biznesa sfērā. Šādā kontekstā, RI piedāvā kultūras nozares profesionāļiem dažādākus darbības un organizācijas modeļus, domāt citās kategorijās, nevis uzskatīt, ka nauda viņiem pienākas pēc būtības:

*Nekad nav bijusi runa, ka visiem kultūras darbiniekiem jāklūst par uzņēmējiem, bet, protams, es ticu, ka daļa šo te cilvēki, pārdomājot savu organizatorisko un biznesa modeli, vai veidojot komandas ar citiem biznesa vides cilvēkiem, varētu darboties biznesa vidē.*

Arī KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve norāda, ka RI sektora attīstība kultūras nozares pārstāvjiem dod tikai labumu, piemēram, paveras plašākas iespējas tirgot savu produktu. Uz ieguvumiem, ko sniedz kultūras nozares un RI pārstāvju sadarbība, norāda arī FOLD pārstāve, izmantojot koncertzāles „Gors: piemēru:

*Latgales koncertzālei „Gors”, kas ir kultūras būve ar savu kultūras programmu, nebija spēcīga zīmola, taču tika piesaistīti zīmološanas speciālisti „Matka” un „Asketic”, kopā uztaisot lielisku identitāti. Šis ir viens no piemēriem, kā kultūras nozare un RI var savstarpēji saslēgties un viens otru barot, popularizēt, dizains popularizē kultūru, bet kultūra dod darbu RI.*

Taču kā kultūras nozares zaudējumu FOLD pārstāve min aspektu, ka RI un kultūras nozares finansē viens avots, kas savukārt var traucēt kultūras nozarēm lielāka finansējuma apgūšanā.

Kā kultūras nozares profesionāļu ieguvumu EM pārstāve min plašāka darba lauka iespējas:

*Tās ir tādas plašāka darba iespējas, īpaši jaunajiem speciālistiem, kas nāk ārā, bet negrib tajā muzejā vai bibliotēkā sēdēt par tiem grašiem. RI tu vari sevi plašāk pierādīt un parādīt savu radošo potenciālu.*

Savukārt LIAA pārstāve uzsver, ka RI sektora attīstībā ieguvēja ir visa valsts, un nesaskata kādus konkrētus ieguvumus vai zaudējumus kultūras nozares pārstāvjiem, jo uzskata, viss atkarīgs no pašu pārstāvju kvalitātes līmeņa.

### 3.1.4. Radošo industriju politikas veidotāju un īstenotāju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja norāda uz trīs galvenajiem RI attīstības traucējumiem, kas saistīti ar piekļuvi finansējumam, sadarbības trūkumu un pētniecību:

*Pirmkārt, piekļuve finansējumam, jo iepriekšējā plānošanas periodā (2007-2013) uzņēmējiem pieejamas dažādas atbalsta programmas EM, bet RI pārstāvjiem nav tas milzīgais apgrozījums, kas ir nepieciešamas, lai dabūtu finansējumu šajās programmās. Otrkārt, trūkst sadarbības gan starp RI nozarēm, gan RI un tradicionālajām nozarēm. Treškārt, nepieciešama mērķtiecīgāks RI attīstības monitorings un pētniecība, jo lobējot un cīnoties par RI pārstāvju iespējām, nemitīgi tiek prasīti fakti, skaitļi, salīdzinājumi.*

Savukārt KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas pārstāve uzsver problēmas, ko rada nodokļu un darba vides sistēma. Tā pat kā Radošo industriju nodaļas vadītāja, arī šī informante norāda uz nepietiekamo sadarbību starp RI sektoru un citiem sektoriem, piemēram zinātni. FOLD pārstāve akcentē radošās fiziskās vides, telpas, infrastruktūras vājumu. Informante norāda arī uz problēmām ar tehnikas pieejamību, ko varētu novērst, ieguldot dažādās testēšanas programmās:

*Piemēram, „FabLab” Somijā, kur ir brīvi pieejami dažādi agregāti, kas citādāk būtu jāpērk par lielu naudu, ko lielākā daļa nevar.*

Tā pat nozīmīga ir izglītība un visa veida apmācības, izglītības un pētniecības iesaistīšana RI attīstībā:

*Piemēram, laboratoriju taisīšana pie Tehniskās universitātes, Ķīmijas fakultātes, pie visa, kam ir potenciāls, satiekoties ar RI, radīt inovācijas.*

FOLD pārstāve uzsver arī biznesa izglītības nepieciešamību radošajiem pārstāvjiem, kas varētu izpausties arī kā konsultācijas, mentoru palīdzība. EM pārstāve izceļ salīdzinoši daudzus RI sektora attīstību traucējošos faktoros, tajā skaitā sektora sadrumstalotību un nekooperāciju savā starpā, izglītības sistēmu, kas nespēj sagatavot speciālistus atbilstoši vajadzībām, norādot uz RI sektora pārstāvju vājajām uzņēmējdarbības prasmēm. Tā pat EM norāda uz problēmām, ar ko saskaras visi uzņēmēji, piemēram, nestabila uzņēmējdarbības vide, neprognozējama un nesaprotama nodokļu sistēma. Atšķirībā no EM pārstāves, LIAA pārstāve norāda, ka attīstīties iekšienē netraucē nekas, jo viss ir atkarīgs no pašas idejas un cilvēka, kas to realizē. Problēmas un traucējumi rodas, kad produkts jā sagatavo eksportēšanai, tad pietrūkst informācijas par to, kas nepieciešams, lai realizētos uz āru.

KM Radošo industriju nodaļas vadītāja uzskata, ka RI ir līdzvērtīgi gan ar ekonomiku, gan kultūru saistīta joma, un galvenā politiskā atbildība par RI sektoru būtu jāuzņemas pašai

KM, taču iesaistot EM, IZM, ĀM, VARAM. Informante akcentē, ka ideālajā variantā varētu panākt KM un EM iesaistīšanos, kā līdzvērtīgiem partneriem, taču atzīst, ka netic tam, ka EM labprātīgi to uzņemtos. Arī otra KM informante norāda, ka RI ir līdzvērtīgi gan ar ekonomiku, gan kultūru saistīta joma, taču, pēc informantes domām, galvenajai politiskajai atbildībai būtu jāpaliek KM pārziņā, taču neizslēdz sadarbību ar EM. Savukārt FOLD pārstāve atzīst, ka tas ir mazliet absurdi, ka RI ir KM pārziņā, jo daudz lielākai ieinteresētībai jābūt no EM, arī VARAM, ĀM būtu vairāk jāiesaistās:

*RI noteikti ir starpdisciplināra joma, bet tāds lielais smagums būtu vairāk jāiznes EM.*

EM pārstāve, atšķirībā no FOLD pārstāves, galveno politisko atbildību par RI sektoru atstātu KM pārziņā, bet arī norāda uz starpinstitucionālu sadarbību:

*Es domāju, ka tas ir pilnīgi normāli, ka to skata divas ministrijas, un divas ministrijas spēj kooperēties un sastrādāties. Es neredzu ierobežojumus, kāpēc RI sektors nevarētu attīstīties, paliekot KM paspārnē.*

Arī LIAA pārstāve savos izteikumos akcentē LIAA lomu RI sektora attīstībā:

*Nav tā, [ka galvenā atbildība par sektoru ir KM] mēs jau esam EM paspārnē un darām ļoti daudz, organizējam nacionālos standus ārvalstīs, piedalāmies izstādēs utt. KM ar to nestrādā, tas nav viņu lauks, tā kā tas nebūtu pareizi teikts..... Varbūt, jā, viņi veido politiku, taču ir vajadzīgs kāds, kas viņu ievieš. Mēs esam tiek, kas viņu izceļ un parāda tālāk.*

Taču, kas attiecas uz politisko atbildību, informante atbalsta sinerģisku sadarbību starp KM un EM, taču norāda, ka RI ir primāri ar ekonomiku saistīta nozare.

### **Secinājumi:**

1. RI politikas veidotāju un īstenotāju starpā RI raksturojums ir līdzīgs, tiek norādīts uz radošu ideju komercializāciju, pārvēršanu biznesā. Atšķiras informantu uzsvērtās nianšes, piemēram, viena informante kā galveno uzver kultūrā un mākslās balstītā radošuma nozīmi un kultūras komercializāciju, taču pārējās informantes norāda uz plašāku radošuma izpratni, kur klāt nāk tehnoloģijas un inovācijas.
2. Lielākā daļa informantu uzskata, ka RI sektors attīstās, taču vēl nav iespējams runāt par spēcīga sektora izveidošanos, bet RI ir potenciāls un sektors ir savā attīstības fāzē. Viena informante norāda uz to, ka RI sektors ir mazs un pašpietiekams, atrodas tikai pašā sākuma stadijā Savukārt divas informantes akcentē arī to, ka ir apgrūtināši runāt par sektora attīstības stadiju, jo vēl joprojām nav izveidojusies vienota RI izpratne.
3. Kā raksturīgākās Latvijas RI sektora nozares vairākkārt tiek minētas dizains, mūzika (laikmetīgā un klasiskā), IT, pa vienai reizei arī mode, teātris, rokdarbi un amatniecība.

4. Kā spilgtākos un veiksmīgākos Latvijas RI preču un/ vai produktu piemērus informanti vairākkārt nosauc „An&Angel” traukus. Vienu reizi tiek minēti arī tādi piemēri kā grupa „Instrumenti”, tīmekļa rīks „Froont”, mikrofonu un ierakstu piederumu ražotājs „JZ Microphones”, Kaspara Jursona pīsuārs „Stand”, “ZoFA” apavi, Ketas Gūtmanes un Mareunrol’s apģērbi, “Munio Home” produktu dizaina līnija, animācijas studija „Rija”. modes zīmols “Narciss” un viss Kalnciema kvartāla tirdziņu produktu spektru.
5. Kā galvenie RI nozaru klasifikācijas kritēriji tiek minēti ES vadlīnijas un rekomendācijas, konkrēto nozaru komercializācijas un ekonomikas uzlabošanas rādītāji, kultūras klātbūtne, konkrēto produktu stāsts, lietderīgums un novitāte.
6. Lielākā daļa informantu norāda, ka pastāv atšķirība starp RI un kultūras industrijām, kultūras industrijas primāri saistot ar valsts resursu patērēšanu un dotāciju pastāvēšanu konkrētajās nozarēs vai institūcijās.
7. RI politikas veidotāju un īstenotāju starpā atšķiras viedoklis par valsts dotēto nozaru un institūciju iekļaušanu RI sektorā. Daļa informantu uzskata, ka valsts dotācijas liedz nozarēm vai institūcijām tikt iekļautām RI sektorā, bet daļa informantu to neuzskata par šķērslī.
8. Informanti galvenokārt norāda uz kultūras nozares pārstāvju ieguvumiem no RI sektora attīstības, piemēram, kultūras nozares pārstāvji, pārdomājot savus organizatoriskos un biznesa modeļus, spētu gūt peļņu no tā, ar ko viņi pamatā nodarbojas, RI paver plašākas iespējas kultūras nozares pārstāvjiem tirgot savu produktu, paver plašākas darba lauka iespējas. Ieguvumi rodas arī no kultūras nozares un RI pārstāvju sadarbības, piemēram, kultūra dod RI darbu, bet RI popularizē kultūru. Ieguvēji ir ne tikai kultūras nozares pārstāvji, bet visa valsts kopumā. Tikai vienā gadījumā tiek norādīts, ka RI attīstība var traucēt kultūras nozarēm lielāka finansējuma apgūšanā.
9. Kā galvenos RI sektora attīstības priekšnosacījumus un/ vai traucējumus, informanti min apgrūtināto piekļuvi finansējumam, sektora sadrumstalotību un sadarbības trūkumu starp RI pārstāvjiem, kā arī starp RI un tradicionālajām nozarēm, mērķtiecīga RI monitoringa un pētniecības nepieciešamību, nestabilo uzņēmējdarbības vidi, radošās fiziskās vides un infrastruktūras vājumu, biznesa izglītības sekmēšanu radošajiem pārstāvjiem, izglītības un pētniecības iesaistīšanu RI attīstībā, palīdzība eksporta jautājumos. Tiek arī norādīts, ka RI attīstībai Latvijā netraucē nekas, jo viss atkarīgs paša cilvēka, kas savas idejas realizē.
10. Trīs no pieciem informantiem uzskata, ka RI sektoram būtu jāpaliek KM pārziņā, tikai viena informante uzskata, ka tai jābūt EM. Vienā gadījumā tiek norādīts, ka galvenā politiskā atbildība jāuzņemas gan EM, gan KM, sinerģiski sadarbojoties.

### **3.2. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika**

RI uzņēmējdarbības pārstāvji ir galvenie elementi, kas veido RI sektoru. Pētījuma ietvaros RI uzņēmējdarbības grupu pārstāvēja trīs RI uzņēmumu pārstāvji un viena RI biznesa inkubatora pārstāve. Visi trīs izvēlētie uzņēmumi, pēc 2013. gada Latvijas RI pētījuma datiem, tiek oficiāli klasificēti kā RI sektora uzņēmumi. Attiecīgie uzņēmumi, kas tika izvēlēti, atšķirās pēc to saistības pakāpes ar kultūras nozari. Ar kultūras nozari ciešāk saistītais uzņēmums ir „Jāņa Rozes” apgāds, intervijā uzņēmumu pārstāvēja apgāda direktore Renāte Punka (tekstā izdevējdarbības pārstāve). Kā vairāk vai mazāk ar kultūras nozari saistītais uzņēmums ir radošā reklāmas aģentūra „MOOZ, to pārstāvēja projektu direktore Sabīne Rapa (turpmāk reklāmas aģentūras pārstāve). Ar kultūru nesaistītais uzņēmums ir „Aerodium Technologies”, to pārstāvēja līdzdibinātājs Ingus Augstkalns (turpmāk „Aerodium” pārstāvis). Ceturtā informante bija RI biznesa inkubatora „Creative Andrejsala” projektu vadītāja Liene Kuplā (turpmāk biznesa inkubatora pārstāve).

#### **3.2.1. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru**

Biznesa inkubatora pārstāve norāda, ka konkrētais inkubators ir vienīgais visā Latvijā, kas specializējas tieši uz RI uzņēmējdarbības attīstību.

Kas attiecas uz konkrēto uzņēmumu saistību ar RI sektoru, izdevējdarbības pārstāve uzsver, ka sava uzņēmuma darbību un izdevējdarbību vispār, bez šaubām, saista ar RI sektoru:

*Izdevējs ir producentis, kurš gādā par to, lai saturs ... nonāktu pie gala patērētāja. Pasaulē apgrozījuma ziņā tā ir viena no lielākajām industrijām, bet Latvijā lielākā RI.*

Arī reklāmas aģentūras pārstāve norāda uz neapšaubāmu saistību ar RI sektoru:

*Mēs esam RI, jo esam radošā reklāmas aģentūra, tā kā mēs nevaram būt nepiederīgi šim sektoram. ... To pastiprina arī tas, ka mūsu aģentūrā ir gan radošais departaments, gan projektu vadība. Radošie cilvēki ir filmētāji, mākslinieki, rakstnieki utt.*

Uzņēmuma „Aerodium” pārstāvja viedoklis atšķiras, informants uzņēmumu neklasificē kā RI sektoram piederīgu, taču nenoliedz radošuma klātbūtni savā darbībā:

*Mēs sevi neuzskatām un neliekam RI, tāpēc, ka mēs nezinām, kas ir RI, bet mūsu iekšējā darbības kultūra un pieeja ir radoša, arī uz ļoti tehniskām lietām mēs skatāmies radoši ...*

### 3.2.2. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju radošo industriju raksturojums

Biznesa inkubatora pārstāve norāda, ka RI sektora būtību nosaka vārds radošums, jo pēc informantes domām, vārds industrija pats par sevi neko nepasaka, taču radošuma un industriju elementus, RI kontekstā, nav iespējams vienu no otra atdalīt:

*Ja runājam par radošumu, atraujot nost otru vārdu, tad ir jārunā par visādām radošām iniciatīvām, amatniecību. Ja pieliekam klāt vārdu industrija, tad runājam par produktiem vai pakalpojumiem, kas ir komercializējami, nevis vienreiz izgatavojami, bet viegli aizlaižami uz rūpnīcām un tos var sākt ražot desmit tūkstoš vienībās.*

Izdevējdarbības pārstāve savukārt akcentē to, ka jēdziens industrija Latvijas mazajā tirgū ir visnotaļ nosacīts, tādēļ vairāk liek uzsvāru uz radošo darbošanos nevis RI :

*Es teiktu, ka nevis industrija kā smagā ražošana, bet tieši šī darbošanās, nepārtrauktā kustība.*

Informante neuzskata, ka radošumam obligāti jābalstās kultūrā un mākslās, jo RI produktu tapšana ir daudzpusīgs process, kurā jāpārzina jaunākās tehnoloģijas, materiāli u.tml. Savukārt reklāmas aģentūras pārstāve mākslu un kultūru izvirza kā primāru RI elementu un kritēriju, taču norādot, ka ar radošumu jāspēj radīt peļņa un ienākumi. Informante izceļ arī profesionālu mākslas un kultūras izglītības nozīmi:

*Mēs, protams, varam domāt, cik visi esam radoši, bet ir jābūt kaut kādai profesionalitātei. Tomēr ir jābūt tai kultūras un mākslas izglītībai, lai tu to darītu tādā profesionālā līmenī.*

„Aerodium” pārstāvis uzskata, ka radošuma pamatā ir cilvēku atvērtība dažādiem risinājumiem, to, protams, var veicināt arī kultūra un māksla, bet tas nav primārais. Kas attiecas uz industriju elementu, tas iezīmē RI biznesa pusi, ražošanu un tīrāžēšanu.

RI inkubatora pārstāve ir pārliecināta, ka grūti runāt par RI sektora attīstību un veidošanos, ņemot vērā tā īso pastāvēšanas laiku:

*Latvija ar saviem 5 gadiem vispār nevar runāt par zināšanu nodošanu vai kaut ko tādu. Lai tā RI attīstītos, ir nepieciešama pieredzes nodošana, tas ir tas, kas šobrīd Latvijā trūks.*

Arī „Aerodium” pārstāvis neuzskata, ka ir iespējams runāt par RI kā stabilu sektoru, taču nenoliedz sektora attīstības iespējas un potenciālu:

*Ir kaut kādi aizmetņi un ir redzams, ka tas strādā, ka šeit ir pamats RI biznesam, bet to nevar salīdzināt ar citām valstīm, piemēram, Skandināviju. Ir vēl diezgan daudz, kur augt.*

Izdevējdarbības pārstāve nesniedz konkrētu atbildi uz jautājumu, taču norāda uz RI sektora attīstību kavējošajiem faktoriem, piemēram, nelielo Latvijas tirgu un zemo pirktspēju. Diemžēl, reklāmas aģentūras pārstāves intervijas gaitā šis jautājums netika apskatīts.

Uzskaitot Latvijas RI sektora raksturīgākās nozares, inkubatora pārstāve norāda, ka pelnošākās viennozīmīgi ir reklāmas aģentūras, arhitektūra un IT, bet konkurētspējīgākais ir produktu dizains. Informante ir skeptiska pret pārmērīgiem mēģinājumiem visu klasificēt un ielikt rāmjos:

*Es nezinu vai ir jāmēģina tur kaut kas [nozares] iekļaut, vai neiekļaut [RI]. Nopietnajiem RI spēlētājiem pat ir tāds kā aizvainojums, kad viņus nosauc par RI pārstāvi, jo viņš tiek salīdzināts ar kaut kādu pašdarbnieku. Parādās jautājums arī par tādu pētījumu vajadzību, ja iet cauri tikai kaut kādiem NACE kodiem, tad nevienam tas nav vajadzīgs. Nevajag sapīties pašiem, jo redz, ka tur Lielbritānija uzskata, Francija neuzskata kaut ko par RI. Nu un? Apsēdies un izdomā, ko Latvija uzskata.*

Izdevējdarbības pārstāve, pirmkārt, norāda uz precīzas statistikas trūkumu, kas neļauj precīzi identificēt nozīmīgākās RI nozares, bet, neskatoties uz to, uzsver dizaina un izdevējdarbības nozares. Kas attiecas uz RI nozaru klasifikācijas kritērijiem, informante aicina uz šo lietu paskatīties vēl plašāk:

*... būtu jāraugās vēl plašāk, ka tās ir miesiskās un garīgās kultūras izpausmes, bet tad tas jēdziens droši būtu jāmaina un jāprecizē, man pret to nebūtu iebildumu. Arī gastronomija tomēr ir sadzīves kultūras būtiska sastāvdaļa, jo, ja jau dizains, proti mājas iekārtojums ir RI, tad kāpēc skaisti pagatavots ēdiens un skaisti saklāts galds, lai nebūtu RI?*

Reklāmas aģentūras pārstāve izceļ modes, reklāmas un arhitektūras nozares, kā nozaru klasifikācijas kritēriju informante uzsver RI un radošuma saistību ar kultūru. Savukārt „Aerodium” pārstāvim šis jautājums sagādā grūtības, informants norāda, ka Latvijas RI sektora raksturīgākās nozares noteikti ir teātris un opera, bet pēc ilgākas klusuma pauzes atzīst, ka nezina atbildi uz jautājumu. Tā pat informantam ir grūti atbildēt uz jautājumu par RI nozaru klasifikācijas kritērijiem, jo, pēc informanta vārdiem, robežu novilkt ir ļoti grūti.

Kā spilgtākos Latvijas RI preču un/ vai pakalpojumu piemērus biznesa inkubatora pārstāve min „ZNAK” tapetes, „Mint” mēbeles, „An&Angel” traukus, „Krassky” flīzes, „Rīgas Krēslu Fabrikas” tabureti „BLOOM”. Reklāmas aģentūras pārstāve norāda uz piemēriem produktu dizaina jomā, piemēram, „Kāruma”, „Dobeles Dzirnaveika” iepakojumus. Informante min arī modes māksliniekus Aļonu Bausku, Mareunrol's, „An&Angel” traukus. „Aerodium” pārstāvis uzsver, ka šo produktu skala ir ļoti plaša, sākot ar no Kalnciema kvartālu, festivālu “Pozitivus”, „Munio Candela” svecām, „Stenderu” utt. Atbildot uz jautājumu par konkrētiem piemēriem, izdevējdarbības pārstāve savās atbildēs atkal runā par nozarēm, bet nenorāda kādu konkrētu produktu, jo, pēc informantes vārdiem, nekas nenāk prātā.

### 3.2.3. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību

RI biznesa inkubatora pārstāve tiecas nodalīt kultūras industriju no RI, uzsverot, ka kultūru nevar jaukt ar RI, taču informante atzīst, ka šāda nošķiruma izpratni plašākās sabiedrībā ir grūti panākt:

*... opera, teātri, Dziesmu un deju svētki, kas ir kultūra, to galvenais mērķis ir kaut kāda vērtību saglabāšana, tur ne tik daudz tiek domāts par biznesa pusi. RI mēs skatām jau tīri tikai un vienīgi no biznesa puses*

Arī reklāmas aģentūras pārstāve uzskata, ka kultūras industriju un RI ir jānošķir:

*... man liekas, ka kultūra, piemēram, Opera nedrīkst pastāvēt ar mērķi, lai primāri tikai nopelnītu, kas ir industrijas pamatā. Man liekas, ka kultūra, māksla primāri ir jārada dēļ mūzikas, mākslas. Kultūras industrijas vairāk saistīta ar dotēšanu no valsts.*

Uz kultūras industriju un RI nošķirumu, atbalstoši raugās arī „Aerodium” pārstāvis, norādot, ka RI, atšķirībā no kultūras industrijām, ir uz ekonomiku un biznesu vērstas. Informants uzsver, ka kultūra ir viens no ceļiem, kā atvērt cilvēkiem prātus, taču tā jāskata atsevišķi no RI. Savukārt izdevējdarbības pārstāve savu viedokli precīzi nenoformulē, atzīstot, ka jautājums ir sarežģīts un līdz galam neatbildams. Pēc informantes domām, sarežģīts jautājums ir arī par dotēto institūciju iekļaušanu RI:

*Es tā saprotu, ka RI ir vairāk tās, kas producē, bet kultūras industrijas it kā rada šo kultūras faktu. Bet no otras puses, man šķiet, ka tā nošķirt varbūt arī nebūtu tik pareizi. ... Ja tāpēc visi mūsu slavenie dziedātāji un lieliskais operas koris ir jāslēdz, un visi brauks uz ārzemēm pelnīt naudu, jo tur ir lielāks tirgus un maksāt spējīga publika, tad mēs nevaram nostāties tā, ka tā nav RI, tikai tāpēc, ka tiek piešķirts šis valsts atbalsts.*

RI biznesa inkubatora pārstāve izsakās pozitīvi par kultūras nozares profesionāļu ieguvumiem, kas rodas no RI sektora attīstības:

*Es ļoti ceru, ka viņi uz to skatās pozitīvi, nevis iestājas aizsarg pozā, piemēram, kā uzcepās Alvis Hermanis, kad viņam tika paprasīts biznesa plāns. Kāpēc mēs nevarētu prasīt tādu elementāru lietu, ka kultūrā, kas tiek subsidēta no valsts, visas tās finanses ir caurspīdīgas, lai varētu just kaut kādu atdevi. Kultūras nozarei vajadzētu priecāties par RI attīstību, jo tas ienes jaunas un svaigas vēsmas. To apliecina, piemēram, Sound Poets sadarbība ar simfonisko orķestri, modes mākslinieku MAREUNROL'S sadarbība ar operu utt.*

Pozitīvus efektus saskata arī reklāmas aģentūras pārstāve, norādot, ka RI dod iespēju kultūras nozares profesionāļiem nopelnīt papildus līdzekļus:

*Arī aktieri, piemēram, var strādāt savā teātrī un paralēli vēl ierunāt reklāmas rullīšus, kas ir arī labs finansiāls atbalsts.*

Uz RI sektoru, kā potenciālu kultūras nozares profesionāļu darba lauku, norāda arī „Aerodium” pārstāvis, atsaucoties uz savu pieredzi:

*Ja mums ir kādas īpašas vajadzības, piemēram, lidošanas tērpi, mēs uztaisām konkursu LMA studentiem, vinnētājs turpina strādāt ar mums apmaksātā darbā.*

Izdevējdarbības pārstāve uzsver konkurences pozitīvos efektus, ko rada RI sektora attīstība, kas sekmē arī daudzpusīgumu kultūras nozares profesionāļu darbībā, tādejādi apmierinot pēc iespējas dažādākas patērētāju prasības.

### **3.2.4. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem**

RI biznesa inkubatora pārstāve norāda uz vairākiem šķēršļiem, kas traucē Latvijas RI sektora attīstībai, tajā skaitā Latvijas mazo tirgu un ļoti zemo pirkjspēju, grūtības ar eksporta tirgu apgūšanu un sarežģīto Latvijas uzņēmējdarbības vidi:

*Visa uzņēmējdarbības vide ir padarīta tik grūta un sarežģīta, ka cilvēkam ir ērtāk būt pašnodarbinātam, sēdēt mazā kabinetā un šūt drēbes, norēķināties ar skaidru naudu, nekā tiešām to uzņēmumu paplašināt un attīstīt.*

Izdevējdarbības pārstāve savukārt norāda uz RI finansējuma dažādošanu, pirmkārt, mainot VKKF finansēšanas modeli, kurā būtu jāizlīdzina finansējuma saņemšanas iespēja dažādiem RI sektora pārstāvjiem, ņemot vērā nozaru pašfinansēšanās spējas. Informante norāda, ka būtiski būtu veikt nopietnu RI pētījumu jeb, pēc informantes vārdiem, revīziju par visām RI nozarēm un katru atsevišķi, jo atzīst, ka trūkst vispārīgas un objektīvas RI ainas. Reklāmas aģentūras pārstāve, pirmkārt un galvenokārt, norāda uz uzņēmējdarbības izglītības trūkumiem, īpaši, kas attiecās uz šāda veida izglītību radošo cilvēku starpā:

*Svarīga šī uzņēmējdarbības izglītība, vai tas, ka ir cilvēki, kuri ir no šīs uzņēmējdarbības sfēras, iet palīgā radošajām nozarēm, lai palīdzētu radīto pārdot.*

Runājot par RI sektora attīstības priekšnosacījumiem un traucējumiem, „Aerodium” pārstāvis nenorāda uz ārējiem faktoriem, bet cilvēku radošuma spēju aprobežotību, ko varētu novērtts pasaules pieredzes apgūšana:

*... pašiem šķiet, ka mums ir ļoti atvērta domāšana, taču bieži vien tā ir ļoti provinciāla, ar to var ļoti daudz kur saskārties. Vien no iemesliem ir tas, ka cilvēki nav redzējuši pasauli.*

Uz jautājumu par institūciju, kurai būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība par RI sektoru, biznesa inkubatora pārstāve pārlicināta, ka RI ir vairāk ar ekonomiku nekā ar

kultūru saistīta joma, un teorētiski atbildību par to vajadzētu uzņemties EM, taču, ņemot vērā RI sektora nelielo apjomu, informante uzskata, ka pagaidām tam ir jāatrodas KM pārraudzībā: *KM RI šobrīd ir prioritāras, līdz ar to, ir labi, ka RI ir zem KM, bet tad, kad nevienam vairs nebūs šaubu, ka no RI ir jēga, tad viņi var iet zem EM.*

Arī reklāmas aģentūras pārstāve uzskata, ka RI ir vairāk ar ekonomiku saistīta nozare, un, pēc informants domām, galvenā politiskā atbildība būtu jāuzņemas EM:

*KM jānodarbojas ar kultūru un mākslu, lai tās attīstītu, jo tas ir pamats tām RI. Bet EM ir jādomā ne tikai par „Liepājas Metalurgu”, bet arī par RI. Latvijā nav tādu resursu kā nafta, bet RI ir tās, ko EM varētu attīstīt.*

Reklāmu aģentūras pārstāves viedoklim pievienojas arī “Aerodium” pārstāvis, norādot, ka RI ir EM kompetence:

*RI ir vairāk ar ekonomiku saistītas, jo tas ir tas aspekts, kas nodrošina asinsriti- ienākošais naudas daudzums, lai tālāk vari investēt savā radošumā, kapitalizēt viņu utt. Būtība ir spējā kapitalizēt, ja nav kapitalizācijas, tad viss, tu neko neredzi, paliec lokāls, neattīsties.*

Viedoklis atšķiras izdevējdarbības pārstāvei, informante uzsver, ka RI neapšaubāmi ir KM kompetence, taču kā būtisku aspektu informante min arī sadarbību ar EM, IZM, LM. FM, jo, pēc informantes domām, kultūra ir viens no instrumentiem, kas var risināt arī plašākas sabiedrības problēmas.

### **Secinājumi:**

1. Raksturojot savu saistību ar RI sektoru, biznesa inkubatora pārstāve norāda, ka konkrētais inkubators ir vienīgais specializētais RI inkubators Latvijā. Divi no trīs uzņēmumu pārstāvjiem savu darbības nozari un uzņēmumu klasificē kā RI, taču viens pārstāvis savu uzņēmumu neuzskata par RI sektoram piederīgu.
2. Tikai vienā gadījumā tiek uzskatīts, ka radošumam RI kontekstā primāri jāsaistās ar kultūru un mākslām, tiek uzsvērta arī profesionālas kultūras un mākslas izglītības nozīme. Citi informanti radošumu saista arī ar jaunākajām tehnoloģijām, materiāliem, prāta atvērtību dažādiem jauniem risinājumiem.
3. Kā raksturīgākās Latvijas RI nozares, vairākkārt tiek minētas reklāmas nozare, dizains, arhitektūra. Atsevišķos gadījumos minēta arī IT, izdevējdarbība un mode.
4. Pēc informantu domām, spilgtākie un veiksmīgākie RI produktu piemēri ir „ZNAK” tapetes, „Mint” mēbeles, „Krassky” flīzes, „Rīgas Krēslu Fabrikas” taburete „BLOOM”, modes diaineri Aļona Bauska („QooQoo”) un Mareunrol's, festivāls “Pozitivus”, „Munio Candela” sveces, „Stenders”. Vairākkārt tiek minēti „An&Angel” trauki.

5. Pārsvārā visi RI uzņēmējdarbības pārstāvji norāda uz kultūras industriju un RI nošķirumu, jo kultūras industrijas saistītas ar valsts dotācijām, tās ir industrijas, kuru primārais mērķis nav peļņas gūšana. Tikai viena informante nekonkretizē savus viedokli, norādot, ka šis jautājums ir sarežģīts un nav atbildams, taču pieļauj, ka RI var būt dotētas un atbalstītas no valsts.
6. Informanti norāda dažādus kultūras nozares pārstāvju ieguvumus no RI sektora attīstības-sadarbības rezultātā kultūras nozarē tiek ienestas jaunas un svaigas vēsmas, RI ir potenciāls darba lauks un finanšu iegūšanas avots kultūras nozares pārstāvjiem.
7. RI uzņēmējdarbības pārstāvji uzskaita dažāda spektra RI sektora attīstības traucējumus un priekšnosacījumus- Latvijas mazo tirgu un ļoti zemo pirktspēju, grūtībām ar eksporta tirgu apgūšanu, sarežģīto Latvijas uzņēmējdarbības vidi, nepieciešamību dažādot RI finansēšanu, veikt nopietnu RI pētniecību, radošo cilvēku uzņēmējdarbības izglītības trūkumu, cilvēku radošuma spēju aprobežotību.
8. Kā galveno institūciju, kurai būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība par RI sektora attīstību, divi no četriem informantiem norāda EM. Vienā gadījumā tiek norādīta KM. Savukārt cits informants uzskata, ka teorētiski galvenā atbildība jāuzņemas EM, taču, ņemot vērā RI sektora nelielo apjomu, pagaidām vēl galvenā atbildība jāuzņemas KM.

### **3.3. Kultūras nozares pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika**

Kā viena no RI sektorā iesaistītajām grupām izvēlēti kultūras nozares pārstāvji, tajā skaitā teātra, vizuālās mākslas, mūzikas, arhitektūras un dizaina nozaru pārstāvji. Konkrētās grupas izvēli noteica RI sektora ciešā saistība ar kultūru un dažādajām kultūras nozarēm. Pētījumā piedalījās mūzikas nozares pārstāve un grupas „Prāta Vētra” starptautisko un sabiedrisko attiecību menedžere Guna Zučika (turpmāk mūzikas pārstāve), arhitektūras nozares pārstāve un publiciste, izdevēja Ieva Zībārte (turpmāk arhitektūras pārstāve), dizaina nozares pārstāve un LMA Dizaina nodaļas Funkcionālā dizaina apakšnodaļas asociētā profesore Barbara Ābele (turpmāk dizaina pārstāve), vizuālās mākslas pārstāve un mākslas studijas „Peahen” valdes locekle, gleznotāja Patrīcija Brekte (turpmāk vizuālās mākslas pārstāve) un teātra nozares pārstāve, nevalstiskā teātra „Dirtu Deal Teatro” direktore Anna Sīle (turpmāk teātra pārstāve).

### **3.3.1. Radošo industriju uzņēmējdarbības pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru**

Lielākā daļa kultūras nozares pārstāvju norāda uz savas pārstāvētās nozares un darbības saistību ar RI sektoru. Gan mūzikas pārstāve, gan arhitektūras pārstāve uzsver, ka viņu pārstāvētās nozares ir iekļautas oficiālajā RI klasifikācijā gan pasaulē, gan Latvijā. Mūzikas pārstāve īpaši norāda uz intelektuālo īpašumu, kas ir gan mūzikas nozares, gan visu RI pamatā. Arī dizaina nozares pārstāve dizainu raksturo kā RI sastāvdaļu, taču uzsver dizaina duālo dabu:

*Ir šīs divas nišas, viens, ka dizains ir vienā un tajā pašā rindā ar citām RI, bet otrs, ka dizains servē arī tradicionālajām industrijām jeb tautsaimniecībai. Nevar tapt jauns produkts, pat, ja tas ir saistīts ar mašīnbūvi, pārtikas industriju, neviens produkts nevar tapt bez dizaina līdzdalības.*

Vizuālās mākslas pārstāve norāda, ka jūtas simtprocentīgi piederīga RI sektoram, to saistot ar savu un savas mākslas studijas lokācijas vietas piederību „Andrejsalas” radošajam kvartālam, visas intervijas gaitā uzsverot RI saistību ar radošajiem kvartāliem:

*Mēs īstenībā bijām pirmais radošais kvartāls. Rožu laiks Andrejsalā bija 2006., 2007.2.gads, kad jaunatnes attīstības aģentūras valde atbalstīja mūsu projektus. 2007.gadā mēs bijām 18 RI Andrejsalā. Mēs sadarbojāmies taisījām visādas radošās darbnīcas, tirdziņus utt.*

Neviennozīmīgs viedoklis jautājumā gan par teātra nozares, gan konkrētā teātra piederību RI sektoram ir teātra nozares pārstāvei. Informante, atbildot uz jautājumu, atzīst, ka to nevar viennozīmīgi pateikt:

*No vienas puses tā ir kā absolūta kultūras industrija, kas loģiski būtu jāatbalsta. Ir skaidrs, ka to īsti nevar nosaukt par RI, jo pats sevi nevar atpelnīt. Bet no otras puses, kaut kādā kontekstā mēs esam ekonomiska mērvienība. Bet, ja būtu tā, ka mēs netirgotu biļetes un visi pasākumi būtu bez maksas, tad es arī varētu teikt paldies un nemaz nerunāt par tādu lietu kā RI. ... Rīgas domei vēl joprojām šķiet, ka esam tāda RI, kura pati sevi var atpelnīt un tā tālāk, tāpēc viņiem nešķiet, ka mūs vajadzētu dotēt, bet ir loģiski cipari, kas to absolūti var apgāzt.*

### **3.3.2. Kultūras nozares pārstāvju radošo industriju raksturojums**

Arhitektūras pārstāve atzīst, ka RI nav iespējams definēt, tā pat kā nav iespējams definēt radošumu. Taču informante norāda uz RI duālo dabu, ka RI pārstāvjiem ir ne tikai jāspēj radīt kaut kas, bet tas jāspēj arī pārdot. Savukārt, kas attiecas uz radošumu RI

kontekstā, arhitektūras pārstāve noliedz, ka kultūrā un mākslās balstītais radošums ir uzskatāms par RI kritēriju:

*Formāli RI skar gan kultūru, gan ekonomiku ... , bet varbūt tā arī ir tāda mūsu Latvijas RI traģēdija, ka mēs visu gribam pataisīt par mākslu, kultūru.*

Pēc mūzikas pārstāves domām, RI pamatā ir intelektuālais īpašums, kuram jābalstās uz biznesa bāzes:

*Vārds radošums, manuprāt, ir vairāk ekvivalents intelektuālajam īpašumam, kad cilvēka radošās darbības rezultātā kaut kas ir radies, bet kamēr tas ir tikai cilvēka galvā vai tikai vienā eksemplārā, tas ir tikai viņa autordarbs, bet industrija nozīmē, ka tas tiek ražots, pavairots. Cilvēkiem bieži liekas, ka, ja viņi ir radoši, viņi ir RI, bet kamēr tas nenotiek uz ražošanas bāzes, tikmēr cilvēks ir vienkārši radošs cilvēks.*

Kā arī mūzikas pārstāve neuzskata, ka radošumam RI kontekstā obligāti jābalstās kultūrā un mākslās, jo aizvien lielāka nozīme tiek piešķirta tehnoloģiskiem procesiem. Arī dizaina pārstāve uzskata, ka par radošumu runāt tikai kultūras cilvēku kontekstā ir vecmodīgi, taču intervijas gaitā nemitīgi uzsver kultūras, kultūras produktu lomā RI. Savukārt, raksturojot radošuma un industriju aspektus RI kontekstā, informante izmanto kora mūzikas piemēru:

*Radošas personības ir jebkurā darba vietā, viņi ir tie, kuri netradicionālāk izdara pat ikdienišķākās lietas. [Kas attiecas uz industriju aspektu], acīmredzot, mēs nevaram pašdarbības korus ... „apsaukāt” par industriju, turpretī tādi izcili kori kā „Kamēr”, „Radio koris”, „Akadēmiskais koris”, ir tie, kas var radīt produktu, kas var tikt producēti, tur ir šīs te industriālās pazīmes, tādēļ, ka viņi ceļo pa pasauli un piedalās pasaules koru festivālos.*

Vizuālās mākslas pārstāve uzskata, ka radošums RI kontekstā primāri jāsaista ar kultūru un mākslām, un, pirmkārt, cilvēkam ir jābūt radošam un uzņēmīgam, tad sekojoši radošums var pārvērsties par RI:

*Sākotnēji ir vajadzīga tikai ideja un mazliet uzņēmība, pēc kāda laika tas viss attīstās. Sākumā tev ir jābūt vienkārši kreatīvam un radošam, pēc tam tas viss pāraug RI, kad jau vari pieņemt kādus darbiniekus, sāk kaut kādus produktus veidot, sāk piedalīties visādās ārzemju izstādēs.*

Teātra pārstāve savā RI definīcijā uzsver RI preču un pakalpojumu saistību ar kultūru un mākslām, kas rezultējas finansiālos ienākumos:

*RI lielākā vai mazākā mērā ir tāda industrija, kur ražo prec vai pakalpojumu, kas lielā mērā ir saistīts ar dažādu veidu mākslām. Un no šī produkta ieņēmumiem var sevi nodrošināt, iespējams, gūt arī peļņu.*

Kas attiecas uz informantu raksturoto RI sektora attīstības pakāpi Latvijā, pēc dizaina pārstāves domām, izpratne par RI sāk veidoties tikai šobrīd, to kavējis pāragrais un neadekvātais RI jēdziena lietojums:

*Mēs par ātru sākām „apsaukāties” par RI, pirms kultūras cilvēku vēsturiskā atmiņa par valsts līdzdalību un vairāk vai mazāk regulāru valsts pasūtījumu radošajām personām bija mainījusies. Jāmainās izpratnei, ka kultūras produkts nav vienmēr subsidēts, bet kultūras produktu var arī radīt un pelnīt ar to.*

Neskatoties uz konkrētajām neskaidrībām, pēc dizaina pārstāves vārdiem, RI sektors Latvijā pašlaik ir ļoti nīprā attīstības stāvoklī, norādot uz jauno cilvēku potenciālu:

*Daudzi kultūras cilvēki kļūst par uzņēmīgiem kultūras cilvēkiem. Situācija ir nīpra, jo visās kultūras nozarēs ir jauni un tiešām uzņēmīgi cilvēki.*

Mūzikas pārstāve uzskata, ka RI Latvijā iet savu normālu attīstības gaitu, kā pierādījumu tam uzsver dažādus veiksmīgus RI piemērus, to, ka valsts institūcijās parādās nodaļas un personāls, kas atbild par RI jautājumiem, piemēram, KM Radošo industriju nodaļa, LIAA RI pārstāve. Savukārt arhitektūras pārstāve ir daudz skeptiskāka par RI sektora attīstību Latvijā, norādot tieši uz atbildīgo valsts institūciju nekompetenci:

*RI sektor ir pilnīgos bērnu autiņos, pilnīgi nekādā līmenī, nav pat ļoti sliktā līmenī, jo ,manuprāt, ka atbildīgās institūcijas- KM, EM, LIAA u.c.- nesaprot RI jēgu un nozīmi. . Tas process, kā tiek atbalstītas RI, ir tik necaurspīdīgs un negodīgs.*

Ņemot vērā, ka vienas no pirmajām intervijām bija ar teātra un vizuālās mākslas pārstāvēm, jautājums par RI sektora attīstību vēl netika iekļauts intervijās, diemžēl, informantu viedoklis konkrētajā jautājumā nav noskaidrots.

Pēc arhitektūras pārstāves domām, raksturīgākās Latvija RI sektora nozares ir mode, arī arhitektūra, konkrētāk spēcīgā kultūras pieminekļu pielāgošana mūsdienu vajadzībām, restaurācija, rekonstrukcija. Informante arī akcentē gan tehnoloģiju nozari, gan īpaši tautas daiļamatu mākslu, ar ko mēs varam būt unikāli pasaules kontekstā. Kas attiecas uz RI sektora nozaru klasifikācijas kritērijiem, arhitektūras pārstāve uz to raugās plaši un uzsver jaunu risinājumu lomu visās nozarēs, RI klasifikācijā pieļaujot gan gastronomijas, medicīnas, tūrisma nozaru produktu iekļaušanas iespējamību:

*Jāskatās, kur parādās kādas pilnīgi jaunas izpausmes, jo tas jau ir tas radošums, kaut kādi jauni veidi, inovācija, negaidīti risinājumi, jaunas metodes, tur ir kaut kādi jauni procesi, pārmaiņas, lai pastāstītu vienu un to pašu stāstu, pārdotu vienu un to pašu produktu.*

Kā veiksmīgākos un spilgtākos Latvijas RI preču un/vai pakalpojumu piemērus arhitekta min „An&Angel” traukus, „Wooly World” rotaļlietas, „Lude” paklājus, „MAMMU” šalles, „ZoFA” apavus, „Woolings” apavus, „QooQoo” apģērbus.

Vizuālās mākslas pārstāve pie raksturīgākajām Latvijas RI nozarēm min vizuālo mākslu, dizainu, arhitektūru, kino, īpaši akcentējot animācijas filmas. Informante nenorāda konkrētus RI sektora nozaru klasifikācijas kritērijus. Kā spilgtāko Latvijas RI preču piemēru, informante min tikai „HUGU” rotaļlietas.

Teātra pārstāve kā raksturīgāko nozari min dizainu, vēlāk norādot arī uz nozarēm, kas saistītas ar internetu, taču informante ļoti neskaidri izsakās par konkrētiem nozaru klasifikācijas kritērijiem. Pēc informantes domām, spilgtākie un veiksmīgākie Latvijas RI produkti ir „MAMMU” šalles, „ZoFA” apavi.

Savukārt dizaina pārstāve, pirmkārt, norāda uz nozarēm, kas cieši saistītas ar kultūras sfēru, minot gan laikmetīgo, gan akadēmisko, gan kormūziku, teātra nozari, īpaši liekot akcentu uz Jauno Rīgas teātri, Alvi Hermani. Turpinājumā informante norāda konkrētus veiksmīgākos piemērus- Rīgas Krēslu Fabrikas šūpuļzirdziņš „Roo”, „An&Angel” trauki, „Munio Candela” sveces, dizaina birojs „Rijada”, „ZoFA” apavi.

Mūzikas pārstāve savukārt uzsver, ka nav iespējams runāt ar raksturīgākajām nozarēm, bet par atsevišķiem veiksmīgākajiem RI produktu piemēriem- „ZoFA” apaviem, animācijas studiju „Rija”, Katjas Šehurinas apģērbiem, skatuves un gaismu aparatūru ražotājiem „Kompānija NA”. Informante uzskata, ka nozaru iekļaušanās vai neiekļaušanās RI klasifikācijā, ir atkarīga no konkrēto industriju un to pārstāvju interesēm:

*Manuprāt, viss ir atkarīgs no konkrētās industrijas vai un kur viņi paši vēlas tikt kvalificēti. Skaidrs, ka jebkurš, kurš māk pārliecinoši lobēt, aizstāvēt savas intereses, var to panākt, lai tiktu iekļauts RI. Taču tas nav izšķiroši, jo ir skaidrs, ka tas varbūt šobrīd būtiski to viņu darbības veidu nemaina.*

### **3.3.3. Kultūras nozares pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību**

Lielākā daļa intervēto kultūras nozares pārstāvju, uzskata, ka kultūras un radošās industrijas nav nodalāmas vienības. Arhitektūras pārstāve nenodala kultūras industrijas no RI: *Es domāju, ka tas viss pārklājas un ir saplūdis, jo orķestris, kaut gan varbūt Operas orķestris nav RI, bet Sinfonietta Rīga ir, tur ir tā smalkā nianse. Es domāju, ka kultūras un radošās industrijas ir kopā.*

Arhitektūras pārstāve nenoliedz arī valsts dotēto institūciju un nozaru iekļaušanu RI sektorā: *Ja, piemēram, muzejs saņem valsts dotāciju un attiecīgi to izmanto radoši, radot jaunus pakalpojumus un desmitkārtējot biļešu ieņēmumus, tas ir super. Galvenais, lai tā nebūtu tāda veģetēšana, kad, beidzoties iedotajai naudai, beidz pastāvēt arī institūcija, uzņēmums, zīmols.*

Pēc dizaina pārstāves domām, kultūras industrijas un RI ir sinonīmi, bet informante uzsver, ka katras kultūras jomas ietvaros būtu jānodala, kas ir vienkārši kultūra, tāda, kas pēc savas būtības nevar būt peļņu gūstoša, un, kas ir kultūras industrija jeb RI. Informantes izteikumos konstatējamas norādes uz to, ka RI var būt arī dotētas, subsidētas no valsts puses. Vizuālās mākslas pārstāve uzsver, ka kultūra ir RI kodos un izejas punkts, līdz ar to nenošķir kultūras industrijas un RI, kā arī tieši uzsver valsts finansiālā atbalsta nepieciešamību RI un māksliniekiem. Arī mūzikas pārstāve kultūras industriju un RI nodalīšanu uzskata par nekorektu:

*Es neredzu īpašu jēgu lauzt šķēpus. Protams, tiek uzskatīts, ka kultūra ir kaut kas augstāks, bet RI ir uz ražošanu vērsta, bet tas ir mazliet muļķīgi. Piemēram, tie paši Dziesmusvētki pierāda, ka tas ir viens liels komercpasākums, jo biļetes ir izpārdotas, tur uz vietas var ēst un dzert, tā ir vesela industrija. Tāpat ir ar mūsu Operu un teātriem. Protams, jāņem vērā, ka ir daudzas lietas, kas ir kultūra, bet nav industrija, jo nav vērsta uz peļņu.*

Arī mūzikas nozares pārstāve neuzskata, ka valsts subsīdiju, dotāciju piešķiršana ir kritērijs, lai kāda nozari neklasificētu kā RI sektoram piederīgu. Pretēju viedokli pauž teātra nozares pārstāve, pēc kuras domām, kultūra industrijas un RI ir divas nodalāmas vienības:

*Es domāju, ka tas pārpratums [ar kultūras un radošajām industrijām] radās pirms pāris gadiem, kad viss kultūras nozarē notiekošais tika nosaukts par RI. Tajā mirklī KM ar konkrētu personu priekšgalā tika uzstādīts noteikums, ka kaut kas ir obligāti jāpelna. ... bet RI ir tās, kas, var pelnīt, kuras nav jādotē. Kultūras industrijas attiecas uz pārējiem.*

Norādot uz kultūras nozares pārstāvju, profesionāļu ieguvumiem un/ vai zaudējumiem no RI sektora attīstības, vizuālās mākslas pārstāve norāda, ka ieguvēji ir visi, uzsverot, ka RI sektora attīstība pavērtu plašākas kultūras nozaru speciālistu radošā potenciāla īstenošanas iespējas uz vietas Latvijā, to veicinātu jauna finansiālā atbalsta pieejamība RI:

*Mums, piemēram, ir viena Mākslas akadēmija tikai, bet no turienes nāk ļoti daudz labu gleznotāju vai zīmētāju, kuri Latvijā vairs neredz tālāku nākotni un kaut kur aizbrauc. Mēs iegūtu to, ka visi šie jaunie cilvēki, kuriem ir spēcīgs radošais potenciāls, nevis aizbrauktu, bet viņus noturētu tepat. Ja būtu kaut kādi projekti, finansējums un atbalsts no valsts, ka viss nebūtu jādara uz tādu kā pašiniciatīvu, kas radošajās, nozarēs, man liekas ir 90 %.*

Savukārt arhitektūras pārstāve, pirmkārt, norāda uz labvēlīgas konkurences palielināšanos, kas veicinātu arī kultūras nozaru attīstību:

*Muzejiem Latvijā bieži vien liekas, ka viņi ir radoši paši par sevi un cilvēkiem ir pienākums tos apmeklēt, bet man ļoti bieži pat neinteresē piedāvājums, kas ir muzejā. Konkurence vienmēr ir labvēlīga attīstībai.*

Informante arī norāda, ka kultūras nozaru pārstāvji, institūcijas bieži ņem piemērus un mācās no RI sektora:

*Visiem mazajiem radošajiem uzņēmumiem, arī mums, kad sākām „Lukabuku” 2009. gadā, bija twitter konts. Muzejiem un galerijām sociālie tīkli faktiski sāka darboties pagājušajā, aizpagājušajā gadā, tas ir divus, trīs gadus pēc komercsektora. Tas ir ļoti labs piemērs kā muzeji to pārņēma.*

Teātra pārstāve norāda uz vispārīgākiem ieguvumiem, kas reizē attiecas arī uz kultūras nozares pārstāvjiem, taču konkrēti kultūras nozaru ieguvumi vai zaudējumi netiek specificēti: *Ja šo RI produktu patērē, tad iespējamās lielākas investīcijas Latvijā, iespējams dažādi reitingi var celties, iespējas eksportēt šādas lietas, iespējams mūsu iekšējā Latvijas gaume uzlabojas.*

Savukārt mūzikas un dizaina pārstāves, atbildot uz šo jautājumu, nesniedza atbildes, kas saistītas ar konkrētiem kultūras nozares speciālistu ieguvumiem vai zaudējumiem no RI sektora attīstības. Abas informantes tikai norādīja uz to, ka ne visi kultūras nozares pārstāvji un profesionāļi ir saistīti ar RI sektoru.

### **3.3.4. Kultūras nozares pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem**

Runājot par RI sektora attīstības priekšnosacījumiem Latvijā, arhitektūras pārstāve norāda divus galvenos faktoros, kas traucē sektora attīstībai. Pirmkārt, informante uzsver neskaidro politiski ekonomisko situāciju reģionā:

*Mūsu reģions ir trausls, tas vienmēr ietekmēs RI. Krīzes laika telpu lētā īres maksa atkal kāpj, mazie veikaliņi, darbnīcas spiestas aizvērties.*

Otrkārt, informante norāda uz nepietiekami kvalitatīvo izglītību un izglītības sistēmu:

*Mums ir ļoti slikta dizaina, arhitektūras izglītība. Nav iespējams atrast darbiniekus, jo viņi ir tiešām slikti sagatavoti. Mums Latvijā nav uzņēmējdarbībai gatavu cilvēku, jo sevišķi RI profesijās.*

Arhitektūras pārstāve norāda arī uz grantu sistēmu, kas nav primārs priekšnosacījums, taču veicinātu RI uzņēmumu attīstību ilgtermiņā:

*Grantiem vai nu ir jābūt kaut kādā ritmā, lai varētu augt, vai jāveido valsts, pašvaldību, ES fondu finansēti inkubatori, kas piedāvātu infrastruktūru telpu formā.*

Arī mūzikas pārstāve norāda uz izglītības aspektu, taču uzsver tieši jau esošo RI pārstāvju izglītošanas nepieciešamību, piemēram, semināru, pieredzes apmaiņas braucienu veidā.

Otrkārt, ņemot vērā, ka, pēc informantes domām, RI pamatā ir intelektuālais īpašums, būtu jāveicina arī intelektuālā īpašuma izpratne:

*Latvijā ir tas Padomju savienības mantojums, ka māksla pieder tautai, un [intelektuālais īpašums] joprojām ir mazliet līdz galam nenovērtēts vai neatzīts.*

Treškārt, informante uzskata, ka finansējumam RI jābūt pieejamākam un atbalsta shēmām fleksiblākām:

*Protams, ir VKKF, bet finansējums ir ļoti mazs, kā arī, ja runā par mūziku, parasti no iesniegtajiem projektiem tiek apbalstīta tikai klasiskā, akadēmiskā, jazz, folk mūzika.*

Līdzīgu problemātiku savos izteikumos apstiprina dizaina pārstāve, kura norāda, ka ir jādažādo RI pieejamais finansējums:

*Uz visiem sākuma kapitāliem, kas ir KM, startē vienādi, tad arī ir tā, ka lauku bibliotēkas startē kopā ar „Prāta Vētru”, bet viņi nav vienādi. Tā kabata varētu būt ne tik viendabīga, viena kabata būtu priekš tiem, kas jau ir industrija, otra priekš tiem, kuri varētu būt potenciāli, trešā priekš tā, kas mums vienkārši ir jāuztur kā gara manta dažādās formās.*

Taču vēl būtiskāka, pēc dizaina pārstāves domām, ir RI izpratnes veidošana un dialoga iespējamība. Uz ekonomiskām un finansiālām problēmām, kas kavē RI attīstību, norāda arī vizuālās mākslas pārstāve, atsaucoties uz personīgu piemēru:

*Kā jau iepriekš minēju, tajā 2007., 2008. gadā, kad „Andrejsalai” bija atbalsts arī no pārvaldnieku puses un visiem pārējiem, tad mums te viss plauka un zēla. Piemēram, ja tiek pateikts, ka Andrejsala, Tabakas fabrika ir vieta kultūrai, tad tiem cilvēkiem [ministrijās, valdībā] šīs vietas ir jāatbrīvo no nodokļiem vai jāsamazina tie. Ar radošumu mūsu valstī viss ir kārtībā, nav kārtībā pati ekonomiskā sistēma.*

Teātra nozares pārstāve norāda, ka problēmas saistās ar RI sektoru neveicinošo nodokļu politiku un valsts atbalstu, kā arī radošo ideju potenciālu:

*Tā otra ieta ir par idejām, dažkārt tās ir, bet dažkārt to nav. Mēs jau esam tāda Eiropas nomale.*

Arhitektūras un teātra pārstāves uzskata, ka galvenā politiskā atbildība par RI sektora attīstību, jāuzņemas EM, jo primāri sektors saistīts ar ekonomiku. Arhitektūras pārstāve norāda uz KM nekompetenci RI jomā:

*KM varētu būt papildfunkcijas, bet, manuprāt, KM nesaprot, kas ir RI, tas ir kaut kas vienkārši šausmīgs. Tagad Latvijā notiek, ka RI uzmet KM, viņi domā, ka visam tagad jāpelna, tātad, ja glezna nepelna, ja mākslinieks taisa kaut ko tādu, no neviens nepērķ, tad tas ir slikti.*

Informante uzsver arī IZM iespējamo lomu RI sekmēšanā:

*Arī IZM kaut kādā veidā varētu būt iesaistīta, jo ir jāļauj jauniešiem jau skolas laikā taisīt dažādus pilotprojektus, taisīt tirdziņus, tas viss ir jāpaceļ nozīmīgākā līmenī, jo tā ciparu izpratne jauniešiem nav vispār nekāda.*

Savukārt, pēc dizaina pārstāves domām, RI ir vienlīdzīgi saistītas gan ar kultūru, gan ekonomiku, un RI sektora attīstību var panākt tikai ar sadarbību un kopīgām gan KM, gan EM darbībām. Mūzikas pārstāve uzskata līdzīgi, taču norāda, ka EM kompetences palielināšanos laika gaitā:

*Sākotnēji, loģiski, ka tā būtu KM sadarbība ar EM, bet pēc kāda laika viņi var vai nu sadalīt sfēras, vai nu pārņemt.*

Tikai vizuālās mākslas pārstāve uzskata, ka galvenā politiskā atbildība par RI sektoru jāuzņemas KM, to informante pamato ar viedokli, ka KM atbild par kultūru, un kultūra ir RI pamatelements.

### **Secinājumi:**

1. Savu un savas pārstāvētās nozares saistību ar RI sektoru uzsver gandrīz visas informantes, tikai viena informante izsakās nekonkrēti un nespēj viennozīmīgi atbildēt uz jautājumu.
2. Trīs no piecām informantēm noliedz, ka radošumam RI kontekstā būtu obligāti jābalstās kultūrā un mākslās. Savukārt divas kultūras nozares pārstāves tieši uzsver kultūrā un mākslās balstīto radošumu kā primāro aspektu. Viena informante uzskata, ka radošuma ekvivalents RI kontekstā ir intelektuālais īpašums.
3. Kā raksturīgākās Latvijas RI nozares, vairākkārt tiek minētas dizains, IT, arhitektūra. Atsevišķos gadījumos arī mode, tautas daiļamatniecības māksla, vizuālā māksla, kino (animācija), mūzika (laikmetīgā, klasiskā) un teātris.
4. Kā veiksmīgākos un spilgtākos Latvijas RI preču un/vai pakalpojumu piemērus gandrīz visas informantes min „ZoFA” apavus, vairākkārt arī „An&Angel” traukus, „MAMMU” šalles. Atsevišķos gadījumos tiek minētas „Wooly World” rotaļlietas, „HUGU” rotaļlietas, „Lude” paklāji, „Woolings” apavi, „QooQoo” apģērbi, Katjas Šehurinas apģērbi, animācijas studija „Rija”, skatuves un gaismu aparatūru ražotāji „Kompānija NA”, Rīgas Krēslu Fabrikas šūpuļzirdziņš „Roo”, „Munio Candela” sveces, dizaina birojs „Rijada”, kā arī Jaunais Rīgas teātris un īpaši Alvis Hermanis.
5. Lielākā daļa kultūras nozares pārstāvju uzskata, ka kultūras industrijas un RI nav divas dažādas lietas, norādot uz jēdzieniem kā sinonīmiem, taču ņemot vērā, ka ne visa kultūra ir un var būt RI sastāvdaļa. Tā pat lielākā daļa respondentu uzskata, ka RI klasifikācijā iekļaujas arī valsts subsidētas un dotētas nozares un institūcijas. Pretējs viedoklis ir tikai

vienai informantei, kura nodala kultūras industrijas un RI, uzskata, ka RI klasifikācijā neiekļaujas dotētās nozares un institūcijas.

6. Kā galvenie ieguvumi, ko kultūras nozares pārstāvjiem rada RI sektora attīstība, tiek minēti, piemēram, labvēlīgā konkurence, kas veicina kultūras nozares attīstību, pieredžu pārņemšanu un mācīšanos no RI sektora, plašākas kultūras nozares pārstāvju radošuma īstenošanas iespējas.
7. Kultūras nozares pārstāves norāda uz vairākiem RI sektora attīstības traucējumiem un/ vai priekšnosacījumiem, piemēram, neskaidro politiski ekonomisko situāciju reģionā, nepietiekami kvalitatīvo izglītību RI profesijās, nepieciešamību pēc esošo RI pārstāvju izglītojošiem pasākumiem, nepietiekamo valsts atbalstu RI, ilgtermiņa attīstību veicinošu grantu sistēmu ieviešanu, pieejamāku finansējumu un fleksiblākas atbalsta shēmas, intelektuālā īpašuma izpratnes veicināšanu.
8. Trīs no piecām informantēm uzskata, ka galvenā politiskā atbildība par RI sektora attīstību, jāuzņemas EM. Tikai viena kultūras nozares pārstāve uzskata, ka galvenā politiskā atbildība jāuzņemas KM. Viena informante savukārt uzskata, ka atbildība vienlīdzīgi jāsadala starp KM un EM.

### **3.4. Akadēmiskās sfēras pārstāvju kultūras un radošo industriju izpratnes specifika**

Akadēmiskās sfēras pārstāvji ir nozīmīgi viedokļu veidotāji gan aktualizējot konkrētos jautājumus akadēmiskā vidē, gan veicot pētījumus un ar tiem iepazīstinot plašāku sabiedrību. Pētījumā akadēmisko sfēru pārstāv gan docētāji, gan pētnieks. Ņemot vērā, ka Latvijā RI studiju programmas ir iekļautas tikai Latvijas Kultūras akadēmijā (LKA) un Banku augstskolā (BA), docētāji ir izvēlēti no konkrētajām augstskolām. LKA pārstāv Ivars Bērziņš, kurš ir kultūras menedžmenta un kultūras ekonomikas eksperts (turpmāk LKA profesors). BA pārstāv Tatjana Volkova, kura ir zinātņu doktore ekonomikā. Pētniecisko jomu pārstāv Gints Klāsons, kurš ir pētnieks un 2013.gada pētījuma „Latvijas radošo industriju darbība un priekšnosacījumi nozares mērķtiecīgai attīstībai” vadītājs (turpmāk pētnieks).

#### **3.4.1. Akadēmiskās sfēras pārstāvju saistība ar radošo industriju sektoru**

Pašu informantu raksturotā saistība ar RI sektoru ir dažāda. Ciešākā saistība ar RI ir BA profesorei, kura jau kopš 2006. gada pievērsusies RI pētniecībai:

2006. gadā, kad notika Radošo savienību plēnums, es tiku uzaicināta uzstāties par radošo cilvēku, darbinieku nākotnes perspektīvām, veicu izpēti par šiem jautājumiem, sāku nodarboties ar RI pētniecību. Tad 2006. gadā uzsākām darbu pie maģistra programmas RI vadīšanā.

Ņemot vērā, ka intervētais LKA profesors pasniedz lekcijas arī Kultūras menedžmenta un radošo industriju programmā, informanta attieksme ir salīdzinoši noliedzoša. Atbildot uz jautājumu par informanta nodarbošanās saistību ar RI sektoru, atbilde bija sekojoša:

*Es gribētu teikt, ka manas atbildes būs jums tā kā opozīcijas, jo faktiski esmu diezgan liels RI noliedzējs. Ne noliedzējs kā profesijas, bet faktiski šī koncepta vispār, jo mēs Latvijā vispār esam aizgājuši otrā galējībā, kad visu saucam par radošu, par RI. Līdz ar to nav skaidrības, ko katrs saprot ar RI.*

Savukārt pētniekam un 2013.gada Latvijas RI pētījuma vadītājam konkrētais pētījums bija pirmā saskare ar RI pētniecību, jo pētnieks norāda, ka šī ir bijusi tikai viena no daudzajām tēmām, uz kurām pētnieks konkursa kārtībā piesakās.

### **3.4.2. Akadēmiskās sfēras pārstāvju radošo industriju raksturojums**

Visprecīzāko un skaidrāko savu RI skaidrojumu pētījumā kopumā sniedz BA profesore:

*RI veido uzņēmumi, kuru darbība balstās individuālajā vai grupas jaunradē, kas rada noteiktu produktu, preci vai pakalpojumu, ko var aizsargāt ar autortiesībām, pavairojot šo preci vai pakalpojumu, var gūt ienākumus no tā, ka jums pieder šīs oriģinālās idejas, jūs esat radošs cilvēks un oriģinālu ideju nesējs.*

Atsaucoties uz britu un Apvienoto Nāciju pieredzi, profesore akcentē autortiesību un autortiesību industriju lomu:

*Briti jau ir nonākuši, ka RI klasifikācija jābalsta uz tām precēm, pakalpojumiem, ko var aizsargāt ar autortiesībām. Arī Apvienoto Nāciju ziņojumi jau parāda, ka tomēr vienojas par to, ka tas vairāk ir balstīts uz copyright industries [autortiesību industrijām].*

Kas attiecas uz industriju aspektu RI kontekstā, informante norāda, ka jēdziens industrija pēc būtības primāri nesaistās ar ražošanu, bet patērētāju vajadzību apmierināšanu:

*Industriju veido uzņēmumi, kuri piedāvā tirgū produktu, preci vai pakalpojumu, kas apmierina noteiktas patērētāju vajadzības, tieši šo vajadzību līmenī mēs nodalām šīs industrijas.*

Profesore savos izteikumos uzsver, ka radošums RI kontekstā lielā mērā saistīts arī ar inovācijām un oriģinālu jaunradi, taču RI nav saistītas tikai ar kultūrā un mākslās balstītu radošumu. Savukārt LKA profesora izteikumos konstatējama negatīva attieksme pret vārdu savienojumu RI. To pamato tādi profesora izteikumi kā:

*Es pragmatiski radošumu ar industrijai vispār neliktu klāt. Mums ir zivju industrija, mežniecības industrija, tur viss ir skaidrs. ... arī pirms šī šausmīgā vārdu salikuma RI ..*

Informants visas intervijas gaitā uzsvēra tieši radošuma aspektu, taču norādot uz radošuma nekonkrēto dabu un virspusīgajiem radošuma uzstādījumiem:

*Manā izpratnē radošums ir bijis vienmēr. Jebkurš grib būt radošs, atšķirība ir tāda, ka radošumam jārada kaut kāds produkts, pašlaik moderns ir uzstādījums būt vienkārši radošam. ... Tur jau ir tās šausmas, ka politiski ir ārkārtīgi izdevīgi, ka visu var nosaukt par radošumu.*

Attiecībā uz jēdzienu industrija, profesors akcentē to, ka industrija nozīmē tiražēt un nest peļņu. Informants absurdumu saskata aspektā, ka industrijas attīstībai nepieciešama valsts nauda:

*... industrijai nevajag dot valsts naudu, industrija pati attīstās. Tas būtu tā, ka „Lāču” maize teiktu, ka viņiem vajag dotācijas, lai varētu ražot maizi. Ja tu gribi ražot maizi un nevari būt industriāls, tad tev nevajag ražot maizi. Latvijā RI pati par sevi nevar pastāvēt bez valsts atbalsta, savukārt, kā ar valsts atbalstu mēs to varam nosaukt par industriju? Man tas nav skaidrs.*

Intervijas gaitā, LKA profesors vairākkārt atsaucas uz pieredzes jeb pārdzīvojuma ekonomiku. Informanta izteikumos konstatējamas norādes uz to, ka pieredzes ekonomika ir daudz saprātīgāks veids kā nosaukt reālu produktu, kas balstās mākslā un rada pievienoto vērtību:

*Viens normāls tirgus pakalpojums izmanto mākslu, lai radītu pievienoto vērtību un pārdotu to par augstāku cenu. Tas ir kaut kas cits nekā RI vai radošā ekonomika.*

Pētnieks norāda, ka sektora nosaukums nav primārs, pēc informanta domām, sektoru var nosaukt kā vien ienāk prātā. Taču būtiskākais RI elements, pēc pētnieka domām, ir industrija:

*Es uzskatu, ka galvenais ir industrija un, ja mēs sakām, ka no šīs industrijas mēs gribam ekonomisku atdevi, tad radošums definē tikai to veidu kā tā industrija darbojas, nevis mēs definējam to, ka jebkurš, kurš radoši izpaužas un gadā uzzīmē trīs gleznas, un tās pārdot, varot no tā izdzīvot, ir RI.*

Kas attiecas uz radošuma aspektu RI kontekstā, pētnieks, atšķirībā no BA profesores, vairāk uzsver kultūrā balstītā un mākslinieciskā radošuma lomu:

*Es domāju, ka primārā ir radošuma saistība ar mākslu un kultūru, to, ka tas ir mākslas un kultūras produkts, kam ir potenciāls pelnīt naudu.*

Raksturojot Latvijas RI sektora attīstības pakāpi, BA profesore norāda, ka neskatoties uz dažādiem kavēkļiem, RI sektors Latvijā tomēr attīstās, jo tas ir likumsakarīgs process visā pasaulē:

*... bet tomēr šie RI rezultāti jau arvien vairāk kā tādi asni dīgst, tur neko nevar vairs noslēpt. ... Latvijā tā tendence noteikti ir, to nemaz nevar apiet, jo tā ir normāla, likumsakarīga ekonomikas attīstība. Ne velti Eiropas radošā ekonomika, tas sektors, ko veido RI, nodrošina tautsaimniecības izaugsmi.*

Savukārt pētnieks savos izteikumos ir kritiskāks:

*Es noteikti uzskatu, ka mēs neesam ne izpratnē, ne sektora attīstībā kaut kur tālu tikuši. Paši RI pārstāvji noteikti sevi neidentificē kā kaut kādu atsevišķu sektoru. Es visdrīzāk teiktu, ka tāda jēdziena praktiski nav Latvijā.*

Kritiskāka attieksme šajā jautājumā ir arī LKA profesoram, kurš uzsver, ka nav skaidra ne RI attīstība kopumā, ne šo RI produktu cikls, piemēram, salīdzinājumā ar Lielbritāniju, tādēļ ir grūti runāt par šī sektora attīstības pakāpi vai stadiju:

*Ja Lielbritānijā man ir skaidrs, kamēr cilvēki visā pasaulē gribēs spēlēt datorspēles, tikmēr varēs kaut ko pelnīt un RI sektors attīstīsies. Tādā nozīmē mums nav itin nekas.*

Informants atkal atgriežas arī pie radošuma koncepta, uzsverot, ka pašam radošumam nevar noteikt attīstības tendences un robežas:

*Bet kāpēc, lai mēs teiktu, ka esam radošuma sākumā, ja mums ir Dziesmusvētku tradīcija jau vairāk nekā 100 gadus? Ko nozīmē sākums un beigas, kad beigsies radošums? Kā var ielikt rāmī radošumu?*

Atbildot uz jautājumu par raksturīgākajām Latvijas RI sektora nozarēm, BA profesore norāda, ka tiek nekorekti lietots jēdziens nozare, tā vietā būtu jālieto jēdziens industrija, jo jēdzienam nozare ir daudz plašāka nozīme nekā jēdzienam industrija. Īpaši tiek uzsvērts mūzikas industrijas, programmēšanas industrijas, kino industrijas un dizaina potenciāls. Atsaucies uz faktoriem, kas nosaka dažādu nozaru jeb industriju iekļaušanu RI klasifikācijā, BA profesore norāda, ka noteicošais ir globālā līmeņa klasifikācijas paraugs:

*Ir dažādi modeļi pēc kuriem var raksturot RI. Jāskatās ar kādu mērķi mēs to klasifikāciju veidojam, bet, protams, jāseko līdzī tai klasifikācijai, kas jau ir globāla, arī Apvienotajās Nācijās pieņemta, lai varētu veikt šo datu salīdzināšanu.*

Profesore atgriežas arī pie jēdziena industrija neizpratnes, kas kavē arī RI sektorā iekļauto industriju jeb nozaru klasifikāciju.

Pētnieks, atsaucoties uz 2013.gada Latvijas RI pētījumu, norāda, ka, kā viena no statistiski lielākajām RI nozarēm ir kokrūpniecība, taču nepilnīgās statistikas dēļ, nevar apgalvot, ka visa kokrūpniecības nozare pēc būtības iekļaujas RI, jo statistiski to nav iespējams nodalīt. Informants izceļ arī reklāmas sektoru un izdevniecību, taču tiem ir tendence samazināties. Atsevišķi tiek uzsvērts viss, kas saistīts ar internetu. Kas attiecas uz RI nozaru klasifikācijas kritērijiem, informants norāda, ka kā RI nozari nedefinēt var jebko, bet viss atkarīgs no tā, ko ar konkrēto klasifikāciju grib darīt un panākt, taču kā galveno kritēriju nosaka valsts dotāciju esamību vai neesamību:

*Botāniskie dārzi, muzeji un atpūtas parki bieži vien tiek ieskaitīti RI, bet tā varētu būt, ja vien tie nav valsts uzturēti muzeji, atpūtas parki, tad tur ir argumenti, kāpēc tie tiek ieskaitīti RI.*

LKA profesors izceļ dizainu, taču nesaista dizaina nozares panākumus ar RI sektora attīstību:

*Dizains vienmēr ir bijis spēcīgs, arī pirms šī šausmīgā vārdu salikuma RI dizains jau figurēja starp rūpniecību un mākslu. ... Bet tas, ka dizains attīstās, jau nav RI nopelns.*

LKA profesora atbildēs vairākkārt izskan kritiski izteikumi par dažādām nozarēm un procesiem, kas tiek klasificēti kā RI:

*Bieži vien dažādos uzstādījumos uzrāda visu ko, piemēram, ka teātris ir RI, nu jau ir tik tālu aizrunājušies, ka arī Dziesmusvētki ir RI. Bet jēdziens industrija nozīmē tirāžēt un nest peļņu ... Ja paskatās latviešu arhitektes Zībārtes intervijas, tad viņa ļoti pareizi saka, ka mikrorajonā mainīšanās ar augiem, miču adīšana nevar tikt saukta par RI.*

Runājot par spilgtākajām un veiksmīgākajām Latvijas RI sektora precēm un pakalpojumiem, BA profesore min latviešu izcelsmes gleznotāju Viju Celmiņu, mūziķus „Prāta vētru”, Agra Daņiļēviča „Dzirnas”, Latvijas Operas dziedātājus. LKA profesors min tikai vienu visatbilstošāko RI piemēru, tā ir Vecpiebalgas porcelāna rūpnīca. Profesors izceļ to, ka šajā uzņēmumā nav ieguldīta valsts nauda, bet tas rada pievienoto vērtību un peļņu. Pētnieks kā spilgtāko radošo RI un brendu min „ZoFA” apavus, kaut gan informantam nav ne jausmas par konkrētā produkta kvalitāti un izskatu.

### **3.4.3. Akadēmiskās sfēras pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju un kultūras, kultūras industriju saistību**

Analizējot informantu priekšstatus un izpratni par RI un kultūras industriju saistību, BA profesore norāda, ka tas ir aktuāls jautājums, kur atšķiras arī dažādu valstu pieredze. Atbildot uz konkrēto jautājumu, informante atsaucas uz Apvienoto Nāciju pārstāvi, kuram pati prasījusi personīgu viedokli par šo jautājumu, neakcentējot atšķirību starp kultūras industrijām un RI :

*Apvienoto Nāciju ierēdnis pateica, ka „please both” [lūdzu, abus], mēs nosaucām gan kultūras industrijas, gan RI. Lai gan pēc būtības viņš saka, ka „it makes no sense” [tur nav nekādas atšķirības], ka var saukt gan par kultūras industrijām, gan RI, jo kultūra ir RI avots, tas, kā tiek izmantotas idejas no kultūras, pārveidotas par konkrētu produktu.*

Pretējs viedoklis ir pētniekam, kurš, par kultūras un radošo industriju nošķiršanu, izsakās kā par vienu no svarīgākajām lietām RI izpratnē kopumā:

*Arī KM mājaslapā viņiem tas [kultūras un radošās industrijas]iet kopā, līdz ar to kultūras cilvēki varētu domāt, ka tad, kad runā par RI, runā par viņiem. Bet savukārt RI pārstāvji varētu domāt, kad runā par kultūru, tad runā arī par viņiem. Bet man liekas, ka īpaši Latvijā, kur nav tik skaidra izpratne par definīcijām, vajadzētu skaidri nodalīt, ka ir divas lietas- kultūras industrijas un RI. ... Kultūras industrijai nav jābūt mērķim peļņai, kultūru var dotēt valsts.*

Savukārt LKA profesora izteikumos nevar konstatēt konkrētu atšķirību vai līdzību starp kultūras industrijām un RI, bet informants pievēršas kultūras industriju izpratnei, akcentējot kultūras industriju klasisko definējumu un to atbilstību industriju principiem:

*1948.gadā Adorno un Horkheimers izveidoja jēdzienu kultūras industrija ... Viņi aizbrauca uz Ņujorku un faktiski sajuka prātā no tā, kā tika štancēta kultūra, masu kultūra. ... Industrija paredz pavairošanas iespēju, tiražēšanu, industrija var būt tikai tas, ko var tiražēt, līdz ar to, kultūrā tiražēt var mūzikas industriju, grāmatniecības industrija un netiešā veidā vizuālo mākslu. Ielikt simfonisko orķestri RI ir absurds.*

Kā jau iepriekš minēts, LKA profesors noraida iespēju, ka, kā RI sektoram piederīgas, varētu tikt klasificētas dažādas nozares un produkti, kam tiek piešķirts valsts atbalsts vai valsts dotācijas. Minētajam izteikumam par valsts dotācijām pievienojas arī pētnieks, šādus principus ievērojot arī savā vadītajā pētījumā:

*RI ir tikai tās, kur ir privāta nauda, viņi var piesaistīt arī valsts naudu, bet, ja tās nav dotācijas, tas iekļaujas RI sektorā. Ja tās ir dotācijas, tad tas ir valsts teātris, kurš iekļaujas kultūras sektora klasifikācijā.*

Pretēju viedokli pauž BA profesore, kas nesaredz šķēršļus RI dotēšanai no valsts puses:

*Noteikti var būt arī dotēti, piemēram, teātrim un operai arī jābūt dotētiem, jo viņi nes to kultūras paliekošo slāni. Ja nav pietiekams pieprasījums tirgū, jo mēs esam ļoti ierobežotā tirgū, tad, lai saglabātu valsts kultūru, vajag arī subsidēt to. Bet, protams, ja ir iespējams, ir arī jārada vide, ka viņi paši arī var gūt papildus ienākumus, lai samazinātu arī šo subsīdiju vajadzības.*

Īpašu lomu kultūrai RI kontekstā pievērš tieši BA profesore, informante izsakās, ka kultūra ir RI avots un vide, kurā darbojas RI uzņēmumi. Profesore norāda, ka kultūras nozaru speciālisti, profesionāļi tikai un vienīgi iegūst no tā, ka attīstās RI sektors kopumā:

*Kultūras nozares tiek finansētas no valsts budžeta, un, jo vairāk nauda ienāks no nodokļiem valsts budžetā, jo vairāk nodarbināti būs cilvēki, mazāk saņems sociālos pabalstus, jo vairāk naudas arī paliks kultūras sektoram.*

Profesore arī uzsver, ka RI sektors kultūras pārstāvjiem paver plašākas iespējas gūt peļņu ar savu darbību:

*RI strādā ar kultūras cilvēkiem, protams, kultūras cilvēkiem arī jāparāda ceļš, ka viņi var arī komercializēt savas idejas. Tas ir katra cilvēka ziņā, mākslinieks var vienkārši gleznot un no tā gūt baudu, bet māksliniekam ir arī izvēle, viņš var izvietot savas gleznas galerijās, internetā, viņš no tā var gūt ienākumus.*

Pētniekam sākotnēji sagādā grūtības atbildēt uz jautājumu par kultūras nozares pārstāvju ieguvumiem no RI sektora attīstības Latvijā, to apliecina informanta ieturētās klusuma pauzes un uzdotie papildjautājumi. Noformulējot atbildi, pētnieks norāda uz īstermiņa zaudējumiem, bet ilgtermiņa ieguvumiem, ko veicina arī labvēlīgā konkurence:

*Es uzskatu, ka efekti jebkurā gadījumā būs pozitīvi, jo pat, ja īstermiņā RI atņem tradicionālam teātrim finansējumu, ko varētu dabūt tradicionālai teātris dabū, piemēram, kaut kāda producentu apvienība, tad ilgtermiņā vajadzētu būt tā, ka kļūstot populārākam teātrim vispār, ka cilvēkiem ir lielāka izvēle uz kuru teātri iet, cilvēki uz teātri sāk iet vairāk. ... arī tas, ka tev ir vairāk konkurentu, kas nedzīvo tikai no valsts naudas, bet paši pelna naudu ar saviem producētajiem darbiem, viņi liek arī tev taisīt nevis viena veida pasākumus, bet īpaši piedomāt par repertuāru, viņi piespiež arī tevi domāt kā tu vari piesaistīt skatītāju.*

Savukārt LKA profesors vairākkārt uzsver zaudējumus, ko RI sektora attīstība rada kultūras vai mākslas pārstāvjiem:

*Latvijas budžets kultūrai gadā ir 100 miljoni eiro, tātad, kamēr to daļa tikai konkrētām kultūras vai mākslas institūcijām, jau tā nepietiek, bet tagad pēc uzstādījuma uz šo naudu pretendē arī visas RI. Nevar palikt visiem labāk, jo, ja vienam iedod vairāk, tad otram ir mazāk. ... Vienmēr iestāties lielā saimē ir labāk. [Kultūrai] iestājoties RI saimē un maršējot kopā ar visiem un sakot, kāds mums tagad ir IKP un cik cilvēki strādā, bet pašai mākslai no tā nepaliek labāk.*

Profesora izteikumos konstatējamas norādes uz to, ka kultūrai ir tikai iluzora loma RI kontekstā.

### 3.4.4. Akadēmiskās sfēras pārstāvju izpratnes specifika par radošo industriju attīstības nosacījumiem

Atbildot uz jautājumu par galvenajiem RI sektora attīstības priekšnosacījumiem un/vai traucējumiem, BA profesore identificē divus galvenos aspektus- nepiemēroto izglītību, kas neveicina radošuma attīstību, un RI sektora potenciāla neapzināšanos:

*Izglītībā tiek likts pārāk liels uzsvars uz tradicionālu un standartizētu domāšanu, vairāk izglītībā vajag ienest šo radošumu. ... Kā arī tā sistēma kopumā, ka mēs pagaidām neatzīstam, neatpazīstam šo radošo ekonomikas sektoru, kā būtisku, strauji augošu sektoru, ka mēs to nenovērtējam un nesaprotam. Arī mūsu uzņēmumi ļoti cieš no tā, ka viņi neatpazīst dizaina, reklāmas, programmēšanas industriju nozīmi uzņēmējdarbībā.*

Pētnieks savukārt akcentē saprātīgu valsts naudas ieguldījumu un atbalstu reālos RI biznesos: *Valsts atbalsts tur ir svarīgs, bet nav nekāda pamata atbalstīt privātus šķietamus RI biznesus ... jāiegulda valsts, pašvaldības nauda uzņēmumos, kur ir potenciāls, nevis tajos, kuriem nav nekādu nākotnes perspektīvu. Ja [RI] sektoru grib attīstīt un virzīt, tad valsts atbalsts ir tas, kas to var izdarīt, bet viņam ir jābūt tādām, ka nevis dodam naudu, lai dibina, bet, lai attīstās.* Šī problēma saistīta ar to, ka liela daļa no RI ir nevis industrija, kas nozīmē, ka tur apgrozās nauda, peļņa, bet tie ir dzīvesveida uzņēmumi. Pētnieks uzsver, ka Latvijā RI attīstās un dzīvo uz projektu naudām, ko var dabūt konkursos, biznesa inkubatoros, bet tur neveidojas reāls ilgtermiņa bizness. Intervijas gaitā informants kā būtisku problēmu norāda arī RI sektora identitātes trūkumu, kas sasaucas arī ar RI atbalsta mehānismu pieejamību:

*... ja mēs prasām, kādu atbalstu valstij vajadzētu sniegt, tad cilvēks, kuram mēs prasām, nemaz nedomā, ka viņš ir RI, tad viņš mums neko nevar atbildēt. Tā pat nebūtu tik liela problēma kā tad, ja šāds atbalsts pēc tam tiek piedāvāts, bet viņi nemaz nesaprot, ka tas ir viņiem.*

LKA profesors norāda uz to, ka RI sektora attīstībai traucē pats izplūdušais uzstādījums, nekonkrētība jautājumā ar to, kas tad īsti RI ir. Līdz ar to informanta izteikumos parādās problēmu atspoguļojums, kas saistās ar RI politikas veidošanu un atbildīgajām institūcijām:

*To [RI] nevar uzkraut uz KM pleciem, jo tā ir uzņēmējdarbība. ... Ja jau attīstības plānā ir uzstādīts, ka 14% uzņēmumu būs RI, tad EM ir jāatver citi finanšu avoti.*

Atbildot uz konkrētāko jautājumu par to, kurai institūcijai būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība par RI sekotu, LKA profesors norāda, ka RI varētu būt EM vai pat FM pārziņā:

*RI ir ekonomikas lieta, tik pat labi tā varētu būt FM, bet FM ir pietiekoši gudra un kratās nost, pareizi dara. Ja tam konceptam ir jādzīvo, daudz vairāk būtu jāintegrē EM.*

Atsaucoties uz to, ka EM strādā pragmatiski cilvēki, informants norāda uz to, ka arī šīs ministrijas pārstāvji varētu izdarīt RI nelabvēlīgus secinājumus:

*Viņi [EM pārstāvji] apjuks, ja viņiem teiks „esi radošs”, tā tad kādam radošam ģēnijam no KM ir jābūt, bet, ja EM sāks rēķināt, viņi var nonākt pie bēdīgām sekām, secinot, ka tā nav nekāda industrija, tur ir tik daudz jāiegulda, kas tās par industriju, kas pati nevar pastāvēt?*

Arī BA pārstāve ir pārliecināta, ka galvenā politiskā atbildība par RI sektoru jāuzņemas EM: *Mēs neradām to vidi, lai veicinātu RI attīstību, kā liecība tam ir tas, ka RI kūrē KM, lai gan pēc būtības tam būtu jābūt EM pārziņā. KM būtu jāatbalsta kultūras vide, lai cilvēki attīstītu, saglabātu, radītu jaunu kultūras mantojumu, bet EM rūpētos par to, kā to kultūras mantojumu pārvērst precēs, pakalpojumos, un no tā gūt naudu.*

Pētniekam ir stingra nostāja, ka RI ir tikai ekonomikas nozare, nevis kultūras nozare. Taču, kas attiecas uz RI sektoru politiskās atbildības sadalījumu, informants norāda uz līdzvērtīgu atbildību sadalījumu starp KM un EM:

*... ja mēs saliekam kopā dažādas puses, tad rezultāts vienmēr ir labāks. Šajā gadījumā es uzskatu, ka tas ir kā minimums KM kopā ar EM, bet nevis tādā veidā, ka KM ir zemāka un iet kaut ko lūgties pie EM, bet, ka viņas ir līdzvērtīgas.*

Pētnieks, kā trešo ministriju, kurai teorētiski varētu būt kāda loma, redz LM, taču, subjektīvi spriežot, pats to pilnībā neakceptē. Atsaucoties uz diskusijām par radošumu reģionos, informants piemin arī VARAM, taču norādot, ka konkrētās ministrijas loma vairs nav tik izšķiroša.

### **Secinājumi:**

1. Ciešākā saistība ar RI sektoru ir BA profesorei, kura pievērsusies RI pētniecībai jau kopš 2006. gada. Pētnieka saistību ar RI var raksturot tikai viena konkrēta pētījuma ietvaros. Viskritiskākā attieksme ir LKA profesoram, kurš neraksturo savu saistību ar RI sektoru, bet norāda, ka ir RI koncepta noliedzējs.
2. Viena informante norāda, ka RI kontekstā vairāk būtu jāakcentē tieši autortiesību industriju loma. Otrs informants izsakās negatīvi par pašu vārdu savienojumu RI, pēc informanta domām, daudz perspektīvāka un pamatotāka ir pieredzes jeb pārdzīvojumu ekonomika. Trešā informanta izteikumos konstatējamas norādes, ka sektora nosaukums nav noteicošais, bet būtiskākais ir industrijas aspekts.
3. Viena informante norāda, ka RI sektora attīstība ir likumsakarīgs process visā pasaulē, arī Latvijā vērojamas RI attīstības tendences. Divi no trīs informantiem kritiski norāda, ka Latvijā nav attīstījusies ne sektora izpratne, ne pats sektors.

4. Informanti izceļ tādas nozares kā mūzikas industriju, programmēšanas industriju, kino industriju, dizainu, kokrūpniecību, reklāmu, izdevniecību, IT.
5. Informanti uzskata, ka RI nozaru klasifikācijā galvenokārt būtu jāvadās pēc globāliem klasifikāciju piemēriem vai valsts dotāciju esamības, neesamības.
6. Kā spilgtākos un veiksmīgākos Latvijas RI sektora preču un pakalpojumu piemērus informanti min gleznotāju Viņu Celmiņu, grupu „Prāta vētra”, Agra Daņiļēviča „Dzirnas”, Latvijas Operas dziedātājus, Vecpiebalgas porcelāna rūpnīcu un "ZoFA" apavus.
7. Viena informante norāda, ka iespējams lietot gan jēdzienu kultūras industrijas, gan RI. Otrs informants nošķir kultūras industrijas no RI.
8. Viens no informantiem neatzīst RI atbalstu un dotācijas no valsts puses, savukārt otrs atbalsta saprātīgus atbalsta mehānismus no valsts puses, taču kā RI neatzīst tās nozares, institūcijas, kas saņem valsts dotācijas. Trešā informante neredz šķēršļus RI dotēšanai no valsts puses.
9. RI sektors kultūras pārstāvjiem paver plašākas iespējas gūt peļņu ar savu darbību, labvēlīgā konkurence rada pozitīvus ieguvumus, veicina kultūras nozares ilgtspējīgu attīstību. Viens no informantiem norāda uz zaudējumiem, ko rada KM ierobežotā finansējuma sadalīšana starp RI un kultūru un mākslu, tādejādi samazinās līdzekļi kultūras nozarei.
10. RI sektora attīstību neveicina pats izplūdušais RI uzstādījums un nekonkrētība, RI sektora identitātes trūkumu, RI sektora potenciāla neapzināšanās, nepiemērotā izglītību, kas neveicina radošuma attīstību. Būtu jāsekmē saprātīgs valsts naudas ieguldījums un atbalsts.
11. Divi no trīs informantiem uzskata, ka EM politiskā līmenī būtu jābūt atbildīgai par RI sektoru. Viens informants norāda uz līdzvērtīgu atbildību sadalījumu starp KM un EM.

## NOBEIGUMS

Bakalaura darbā izpētītā problemātika saistījās ar RI sektora un jēdziena mainīgo raksturu, kas savukārt veicina RI sektora atšķirības dažādu valstu praksēs. Viens no būtiskākajiem aspektiem ir RI sektora definēšana, jēdzienu lietojuma un nozaru klasifikācijas modeļu konkretizēšana attiecīgo valstu ietvaros. Ņemot vērā RI mainīgo dabu un to, ka RI jautājumi Latvijas politikas dienas kārtībā un sabiedrībā ienākuši salīdzinoši nesen, ir apgrūtināta vienotas RI izpratnes panākšana. Bakalaura darba mērķis bija izpētīt kā attīstījusies kultūras un radošo industriju konceptuālā izpratne sociālajās zinātnēs un kā atšķiras radošo industriju sektorā ieinteresēto pušu skatījums uz RI un to attīstības perspektīvām Latvijā. Lai sasniegtu darba mērķi, tika izvirzīti trīs galvenie uzdevumi.

Pirmais uzdevums bija izpētīt kultūras industriju un RI nozares veidošanās un attīstības atspoguļojumu teorētiskajos avotos. Konkrētais uzdevums tika izpildīts 1. nodaļā, kur, izpētot akadēmiskos avotus un politikas plānošanas dokumentus, izpētīta kultūras industriju un RI jēdziena veidošanās gan pasaulē, gan Latvijā. Var secināt, ka RI jēdziena priekštecis ir jēdziens kultūras industrija, kas sākotnēji raksturoja kultūras kapitalizācijas negatīvās sekas, bet vēlāk jau tika uzsvērs kultūras un mākslas pozitīvais ieguldījums ekonomikā. Aktualizējoties RI jēdzienam un veidojot RI politiku, Lielbritānijā RI sektors jau tika paplašināts, to nesaistot tīri tikai ar tradicionālām kultūras un mākslas aktivitātēm. Latvijā RI jēdziens ienāca caur britu pieredzi un uzsvēra kultūras lomu RI kontekstā, sektora sākotnējai raksturošanai pat tika izmantots kultūras un radošo industriju jēdziens. Taču arī Latvijā laika gaitā kultūras industrijas tiek nodalītas no RI.

Otrs uzdevums bija analizēt RI nozares būtiskākos raksturojumus un atslēgas jēdzienus- radošums, industrija, radošās industrijas, kultūras industrijas, radošā ekonomika. Uzdevums tika izpildīts 2. nodaļā, kur, balstoties uz dažādiem RI teorētiskiem un pētniekiem, tika analizēti abi RI pamatelementi, t.i. , radošums un industrijas. Konkrēto elementu analīze palīdzēja izprast RI būtību. 2. nodaļā tika atspoguļota arī RI jēdziena un klasifikācijas modeļu daudzveidība. Īpaša uzmanība tika pievērsta tieši kultūras industriju un RI saistībai un šo divu jēdzienu lietojumam. Tika analizēta RI saistība ar ekonomiku un radošās ekonomikas attīstību. Var secināt, ka RI sektors ir ļoti daudzpusīgs, jo atšķiras gan sektoru raksturojošie jēdzieni, definīcijas un nozaru klasifikācijas modeļi. Analizējot dažādus RI jomas raksturojumus, var secināt, ka pastāv arī RI koncepta un ar to saistīto elementu kritika.

Bakalaura darba trešais uzdevums bija izpētīt un izanalizēt pieredzi un izpratni par RI sektoru Latvijā, salīdzinot sektora attīstībā iesaistīto pušu priekšstatus par RI. Uzdevums tika izpildīts ar empīriskā kvalitatīvā pētījuma palīdzību, kurā tika veiktas 17 daļēji strukturētās

dziļās intervijas ar RI politikas veidotājiem un īstenotājiem, RI uzņēmējdarbības pārstāvjiem, kultūras nozares pārstāvjiem un akadēmiskās sfēras pārstāvjiem. Pētījuma rezultāti atspoguļoti 3. nodaļā. Konkrētajā pētījumā tika izvirzīti trīs galvenie pētnieciskie jautājumi. Viens no pētnieciskajiem jautājumiem bija saistīts ar kultūras industriju un RI jēdziena izpratni. Informantu viedoklis dalījās, jo tikai nedaudz vairāk kā pusei informantu viedoklis sakrīt ar oficiālajiem RI politikas veidotāju uzstādījumiem, ka kultūras industrijas un RI ir jānodala, pamatojoties uz valsts subsīdiju vai dotāciju piešķiršanu. Taču otra puse kultūras industrijas nenodala no RI un dotācijas neuzskata par kritēriju. Otrs pētnieciskais jautājums saistīts ar kultūras nozares pārstāvju ieguvumiem un/ vai zaudējumiem no RI sektora attīstības. Lielākā daļa informantu norādīja uz kultūras nozares pārstāvju ieguvumiem dažādos līmeņos. Vairākkārt tika uzsvērts tikai viens zaudējums, kas saistīts ar finansējuma sadalījumu starp RI pārstāvjiem un kultūras nozares pārstāvjiem KM ietvaros. Tas secīgi noved pie trešā pētnieciskā jautājuma, kas saistīts ar galvenās politiskās atbildības uzņemšanos par RI sektora attīstību. Lielākā daļa informantu uzskata, ka galvenā politiskā atbildība jāuzņemas nevis KM, kā tas bijis līdz šim, bet EM. Informanti pat izsakās kritiski par KM darbību konkrētajā jomā. Mazāk dominē uzskats, ka atbildībai jāpaliek KM kompetencē.

Ņemot vērā RI sektora atšķirības dažādu valstu praksēs, būtiski ir veidot vienotu RI izpratni katras konkrētās valsts ievaros, taču pēc iegūtajiem pētījuma rezultātiem ir skaidri redzams, ka izpratne par RI sektoru Latvijā atšķiras ne tikai starp dažādām RI sektorā iesaistītajām grupām, bet pat vienas grupa ievaros. Viedokļu atšķirības konkrēto grupu ietvaros liedz izdarīt salīdzinošus secinājumus par dažādo grupu kopējo izpratni. Informantu izteikumos konstatējama viedokļu daudzveidība ne tikai atbildot uz konkrētajiem pētnieciskajiem jautājumiem, bet arī sniedzot atbildes uz citiem jautājumiem. Viedokļu dažādība atspoguļojas jautājumos, piemēram, par RI sektora attīstības pakāpi, radošuma un industriju elementu nozīmi, RI saistību ar kultūru un mākslām, raksturīgākajām Latvijas RI sektora nozarēm un spilgtākajiem preču, pakalpojumu piemēriem u.tml. Pēc autores domām, būtiskākais aspekts, kas nosaka informantu RI izpratni, ir kultūras industriju un RI izpratnes specifika, jo informantu atbildes un viedoklis lielā mērā mainās no tā, vai informants RI klasifikācijā iekļauj vai neiekļauj subsidētās, dotētās nozares un institūcijas. Neskatoties uz politikas veidotāju mēģinājumiem subsidētās un dotētās nozares nošķirt no RI sektora, RI sektorā iesaistītajiem pārstāvjiem viedoklis atšķiras, līdz ar to atšķiras uzskati par raksturīgākajām nozarēm un produktu piemēriem utt.

Dažādu RI sektorā iesaistīto pārstāvju viedokļu daudzveidība neliecina par vienotu RI sektora izpratni, līdz ar to tas savukārt neveicina sektora kopējo attīstību. Vienota izpratne

būtu jāveicina gan sabiedrībā kopumā, gan dažādās RI sektorā iesaistītajās grupās, lai neveidotos situācija, kad visi runā par RI, bet katrs ar to saprot kaut ko citu.

RI izpēte ir jauns, plašs un potenciāls pētniecības lauks. Īpaša uzmanība pētniecībā būtu jāpievērš tieši RI sektoram Latvijā, ņemot vērā, ka sektors ir salīdzinoši jauns un daudzpusīgs. Bakalaura darba rezultāti liecina, ka Latvijā vēl nav izveidojusies vienota RI sektora izpratne, kas apgrūtina arī sektora kopējo attīstību. Jāņem vērā, ka 2013. gadā tika veikts ievērojams un plašs Latvijas RI pētījums, taču daļa bakalaura darba pētījumā intervēto RI sektora pārstāvju nebija informēti par konkrētā pētījuma pastāvēšanu, citi informanti pat kritizēja pētījumā izmantotās metodes un iegūtos rezultātus. Korekta un pamatota RI pētniecība un pētījumu popularizēšana ir viens no līdzekļiem kā veidot vienotu RI izpratni plašākā sabiedrībā un dažādās iesaistītajās grupās. Bakalaura darbs ir kā pamats tālākai RI problemātikas pētniecībai, ko autore vēlas īstenot arī turpinot maģistratūras studijas.

## KOPSAVILKUMS

- 1) Jēdziens kultūras industrija pirmo reizi parādījies 20.gs. 40tajos gados Frankfurtes skolas teorētiķu Teodora Adorno un Maksa Horkheimers darbā. Tā bija kultūras industriju kritika, kur kritizēta kultūras nonivelēšanās, ko izraisīja kultūras industrializācija un komercializēšanās kapitālistiskajā ražošanā.
- 2) Jēdziens RI pirmo reizi parādījās Austrālijas nacionālās kultūras politikas nostādņēs "Radošā Nācija" 1994.gadā, kur tika akcentāta kultūras, mākslas nozīme ekonomikā.
- 3) RI jēdziena un sektora pilnveidošana notika Lielbritānijā ap 1997.gadu. Valdība izveidoja Radošo industriju darba grupu, izstrādāja definīciju, noteica nozares, veica kartēšanu un veidoja RI politiku.
- 4) Kā politisks diskurss, RI pašas par sevi bija kļuvušas par veiksmīgu britu eksporta preci. Balstoties uz britu sasniegumiem RI jomā, pēc 2000. gada šo konceptu pārņēma un aktualizēja arī citas pasaules valstis.
- 5) Latvijā par kultūras tautsaimniecisko un ekonomisko vērtību sāk runāt 1990to gadu beigās. 2005. gadā Britu padome iepazīstināja ar RI konceptu un Latvijā RI jautājumus sāk risināt politiskā līmenī. Pats jēdziens valstiskā līmenī pirmo reizi minēts ilgtermiņa politikas pamatnostādņēs „Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015. gadam”.
- 6) Latvijas RI sektora attīstībā nozīmīga ir starpinstitucionāla sadarbība, taču galvenokārt par RI attīstību atbildīga KM, arī EM un IZM un šo ministriju padotības iestādes.
- 7) Ienākot RI konceptam Latvijā, pirmajos RI ziņojumos, politikas plānošanas dokumentos tika lietots kultūras un radošo industriju jēdziens, usvērta kultūras lomas nozīme. Pēdējā laikā politiskā un pētnieciskā līmenī kultūras industrijas tiek nodalītas no RI.
- 8) Viens no RI pamatelementiem ir radošums. Radošums ir cilvēku spēja radīt jaunas un nebijušas idejas, alternatīvas, attiecības, risinājumus vai iespējas. Mūsdienās radošums kļuvis par visvērtīgāko resursu un vienu no ekonomikas galvenajiem faktoriem.
- 9) Otrs RI pamatelements ir industrija. Industriju pamatā ir produktu ražošana ar rūpnieciskām metodēm, kam raksturīga mehanizācija, automatizācija u.tml.
- 10) RI kontekstā nemainīga paliek industriju komerciālā un uzņēmējdarbības puse, taču radošums tām piešķir personiskāku vērtību, rūpīgāku attieksmi un individuālākas attiecības.
- 11) RI definīciju un klasifikācijas modeļu dažādība un atšķirība parāda to, ka RI sektors nav konstants, ko vienveidīgi var pielāgot dažādām valstīm, ekonomikas modeļiem vai

- situācijām. RI mainīgā daba ļauj šim sektoram attīstīties dažādās valstīs un reģionos, neierobežojot to ar konkrētām definīcijām, taču saglabājot saturisko nozīmību.
- 12) Viena no pirmajām un plašāk izmantotajām RI definīcijām izveidota Lielbritānijā: „RI ir aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā, un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls celt labklājību un radīt darbavietas”.
  - 13) Dažādu valstu, organizāciju praksē tiek izmantoti atšķirīgi jēdzieni, kas raksturo RI sektoru, piemēram, izklaides un mediju industrijas, autortiesību industrijas, pieredzes industrijas jēdzienu, RI, kultūras industrijas, kultūras un radošās industrijas utt.
  - 14) Biežāk izmantie jēdzieni ir RI, kultūras industrijas, kultūras un radošo industriju. Dažkārt tiek pieņemts, ka RI jēdziens ir kaut kas plašāks un mūsdienīgāks, un tas aizstāj arī kultūras industriju jēdzienu. Citi autori apgalvo, ka jēdziens radošums ir pārāk plašs un neprecīzs, „atšķaida” kultūras dimensijas nozīmību, sajaucot to ar šīm industrijām, mākslīgi savienojot kultūru ar informāciju tehnoloģiju sektoriem, dažkārt pat ar zinātni. Citi savukārt atšķir kultūras industrijas no RI, pamatojoties uz radītāju ciešo saistību ar mākslu tās tradicionālajā izpratnē, turpretim RI tiek ieguldīts cilvēka radošumu, lai iznākumu saistītu ar ekonomikas sektoru.
  - 15) Neskatoties uz RI koncepta īso pastāvēšanas laiku, tas iemantojis arī kritisku attieksmi, piemēram, kā strīdīga politikas joma, kas veicina vienkāršotu skatījumu uz kultūras un ekonomikas apvienošanu, pārmērīgu radošā darba slavināšanu u.tml.
  - 16) Viens no būtiskākajiem RI aspektiem ir to saistība ar ekonomikas procesu veicināšanu. Radošā ekonomika ir ekonomikas modelis, kas lielā mērā balstās uz RI principiem, precēm un pakalpojumiem.
  - 17) Kā apliecina empīriskā pētījuma dati, izpretnes specifika par dažādiem ar RI sektoru saistītiem jautājumiem atšķiras ne tikai starp Latvijas RI politikas veidotājiem un īstenotājiem, RI uzņēmējdarbības pārstāvjiem, kultūras nozares pārstāvjiem, akadēmiskās sfēras pārstāvjiem, bet arī šo dažādo iesaistīto grupu vidū. Tas savukārt liedz izdarīt dažādo grupu viedokļu salīdzinošus secinājumus.
  - 18) Dažādu RI sektorā iesaistīto grupu pārstāvju viedoklis par kultūras industriju un RI saistību apmēram vienlīdzīgi iedalās divās grupās. Nedaudz vairāk kā puse uzskata, ka ir jānodala kultūras industrijas un RI, jo kultūras industrijas ir saistītas ar valsts dotāciju un resursu patērēšanu, bet RI balstās biznesa un uzņēmējdarbības principos. Tikai nedaudz mazāk kā puse uzskata, ka kultūras industrijas nebūtu jānodala no RI, ka tie ir sava veida sinonīmi vai kultūras industrijas iekļaujas RI klasifikācijā, jo

kultūra ir RI kodols. Informanti valsts dotācijas un subsīdijas neuzskata par kritēriju, kas konkrētas institūcijas vai nozares neļautu iekļaut RI klasifikācijā.

- 19) Kā galvenais kultūras nozares pārstāvju ieguvums no RI sektora attīstības vairākkārt tiek minēts pašu kultūras nozares pārstāvju iespēja skatīties biznesa virzienā, ar savu darbību un galaproduktiem gūt ienākumus un radīt peļņu. Vairākkārt tiek norādīts arī tas, ka RI sektors ir potenciāls darba lauks kultūras nozaru pārstāvjiem, sniedz plašākas darba iespējas. RI sektora attīstība ļauj kultūras nozares pārstāvjiem aktīvāk parādīt un pierādīt savu radošo potenciālu, veicinātu jauno kultūras nozares profesionāļu radošuma potenciāla apliecināšanu Latvijā uz vietas. Tiek norādīts arī uz plašajām un veiksmīgajām kultūras nozares un RI pārstāvju sadarbības iespējām, kuru rezultātā viens otru papildina un popularizē. Tas sasaucas arī ar pozitīvās konkurences pastāvēšanu, kas kultūras nozari padara daudzpusīgāku, kvalitatīvāku, atvērtāku dažādiem risinājumiem. Ņemot vērā, ka RI attīstība uzlabo ekonomisko situāciju valstī kopumā, valsts budžetā ir vairāk naudas, ko ir iespējams novirzīt tieši uz kultūras nozari. Taču vairākkārt izskan arī pretējs viedoklis, ka, ņemot vērā, ka kultūras nozare un RI ir KM kompetence, kultūras nozare zaudē finansējumu, jo uz KM budžetu pretendē arī visi RI pārstāvji.
- 20) Dažādu RI sektorā iesaistīto grupu pārstāvju viedoklis par galveno institūciju, kurai būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība par veiksmīgu RI sektora attīstību, dalās trīs grupās. Ar nedaudz lielāku pārsvaru dominē viedoklis, ka galvenā politiskā atbildība jāuzņemas EM, jo RI ir viena no ekonomikas nozarēm, kas saistīta ar uzņēmējdarbību un kapitalizāciju. Nedaudz mazāk pārstāvēts viedoklis, ka galvenā politiskā atbildība būtu jāuzņemas KM, jo RI nodarbojas tieši ar kultūras komercializāciju, kultūra galvenais ir RI pamatelements. Salīdzinoši mazāk tiek pārstāvēts viedoklis, ka līdzvērtīga atbildība būtu jāuzņemas gan EM, gan KM. Papildfunkcijas sektora attīstības veicināšanā varētu pildīt arī VARAM, IZM, ĀM, LM un FM

## IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

### Literatūra:

1. Davies, Rosamund and Gaulti Sigthorsson. *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. London ... [etc.]: SAGE, 2013.
2. Flew , Terry. *The Creative Industries: Culture and Policy*. London: SAGE, 2012.
3. Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class: Revisited*. New York: Basic Books, 2012.
4. Hartley, John, Jason Potts, Stuart Cunningham etc. *Key Concepts in Creative Industries*. London ... [etc.]: SAGE, 2013.
5. Hartley, John. *Creative industries*. Oxford: Blackwell, 2005.
6. Howkins, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2007/ 2001.
7. Lennart Swahn, Andreas and Staffan Svahn. *Creativity: A Science-based Outlook on Life and Work*. Bloomington, Indiana: AuthorHouse, 2008.

### Elektroniskie informācijas avoti:

8. Australian Policy Online. *Creative nation: Commonwealth cultural policy, October 1994*. Pieejams: <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>
9. British Council. *Mapping the Creative Industries: a toolkit*. Pieejams: <http://www.britishcouncil.org/china-arts-mcitolkit.htm>
10. Business Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.businessdictionary.com/definition/industry.html>
11. California State University, Northridge. *What is creativity?* Pieejams: <http://www.csun.edu/~vcpsy00h/creativity/define.htm>
12. *Creative industries- a summary of international research and comparisons*. Pieejams: [http://prosjektexpo.hiof.no/expo11/H11I06/project/Creative%20industries\(Final%20project\).doc](http://prosjektexpo.hiof.no/expo11/H11I06/project/Creative%20industries(Final%20project).doc)
13. *Creative industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010*. Pieejams: [http://creativecities.britishcouncil.org/knowledge-and-ideas-bank/element/155/creative\\_industries\\_in\\_estonia\\_latvia\\_lithuania](http://creativecities.britishcouncil.org/knowledge-and-ideas-bank/element/155/creative_industries_in_estonia_latvia_lithuania)
14. Flew, Terry . *Beyond ad hocery: Defining Creative Industries*. Pieejams: [http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew\\_beyond.pdf](http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf)

15. Karnīte R., Ābele D., Kubuliņa A. u.c. *Kultūras sektora tautsaimnieciskā nozīmīguma novērtējums*. Pieejams:  
[https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:bnEcqrDDLamJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starprnozares/petijumi/Kult\\_Sekt\\_Nozimig\\_1998.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESiZlcCQ9o63PAF\\_0YXZ7p8TGOIjxOtSzCI76jPqzcrM8zaCByPrYNabjwLqnU5\\_QeFOObN\\_SMAqtFIdNgoVg5yGwPl7xUpXrBqVP5RfHaGY1Znu1VIKG6OhwqN5phvmv0f0n01&sig=AHIEtbTvnN6Kks5myFPvjWgnpuQPEdRDMQ](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:bnEcqrDDLamJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starprnozares/petijumi/Kult_Sekt_Nozimig_1998.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESiZlcCQ9o63PAF_0YXZ7p8TGOIjxOtSzCI76jPqzcrM8zaCByPrYNabjwLqnU5_QeFOObN_SMAqtFIdNgoVg5yGwPl7xUpXrBqVP5RfHaGY1Znu1VIKG6OhwqN5phvmv0f0n01&sig=AHIEtbTvnN6Kks5myFPvjWgnpuQPEdRDMQ)
16. Karnīte R., Kļava M., Traubergs M. *Kultūras sektora tautsaimnieciskais nozīmīgums*. Pieejams:  
[https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Elw1cJJQhbEJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starprnozares/radosa/Kult\\_Sekt\\_Nozimig\\_1999.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESjGte5H3cGS8uYYBTOcJKyWq05sDjEx0S0UTZ1jB9ggfvvcq9\\_EMUu16\\_sYo3WmtcvuzRkFOyWWar0QRadcmx75Jgs6XxhAJPOfi1DxXE3QrZ6TkXQU0RRmPQQ030K59-WrfSVO7&sig=AHIEtbRoPkJR7ES38xwB\\_pldoxduRUvupQ](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Elw1cJJQhbEJ:www.km.gov.lv/lv/doc/starprnozares/radosa/Kult_Sekt_Nozimig_1999.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESjGte5H3cGS8uYYBTOcJKyWq05sDjEx0S0UTZ1jB9ggfvvcq9_EMUu16_sYo3WmtcvuzRkFOyWWar0QRadcmx75Jgs6XxhAJPOfi1DxXE3QrZ6TkXQU0RRmPQQ030K59-WrfSVO7&sig=AHIEtbRoPkJR7ES38xwB_pldoxduRUvupQ)
17. Kellner, Douglas. *The Frankfurt School*. Pieejams:  
[https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:5YADu0030dUJ:gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/frankfurtschool.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESg\\_Qxv0pnMQD5snIpMBd0vsCeJ2YW3SkuAdr\\_gCko9--FaWrdyD6MjyE48b9znQUZn2uhGijgD8ZflKmZ8ZAcMk5kC9UQehbYX5W53H4Y8Eh0k8CImmY4XZA8tD6gdfn0pYes5z&sig=AHIEtbS2KC\\_DvI3OrngtTZ9wsuweQp--tg](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:5YADu0030dUJ:gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/frankfurtschool.pdf+&hl=lv&gl=lv&pid=bl&srcid=ADGEESg_Qxv0pnMQD5snIpMBd0vsCeJ2YW3SkuAdr_gCko9--FaWrdyD6MjyE48b9znQUZn2uhGijgD8ZflKmZ8ZAcMk5kC9UQehbYX5W53H4Y8Eh0k8CImmY4XZA8tD6gdfn0pYes5z&sig=AHIEtbS2KC_DvI3OrngtTZ9wsuweQp--tg)
18. Kļava, Anda. *Radošās industrijas- radošums ar ierobežotu atbildību*. Pieejams:  
<http://www.studija.lv/?parent=837>
19. Latvijas Dizaineru savienība. *Par radošajām industrijām*. Pieejams:  
<http://www.design.lv/dizaina-teorija/74:rad-industrijas>
20. Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *KM sākusī darbu pie „Radošās Latvijas” izveides*. Pieejams: [http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news\\_id=2477](http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=2477)
21. Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Kultūras un radošās industrijas. Institūcijas un sadarbības partneri*. Pieejams:  
<http://www.km.gov.lv/lv/starprnozares/radosa/institucijas.html>
22. Latvijas Republikas Kultūras Ministrija. *Kultūras un radošās industrijas*. Pieejams:  
[http://www.km.gov.lv/lv/starprnozares/radosas\\_industrijas.html](http://www.km.gov.lv/lv/starprnozares/radosas_industrijas.html)
23. Latvijas Republikas Kultūras Ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015.gadam. Nacionāla valsts*. Pieejams:  
<http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/vadlinijas.html>

24. Latvijas Republikas Ministru kabinets. *Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā*. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658>
25. Latvijas Universitāte. *Kreativitātes jeb radošuma jēdziens*. Pieejams: <http://profizgl.lu.lv/mod/book/view.php?id=12113&chapterid=3338>
26. LZA Terminoloģijas komisija. *Ekonomikas terminoloģijas apakškomisijā pieņemtie termini un definīcijas*. Pieejams: <http://termini.lza.lv/article.php?id=115>
27. Macmillan Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/industry>
28. Miķelsone A., Gubins S., Vanags A. *Radošās industrijas Latvijā (2007.gads)*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starпноzares/radosa/petijumi.html>
29. Vanags, Alfs, Anda Miķelsone un Sergejs Gubins. *Radošās industrijas Latvijā 2007*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starпноzares/radosa/petijumi.html>
30. O'Connor, Justin. *The Definitions of Cultural Industries*. Pieejams: <http://www.pedrobendassolli.com/pesquisa/icc1.pdf>
31. Ozola, Evelīna. *Kad industrijas kļuva radošas?* Pieejams: <http://www.fold.lv/2013/04/kad-industrijas-kluva-radosas/>
32. Par pedagoģiju. *Radošums/ kreativitāte*. Pieejams: <http://pudane.wordpress.com/2011/10/21/radosumskreativitate/>
33. Personu apvienība SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts”. *Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai*. Pieejams: <http://www.slideshare.net/GaaKaa/latvijas-radoo-industriju-darbba-un-prieknoteikumi-nozares-mrtiecgai-attstbai>
34. Real Clear World. *Tony Blair and End of Cool Britannia*. Pieejams: [http://www.realclearworld.com/articles/2009/12/28/tony\\_blair\\_and\\_end\\_of\\_cool\\_britannia\\_97449.html](http://www.realclearworld.com/articles/2009/12/28/tony_blair_and_end_of_cool_britannia_97449.html)
35. Smiltnieks, Aigars. *Radošās industrijas stāvoklis un perspektīvas Rīgas plānošanas reģionā*. Pieejams: <http://www.sif.lv/nodevumi/nodevumi/4149/Petijums%20rad%20ind%20RigaReg.pdf>
36. The Free Dictionary. *Industry*. Pieejams: <http://www.thefreedictionary.com/industry>
37. The United Nations. *Creative economy. Report 2008*. Pieejams: [http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf)
38. The Work Foundation. *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*. Pieejams: <http://www.theworkfoundation.com/Reports/176/Staying-Ahead-The-economic-performance-of-the-UK39s-creative-industries-overview>

39. Trautmann, Maria. *Top 10 creativity definition*. Pieejams: <http://celestra.ca/top-10-creativity-definitions/>
40. UNCTAD. *Creative Economy. Report 2010*. Pieejams: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf)
41. UNESCO. *Understanding Creative Industries. Cultural statistics for public-policy making*. Pieejams: [http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural\\_stat\\_EN.pdf/cultural\\_stat\\_EN.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf)
42. United Nations, UNDP, UNESCO. *Creative Economy Report 2013. Special Edition*. Pieejams: [www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf](http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf)
43. Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija. *Nacionālais attīstības plans 2007.- 2013.gadam*. Pieejams: [http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas\\_veidi/tap/lv/?doc=13524](http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/tap/lv/?doc=13524)

## ANNOTATION

The thesis called **“Changes of the concept of the cultural and creative industries and understanding specificity in various participating groups in the sector of Latvian creative industries”** is written by Dārta Dīvāne. The concept creative industries now is one of the main topics in the world of economy and culture. Creative industries are based on innovations, which is the main issue in economic and social life of economically developed countries. A variety of culture and human creative actions can be turned into a new innovative product, which further can develop national economy. But at the same time, the concept of the creative industries is relatively new and not yet totally understood both globally and in Latvia. There is a need for further and deeper research to develop a common understanding of creative industries in Latvia to develop sector in general.

The aim of this work is to explore development of the conceptual understanding of cultural and creative industries in social sciences and development perspectives and understanding specificity in various participating groups in the sector of Latvian creative industries.

The first chapter describes the origin of cultural and creative industries concept and term. The term culture industry first was used in 1940s, the Frankfurt School generated one of the first models of critical cultural studies. The term creative industries first was used in Australian government report “Creative Nation” in 1994. But policy of creative industries was made in United Kingdom in 1997. Latvia adopted the concept of creative industries with help of British Council in 2005.

The second chapter describes the term of creative industries, connection of cultural and creative industries and other related characteristics. The term creative industries consists from two different core elements – creativity and industries, which together makes a new sector, where combines culture, art, technologies and business. There are a variety of creative industries definitions and models, they depend on specific practices in different countries, culture and creative industries is one of these models. With development of creative industries, develops creative economy.

The third chapter, based on empirical research, shows the different understanding of concept of cultural and creative industries in a various participating groups in the sector of Latvian creative industries- representatives of policy-makers and implementers, representatives of creative industries businesses, representatives of culture sector and representatives of academic sphere.

## PIELIKUMI

## Dziļo interviju vadlīnijas

Tēma:	Precizēti jautājumi:
Informanta saistība ar RI :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kāda ir Jūsu <b>specialitātes/ profesijas/ nodarbošanās saistība</b> ar RI? Kā Jūs raksturotu savu saistību ar RI?</li> <li>• Vai <b>jūtaties piederīgs/a</b> RI sektoram? Kāpēc jā vai nē?</li> </ul>
RI izpratne un raksturojums:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kā <b>Jūs saprotat un raksturotu</b>, kas ir RI? Kas ir tas RI sektoram raksturīgākais?</li> <li>• Kā Jūs raksturotu RI <b>situāciju, sektora attīstību Latvijā pašreiz?</b></li> <li>• Kā Jūs izprotat pašu vārdu savienojumu „radošās industrijas”? Cik svarīgs ir <b>radošuma</b>, cik <b>industriju</b> aspekts? Kā tie izpaužas RI?</li> <li>• Kādas, pēc Jūsu domām, ir Latvijas raksturīgākās RI <b>nozares</b>? Nozares, kuras obligāti būtu/ nebūtu jāiekļauj?</li> <li>• Kuras <b>preces</b> un/vai <b>pakalpojumus</b> varētu uzskatīt pat veiksmīgiem RI piemēriem LV kontekstā?</li> </ul>
RI saistība ar kultūras industrijām, kultūras nozari:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kā Jūs raksturotu atšķirību/ saistību starp RI un kultūras industrijām?</li> <li>• Kā Jūs <b>raksturotu</b>, kas ir kultūras industrijas?</li> <li>• Vai kultūras industrijas <b>iekļaujas/ būtu/ nebūtu jāiekļauj</b> Latvijas RI sektorā? Kāpēc?</li> <li>• Kāda vispār Jūsaprāt ir <b>kultūras / kultūras nozares pārstāvju loma</b> RI?</li> <li>• Vai kultūras nozarē strādājošajiem vispār ir/ nav kādi <b>ieguvumi no RI attīstības</b> Latvijā? Kādi?</li> </ul>
RI attīstības priekšnosacījumi:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kādi, Jūsaprāt, ir galvenie RI attīstības <b>priekšnosacījumi/ traucējumi</b> LV?</li> <li>• Pēc Jūsu domām, RI jāskata vairāk kā ar <b>kultūru vai ekonomiku saistīta nozare?</b></li> <li>• Kam/ kurai institūcijai pēc Jūsu domām būtu jāuzņemas galvenā <b>politiskā atbildība</b> par RI sektora attīstību LV? KM/ EM? Citai politikas veidotāju institūcijai?</li> </ul>

**Bakalaura darba empīriskā pētījuma izlasē iekļauto informantu saraksts**

<b>Informanta vārds, uzvārds</b>	<b>Pārstāvētā organizācija, amats, nodarbošanās</b>	<b>Intervijas datums</b>	<b>Intervijas laiks</b>	<b>Intervijas ilgums</b>	<b>Intervijas vieta</b>
Signe Adamoviča	KM Radošo industriju nodaļas vadītāja	22. aprīlis	16:00	42 min.	KM
Anna Pavlina	KM Finanšu instrumentu attīstības nodaļas vecākā referente	23. aprīlis	12:00	28 min.	Uzvaras parks
Evelīna Ozola	FOLD redaktore	25. aprīlis	15:00	49 min.	Kalnciema kvartāls
Una Vanaga	EM Inovāciju nodaļas vadītāja	15. aprīlis	10:00	37 min.	EM
Zane Biteniece	LIAA Eksporta veicināšanas nodaļas vecākā projektu vadītāja	16. aprīlis	11:00	39 min.	LIAA
Renāte Punka	„Jāņa Rozes” apgāda direktore	24. aprīlis	14:00	53 min.	„Jāņa Rozes” birojs
Sabīne Rapa	Radošās reklāmas aģentūras „MOOZ” projektu direktore	10. aprīlis	9:00	30 min.	„MOOZ” birojs
Ingus Augstkalns	„Aerodium Technologies” līdzdibinātājs	28. aprīlis	14:00	39 min.	„Cube” birojs
Liene Kuplā	Biznesa inkubatora „Creative Andrejsala” projektu vadītāja	11. aprīlis	14:30	41 min.	Biznesa inkubators „Creative Andrejsala”
Anna Sīle	„Dirty Deal Teatro” direktore	9. aprīlis	13:00	51 min.	„Dirty Deal Teatro”
Guna Zučika	„Prāta vētra” starptautisko un sabiedrisko attiecību menedžere	23. aprīlis	10:00	47 min.	Double Coffee
Barbara Ābele	LMA Dizaina nodaļas asociētā profesore, tekstilmāksliniece	15. aprīlis	13:30	1 h 2 min.	LMA
Patrīcija Brekte	Māksliniece, mākslas studijas „Peahen” valdes locekle	9. aprīlis	16:00	35 min.	Mākslas studija „Peahen”
Ieva Zībārte	Arhitekta, publiciste, izdevēja, uzņēmēja	23. aprīlis	16:00	58 min.	„Lukabuka” birojs
Tatjana Voklova	Banku augstskolas profesore	29. aprīlis	15:45	30 min.	Banku augstskola
Ivars Bērziņš	LKA profesors	11. aprīlis	10:00	46 min.	Skype
Gints Klāsons	Pētnieks	10. aprīlis	16:00	45 min.	LKA

Informanta vārds, uzvārds, nodarbošanās: **Gints Klāsons** → pētnieks, pētījuma „Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai” (2013) vadītājs  
Dziļās intervijas norises vieta: **Latvijas Kultūras akadēmija, Ludzas 24**  
Dziļās intervijas norises laiks: **10.04.2014. plkst. 16:30**  
Dziļās intervijas norises ilgums: **45 minūtes 23 sekundes**

**Transkripcija:**

Intervētājs (I): **Dārta Dīvāne**

Respondents (R): **Gints Klāsons**

**I:** Labdien, mani sauc Dārta Dīvāne, esmu LKA KSM 4.kursa studente un veicu bakalaura darbu par kultūras un radošo industriju (RI) koncepta izmaiņām un dažādu radošajās industrijās iesaistīto pušu skatījumu uz radošo industriju attīstību. Bakalaura darba ietvaros veicu intervijas ar dažādiem RI iesaistīto pušu pārstāvjiem un Tu esat izvēlēta kā akadēmiskās sfēras pārstāvis, precīzāk kā pētnieciskā sektora pārstāvis. Pirms ķeramies pie konkrētiem jautājumiem, lūdzu, nosauciet savu vārdu, uzvārdu, nodarbošanos u.tml.

**R:** Mani sauc Gints Klāsons. Mana nodarbošanās ir pētnieks, pēc izglītības esmu sociologs, bet sevi par sociologu nesaucu, bet par pētnieku. Mana saistība ar RI ir tāda, ka pagājušogad vadīju Kultūras ministrijai vienu to lielāko pētījumu. Un tā atšķirība no citiem pētījumiem bija tāda, ka mūsu pētījumā mēs mēģinājām saprast un nodefinēt tieši, kuras ir tās RI. Parasti ir definīcijas un apraksti, bet uzreiz rodas jautājums, kuras tad pieskaitīt.

**I:** Kāda vispār līdz šim ir bijusi RI pētniecības prakse Latvijā, kāds ir bijis pētījumu skaits?

**R:** Es domāju, ka ir bijis daudz pētījumu, kā minējis kādi 5. Tas ir daudz, jo tā joma nav ļoti sena. Bet tie pētījumi pamatā koncentrējušies uz pēc iespējas precīzāku definējumu, bet īsti nav nekad gājuši tādā izvērtējamā, kad mēs varam pateikt ne tikai to, kas ir RI, bet arī cik liela tā ir vai šādai industrijai ir kādi efekti. Tā kā skaitliski pētījumi ir pietiekoši, bet problēma ir tajā, ka tie nav gājuši tādā sociāli ekonomiskās izpētes virzienā.

**I:** Kā vispār parādījās Tava pētnieciskā interese par RI? Kā Tu tieši nonācāt pie šī lielā KM pētījuma? Varbūt tā bija tāda pirmā saskare?

**R:** Mana atbilde Tev noteikti daudz nepalīdzēs, jo tas bija KM konkurss, līdz ar to viņi izsludināja konkursu, bet es piesakos uz daudzām un dažādām tēmām, tā bija viena no tēmām.

**I:** Varbūt tagad mēs varētu pievērsties jautājumiem par sākotnējo RI izpratni no Tava skatupunkta, kāda tā bija pirms šī lielā pētījuma? Vai Tu atceries, kad Latvijā vispār sāka runāt par RI, kāda bija sākotnējā to izpratne?

**R:** Par attieksmi es visdrīzāk teikšu, ka nē, jo man nebija tāds mērķis mainīt attieksmi jebkādas mērķa grupās. Ja būtu bijis tāds mērķis, tad es pieļauju, ka mēs viņu būtu taisījuši savādāk, bet mums bija citi mērķi- savākt statistisku informāciju un pateikt, kas tas tāds ir. Bet kopumā noteikti izpratne ir mainījusies un galvenais nodalījums ir starp kultūru un radošajām industrijām. Arī KM mājaslapā viņiem tas iet kopā, līdz ar to kultūras cilvēki varētu domāt, ka tad, kad runā par RI, runā par viņiem. Bet savukārt RI varētu domāt, kad runā par kultūru, tad runā arī par viņiem. Bet man liekas, ka īpaši Latvijā, kur nav tik skaidra izpratne par definīcijām, vajadzētu skaidri nodalīt, ka ir divas lietas- kultūras industrijas un RI. Es to atšķirību saskatu tajā, kāds ir mērķis. Kultūras industrijai nav jābūt mērķim peļņai, kultūru var dotēt valsts. RI ir tāds ekonomikas sektors kā jebkurš cits, tā ir komercdarbība. Tas ir tas, kurā virzienā aizvien vairāk saprot cilvēki.

**I:** Kāda varbūt vispār ir tā kultūras, kultūras nozares pārstāvju loma RI? Kāda ir saistība starp tradicionāliem kultūras nozares pārstāvjiem un RI sektoru?

**R:** Pēc definīcijas saistība ir tāda, ka RI paņem to, ko ir uztaisījis kultūras cilvēks un izdomā kā to var pārdot.

**I:** Vai kāds cits cilvēks paņem to, ko ir izdomājis kultūras nozares cilvēks, vai viņš pats mēģina no pārdot?

**R:** Ja tu esi aktieris, tad atnāk producenti, kas ir RI, un viņš māc tevi pārdot. Tas ir tā, ja pavisam vienkārši pārvērš. Bet tādā praktiskā veidā, Latvijā man liekas, ka tas ir grūti nodalāms. Viens iemesls, ka mums jau nav daudzu gadu RI pieredzes kā tas viss veidojas. Tagad spēcīgāk Ekonomikas ministrija kopā ar Kultūras ministriju sāk strādāt dizaina virzienā. Man liekas, ka tas ir tāds teorētisks jautājums, es pēc praksēm tā neredzu.

**I:** Kāpēc es par to runāju, jo viens no maniem pētnieciskajiem jautājumiem ir saistīts ar to, kāds vispār ir kultūras nozarē strādājošo ieguvums no tā, ka Latvijā attīstās RI sektors? Varbūt tas rada tieši kaut kādus traucējumus, piemēram, tā paša finansējuma apgūšanā?

**R:** Atkarībā no tā, ko Tu sauc par kultūras nozari?

**I:** Tas, kas tiek vairāk tradicionāli saprasts ar kultūru, piemēram, teātris, vizuālā māksla, mūzika, literatūra u.c. ?

**R:** Okey, nu ...[klusums]

**I:** Varbūt tas ir mainīgi un atkarīgs no konkrētās nozares, piemēram, varbūt, ja strādā arhitektūras nozarē, tad ir lielāks ieguvums no RI attīstības, nekā darbojoties vizuālajā mākslā?

**R:** Piemēram, pēc mūsu pētījuma klasifikācijas arhitektūra vispār ir pilnībā RI, tur ar kultūru nav nekāda sakara. Tās saiknes varētu būt ar teātri, mūziku, glezniecību. Es uzskatu, ka efekti jebkurā gadījumā būs pozitīvi, jo pat, ja īstermiņā RI atņem tradicionālam teātrim finansējumu, ko varētu dabūt tradicionālai teātris dabū, piemēram, kaut kāda producentu apvienība, tad ilgtermiņā vajadzētu būt tā, ka kļūstot populārākam teātrim vispār, ka cilvēkiem ir lielāka izvēle uz kuru teātri iet, cilvēki uz teātri sāk iet vairāk. Pat, ja tev šodien atņem naudu, tad tev 5 vai 7 gadu termiņā sāk nākt vairāk skatītāji, tāpēc, ka ir lielāka izvēle. Arī tas, ka tev ir vairāk konkurentu, kas nedzīvo tikai no valsts naudas, bet paši pelna naudu ar saviem producētajiem darbiem, viņi liek arī tev taisīt nevis viena veida pasākumus, bet īpaši piedomāt par repertuāru, viņi piespiež arī tevi domāt kā tu vari piesaistīt skatītāju. Ilgtermiņā tas ir pozitīvs ieguvums. Jā, īstermiņā RI var traucēt kultūras nozares attīstību, atņemt finansējumu, jo RI ir komercsektors, kas pēc definīcijas ir agresīvāks. Taču ilgtermiņā es saskatu tikai pozitīvas lietas.

**I:** Un kā, pēc Tavām domām, ir ar teātriem, kuri, piemēram, ir valsts teātri un saņem valsts dotācijas, un ar teātriem, kuri ir veidoti pēc personīgas iniciatīvas, kuri spēj gan paši kaut ko nopelnīt, gan prasa arī no valsts finansiālu palīdzību? Kā ir ar šādu teātru klasifikāciju RI kontekstā?

**R:** Mūsu pētījumā mēs iekļāvām tikai tos teātrus, kuri pēc statistikas klasificējas kā komercuzņēmums, respektīvi, pilnībā privāts teātris. Ja tas ir valsts, pašvaldības teātris, mēs viņu neuzskatījām par RI. Respektīvi, RI ir tikai tās, kur ir privāta nauda, viņi var piesaistīt arī valsts naudu, bet, ja tās nav dotācijas, tas iekļaujas RI sektorā. Ja tās ir dotācijas, tad tas ir valsts teātris, kurš iekļaujas kultūras sektora klasifikācijā.

**I:** Vai Tu varētu tā īsi raksturot, kāda ir RI izpratne Latvijā? Un kāda, Tavuprāt, vispār ir RI sektora attīstības pakāpe? Vai mēs vēl esam pie tāda sektora sākuma stāvokļa, vai jau vērojama sektora potenciāla attīstība?

**R:** Es noteikti uzskatu, ka mēs neesam ne izpratnē, ne sektora attīstībā kaut kur tālu tikuši. Paši RI pārstāvji noteikti sevi neidentificē kā kaut kādu atsevišķu sektoru. Viņi varbūt identificē sevi kā arhitektūras pārstāvji, teātra pārstāvji, bet ne kā RI sektors. Es visdrīzāk teiktu, ka tāda jēdziena praktiski nav Latvijā.

**I:** Vēl bija šis jautājums par situācijas raksturojumu, kas, Tavuprāt, ir šis specifiskais Latvijas RI?

**R:** Mums liela daļa no RI ir nevis industrija, kas nozīmē, ka tur apgrozās nauda, peļņa, bet tie ir dzīvesveida uzņēmumi, uzņēmēji. Piemēram, paņem telpu, ko iedod dome, par zemāku īres maksu vai nekādu maksu, un uztaisām tur vietu, kur draugi par savākties. Tas nav business, bet dzīvesveids. Es teiktu, ka viena no galvenajām mūsu RI problēmām ir tā, ka mums RI attīstās un dzīvo uz projektu naudām, ko var dabūt konkursos, biznesa inkubatoros, bet tur neveidojas business. Šos jaunus sadibinātos uzņēmumus, piemēram, mazas kafejnīcas, mazas producentu apvienības nespēj pārvērsties par biznesu, un to īsti nevar saukt par RI. Bet tas ir tas, kas pie mums ir, pie mums ir atsevišķi sektori, piemēram, arhitektūra, dizains daļēji, kurus varētu saukt par pilnvērtīgu RI, bet pārējais vairāk vai mazāk darbojas pēc tāda principa, ka tev patīk, ja tev būtu kafejnīca, tu dabū naudu, uztaisi kafejnīcu un gadu tu vari turēt kafejnīcu – tā nav industrija.

**I:** Tad mēs varbūt varētu pievērsties pašam vārdu savienojumam RI, kas sastāv no šiem diviem elementiem- radošuma un industrijas. Kurš no šiem elementiem vairāk dominē šajā vārdu savienojumā un vairāk nosaka RI būtību?

**R:** Būtību pasaka industrija, jo nosaukt jebkādu sektoru var kā grib. Tā galvenā lieta, manuprāt, ir tā, kas ir tie efekti, ko mēs no šī sektora sagaidām, to, ka tas valsts budžetā nes lielākus līdzekļus, ieņēmumus. Tik pat labi mēs varam nedefinēt, ka RI jābūt sociālam efektam, kas nozīmē, ka mēs uzskatām, ka ir ļoti labi pat, ja tas nav business, bet tas var nodrošināt tos divus, trīs cilvēkus, kas ar to nodarbojas. Tas, piemēram, ir ļoti labi Labklājības ministrijai, jo pie viņiem neiet cilvēki uz bezdarbniekiem, bet paši divatā vai trijatā kaut ko dara, kaut vai to pašu kafejnīcu uztur un atpelna sevi. Tāpēc es uzskatu, ka galvenais ir industrija un, ja mēs sakām, ka no šīs industrijas mēs gribam ekonomisku atdevi, tad radošums definē tikai to veidu kā tā industrija darbojas, nevis mēs definējam to, ka jebkurš, kurš radoši izpaužas un gadā uzzīmē trīs gleznas, un tās pārdot, varot no tā izdzīvot, ir RI, tam nav nekāda sakara ar RI. Pēc manas saprašanas, tieši tas, ka tam ir jābūt biznesam, ir tas, kā pie mums to vajadzētu izprast un tikai tam dot valsts naudu. Jāpievērš uzmanība visa RI sekota kopējai attīstībai un peļņas gūšanai, jo naudu var iedot 10 uzņēmumiem, bet pēc tam tikai viens izdzīvo, kas atpelna to visu, kas tika iedots 10 uzņēmumiem. Es uzskatu, ka industrija ir tas, kas definē RI.

**I:** Bet kā ir ar radošuma aspektu? Tas vairāk asociējas ar tādu māksliniecisku radošumu vai tas nav noteicošais? Tik pat labi tas var būt tāds tehnoloģiskais, zinātniskais radošums? Cik liela loma ir tieši tādām mākslinieciskajam radošumam, kas saistīts ar dažādām kultūras un mākslas izpausmēm, RI kontekstā?

**R:** Es domāju, ka mākslinieciskais radošums ir primārs. Ļoti tuva tēma varētu būt inovatīvā uzņēmējdarbība. Inovācijā ir arī kaut kāds radošuma elements, bet, manuprāt, tā ir pavisam cita joma, kam nav skara ar RI. Jo inovācija, piemēram, ir, kad jebkurš uzņēmums, kurš no vecas tehnoloģijas pāriet uz jaunu, tur nav nekāda radošuma elementa. Es domāju, ka primārā ir radošuma saistība ar mākslu un kultūru, to, ka tas ir mākslas un kultūras produkts, kam ir potenciāls pelnīt naudu.

**I:** Bieži par RI uzskata dažādus sociālos projektus, radošās darbnīcas, mākslas nodarbības. Kāda ir Tava attieksme šajā jautājumā?

**R:** Ja viņi nepelna naudu, tad tā nav RI.

**I:** Tad mēs tālāk varētu pievērsties tieši RI un ekonomikas saistībai. Cik liela ir šī RI sektora ekonomiskā atdeva, vai Latvijas kontekstā var runāt par radošās ekonomikas attīstību?

**R:** Viss atkarīgs no tā, ko mēs ieskaitam RI, jo vismaz Latvijā tā ir galvenā problēma, ka mēs īsti tik ļoti precīzi nevaram uzskaitīt. Arī tas, ko mēs esam pētījumā izdarījuši, nav tas, kā tam vajadzētu ideāli izskatīties, jo mums statistika ir tāda, kāda viņa ir pieejama. Piemēram, ja mēs skatītos uz galdniecības jomu, tad ir viena daļa no galdniecības, ko varētu uzskatīt par RI, tur, kur ir specifiski dizaina produkti, bet mūsu statistika dizainu uzskaita vienā kaudzē, līdz ar to nevar pateikt, cik lielu procentu no tās kaudzes veido tieši RI. Tas pats ir, piemēram, ar frizieriem, jo ir daudzas frizētavas, kas vienkārši griež matus, bet ir arī frizētavas, kuras varētu saukt par dizaina frizētavām. Taču visas tiek uzskaitītas kā frizētavas,

līdz ar to mēs nezināma, cik liela daļa ir šī specifiskā RI daļa. Tā ir tā metodoloģiskā problēma, kāpēc mēs īsti līdz galam nevaram saskaitīt. Bet, ja mēs skaitam pat to maksimālo vērtību, ieskaitot visu galdniecību un visus frizierus, tad jautājums ir tas, ko mēs uzskatām par būtisku vai nebūtisku ieguldījumu ekonomikā.

**I:** Varbūt salīdzinājumā ar citiem sektoriem?

**R:** Es uzskatu, ka nav īsti korekti salīdzināt RI ar ražošanu, jo masu produktu ražošanai vienmēr būs lielāks apgrozījums, peļņa, eksports. RI nebūs milzīgi lieli eksportētāji, bet RI var dot ieguldījumu tajā, ka kāds, kas kaut ko ražo, sadarbojas ar dizaineriem, kas izdomā kā to produktu dizainiski uzlabot, un tad to var pārdot dārgāk. Tas uzlabo uzņēmuma peļņu, bet pati RI noteikti nebūs tā, kam būs ļoti liela peļņa. Kā sektors RI ir mazs, pēc mūs pētījuma četri RI sektori sanāca kādi 5% no visas kopējās ekonomikas, bet kopā ar saistītajām nozarēm apmēram vēl tik pat. Tas nav liels sektors, bet nav atkarīgs no tā, cik tas ir liels sektors, jo varbūt uz vienu strādājošo tur ir lielāka pievienotā vērtība nekā citos sektoros. Bet tas ir interpretācijas jautājums.

**I:** Kas ir tas, kas parastu produktu pārvērš par RI produktu? Tu jau minēji to dizaina pievienotā vērtību, bet varbūt ir vēl kaut kas?

**R:** Ne visi produkti ir tādi, kas vēlāk kļūst par RI. Piemēram, ja tu esi privāts teātris, tad tu esi RI jau tajā brīdī, kad tu uztaisi savu uzņēmumu, ja tu nodarbojies ar privātu teātra darbību vai pasākumu producēšanu. Bet ekonomiskie efekti droši vien ir lielāki tur, kur RI iet kopā ar citu industriju, bet tur mēs nevaram vairs nomērīt to efektu, ko rada tieši radošais. Jo, piemēram, tu esi ražotājs un tev ir kaut kāds produkts, piemēram, šī dīvainā kaste, kas te stāv [norāda uz personālā datoru sistēmbloku]. Nu, lūk, atnāk dizaineris un izdomā kā viņu uztaisīt tā, lai tad, kad es viņu ieraugu, gribu viņu nopirkt uzreiz. Bet kā tagad pateikt, vai tā kaste ir galvenā, vai tas, ko ir izdarījis dizaineris ar viņu? Tur rodas problēma, bet efekts būs lielāks, jo tā kaste būs dārgāka un noteikti nopelnīs vairāk, nekā tas, ka tu spēlē teātri vai tev ir maza specifiska dizaina kafejnīca. Dizains ir joma, kur to var vislabāk redzēt.

**I:** Varbūt kuras vēl ir tās Latvijai raksturīgākās RI nozares?

**R:** Dizains statistikā nav spēcīga. Pētījuma statistikā mums uzrādījās, ka viens no lielākajiem RI sektoriem ir kokrūpniecība. Tas ir tāpēc, ka līdz ko mēs pieskaitām visu galdniecību, un nevaram nodalīt dizainu, sanāk, ka tas ir liels sektors. Koks ir liels sektors Latvijas ekonomikā, bet tas nenozīmē, ka reāli tā visa ir RI, to vienkārši nevar nodalīt viņu. Dizains nē, bet reklāmas sektors ir bijis liels, bet pēdējos gados tas ir mazāks. Izdevniecību darbība, piemēram, grāmatu, žurnālu izdošana, arī kļūst mazāks. Augošs sektors principā ir tas, kas saistīts ar internetu. Dizains dalās ļoti daudzos dizainos (vides, produktu dizains), un arī mums tā uzskaitē statistikā nav tik precīza, lai nodalītu katru to dizaina veidu un savāktu pēc tam kopā. Bet ja skatās uz cipariem, tad augošs ir tas, kas ir internets. Bet mums arī nav īsti kāda atskaites punkta ar ko salīdzināt to izaugsmi, jo skaidrs, ka internets kopumā attīstās, līdz ar to īsti nevar pateikt vai tā ir vienkārši interneta attīstība, vai tā saistīta ar RI attīstību, tas ir tāds interpretācijas jautājums.

**I:** Tu jau iepriekš minēji, ka problemātiskais jautājums ir RI nozaru klasifikācija. Arī pasaules praksē kā RI tiek klasificētas daudzas un dažādas nozares, piemēram, pat sports, zooloģiskie dārzi. Kas varbūt ir tas, kas ko nevajadzētu iekļaut Latvijas RI klasifikācijā, no kādām nozarēm ir jāizvairās? Kuras varbūt būtu tās nozares, kuras vēl būtu jāklasificē kā RI, vai arī pētījumā ir aptverts šis nozaru maksimums?

**R:** Viss atkarīgs, ko grib ar to darīt pēc tam. Nodefinēt var jebko, bet ko ar to grib darīt? Ja uz RI mēs gribam skatīties un uzskaitīt no tāda viedokļa, kā saprast vai tur ir vajadzīgs valsts atbalsts, kāds valsts atbalsts un cik liels, tad es to galveno problēmu un jautājumā redzu tajā- nodalīt radošās no kultūras. Pateikt to, kas ir tas kultūras nozarē, ko mēs dotējam, nedotējam; RI, kas ir tas, ko mēs dodam tur biznesa uzsākšanai, biznesa attīstības finansējumi. Galvenais ir šīs divas lietas nodalīt. Sports man liekas ir kaut kas pilnīgi cits, protams, tādās lietās kā Olimpiāžu rīkošana, tur uzreiz ir klāt RI, bet tāpēc sportam nav jābūt iedalītam RI. Tur vienkārši piedalās producenti, aktieri, dziedātāji utt., bet viņi no cita sektora

[RI] vienkārši izpaužas šajā sektorā, bet tāpēc sports uzreiz nekļūst par RI. Jā, botāniskie dārzi, muzeji un atpūtas parki bieži vien tiek ieskaitīti RI, bet tā varētu būt, ja vien tie nav valsts uzturēti muzeji, atpūtas parki, tad tur ir argumenti, kāpēc tie tiek ieskaitīti RI.

**I:** Kuras preces un/vai pakalpojumu, pēc Tavām domām, ir spilgti Latvijas RI piemēri?

**R:** [klusums] Nu, pret ko skatīties! Man ļoti negribās saukt konkrētas preces, jo tas ir atkarīgs no tā, ko es lasu, ko es skatos, cik spēcīgi tas konkrētais ražotājs taista sava produkta mārketingu. Respektīvi, es nosauktu tos produktus, kurus mēs visvairāk esam kaut kur redzējuši, bet man nav ne jausmas vai tie ir spilgtākie produkti, vai tie ir tie produkti, kuri visvairāk dod ekonomiski. Es pieļauju, ka tie, kas strādā tikai uz ārzemju tirgiem, ka mēs viņus šeit nemaz neredzam. Labs sektors tādā aspektā ir datospēles, datospēļu/internetspēļu radīšana, kas ir radošais sektors, bet viņiem nav nekāda vajadzība reklamēties, rādīt savu produktu tiem, kas nav viņu auditorija. Līdz ar to, tas, ka es zinu, ka tur ir kaut kādas „ZoFA” kurpes vai kaut kāds dizaineris, ko es zinu pēc vārda, nenožīmē, ka viņš ir labāks vai spilgtāks produkts, nekā tie džeki, kas sēž tumšā telpā un taista datospēles, jo viņiem varbūt apgrozījums ir daudzas reizes lielāks. Tā kā uz šo jautājumu Tu vari dabūt vienīgi to, ka Tev nosauc tikai tos produktus, kas tiek popularizēti plašā auditorijā, nevis tikai tur, kur viņus pērk. Jo salīdzinot tādus produktus kā kurpes, tērpus, kurus teorētiski var pirkt jebkurš parastais cilvēks, viņu nevar industrijas līmenī salīdzināt, piemēram, ar kaut kādiem pakalpojumiem. Tā kā, piemēram, mūsu „Rijas” studija, kas zīmē multfilmas pēc ārzemju pasūtījuma, tas ir RI eksports, bet viņi jau to nekur nereklamē tādā veidā kā kaut kādu kurpi vai kleitu. Šādi salīdzināt man personīgi nepatīk, jo ir uz dažādi un uz dažādām auditorijām strādājoši produkti. Arī katrs, ko Tu intervē, savādāk to redz, katrs lasa savādākus žurnālus, savādāku televīziju skatās. Savelkot kopā, varbūt efekts ir lielāks nevis tam, ko mēs redzam televīzijā un žurnālos, bet tam, ko mēs vispār neredzam, kad pa kluso kaut ko programmē, zīmē, griež no koka un sūta projām. Bet, ja Tu uzdod jautājumu par spilgtāko, tad tas, ko pirmo, protams, atceras ir „ZoFA” kurpes, bet man nav ne jausmas, vai tas ir labs produkts, bet es zinu tikai to brendu. Tad mūsu kaut kādi atsevišķi dizaineri, pie tam, arī ne vienmēr ir skaidrs vai tie ir Latvijas dizaineri, kāds viņiem ir sakars ar Latviju. Es neatceros vārdu, bet ir viens latviešu puisis, kurš Amerikā nodarbojas ar somu dizainu, bet vai tam ir kāds sakars ar Latviju, nu, es nezinu. Tā pat mums ir kosmētikas ražotājs „Madara”, kas arī ir strīdīgs jautājums vai tā ir RI, jo es personīgi uzskatu, ka tā nav RI.

**I:** Bet kā bija ar „Madaras” klasifikāciju pētījuma ietvaros?

**R:** Pētījumā viņa nebija RI, jo viņi ir ražotāji. RI uz viņiem attiecas tik tālu, cik tā ir runa par dizainu. Tas ir rūpniecisks produkts, tur nav nekāda sakara ar tīru RI. Bet tie ir produkti, kas noteikti nāk prātā, kad šādu jautājumu uzdod. Tas pats ar visām mūsu šokolādēm, pārtikas rūpniecību.

**I:** Un kā vispār ir ar pārtikas rūpniecību?

**R:** Pārtikas rūpniecībai arī nav nekāda sakara ar RI, skars ir tikai tajā, ka ir atnācis un piedalījies dizaineris, notikusi sadarbība, sinerģija starp divās nozarēm, bet pati šokolādes, kosmētikas ražošana ir ražošanas sektors, to nevar skaitīt pie RI. Kurpju ražošanu var, ja vien tas nepārvēršas par masu produktu, kad ir kurpe, kuru uzdizainē kaut kāds dizaineris un viņu pēc tam ķīnieši taista pēc kaut kāda standarta miljonos eksemplāru. Tad tas ir masu produkts, kam nav vairs ar radošumu nekāda saistība.

**I:** Tad kā ir ar RI uzņēmumu izmēriem, vai Latvijas RI tiek ieklasificēts kāds lielais uzņēmums, vai pārsvarā tie ir mazie un vidējie pārsvarā?

**R:** Pārsvarā tie noteikti ir mazie un vidējie, pat vēl vairāk- tie ir mikro uzņēmumi. Par lielajiem es diemžēl nemācēšu atbildēt, bet domāju, ka nē. Es pieļauju, ka mūsu pētījumā ir, bet viņš tur iekļuva tāpēc, ka ir tāds klasifikatora kods, kurš kaut kā atbilst RI, bet pēc būtības es domāju, ka tāda nav.

**I:** Bet, piemēram, atsaucoties uz galdniecību, visa galdniecība tika skatīta kā viens liels sektors un visa galdniecība iekļauta RI? Kā jau Tu minēji, ir šī problēma ar klasifikācijas kodiem, bet kā tika darīts pētījuma ietvaros, kaut kas tika atšķirts kā saistītās nozares?

**R:** Galdniecība noteikti bija saistītajās nozarēs. Es neatceros kā tur precīzi tos kodus sauca, bet jebkurā gadījumā tur ir kaut kāds kods, kas ir diezgan plašs un, kur mēs diezgan droši varam zināt, ka maz daļa no tā ir RI, bet mums viņš ir jāiekļauj, jo mūsu Statistikas pārvalde neuzskaita sīkāk. Mēs sadalījām industrijas, ko mēs pilnīgi noteikti varam identificēt kā RI, un tās industrijas, kas ir saistītās, piemēram, tie paši ražotāji, kas cieši sadarbojas ar dizainu jeb barojās no RI. Bet tīrajās RI nozarēs noteikti neiekļaujas ne galdniecība, ne ražošana, ne tirdzniecība.

**I:** Kādi vispār, Tavuprāt, ir galvenie Latvijas RI attīstības priekšnosacījumi? Kas varbūt ir tas, kas traucē attīstīties RI?

**R:** Par priekšnosacījumiem nezinu, es to terminu tā nesaprotu. [iesmejas]

**I:** Kas principā būtu jādara, lai RI veiksmīgāk attīstītos Latvijā?

**R:** Hmm ... droši vien mūsdienu ekonomikas situācijā diez vai var īpaši cerēt, ka paši no sevis radīsies daudzi un spēcīgi RI uzņēmumi. Manuprāt, valsts atbalsts tur ir svarīgs, bet nav nekāda pamata atbalstīt privātus šķietamus RI biznesus (to mēs arī pētījumā ierakstījām). Ir jāiegulda valsts, pašvaldības nauda tajos uzņēmumos, kur ir potenciāls, nevis tikai uztaisīts uzņēmums, kuram nav nekādu nākotnes perspektīvu, kura veidotāji nezina, ko darīs tālāk, bet vienkārši grib uztaisīt uzņēmumu. Piemēram, viņi ir izdomājuši, ka grib adīt cepures, bet viņiem nav nekāda plāna, ko viņi grib panākt divos, trijos, piecos gados, vai viņi grib eksportēt, vai negrib eksportēt. Ja valsts uzņēmējdarbības politika ir tāda, ka mums vajag eksportu, tad jau tajā brīdī, kad valsts dod tev naudu vai tu taisi uzņēmumu, valstij skaidri jāpasaka, ja mēs tev dodam naudu, tev piecu līdz desmit gadu termiņā jābūt reālam plānam iet uz eksportu. Ja tu neej, ja tu ražo sev, tad atbalsts ir ļoti niecīga vai tu guldi savu naudu, jo, ja tu gribi atpelnīt tikai sevi, tad, manuprāt, valstij tur nav nekāda darīšana. Bet, ja to sektoru grib attīstīt un virzīt, tad valsts atbalsts ir tas, kas to var izdarīt, bet viņam ir jābūt tādām, ka nevis dodam naudu, lai dibina, bet dodam naudu, lai attīstās. Jo tad, kad mēs pētījumā, piemēram, skatījāmies Swedbank un Rīgas domes programmu „Atspēriens”, kur viņi dod mazu finansējumu dibināšanai un biznesa uzsākšanai, šī programma iet jau daudzus gadus. Tas mūsu ziņojumā nav iekļauts, bet mēs mēģinājām atrast tos visus uzņēmumus, kas iepriekš tika atbalstīti, kam ir sadotas naudas, un viņi nav vispār atrodami. Tas nozīmē, ka viņi kaut kur veģetē, bet nav nekur redzami, vai arī viņi ir vienkārši izbeigušies- tad tās summas ir ieguldītas būtībā bezjēdzīgi. Un tas nav tas, kādam atbalstam vajadzētu būt. Es teiktu, ka attīstībai valsts atbalsts ir primārais, tur var runāt par to, ka pašvaldības varētu dot telpas, veidot radošos kvartālus u.tml., bet primārs ir atbalsta mehānisms.

**I:** Kādi varbūt ir šķēršļi RI pētniecībā? Tas varētu būt jau iepriekš minētais klasifikators?

**R:** Jā, klasifikators ar ko strādā Statistikas pārvalde. Es kā piemēru vienmēr minu klasifikatoru, ko ir izveidojuši Igaunī. Viņi izmanto tieši to pašu NACE 2.red.klasifikatoru, bet viņi ir uztaisījuši vēl padziļinātāku savējo, lai viņi var, piemēram, tajā pašā galdniecībā pateikt, ka šī ir RI daļa, bet šī nē. Tas ir no tāda uzskaites, mērīšanas viedokļa, bet pārējie jautājumi jau ir saistīti ar to, vai RI uzņēmumi sevi apzinās kā RI? Ne vienmēr tas pētījumā ir svarīgi, bet, ja mēs prasām, kādu atbalstu valstij vajadzētu sniegt RI, tad cilvēks, kuram mēs prasām, nemaz nedomā, ka viņš ir RI, tad viņš mums neko nevar atbildēt. Tā pat nebūtu tik liela problēma kā tad, ja šāds atbalsts pēc tam tiek piedāvāts, bet viņi nemaz nesaprot, ka tas ir viņiem. Sektora identitāte, pašidentificēšanās arī ir liela problēma. Es saprotu, ka tas ir grūti, jo, ja vienā sektorā ir dizainere, interneta programmētājs, arhitekti, viņi ir ļoti dažādi, tas ir pilnīgi savādāk nekā ražošana. Katram ir savādākas intereses un vajadzības.

**I:** Pēc šīs visām diskusijām par kultūras lomu un ekonomisko atdevi, tavuprāt, RI ir vairāk kā ar kultūru vai ekonomiku saistīta nozare?

**R:** Stingri kā ekonomikas nozare un tikai.

**I:** Tad seko arī mans izrietošais jautājums- kurai politikas veidotāju institūcijai būtu jāuzņemas galvenā politiskā atbildība par RI sektora attīstību Latvijā?

**R:** Es pats vienmēr esmu par to, ka jebkurā jomā kopā strādā vairāki sektori, jo, ja mēs saliekam kopā dažādas puses, tad rezultāts vienmēr ir labāks. Šajā gadījumā es uzskatu, ka tas ir kā minimums KM kopā ar EM, bet nevis tādā veidā, ka KM ir zemāka un iet kaut ko lūgties pie EM, bet, ka viņas iz līdzvērtīgas. Ja mēs nodefinējam, ka šis sektors ir vienādi svarīgs kultūras un ekonomikas sektoram, respektīvi viņi kopā. Un trešā ministrija, kuru es redzu, kurai teorētiski varētu būt kāda loma, ir Labklājības ministrija (man pašas subjektīvi šķiet, ka nevajag, bet varētu būt). Jo, ja mēs sakām, ka valstij ir labs efekts arī tas, ka radošie cilvēki taisa nevis biznesu, bet nodrošina sevi, darbojas savai izdzīvošanai, ja valstij arī tas ir vajadzīgs, tad ir jābūt klāt LM. Dažreiz ir arī diskusijas kā radošums iet vai neiet uz reģioniem, tad tur teorētiski Reģionālās attīstības ministrijai (VARAM) varētu būt kaut kāda loma, bet tas vairs nav tik izšķiroši.

**I:** Bet tātad KM un EM tikai uz vieniem svāriem kā līdzvērtīgas?

**R:** Tikai, jā, jo, ja tā būs tikai EM, tad es pieļauju, ka viņi uz šo sektoru skatīsies tikai no peļņas puses, eksporta apjoma. Nevar nolikt blakus RI un ražotājus, vienmēr ražotājs būs lielāks uzņēmējs, lielāks eksportētājs ar lielāku peļņu, RI šādā salikumā vienmēr būs maziņš sektoriņš. Bet KM viena pati skatīsies uz to, kā jebko, kas tiek darīts RI, uztver kultūras sektors, viņiem būtu jāabalansē kultūra un RI. Tāpēc es saku, ka pirmais skaidri jānodala, kas ir radošais, kas kultūras sektors, bet tad, kad tas nodalīts, ar radošo sektoru strādā KM kopā ar EM. Kultūras sektors tas ir KM pārraudzībā.

**I:** Paldies Tev, mēs izgājām cauri visiem jautājumiem. Varbūt vēl ir kādi komentāri?

**R:** Nē, man liekas, ka tu ļoti labi apgāji apkārt tēmai.

**I:** Paldies!