

# VISUOTINĖ PADĖTIES NUSTATYMO SISTEMA<sup>1</sup> MENININKUI

*Elona Lubytė*

VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJA  
UNESCO KULTŪROS VADYBOS  
IR KULTŪROS POLITIKOS KATEDRA

Maironio 6, LT-01124 Vilnius

lelona@email.lt

---

Straipsnyje, gretinant teorinius kultūros vadybos modelius ir autorės atlikto žvalgybinio tyrimo duomenis, aptariama šiuolaikinio menininko sėkmingos kūrybinės karjeros samprata, kuri siejama su kūrėjo kūrybine motyvacija ir verslumu bei visų meno rinkos dalyvių bendradarbiavimu.

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: kūryba, karjera, menininko kūrybinė motyvacija, menininko verslumas, visų meno rinkos dalyvių bendradarbiavimas.

„niekas iš vadybos dėstytojų negali man atsakyti į vienintelį klausimą: kodėl, jei vien Vilniuje kultūros vadybą per metus baigia iki šimto žmonių, nė vienas dailininkas jų neturi?“

*Anonimas*, kuris nebijo, bet taip bijo nusivilti, kad lieka anonimu, „Kaip paaiškinti sau meno vadybą, arba akla višta tamsiam kambaryje be interneto“<sup>2</sup>,

„Menininkai klaidingai galvoja, kad egzistuoja universalios formulės, padėsiančios kilti neegzistuojančiais karjeros laiptais. Jie tiki, kad atsiradus tinkamame mieste, Londone ar Niujorke, geroje galerijoje (*Saatchi* arba *White Cube*) ir gavus pakankiamus atsiliepimus tų šalių, geriausia – nacionalinėje – žiniasklaidoje, karjera lyg ir padaryta.“<sup>3</sup>

*Ernestas Parulskis, menotyrininkas*

Vilniaus dailės akademijos studentai, pasirinkę „Vadybos pagrindų menininkams“ ar „Verslumo pagrindų menininkams“ kursą<sup>4</sup>, tikisi iš dėstytojo su-

1 *Visuotinė padėties nustatymo sistema (angl. Global Positioning System)* – transporto priemonėse instaliuojama kompiuterinė navigacijos sistema, padedanti vairuotojui rasti kelią.

2 *(Ne)priklausomo šiuolaikinio meno istorijos. Savivaldos ir iniciatyvos Lietuvoje 1987–2011 m.*, sudarytojai Vytautas Michelkevičius ir Kęstutis Šapoka, lietuvių, anglų k., LTMKS, 2011, p. 118.

3 Ernesto Parulskio atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 29.

4 „Vadybos pagrindų menininkams“ publikacijos autorė Vilniaus dailės akademijoje dėsto nuo 2003 m., nuo 2005 m. „Vadybos ir marketingo pagrindai menininkams“ (kartu su

## GLOBAL POSITIONING SYSTEM FOR THE ARTIST

*Elona Lubytė*

KEYWORDS: creation, career, artist's creative motivation, artist entrepreneurship, collaboration of all members of art market.

### SUMMARY

The article draws comparisons between the theoretical models in management (Peter F. Drucker, Abraham H. Maslow, James A. F. Stoner), marketing (P. Kotleris), culture management (Giep Hagoort, Lidia Varbanova, Lisa Sonora Beam), art market (Iain Robertson) and the data generated by the author's pilot research into the local art market with the goal of demonstrating that the transformations of Lithuania from a planned into a market economy established individual artist's qualities (of creative motivation and entrepreneurial skills) and collaborations of all the participants of the art market as factors/agencies determining the success of artistic careers. With the goal of identifying whether the identified factors/agencies have actually influenced the careers of Lithuanian artists, the author conducted a tentative research. Thirty five practitioners and theoreticians of the Lithuanian art market were asked to answer one question and to identify from 3 to 5 or more factors/agencies which impact an individual artist's creative career. In the selection of respondents, attempts were made to survey representatives of the cited Art Eco-system in Lithuania (artists, gallery staff, curators, art critics, collectors, consultants) and theoreticians. Such a targeted selection was determined by the goal of corroborating the hypothesis asserted at the outset and comparing the insights by Western theoreticians and the experience of these local art market practitioners and theoreticians. Respondents were selected on account of their professional competence and achievements. Attempts were made to include local and internationally established artists dedicated exclusively to artistic creation as well as individuals combining diverse creative practices (producing artwork and creative services). The publicised data from the research includes 23 answers of

35 respondents returned from January to April of 2013, of them, theoreticians (4), public servants (1), artists (5), curators (2), gallery staff (3), art critics (3), collectors (5) answers of one of them are borrowed from the author's previous interview with the respondent, and from an interview in the media, for another), private collection consultant (1), and art auction organiser (1).