

Vilniaus universitetas
Tarptautinis žinių ekonomikos ir žinių vadybos centras

Indrė Česnakauskaitė,
Tarptautinės komunikacijos studijų programos (TK 2) studentė

KULTŪROS VIETA ŽINIŲ VISUOMENĖJE

MAGISTRO DARBAS

Vadovas prof. R.Gudauskas

Vilnius, 2006

Česnaukaitė, Indrė

Če 431

Kultūros vieta žinių ekonomikoje : magistro darbas / Indrė Česnaukaitė ; mokslinis vadovas prof. R. Gudauskas ; Vilniaus universitetas. Tarptautinis žinių ekonomikos ir žinių vadybos centras. – Vilnius, 2006. – 86 lap. : lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 47-50 (49 pavad.).

UDK 008:316.3[474.5]

Skaitmeninė arba e-kultūra, kultūros politikos rengimo gairės, skaitmeninės kultūros teorijos, e-kultūros turinys, žinių visuomenės ypatumai

Magistro darbo objektas – kultūros vieta žinių visuomenėje. Darbo tikslas – pristatyti visuomenės kultūros poreikius ir technologinių inovacijų pritaikomumo svarbą kultūroje. Apibūdinti kūrybines veiklas, nustatyti jų indėlį į šalies ekonomiką ir atskleisti veiklų galimybes bei potencialą.

Darbo uždaviniai yra išanalizuoti Lietuvos kultūros politikos gaires, numatyti kultūros raidos kryptį Lietuvoje, atlikti kultūros darbuotojų apklausą apie naujų technologijų naudojimą jų darbe, jų pritaikymą ir poreikį taikyti, išsiaiškinti, ar Lietuvoje yra patikimų statistikos duomenų, kuriais remiantis galima būtų įvertinti kūrybinių sektorių veiklos rezultatus, išanalizuoti viešai skelbiamus kūrybinės veiklos rodiklius, analizuoti e-kultūros sąvoką.

Darbe lyginamuoju metodu naudojami keli tyrimai: LR Kultūros ministerijos užsakymu atliktas sociologinis kultūrinių poreikių tyrimas (2003 m.), Dr. Margaritos Starkevičiūtės atliktas „Kūrybinių ekonominių veiklų indėlio į Lietuvos ekonomiką įvertinimas“ (2003 m.) bei mano pačios atlikta kultūros darbuotojų apklausa (2006 m.) apie naujų technologijų taikymą jų darbe.

Prieita išvados, kad kultūros įstaigų darbuotojai, ypač periferijose, nėra pasirengę naujovių integracijai jų darbe. Išskiriamos kliūtys – finansų stoka ir žmogiškasis faktorius – nenoras mokytis naujų dalykų. Tačiau išanalizavus kai kurių užsienio šalių kultūros politikos gaires, matoma tendencija, kad Lietuvos ekonomikos vienas iš svarbesnių ramsčių galėtų būti kūrybinių ekonomikos šakų (reklamos, audiovizualinių menų ir kt.) plėtra.

Reikia pastebėti, kad skaitmeninės technologijos itin kompleksiškai pasiekė ir įtakojo kultūrinį paveldą. Net ir pačios nepaslankiausios paveldo formos, dviejų dimensijų meno darbai muziejuose, turi aiškų potencialą skaitmeniniam kodavimui.

Kultūros politiką, kurią Lietuvoje vis dar reikia formuoti, reikėtų jau orientuoti skaitmeninio amžiaus auditorijai, tai yra žvelgiant per naujausių technologijų prizmę. Tai liečia ir kūrybą, ir kultūrinį paveldą, ir kultūrinių institucijų veiklą.

Kultūros turinio įskaitmeninimas turi lemiamos reikšmės spartesnei e-verslo plėtrai bei skatinimui naudotis internetu ar kitomis globalaus tinklo sistemomis. Skaitmeninė turinio pramonė, panaudodama ir susiedama Europos kultūrinę įvairovę, sukuria pridėtinę vertę, todėl Europos Sąjungoje siekiama remti ir užtikrinti skaitmeninės „turinio“ produkcijos prieinamumą greitaveikos tinkluose. Lietuvos nacionalinės bendruomenės ir kultūros paveldo skaitmeninės plėtros strateginiai interesai harmonizuojasi su šia ES strategija.

Šis magistro darbas aktualus tiek plačiajai visuomenei dėl informacijos prieinamumo galimybių, tiek švietimo ir kultūros srityje dirbantiems specialistams bei žinių ekonomikos, informacijos vadybos strategams. Ši tema aktuali vietiniams, valstybiniais ir tarptautiniams kultūros politikos formavimo ekspertams. Taip pat šia tema vis aktyviau domisi tarpdisciplininiai tyrimų institutai, multimedijos kompanijos, naujų technologijų kūrėjai.