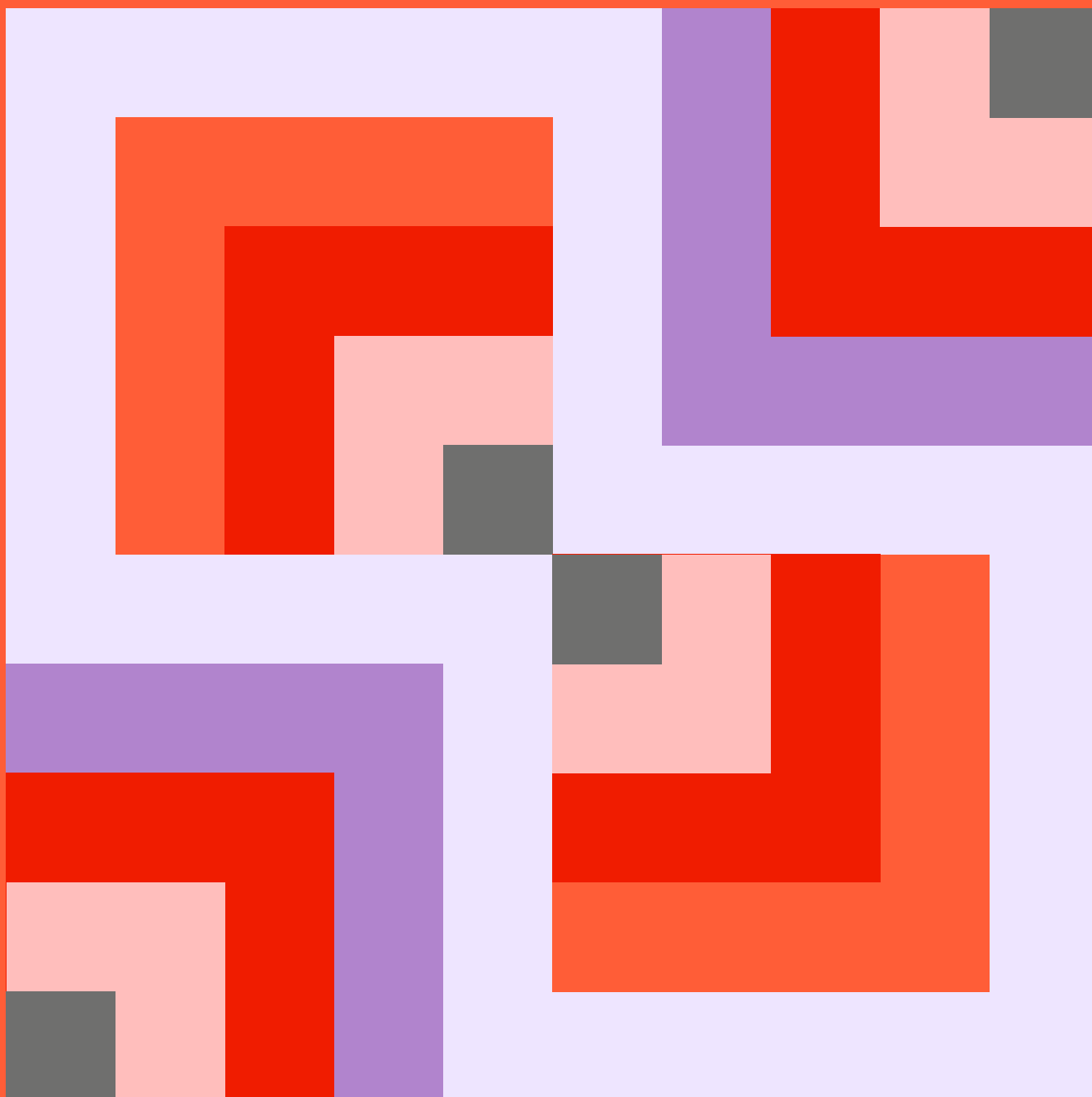




LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA

PROGRAMOS KULTŪROS IR KŪRYBINĖS INDUSTRIJOS VERTINIMAS





Radvilė Maskuliūnaitė



Tyrimo vadovė
Kristina Mažeikaitė

© Lietuvos kultūros taryba, 2022

Šios informacijos naudojimas galimas mokslo ir nekomerciniais tikslais, nurodant cituojamą šaltinį.

Leidinyje panaudotos Studio Pointer, The Rooster Gallery, Joanos Suslavičiūtės, Linos Mikalauskienės, Creative Lithuania, Manto Repečkos, Gabrieliaus Jauniškio, Viktorijos Makvoskajos, Mandy Privenau, Perottino-Piva, VDA nuotraukos.

Dizaineris Kazimieras Dainovskis

Naugarduko g. 10, LT-01309 Vilnius

www.tkt.lt

Autorių išreikštas požiūris nebūtinai sutampa su Lietuvos kultūros tarybos.



REGOS – Robotic Egomotion Simulator, 2021 m.
UAB Meniniai tyrimai
Projekto vadovas Julijonas Urbonas
Animacijos autoriai Studio Pointer

TU RI NYS

„The Rooster Gallery“,
Tarptautinė meno mugė „Enter Art Fair“, 2021 m.
VšĮ Mobili Galerija
Nuotraukos autorė The Rooster Gallery

ĮVADAS

1 KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ PROGRAMOS APŽVALGA

- 1.1 KKI programos pokyčiai (2015–2022 m.)
- 1.2 KKI programos paraiškų teikimas ir finansavimas
- 1.3 Kultūros startuoliai
- 1.4 Tinklaveika
- 1.5 Kultūros ir meno organizacijų aktyvumas KKI programoje

2 KULTŪROS STARTUOLIAI

- 2.1 Finansuotos paraiškos pagal sritis ir įgyvendinimo formas
- 2.2 Pasiektų rezultatų analizė
 - Nauji produktai ir (ar) paslaugos.
 - Esamų produktų ar paslaugų vystymas ir viešinimas.
- 2.2.1 Apibendrinimas.

3 TINKLAVEIKA

- 3.1 Finansuotos paraiškos pagal sritis ir įgyvendinimo formas
- 3.2 Pasiektų rezultatų analizė
 - KKI atstovų ir jų kuriamų produktų pristatymas.
 - KKI renginių organizavimas ir tinklaveikos stiprinimas.
- 3.2.1 Apibendrinimas

IŠVADOS

PRIEDAI

4

6

8

9

11

13

16

20

20

23

23

26

30

31

31

35

35

38

42

43

45

IVADAS

ŠIS TYRIMAS – TAI „KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ“ (TOLIAU – KKI) PROGRAMOS, KURI YRA FINANSUOJAMA IR ADMINISTRUOJAMA LIETUVOS KULTŪROS TARYBOS (TOLIAU – LKT) LĖŠOMIS, ANALIZĖ, APIMANTI 2015–2022 M. I ETAPĄ. KADANGI PROGRAMA YRA PLATI (JĄ SUDARO DVI SKIRTINGOS FINANSUOJAMOS VEIKLOS – KULTŪROS STARTUOLIAI IR TINKLAVEIKA), JOS BIUDŽETAS YRA RIBOTAS, O PROJEKTŲ METU YRA ĮGYVENDINAMOS ĮVAIRUS SPEKTRO VEIKLOS, ATLIEKAMAS TYRIMAS LEIDŽIA TIKSLINGAI IR NUOSEKLIAI APŽVELGTI ĮGYVENDINAMŲ PROJEKTŲ KURIAMĄ PRIDĖTINĘ VERTĘ BEI IDENTIFIKUOTI TOBULINTINAS PROGRAMOS SRITIS.

ANALIZUOJAMOS PROGRAMOS TIKSLAS – „SKATINTI KULTŪROS TURINIO INDĖLĮ KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ (TOLIAU – KKI) SRITYJE, SIEKIANČIUS INICIJUOTI BEI VYSTYTI PRODUKTUS IR (ARBA) PASLAUGAS, KURIANČIUS EKONOMINĘ VERTĘ IR PRISIDEDANČIUS PRIE KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ EKSPORTO APIMČIŲ AUGIMO. STIPRINTI KKI ORGANIZACIJŲ BENDRADARBIAVIMĄ IR KKI ASOCIACIJŲ VEIKLĄ BEI PLĖTRĄ“¹.

¹ Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių, patvirtintų 2021 m. rugpjūčio 27 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. ĮV-1019 „Dėl Kultūros ministro 2017 m. rugpjūčio 25 d. įsakymo Nr. ĮV-904 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ pakeitimo“, 14 priedas.

Tyrimo objektas – LKT finansuojama „Kultūros ir kūrybinių industrijų“ programa.

Tyrimo tikslas – įvertinti LKT finansuojamos „Kultūros ir kūrybinių industrijų“ programos rezultatus ir identifikuoti pagrindinius trūkumus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apžvelgti KKI programos pokyčius, fiksuojamus Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairėse 2015–2022 m.
2. Apžvelgti KKI programos bendrąsias finansavimo tendencijas 2015–2022 m. ir įvertinti projektų vykdytojų konkurencinę aplinką.
3. Įvertinti KKI programoje finansuojamos veiklos „Kultūros startuoliai“ pasiektus rezultatus.
4. Įvertinti KKI programoje finansuojamos veiklos „Tinklaveika“ pasiektus rezultatus.
5. Pateikti išvadas ir galimas kryptis programai tobulinti.

Tyrimą sudaro trys pagrindinės dalys. Pirmojoje dalyje atliekama KKI programos apžvalga, kurią sudaro KKI programos pokyčiai, paraiškų teikimo ir finansavimo tendencijos, dviejų finansuojamų KKI veiklų „Kultūros startuoliai“ ir „Tinklaveika“ pristatymas bei paraiškų aktyvumo aptarimas. Antroji ir trečioji tyrimo dalys yra skirtos *išsamiai* Kultūros startuolių ir Tinklaveikos analizei atlikti. Šiose dalyse apžvelgiami pagrindiniai jų bruožai ir, remiantis KKI programos tikslu, finansuojamomis veiklomis bei išsiginčintais kokybės kriterijais, analizuojami projektuose pasiekti rezultatai ir jų reikšmė KKI sektoriaus plėtrai.

Atliktas tyrimas atskleidė, kad projektų metu vykdomos veiklos neretai turi teigiamą įtaką KKI produktų ir paslaugų žinomumo didinimui bei paties sektoriaus plėtrai. Vis dėlto programos kompleksiskumas ir konkrečių projekto veiklų kokybės kriterijų trūkumas stabdo bendros programos vizijos įtvirtinimą, kuris yra esminis siekiant programa įgyvendinti keliamus tikslus.

1 KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ PROGRAMOS APŽVALGA

Pradedant KKI programos apžvalgą, pirmiausia verta apibrėžti kultūros ir kūrybinių industrijų sąvoką. 2015 m. liepos 31 d. buvo patvirtintas Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymas Nr. JV-524 „Dėl kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 metų plėtros kryptių“. Šiame įsakyme nurodyta, **kad kultūros ir kūrybinės industrijos (KKI) – tai kūrybiškumu ir intelektualiu kapitalu grindžiamos tarpsektorinės ekonominės veiklos, kuriančios materialius produktus ir nematerialias intelektines arba menines paslaugas, pasižyminčias kūrybine, kultūrine ir ekonomine verte.** Ši sąvokos apibrėžtis gali būti atspirties taškas analizuojant ir LKT finansuojamą KKI programą.

1.1 KKI PROGRAMOS POKYČIAI (2015–2022 M.)

2014 m. spalio 16 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. JV-714 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ buvo patvirtintos Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės (toliau – Gairės). Gairių 14 priede numatyta įgyvendinti KKI programą „Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų plėtra“, kurios tikslas – Lietuvos KKI plėtra šalyje, pasiekimų pristatymas Lietuvoje ir užsienyje, tarptautiškumo skatinimas, tarpsektorinis bendradarbiavimas, inovatyvių produktų ir paslaugų kūrimas bei inovacijų taikymas ir diegimas. Šiai programai pirmosios paraiškos, kurių turinys buvo orientuotas į šešias finansuojamų veiklų grupes (žr. 1 priedą bei 1 pav.), buvo pateiktos 2015 m. pradžioje. Siekiant kuo tiksliau atliepti konkrečių metų

programos tikslą, finansuojamų veiklų vėlesniais metais mažėjo iki 4 (2016, 2018 m.) ir 3 (2017 m.). Atkreiptinas dėmesys, kad nuo 2016 m. buvo pakeistas programos tikslas, – jame nebeminima inovatyvumo sąvoka. Taip pat išskirtinas 2017–2018 m. programos tikslas, kuris, palyginti su 2015–2016 m., buvo susiaurintas ir tiesiogiai orientuotas į pridėtinės vertės kūrimą, verslumą, eksporto augimą. Svarbu paminėti, kad 2015–2017 m. programoje buvo išskirtos pagrindinės, prioritetinės – architektūra, dizainas, vizualieji ir scenos menai – sritys, kurias 2016–2017 m. papildė kinas, literatūra ir leidyba (žr. 1 priedą).

KKI programos pokyčiai matomi ir 2018 m., kai programai buvo suteiktas naujas pavadinimas – „Kultūros ir kūrybinės industrijos“ – ir vykdomi du finansavimo etapai. Taip pat, remiantis 2017 m. rugpjūčio 25 d. patvirtintų Gairių 16 priedu², nuo 2018 m. programoje numatyta nauja finansuojama veikla, susijusi su vaizdo žaidimų ir multimedijos, edukacinių, interaktyvių programų kūrimu, vystymu, viešinimu bei populiarinimu Lietuvoje ir užsienyje. Trečiasis programos pokytis yra susijęs su jau minėtomis prioritetinėmis sritimis – nuo 2018 m. jų buvo atsisakyta.

Esminis KKI programos pokytis įvyko 2018 m. rugpjūčio 20 d., pakeitus Gairių 14 priedą³, kuriame buvo praplėstas KKI programos tikslas – „skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų <...> srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo“. Taigi nuo 2019 m. finansuotoms paraiškoms Gairėse numatytas tikslas apėmė 2015–2016 m. programoje numatytą tikslą, orientuotą į KKI plėtrą, tarptautiškumą, tarpsektorinį bendradarbiavimą, produktų ir paslaugų kūrimą, ir 2017–2018 m. tikslą, nukreiptą į pridėtinės vertės kūrimą. Siekiant įgyvendinti naują KKI programos tikslą, buvo išskirtos dvi veiklos: 1) Kultūros ir kūrybinės industrijos: kultūros startuoliai (toliau – Kultūros startuoliai), kuri labiau susijusi su produktų ar paslaugų kūrimu bei viešinimu Lietuvoje ir užsienyje, ir 2) Kultūros ir kūrybinės industrijos: tinklaveika (toliau – Tinklaveika), kurios pagrindinės finansuojamos veiklos: Lietuvoje rengiami Kultūros ir kūrybinių industrijų renginiai, produktų ir paslaugų pristatymas įvairiuose užsienio renginiuose ir profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose.


² Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės, patvirtintos 2017 m. rugpjūčio 25 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. JV-904 „Dėl kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“.

³ Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės, patvirtintos 2018 m. rugpjūčio 20 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. JV-629 „Dėl Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2017 m. rugpjūčio 25 d. įsakymo Nr. 904 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ pakeitimo“.

Siekiant tobulinti programą, 2019 m. rugpjūčio 26 d. buvo atlikti pakeitimai, į Gairių 14 priedą⁴ įtraukiant papildomas paraiškų teikimo sąlygas. Šias sąlygas turėjo atitikti paraiškovai, prašantys finansavimo 2020 m. Pirmiausia Gairėse buvo nustatytas galimų pareiškėjų sąrašas pagal juridinio asmens registracijos vietą. Galimi paraiškovai – juridiniai asmenys, registruoti Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų savivaldybėse, taip pat kitose ES ar Europos ekonominės erdvės valstybėse narėse (šis pokytis inicijuotas dėl to, kad 2019 finansavimo metais pradėjo veikti Tolygios kultūrinės raidos modelis su atskira programa likusios Lietuvos projektų vykdytojams). Antra, paraiškų teikimo sąlygose buvo nustatytos konkrečios finansuojamos ir nefinansuojamos išlaidos. Trečiasis pakeitimas buvo susijęs su didžiausia projektui galima skirti finansavimo suma, kuri Tinklaveikos veikloje negalėjo būti didesnė nei 20 tūkst. Eur, o Kultūros startuolių veikloje – 16 tūkst. Eur. Taip pat Gairių 14 priede buvo nustatyti papildomi reikalavimai kiekvienai iš veiklų: Tinklaveikoje numatyta, kad veiklai teikiama paraiška gali apimti tik vieną projektą (dalyvavimą KKI renginyje), Kultūros startuolių veikloje įtvirtintas reikalavimas – su paraiška privaloma pateikti projekto verslumo strategiją.

Gairių 14 priede numatyti pakeitimai, susiję su reikalavimais paraiškovams, programos lėšas padėjo naudoti tikslingiau, atrenkant tuos projektus, kuriais siekiama geriausiai atliepti programos tikslą. Pavyzdžiui, privaloma verslumo strategija Kultūros startuolių veikloje tapo įrankis, skirtas pateikti išgrynintai informacijai apie projekto idėją ir jos įgyvendinimą, taip pat sustiprinti projekto veiklų orientacijai į ekonominę naudą; projektų skaičiaus ribojimas vienoje paraiškoje Tinklaveikos veikloje leido objektyviau įvertinti ir pamatuoti renginių svorius ir jų atnešamą naudą; maksimalios finansavimo sumos ribų nustatymas abiejose veiklose padėjo patenkinti didesnio kiekio paraiškų poreikius, atsižvelgiant į ribotą programos kvotą.

Gairių 14 priedas⁵ dar kartą buvo koreguotas 2020 m. rugpjūčio 27 d. Jame buvo praplėstas programos tikslas – stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą, – kuris įgyvendinamas per Tinklaveikos veiklą išskirtą naują finansuojamą veiklą. Šie pakeitimai aktualūs paraiškoms, finansuotoms nuo 2021 m.



Šiuolaikinė meno mugė „Artissima“, 2021 m.
VšĮ Meno parkas
Nuotraukos autorė Lina Mikalauskienė

4 Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės, patvirtintos 2019 m. rugpjūčio 26 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. ĮV-538 „Dėl Kultūros ministro 2017 m. rugpjūčio 25 d. įsakymo Nr. ĮV-904 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ pakeitimo“.

5 Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės, patvirtintos 2020 m. rugpjūčio 27 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. ĮV-1093 „Dėl Kultūros ministro 2017 m. rugpjūčio 25 d. įsakymo Nr. ĮV-904 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ pakeitimo“.

1 pav. **KKI PROGRAMOS TIKSLŲ POKYČIAI 2015–2022 M.** (sudaryta autorių, remiantis Gairėmis)

Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) plėtrai šalyje, pristatyti jų pasiekimus šalyje ir užsienyje, skatinti jų veiklos tarptautiškumą ir tarpsektorinį bendradarbiavimą, siekiant kurti inovatyvius produktus ar paslaugas. Skatinti KKI inovacijų (technologinių ir netechnologinių) taikymą ir diegimą.

2015

Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) plėtrai skatinant ir spartinant KKI sektoriaus integraciją, savivoką, žinomumą, tarptautiškumą ir, pasinaudojant šios veiklos rezultatais, didinti Lietuvos KKI tarptautinį konkurencingumą.

2016

Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) ekonominės vertės ir eksporto augimui.

2017–2018

Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto augimo.

2019–2020

Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto augimo. Stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą.

2021–2022

Kaip matyti iš programos tikslų analizės, jie nuolat keitėsi ir nuo pat 2015 m. nebuvo vieningos vizijos, ko siekiama šia programa (1 pav.). Programos tikslas buvo stabilizuotas tik 2019 metais, kai programa padalinta į dvi finansuojamas veiklas: „Kultūros startuoliai“ ir „Tinklaveika“, o 2021 m. dar labiau praplėstas. Tai, kad per visą laikotarpį nuolat keitėsi programos pagrindinis tikslas, liudija lūkesčių neapibrėžtumą. Kita vertus, skaitant tikslus atrodo, kad formuluotėse yra vis perrašomas KKI apibrėžimas, pavyzdžiui, „skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę <...>“. Nurodytame pavyzdyje minima, kad programa

siekiama „skatinti kultūros turinio indėlį KKI srityje“, bet KKI yra neatsiejama nuo kultūros turinio, ir tai jau užkoduota pačiame pavadinime. Taip pat minėtame pavyzdyje nurodoma, kad skatinami produktai ir paslaugos, kuriantys ekonominę vertę, tačiau tai irgi tiesiogiai susiję su KKI apibrėžimu, nes KKI yra viena iš ekonominių veiklų. Tad apibendrinant galima teigti, kad tikslai ne tik pamečiami keitėsi, bet ir buvo labai nekonkretūs, tiesiog pakartojantys KKI apibrėžimą ir nenurodantys, ko tiksliau siekiama tikslinė finansinė intervencija. Akivaizdu, kad turint ribotą finansavimą jis turėtų būti tikslingesnis, o siekiamas pokytis turėtų būti ne bendrinis, bet konkretus ir aiškus.

1 KKI PROGRAMOS PARAIŠKŲ TEIKIMAS IR FINANSAVIMAS

Analizėje KKI programa aptariama per dviejų laikotarpių pjūvius: bendrai visos programos laikotarpiu (2015–2022 m.) bei atsižvelgiant į tai, kad programa 2019 m. buvo išskirta į dvi veiklas, atskirais – 2015–2018 ir 2019–2022 m. – laikotarpiais.

KKI programai 2015–2022⁶ m. laikotarpiu buvo pateiktos 932 paraiškos. Į šį skaičių nėra įtrauktos 2020 m. II finansavimo etape pateiktos 30 paraiškų Tinklaveikos veikloje, kadangi šis etapas dėl Covid-19 pandemijos buvo

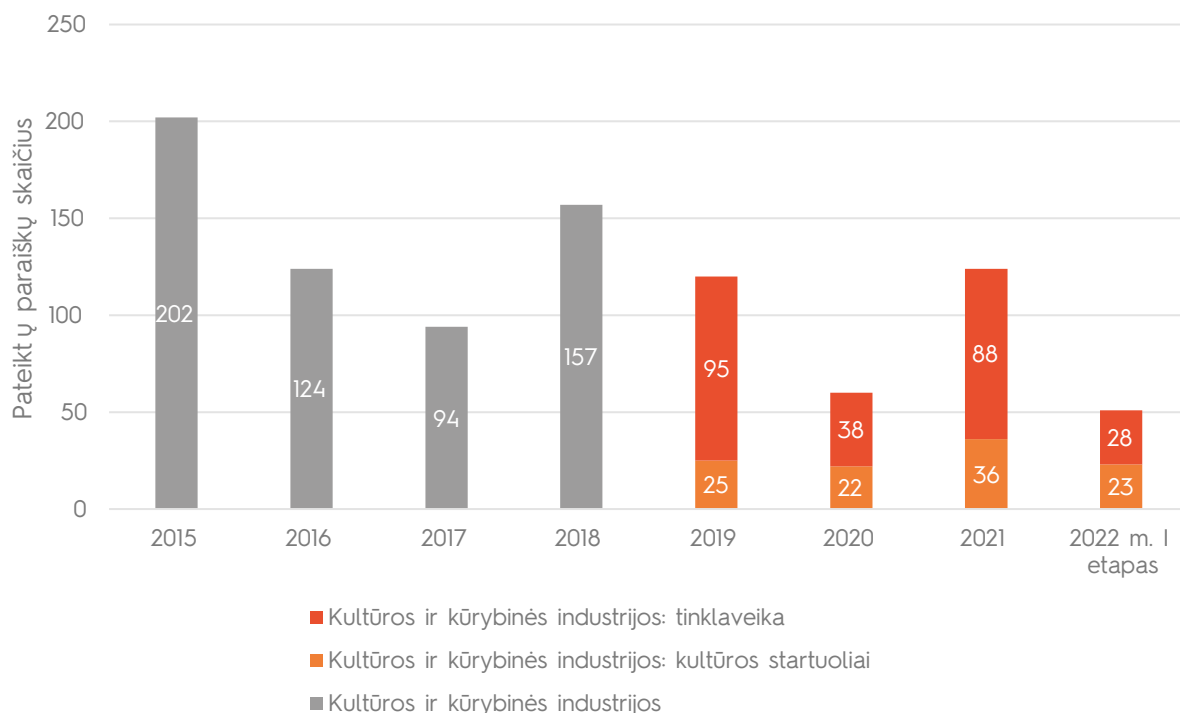
atšauktas⁷. Žvelgiant į atskirus laikotarpius matoma, kad didesnė paraiškų dalis (577, t. y. 62 proc. paraiškų) buvo pateikta 2015–2018 metais, o atskyrus dvi KKI veiklas 2019–2022 m. iš viso joms abiem buvo pateiktos 355 paraiškos (38 proc.). Mažesnis pateiktų paraiškų skaičius 2019–2022 m. gali būti siejamas su Covid-19 pandemijos ribojimais bei jau anksčiau aptartais nuo 2019 m. į Gaires įtrauktais papildomais reikalavimais paraiškovams ir jų teikiams paraiškoms.

Išsamiau aptariant 2019–2022 m. laikotarpį atkreiptinas dėmesys, kad daugiausia paraiškų teikiama Tinklaveikos veiklai – 249 paraiškos (70 proc.), o Kultūros startuoliams – 106 paraiškos (30 proc.). Reikia pabrėžti, kad įtaką paraiškų proporcijoms tarp veiklų gali turėti tai, jog pastaroji veikla finansuojama vienu, o Tinklaveikos veikla – dviem etapais (žr. 2 pav.).

⁶ Analizėje įtraukiamas tik 2022 m. I finansavimo etapas.

⁷ Šios paraiškos neskaičiuojamos vertinant pateiktų paraiškų ir finansavimo statistiką skyreliuose 1.2, 1.4 ir skyrelio 1.5 dalyje, kurioje apžvelgiami finansuoti unikalūs paraiškovai ir jų pasiskirstymas pagal juridinį statusą 2019–2022 m. laikotarpiu. Šios paraiškos skaičiuojamos 1.5 skyrelio dalyje, kurioje apžvelgiamos 2015–2022 m. laikotarpyje pirmą kartą dalyvaujančios organizacijos ir aktyviausios organizacijos bei 3 skyriuje aptariant Tinklaveikos paraiškovus ir jų teiktas paraiškas.

2 pav. KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ PROGRAMOS PATEIKTŲ PARAIŠKŲ SKAIČIUS 2015–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

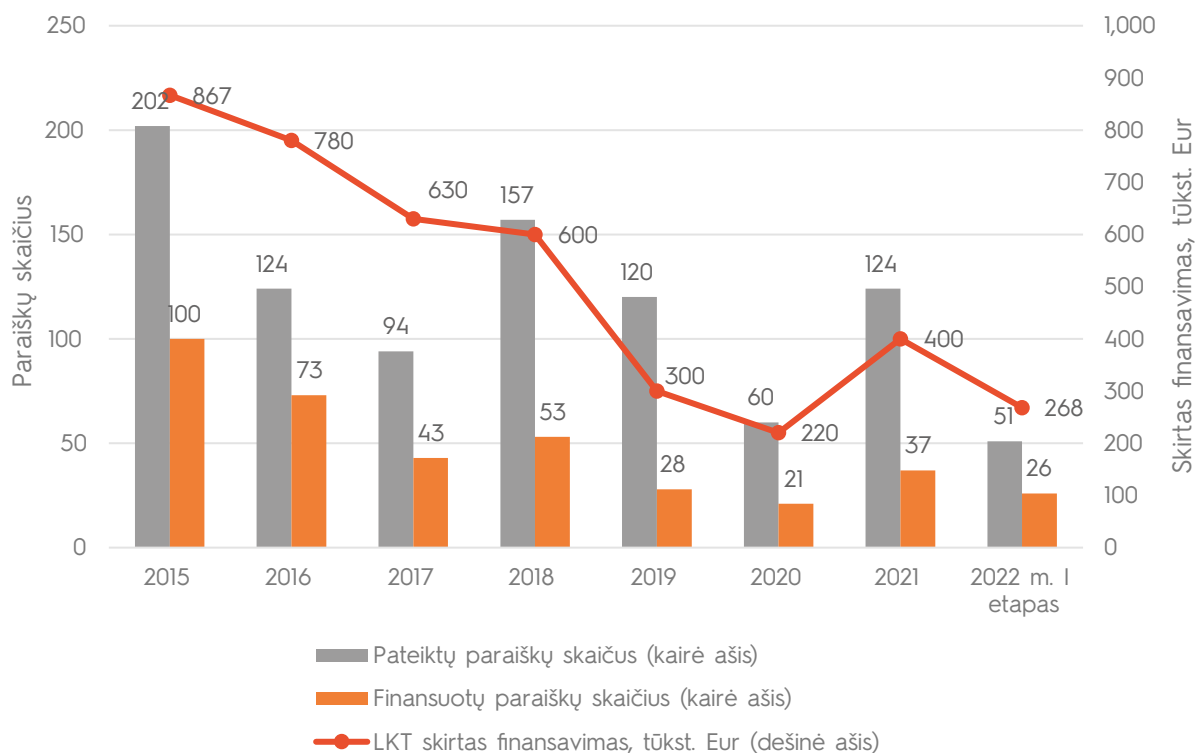


Iš 932 2015–2022 m. laikotarpiu pateiktų paraiškų buvo finansuota 381, t. y. 41 proc. Joms iš LKT skirta 4,06 mln. Eur. 2015–2018 m. laikotarpiu iš 577 pateiktų paraiškų finansuotos 269, arba 47 proc., paraiškų, kurioms skirta 2 mln. 877 tūkst. Eur, o 2019–2022 m. laikotarpiu, kai buvo išskirtos dvi veiklos (Tinklaveika ir Kultūros startuoliai), iš 355 pateiktų paraiškų finansuota 112, arba 31 proc., paraiškų: 33-ų Kultūros startuolių paraiškoms skirta 319 tūkst. ir 79-ioms Tinklaveikos paraiškoms –

868 tūkst. Eur. (žr. 3 pav.). Matoma, kad 2019–2022 m. laikotarpiu paraiškoms skirtas finansavimas, jei lygintume su ankstesniu laikotarpiu, sumažėjo daugiau nei du kartus. Tai sietina su KKI programai skiriama kvota: 2015–2016 m. skirta po 869 tūkst. Eur, 2017 m. – 650 tūkst. Eur, 2018 m. – 600 tūkst. Eur. 2019–2020 m. kvota buvo lygi 300 tūkst. Eur, o 2021–2022 m. buvo padidinta iki 400 tūkst. Eur, tačiau nepasiekė ankstesniu laikotarpiu nustatytų kvotų dydžio.

KOI Lietuvos-Japonijos kultūros ir kūrybinių industrijų tinklaveika, 2021 m. VŠĮ Kultūrinės ir organizacinės idėjos Nuotraukos autorius Creative Lithuania

3 pav. KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ PROGRAMOS PARAIŠKŲ SKAIČIUS IR FINANSAVIMAS 2015–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



1.3 KULTŪROS STARTUOLIAI

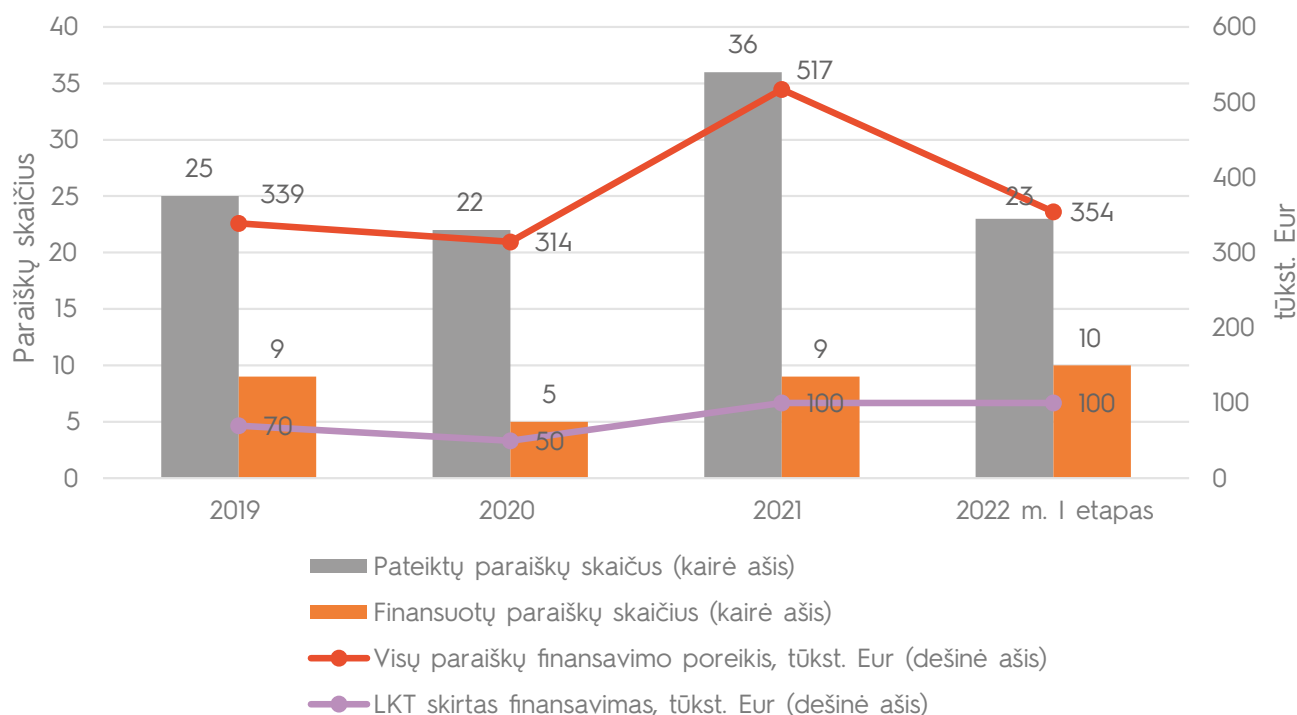
Kaip buvo minėta anksčiau, 2019 m. buvo išskirtos dvi KKI programos veiklos. Viena iš jų – Kultūros startuoliai, veikla, apimanti produktų ir (ar) paslaugų kūrimą nuo pradinės idėjos iki galutinio realizuoto varianto. Šioje veikloje remiami projektai, susiję su kultūrinio turinio produktų ir (ar) paslaugų kūrimo idėjų generavimu, vystymu, diegimu, taip pat jų viešinimu ir pritaikymu. Šios veiklos įgyvendinimu siekiama skatinti kurti produktus ir (ar) paslaugas, didinančias kultūrinio turinio svarbą KKI srityje bei kuriančias pridėtinę ekonominę vertę.

Nuo 2019 m. iki 2022 m. I etapo Kultūros startuolių veiklai buvo pateiktos 106 paraiškos (žr. 4 pav.). Matoma, kad 2019–2020 m. laikotarpiu pateiktų paraiškų skaičius buvo panašus (22–25 paraiškos), tačiau išskirtini 2021 m., kai

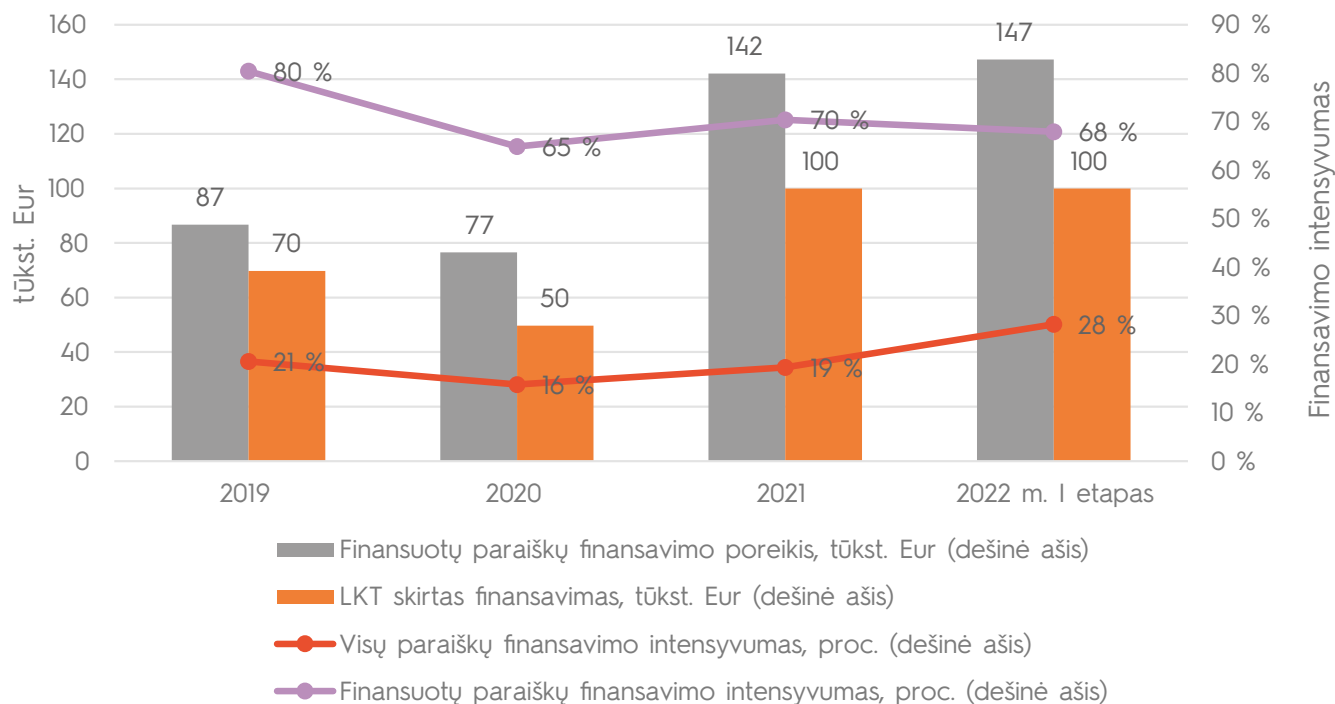
paraiškų skaičius pranoko buvusį laikotarpį – buvo pateiktos 36 paraiškos. Aptariamais metais išaugęs pateiktų paraiškų skaičius gali būti siejamas su didesniu paraiškovų aktyvumu pokovidiniu laikotarpiu. Tai parodo ir 2022 m. programos veiklai pateiktų paraiškų stabilizavimas – gautos 23 paraiškos, iš esmės tiek pat, kiek 2019 ir 2020 m.

Iš 106 pateiktų paraiškų buvo finansuotos 33, arba beveik kas trečia paraiška. Joms skirta 319 tūkst. Eur (žr. 4 pav.). Matyti, kad visų Kultūros startuolių paraiškų finansinio poreikio patenkinimas nuo 2020 m. didėja – nuo 16 iki 28 proc. (žr. 5 pav.). Veiklai skiriamas finansavimas nuo 70 ir 50 tūkst. Eur 2019–2020 m. išaugo iki 100 tūkst. Eur 2021–2022 m. Augantis finansavimas ir nedidelis pateiktų ir finansuotų paraiškų skaičius leidžia Kultūros startuolių programai išsiskirti aukštu finansuotų projektų finansavimo intensyvumu, t. y. santykiu tarp prašomos ir skirtos sumos, kuris varijuoja tarp 65 ir 80 proc. Galima teigti, kad aukštas projektų finansavimo intensyvumas sietinas su tuo, kad šioje programoje nėra itin didelio konkurencingumo, jei lygintume su kitomis programomis. Kitaip tariant, sąlyginai mažas pateiktų paraiškų skaičius lemia, kad jiems skiriama lėšų suma gali būti artimesnė prašomai sumai.

4 pav. **KULTŪROS STARTUOLIŲ PARAIŠKŲ SKAIČIUS IR FINANSAVIMAS 2019–2022 M.**
(sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



5 pav. **KULTŪROS STARTUOLIŲ FINANSAVIMO POREIKIS IR SKIRTAS FINANSAVIMAS 2019–2022 M.**
(sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



1.4.

TINKLAVEIKA

Antroji KKI programos veikla – Tinklaveika. Ši veikla apima projektus, susijusius su tinklaveiką skatinančiais KKI renginiais (mugėmis, seminarais, konferencijomis ir pan.) Lietuvoje ir užsienyje. Jos svarbą įrodo tai, jog ji suteikia galimybę pristatyti sukurtus KKI produktus ir (ar) paslaugas, kelti su KKI susijusių asmenų kompetenciją, didinti KKI sektoriaus žinomumą. 2021 m. į Tinklaveikoje finansuojamas veiklas taip pat įtraukta ir akcentuota KKI organizacijų bendradarbiavimo, KKI asociacijų plėtros ir jų veiklos viešinimo reikšmė.

Nuo 2019 m. iki 2022 m. I etapo buvo pateiktos 249 paraiškos. Neatsižvelgiant į 2020 m. ir 2022 m.⁸ ir lyginant 2019 ir 2021 m. tarpusavyje, matoma pateikiamų paraiškų

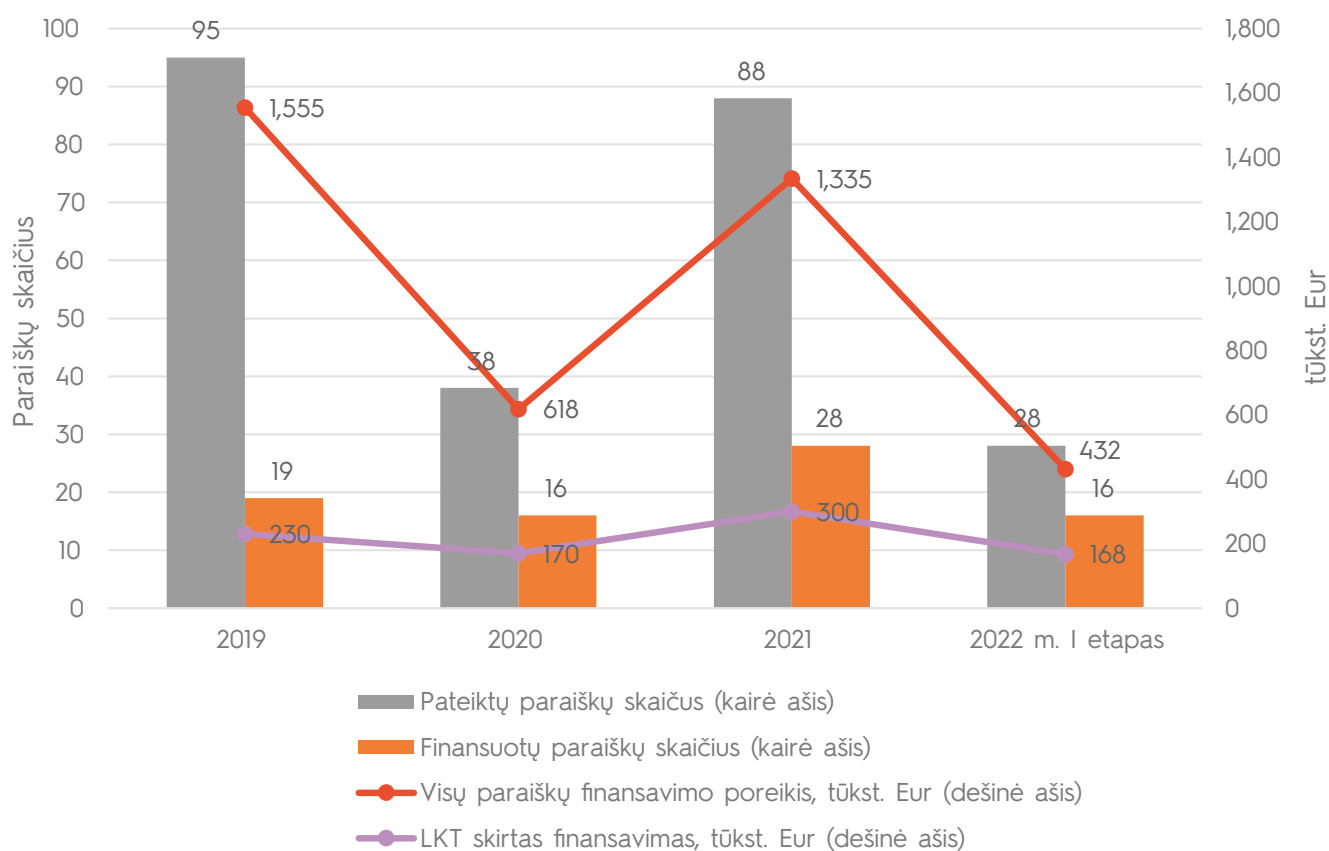
mažėjimo tendencija – pateiktų paraiškų skaičius sumažėjo nuo 95 iki 88, arba 7 proc. (žr. 6 pav.). Ši tendencija taip pat matoma tarpusavyje lyginant tik pirmus visų finansavimo metų etapus – 2022 m. pastebimas mažiausias pateiktų paraiškų skaičius (28) per ketverius metus (žr. 7 pav.). Tai galbūt lėmė nuo 2020 m. atnaujintos paraiškų teikimo sąlygos bei dėl Covid-19 pandemijos įvesta nepaprastoji padėtis, kuri buvo atšaukta tik 2022 m. gegužės 1 dieną, – per šį laikotarpį buvo organizuojama mažiau vietinių ir tarptautinių KKI renginių arba jie persikėlė į nuotolinį formatą, taip pat buvo apribotos keliavimo į užsienį galimybės.

2019–2022 m. I etapo laikotarpiu Tinklaveikos veikloje buvo finansuotos 79, t. y. beveik trečdalis, paraiškų. Lyginant 2019 ir 2021 laikotarpius atkreiptinas dėmesys, kad finansavimas buvo suteiktas vis didesnei paraiškų daliai – 2019 m. finansavimas skirtas 19 iš 95, arba 20 proc., paraiškų, o 2021 m. – 28 iš 88, arba 32 proc. (žvelgiant į abu etapus) (žr. 6 pav.). Šią tendenciją taip pat galima matyti lyginant tik pirmus 2019–2022 m. finansavimo etapus – 2022 m. I etape buvo finansuotos 16 iš 28, arba 57 proc., paraiškų (žr. 7 pav.).

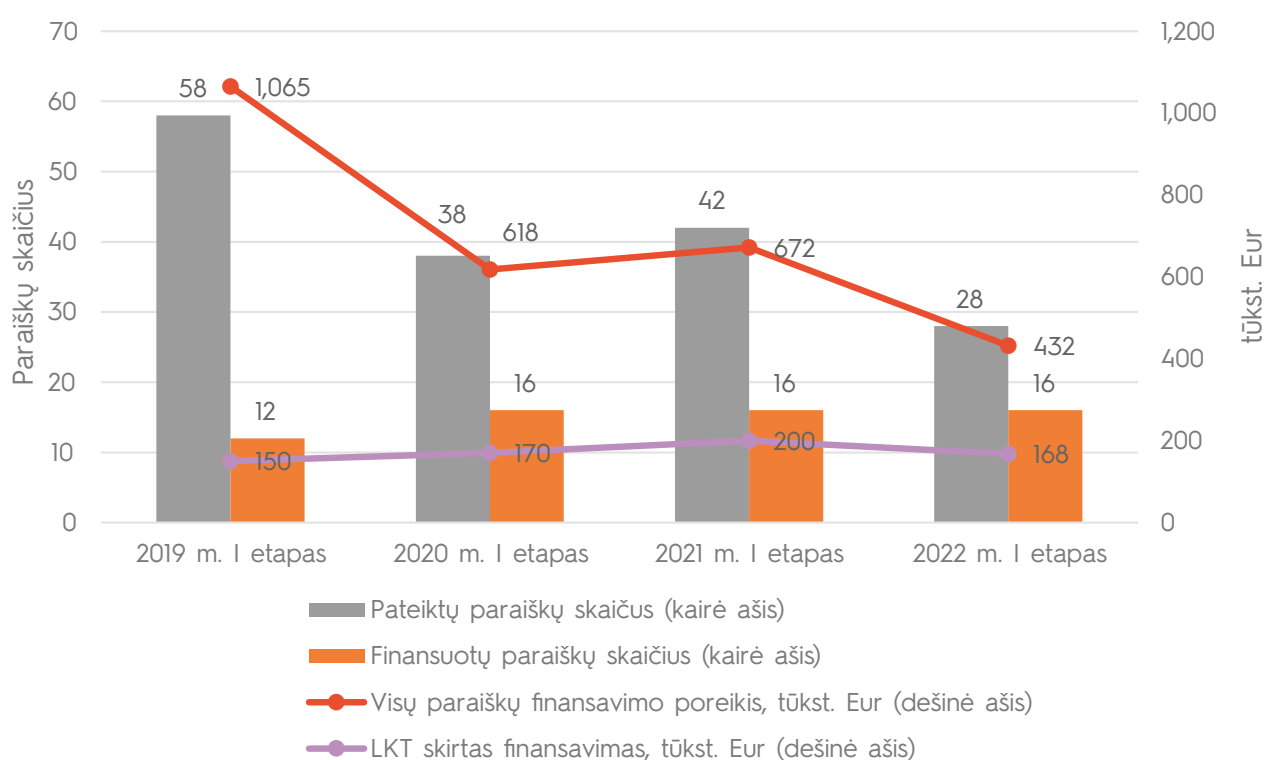
KOI Lietuvos-Japonijos kultūros
ir kūrybinių industrijų tinklaveika, 2021 m.
VŠĮ Kultūrinės ir organizacinės idėjos
Nuotraukos autorius Creative Lithuania

⁸ Dėl Covid-19 pandemijos buvo atšauktas 2020 m. II etapas ir analizės atlikimo metu buvo įvykęs tik 2022 m. I etapas.

6 pav. **TINKLAVEIKOS PARAIŠKŲ SKAIČIUS IR FINANSAVIMAS 2019–2022 M.** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



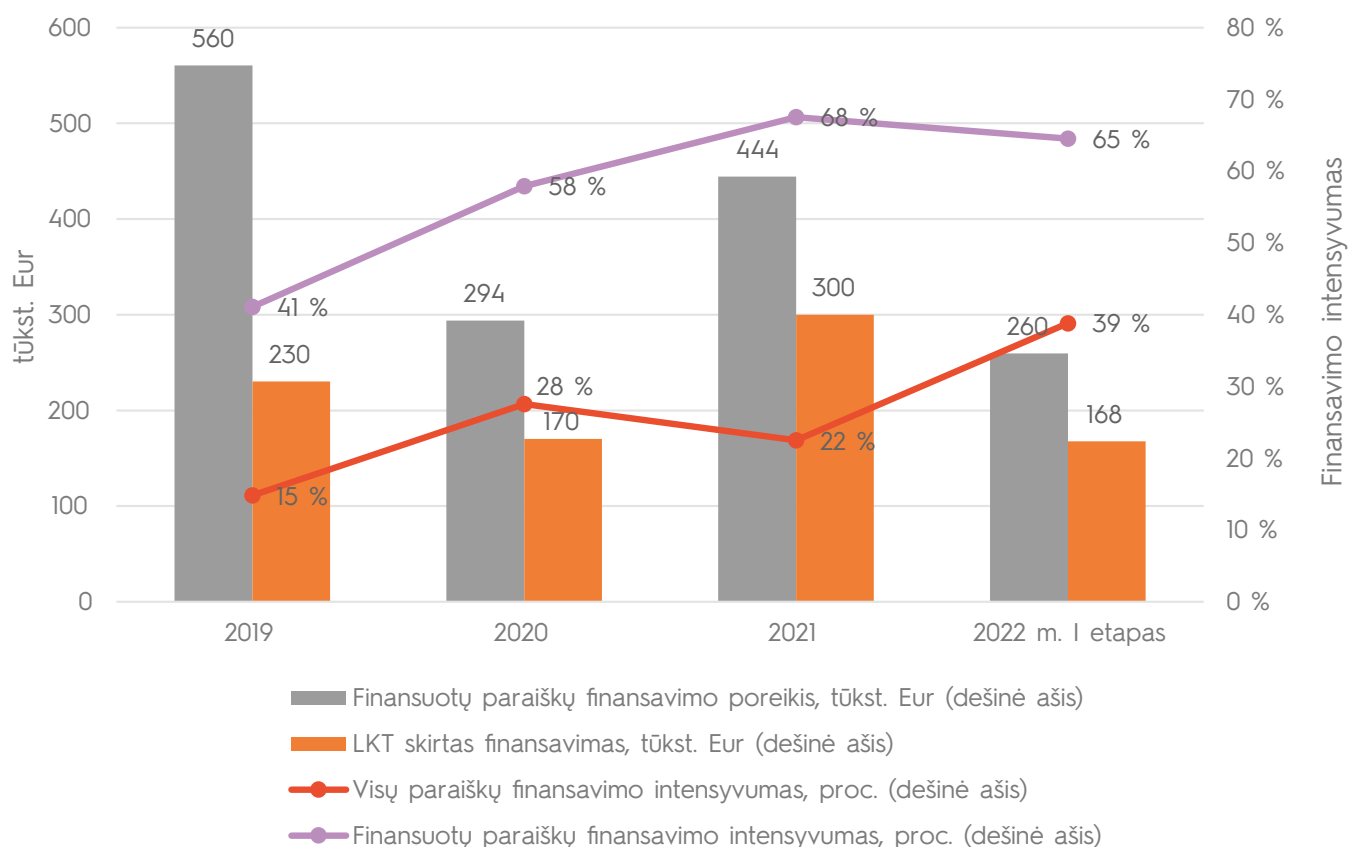
7 pav. **TINKLAVEIKOS PARAIŠKŲ SKAIČIUS IR FINANSAVIMAS 2019–2022 M. PIRMAIS ETAPAIS** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



Per visus ketverius metus finansuotoms paraiškoms buvo skirta 868 tūkst. Eur. Pagal finansavimo poreikį visų Tinklaveikos paraiškų finansinio poreikio patenkinimas turi augimo tendenciją – 2019 m. jis siekė 15 proc., 2021 m. – 22 proc., o 2022 m. I etape jis išaugo iki 39 proc. (žr. 8 pav.). Šis augimas susijęs su mažėjančiu visų paraiškų finansiniu poreikiu, kurį galėjo lemti nuo 2020 m. į Gaires įtrauktas reikalavimas vienam projekto vykdytojui įgyvendinti tik vieną projektą (renginį). Pastebima, kad 2022 m. I finansavimo etape visų paraiškų finansinis poreikis buvo mažiausias per visą Tinklaveikos įgyvendinimo laikotarpį (432 tūkst. Eur).

Nuo 2020 m. taip pat pastebimas finansuotų paraiškų finansavimo intensyvumo augimas (žr. 8 pav.), kuris gali būti siejamas su 2020 m. Gairėse įtraukta sąlyga, nustatančia maksimalų prašomos finansavimo sumos dydį. Galima teigti, kad šis ribojimas užtikrino tikslingesnį projekto lėšų poreikio planavimą (žinant, kokios LKT finansavimo galimybės / lubos) ir projektams leido skirti sumas, artimesnes nurodytoms paraiškose.

8 pav. **TINKLAVEIKOS FINANSAVIMO POREIKIS IR SKIRTAS FINANSAVIMAS 2019–2022 M.**
(sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



1 KULTŪROS IR MENO ORGANIZACIJŲ AKTYVUMAS KKI PROGRAMOJE

2015–2022 m. KKI programai paraiškas (įtraukiant 2020 m. II etape pateiktas paraiškas, kurių vertinimas buvo atšauktas) teikė 358 organizacijos, iš kurių finansavimą gavo 160.

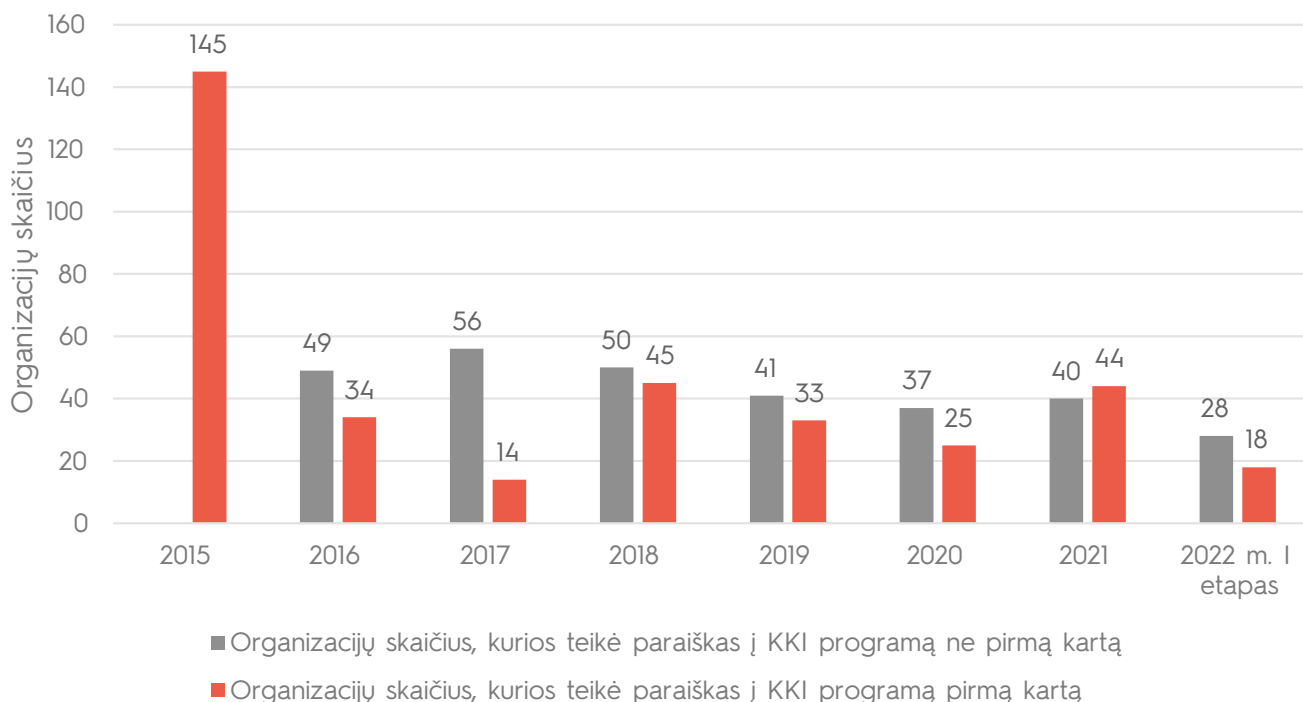
Per visą KKI programos gyvavimo laikotarpį išsiskiria pirmieji – 2015 metai, kai paraiškas pateikė daugiausiai – 145 – organizacijų (žr. 9 pav.). Paraiškovų aktyvumas KKI programoje toliau šiame skyriuje analizuojamas pagal pirmą kartą dalyvaujančias organizacijas ir aktyviausias organizacijas 2015–2022 m. I etape bei finansuotus unikalius paraiškovus ir jų pasiskirstymą pagal juridinį statusą 2019–2022 m. I etapo laikotarpiu.

Vertinant pirmą kartą dalyvaujančių paraiškų teikėjus matoma, kad jų kiekvienais metais, išskyrus 2021 m., yra mažiau nei jau anksčiau dalyvavusių organizacijų

(žr. 9 pav.). Matoma ir tai, kad mažėja organizacijų, kurios KKI programos konkurse dalyvauja ne pirmą kartą. Tai lėmė kiti pakeitimai LKT finansavimo modelyje, pavyzdžiui, dalis organizacijų dabar finansavimą gauna per „Strateginių tarptautinių renginių finansavimo“ programą, „Strateginio kultūros organizacijų finansavimo“ ar „Strateginio asociacijų ir (ar) skėtinių organizacijų finansavimo“ programas.

Detaliau analizuojant organizacijas, kurios pateikė paraiškas KKI programai pirmą kartą, itin ryškiai išsiskiria 2018 m. ir 2021 m. 2018 m. pasižymi tuo, kad jais naujų paraiškovų skaičius išaugo daugiau nei 3 kartus (nuo 14 iki 45), taip pat šių organizacijų dalis, jei lygintume su organizacijomis, kurios teikė paraiškas KKI programai ne pirmą kartą, nuo 2017 m. išaugo daugiau nei dvigubai (nuo 20 iki 47 proc.). 2021 m. išsiskiria iš kitų metų, kadangi tai buvo vieninteliai metai, kai daugiau nei pusė (52 proc.) paraiškovų teikė paraiškas KKI programai pirmą kartą. Svarbu paminėti, kad minėtais metais (2018 ir 2021 m.) padidėjęs naujų organizacijų aktyvumas sietinas su tais metais įtrauktomis naujomis finansuojamomis veiklomis programoje. 2018 m. į programą buvo įtraukta veikla, susijusi su vaizdo žaidimais ir multimedija, edukacinėmis, interaktyviomis programomis, o 2021 m. – veikla, apimanti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų plėtrą.

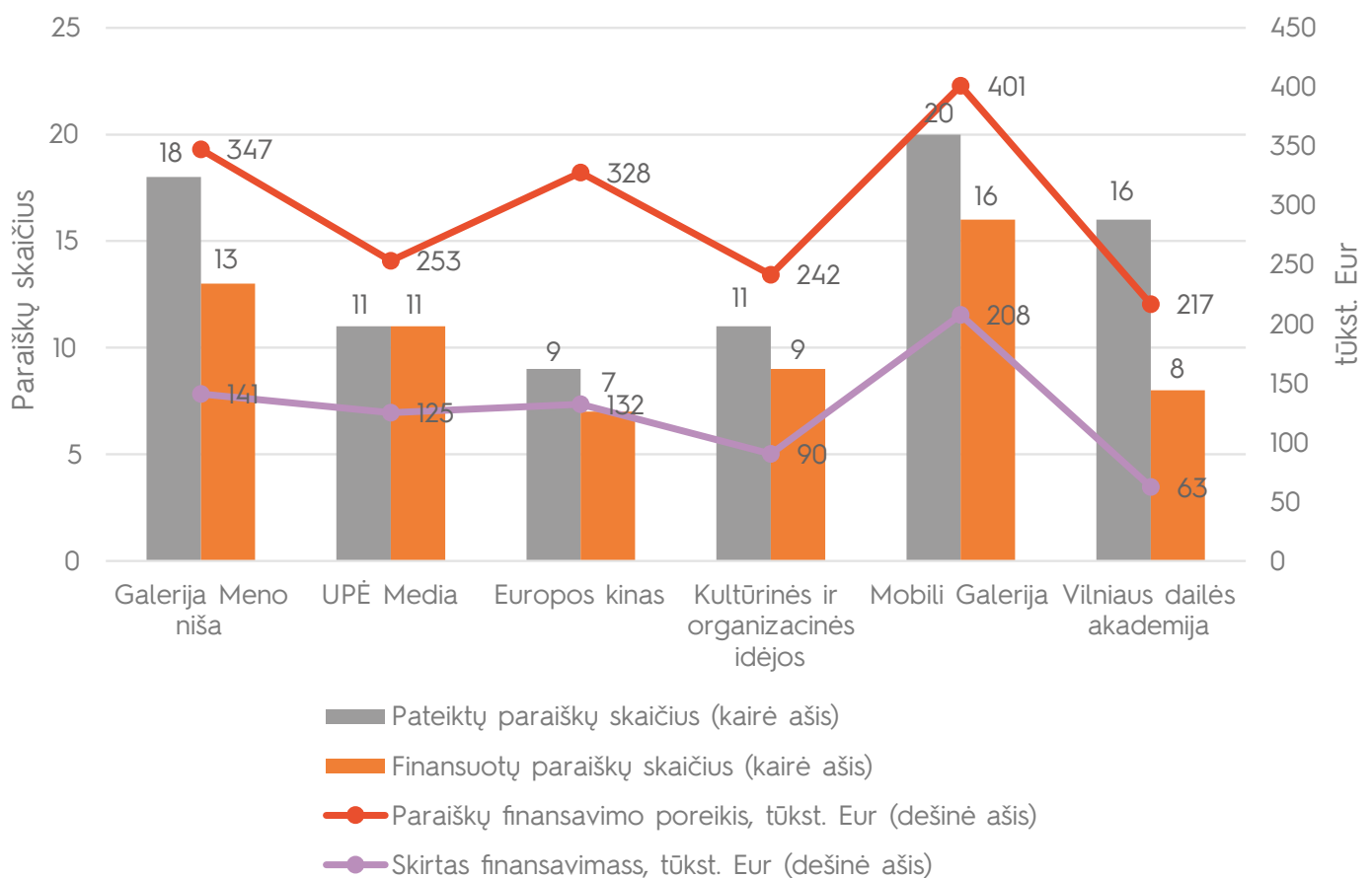
9 pav. KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ PROGRAMOS ORGANIZACIJŲ, TEIKUSIŲ PARAIŠKAS, SKAIČIUS 2015–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



Siekiant identifikuoti aktyviausias paraiškas teikiančias organizacijas, buvo analizuojami unikalūs paraiškovai, jų paraiškų teikimo dažnis, prašomas bei skirtas finansavimas. Regima, kad 2015–2022 m. I etape iš 358 unikalų paraiškų teikėjų tik 6⁹ (2 proc. iš visų pareiškėjų) teikė paraiškas visais metais. Iš viso minėti pareiškėjai pateikė 89¹⁰ iš 962¹¹, arba 9 proc., visų pateiktų paraiškų. 5 iš 6 minėtų organizacijų nuo 2019 m. teikė paraiškas Tinklaveikos veikloje, 1 organizacija¹² paraiškas teikė Tinklaveikos ir Kultūros startuolių veiklose (išskyrus 2021 metus). Iš 85¹³

pateiktų šių paraiškovų paraiškų buvo finansuoti 64, arba 75 proc., projektų. Beveik visos organizacijos gavo finansavimą kiekvienais metais, o vienas paraiškovas gavo finansavimą visoms 11-ai teiktų paraiškų. Šioms organizacijoms buvo skirta 759 tūkst. Eur iš 1,79 mln. Eur, arba 42 proc. prašomos sumos. Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad vertinant visą skirtą finansavimą veiklose 2015–2022 m. (4,06 mln. Eur), 6 pareiškėjams buvo skirta net 19 proc. viso finansavimo (žr. 10 pav.).

10 pav. 6-IŲ UNIKALIŲ PARAIŠKŲ TEIKĖJŲ PARAIŠKŲ SKAIČIUS IR FINANSAVIMAS 2015–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



9 Pareiškėjai: Galerija „Meno niša“ (buvusi Auksakalių gildija), „UPĖ Media“ (buvusi Cultural & Media Consulting), „Europos kinas“, „Kultūrinės ir organizacinės idėjos“, Mobili Galerija, Vilniaus dailės akademija.

10 4 iš 89 paraiškų vertinimas buvo atšauktas 2020 m. II etape.

11 Įtraukiamos 2020 m. II etape pateiktos paraiškos (30), kurių vertinimas buvo atšauktas.

12 „Mobili galerija“.

13 4 iš 89 paraiškų, kurių vertinimas buvo atšauktas 2020 m. II etape, į skaičiavimus neįtraukiamos.

Vertinant paraiškovus be 2022 m. I etapo (2015–2021 m.) matoma, kad visais metais paraiškas teikė dar trys organizacijos – „Galerija vartai“, Tarptautinių kultūros projektų centras¹⁴ ir Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija. Šios trys organizacijos iki 2022 m. pateikė 40¹⁵ paraiškų, iš kurių finansuotos buvo 28 (70 proc.). Joms buvo skirta 268 tūkst. Eur. Iš šių trijų organizacijų išsiskiria Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, kuri gaudavo finansavimą kiekvienais metais, jos paraiškų finansuota daugiausiai (15, 53 proc.) ir jai buvo skirtas didžiausias finansavimas (140 tūkst., 52 proc.). Nuo 2022 m. ši asociacija yra įtraukta į Strateginę asociacijų ir (ar) skėtinių organizacijų finansavimo programą.

2019–2022 m. Kultūros startuolių veikloje dalyvavo 86, o Tinklaveikos veikloje – 105¹⁶ unikalūs paraiškovai. Analizuojant šiuos paraiškovus pagal juridinį statusą matoma, kad abiejose veiklose paraiškas aktyviausiai

teikia viešosios įstaigos (toliau – VŠĮ) (žr. 11 pav.). Lyginant veiklas tarpusavyje pastebima, kad antras pagal aktyvumą juridinis statusas Tinklaveikos veikloje – asociacijos. O Kultūros startuoliuose asociacijos yra vienas mažiausiai paraiškų teikiantis juridinis statusas. Svarbu paminėti, kad Tinklaveikoje VŠĮ ir asociacijos išsiskiria kaip paraiškovai, kurie dažniau nei kito juridinio statuso organizacijos teikia daugiau nei vieną paraišką (VŠĮ ir asociacijų paraiškų skaičius yra beveik tris kartus didesnis nei unikalų pareiškėjų). Atkreiptinas dėmesys, kad VŠĮ, nors ir teikia daugiausiai paraiškų šioje veikloje, tačiau tik apie trečdalis jų yra finansuojama. Kultūros startuolių veikloje, nevertinant BĮ atvejo (pateikta 1 paraiška ir ji finansuota), didžiausias finansuotų projektų procentas priskirtinas UAB juridiniam statusui – 47 proc. (žr. 11 pav.). Matoma, kad MB ir VŠĮ finansavimo procentas labai panašus (28 ir 29 proc.), nors VŠĮ pateikė beveik dvigubai daugiau paraiškų.

11 pav. UNIKALIŲ PAREIŠKĖJŲ IR FINANSUOTŲ PARAIŠKŲ SKAIČIUS PAGAL JURIDINĮ STATUSĄ 2019–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



14 Buvęs „Natų“ knygynas.

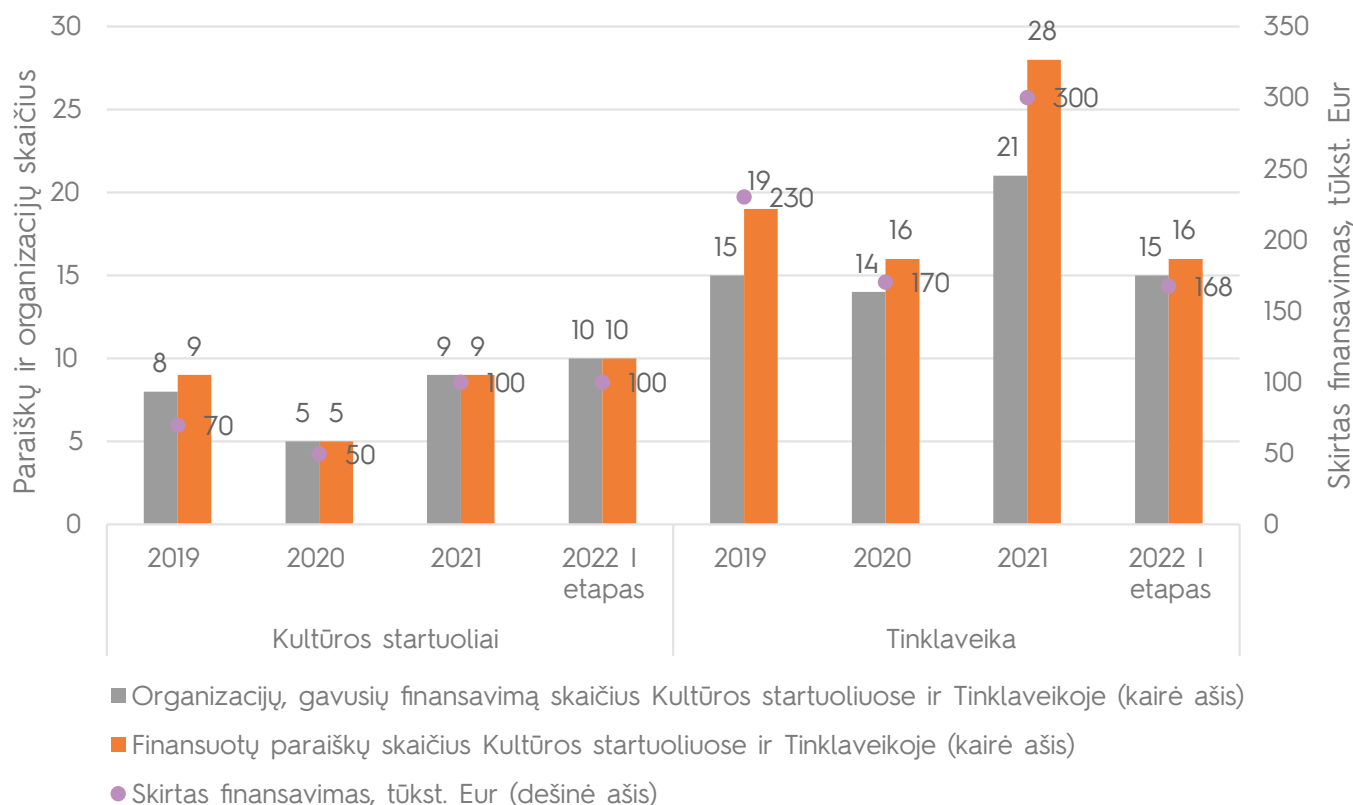
15 Iš viso pateiktos 42 paraiškos, tačiau 2-ų paraiškų vertinimas buvo atšauktas 2020 m. II etape.

16 Neįtraukiamos 2020 m. II etape, kuris buvo atšauktas, pateiktos paraiškos (30) ir tik šiame etape dalyvavusios unikalios organizacijos (5).

Analizuojant paskirstytas finansavimo lėšas (neįtraukus 30 atšauktų paraiškų 2020 m. II etape) pagal unikalius paraiškovus kiekvienoje KKI veikloje 2019–2022 m. I etapo laikotarpiu, yra išvelgiami jų panašumai bei skirtumai. Kultūros startuolių veikloje, kaip ir Tinklaveikoje, finansavimas buvo skirtas beveik vienodam skaičiui unikalų organizacijų (28 ir 29). Šios veiklos skiriasi tuo, kad Kultūros startuoliuose vienas paraiškos teikėjas dažniausiai gauna finansavimą vienai paraiškai – 2019–2022 m. I etape. 319 tūkst. Eur finansavimas buvo skirtas 28 organizacijoms pagal 33 paraiškas. Šiek tiek kitokia situacija Tinklaveikoje –

vienam paraiškos teikėjui finansavimas buvo suteiktas 2–3 paraiškoms – 29 organizacijoms pagal 79 paraiškas buvo skirta 868 tūkst. Eur (žr. 12 pav.). Šį skirtumą lemia veiklų specifiškumas ir joms nustatyti skirtingi reikalavimai. Kultūros startuolių veikloje yra kuriamas produktas ir (ar) paslauga, kuria apsiriboja paraiškovas, įvertindamas lėšų poreikį, finansavimo intensyvumą, žmogiškųjų išteklių ir laiko sąnaudas idėjai įgyvendinti. Tinklaveikoje, atvirkščiai, remdamiesi tuo, kad vienoje paraiškoje galima planuoti įgyvendinti tik vieną projektą (renginį), paraiškovai dažniau teikia daugiau nei vieną paraišką.

12 pav. KULTŪROS STARTUOLIŲ IR TINKLAVEIKOS FINANSUOTŲ UNIKALIŲ PAREIŠKĖJŲ IR PARAIŠKŲ SKAIČIUS 2019–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



Atsižvelgiant į tai, kad KKI programa nuo 2019 m. buvo išskirta į dvi veiklas – Kultūros startuolius ir Tinklaveiką – ir siekiant įvertinti jų poveikį ir rezultatus, toliau tyrime bus nagrinėjami 2019–2022 m. laikotarpiu finansuoti paraiškovai ir jų įgyvendinti projektai.

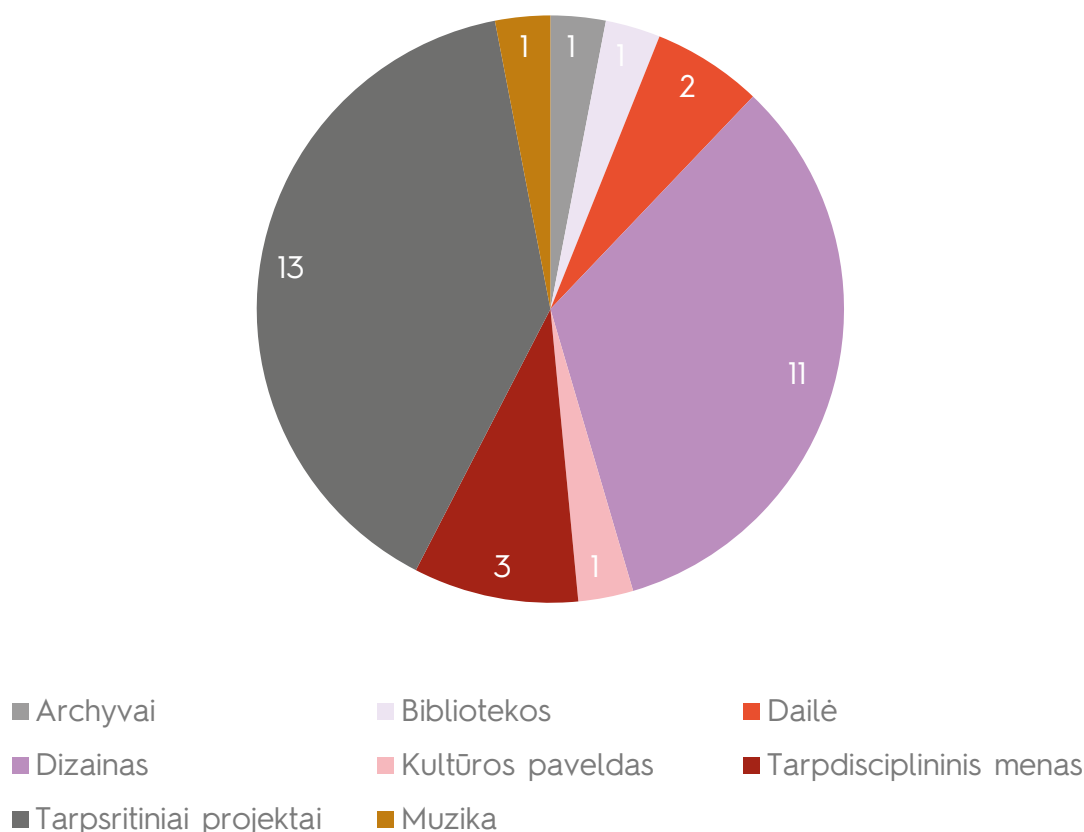
2. KULTŪROS STARTUOLIAI

2.1. FINANSUOTOS PARAIŠKOS PAGAL SRITIS IR ĮGYVENDINIMO FORMAS

Kultūros startuolių finansavimo veiklos pagal Gairių 14 priedą apima „kūrybinių industrijų kuriamų produktų ir (arba) paslaugų (įskaitant videožaidimus ir multimediją) inicijavimą, kūrimą ir pirminės stadijos (idėjų generavimo, investicijų pritraukimo, įvedimo į rinkas ir pan.) vystymą, viešinimą bei populiarinimą Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą“¹⁷. Skiriant finansavimą šioms veikloms, siekiama remti įvairių sričių projektus, atliepiančią KKI programos tikslą.

Kultūros startuolių veikloje 2019–2022 m., kaip buvo minėta, buvo finansuoti 33 projektai. Žvelgiant į šių projektų pasiskirstymą pagal sritis, daugiausiai finansuota tarpkritinių (13) ir dizaino (11) sričių projektų (žr. 13 pav.), kuriuose buvo minimos tokios įgyvendinimo formos kaip interneto svetainė, mobili aplikacija, elektroninis leidinys, kūrybinės dirbtuvės / laboratorijos.

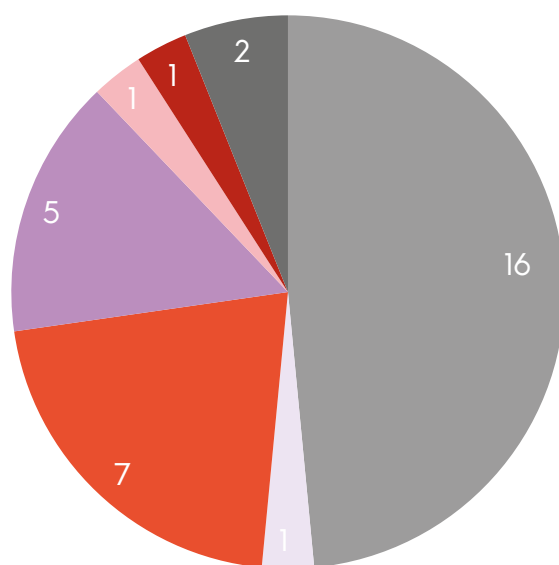
13 pav. KULTŪROS STARTUOLIŲ VEIKLOJE 2019–2022 M. FINANSUOTŲ PROJEKTŲ PASISKIRSTYMAS PAGAL SRITIS (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



¹⁷ Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairės, patvirtintos 2021 m. rugpjūčio 27 d. Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. ĮV-1019 „Dėl Kultūros ministro 2017 m. rugpjūčio 25 d. įsakymo Nr. ĮV-904 „Dėl Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų projektų teikimo gairių patvirtinimo“ pakeitimo“.

Atkreiptinas dėmesys, kad projektuose neretai nurodomos kelios (2–4), o kai kuriuose – net 5–7 įgyvendinimo formos (žr. 14 pav.). Bendrai žvelgiant, šiek tiek daugiau nei pusėje finansuotų paraiškų (17, t. y. 52 %) yra nurodoma daugiau nei viena įgyvendinimo forma, todėl galima teigti, kad paraiškovai projektams įgyvendinti dažniau pasirenka platesnį veiklų spektrą.

14 pav. **KULTŪROS STARTUOLIŲ VEIKLOJE 2019–2022 M. FINANSUOTŲ PROJEKTŲ PASISKIRSTYMAS PAGAL NURODYTŲ ĮGYVENDINIMO FORMŲ SKAIČIŲ** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



- 1 įgyvendinimo forma ■ 2 įgyvendinimo formos ■ 3 įgyvendinimo formos
- 4 įgyvendinimo formos ■ 5 įgyvendinimo formos ■ 6 įgyvendinimo formos
- 7 įgyvendinimo formos

Nagrinėjant finansuotus projektus ir konkrečias jų įgyvendinimo formas matoma, kad daugumoje jų yra minimos inovatyvios paslaugos (20 iš 33, arba 61 proc.). Manytina, kad paraiškovai kaip vieną iš pagrindinių įgyvendinimo formų pasirinkdavo inovatyvias paslaugas, siekdami pabrėžti projekte kuriamo produkto ir (ar) paslaugos inovatyvumą ir unikalumą.

Pastebėtina, kad dar 5 įgyvendinimo formos (kūrybinės dirbtuvės / laboratorijos, mobilios aplikacijos, kūrinio, interneto svetainės, elektroninio leidinio sukūrimas), be jau minėtų inovatyvių paslaugų, kai kuriuose projektuose buvo vienintelės, minimos be kitų įgyvendinimo formų. Visos kitos įgyvendinimo formos projektuose yra realizuojamos su kitomis. Projektuose nurodytos įgyvendinimo formos, jų vykdymas kartu su kitomis formomis bei skaičius detaliau matomi 1 lentelėje.

1 lentelė. **KULTŪROS STARTUOLIŲ 2019–2022 M. ĮGYVENDINIMO FORMOS PROJEKTUOSE** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

Įgyvendinimo forma	Projekte nurodyta tik ši įgyvendinimo forma	Projekte nurodyta su kitomis įgyvendinimo formomis	Iš viso
Inovatyvios paslaugos	7	14	21
Interneto svetainė	2	10	12
Duomenų bazė		5	5
Kūrinio sukūrimas	3	2	5
Mobili aplikacija	2	2	4
Kūrybinės dirbtuvės / laboratorijos	1	3	4
Kultūros sklaida		4	4
Elektroninis leidinys	1	2	3
Skaitmeninių kultūros objektų sklaida		3	3
Kultūros paveldo pristatymas		3	3
Paroda		2	2
Tyrimai		2	2
Virtuali ekspozicija		2	2
Ekspozicija		2	2
Metodikos sukūrimas		2	2
Vertybių tyrinėjimas		1	1
Leidinys		1	1
Straipsniai		1	1
Tarptautinis renginys		1	1
Susitikimai		1	1
Seminaras		1	1
Vaizdo klipas		1	1
Archyvavimas		1	1
Filmo sukūrimas / sklaida		1	1
Medžiagos surinkimas		1	1
Visuomeninė iniciatyva		1	1

2 PASIEKTŲ REZULTATŲ ANALIZĖ

Siekiant išnagrinėti Kultūros startuolių vykdytų projektų rezultatus, remiantis mokslinė literatūra buvo išsigrnynta „startuolio“ sąvoka. Pagal Kembridžo universiteto žodyną, sąvoka „startuolis“ yra tiesiogiai susijusi su naujo verslo ar naujo projekto pradžia¹⁸. Mokslininkai, nagrinėdami šį terminą, taip pat akcentuoja naujai įsteigtas įmones, kurių tikslas – prekių ar paslaugų kūrimas bei jų pardavimas, pasitelkiant inovacijas. Kai kalbame apie „startuolio“ sąvoką kultūros sektoriuje, ji tampa labiau kompleksinė, todėl kultūros startuolius bendrai galima apibūdinti kaip subjektus, siekiančius panaudoti kultūros ir kūrybos sritis ir (ar) turinį kaip priemonę, siekiant **įgyvendinti socialines inovacijas, populiarinti KKI sektorių ir meninį turinį, daryti įtaką visuomenės socialiniam, kultūriniam pokyčiui, generuoti ekonominę pridėtinę vertę bei plėsti naujus ekonominius modelius**¹⁹.

Svarbi ir inovacijos sąvoka, kuri gali būti suprantama labai plačiai ir skirtingai. Vadovaujantis 2015 m. liepos 31 d. patvirtintu Lietuvos Respublikos kultūros ministro įsakymu Nr. ĮV-524 „Dėl kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 metų plėtros kryptių“, **kūrybinės inovacijos** – tai kultūros ir kūrybinių industrijų subjektų kuriamos ir diegiamos sisteminės inovacijos, apimančios technologinius, organizacinius, proceso sprendimus ir kuriančios arba naudojančios kultūrinį simbolinį turinį ir pasižyminčios **tarpsektoriškumu**. Šis apibrėžimas gali padėti suprasti lūkesčius dėl Kultūros startuolių projektų (kokių rezultatų iš jų tikimasi), nes būtent KKI programos Kultūros startuolių veikloje finansuojami projektai neatsiejami nuo siekio kurti inovacijas.

Nagrinėjant 2019–2021 m. Kultūros startuolių veikloje finansuotus projektus (21²⁰), jų turinį ir vykdomas veiklas, šie projektai gali būti skirstomi į dvi grupes: į pirmąją grupę patenka projektai, kurie sukūrė visiškai naujus produktus ar paslaugas (9 projektai), į antrąją – projektai, kurie vysto ir viešina jau esamą produktą ar paslaugą

(12 projektų). Šių projektų rezultatai, atsižvelgiant į turinį, veiklų pobūdį ir tikslus, toliau analizėje matuojami remiantis kultūros startuolio apibrėžime išskirtais trimis pagrindiniais kriterijais: 1) KKI sektoriaus populiarinimas / kultūrinio turinio žinomumo didinimas, 2) idėjos inovatyvumas, realizuojant produktus ir paslaugas, 3) produktu ir (ar) paslauga kuriama ekonominė vertė²¹. Apibendrinant projektų metu pasiektus rezultatus, taip pat remiamasi Gairėse nurodytu KKI programos tikslu ir finansuojamomis veiklomis.

NAUJI PRODUKTAI IR (AR) PASLAUGOS

Pirmąją grupę sudaro projektai, kuriuose buvo sukurtos interneto svetainės (platformos) (3), kompiuteriniai žaidimai (3), stalo žaidimas (1), laboratorija (1), ekspozicinė erdvė (1).

Interneto svetainės. Analizuojant interneto svetaines (platformas), paminėtina svetainė²², kurioje buvo integruotas kultūros renginių kalendorius bei sukurtas kultūrinės veiklos stebėsenos ir analizės įrankis. Šis įrankis ne tik padeda stebėti, bet taip pat ir analizuoti informaciją apie renginius ir kultūros įstaigas – toks funkcionalumas nebuvo sukurtas jokioje panašioje renginių sklaidos svetainėje. Svarbu atkreipti dėmesį, kad interneto svetainė yra viešai prieinama, todėl gali būti vertinama kaip produktas, turintis tęstinumą ir kuriantis tiek ekonominę, tiek sociokultūrinę vertę. Jis suteikia galimybę visuomenės nariams lengvai gauti informaciją apie vykstančius renginius, prisideda prie kultūrinio turinio žinomumo bei generuoja papildomas pajamas, skatindamas kuo daugiau lankytojų dalyvauti kultūros renginiuose.

Antroji interneto svetainė – atviros kultūros vaizdų platformos pilotinė (bandomoji) versija²³. Tai pirmoji tokio pobūdžio platforma, nes joje, priešingai nei alternatyviuose archyvuose, kaupiamas kultūrinio paveldo (iki 1949 m.) turinys. Taip pat paminėtina, jog panašaus pobūdžio platformos, kurios apimtų skirtingose duomenų bazėse paskelbtas atvirąsias kolekcijas ir leistų ieškoti konkretaus turinio pagal sritis, nėra diegiamos. Vertinant idėjos sėkmingumą akivaizdu, jog įgyvendinus šio projekto tikslus buvo atrinkti 450 autorių iš vertingiausių kolekcijų, o vaizdai suskirstyti į 25 temas pagal kategorijas. Tokio turinio prieinamumas naudingas įvairių sričių atstovams: profesionaliems kūrėjams, menininkams, duomenų mokslininkams, kultūros mėgėjams, siekiantiems geriau pažinti įvairių galerijų, muziejų, archyvų, bibliotekų darbus.

18 Cambridge Business English Dictionary, Cambridge University Press. Prieiga per internetą: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/start-up>>.

19 Albanese, M. M., Frondizi, R., ir Guga, E. Start-ups in the Cultural and Creative Industries: Main Criticisms in Italy. Prieiga per internetą: <<https://roshankhaneh.net/wp-content/uploads/2019/05/2-544.pdf>>.

20 Dviejų projektų ataskaitų pateikimas buvo atidėtas, todėl šie projektai išsamiau neanalizuojami ir į bendrą projektų skaičių neįtraukiami.

21 Kultūros startuolių pasiektų rezultatų analizėje naudojami skaičiai ir kita susijusi informacija apie vykdančius projektus ir po jų pabaigos pasiektus rezultatus, šie duomenys buvo užfiksuoti tyrimo metu ir gali būti pasikeitę.

22 Kultūros renginių kalendoriaus interneto svetainė <<https://kultura.kaunas.lt/>>.

23 Atviros kultūros vaizdų platformos interneto svetainė <<https://revivoimages.com/>>.

Svarbu atkreipti dėmesį, kad svetainę vystant toliau planuojama jos narių registracija (jos metu už simbolinę mėnesinę paramos sumą lankytojams būtų suteikiama prieiga prie svetainėje skelbiamos medžiagos) bei paramos kanalo kūrimas, remiantis *patreon.com* finansavimo modeliu.

Dar viena interneto svetainė – tai virtuali dizainerių darbų parduotuvė²⁴. Šis produktas išsiskiria tuo, kad jame yra prekiaujama įvairių dizainerių, dalyvaujančių tarptautiniuose renginiuose, darbais. Šiuo metu svetainėje skelbiami aštuonių dizainerių darbai (220 prekių). Svarbu paminėti, kad sukurtos parduotuvės funkcijos yra dvejopos – patenkinti vartotojų poreikius ir suteikti naudą kūrėjams. Vartotojai naudodamiesi svetaine turi galimybę geriau susipažinti su organizuojamais tarptautiniais mados renginiais, juose dalyvaujančiais dizaineriais bei įsigyti jų kurtų produktų. Tuo metu dizaineriams svetainė tampa viena iš jų sukurtų darbų viešinimo priemonių bei papildoma pajamų galimybe. Atkreiptinas dėmesys, kad įgyvendinant šį projektą sukurtas produktas gali būti orientuotas ne tik į Lietuvos, tačiau ir užsienio rinkas, todėl svetainės idėjos žinomumas ir generuojama ekonominė nauda turi perspektyvų plėstis.

Apskritai šios interneto svetainės apima įvairias sritis: kultūros renginių viešinimas ir analizė, atviroji kultūros vaizdų platforma, dizainerių darbų interneto parduotuvė. Šios svetainės pasižymi inovatyvumu, nes tokio pobūdžio platformos kultūros sektoriuje dar nebuvo diegtos. Svarbu atkreipti dėmesį, kad jos atsiranda asmenine įstaigos / organizacijos iniciatyva, jų poreikis nėra suderintas savivaldos ar nacionaliniu lygmeniu. Todėl nėra užtikrinama kokybiška tokių svetainių stebėseną, taip pat nėra garantuojamas jų tęstinumas – jis priklauso nuo pačios organizacijos strategijos dėl jų naudojimo ir vystymo perspektyvos. Vis dėlto aptartose platformose skelbiamas turinys yra atviras ir jose pateikta informacija gali naudotis tikslinės grupės nariai ir visuomenė, todėl jos neabejotinai prisideda prie kultūrinio turinio populiarinimo. Jų veikimo užtikrinimas ilguoju laikotarpiu daro įtaką didinant kultūros renginių, kultūros vaizdų ir mados dizaino žinomumą bei kuriant pridėtinę ekonominę vertę.

Kompiuteriniai žaidimai. Kita grupė projektų, kuriuose yra kuriami nauji produktai ar paslaugos, – tai kompiuteriniai žaidimai.

Vieno iš trijų projektų tikslas – atlikti parengiamuosius (vystymo) darbus ir išgryninti kompiuterinio vaizdo

žaidimo koncepciją²⁵. Paminėtina, kad projekto idėja yra intriguojanti, kadangi žaidimo turinys tiesiogiai siejasi su baltų mitologija, dokumentuotomis veikėjų savybėmis bei magiškais jų rekvizitais. Tai leidžia manyti, kad žaidimas yra išties unikalus, nes orientuojasi ne tik į pramoginį žaidimo konceptą, tačiau siekia supažindinti žaidėjus su baltų pasaulėžiūra. Svarbu atkreipti dėmesį, kad nors projekto metu iškeltas tikslas buvo įgyvendintas ir minėtoji koncepcija sukurta, produkto tęstinumas nebuvo užtikrintas – praėjus trejiems metams po projekto įgyvendinimo, produktas nėra pasiekiamas ir (ar) sukurtas. Atsižvelgiant į tai, kad didžiausia generuojama nauda atsiskleidžia tuomet, kai yra sukuriamas galutinis produktas ir juo gali naudotis tikslinės grupės nariai, galima teigti, jog projekto veiklų nauda šiame produkto vystymo etape atitenka tik idėjos autoriams, mat nerealizuoto žaidimo vertė negali būti pamatuojama minėtais kriterijais. Vis dėlto projektas atitinka Kultūros startuolių finansuojamų veiklų apibrėžimą, kadangi Gairėse yra numatyta finansuoti ir pirminę veiklos stadiją. Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad žaidimo galutinės versijos sukūrimas neretai reikalauja didelių finansinių sąnaudų, todėl neturint pakankamai finansinių resursų toliau plėtoti idėją, sumanymas taip ir lieka pradinės stadijos.

Kito projekto metu buvo siekiama vystyti virtualios realybės žaidimo prototipą²⁶. Atsižvelgiant į virtualios realybės technologijų proveržį KKI sektoriuje ir turinio trūkumą išsiplėtusioje rinkoje, tolesnis idėjos autorių siekis – žaidimą išstobulinti ir pristatyti tarptautiniu lygmeniu (*Location Based Entertainment* vietose (toliau – LBE): arkadose, pabėgimų kambariuose, pramogų centruose ir pan.). Įvertinus projekto tikslą ir numatytą plėtros strategiją, produkto potencialas vertinamas teigiamai, nes įžvelgiama sąsaja su galimybėmis įsiliesti į KKI sektoriaus rinką, didinti jos žinomumą bei praplėsti ją nauju produktu. Visgi, nagrinėjant projekto rezultatus, matoma, kad jo tikslas nebuvo pasiektas – dėl prasidėjusios pandemijos žaidimo pirminė versija buvo adaptuota žaisti internete. Taip pat projekto metu papildomai buvo pradėtas kurti dar vieno žaidimo prototipas²⁷, skirtas keliems žaidėjams internete, – jo kūrimas nebuvo numatytas projekte. Svarbu paminėti, kad pirmojo žaidimo prototipas buvo paskelbtas internetinėje virtualios realybės programėlių parduotuvėje ir pradėtas platinti nemokamai (atsisakyta LBE verslo modelio). Matoma, kad žaidimo atsisuntimų skaičius viršija 300, tačiau žaidėjų atsiliepimai leidžia manyti, kad jis turi trūkumų. Taip pat neaiškus antrojo šio projekto metu kurto prototipo realizavimas, nes jis nėra išleistas ir viešai prieinamas.

24 Dizainerių darbų parduotuvės interneto svetainė <<https://shop-us.eu/>>.

25 Vaizdo žaidimas „Kaukas“.

26 Virtualios realybės žaidimas „Abu Dabi“.

27 Virtualios realybės žaidimo prototipas „Space Toy“.

Trečiojo projekto metu buvo kuriamas edukacinis vaizdo žaidimas²⁸, kurio tikslas – keliauti povandeniniu laivu ir atkurti mirštančios žemės ekosistemą. Jis išsiskiria tuo, jog siekia supažindinti žaidėjus su globalaus atšilimo fenomenu ir skatina kelti klausimus apie klimato atšilimą. Svarbu atkreipti dėmesį, kad žaidimas yra paskelbtas elektroninėje žaidimų platformoje ir jį galima įsigyti. Nors reklaminių vaizdo įrašų peržiūrų skaičius viršija 100 tūkst., o žaidimą seka daugiau nei 3 tūkst. asmenų, matomi vos keli teigiami žaidėjų komentarai.

Apibendrinant aptartus žaidimus ir prototipus galima teigti, kad jų turinys gali būti apibūdinamas kaip kultūriškai vertingas bei turintis potencialą didinti KKI produktų vertę, o kai kurių – netgi susijęs su inovatyviais sprendimais. Vis dėlto neužbaigti produktai ir nedidelis susidomėjimas išleistais žaidimais rodo, kad jie nepasiekė galutinio tikslo ir nebuvo sėkmingai realizuoti žaidimų rinkoje. Tai leidžia abejoti jų kuriamą ekonomine, kultūrine ir edukacine verte, kuri galėtų pasireikšti, jeigu jie būtų sėkmingai užbaigti.

Stalo žaidimas. Kultūros startuolių veiklai taip pat buvo pateiktas projektas, kuriuo buvo siekiama kurti naują stalo žaidimą²⁹. Jis ne tik skatina strateginį mąstymą, tačiau taip pat siekia žaidėjus netiesiogiai supažindinti su Lietuvos menininkų kūryba. Tokias funkcijas atlieka žaidime integruoti etninės kultūros elementai, kurie daro jį ne tik pramoginį, tačiau taip pat ir kultūriškai vertingą. Galima teigti, kad suvienijus šias dvi – pramogines ir kultūrinės – sritis, sugeneruojamas inovatyvus ir išsiskiriantis produktas, turintis tiesioginių sąsajų su kultūros populiarinimu. Analizuojant stalo žaidimo kuriamą ekonominę pridėtinę vertę pasakytina, kad jo įsigyti nėra galimybės, nors prototipas matomas paraiškovo interneto svetainėje. Atsižvelgiant į tai, kad galutinis planuotas produktas nėra prieinamas, darytina išvada, jog jis nebuvo iki galo išvystytas. Taip pat nėra aišku, ar finansuota veikla – sukurti inovatyvų KKI produktą – buvo tinkamai įgyvendinta. Nors ir galima teigti, kad pradinė žaidimo idėja aktuali ir reikšminga, galinti prisidėti tiek prie kultūrinės, tiek prie ekonominės vertės didinimo, vis dėlto faktas, kad ji iki galo nerealizuota ir žaidimas nėra prieinamas viešai, stabdo galimą kurti naudą.

Laboratorija ir ekspozicinė erdvė. Šios kategorijos projektuose orientuojamasi į paslaugų teikimą. Vykdam pirmąjį projektą buvo įkurta laboratorija³⁰, kurioje teikiamos spaudos, įrišimo ir dizaino paslaugos naudojant risografą (spausdintuvą-kopijuoklį). Svarbu paminėti, kad ši paslauga yra aktyvi ir ja gali naudotis suinteresuoti asmenys. Kitas projektas, kurį galima priskirti paslaugų teikimo kategorijai,

susijęs su ekspozicinės erdvės galerijoje bei e-komercinio kanalo galerijos administruojamoje interneto svetainėje kūrimu³¹. Nagrinėjant šiuos projektus pagal idėjų naujumą ir išskirtinumą matoma, kad pirmasis projektas išsiskiria tuo, jog kuriama antroji tokio pobūdžio studija Lietuvoje. Tuo tarpu antrojo projekto veiklose ryškiai atsiskleidžiančių inovatyvių bruožų nematyti, nes projekto esmė – įkurti ekspozicinę erdvę, sutvarkant patalpas, esančias galerijoje, bei atliekant kitus techninius darbus, susijusius su jos atnaujinimu ir įrengimu (stelažų / vitrinų sumontavimas, pasiruošimas instaliacijai ir pan.). Vis dėlto šiuo projektu, nors ir stokojančiu išskirtinumą, siekiama skatinti kultūros produktų paslaugų vystymąsi, visuomenės domėjimąsi menu ir kolekciniais dizaino kūriniais, formuoti šiuolaikinio dizaino rinką bei didinti profesionaliojo meno lankytojų skaičių.

Kaip jau buvo minėta, abu projektai skiriasi savo inovatyvumu. Nepaisant to matoma, kad finansuotos projektų idėjos buvo tinkamai išvystytos, pastebimas šių veiklų tęstinumas ir aktyvus veikimas. Taip pat svarbu paminėti, kad abiejuose projektuose akcentuojama KKI svarba bei per teikiamas paslaugas ar viešinamus produktus didinamas kultūros sektoriaus žinomumas ir reikšmė. Be to, abu projektai yra tiesiogiai orientuoti į ekonominės vertės kūrimą – iš vykdomos veiklos siekiama gauti pelno, kuris skiriamas tiek KKI sektoriaus atstovų ekonominei gerovei kurti, tiek vykdomoms veikloms plėtoti.

Apibendrinant kuriamus produktus ir paslaugas pagal išskirtus kultūros startuolio kriterijus pasakytina, kad daugumos projektų turinys turi sąsajų su kultūrinio turinio populiarinimu ir KKI sektoriaus žinomumo didinimu. Tai įrodo projektų metu kuriamų produktų ir paslaugų turinys, tikslai ir jų įgyvendinimas. Antrasis pagal dažnumą kriterijus, kurį galima įžvelgti nagrinėtuose projektuose, – inovatyvumas. Pastebima, kad projektai siekiamos įgyvendinti idėjos dažnai yra naujos kultūros sektoriuje, tačiau jų inovatyvumas dažniau pasireiškia ne paties kuriamo objekto unikalumu, tačiau išskirtinių techninių sprendimų įdiegimu ar integravimu į produktus ir paslaugas. Nors kultūros startuolio apibrėžimo kriterijaus šie projektai iki galo neatitinka, jų metu vykdomos veiklos kuria naujus paslaugų teikimo modelius bei supažindinimo su kultūrinio turinio prieigas. **Projektų atitikimą kultūros startuolio sąvokai sudėtingiausia nustatyti pagal kriterijų, žymintį kuriamą ekonominę vertę. Nors beveik visuose projektuose matomos sąsajos ir potencialas tapti rinkos dalyviais, tačiau neretai trūksta įdirbio, tolesnio idėjos vystymo ir, manytina, papildomų finansinių išteklių. Taip**

28 Vaizdo žaidimo „PlasticAlypse“ interneto svetainė <<https://www.plasticalyypse.com/>>.

29 Stalo žaidimas „Gintarinė pilis“ (pagal legendą „Jūratė ir Kastytis“, remiantis M. K. Čiurlionio kūrybos motyvais). Interneto svetainė <<https://vienaragis.lt/product/stalo-zaidimas-gintarine-pilis/>>.

30 Laboratorijos „KI-LAB“ interneto svetainė <<https://lt.kilab.studio/>>.

31 Ekspozicinės erdvės „Showroom“ e-komercijos kanalo polapis interneto svetainėje <<https://www.galerijavartai.com/showroom/>>.

pat matoma kai kurių produktų ir paslaugų integracija į Lietuvos ir tarptautines rinkas, tačiau daugumos jų ekonominis naudingumas yra ribotas arba išgyvena tik pradinę stadiją. Dėl to generuojama pridėtinė ekonominė vertė tiesiogiai gali būti identifikuojama vos keliuose projektuose iš visų aptartųjų. Taip pat pastebima, kad ne visi projektuose planuoti sukurti produktai buvo iki galo realizuoti ir (ar) prieinami, – tai ne visada atitinka finansuojamas veiklas, kurias paraiškovai įsipareigoja įgyvendinti projektų metu. Matoma, kad dažniausiai veiklų tęstinumas užtikrinamas teikiant paslaugas, tačiau sukurtų produktų veikimo tęstinumas užtikrinamas rečiau – tai gali būti siejama su didelėmis jų palaikymo, vystymo, tobulinimo sąnaudomis po finansavimo skyrimo. Visgi, nors dauguma vykdančių projektus sukurtų produktų ir paslaugų visai negeneruoja pelno, kai kurie iš jų yra labai svarbūs, nes atlieka antrinę funkciją ir per vykdomas veiklas daro įtaką ekonominės pridėtinės vertės augimui tolesnėse (dažniausiai menininkų) grandyse. Tuo tarpu projektai, sustabdę veiklos įgyvendinimą pradinėse stadijose, ne tik riboja ekonomikos plėtrą, kuri yra laikoma pagrindiniu kultūros startuolio apibrėžimo kriterijumi, bet taip pat neatliepia KKI programos tikslo.

ESAMŲ PRODUKTŲ AR PASLAUGŲ VYSTYMAS IR VIEŠINIMAS

Kita projektų grupė – vystantys ir viešinantys jau esamą produktą ar paslaugą. Į ją patenka projektai, kuriuos galima išskirti į du pogrupius: 1) susitelkiami į produktų ir paslaugų viešinimą (5), 2) tobulinami, vystomi ir viešinami sukurti produktai (7).

Esamų produktų ar paslaugų viešinimas. Šiame pogrupyje esančių projektų pagrindinė veikla yra susijusi su jau sukurtų produktų (3 projektai) ar paslaugų (2 projektai) viešiniu.

Viename iš projektų buvo numatyta populiarinti baigiamą kurti vaizdo žaidimą³². Šis žaidimas yra susijęs su Lietuvos istorija, senaisiais papročiais ir įtakingais istoriniais veikėjais. Tai leidžia žaidimą vadinti ne tik kultūriškai vertingu, tačiau taip pat atliekančiu svarbias edukacines funkcijas. Siekiant didinti šio žaidimo žinomumą, buvo ruošiama speciali produktą pristatanti reprezentacinė medžiaga, vykdyta komunikacija su partneriais bei potencialiais žaidėjais. Aktyvi žaidimo viešinimo kampanija buvo vykdoma pasitelkiant įvairius šaltinius: socialinius tinklus, žaidimų portalus ir kt. Vertinant pirmojo projekto veiklas, darytina išvada, jog jos įgyvendintos sėkmingai, – buvo užmegztas bendradarbiavimas su leidėjais ir pasiekta produkto tikslinė auditorija. Tai įrodo su leidėjais pasirašyta sutartis, taip pat faktas, jog žaidimas jau yra išleistas ir rado nišą tarptautinėje žaidimų rinkoje (jį galima įsigyti

vaizdo žaidimų interneto parduotuvėje „Steam“). Svarbu paminėti, kad nors žaidimas yra mokamas ir konkuruoja su kitais beveik 30 tūkst. žaidimų, įkeltų į platformą, per pirmąjį išleidimo mėnesį jis sulaukė daugiau nei 160 žaidėjų teigiamų atsiliepimų.

Antrasis aptartinas projektas yra skirtas šviesos meno instaliacijai populiarinti. Vykdančių projektą per viešinimo veiklas siekiama plėsti naujausiomis technologijomis ir netikėtais sprendimais paremto produkto demonstravimą ir sustiprinti jo pozicijas rinkoje. Tam buvo sukurta produktą pristatanti medžiaga: grafinis dizainas, nuotraukų ir vaizdo medžiaga ir polapis³³ interneto svetainėje. Produktas pristatytas Lietuvos (architektų bendruomenei bei miestų ir parkų erdvių planuotojams) ir tarptautinei (per specializuotą užsienio žiniasklaidą, socialinius tinklus, tarptautinių parodų, mugių bei konferencijų metu) rinkoms. Šis projektas taip pat gali būti laikomas vertingu, nes matoma, kad įgyvendinus veiklas produktas pradėtas aktyviau realizuoti įvairiose – tiek meno, tiek kitose – srityse. Iki viešinimo veiklų instaliacijos dažniausiai buvo rodomos kultūrinių renginių metu (pavyzdžiui, Vilniaus šviesų festivalyje), o įvykdžius projektą jos pradėtos eksponuoti kultūros įstaigose (Berlyne, Vilniuje, Klaipėdoje), imtos naudoti išorinėje urbanistikoje (loftų apšvietimas), lauko erdvėse (uosto teritorijoje, pramogų parke), verslo renginiuose (pavyzdžiui, „Huawei“ telefonų pristatymo renginyje). Matoma, kad viešinimo veiklos produkto kūrėjams padėjo idėją vystyti toliau (bendradarbiavimas su programuotojais, muzikos kūrėjais, atlikėjais) ir užsitikrinti stabilias pajamas.

Trečiojo projekto metu buvo vykdomas inovatyvus, pasauline infrastruktūrine inovacija atliekamuose menuose laikomo paralelinio roboto (įrenginio, skirto judėjimo simuliacijai) žinomumo didinimas. Tam buvo parengta produktą pristatanti fotografija, vaizdo medžiaga, animacija bei reprezentacinė medžiaga, taip pat sukurta interneto svetainė³⁴, su produktu supažindinant tiek Lietuvos, tiek užsienio rinkas, informacija platinta projekto partnerių tinkluose, produktas pristatytas investuotojams. Nagrinėjant šį projektą detaliau, galima matyti, kad jo veiklos yra orientuotos į inovatyvus produkto, kuris gali būti plačiai naudojamas tokiuose KKI sektoriuose kaip atliekamieji menai, atrakcionų parkai, 4D kinas, audiovizualinės medijos ir kt., viešinimą. Vis dėlto, vertinant šiuo projektu pasiektus rezultatus, nėra galimybės įsitikinti sukurtą pridėtinę vertę ir produkto realizavimo rinkoje sėkmingumu, nes nėra aiškūs paralelinių robotų pardavimų ir (ar) nuomos bei suteiktų konsultacijų paslaugų skaičius. Taip pat nėra pakankamai informacijos apie produkto nuomos ar kt. panaudojimo galimybes suinteresuotiems asmenims.

32 Vaizdo žaidimo „Karūnos ir pėstininkai“ (angl. „Crowns and Pawns: Kingdom of Deceit“) interneto puslapis <<https://crownsandpawns.com/>>.

33 Šviesos meno instaliacijos „Smilga“ polapis interneto svetainėje <<https://www.lightforms.lt/#/smilga>>.

34 Paralelinį robotą pristatanti interneto svetainė <<https://www.regos.tech/>>.

Kituose dviejuose projektuose, skirtingai nei jau aptartuose, buvo viešinamos teikiamos paslaugos. Pirmojo projekto veiklos apėmė mobiliosios meno tyrimų laboratorijos³⁵ paslaugų pristatymą. Atkreiptinas dėmesys, kad paslauga yra išskirtinė, nes naudojami inovatyvūs tyrimo metodai (ultravioletiniai, infraraudonieji, rentgeno spinduliai, techninė fotografija). Mobiliojoje laboratorijoje gali būti tiriami įvairūs archeologiniai radiniai, freskos, senieji spaudiniai ir kt. Projekto metu buvo vykdomos šios veiklos: paslaugos pristatymas socialiniuose tinkluose, spaudoje, renginiuose, vienos tarptautinės konferencijos leidinyje. Antrasis viešinimo projektas yra susijęs su mikrofilmavimų technologijos paslaugų žinomumo didinimu. Ši technologija leidžia atlikti didelio tikslumo reikalaujančius filmavimus ir fiksuoti akimi nematomus procesus, todėl yra svarbus mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros instrumentas kultūros srityje. Projekto veiklos apėmė tris etapus: viešinimo plano parengimą, reprezentacinio klipo kūrimą³⁶ ir galutinį paslaugos pristatymą (parodomąją programą).

Analizuojant paslaugų populiarinimo veiklų rezultatus atkreiptinas dėmesys, jog populiarinimas turėjo teigiamą įtaką paslaugų plėtrai ir integracijai į rinką. Pirmojo paslaugos projekto metu buvo atlikta vartotojų apklausa, iš kurios matoma, kad respondentai akcentuoja paslaugos kokybę ir tinkamą jos prieinamumą. Svarbu atkreipti dėmesį, kad vykdant projektą per metus buvo pasiekti rezultatai, planuoti ilgalaikėje 5 metų perspektyvoje, – atlikta daugiau nei 90 užsakyimų, kurie sugeneravo per 35 tūkst. Eur pajamų, tai pat pradėta gauti tarptautinių užsakyimų. Nagrinėjant antrąjį paslaugų viešinimo projektą paminėtina, kad įgyvendintos populiarinimo veiklos turėjo įtakos tolesniam paslaugos vystymuisi. Pirmiausia ji sulaukė susidomėjimo iš įvairių Lietuvos institucijų (tyrimų ir restauravimo centrų, muziejų) ir su kai kuriomis iš jų jau planuojamas mikrofilmavimų technologijos pritaikymas inovatyviose ekspozicijose. Antra, buvo užmegztas bendradarbiavimas su Belgijos organizacija, su kuria planuojama atlikti tyrimus Europos muziejuose ir labiau įsilieti į tarptautinę rinką.

Apibendrinant aptartus projektus matoma, kad veiklų metu dažniausiai siekiama viešinti KKI produktus ir paslaugas, susijusias su išskirtinumu, technologinėmis naujovėmis, progresyvių metodu taikymu (4 iš 5 projektų). Nors šiuose projektuose viešinamos paslaugos ir produktai yra inovatyvūs ir sietini su kultūros startuolio inovatyvumo kriterijumi, visgi svarbu atkreipti dėmesį, kad šiame pogrupyje viešunami jau anksčiau sukurti produktai ir paslaugos. Kadangi visi šie projektai atitinka finansuojamą veiklą, skirtą KKI paslaugų ir produktų žinomumui didinti,

matoma, kad sėkmingai įgyvendinę projektų veiklas jie įgyvendina dar vieną kultūros startuolio kriterijų. Tai įrodo viešinimo strategijomis pasiektas didesnis matomumas, aktyvesnis tikslinės grupės susidomėjimas, užmegztos naujos partnerystės. Pastebima, kad pagrindinis įgyvendinamų projektų tikslas – sukurtų produktų populiarinimas, siekiant generuoti ekonominę pridėtinę vertę bei įsitvirtinti rinkoje. 3 iš 5 projektų gali būti apibūdinami kaip svarbūs ekonomikos veikėjai, kurie per viešinimo veiklas realizavo išsikeltus tikslus ir sėkmingai integrovosi į Lietuvos ir tarptautines rinkas. Manytina, kad kiti du projektai turi potencialą kurti pridėtinę ekonominę vertę. Visgi jie stokoja aiškaus, apibrėžto ir matomo veikimo plačioje rinkoje ir kol kas matomos tik pradinės jų integracijos į ekonomiką apraiškos.

Sukurtų produktų tobulinimas, vystymas ir viešinamas.

Antrąjį projektų pogrupį sudaro projektai (7), kurių pagrindinis siekiamas tikslas yra kompleksinis – apima tiek sukurtų produktų tobulinimą, tiek ir jų sklaidos plėtrą.

Apžvelgiant šiuos projektus, pirmiausia paminėtina jau anksčiau (dalyje „naujai sukurtos interneto svetainės“) aptarta atvira kultūros vaizdų platforma³⁷. Pirmojo projekto metu sukūrus pilotinį vaizdų archyvą, antrojo projekto vienas iš tikslų buvo jo plėtra ir tobulinimas. Platformos vystymo darbai buvo atliekami atsižvelgiant į kiekybinės apklausos metu gautas meno srities atstovų pastabas apie trūkstamus svetainės funkcionalumus bei sėkmingesnes jos realizavimo galimybes. Remiantis suinteresuotų šalių pasiūlymais, buvo pagerintas svetainės veikimas: pagal dirbtinio intelekto raktažodžius sutvarkyta paieškos sistema, pagerinta svetainės navigacija, pagreitintas veikimas, paruoštas naujas serveris, leidžiantis priimti itin didelės talpos vaizdus. Projekto veiklas taip pat apėmė ir vaizdų archyvo sklaida – platforma ir jos veikimas buvo pristatyti tarptautinėje konferencijoje *Creative Commons* bei užsienio kultūros startuoliams. Matoma, jog šis projektas buvo sėkmingas. Tai rodo išsiplėtęs vaizdų archyvas (32 tūkst. vaizdų, 500 autorių, 7 kolekcijos), leidžiantis suinteresuotiems asmenims su KKI produktais susipažinti dar plačiau. Svarbu paminėti, kad išvysčius svetainę taip pat matomas siekis integruotis į rinką, – idėjos autoriai plėtoja rėmėjų kanalo galimybes bei mokamos ir nemokamos svetainės versijas, kai už simbolinį mėnesinį mokestį būtų galima gauti detalesnę informaciją apie rodomus darbus, kolekcionuoti vaizdus bei parsisiųsti juos iš archyvo.

Antrojo projekto metu buvo kuriamas dizaino studijos interneto puslapis³⁸. Jis buvo priskirtas prie viešinimo ir vystymo kategorijos, nes pati studija buvo įkurta 2003 m.,

35 Mobiliosios meno kūrinių tyrimų laboratorijos interneto svetainė <<https://mkt.lt/>>.

36 Reprezentacinio klipo interneto svetainė <<https://www.9876543210.lt/>>.

37 Atviros kultūros vaizdų platformos interneto svetainė <<https://revivoimages.com/>>.

38 Studijos „Lightforms“ interneto svetainė <<https://www.lightforms.lt/#/projects>>.

o interneto svetainės sukūrimas traktuojamas kaip jos prekinio ženklo atnaujinimas ir pritaikymas tolesnei plėtrai. Įgyvendinant projektą buvo sukurtas naujas studijos logotipas ir firminis stilius, vykdomi fotografavimo, internetinio puslapio ir katalogo dizaino darbai bei katalogo rengimas spaudai. Tai leido susisteminti turimą vizualią medžiagą ir sukurti erdvę, kuri pritrauktų vietas profesionalus bei leistų su darbais susipažinti tarptautiniams menininkams. Nors interneto puslapis nepasižymi ryškiais išskirtiniais sprendimais, jis yra svarbus viešinant dizaino darbus. Matoma, jog studijos darbų reprezentacija suteikė galimybę plėsti susidomėjimą vykdoma veikla, pritraukti tarptautinį dėmesį ir užmegzti ryšius su užsienio partneriais, taip pat pristatyti studiją ir jos darbus platesnei auditorijai. Sėkmingą studijos veiklos plėtrą dėl vykdyto viešinimo įrodo faktas, jog buvo gauti papildomi komerciniai ir individualūs užsakymai Lietuvoje ir užsienyje, o pažintys su tikslinės grupės atstovais padėjo plėtoti idėjas, kurios tapo naujais meno produktais, generuojančiais ekonominę bei kultūrinę vertę.

Dar viename šiai grupei priskirtame projekte buvo vykdoma rinkodaros ir reklamos kampanija dizaino paslaugų platformai (internetu puslapiui)³⁹. Šis produktas gali būti apibūdinamas kaip inovatyvi progresyvaus dizaino platforma, kurioje už fiksuotą mėnesinį mokestį klientai gali užsisakyti neribotą skaičių dizaino paslaugų. Tai abonementinių paslaugų platforma, kurios atitikmens Lietuvoje grafinio dizaino srityje neegzistuoja. Apžvelgiant projekto metu įgyvendintas veiklas, matomi atlikti svetainės vystymo darbai: įsigyta nauja įranga ir duomenų bazės serveris, interneto puslapis adaptuotas užsienio rinkoms, duomenų bazės serveris, interneto puslapis adaptuotas užsienio rinkoms. Patobulinus interneto svetainę, galima pamatyti atliktų darbų pavyzdžius bei lengviau užsisakyti reikiamas paslaugas, – toks platformos adaptavimas užtikrina didesnę paslaugų prieinamumą ir turi įtakos suteiktų paslaugų skaičiui. Projekto metu taip pat buvo vykdoma aktyvi rinkodaros kampanija *Facebook* (segmentuotos auditorijos reklaminė kampanija) ir *Google* platformose (pagal sektoriaus raktinius žodžius), publikuotas viešinamasis straipsnis. Svarbu atkreipti dėmesį, kad viešinimas buvo nukreiptas ne tik į paslaugos gavėjus, tačiau taip pat į potencialius paslaugų teikėjus, – dėl to specialistų bazė buvo išplėsta iki daugiau nei 90 paslaugas galinčių teikti asmenų. Manytina, kad projekto rezultatai gali būti vertinami teigiamai. Tai rodo suinteresuotų asmenų susidomėjimas šia platforma – remiantis *Facebook* puslapio duomenis, interneto svetainę stebi 844 asmenys, 9 iš 10 vartotojų rekomenduoja platformą kitiems, *Google*

Review ji vertinama 5 žvaigždutėmis. Rezultatyvų tolesnei svetainės veikimą taip pat įrodo faktas, jog klientų skaičius nuo projekto pradžios iki pabaigos pasiekė daugiau nei 200 proc. augimą, o apie 30 proc. klientų tęsia bendradarbiavimą ir toliau naudojami abonementinėmis paslaugomis. Tai perkelia idėją į platesnę ekonominę sferą ir leidžia plėsti teikiamų paslaugų spektrą.

Kitas aptartinas projektas susijęs su muzikos instrumentų kūrimu ir jų žinomumo didinimu⁴⁰. Projektu siekiama vystyti ir viešinti inovatyvius, dizainą ir garsą jungiančius muzikos instrumentus. Nors šiame projekte buvo kuriami nauji produktai, projektas visgi priskirtas prie vystymo ir viešinimo grupės, nes idėjos autoriai jau anksčiau yra sukūrę panašių produktų. Vis dėlto manytina, kad projektas gali būti traktuojamas kaip sėkmingas ir generuojantis naudą, nes jo metu buvo sukurta naujų, patobulintų produktų bei įgyvendintas įmonės viešinimo planas. Matoma, kad projektas buvo viešinamas įvairiais kanalais: sukurti nauji muzikos instrumentų prototipai buvo išsiųsti žinioms nuomonių formuotojams į keturias šalis, buvo sukurti produktus pristatantys vaizdo įrašai *YouTube*⁴¹ platformoje, jie taip pat viešinti socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram*. Svarbu atkreipti dėmesį, kad vykdamas projektą buvo didinta KKI produktų kultūrinė vertė ir žinomumas, – vaizdo įrašus *YouTube* platformoje peržiūrėjo daugiau nei 1 mln. vartotojų, o produkto kūrėjai skirtinguose socialiniuose tinkluose sulaukė nuo 3 iki 4 tūkst. sekėjų. Atsižvelgiant į tai, jog sukurtus produktus galima įsigyti rinkoje, taip pat matomas ir ekonominės vertės aspektas.

Dar vienas projektas, priskiriamas šiai projektų grupei, yra susijęs su kultūros turinio valdymo sistemos tobulinimu⁴². Šio projekto metu buvo orientuojamasi į sistemos plėtrą, kad ją būtų galima pasiūlyti naudoti kitoms galerijoms Lietuvoje ir užsienyje. Per sistemą taip pat buvo siekiama populiarinti tarptautinėse meno platformose įsitvirtinusių jaunųjų menininkų kūrybą ir skleisti žinią apie juos ir jų darbus. Valdymo sistema buvo pertvarkyta optimizuojant veiklos procesų įgyvendinimą, taip pat joje įdiegtos naujos technikos, daugiakalbystės bei menininkų biografijų moduliai. Vertinant sistemos vystymo kryptis ir atsižvelgiant, kad egzistuoja alternatyvios tokio pobūdžio sistemos, manytina, kad tobulinama sistema neišsiskiria ryškiais inovatyviais sprendimais. Tai įrodo joje diegiami funkcionalumai ir techniniai pakeitimai, kurie tiesiogiai susiję su konkrečios galerijos atliekamomis funkcijomis ir identifikuotais sistemos trūkumais. Visgi atsižvelgiant, jog sistemą testuoja skirtingos Lietuvos ir užsienio galerijos,

39 Grafinio dizaino paslaugų „Doctor Idea“ interneto svetainė <<https://doctoridea.lt/>>.

40 „Lava Drops“ interneto svetainė <<https://lava-drops.com/>>.

41 Nuomonės formuotojų sukurti, instrumentus pristatantys vaizdo įrašai: <<https://www.youtube.com/watch?v=TmW4g1OWVY4&t=47s>>, <<https://www.youtube.com/watch?v=Ccdv4da2aXU&t=14s>>, <<https://www.youtube.com/watch?v=Anop2dCuR2g>>, <<https://www.youtube.com/watch?v=paEAvUWlVj8>>.

42 Trumpas projekto pristatymas galerijos interneto svetainėje <<https://www.roostergallery.eu/2019/07/17/new-project/>>.

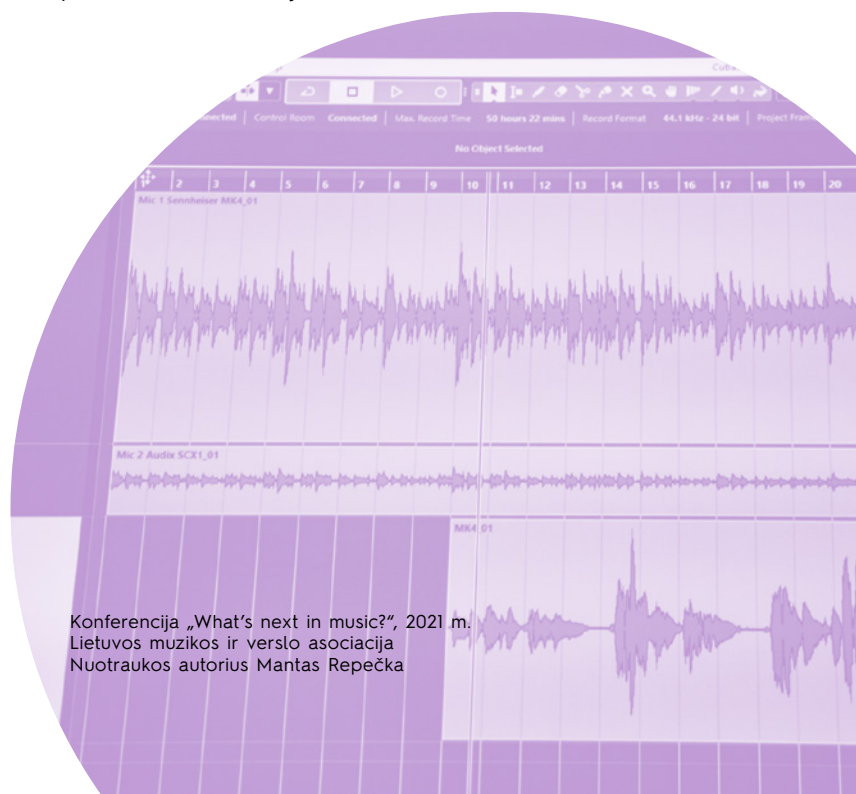
taip pat į tai, jog deramasi su partneriais dėl sistemos pardavimų ir (ar) panaudojimo strategijų, idėja turi potencialo įsilieti į rinką.

Paskutiniai du aptartini projektai yra susiję su mobiliosiomis aplikacijomis. Pirmojo projekto tikslas – jau esamos programėlės tobulinimas, sukuriant rinkodaros strategiją bei siekiant aplikacijos turinį ir funkcijas pritaikyti verslui. Reikia paminėti, kad aplikacijos idėja išskirtinė – per virtualią muzikinę realybę suteikti kultūrinio turizmo paslaugą. Ši paslauga remiasi dirbtinio intelekto technologija, kuri susieja vartotojo buvimo vietą, istoriją ir kultūrą bei kuria garsu grįstas istorijas ir muzikines kompozicijas. Paminėtina, kad šio projekto metu kurta rinkodaros strategija buvo nukreipta į pasiruošimą dalyvauti „Kaunas 2022: Europos kultūros sostinė“, kur pristatyta aplikacija galėtų sėkmingiau integruotis į rinką ir taptų ekonomiškai pelninga turistinė paslauga. Analizuojant šio projekto rezultatus matoma, kad jo tikslai buvo įgyvendinti tik iš dalies. Nors produktas buvo sukurtas ir mobili aplikacija yra viešai prieinama, vis dėlto jos tęstinumas neužtikrinamas – paskutiniai atnaujinimai programėlėje buvo atlikti 2019 m. Taip pat paminėtina, kad ją parsisiuntė tik kiek daugiau nei 50 asmenų, – tai kelia abejonių dėl projekto veiklų naudos ir produkto sklaidos sėkmingumo. Atkreiptinas dėmesys, kad šioje mobiliojoje aplikacijoje esantis turinys (garso spektaklis) taip pat yra paskelbtas kitoje programėlėje, kuri buvo išleista jau vėliau – 2020 m. Joje paskelbti ir kiti garso spektakliai, iš kurių vienas taip pat finansuotas LKT muzikos srityje. Aptarta informacija leidžia manyti, jog projekto metu išsikelti viešinimo ir vystymo tikslai nebuvo įgyvendinti, nes aplikacija naudojama ribotai, o jos turinys sėkmingiau naudojamas kitoje mobiliojoje programėlėje.

Antrasis projektas kitaip nei anksčiau aptartasis yra nukreiptas į naujos programėlės kūrimą, jau pagamintą stalo žaidimą papildant skaitmeniniu įrankiu. Projekto metu planuota sukurti 100 animacijų bei 100 garso takelių, kurie, naudojant mobiliąją programėlę, papildytų klasikinį stalo žaidimą ir padarytų teigiamą įtaką skatindami vartotojų kūrybiškumą šiuolaikinės skaitmeninės visuomenės kontekste. Nagrinėjant projekto metu pasiektus rezultatus pasakytina, kad nors klasikinis stalo žaidimas egzistuoja ir jį galima įsigyti, o projekto metu kurtų papildomų skaitmeninių įrankių prototipas yra matomas paraiškovo interneto svetainėje, su juo susietos mobiliosios programėlės (su animuotomis kortelėmis ir garso takeliais), kuri buvo kuriama projekto metu, pasiekti ar parsisiųsti nėra galimybės. Tad galima teigti, jog projekto veiklos nebuvo sėkmingai įgyvendintos, nes KKI produktas nebuvo atnaujintas ar papildytas naujais funkcionalumais, – rinkoje vis dar matoma senoji produkto versija.

Apžvelgus visus projektus, esančius šiame pogrupyje, galima teigti, kad pagrindinis jų išsikeltas tikslas – tobulinti produktus ir paslaugas, siekiant atlikti dvi funkcijas.

Pirma funkcija yra tiesiogiai susijusi su pirmuoju kultūros startuolio kriterijumi, nes orientuojasi į teikiamų paslaugų arba realizuojamų produktų spektro plėtrą. Matoma, jog įvairiose srityse įdiegti tobulinimo procesai bei rinkodaros kampanijos padidino KKI produktų matomumą bei leido su jais susipažinti meno profesionalams ir visuomenės nariams, – tai pastebima bent 5 iš 7 projektų. Antroji funkcija – teikiamų paslaugų arba produktų integracija į rinką. Ji atitinka kultūros startuolio kriterijų, pabrėžiantį ekonominės pridėtinės vertės svarbą. Atkreiptinas dėmesys, kad visų projektų vykdytojai mato poreikį orientuotis į tarptautines erdves ir kuriamą turinį siekia realizuoti pardavimo forma, – tai siejama su noru populiarinti KKI sektorių tarptautiniu lygmeniu ir iš kuriamų produktų gauti didesnę ekonominę naudą. Visgi tik 3 iš 7 produktų ir paslaugų šiuo metu sėkmingai veikia Lietuvos ir tarptautinėje rinkose. Nepaisant to, kad likę produktai ir paslaugos turi perspektyvą savo vykdoma veikla generuoti pelną, tik 2 iš 4 dar tik deda ekonominės veiklos pagrindus ir vysto pradines idėjas apie atlygio už sukurtus produktus galimybes. Likę du projektai, susiję su mobilių aplikacijų tobulinimu, neatitinka šio kultūros startuolio kriterijaus, nes neužtikrintas tęstinumas stabdo produktų realizavimą ekonominėje erdvėje. Žvelgiant į kultūros startuolių kriterijų – inovatyvumą, matoma identiška situacija, kaip ir prieš tai aptarto pogrupio projektuose. Nepaisant to, kad šiame etape projektų veiklos nesusijusios su išskirtinių sprendimų diegimu, matoma, kad 5 iš 7 viešinamų produktų ar paslaugų idėjos yra inovatyvios. Apibendrinant šiame pogrupyje esančius projektus atkreiptinas dėmesys, kad tik 2 iš 7 projektų atitinka visus tris kultūros startuolį apibūdinančius kriterijus.



Konferencija „What's next in music?“, 2021 m.
Lietuvos muzikos ir verslo asociacija
Nuotraukos autorius Mantas Repečka

2.2.1.

APIBENDRINIMAS

Apžvelgiant Kultūros startuolių veikloje finansuotus projektus paminėtina, kad jie orientuoti į naujų produktų / paslaugų kūrimą (9 projektai) arba jau esamų produktų / paslaugų vystymą ir viešinimą (12 projektų). Visi šie projektai, jų metu vykdytos veiklos ir pasiekti rezultatai vertinti remiantis išsiginčiais trimis pagrindiniais kultūros startuolių apibūdinančiais kriterijais: KKI sektoriaus populiarinimas / kultūrinio turinio žinomumo didinimas, idėjos inovatyvumas, kuriama ekonominė vertė, taip pat pagal Gairėse numatytas finansavimo veiklas (kurti, vystyti, viešinti KKI produktus ir paslaugas) ir KKI programos tikslą (remti produktus ir paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo).

Atlikus analizę pagal dvi išskirtas projektų grupes matoma, kad projektų sėkmė nėra susijusi su tuo, kokios veiklos grupei jie priklauso. Nors pirmosios projektų grupės turinys nukreiptas į objekto kūrimą ir vystymą nuo pat pradinių etapų, o antrojoje grupėje tobulinami ir populiarinami jau sukurti produktai ir paslaugos, reikšmingų skirtumų pagal projektus pasiektus rezultatus nenustatyta. Kitaip tariant, ne visos naujos idėjos pasiekia užsibrėžtus tikslus, lygiai taip pat ne visos sukurtos ir tiesiog toliau plėtojamos idėjos pasiekia sėkmingą proveržį. Tad galima teigti, kad projektas gali pasižymėti kultūros startuolio kriterijais nepriklausomai nuo to, kokiam produkto ar paslaugos vystymo etapui yra skirtos projekto veiklos.

Išnagrinėjus visus finansuotus projektus pagal tris pagrindinius kultūros startuolių apibrėžiančius kriterijus matoma, kad tik mažiau nei trečdalis projektų juos iki galo įgyvendina. Atlikta analizė atskleidė, kad, kurdami inovatyvias ir išskirtines idėjas bei jas pritaikę veikti rinkoje, šie produktai ir paslaugos generuoja ekonominę pridėtinę vertę, suteikia galimybę su kultūrinio turiniu susipažinti visuomenės nariams ir tokiu būdu didina KKI sektoriaus reikšmę, skatina jo plėtrą ir leidžia jam užsitikrinti pozicijas kitų sektorių kontekste. Jie taip pat visiškai įvykdo Gairėse numatytas Kultūros startuolių finansuojamas veiklas ir atliepia KKI programos tikslą, nes kuria, tobulina, populiarina produktus ir projekto veiklomis sėkmingai įsitraukia į veikimą ekonominėje erdvėje. Visgi faktas, jog visus kultūros startuolio kriterijus atitinka tik labai maža visų finansuotų projektų dalis, riboja aktyvų sektoriaus vystymąsi, spartesnę jo pažangą, lemia proporcingai žemesnius rezultatus visoje Kultūros startuolių veikloje ir stabdo KKI programos tikslo pasiekimą.

Svarbu atkreipti dėmesį, kad beveik pusė visų projektų yra susiję su dviem iš trijų kultūros startuolio kriterijų. Nepaisant to, kad jie ne visai atitinka kultūros startuolio apibrėžimą, išanalizuota projektų informacija leidžia spręsti apie jų neabejotinai svarų indėlį į teigiamus pokyčius KKI srityje. Paminėtina, kad pats ryškiausias identifikuojamas kultūros startuolio kriterijus – KKI sektoriaus žinomumo didinimas bei kultūrinio turinio populiarinimas. Tiesioginė kriterijaus sąsaja su KKI programa, jo tikslu bei finansuojamomis veiklomis lemia, jog jis atsispindi beveik visuose projektuose. Šalia šio kriterijaus dažniau matomas kitas kriterijus – inovatyvumas. Ši dviejų kriterijų kombinacija, per išskirtines, naujas idėjas, daro įtaką KKI sektoriaus produktų ir paslaugų spektro plėtrai, skatina proveržį bei didina konkurenciją ir tobulėjimo poreikį. Vis dėlto tokiuose projektuose yra eliminuojamas ekonominio kultūros startuolio aspektas, kuris laikomas pagrindiniu kriterijumi, atliepiančiu KKI programos tikslą. Atkreiptinas dėmesys, kad dauguma projektų nėra vertinami kaip ekonomiškai vertingi, nes dar tik deda integracijos į rinką pagrindus.

Prie minėto ryškiausio kultūros startuolio kriterijaus rečiau, tačiau taip pat matomas ir ekonominės vertės kriterijus. Šis kriterijus laikytinas svarbiausiu, nes jis daro reikšmingą įtaką tiek KKI programai, tiek pačiam KKI sektoriui. Nors tokių projektų metu dažniausiai viešinamos ir populiarinamos jau anksčiau inicijuotos idėjos, kurios nepasižymi inovatyvumu ir neretai turi alternatyvių atitikmenų rinkoje, matoma, kad jos taip pat sėkmingai geba veikti ir jų kuriama vertė yra ne mažesnė nei unikalių produktų. Tad galima daryti išvadą, kad atitinkamos du kultūros startuolio kriterijus tokios idėjos didina KKI sektoriaus svarbą ir yra gan tvirtai įsitraukusios į dalyvavimą ekonominėje rinkoje. Įvertinus idėjų, neatitinkančių inovatyvumo kriterijaus, generuojamą vertę, darytina išvada, jog tai nėra esminis kriterijus, be kurio nebūtų galima pasiekti KKI programos tikslų. Vis dėlto tai leidžia kvestionuoti programos pavadinimo tikslingumą, nes inovatyvumas yra vienas pagrindinių kriterijų, tiesiogiai susijusių su startuolio – naujo, išskirtinio, unikalios produkto – sąvoka.

Atlikta analizė atskleidė, kad kultūros startuoliais negali būti vadinami projektai, kurie nėra susiję bent su dviem išskirtais kriterijais. Tai matoma dalyje nagrinėtų projektų, kuriuose nebuvo realizuoti galutiniai produktai. Tokių projektų generuojama nauda gali būti vertinama tik kaip trumpalaikė ir pridėtinę vertę kurianti išskirtinai idėjos autoriams ir jų vidinei aplinkai. Tai apriboja galimybes vertinti šiuos projektus ir leidžia daryti išvadą, kad jie ne tik neatitinka kultūros startuolio apibrėžimo, bet taip pat negeneruoja jokios kitos apčiuopiamos naudos. Nors šių projektų metu iš dalies įgyvendinami finansuojamų veiklų tikslai, jos neprideda prie svarbiausio KKI programos tikslo.

Apibendrinant galima teigti, kad dalis projektų, atitinkančių du – KKI sektoriaus žinomumo didinimo ir inovatyvumo – kriterijus, gali būti laikomi svarbiais šios programos dalyviais. Nors daro teigiamą poveikį KKI sektoriui, tokie projektai tik maža dalimi prisiliečia prie KKI programos tikslo, orientuoto į ekonominės pridėtinės vertės siekimą. Trečdalis projektų atitinka visus tris kultūros startuolio kriterijus ir turi lemiamos įtakos įgyvendinant programos tikslą. Pastebėta, kad projektai, atitinkantys du – KKI sektoriaus žinomumo didinimo ir ekonominės vertės –

kriterijus, KKI programos tikslą atliepia taip pat sėkmingai, kaip ir tie, kurie atitinka visus tris kultūros startuolio kriterijus. Tai patvirtina mintį, jog nors prisideda prie KKI sektoriaus plėtros, visgi inovatyvumas nėra esminis kriterijus, nulemiantis sėkmingą KKI programos tikslo įgyvendinimą. Tai, kad KKI programos tikslai gali būti visiškai įgyvendinti vystant jau esamas ir ne visuomet išskirtines ar naujumu pasižyminčias paslaugas ar produktus, kelia klausimą apie Kultūros startuolių veiklos pavadinimo reikšmę ir tikslingą kryptingumą.

3. TINKLAVEIKA

3.1. FINANSUOTOS PARAIŠKOS PAGAL SRITIS IR ĮGYVENDINIMO FORMAS

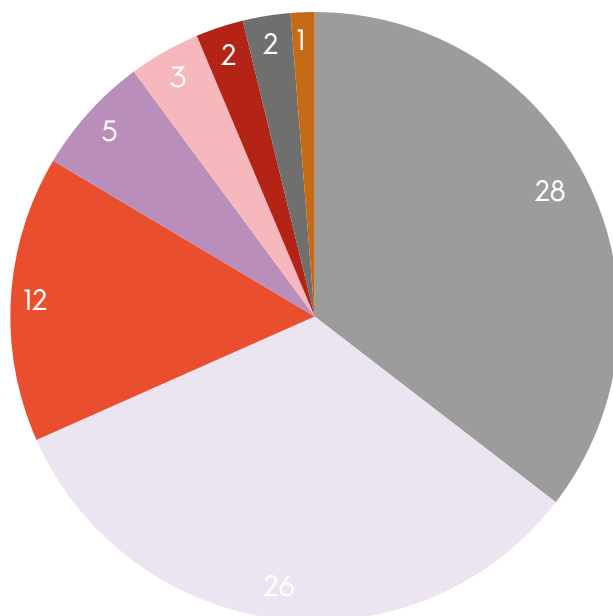
KKI programos finansuojama Tinklaveikos veikla, remiantis Gairių 14 priedu, susideda iš kelių krypčių. Pirmoji kryptis – Lietuvoje rengiami verslumą ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai ir viešinimo projektai. Antroji – dalyvavimas užsienyje organizuojamuose renginiuose, pristatant Lietuvos KKI produktus ir paslaugas. Į abi šias kryptis taip pat patenka KKI profesionalų kompetencijų kėlimo, KKI organizacijų bendradarbiavimo, KKI asociacijų veiklos ir plėtros, KKI sektoriaus žinomumo didinimo veiklos ir renginiai. Tinklaveikos projektų finansavimas yra tiesiogiai susijęs su KKI programos tikslu, nukreiptu į KKI produktų ir paslaugų realizavimą rinkoje ir KKI sektoriaus reikšmės augimą.

Tinklaveikos veikloje nuo 2019 m. iki 2022 m. I etapo buvo finansuoti 79 projektai. Analizuojant projektų pasiskirstymą pagal sritis, tarp gausiausiai pateikiamų išsiskiria tarpsritiniai (28), dailės (26) ir muzikos (12) projektai (žr. 15 pav.). Atkreiptinas dėmesys, kad literatūros, teatro ir šokio srityse projektų skaičius yra gerokai mažesnis, mat pirmieji šių trijų sričių projektai pradėti finansuoti 2021 m.



Filmų kūrimo festivalis „Odiseja72“, 2021 m.
VŠĮ TURBOIDĖJA
Nuotraukos autorius Gabrielius Jauniškis

15 pav. **KULTŪROS IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ: TINKLAVEIKA PROGRAMOS FINANSUOTŲ PROJEKTŲ PASISKIRSTYMAS PAGAL SRITIS 2019–2022 M.** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)



■ Tarpsritiniai projektai ■ Dailė ■ Muzika ■ Dizainas ■ Kinas ■ Šokis ■ Teatras ■ Literatūra

Nagrinėjant pateiktus projektus pagal įgyvendinimo formą matoma, kad juose dažniausiai planuojamas dalyvavimas tarptautiniuose renginiuose, mugėse, konferencijose, tarptautinių organizacijų ir / ar tinklų veiklose (žr. 2 lentelę). Išskirtini tarptautiniai renginiai, kurie yra dominuojanti įgyvendinimo forma, – tai gali būti siejama su tiesiogine formos sąsaja su tinklaveika ir tarptautiškumu, kuriuos siekia išryškinti ir akcentuoti paraiškovai. Taip pat svarbu paminėti, kad tarptautiniai renginiai yra kompleksiniai, todėl juos įgyvenant pasitelkiamos papildomos įgyvendinimo formos, – matoma, kad jie, kaip ir didžioji dalis kitų projektų, beveik visuomet įgyvendinami kartu su kitomis veiklomis. Iš projektų taip pat ryškiai išsiskiria mugės – priešingai nei kitose įgyvendinimo formose, daugumoje (21 iš 29 projektų) įgyvendinamų projektų mugės yra vienintelė vykdoma veikla ir įgyvendinimo forma. Tai galima sieti su jos konkretumu ir tikslumu – susitelkimu į dalyvavimą konkrečiame renginyje (mugėje), siekiant pristatyti jau sukurtą paslaugą ir (ar) produktą.



2 lentelė. **TINKLAVEIKOS 2019–2022 M. ĮGYVENDINIMO FORMOS PROJEKTUOSE.**
(sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

Įgyvendinimo forma	Projekte nurodyta tik ši įgyvendinimo forma	Projekte nurodyta su kitomis įgyvendinimo formomis	Iš viso
Tarptautinis renginys	2	31	33
Mugė	21	8	29
Konferencija		22	22
Dalyvavimas tarptautinėse organizacijose ir / ar tinkluose		21	21
Festivalis	2	11	13
Kultūros sklaida		13	13
Edukacinė veikla		12	12
Konkursas		10	10
Kvalifikacijos kėlimas		10	10
Diskusija		10	10
Renginių ciklas	3	9	12
Susitikimai		9	9
Forumai	3	5	8
Seminarai		8	8
Kūrybinės dirbtuvės / laboratorijos		8	8
Mokymai		7	7
Archyvavimas		6	6
Paroda		5	5
Vaizdo klipai		4	4
Virtuali ekspozicija		4	4
Koncertas		4	4
Paskaita		4	4
Medžiagos rinkimas		3	3
Renginys		3	3
Interneto svetainė		2	2
Medžiagos sukūrimas		2	2
Performansas		2	2
Straipsniai		2	2
Ekspozicija		2	2
CD / DVD / LP leidyba		2	2
Filmo pristatymas		1	1
Kursai		1	1
Radio, televizijos laidos		1	1
Visuomeninė iniciatyva		1	1
Leidinys		1	1

Nuo 2019 iki 2022 m. I etapo Tinklaveikos veikloje iš viso dalyvavo 110 organizacijų, kurios pateikė 279 paraiškas⁴³ (žr. 3 lentelę). Iš visų paraiškų teikusių organizacijų finansavimas buvo skirtas 29-ioms (26 proc. paraiškų teikusių organizacijų) ir kiek mažiau nei trečdaliui (28 proc., 79 projektams) jų pateiktų paraiškų. Analizuojant paraiškų teikimo tendencijas pamečiui, išskirtini 2020 m., kai Covid-19 pandemija lėmė mažėjančius pateiktų paraiškų, unikalų ir naujų paraiškų skaičius. Nors 2021 m. identifikuojamas gana ryškus minėtų skaičių didėjimas (ypač išsiskiria abiejų etapų naujų paraiškų skaičius), atkreiptinas dėmesys, kad finansuotų projektų skaičius, jei lygintume 2020–2021 m. I etapą, išliko stabilus, o dėl didesnio pateiktų paraiškų skaičiaus, finansuotų projektų dalis sumažėjo. Taip pat svarbu paminėti, kad 2022 m. stabilizavusi situacija dėl

pandemijos teikiant paraišką teigiamos įtakos neturėjo, – šių metų I etape buvo pateikta mažiausiai paraiškų bei sudalyvavo mažiausiai naujų paraiškų, jei lygintume su visu Tinklaveikos laikotarpiu nuo 2019 m. Paminėtina, kad pateiktų paraiškų ir unikalų paraiškų skaičius kasmet kinta netolygiai, todėl konkrečių tendencijų nustatyti negalima. Maža to, naujų organizacijų finansuotų projektų skaičius yra linkęs mažėti – 2019 m. II etape nauji paraiškų sudarė 16 proc. finansuotų unikalų paraiškų, o jų skaičius 2022 m. I etape sumažėjo iki 7 proc. Tai leidžia matyti, kad dažniau yra finansuojamos organizacijos, kurios jau yra dalyvavusios ir gavusios finansavimą ankstesnių metų ar etapų konkursuose, – tai gali būti siejama su paraiškų rengimo kokybe bei ne pirmą kartą paraiškų teikiančių organizacijų patirtimi.

3 lentelė. **TINKLAVEIKOS PARAIŠKŲ IR FINANSUOTŲ PROJEKTŲ PASISKIRSTYMAS PAGAL PARAIŠKOVUS 2019–2022 M.** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

	2019		2020		2021		2022
	Pirmas etapas	Antras etapas	Pirmas etapas	Antras etapas	Pirmas etapas	Antras etapas	Pirmas etapas
Paraiškų skaičius	58	37	38	30	42	46	28
Unikalūs paraiškovai	42	32	30	26	37	41	26
Nauji paraiškovai	42	12	8	9	19	14	6
Finansuoti projektai	12	7	16	Atšauktas	16	12	16
Finansuoti unikalūs paraiškovai	10	6	14	Atšauktas	13	12	15
Finansuoti nauji paraiškovai	10	1	0	Atšauktas	2	1	1

3.2. PASIEKTŲ REZULTATŲ ANALIZĖ

Šioje dalyje detaliau analizuojami 61⁴⁴ 2019–2021 m. Tinklaveikos veikloje finansuotas projektas ir juos įgyvendinant pasiekti rezultatai. Jie nagrinėjami Gairėse nurodytų keturių finansuojamų veiklų pagrindu bei remiantis KKI programos tikslu. Vertinant projektų sėkmingumą, taip pat atsižvelgiama į tokius kriterijus kaip: 1) tinklaveikos efektyvumas, kuris analizuojamas per užmegztus kontaktus, sudarytus susitarimus ir kt. veiklas, ir 2) veiklų sąsaja su integracija į rinką⁴⁵.

Atsižvelgiant į tai, jog nagrinėjami projektai yra nukreipti į skirtingas Tinklaveikos veiklas, ir siekiant sistemingos projektų rezultatų analizės, projektai buvo išskirti į dvi atskiras grupes. Pirmoji grupė – tai projektai, kurių pagrindinis tikslas – pristatyti KKI atstovus ir jų kuriamus produktus meno (dailės, fotografijos, muzikos) mugėse bei muzikos festivaliuose / konferencijose (24 projektai). Antroji grupė – projektai, nukreipti į nacionalinės ir tarptautinės tinklaveikos stiprinimą dalyvaujant įvairaus pobūdžio renginiuose ir organizuojant juos (37 projektai).

KKI ATSTOVŲ IR JŲ KURIAMŲ PRODUKTŲ PRISTATYMAS

Šią projektų grupę sudaro projektai, kuriuose siekiama reprezentuoti ir populiarinti Lietuvos meno kūrėjų darbus tarptautinėje erdvėje. Didžiąją šių projektų dalį sudaro KKI atstovų dalyvavimas mugėse.

Vizualiųjų menų mugės. 2019–2021 m. 12-oje skirtingų vizualiųjų menų mugių 9-iose šalyse dalyvavo 6-ios organizacijos (5 galerijos ir asociacija) (žr. 4 lentelę). Išskirtinos 2 aktyviausios galerijos, kurios per trejų metų laikotarpį meno mugėse dalyvavo nuo 6 iki 8 kartų. Šios galerijos tarpusavyje skiriasi tuo, jog viena jų kasmet paprastai dalyvauja tose pačiose mugėse, o kita labiau orientuojasi į dalyvavimą skirtingose mugėse. Nuoseklus vykimasis į tas pačias muges kasmet gali būti laikomas tikslingu, nes padeda sustiprinti jau užmegztus kontaktus su partneriais ir kolekcininkais bei užtikrinti produktyvius ir ilgalaikius tarpusavio ryšius. Tokį organizacijos siekį liudija aplinkybė, jog ji tose pačiose mugėse kasmet pristato tuos pačius menininkus ir jų darbus. Taip pat neatmetama dalyvavimo skirtingose mugėse nauda, nes tai suteikia galimybę plačiau skleisti žinią apie savo organizaciją bei jos pristatomų menininkų produktus, inicijuoti bendradarbiavimą su daugiau įvairių meno lauko atstovų bei didinti tarptautinį KKI sektoriaus konkurencingumą.

Taip pat svarbu paminėti, kad projektų metu nevykstama į didžiausias meno muges, tokias kaip „Art Basel“, „Frieze“, „West Bund Shanghai“, „Arco Madrid“ ir pan. Tai gali lemti kelios pagrindinės priežastys. Pirmiausia galerijos nėra pakankamai žinomos tarptautiniame lygmenyje, todėl joms nepavyksta gauti kvietimų į tokias muges. Antra, gali riboti nustatyta maksimali finansavimo suma – 20 tūkst. Eur. Tai galimai lemia, kad dalyvavimo ryškiausiose ir didžiausiose mugėse atsisakoma, nes dalyvavimas jose reikalauja didelių finansinių išteklių.

Aptariant mugių metu pasiektus rezultatus matoma, kad vienoje mugėje viena organizacija vidutiniškai pristatė 2–4 kūrėjus. Iš viso per trejus metus mugėse buvo pristatyti 48 unikalūs Lietuvos menininkai ir jų darbai (kai kurie menininkai buvo pristatyti daugiau nei vieną kartą tose pačiose ar skirtingose mugėse) (žr. 2 priedą). Pažymėtina, kad visos galerijos, kurios mugėse dalyvavo daugiau nei vieną kartą, kai kuriuos menininkus reprezentavo bent kelis kartus tose pačiose ar / ir skirtingose mugėse.

Populiariausia mugė, kurioje nagrinėjamu laikotarpiu kasmet dalyvavo bent po vieną paraiškovą (iš viso per 2019–2021 m. į šią mugę vyko keturios organizacijos), – „POSITIONS Berlin“. Mugėje kasmet dalyvavo daugiau nei 20 tūkst. lankytojų, renginio reikšmę taip pat įrodo faktas, jog joje organizacijos sustiprino daugiau nei šimtą turimų ir užmezgė daugiau nei 200 naujų kontaktų, kurių dalis, tikėtina, išsivystė į naujus tarptautinius projektus ir tolesnius bendrus darbus. Kitose mugėse šiuo laikotarpiu dalyvavo po vieną organizaciją (7-iose mugėse keturios organizacijos dalyvavo po vieną kartą, 4-iose mugėse dvi organizacijos dalyvavo po 2–3 kartus). Šių mugių svarba taip pat atsiskleidžia per lankytojų (nuo 2 tūkst. iki 55 tūkst. vienoje mugėje)⁴⁶, pratęstų kontaktų (bendrai beveik 800), pradėto bendradarbiavimo (bendrai per 1,7 tūkst.)⁴⁷ skaičius, ir tai leidžia įžvelgti pirmojo – tinklaveikos naudingumo – kriterijaus įgyvendinimą (žr. 3 priedą). Nagrinėjant projektų poveikį ekonominei pridėtinei vertei matoma, kad beveik visų mugių metu buvo parduoti (ar integruojami į privačias meno kolekcijas) bent keli menininkų darbai. Iš viso per 2019–2021 m. laikotarpį mugėse buvo realizuoti daugiau nei 75 meno kūriniai (paveikslai, piešiniai, tapybos ir skulptūros darbai bei kt.), kurių daugiausia (daugiau nei 30) buvo parduoti jau minėtoje „POSITIONS Berlin“ mugėje. Taip pat išskirtina mugė „Art Karlsruhe“, kurioje 2019–2020 m. dalyvavo ta pati galerija, – ji per abejus metus sėkmingai realizavo 13 kūrinių bei sudarė trijų kūrinių pardavimo sutartis. Aptarta informacija leidžia didžiąją dalį projektų sieti su antruoju – ekonominės vertės – kriterijumi. Visgi keliuose projektuose ekonominės vertės aspektas neidentifikuojamas – dviem paraiškovams, vykusiems tik

44 2021 m. vieno projekto sutartis nutraukta, kito projekto ataskaitos pateikimas buvo atidėtas, todėl šie projektai išsamiau neanalizuojami ir į bendrą projektų skaičių neįtraukiami.

45 Vertinama veiklų metu galima ekonominė pridėtinė vertė.

46 Neįtrauktas 2019 m. „Mobilios galerijos“ projekte nurodytas bendras profesionaliojo meno renginio lankytojų užsienyje skaičius (80 tūkst.), kadangi šio projekto metu buvo dalyvauta 5-iose mugėse. Taip pat neįtraukti nenurodyti kai kurių mugių lankytojų skaičiai.

47 Į pratęstų ir naujai užmegztų kontaktų skaičių neįtraukiami 2020 m. galerijos „Meno nišos“ projekte, kuriame dalyvauta jungtinėje „Positions Berlin“ ir „Paper Positions“ mugėje, nurodyti bendri skaičiai. Taip pat neįtraukiami nenurodyti kai kuriose mugėse užmegzti nauji ar pratęsti kontaktai.

į vieną renginį per analizuojamą laikotarpį, mugių metu nepavyko parduoti savo darbų.

Svarbu paminėti, kad šių projektų vertinimą riboja duomenų pateikimo skirtumai, kai ta pati informacija paraiškovų yra pateikiama nevienodai. Pavyzdžiui, vienos organizacijos pateikia tikslūs parduotų kūrinių skaičius, o kitos tik

užsimena apie pardavimus be konkrečios kiekybinės išraiškos. Taip pat matomas skirtingas tų pačių mugių naudingumo vertinimas ar kriterijų suvokimas, rodiklių nurodymas, pavyzdžiui, viena galerija užmezgė beveik 20 kartų daugiau kontaktų nei kita galerija toje pačioje mugėje. Būtinai atsargus tokio pobūdžio ekstremumų realumo vertinimas.

4 lentelė. ORGANIZACIJŲ DALYVAVIMAS IR PRISTATYTŲ MENININKŲ SKAIČIUS VIZUALIOJO MENO MUGĖSE 2019–2021 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)⁴⁸

Šalis ir miestas	Galerijos, sąjunga Meno mugės	Galerija „Meno niša“ ⁴⁹	Galerija „Meno parkas“	„Mobili Galerija“ ⁵⁰	Galerija „AV17“	Galerija „Vartai“	Klaipėdos apskrities dailininkų sąjunga
Vokietija, Karlsruhė	Art Karlsruhe		2019 – 2 m-kai 2020 – 4 m-kai				
Gruzija, Tbilisis	TAF (Tbilisi Art Fair)			2019 – 8 m-kai			
Lietuva, Vilnius	Art Vilnius			2019 – 8 m-kai			
Estija, Talinas	Foto Tallinn			2021 – 1 m-kai			
Jungtiniai Arabų Emyratai, Dubajus	Art Dubai			2019 – 8 m-kai 2021 ⁵¹ – 1 m-kai			
Šveicarija, Bazelis	VOLTA Basel				2021 – 2 m-kai		
Vokietija, Kelnas	Art Cologne					2021 – 2 m-kai	
Italija, Turinas	Artissima		2019 – 4 m-kai 2020 – 4 m-kai 2021 – 4 m-kai				
Danija, Kopenhaga	Enter			2019 – 8 m-kai 2021 – 3 m-kai.			
Austrija, Viena	Vienna Contemporary			2019 – 8 m-kai			
Vokietija, Berlynas	Paper Positions	2020 – 2 m-kai					
Vokietija, Berlynas	POSITIONS Berlin	2019 – 5 m-kai 2020 – 5 m-kai 2021 – 5 m-kai	2019 – 4 m-kai		2020 – 5 m-kai 2021 – 2 m-kai		2021 – 4 m-kai

48 Lentelėje naudojamas „m-kai“ trumpinys „menininkai“ (skaičius nurodo, kiek galerijos ar sąjunga pristatė menininkų mugėje nurodytais metais).

49 2020 m. galerija „Meno niša“ dalyvavo jungtinėje „Positions Berlin“ ir „Paper Positions“ mugėje.

50 2019 m. „Mobili galerija“ dalyvavo 5-iose skirtingose mugėse (1 projektas), tačiau bendrai nurodyti 8 pristatyti menininkai šiose mugėse.

51 2020 m. projektas, tačiau dėl Covid-19 pandemijos „Art Dubai“ mugėje dalyvauta 2021 m.

Muzikos mugė ir festivaliai / konferencijos. Nagrinėjama laikotarpiu trys paraiškų atstovai (darbuotojai, muzikos industrijos profesionalai ir atlikėjai) dalyvavo 1-oje muzikos mugėje ir 10-yje festivalių / konferencijų 12-oje skirtingų šalių (žr. 5 lentelę). Festivaliuose / konferencijose dalyvavo vienos organizacijos deleguoti atstovai. Muzikos mugėje WOMEX skirtingais metais dalyvavo likusių dviejų organizacijų atstovai. Visus šiuos projektus vienijantis tikslas – renginių metu pristatyti Lietuvos muzikos kūrėjus ir jų darbus, muzikos leidinius, užmegzti partnerystę bei plėsti kūrėjų galimybes veikti ir sėkmingai konkuruoti tarptautinėje rinkoje. 9-iose festivaliuose / konferencijose per trejus metus (2019, 2021, 2022 m.) 25 skirtingos grupės ir atlikėjai surengė 36 pasirodymus, o 10-yje vykusių konferencijų dalyvavo 56 muzikos industrijos profesionalai⁵². Projektų rezultatyvumą įrodo renginių metu gauti kvietimai pasirodyti užsienyje vykstančiuose festivaliuose bei organizuoti savo koncertus svečiose šalyse (gauti 36 kvietimai). Taip

pat buvo užmegzti ryšiai su tarptautinėmis renginių agentūromis, įrašų kompanijomis, koncertų organizatoriais bei pasirašytos sutartys dėl muzikos platinimo įvairiose platformose (74 nauji ir 103 pratęsti kontaktai). Siekiant stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą, į Lietuvoje vykstančią konferenciją-festivalį buvo pakviesti 29 užsienio delegatai.

Kitas renginys – tai pasaulinė muzikos kontaktų mugė WOMEX. Muzikos mugėje skirtingais metais ir šalyse dalyvavę dviejų organizacijų atstovai siekė pristatyti Lietuvos postfolkloro, alternatyvią ir etno-džiazo muziką. Rinkodarai buvo išleisti CD albumai, kurie platinti mugėse muzikos industrijoms profesionalams. Minėtų renginių svarba atsispindi per naujus užmegztus kontaktus (daugiau nei 160) bei sustiprintą ankstesnį bendradarbiavimą (daugiau nei 90) su tarptautiniais renginių organizatoriais, agentais, muzikos produktų platintojais, užsienio kolektyvais.

5 lentelė. ORGANIZACIJŲ DALYVAVIMAS MUZIKOS MUGĖJE BEI FESTIVALIUOSE / KONFERENCIJOSE 2019–2022 M. (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

Šalis	Mugės, muzikos industrijos renginiai	Organizacijos	Baltijos griaustinis	Lietuvos džiazo federacija	Lietuvos muzikos verslo asociacija
Suomija (2019 m.) Portugalija (2021 m.)	„World Music Expo“ (WOMEX)		2019	2021	
Estija	Tallinn Music Week				2019, 2021
Vokietija	Reeperbahn Festival				2019, 2021
Olandija	Eurosonic Noorderslag				2019, 2022 ⁵³
Slovėnija	Ment Ljubljana				2019
Lenkija	Enea Spring Break				2019
Didžioji Britanija	Liverpool Sound City				2019
Latvija	Summer Sound				2019
Pietų Korėja	Zandari Festa				2019
Vengrija	Budapest Showcase Hub				2019
Kinija	WISE⁵⁴				2019

52 Festivalių / konferencijų skaičius skiriasi pagal dalyvavusias grupes, atlikėjus ir muzikos industrijos profesionalus, nes WISE renginyje 2019 m. dėl pasikeitusių organizatorių planų (perkelta renginio data) nedalyvavo muzikos grupės.

53 2021 m. projektas, tačiau „Eurosonic Noorderslag“ dalyvauta 2022 m. pradžioje.

54 Šiame renginyje 2019 m. dėl pasikeitusių organizatorių planų (perkelta renginio data) dalyvavo tik muzikos industrijos profesionalas, kuris suderino vienos muzikos grupės dalyvavimą kitame festivalyje.

Apibendrinant projektų grupės (KKI produktų ir paslaugų pristatymas) rezultatus matoma, kad vizualiojo meno mugėse, kuriose apsilanko solidus lankytojų skaičius, vienareikšmiškai didinamas menininkų ir jų darbų žinomumas, užmezgami bei stiprinami jau anksčiau pradėti vystyti ryšiai ir bendradarbiavimas. Lygiai tokie patys ar panašūs rezultatai gaunami per projektus, susijusius su muzikos muge bei muzikos festivaliais / konferencijomis. Kitaip tariant, įgyvendintas pirmasis rezultatyvumo vertinimo kriterijus identifikuojamas visuose analizuotuose projektuose, išskyrus vieną, kuris dėl duomenų trūkumo tyrime nėra nagrinėjamas. Antrasis vertinimo kriterijus, susijęs su integracija į rinką, tiesiogiai matomas dalyje nagrinėtų projektų. Jis labiau įžvelgiamas vizualiojo meno mugėse, kuriose ne tik pristatomi, tačiau taip pat neretai parduodami kūriniai. Muzikos mugėje viskas klostosi kiek kitaip, labiau orientuojamasi į muzikos leidinių reprezentavimą ir naujų kontaktų paieškas. Muzikos festivaliuose / konferencijose taip pat galima įžvelgti sąsajų su įsitraukimo į rinką kriterijumi ateityje, kai pristatyti atlikėjai įsitraukia į tarptautines rinkas – yra pakviečiami dalyvauti festivaliuose, koncertuoti užsienio šalyse ar sudaro sutartis su profesionaliais muzikos srityje realizuoti savo darbus. **Nors ekonominis aspektas neatsispindi visuose aptartuose projektuose, didesnėje jų dalyje įgyvendinamas atskirų menininkų pozicijų stiprinimas KKI rinkoje, taip pat užtikrinama KKI sektoriaus plėtra bei tarptautinė konkurencija, lemianti augimą ir tobulėjimą.** Taip pat svarbu paminėti, kad aptartuose projektuose labiausiai išryškėja dvi Tinklaveikoje finansuojamos veiklos (KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje bei KKI organizacijų bendradarbiavimas). Išanalizuoti projektų rezultatai leidžia teigti, kad visi jie atliepia finansuojamas veiklas ir įgyvendina pagrindinius išsikeltus tikslus. Taip pat paminėtina, kad vizualiojo meno mugės gana reikšmingai prisideda prie KKI programos tikslo įgyvendinimo, nes jų metu bent nedidele apimtimi yra realizuojami, parduodami, į kolekcijas integruojami meno kūriniai. Muzikos mugė bei festivaliai / konferencijos prie šios KKI programos tikslo prisideda ribotai, neatsižvelgiant į sudarytus susitarimus, ateities planus ir perspektyvas, jie veiklų įgyvendinimo metu dar nekuria apčiuopiamos ekonominės pridėtinės vertės.

KKI RENGINIŲ ORGANIZAVIMAS IR TINKLAVEIKOS STIPRINIMAS

Šioje grupėje esantys projektai pagal vykdymo laikotarpį skirstomi į tęstinius (30) ir vienkartinius (7). Tęstinių projektų įgyvendinimo metu yra organizuojami renginiai bei veiklos, LKT finansuojamos ne vienus metus. Iš viso tokių veiklų / renginių yra 12, ir jiems finansavimas 2019–2021 m. skirtas 30⁵⁵ kartų. Vienkartiniai projektai apima 7 renginius / veiklas, kurios LKT buvo finansuotos tik kartą per nagrinėjamą laikotarpį.

10-yje renginių, priskirtų tęstiniams projektams, Lietuvoje yra organizuojami konkretūs festivaliai, konferencijos, forumai, mugės ar kt. Siekiant skatinti tarptautiškumą, maksimalų KKI profesionalų įtraukimą ir sektoriaus žinomumo didinimą, į minėtus renginius dažnai įtraukiami užsienio dalyviai, pranešėjai, ekspertai ir kt. atstovai. Likusios dvi veiklos nuo jau aptartųjų šioje grupėje skiriasi veiklos tipu – jas įgyvendinant yra dalyvaujama įvairiuose bendradarbiavimą skatinančiuose renginiuose Lietuvoje ir užsienyje. Bendrai visų šios grupės projektų tikslas yra panašus – sutelkti KKI profesionalus ir tokiu būdu stiprinti KKI sektorių (žr. 6 lentelę⁵⁶).

Aptariant tęstinius renginius ir veiklas, svarbu atkreipti dėmesį, kad daugelis jų buvo pradėti finansuoti anksčiau nei 2019 m., – anksčiausiai finansavimas dviem nagrinėjamiems renginiams gautas dar 2014 m. buvusioje Kino sklaidos srityje bei Tarpsritiniuose projektuose. Ilgiausiai – 8-erius metus – kasmet nuo 2014 iki 2021 m. bei nuo 2015 iki 2022 m. – yra vykdoma Tarptautinė kino industrijos konferencija „Meeting point – Vilnius“ ir BLON Animacijos ir videožaidimų festivalis. Naujausias tęstinis renginys, pradėtas organizuoti gavus finansavimą jau Tinklaveikos veikloje 2021 m., – Kauno kultūros mugė. Taip pat paminėtina, kad daugiau nei pusė visų renginių yra gavę finansavimą 2022 m. I etape, todėl gali tęsti darbus, vystyti savo idėjas bei siekti geresnių rezultatų.

What's next in music?, 2021 m.
Lietuvos muzikos ir verslo asociacija
Nuotraukos autorė Viktorija Makvoskaja

55 Buvo finansuoti 31 kartą, tačiau 2021 m. vieno projekto sutartis nutraukta, todėl jis į bendrą projektų skaičių neįtraukiamas.

56 Pagrindžiant tęstinių projektų kategoriją, finansavimas stebėtas nuo 2014 iki 2022 m.

6 lentelė. **FINANSUOTI TĖSTINIAI RENGINIAI / VEIKLOS 2014–2022 M.** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

Renginiai / veiklos	Projekto / Renginio vykdytojo pavadinimas	Gautas finansavimas (metai ir programa)	Veiklos tipas
Tarptautinė kino industrijos konferencija „Meeting point – Vilnius“	Europos kinas	2014 m. I etape Kino sklaidos srityje, 2015 m. II etape 2016–2018 m. I etapuose KKI programoje, 2019–2021 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Tarptautinė kūrybinių industrijų konferencija „What’s next?“	Menų Fabrikas	2014 m. III etape Tarpsritiniuose projektuose, 2015 m. II etape KKI programoje, 2021 m. II etape Tinklaveikos veikloje (sutartis nutraukta).	Organizuojamas renginys Lietuvoje
	Kultūros centras Loftas	2016 m. I etape ir 2018 m. II etape KKI programoje, 2017 m. II etape Dizaino srityje, 2019 m. II etape Tinklaveikos veikloje.	
BLON Animacijos ir videožaidimų festivalis	UPĖ Media	2015 m. I etape Kino sklaidos srityje, 2016–2018 I etapais KKI programoje, 2019–2022 I etapais Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Tarptautinė muzikos industrijos konferencija / festivalis „What’s Next in Music?“	Kultūros centras Loftas	2015 m. II etape ir 2016 m. I etape KKI programoje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
	Lietuvos muzikos verslo asociacija	2017–2018 m. I etapuose KKI programoje, 2019–2021 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	
Muzikos inkubatorius „Novus“	Kultūros centras Loftas	2016–2017 m. I etapuose KKI programoje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
	Menų Fabrikas	2019–2022 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	
Dizaino kūrybinės dirbtuvės „New Idea“	Vilniaus dailės akademija	2017 m. I etape KKI programoje, 2019 m. II etape ir 2020–2022 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
„GameOn“ žaidimų industrijos plėtros konferencija	Telesoftas	2018 m. II etape KKI programoje, 2019 m. II etape Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Kultūros forumas	Nacionalinės kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija	2018 m. II etape KKI programoje, 2019–2021 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Festivalis „Odiseja72“	Turboidėja	2018 m. I etape KKI programoje, 2019–2022 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Kauno kultūros mugė	Kauno menininkų namai	2021–2022 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojamas renginys Lietuvoje
Lietuvos–Japonijos kultūros ir kūrybinių industrijų tinklaveika	Kultūrinės ir organizacinės idėjos	Įvairūs renginiai finansuoti nuo 2015 m. KKI ir kitose programose, 2019–2022 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojama ir dalyvaujama įvairiuose renginiuose Lietuvoje ir užsienyje
Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus nacionalinė ir tarptautinė tinklaveika	Nacionalinės kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija	2015 m. II etape, 2016 m. ir 2018 m. I etapuose KKI programoje, 2019–2021 m. I etapuose Tinklaveikos veikloje.	Organizuojama ir dalyvaujama įvairiuose renginiuose Lietuvoje ir užsienyje

Analizuojant tęstinių projektų reikšmę ir poveikį KKI sektoriui paminėtina, kad vienuose jų orientuojamasi į grynuosius tinklaveikos renginius, siekiant skatinti suinteresuotų asmenų bendradarbiavimą. Šiuo tikslu vykdomos diskusijos, susitikimai, seminarai ir panašaus pobūdžio renginiai, kuriuose dalijamasi žiniomis, gerosiomis patirtimis, keičiamasi idėjomis. Matoma, kad tokiuose renginiuose sėkmingai užmezgami nauji kontaktai, į bendradarbiavimo tinklus įtraukiami tiek Lietuvos, tiek užsienio menininkai. Kiti renginiai ir juose organizuojamos veiklos neapsiriboja tinklaveikos veiklomis, yra labiau kompleksiniai ir susideda iš platesnio spektro veiklų – KKI produktų pristatymo, visuomenės narių supažindinimo su KKI sektoriaus galimybėmis, ne tik leidžiant stebėti, tačiau ir įtraukiant į KKI produktų kūrimo procesus.

Paminėtina, kad vykdomoms veikloms įtakos turėjo Covid-19 pandemija – ji lėmė pasikeitusį renginių organizavimo formatą bei apribojo fiziniu būdu veiklose galinčių dalyvauti asmenų skaičių. Vis dėlto matoma, kad veiklas vykdančios nuotoliniu būdu kai kuriose jų sudalyvavo daugiau meno profesionalų iš skirtingų šalių, taip pat daugiau meno atstovų bei visuomenės narių galėjo susipažinti su veiklų turiniu ir sukurtais produktais.

Žvelgiant į tęstinių projektų kasmetinę dinamiką, neatsižvelgiant į tam tikrus svyravimus, aiškiai matoma daugelio renginių ir juose vykdomų veiklų pažanga, renginių plėtra ir kasmetinis vystymasis. Tai įrodo nuolat ar neretai didėjantis renginių dalyvių ir stebėtojų skaičius, kasmet į renginius įtraukiamos naujos pobūdžio veiklos ir užsiėmimai, plečiamas tarptautinės tinklaveikos ratas, sudaromos partnerystės sutartys ne tik su KKI, bet ir kitų sektorių atstovais. Paminėtina, kad keli tęstiniai renginiai, nagrinėjant jų kasmetinį pokytį, gali būti vadinami statiškais. Kitaip tariant, kasmet jų metu buvo vykdomos tokios pačios veiklos, neskirtas pakankamas dėmesys plėtrai, esamų narių išlaikymui bei naujų ryšių užmezgimui. Nors veiklų pastovumas ne visuomet vertinamas neigiamai, nagrinėjant atvejus matomas mažėjantis susidomėjimas renginiais. Tai dar kartą patvirtina organizuojamų veiklų tobulinimo ir vystymo, nuolatinių kasmetinių lankytojų motyvavimo bei naujų dalyvių pritraukimo strategijų atnaujinimo svarbą.

Sėkmingų, ne vienerius metus organizuojamų, projektų reikšmę taip pat patvirtina tęstinis finansavimas, kuris leidžia renginius laikyti svarbiais, užtikrinančiais veiklų kokybę bei pasiekiančiais svarių rezultatų KKI tinklaveikos kontekste. Jų tęstinumas lemia didėjantį žinomumą, todėl skatina dalyvauti daugiau profesionaliojo meno atstovų iš Lietuvos ir užsienio, taip pat stiprina jų, kaip svarbių KKI veikėjų, įtaką.

Žvelgiant į projektus, priskirtus vienkartiniais, jie išskiriami į dvi dalis pagal renginių / veiklų tikslines grupes (žr. 7 lentelę). 6-iose veiklose buvo organizuojami įvairaus tipo renginiai, skirti skirtingiems KKI sričių (literatūros, dizaino, kino ir kt.) atstovams. Jų metu susitelkta į konkrečių KKI profesionalų žinių plėtimą, bendradarbiavimą ir minėtų sričių reikšmės didinimą. Siekiant skatinti tarptautiškumą ir sėkmingą patirties sklaidą, į visus aptariamus renginius buvo pakviesta užsienio pranešėjų, kai kuriuose iš jų taip pat dalyvavo KKI profesionalų ne tik iš Lietuvos, tačiau ir iš užsienio.

Vienas renginys iš kitų išsiskiria tuo, kad jis yra tiesiogiai nukreiptas ne į KKI profesionalus, o į visuomenės narius. Jis taip pat skiriasi tuo, jog jo pranešėjai ir dalyviai yra išskirtinai Lietuvos gyventojai. Iš pažiūros renginys vertinamas teigiamai – jį įgyvendinant siekta plėsti žinias apie KKI sektorių ir įvairias jo sritis bei su jomis supažindinti kuo daugiau dalyvių. Taip pat matoma sąsaja su integracija į rinką – dalyje veiklų galėjo dalyvauti tik bilietus įsigiję dalyviai. Visgi projekto metu įgyvendintų renginių turinys leidžia kvestionuoti tiesioginį atitikimą Gairėse nurodytoms finansuojamoms Tinklaveikos veikloms – jo metu nėra skatinamas KKI atstovų bendradarbiavimas.



7 lentelė. **FINANSUOTI VIENKARTINIAI RENGINIAI / VEIKLOS 2019–2021 M.** (sudaryta autorių, remiantis LKT duomenimis)

Renginiai / projektai	Projekto vykdytojo pavadinimas	Gautas finansavimas (metai)	Tikslinė grupė	Vieta / dalyviai, pranešėjai
Istorijų pasakojimo renginiai apie nesėkmes Fail Nights	Nebėra bilietų	2019 m. II etape	Lietuvos visuomenės nariai	Veiklos vyko Lietuvoje / dalyviai tik iš Lietuvos
Kūrybos ir dizaino festivalis ADC*LT 2021	Lietuvos grafinio dizaino asociacija	2021 m. II etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje / pranešėjai iš užsienio
Vaikų literatūros ir leidybos industrijos dienos	Mokyklų tobulinimo centras	2021 m. II etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje / dalyviai ir pranešėjai iš Lietuvos ir užsienio
Moterys Lietuvos kino industrijoje. Tinklaveikla 2020	Kino metropolis	2020 m. I etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje / pranešėja iš užsienio
Juvelyrikos Meno ir Verslo Tendencijos	Amber trip	2021 m. II etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje / dalyviai iš Lietuvos ir užsienio
Skandinavijos tiltai	Teatro informacijos centras	2021 m. I etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje ir užsienyje Lietuva / dalyviai iš Lietuvos ir užsienio
Baltic-Nordic creative management network	Urbanistinio Šokio Teatras Low Air	2021 m. I etape	KKI atstovai	Veiklos vyko Lietuvoje ir užsienyje Lietuva / dalyviai iš Lietuvos ir užsienio

Nagrinėjant vienkartinį projektų rezultatus matoma, kad jų nauda dažnai yra kompleksinė. Pirmiausia jie suteikė galimybę KKI profesionalams pristatyti save, savo darbus, idėjas, vykdomus ir planuojamus projektus. Antra, renginių metu buvo sudaryta galimybė keistis žiniomis ir patirtimi – tai turi teigiamos įtakos ne tik atskirų atstovų tobulėjimui, tačiau taip pat viso sektoriaus vystymuisi. **Daugumos renginių svarbą įrodo užmegzti nauji ryšiai, kurie skatina idėjų skaidą tarp skirtingų atstovų ir šalių bei suteikia galimybių planuoti bendrus ateities darbus. Tai leidžia**

matyti kai kurių šių renginių potencialą tapti tęstiniais, per kuriuos toliau būtų vystomos naujos partnerystės, stiprinami bendradarbiavimo ryšiai. Tarp sėkmingų tęstinumo pavyzdžių paminėtinos „Vaikų literatūros ir leidybos industrijos dienos“, kurios taps strateginį finansavimą gavusio tarptautinio renginio „Vaikų knygų sala“ dalimi.

Apibendrinant KKI renginių organizavimo ir tinklaveikos stiprinimo veiklas galima teigti, kad beveik visi jie reikšmingai prisideda prie KKI sektoriaus tobulėjimo.

Kai kuriuose projektuose labiau orientuojamasi į

vidinį / nacionalinį Lietuvos KKI sektoriaus atstovų bendradarbiavimą, kituose aktyviau vykdoma tarptautinė tinklaveika – vykstama į užsienio šalis, dalyvaujama tarptautiniuose renginiuose, į veiklas Lietuvoje įtraukiami dalyviai iš įvairių šalių. Organizuojant veiklas Lietuvoje ir dalyvaujant įvairių organizacijų inicijuojamuose renginiuose užsienyje yra sudaromos galimybės reprezentuoti Lietuvos KKI sektorių ir pažinti šio sektoriaus ypatumus kitose šalyse. Aptarti projektų metu pasiekti rezultatai padeda identifikuoti aiškias veiklų sąsajas su nacionalinės bei tarptautinės tinklaveikos stiprinimu ir su pirmuoju išskirtu projektų rezultatyvumo kriterijumi – tinklaveikos efektyvumu. Šis kriterijus ribotai matomas tik viename projekte, kuriame visos veiklos yra tiesiogiai nukreiptos į KKI sektoriaus žinomumo didinimą visuomenėje. Svarbu paminėti, kad tiesioginės sąsajos su antruoju rezultatyvumo kriterijumi – integracija į rinką – aptariamuose projektuose nėra galimybės identifikuoti. Vis dėlto paminėtina, kad būtent

šių projektų grupėje esančių veiklų turinys yra nukreiptas į tvirto pagrindo ekonominei veiklai kūrimą, kuris galimai turi įtakos sektoriaus ekonominei plėtrai. Kitaip tariant, sėkmingas pirmojo rezultatyvumo kriterijaus įgyvendinimas yra glaudžiai susijęs su antrojo kriterijaus realizavimu ateityje.

Aptartuose projektuose yra vykdomos visos Tinklaveikoje finansuojamos veiklos, tačiau itin ryškiai išsiskiria pirmoji – Lietuvoje rengiami verslumą propaguojantys ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai. Projektuose pasiekti rezultatai patvirtina, kad beveik visos įgyvendintos veiklos atliepia išsikeltus tikslus ir teigiamai prisideda prie sektoriaus vystymosi. Taip pat jos didžiąja dalimi įgyvendina ir KKI programos tikslą, mat aktyviai vystoma tinklaveika prisideda tiek prie KKI organizacijų plėtros, tiek prie bendradarbiavimo stiprinimo, be to, atsiranda galimybė tvirčiau įsilieti į rinką.

3.2.1.

APIBENDRINIMAS

Apibendrinant Tinklaveikos veikloje finansuotus projektus matoma, kad jie skirstomi į dvi dalis. Pirmoji projektų grupė susijusi su KKI atstovų ir jų kuriamų produktų pristatymu (25 projektai), o glaudžiausiai – su antrąja KKI finansuojama veikla. Antroji projektų grupė apima nacionalinės ir tarptautinės tinklaveikos stiprinimą, įtraukiant suinteresuotas institucijas ir atstovus iš kitų sektorių (38 projektai), ir siejasi su visomis KKI finansuojamomis veiklomis. Šioms abiem grupėms priskirti projektai ir jų rezultatyvumas analizuoti naudojant du pagrindinius – tinklaveikos efektyvumo ir veiklų sąsajos su integracija į rinką – kokybės kriterijus. Taip pat vertinta projektų atitiktis Gairėse numatytiems finansavimo veikloms bei veiklų indėlis į KKI programos tikslo įgyvendinimą.

Vertinant projektus pagal pirmąjį kokybės kriterijų matoma, kad beveik visi Tinklaveikos veikloje finansuoti projektai, nepriklausomai nuo išskirtų projekto grupių, visiškai jį atitinka ir daro įtaką KKI sektoriui bei jo tobulinimui. Veiklų metu skatinamas KKI atstovų bendradarbiavimas, dalijimasis patirtimi ir žiniomis, mezgami kontaktai, inicijuojami nauji bendri darbai bei derinami ateities projektai. Sėkmingas šio kriterijaus įgyvendinimas gali būti siejamas su KKI veiklos

pavadinimu – tinklaveikos sąvoka savaime nurodo, kokio veiklų turinio tikimasi ir ką jomis norima pasiekti. Aptarti rezultatai leidžia įžvelgti projektų naudą, jų atitikimą KKI finansuojamoms veikloms ir iš dalies teigiamą įtaką siekiant KKI tikslo, besisiejantį su kultūrinio turinio KKI srityje skatinimu.

Reikšmingi skirtumai tarp projektų grupių matomi nagrinėjant jas pagal antrąjį – ekonominį – kokybės kriterijų. Tai lemia skirtingi šiose grupėse esančių projektų tikslai ir turinys. KKI produktų ir paslaugų pristatymo grupės projektai yra tiesiogiai susiję su produktų realizavimu rinkoje tiek iškart, jau vykdant veiklas, tiek vėliau – veiklų metu sudarant sutartis, užmezgant ryšius, gaunant kvietimus į kitus renginius. Tai leidžia vertinti šios grupės projektų veiklas kaip reikšmingas KKI sektoriaus plėtrai bei siekiant KKI tikslo. Tačiau ekonominis aspektas nėra tiesiogiai matomas antrojoje projektų grupėje. Atsižvelgiant į tai, kad ši projektų grupė susijusi su grynąja tinklaveika ir jos stiprinimu, tokio pobūdžio veiklos savaime nėra skirtos ekonominei vertei kurti. Dėl to integracija į ekonomiką aptariamuose projektuose lieka antrame plane, nes vykdant projektų veiklas pirmiausia orientuojamasi į bendradarbiavimo ryšius, tinklų kūrimą ir stiprinimą. Vis dėlto svarbu išskirti antrosios projektų grupės naudą, nes dėl jų per tinklaveikos veiklas užtikrinamas KKI sektoriaus augimas ir plėtra, efektyvi tarpusavio konkurencija, stiprinamos KKI profesionalų pozicijos ir didinamas kuriamų produktų žinomumas. Neabejotina, kad sėkmingos tinklaveikos veiklos daro esminę įtaką integracijos į rinką galimybėms ir yra svarbi priemonė ekonomikoje.

IS VA DOS

Šiuolaikinio meno mugė „Artissima“, 2021 m.
VšĮ Meno Parkas
Nuotraukos autorė Perottino-Piva

1. Atlikta Kultūros ir kūrybinių industrijų programos apžvalga atskleidė programos nenuoseklumą – 2015–2018 m. programos tikslas ir finansuojamos veiklos buvo dažnai keičiami. Jie pradėti gryninti nuo 2019 m., išskyrus dvi programos veiklas: „Kultūros startuoliai“ ir „Tinklaveika“ bei pildant programos tikslą naujais aspektais. Tačiau dabartinis programos tikslas gali būti vertinamas kaip neapibrėžtas ir stokoiantis konkretumo. Abstrakti programos vizija lemia skirtingai suvokiamus ja norimus pasiekti tikslus bei riboja siekiamų rezultatų tęstinumą.

2. 2019–2021 m. Kultūros startuolių veikloje finansuoti projektai ir jais pasiekti rezultatai buvo vertinami pagal tris išsigrūnintus kriterijus: 1) KKI sektoriaus populiarinimas / kultūrinio turinio žinomumo didinimas, 2) idėjos inovatyvumas realizuojant produktus ir paslaugas, 3) produktu ir (ar) paslauga kuriama ekonominė vertė. Manoma, kad kultūros startuoliai yra projektai, tenkinantys visus šiuos tris aspektus. Tačiau analizuojant nustatyta, kad grynąją kultūros startuolio sąvoką atitinka tik labai maža dalis visų finansuotų projektų – šie projektai, atliepiantys visus tris kokybės kriterijus, visiškai atitinka KKI programos tikslus. Beveik pusė projektų yra susiję su dviem iš trijų kriterijų. Didžiojoje dalyje nagrinėtų projektų dažniausiai identifikuojamas kriterijus – KKI sektoriaus žinomumo didinimas bei kultūrinio turinio populiarinimas, o rečiausiai – ekonominės vertės kriterijus. Dėl to dauguma projektų negali būti laikomi ekonomiškai vertingais, nes tik pradeda pirminius integracijos į rinką procesus.

Atlikta analizė atskleidė, kad projektai, susiję su dviem – KKI sektoriaus žinomumo didinimo bei kultūrinio turinio populiarinimo ir produktais bei (ar) paslaugomis kuriamos ekonominės vertės – kriterijais, ne visai atitinka kultūros startuolio sąvoką, tačiau gali būti vertinami kaip sėkmingi ir kuriantys pridėtinę vertę. Nors Kultūros startuolių apibrėžimas suponuoja projektams keliamą inovatyvumo lūkestį, o pats inovatyvumas neabejotinai prisideda prie spartesnės KKI sektoriaus plėtros, matoma, kad šis kriterijus nėra esminis norimiems rezultatams pasiekti. Visgi įvertinus tai, kad inovatyvumas tiesiogiai siejasi su startuolio (naujo, unikalaus) sąvoka, o jo (ne)realizavimas neturi lemiamos įtakos siekiant KKI programos tikslo, bet turi teigiamos įtakos sektoriaus vystymuisi, galima kvestionuoti finansuojamos veiklos pavadinimo tikslingumą arba šio kriterijaus integravimo į KKI programos tikslą galimybes.

Analizuojant taip pat nustatyta, kad projektų, atitinkančių tik vieną kriterijų, generuojama nauda yra trumpalaikė ir naudinga tik projekto veiklas įgyvendinantiems asmenims. Tokie projektai ne tik neatitinka kultūros startuolio apibrėžimo, negeneruoja jokios apčiuopiamos naudos, bet taip pat neprisideda siekiant KKI programos tikslo.

3. 2019–2021 m. Tinklaveikos veikloje finansuoti projektai ir jų metu pasiekti rezultatai buvo vertinami pagal kriterijus: 1) tinklaveikos efektyvumas ir 2) veiklų sąsaja su integracija į rinką. Atlikta projektų rezultatų analizė atskleidė, kad beveik visuose Tinklaveikos veikloje finansuotuose projektuose visiškai pasiekiamas pirmasis – tinklaveikos efektyvumo (sėkmingo bendradarbiavimo, užmegztų partnerystės, sudarytų sutarčių) – kriterijus. Sėkmingas jo realizavimas projektuose gali būti siejamas su tinklaveikos sąvoka finansuojamos KKI programos veiklos pavadinime, kuri sufleruoja, kokių veiklų ir rezultatų yra tikimasi. Nors šis kriterijus leidžia apčiuopti teigiamą projektų veiklų įtaką ir užfiksuoti pradinę bei dažnai esminę ryšių plėtros stadiją, visgi neturima pajėgumų iki galo atskleisti realių, bendradarbiavimu grįstų ateities perspektyvų.

Antrasis – integracijos į rinką – kriterijus yra matomas tik dalyje projektų. Tai glaudžiai siejasi su projektų tikslais ir jų turiniu – ekonominis aspektas matomas projektuose, kurių veiklos nukreiptos į produktų pristatymą ir pardavimus. Būtent šie projektai yra reikšmingi KKI sektoriaus plėtrai ir siekiant KKI tikslo. Kita dalis projektų nėra tiesiogiai susiję su siekimu integruotis į rinką – juose orientuojamasi tik į bendradarbiavimo ryšių mezgimą ir stiprinimą. Nors matoma, kad integracija į ekonomikos sektorių tokiuose projektuose yra šalutinis aspektas, tinklaveikos veiklos tampa viena iš esminių priemonių, lemiančių tvirtesnę integraciją į rinką ateityje. Dalyvavimo tokio pobūdžio renginiuose svarba leidžia kelti klausimą apie finansavimo pakankamumą – didesnis skiriamas finansavimas galbūt sudarytų sąlygas vykti į svarbiausias, lyderiaujančias muges ir leistų pasiekti geriausių rezultatų tiek tinklaveikos, tiek integracijos į rinką srityse.

4. Nustatyta, kad nors dauguma projektų tinkamai įgyvendina finansuojamų veiklų tikslus, tačiau retai prisideda prie KKI programos tikslo. Ekonominis kriterijus, svarbus KKI tikslo sandaros elementas, yra identifikuojamas rečiausiai iš visų kokybės kriterijų abiejose KKI programos veiklose. Tai galbūt lemia skirtingos programos tikslo interpretacijos, kurios kelia lūkestį konkretinti programos ir veiklų tikslus bei numatyti aiškius kriterijus. Tai užtikrintų tikslingesnį ir efektyvesnį KKI sektoriaus vystymąsi bei pozicijų stiprėjimą kuriant ekonominę pridėtinę vertę.

5. Esant ribotam programos biudžetui, galima būtų svarstyti galimybę mažinti programos tikslus ir finansuojamas veiklas, koncentruojantis ties viena, aiškiai apibrėžta ir detalizuota. Tai padėtų išsigrūninti konkrečius ir visiems projektams tinkamus universalius kokybės kriterijus, kurie leistų palyginti ir vienodai įvertinti projektais pasiektus rezultatus ir jų indėlį į KKI sektoriaus plėtrą. Taip pat sutelktas didesnis biudžetas vienai veiklai leistų atsisakyti projektų finansavimo lūpų, o kartu sudarytų didesnes sektoriaus skatinimo galimybes ir, tikėtina, ryškesnį rezultatą ilgoju (3–5 metų) laikotarpiu.

PRIE DAI



„The Rooster Gallery“,
tarptautinė meno mugė Art Dubai, 2021 m.
VšĮ Mobilii galerija
Nuotraukos autorė The Rooster Gallery

1 PRIEDAS⁵⁷

Finansavimo metai	Etapas	Programa	Tikslas	Finansuojamos veiklos	Prioritetinės sritys	Galimi pareiškėjai	Kitos sąlygos
2015	II	Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų plėtra	Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) plėtrai šalyje, pristatyti jų pasiekimus šalyje ir užsienyje, skatinti jų veiklos tarptautiškumą ir tarpsektorinį bendradarbiavimą, siekiant kurti inovatyvius produktus ar paslaugas. Skatinti KKI inovacijų (technologinių ir netechnologinių) taikymą ir diegimą.	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami KKI projektai (festivaliai, mugės, konferencijos, konkursai, kūrybinės dirbtuvės ir panašaus pobūdžio projektai), kurių metu pristatomi atitinkamos kūrybinių industrijų srities geriausi Lietuvos arba Lietuvos ir užsienio valstybės (-ių) pasiekimai, skatinamas tarptautinis bendradarbiavimas bei projekte dalyvaujančių juridinių ir / ar fizinių asmenų verslumas, sąlygojamas srities kūrybos produktų įsiliejimas į Lietuvos ir / ar užsienio valstybės (-ių) rinką bei pridėtinės vertės kūrimas. Lietuvos KKI produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse parodose, kontaktų mugėse, verslo misijose, festivaliuose, madų šou, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą. Kompetencijų KKI srityje kėlimas (mokymai, seminarai, dalyvavimas tarptautiniuose renginiuose, konferencijose ir panašaus pobūdžio projektuose), siekiant skatinti / kurti kultūros ir kūrybos srities inovacijas, ieškant sąsajų tarp kultūros ir kitų sričių (nacionaliniu ir tarptautiniu mastu). Inovatyvių KKI produktų ar paslaugų kūrimas, inovacijų (technologinių ir netechnologinių) taikymas ir diegimas. Projektai tinklaveikos ir tarpsektorinio KKI bendradarbiavimo formavimui (bendrų KKI organizacijų, asociacijų, klasterių kūrimas ir jų veiklos stiprinimas), siekiant kurti inovatyvius produktus ir paslaugas. Kultūros ir kūrybinių inovacijų vystymas ir diegimas švietimo, sveikatos, socialinių paslaugų sektoriuose, siekiant didinti kultūros ir meno prieinamumą visuomenei. 	Architektūra, dizainas, naujosios medijos, vizualieji ir scenos menai.		
2016	I	Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų plėtra	Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) plėtrai skatinant ir spartinant KKI sektoriaus integraciją, savivoką, žinomumą, tarptautiškumą ir, pasinaudojant šios veiklos rezultatais, didinti Lietuvos KKI tarptautinį konkurencingumą.	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami KKI propagavimo ir tinklaveikos renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės ir panašaus pobūdžio projektai), siekiant aktyvaus asocijuotų KKI struktūrų, KKI bendradarbiavimo centrų (inkubatorių, klasterių ir pan.) ir viešojo sektoriaus dalyvavimo, skatinant dalyvaujančių juridinių ir / ar fizinių asmenų kompetencijų kėlimą, tarpsektorinį bendradarbiavimą ir tarptautinę tinklaveiką. Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse parodose, kontaktų mugėse, verslo misijose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinio išlaidas. Pasirengimas dalyvauti Lietuvos – pagrindinės viešnios teisėmis Leipcigo knygų mugėje 2017 m. ir Londono knygų mugėje 2018 m., skatinant KKI profesionalų vizitus ir rengiant Lietuvos kultūros ir kūrybinius sektorius populiarinančią medžiagą. Dalyvavimas Frankfurto knygų mugėje 2016 m. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir / ar fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. 	Dizainas, architektūra, vizualūs menai, muzika, scenos menai, kinas (tik šios programos Nr. 1 ir Nr. 4 finansuojamas veiklas įgyvendinantys projektai), literatūra ir leidyba.		Nefinansuojami meno kūrybos, jos pristatymo Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai.
2017	I	Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų plėtra	Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) ekonominės vertės ir eksporto apimčių augimui.	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami KKI propaguojantys, verslumą ir tinklaveiką skatinantys renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės ir panašaus pobūdžio projektai). Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio projektuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinio išlaidas. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir / ar fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. 	Dizainas, architektūra, vizualūs menai, muzika, scenos menai, kinas (tik šios programos Nr. 1 ir Nr. 3 finansuojamas veiklas įgyvendinantys projektai), literatūra ir leidyba.		Nefinansuojamas meno produktų sukūrimas, jų parodymas gastrofėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai.
2018	I/II	Kultūros ir kūrybinės industrijos	Sudaryti sąlygas Lietuvos kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) ekonominės vertės ir eksporto apimčių augimui.	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami KKI renginiai propaguojantys verslumą ir tinklaveiką skatinantys renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės ir panašaus pobūdžio projektai). Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio renginiuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinio išlaidas. Videožaidimų ir multimedijos, edukacinių, interaktyvių programų kūrimas, vystymas, viešinimas bei populiarinimas Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir / ar fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. 			Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrofėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai, nekuriantys ekonominės vertės.
2019	I/II	Kultūros ir kūrybinės industrijos: tinklaveika	Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo.	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami verslumą propaguojantys ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės ir panašaus pobūdžio projektai). Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio renginiuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinio išlaidas. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir (arba) fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. 			Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrofėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
	I	Kultūros ir kūrybinės industrijos: kultūros startuoliai		Kūrybinių industrijų kuriamų produktų ir (arba) paslaugų (įskaitant videožaidimus ir multimediją) inicijavimas, kūrimas ir pirminės stadijos (idėjų generavimo, investicijų pritraukimo, įvedimo į rinkas ir pan.) vystymas, viešinimas bei populiarinimas Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą.			

2020	I/II	Kultūros ir kūrybinės industrijos: tinklaveika	<p>I kvietimas: Skatinti tarpkultūrinį ir tarpsektorinį bendradarbiavimą, sudarant galimybes kultūros ir meno kūrėjams (t. y. suteikiant jiems sąlygas gyventi ir kurti) susipažinti su vietos kultūrinių gyvenimu, bendradarbiauti su kitais kultūros ar meno kūrėjais bei vietos bendruomene.</p> <p>II kvietimas: Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami verslumą propaguojantys ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės) ir panašaus pobūdžio KKI viešinio projektai. Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio renginiuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinimo išlaidas. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir (arba) fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. 		<p>Juridiniai asmenys, registruoti Vilniaus, Kauno, Klaipėdos miestų savivaldybėse; juridiniai asmenys, registruoti kitoje nei Lietuva ES ar Europos ekonominės erdvės valstybėje narėje.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Paraiška gali apimti vieną projektą (dalyvavimą KKI renginyje); Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 20 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamos tik šios su projekto vykdymu susijusios išlaidos: projekto dalyviai, pranešėjai, lektoriai, moderatoriai, vedėjai, dizaino, vertimo paslaugos ir pan., patalpų, ekspozicinio ploto nuoma, dalyvio, nario mokesčiai, viešinio paslaugos, kelionės, apgyvendinimo, transportavimo išlaidos, dienpinigiai, įrangos nuoma, administravimo išlaidos (projekto vadovas, finansininkas, koordinatorius, administracijos darbuotojas), nenumatytos išlaidos, kurios gali būti naudojamos tik programos finansavimo sąlygose nurodytoms išlaidoms finansuoti. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
	I	Kultūros ir kūrybinės industrijos: kultūros startuoliai	<p>Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo.</p>	<p>Kūrybinių industrijų kuriamų produktų ir (arba) paslaugų (įskaitant videožaidimus ir multimediją) inicijavimas, kūrimas ir pirminės stadijos (idėjų generavimo, investicijų pritraukimo, įvedimo į rinkas ir pan.) vystymas, viešinimas bei populiarinimas Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą.</p>			<ol style="list-style-type: none"> Kartu su paraiška (įskaitant sąmatą, kuri yra sudėtinė paraiškos dalis) privaloma pateikti projekto verslumo strategiją. Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 16 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamas atlygis už kūrybinį darbą, atlygis už gamybos darbus (programavimo, dizaino, maketavimo, vertimo, redagavimo paslaugos ir pan.), kelionės išlaidos, apgyvendinimo išlaidos, dienpinigiai, įrangos nuoma, viešinio paslaugos, spaudos paslaugos, transportavimo išlaidos, administravimo, nenumatytos išlaidos. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
2021	I/II	Kultūros ir kūrybinės industrijos: tinklaveika	<p>Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo. Stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami verslumą propaguojantys ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės) ir panašaus pobūdžio KKI viešinio projektai. Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio renginiuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinimo išlaidas. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir (arba) fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. KKI organizacijų bendradarbiavimą, KKI asociacijų veiklą bei plėtrą, taip pat šio sektoriaus matomumą visuomenėje stiprinantys projektai. 		<p>Juridiniai asmenys, registruoti Vilniaus, Kauno, Klaipėdos miestų savivaldybėse; juridiniai asmenys, registruoti kitoje nei Lietuva ES ar Europos ekonominės erdvės valstybėje narėje.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Paraiška gali apimti vieną projektą, jeigu projektas skirtas dalyvauti KKI renginyje; Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 20 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamos tik šios su projekto vykdymu susijusios išlaidos: projekto dalyviai, pranešėjai, lektoriai, moderatoriai, vedėjai, dizaino, vertimo paslaugos ir pan., patalpų, ekspozicinio ploto nuoma, dalyvio, nario mokesčiai, viešinio paslaugos, kelionės, apgyvendinimo, transportavimo išlaidos, dienpinigiai, įrangos nuoma, administravimo išlaidos (projekto vadovas, finansininkas, koordinatorius, administracijos darbuotojas), nenumatytos išlaidos, kurios gali būti naudojamos tik programos finansavimo sąlygose nurodytoms išlaidoms finansuoti. Finansavimą gavusiems asociacijos juridinį statusą turintiems juridiniams asmenims projekto administravimo išlaidos gali sudaryti ne daugiau nei 60 procentų skirtos lėšų sumos. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
	I	Kultūros ir kūrybinės industrijos: kultūros startuoliai	<p>Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo. Stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą.</p>	<p>Kūrybinių industrijų kuriamų produktų ir (arba) paslaugų (įskaitant videožaidimus ir multimediją) inicijavimas, kūrimas ir pirminės stadijos (idėjų generavimo, investicijų pritraukimo, įvedimo į rinkas ir pan.) vystymas, viešinimas bei populiarinimas Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą.</p>			<ol style="list-style-type: none"> Kartu su paraiška (įskaitant sąmatą, kuri yra sudėtinė paraiškos dalis) privaloma pateikti projekto verslumo strategiją. Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 16 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamas atlygis už kūrybinį darbą, atlygis už gamybos darbus (programavimo, dizaino, maketavimo, vertimo, redagavimo paslaugos ir pan.), kelionės išlaidos, apgyvendinimo išlaidos, dienpinigiai, įrangos nuoma ir aptarnavimas, viešinio paslaugos, spaudos paslaugos, transportavimo (įskaitant draudimo paslaugas) išlaidos, administravimo, nenumatytos išlaidos. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
2022	I/II	Kultūros ir kūrybinės industrijos: tinklaveika	<p>Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo. Stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvoje rengiami verslumą propaguojantys ir tinklaveiką skatinantys KKI renginiai (mugės, konferencijos, konkursai, pristatymai, kūrybinės dirbtuvės) ir panašaus pobūdžio KKI viešinio projektai. Lietuvos KKI produktų ir paslaugų pristatymas užsienyje vykstančiose tarptautinėse mugėse, verslo misijose ir panašaus pobūdžio renginiuose, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą ir viešinimo išlaidas. KKI profesionalų dalyvavimas tarptautiniuose tarpsektoriniuose renginiuose (mokymuose, seminaruose, konferencijose ir panašaus pobūdžio renginiuose), skatinant dalyvaujančių juridinių ir (arba) fizinių asmenų kompetencijų kėlimą ir tarptautinę tinklaveiką. KKI organizacijų bendradarbiavimą, KKI asociacijų veiklą bei plėtrą, taip pat šio sektoriaus matomumą visuomenėje stiprinantys projektai. 		<ol style="list-style-type: none"> Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestų savivaldybėse registruoti juridiniai asmenys; Juridiniai asmenys, registruoti kitoje nei Lietuvoje ES ar Europos ekonominės erdvės valstybėje narėje. 	<ol style="list-style-type: none"> Paraiška gali apimti vieną projektą, jeigu projektas skirtas dalyvauti KKI renginyje; Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 20 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamos tik šios su projekto vykdymu susijusios išlaidos: projekto dalyviai, pranešėjai, lektoriai, moderatoriai, vedėjai, dizaino, vertimo paslaugos ir pan., patalpų, ekspozicinio ploto nuoma, dalyvio, nario mokesčiai, viešinio paslaugos, kelionės, apgyvendinimo, transportavimo išlaidos (įskaitant draudimo paslaugas), dienpinigiai, įrangos nuoma ir aptarnavimas, administravimo išlaidos (projekto vadovas, finansininkas, koordinatorius, administracijos darbuotojas), nenumatytos išlaidos, kurios gali būti naudojamos tik programos finansavimo sąlygose nurodytoms išlaidoms finansuoti. Finansavimą gavusiems asociacijos juridinį statusą turintiems juridiniams asmenims projekto administravimo išlaidos gali sudaryti ne daugiau nei 60 procentų skirtos lėšų sumos. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.
	I	Kultūros ir kūrybinės industrijos: kultūros startuoliai	<p>Skatinti kultūros turinio indėlį kultūros ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) srityje, siekiant inicijuoti bei vystyti produktus ir (arba) paslaugas, kuriančius ekonominę vertę ir prisidedančius prie kultūros ir kūrybinių industrijų eksporto apimčių augimo. Stiprinti KKI organizacijų bendradarbiavimą ir KKI asociacijų veiklą bei plėtrą.</p>	<p>Kūrybinių industrijų kuriamų produktų ir (arba) paslaugų (įskaitant videožaidimus ir multimediją) inicijavimas, kūrimas ir pirminės stadijos (idėjų generavimo, investicijų pritraukimo, įvedimo į rinkas ir pan.) vystymas, viešinimas bei populiarinimas Lietuvoje ir užsienyje, įskaitant populiarinimui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą.</p>			<ol style="list-style-type: none"> Kartu su paraiška (įskaitant sąmatą, kuri yra sudėtinė paraiškos dalis) privaloma pateikti projekto verslumo strategiją. Kultūros rėmimo fondo lėšomis skiriamas finansavimas projektui yra ne didesnis nei 16 000 Eur. Šios programos lėšomis finansuojamas atlygis už kūrybinį darbą, atlygis už gamybos darbus (programavimo, dizaino, maketavimo, vertimo, redagavimo paslaugos ir pan.), kelionės išlaidos, apgyvendinimo išlaidos, dienpinigiai, įrangos nuoma ir aptarnavimas, viešinio paslaugos, spaudos paslaugos, transportavimo (įskaitant draudimo paslaugas) išlaidos, administravimo, nenumatytos išlaidos. Nefinansuojamas meno kūrinių sukūrimas, jų rodymas gastrolėse, parodose, festivaliuose Lietuvoje ir užsienyje, kūrybinių rezidencijų, mokslo projektai, projektai nekuriantys ekonominės vertės.

2 PRIEDAS

GALERIJŲ IR SĄJUNGOS PRISTATYTI MENININKAI 2019–2021 M. MENO MUGĖSE.

Galerijos, sąjunga Meno mugės	Galerija „Meno niša“	Galerija „Meno parkas“	„Mobili Galerija“ ⁵⁸	Galerija „AV17“	Galerija „Vartai“	Klaipėdos apskrities dailininkų sąjunga
Art Karlsruhe		2019 – A. Vaitkūnienė; P. Gilytė 2020 – E. Ulčickaitė; H. Čerapas; G. Grendaitė; T. Vosylius				
TAF (Tbilisi Art Fair)			2019 – K. Ališauskaitė; R. Blaževičiūtė; E. Karpavičiūtė; A. Zakarauskas; V. Opolskytė; A. Miliukaitė; T. Daukša; A. Melnikova			
Art Vilnius			2019 – K. Ališauskaitė; R. Blaževičiūtė; E. Karpavičiūtė; A. Zakarauskas; V. Opolskytė; A. Miliukaitė; T. Daukša; A. Melnikova			
Foto Tallinn			2021 – V. Kumža			
Art Dubai			2019 – K. Ališauskaitė; R. Blaževičiūtė; E. Karpavičiūtė; A. Zakarauskas; V. Opolskytė; A. Miliukaitė; T. Daukša; A. Melnikova 2021 – T. Daukša			
VOLTA Basel				2021 – R. Milkintas; M. Junčis		
Art Cologne					2021 – G. Adomaitytė; R. Narkus	
Artissima		2019 – A. Jonkutė; P. Gilytė; J. Gasiūnas; Ž. Landzbergis 2020 – E. Ulčickaitė; A. Jonkutė; P. Gilytė; Ž. Landzbergis; 2021 – A. Jonkutė; P. Gilytė; Ž. Landzbergis; E. Ulčickaitė				
Enter			2019 – K. Ališauskaitė; R. Blaževičiūtė; E. Karpavičiūtė; A. Zakarauskas; V. Opolskytė; A. Miliukaitė; T. Daukša; A. Melnikova 2021 – A. Zakarauskas; V. Kumža; E. Norkutė			
ViennaContemporary			2019 – K. Ališauskaitė; R. Blaževičiūtė; E. Karpavičiūtė; A. Zakarauskas; V. Opolskytė; A. Miliukaitė; T. Daukša; A. Melnikova			
Paper Positions	2020 – J. Kyzikaitė; G. Markevičius					
POSITIONS Berlin	2019 – M. Furmana; P. Šliaupa; G. Jagminas; G. Parasi; K. Svirnelis 2020 – J. Kyzikaitė; G. Markevičius; J. Tarabilda; R. Katiliūtė; M. Janušonis 2021 – J. Kyzikaitė; G. Jagminas; J. Tarabilda; L. Blažiūnas; A.Vau	2019 – E. Markūnas; R. Treigis; S. Riepšaitė; I. Gleixner		2020 – N. Erminas; D. Trumpis; R. Piesliak; R. Milkintas; A. Erminas 2021 – R. Milkintas; T. Kensminas		2021 – R. Petrovas; I. Barotis; P. Lincevičius; E. Vertelkaitė

⁵⁸ 2019 m. „Mobili galerija“ dalyvavo penkiose skirtingose mugėse (1 projektas), tačiau bendrai nurodyti šiose mugėse pristatyti 8 menininkai.

3 PRIEDAS

MENO MUGIŲ LANKYTOJAI IR ORGANIZACIJŲ UŽMEGZTI / PRATĘSTI KONTAKTAI.⁵⁹

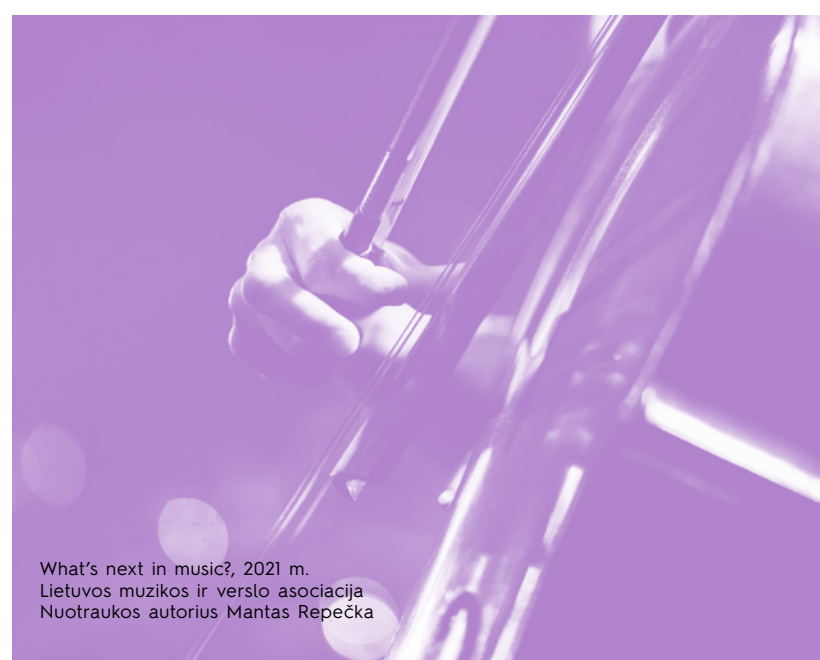
Meno mugės	Metai	Profesionaliojo meno renginio lankytojų skaičius užsienyje (tūkst.)	Tarptautiniuose kultūros ir kūrybinių industrijų renginiuose sudarytų naujų ir (ar) pratęstų turimų kontaktų dėl produktų pardavimo skaičius – nauji kontaktai	Tarptautiniuose kultūros ir kūrybinių industrijų renginiuose sudarytų naujų ir (ar) pratęstų turimų kontaktų dėl produktų pardavimo skaičius – pratęsti kontaktai
Art Karlsruhe	2019	50 000	Nenurodyta – Galerija „Meno parkas“	Nenurodyta – Galerija „Meno parkas“
	2020	50 000	2 n. k. – Galerija „Meno parkas“	1 p. k. – Galerija „Meno parkas“
TAF (Tbilisi Art Fair), Art Vilnius, Art Dubai, Enter/Code, ViennaContemporary⁶⁰	2019	Bendrai visose mugėse užsienyje apie 80 000 (Vilniuje apie 24 000)	Bendrai per visas muges 600 n. k. – „Mobili Galerija“	Bendrai per visas muges 400 p. k. – „Mobili Galerija“
Foto Tallinn	2021	Apie 2 000	360 n. k. – „Mobili Galerija“	60 p. k. – „Mobili Galerija“
Art Dubai	2021	Nenurodyta	419 n. k. – „Mobili Galerija“	204 p. k. – „Mobili Galerija“
VOLTA Basel	2021	41 400	11 n. k. – AV17	3 p. k. – AV17
Art Cologne	2021	10 000	50 n. k. – Galerija „Vartai“	Nenurodyta – Galerija „Vartai“
Artissima	2019	55 000	2 n. k. – Galerija „Meno parkas“	Nenurodyta – Galerija „Meno parkas“
	2020 ⁶¹	Nenurodyta	Nenurodyta – Galerija „Meno parkas“	Nenurodyta – Galerija „Meno parkas“
	2021	31 500	3 n. k. – Galerija „Meno parkas“	1 p. k. – Galerija „Meno parkas“
Enter	2021	16 000	260 n. k. – „Mobili Galerija“	120 p. k. – „Mobili Galerija“
Jungtinė Paper Positions ir Positions Berlin	2020	15 000	97 n. k. – Galerija „Meno niša“	27 p. k. – Galerija „Meno niša“
POSITIONS Berlin	2019	22 000	169 n. k. – Galerija „Meno niša“ 9 n. k. – Galerija „Meno parkas“	58 p. k. – Galerija „Meno niša“ 1 p. k. – Galerija „Meno parkas“
	2020	23 400	9 n. k. – „AV17“	2 p. k. – „AV17“
	2021	20 000 / 24 500 / 20 000 ⁶²	42 n. k. – Galerija „Meno niša“ 8 n. k. – „AV17“ 5 n. k. – Klaipėdos apskrities dailininkų sąjunga	38 p. k. – Galerija „Meno niša“ 3 p. k. – „AV17“ 3 p. k. – Klaipėdos apskrities dailininkų sąjunga

⁵⁹ Lentelėje naudojami trumpiniai n. k. – nauji kontaktai ir p. k. – pratęsti kontaktai.

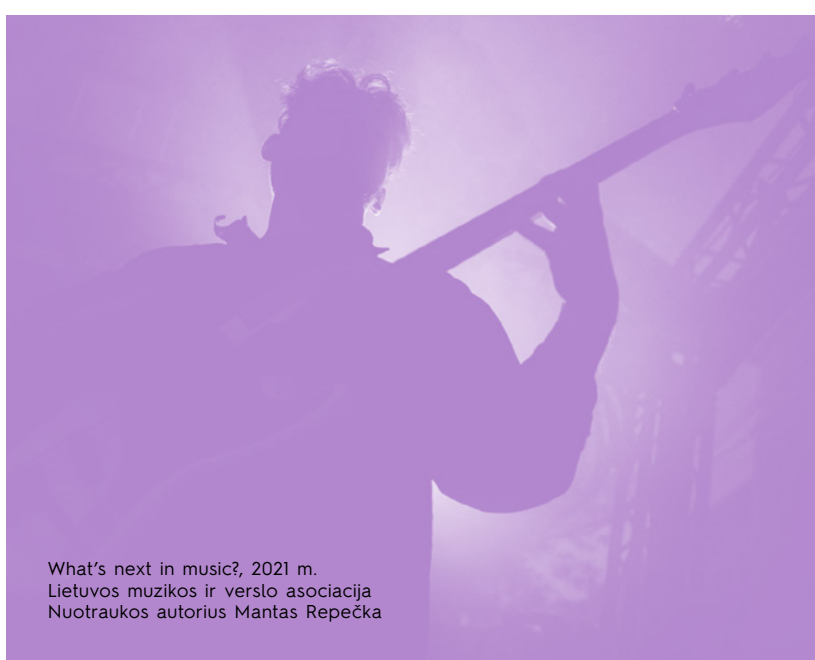
⁶⁰ 2019 m. „Mobili galerija“ dalyvavo penkiose skirtingose mugėse, į kurias vyкта vieno, to paties, projekto metu.

⁶¹ Šiai metais meno mugė „Artissima“ dėl Covid-19 pandemijos šalyje įvestų apribojimų vyko kitokiu formatu – dalis veiklų perkeltos į virtualų formatą.

⁶² Trys dalyvavusios organizacijos 2021 m. meno mugėje „POSITIONS Berlin“ nurodė skirtingus skaičius. Galerija „Meno niša“ – 20 000, galerija „AV17“ – 24 500, Klaipėdos apskrities dailininkų sąjunga – 20 000.



What's next in music?, 2021 m.
Lietuvos muzikos ir verslo asociacija
Nuotraukos autorius Mantas Repečka



What's next in music?, 2021 m.
Lietuvos muzikos ir verslo asociacija
Nuotraukos autorius Mantas Repečka



What's next in music?, 2021 m.
Lietuvos muzikos ir verslo asociacija
Nuotraukos autorius Mantas Repečka



KOI Lietuvos-Japonijos kultūros
ir kūrybinių industrijų tinklaveika, 2021 m.
VŠĮ Kultūrinės ir organizacinės idėjos
Nuotraukos autorius Creative Lithuania



Vilniaus Dailės Akademija
Tarptautinės dizaino kūrybinės dirbtuvės
„New Idea“, 2021
Nuotraukos autorius VDA



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA

Kultūra^τ

