

VISUOTINĖ PADĖTIES NUSTATYMO SISTEMA¹ 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“²,

„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.“³

Ernestas Parulskis, menotyrininkas

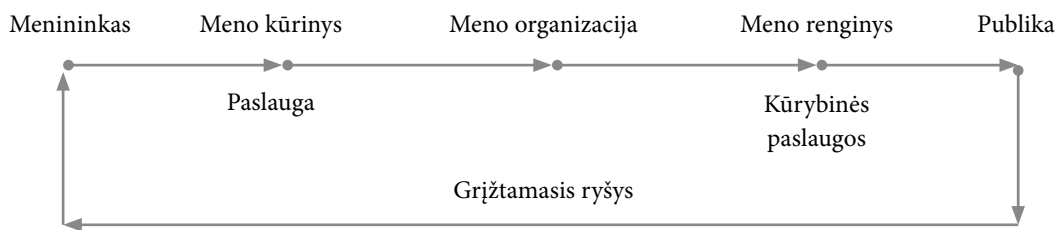
Vilniaus dailės akademijos studentai, pasirinkę „Vadybos pagrindų menininkams“ ar „Verslumo pagrindų menininkams“ kursą⁴, tikisi iš dėstytojo su-

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



1. Grįžtamasis ryšys tarp menininko, meno organizacijos ir publikos

laukti atsakymo į svarbiausią kūrėjui klausimą: kas užtikrina būsimo menininko pripažinimą, lemia jo kūrybinės karjeros sėkmę?

Kūryba – veikla, kuri randasi iš menininko (individo) kūrybiškumo, gebėjimo bei talento. Tai procesas, kai panaudojant intelektualinę nuosavybę galima kurti ne tik estetiškes vertybes, bet ir materialinę gerovę, naujas darbo vietas. Menininko kūrybinės veiklos rezultatas – meno kūrinys arba kūrybinė paslauga – cirkuliuoja aplinkoje kaip ne fizinio išgyvenimo (maisto, šilumos, saugumo), o individualius socialinius ir kultūrinius (savęs aktualizavimo) žmogaus poreikius tenkinanti prekė (paslauga), pasižyminti specifinėmis, tarpusavyje susijusiomis estetinio švietimo (lavinimo), atstovavimo (reprezentacijos), ekonominėmis (meno kūrinų, kaip likvidžios investicijos įsigijimo, kolekcionavimo) funkcijomis.

Menininko sukurtų meno kūrinių ir kūrybinių paslaugų sklaidą visuomenėje, grįžtamąjį ryšį tarp autoriaus ir publikos užtikrina meno organizacijos: meno kūrinius įsigyjantys, saugantys ir pristatantys muziejai, juos eksponuojančios parodų salės (*kunst hale*), ne tik rodančios, bet ir parduodančios meno kūrinius galerijos, aukcionų namai, meno mugės, pastatų projektavimo, vienetinių meno gaminių gamybos, reklamos, leidybos ir kt. įmonės [1 il.]. Tiksliau, šių organizacijų darbuotojai, bendradarbiaujantys su menininku, vykdant projektus. Pavyzdžiui, kūrėją į parodą pakvietęs kuratorius rengia parodas muziejuje, galerininkas – eksponuoja ir parduoda atstovaujamo me-

nininko kūrinius savo galerijoje, norėdamas atnaujinti prekių asortimentą baldų įmonės vadovas ieško rinkoje įdomiai dirbančių dizainerių.

Ar ne šių meno organizacijų darbuotojų dėmesio ilgisi klaidingai asmeninio vadybininko ieškantis *Anonimas*?!

Karjera – įvairių socialiai reikšmingų žmogaus vaidmenų seka, susijusi su saviraiška ir individualiu profesiniu tobulėjimu:

greitas ir sėkmingas kilimas tarnyboje, visuomeninėje, mokslinėje, kūrybinėje veikloje. Karjera (ital.: *carriera*) reiškia bėgimą, gyvenimo trajektoriją, veiklą. Arba (pranc.: *carrière*) – veiklos dirva, sritis, bei susišaukia su žodžio karjeras (pranc.: *carriere*) – akmenų skaldykla, vieta iš kurios kasamos naudingos iškasenos.⁵

Įdomu, kad kalbose, iš kurių ši sąvoka kilusi, ji žymi asmenines menininko pastangas. Tuo tarpu lietuvių kalboje karjerą apibrėžiančios sąvokos sėkmė ir pripažinimas turi kiek kitą, tarsi nuo menininko pastangų atsietą prasmę. Sėkmė – tai, kas nutinka atsitiktinai, be asmeninių pastangų, pripažinimas – žymi ekspertų įvertinimą, o ne asmenines menininko pastangas, t. y. kitų sprendimų poveikį menininko karjerai.

Problema: *Anonimo* įtikėjimas, kad kūrybinę menininko karjerą užtikrina *magiškų galių* asmeninis

dr. Irena Alperyte), „Verslumo pagrindai menininkams“ – nuo 2006 m. (kartu su dr. Irena Alperyte).

5 *Tarptautinių žodžių žodynas*, Antra pataisyta laida, Vilnius: Alma littera, 2003, p. 375.

vadybininkas, yra nepagrįstas, netgi ydingas. Noras perduoti atsakomybę už savo kūrybinę karjerą kitam asmeniui, kultūros vadybininkui, kaip ir besiilginčių valstybinių užsakymų sovietmečio menininkų nepasitenkinimas, liudija, kad rinkos santykiai Lietuvos meno pasaulyje vis dar visuotinai *nepri(iš)pažįstami*.

Tikėtina, kad išsklaidyti nepagrįstus *Anonimo* lūkesčius galima tik išsiaiškinus veiksnius/veiksmus, įtakančius sėkmingą menininko karjerą. Tam pasitelkta menininko navigacijos, saugaus judėjimo, *visuotinės padėties nustatymo sistemos* (angl. *Global Positioning System*) metafora, padedanti atkreipti dėmesį į asmenines menininko savybes (kūrybinė motyvacija, verslumas) ir visų meno rinkos dalyvių – menininkų, meno organizacijų darbuotojų, užsakovų, publikos, žiniasklaidos – bendradarbiavimą. Tiksliau, pasirinkta metafora turėtų padėti menininkui suprasti mūsų visuomenėje įvykusius/vykstančius pokyčius, įvertinti asmeninių sprendimų galią siekiant sėkmingos kūrybinės karjeros rinkoje.

MENININKAS – PROTINIO DARBO DARBUOTOJAS

Vadybos (angl. *management*) požiūriu permainos yra socialinis procesas, kurio sėkmę lemia žmogaus žinios, t. y. suvokimas, ką ir kodėl būtina keisti, noras (troškimas) keisti ir ketinimas (valia) keisti; įgūdžiai ir gebėjimai, parodantys, kaip keistis. O tai reiškia, kad visose šalies ūkio srityse, taip pat ir meno pasaulyje, iš planinės ekonomikos pereinant prie rinkos santykių, kilo poreikis specializuotas profesines žinias papildyti vadybos įgūdžiais.

Šia prasme tiek rinkos santykių aplinkoje kuriantys menininkai, tiek jų kūrybos sklaidą užtikrinantys meno organizacijų darbuotojai, tiek jų sukurtamų meno kūrinių ir kūrybinių paslaugų publika (parodų lankytojai, kolekcininkai, kūrybinių projektų užsakovai ir kt.) yra poindustrinės paslaugų ir žinių kūrybinės visuomenės protinio darbo darbuotojai (angl. *the*

knowledge worker). Sąvokos autorius XXI a. valdymo iššūkių tyrinėtojas Peteris F. Druckeris pažymi, kad:

šiandieną nepriklausomas nuo politikų, ekonominių krizių protinio darbo darbuotojas turi pats valdyti save, turi išmokti kada ir kaip keistis. Juk šiandieną jis yra mobilus, laisvas pasirinkti, nes tikrai jam priklauso jo „gamybos priemonės“ – žinios, įgūdžiai. Ir nors į permainas vis dar žiūrima kaip į mirtį ar mokesčius: jos nėra laikomos pageidautinu dalyku, jas reikia vilkinti kiek įmanoma ilgiau, tačiau tokių permainų laikotarpiais, kuriais gyvename šiuo metu, permainos, pasikeitimai yra norma.⁶

Autorius atkreipia dėmesį į tai, kad jei gamtos pasaulyje kaitos procesai vyksta tūkstantmečiais, tai socialinis pasaulis nuolat kinta, ir tai reiškia, kad veikiant nuolatinio nestabilumo aplinkoje teks nuolat atsinaujinti, plėsti profesinę kompetenciją, *mokyti visą gyvenimą*.

Mūsų aptariamų klausimų kontekste Druckerio išvalga svarbi, nes demitologizuoja romantinį menininko įvaizdį, nuleidžia kūrėją iš elitarinio dramblio kaulo bokšto ant žemės, griaua romantizuotą jo socialinio išskirtinumo įvaizdį.

Rinkodaros (angl. *marketing*) požiūriu meno kūrinys arba kūrybinė paslauga, kaip ir kiekvienas kitas rinkos produktas, yra tai, kas

gali būti pasiūlyta rinkai atkreipti dėmesį, įsigyti, naudoti ar vartoti ir norui ar poreikiui patenkinti. <...> Čia produkto sąvoka neapsiriboja vien tik materialiais daiktais <...>, tai yra ne tik materialios prekės, bet ir paslaugos – tai veikla ar nauda, kurią siūloma pirkti ir kuri iš esmės yra nemateriali bei negali tapti nuosavybe.⁷

6 Peter F. Drucker, *Valdymo iššūkiai XXI amžiuje*, Vilnius, 2004, p. 91.

7 Philip Kotler ir kt., *Rinkodaros principai*, Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003, p. 25–26.

Vadybos požiūriu menininko sukurtas meno kūrinys yra estetinis materialus produktas arba kūrybinė paslauga (pedagoginė veikla, architektūros – unikalaus pastato arba dizaino – mažo tiražo unikalaus gaminio projektas).

Menininko sukurtame meno kūrinyje ir suteiktoje kūrybinėje paslaugoje, kaip ir bet kurioje kitoje „dirbtinėje žmogaus veikloje išskirtini du lygmenys: minties (sumanymo) ir veiklos (įgyvendinimo). Šiame procese jungiami trys tarpusavyje sąveikaujantys elementai: medžiaga (darbo priemonės), žmogus (kūrėjas), rezultatas [meno kūrinys ir kūrybinė paslauga – E. L.]“⁸. Tokiu būdu iš intelektualinės žmogaus kūrėjo nuosavybės (proto, gebėjimo, įkvėpimo) atsiranda meno kūrinys arba kūrybinė paslauga, t. y. nauja vertė, kurianti ne tik dvasines (estetines) vertybes, bet ir materialinę (ekonominę) gerovę bei naujas darbo vietas meno organizacijoje, užtikrinančioje menininko kūrybinės veiklos rezultato – meno kūrinio arba kūrybinės paslaugos sklaidą (pristatymą, pardavimą) aplinkoje. Ji gali vykti dviem būdais:

- meno kūrinio pristatymas meno renginyje, lavinamoji paslauga, kurios metu vyksta komunikacinis aktas, kai žiūrovas priima ir dekoduoja meno kūrinyje užkoduotą informaciją;
- meno kūrinys arba kūrybinė paslauga gali būti pirkimo-pardavimo objektas (materialus produktas, projektas), tenkinantis estetinius, puošybinius, ekonominius (meno kūrinys kaip likvidus ilgalaikės investicijos objektas), reprezentacinius (Lietuvos paviljonas pasaulinėse EXPO parodose) užsakovo arba publikos poreikius.

8 Jonas Kvedaravičius, „Vadybos turinys ir Lietuvos vadybinė situacija“, in: *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Kaunas: VDU, 1995, p. 62.

Veikiant rinkoje kūrėjams dažnai tenka gretinti nepriklausomų meno kūrinių kūrimo ir užsakomųjų kūrybinių paslaugų (maketavimo, projektavimo, administravimo, pedagogikos ir kt.) praktikas.

Naujas menininko kūrybinis sprendimas (meno kūrinys) į rinką iš pradžių patenka kaip alternatyva, kuri ilgainiui tampa oficialiai pripažinta ir tik paskui komerciškai paklausia⁹. Dera pastebėti, kad meno kūrinių rinkoje įteisintas naujas kūrybines strategijas ilgainiui perima kūrybinių industrijų sektorius (pvz., menininkų videodarbu poveikis muzikos atlikėjų klipų industrijai). Čia galima paralele tarp fundamentalių mokslinių tyrimų ir pritaikomosios jų pasiekimų sklaidos.

Tuo metu, kai teikiant kūrybines paslaugas, menininko sprendimus lemia užsakovo poreikiai (lūkesčiai), kuriuos įteisina dvišalė darbdavio/užsakovo ir menininko darbo sutartis (terminuota, ilgalaikė, autorinė), „kai turtinės teisės į kūrinį, kurį sukūrė darbuotojas atlikdamas tarnybines pareigas ar darbo funkcijas, išskyrus kompiuterių programas, 5 metams pereina darbdaviui, jeigu kitaip nenustatyta sutartyje“¹⁰.

Sėkmingos menininko kūrybinės karjeros problematikos kontekste, jo, kaip ir bet kurio kito protinio darbo darbuotojo, sprendimų priėmimas jungia minties (sumanymo), t. y. kūrybinės motyvacijos, ir veiklos (įgyvendinimo), t. y. verslumo, veiksmus, kuriuos kultūros vadybos teorijoje įprasta sieti, pavyzdžiui, pabrėžiant sąsajas su žmogaus smegenų pusrutulių, kairiojo (loginio) ir dešiniojo (emocinio), funkcijomis¹¹. Tačiau sutelkus dėmesį į estetiškes/plastines/turinines meno kūrinio savybes, galimas ir kitas, hierarchinis, požiūris. Kurį žvalgybinio tyrimo metu

9 Tuo metu, kai kūrybinių paslaugų sprendimai priimami bendru menininko ir užsakovo (darbdavio) sutarimu.

10 *Muziejams ir bibliotekoms apie autorių teises ir gretutines teises*: Mokomoji-informacinė priemonė, LATGA_A, 2006, p. 3.

11 Lisa Sonora Beam, „Left Brain/Right Brain: Why Not Use the Whole Thung?“, in: *The Creative entrepreneur: ADIY Visuala Guidebook for Making Business Ideas Real*, Beverly Massachusetts, 2008, p. 38–46.

įvardijo meno lauko ekspertai *pirmumo teisę* suteikdami kūrybinei motyvacijai, sietinai su ilgalaikiais, strateginiais menininko tikslais, estetinėmis/pasaulėžiūrinėmis vertybėmis. Tuo metu, kai verslumas siejamas su strateginių (kūrybinės motyvacijos) sprendimų įgyvendinimo taktika, organizacinėmis/administracinėmis priemonėmis¹².

KŪRYBINĖ MENININKO MOTYVACIJA

Vadybos požiūriu motyvacija – tai savęs bei kitų skatinimas asmeninių ir organizacinių tikslų įgyvendinimui.

Motyvacija – psichologinė savybė, lemianti asmens įsipareigojimo laipsnį. Į ją įeina veiksniai, sukeliantys, nukreipiantys ir palaikantys žmogaus elgesį tam tikra įsipareigojimų kryptimi.¹³

Menininko, kaip protinio darbo darbuotojo, kompetencija, gebėjimai, žinios ir patirtis yra pagrindiniai jo *darbo įrankiai*. Tai reiškia, kad veikdamas ne politiškai reglamentuotos planinės ekonomikos, o rinkos sąlygomis jis turi mokytis ne paklusti *kitų* sprendimams (pvz., ideologiškai reglamentuotam valstybiniam užsakymui), bet pats juos (sprendimus) skatinti. Šį procesą nuosekliai nagrinėja turininės motyvacijos teorija, pagrįsta žmogaus vidinių poreikių patenkinimu, t. y. asmuo motyvuotas tada, kai jis ar ji gyvenime dar nepasiekė tam tikro pasitenkinimo lygio. Juk patenkintas poreikis nebemotyvuoja. Turininė motyvacija – tai humanitarinės psichologijos kryptis, kurios pradininkas yra JAV žmogiškųjų santykių vadybos mokyklos atstovas Abrahamas H. Maslow (1908–1970), tyrinėjęs ne patologines (psichologiškai

pažeidžiamas), o dominuojančias visuomenės narių grupes. Apibendrinamas ilgalaikius stebėjimus ir vertinimus autorius sukūrė žmogaus poreikių piramidę bei išskyrė penkis pamatinius pirminius (fiziologiniai, savisaugos ir tikėjimo ateitimi), antrinius (saugumo, priklausomybės ir meilės – socialiniai), įvertinimo (poreikis pagarbai) ir savęs aktualizavimo (saviraiškos, pasiekiamos kūrėjui įgyvendinant savo sumanymą) poreikius. Sugrupavęs juos į pirminius (žemesnius) ir antrinius (aukštesnius), Maslow atkreipė dėmesį, kad jie reiškiasi ne atskirai, o yra glaudžiai vienas su kitu susiję (pvz., alkio priežastimi gali būti saugumo ar įvertinimo stygius), pagrįsdamas, kad būtent sėkmingas savęs aktualizavimo, saviraiškos išgyvenimas gali užtikrinti socialinį saugumą net ir ekonominio nepritekliaus akivaizdoje¹⁴.

Teorinėms Maslow įžvalgoms antrina patys menininkai. Skulptorius Mindaugas Navakas prisipažįsta manęs, jog „kūryba yra instinktas! Pirminis ją įtakojančias impulsas yra intuityvus. O pasaulėžiūrinė motyvacija, savikontrolė yra antrinė, tačiau pageidautina, kad ji būtų, kad kūrybos procese dalyvautų abu sandai“¹⁵. Menininkas išskiria du instinktyvų/intuityvų (talento) ir vertybinių/pasaulėžiūrinių kūrybinės motyvacijos sandus. Išgyvenamų permainingų akivaizdoje menininko įvardytas pasaulėžiūrinių vertybių klausimas tampa ypač svarbus. Juk jei sovietmečio „neklasinėje visuomenėje, kurioje yra vieninga bendraliaudinė nuosavybė ir visiška socialinė lygybė“¹⁶, skirtingomis vertybėmis pagrįsta grupinių/bendruomeninių interesų įvairovė nebuvo pripažįstama. Tai prieštaravo žmogaus prigimčiai, nes būdami skirtingi žmonės turi įvairių poreikių, pomėgių, tiksliau pasaulėžiūrinių vertybių bei jas išreiškiančių norų.

12 Abi šias sąvokas vadybos teorija perėmė iš senovės graikų karvedybos žodyno: strategija (gr. *strategia* – vadovavimas) reiškė gebėjimą priimti sprendimus, vadovauti ir nugalėti, taktika (gr. *taktike* – sugebėjimas tvarkytis), kaip karo, kovos, visuomeninės veiklos, elgesio būdas išsikeltam tikslui pasiekti.

13 James A. F. Stoner ir kt., *Vadyba*, Kaunas: Poligrafija ir informatika, 1999, p. 435.

14 Abraham H. Maslow, *Motyvacija ir asmenybė*, Vilnius: Apostrofa, 2006.

15 „Meno liudijimai. Elona Lubyte kalbina Mindaugą Navaką“, in: *Mindaugas Navakas. /R/ ir atgal*, LDM, 2006, p. 8.

16 Gordon Marshall, *The concise Oxford dictionary of Sociology*, 1994, Oxford, p. 399.

Žmogaus norai – tai forma, kurią įgyja žmogaus poreikis aplinkos ir asmenybės įtakoje. <...> Norus formuoja visuomenė ir jie gali būti apibūdinti daiktais [arba kūriniais – E. L.], kurie gali patenkinti tuos poreikius. Kylant visuomenės gerovei, jos narių norai didėja. Kai atsiranda galimybės žmonėms įsigyti daugiau daiktų, keliančių jų susidomėjimą bei norą įsigyti, gamintojai [taip pat ir menininkai – E. L.] stengiasi pateikti daugiau norus patenkinančių gaminių bei paslaugų [meno kūrinų ir kūrybinių paslaugų – E. L.].¹⁷

Kol kas Lietuvos meno lauke tebevyksta perėjimas nuo sovietmečiu ideologiškai reglamentuotos, padalijusios kūrėjus į dvi, *tarnaujančių* sistemai ir ieškančių alternatyvinės raiškos galimybių *tyliųjų modernistų*, link oficialiai pripažįstamos demokratinės pasaulėžiūrinių vertybių bei kūrybinės raiškos įvairovės. Todėl visuomenėje bei menininkų bendruomenėje turi būti ugdomas tolerantiškumas kitaip mąstantiems ir kuriantiems. Juk šiandieną lygiagrečiai (vienu metu) menininkų bendruomenėje reiškiasi vėlyvojo sovietmečio modernizmo, postmodernizmo (minimalizmo, konceptualizmo, socialinio aktyvizmo ir kt.) kūrybinės praktikos. O tai reiškia, kad laisvo pasirinkimo akivaizdoje atsidūrusiam menininkui, taip pat ir *Anonimui*, būtina apibrėžti (įvardyti) savo pasaulėžiūrines vertybes. Tarkime, kai tapytojas Arvydas Šaltenis XXI a. vis dar išpažįsta romantinį požiūrį į kūrėjo misijos išskirtinumą, mano, kad „kiekvienas tikras menininkas tarsi paukštelis, kuris čiulba skriedamas nuo šakos ant šakos ir nesuka sau galvos, kuo jis pasimaitins“¹⁸.

Tuo metu, kai rinkos santykių akivaizdoje pasisakantis už liberalias vertybes skulptorius Mindaugas Navakas jam oponuoja:

Aš labai kategoriškai pasisakau prieš romantinį menininko mitą, nes jis komplikuoja menininko ir visuomenės santykius, trukdo susišnekėti – todėl kyla daug nesusipratimų. Menininkas yra toks pat pilietis, kaip ir bet kuris kitas. O visuomenė yra mechanizmas, kurio visi sraigteliai turi savo vietą ir atlieka savo funkcijas.¹⁹

O naujas estetines programas atmetantis sovietmečio *tylusis modernistas* tapytojas Aloyzas Stasiulevičius prisipažįsta esąs vienas iš tų:

kurie griežtai pasisako prieš postmoderną [postmodernizmą – E. L.]. Todėl, kad jis eina su destrukcija ir griovimu. Beje, dabar jau labai dažnai postmodernas įvardijamas kaip bolševizmas ir savo šaknimis persipynęs su marksizmu. Labai liūdna, bet taip yra. Bolševikai griovė, fašistai griovė, ir postmodernistai griaua. <...> Apie kokį meną, kokius eksperimentus čia galima kalbėti?! Tai siaubas! Peržengiamos visos ribos. Tai niekur mūsų nenuves. Toks menas yra už meno ribų.<...> Jie užėmė vietą tų, kurie tapė su raudonom vėliavom, ir toliau pergalingai žygiuoja. Jie yra tie, kurie sugeba paimti pinigus.²⁰

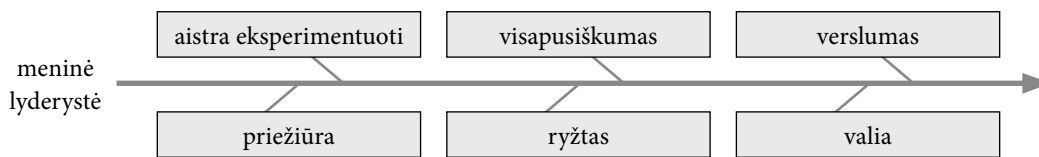
Įdomu, kas *de facto* neramina menininką? Ar tikrai naujos kartos naujos raiškos priemonės? O gal tai, kad praradus išskirtinę *tyliojo modernizmo* maištininko aureolę, tapus vienu iš daugelio meno lauke kuriančių menininkų jam tenka konkuruoti dėl publikos su kitų kūrybinių praktikų kūrėjais?! Ar ne tapačią poziciją, perkeldamas atsakomybę už savo kūrybinę karjerą asmeniniam vadybininkui, užima šią publikaciją išprovokavęs *Anonimas*?!

17 Philip Kotler ir kt., *op. cit.*, p. 26.

18 „Menininkas yra paukštelis. Vidmanto Jankausko pokalbis su VDA rektoriumi Arvydu Šalteniu“, in: *Vilniaus dailės akademija*, 2002 rugsėjis, p. 3.

19 „Be valkčio. Su skulptoriumi Mindaugu Navaku kalbasi Laima Kreivytė“, in: 7 *meno dienos*, 1996 11 15, p. 9.

20 „Savo menu aš nešu vandenį. Rita Bočiūtė kalbina tapytoją Aloyzą Stasiulevičių“, in: *Vakarų ekspresas*, 2005 04 27.



2. Meninės lyderystės bruožai (Giep Hagoort)

Konkurencinėje rinkos santykių aplinkoje demokratijos įteisinta raiškos laisvė kiekvienam kūrėjui atveria ne tik naujas galimybes, bet ir iššūkius. Vienas iš svarbiausių – gebėjimas toleruoti kitas kūrybines praktikas bei pasaulėžiūrinės vertybes išpažįstančiuosius. Įveikti šiuos iššūkius gali padėti ne *gynybinė* laikysena kitaip mąstančiųjų atžvilgiu, o taktiniai sprendimai, būdai ir priemonės, kuriuos menininkas pasitelkia savo kūrybiniam sumanymui įgyvendinti, tiksliau – verslumas.

MENININKO VERSLUMAS

Vadybos požiūriu verslumas (angl. *enterprise*) siejamas su šiomis įgimtomis ir įgytomis (išugdytomis) žmogaus savybėmis. Tai yra:

- tikėjimu savo sėkme ir gebėjimu siekti užsibrėžto tikslo (žiūrėjimas į ateitį, optimizmas, siekis įvykdyti išsikeltas užduotis, energingumas, pasitikėjimas savimi, atkaklumas, atsidavimas darbui);
- noras būti nepriklausomam (savo nuomonės turėjimas, gebėjimas pačiam priimti sprendimus, mokėjimas dirbti savarankiškai, netradicinių sprendimų pomėgis);
- kūrybingumas (gebėjimas formuluoti naujas idėjas, išradingumas, smalsumas, naujovių ir permainų pomėgis);
- apskaičiuota rizika (gebėjimas dirbti ir priimti sprendimus, neturint visapusiškos informacijos, savo galimybių įvertinimas, užsibrėžiant sunkius, bet pasiekiamus tikslus);
- veržlumas ir ryžtingumas (sugebėjimas

pasinaudoti gyvenimo duotomis galimybėmis, tikėjimas, kad pats esi savo likimo kalvis).²¹

Išvardytos savybės būtinos kiekvienam siekiančiam įgyvendinti išsikeltą tikslą protinio darbo darbuotojui, tarp jų ir menininkui.

Žvelgiant plačiau, rinkos santykių aplinkoje verslumas suprantamas ne tik kaip svarbi ekonomikos augimo, darbo vietų kūrimo, bet ir saviraiškos priemonė.

Verslumas yra asmens gebėjimas idėjas paversti veiksmais. Jis reiškia kūrybingumą, naujoves ir pasirengimą rizikuoti bei gebėjimą planuoti ir valdyti projektus siekiant tikslo. Tai įgūdžiai, reikalingi visiems kasdieniame gyvenime, darbe ir visuomenėje, leidžiantys geriau suvokti savo darbinės veiklos kontekstą ir geriau pasinaudoti galimybėmis, sudaro sąlygas pradėti visuomeninę arba komercinę veiklą.²²

Tuo tarpu kultūros vadybininkai verslumą sieja su menininko gebėjimu suteikti kūrybiniais sprendimams ne tik estetinę (sociokultūrinę), bet ir ekonominę vertę. Taip kultūros vadybininkas Giepas Hagoortas menininko verslumą sieja su menine lyderyste, kuri jungia šias menininko savybes/gebėjimus: priežiūra (stebėseną), aistra eksperimentuoti, ryžtas

21 Rimvydas Jasinavičius, „Verslumas ir lyderystė“, 2006 10 12, Kaunas, KTU (pranešimo medžiaga).

22 Europos Komisijos nutarimas „Įgyvendinant Bendrijos Lisabonos programą: Verslumu pagrįsto mąstymo puoselėjimas ugdant ir mokant“, 2006 02 13, [interaktyvus], http://ec.europa.eu/education/policies/educ/eit/comm_8_6_06_lt.pdf, (2006 02 27).

(atkaklumas), visapusiškumas (universalumas), valia (užsispyrimas), verslumas [2 il.].

Priežiūra (stebėsena), liudija, kad menininkas privalo stebėti ir kontroliuoti, kaip įgyvendinamas sumanymas. Vienas pirmųjų pavyzdžių, kaip buvo vykdoma meninė priežiūra – architekto Imhopeto, pirmosios laiptuotosios piramidės 2600 m. pr. Kr. statytojo veikla. Imhotepas rūpinosi tiek atokiomis marmuro skaldyklomis, kuriose buvo iškalami luitai faraono skulptūroms piramidėje, tiek statybvietė, kur ties vienu paminklu plūšėjo tūkstančiai darbininkų.

Aistrą eksperimentams primena Wolt Disney suprojektuotas teminis pramogų parkas Floridoje, Eksperimentinis ateities bendruomenės (angl. *Experimental Prototype Community of Tomorrow*) miestas, kurį kasmet aplanko virš 10 milijonų lankytojų;

Ryžtas (atkaklumas) primena, kaip kūrybinės karjeros pradžioje Wolt Disney nepavykus sudominti savo komiksais vietinių verslininkų ir išgyvenus bankrotą, ryžosi įsteigti savo pramogų bendrovę, kurios vertė šią dieną siekia daugiau nei 3 milijardus JAV dolerių (apie 8,7 milijardo Lt);

Visapusiškumas (universalumas) atkreipia dėmesį į platų (įvairiapusį) menininko interesų ratą. Renesanso epochos genijus Leonardas da Vinci buvo ne tik geras tapytojas, bet ir garsus mokslininkas, Viljamas Šekspyras ne tik rašė pjeses, bet ir rūpinosi ir teatro pastatų pertvarką (modernizavimu);

Valia žymi kūrėjo lyderystę, gebėjimą pasiūlyti naują sprendimą, palikti ateities kartoms išskirtinį palikimą, kaip tai pavyko Rembrandtui ir kitiems menininkams;

Verslumas liudija kūrėjo gebėjimą suteikti asme-

nintiniems sprendimams ne tik sociokultūrinę, bet ir ekonominę vertę.²³

Kultūros vadybininkė Lidia Varbanova menininko verslumą sieja su socialiai aktyvia veikla, pagrįsta inovacijomis. Vadybos požiūriu inovacija – tai pažangi naujovė, orientuota į seno pakeitimą nauju. Ji priskiriama ne reproduktyviai (atsikartojančiai), o produktyviai veiklai, susijusiai su naujų tikslų siekimu naujomis priemonėmis. Inovacinė veikla siejama ne tik su naujovės diegimu, bet ir komerciniu jos pritaikymu (inovacija = naujovė + komercinis pritaikymas). Šiame procese svarbiausias inovacinės veiklos subjektas yra žmogus, poindustrinės žinių visuomenės protinio darbo darbuotojas, kurio veikla siejama su kūrybingų mokslinių (fundamentaliųjų, taikomųjų) tyrimų rezultatų praktiniu pritaikymu. Šiame procese esama sąsajų tarp meno kūrinio sukūrimo, kūrybinės paslaugos suteikimo bei inovacijų diegimo.

Aptardama meno verslininko (angl. *entrepreneurs*) gebėjimus Varbanova išskiria šias savybes: „socialinę lyderystę (angl. *social leadership*), strateginę mąstymą (angl. *strategic thinking*), analitinius gebėjimus (angl. *analytical abilities*), naujų informacinių technologijų pažinimą ir taikymą (angl. *understanding and applying digital dimension*), vadybinius gebėjimus (angl. *management competences*), būtinas savybes (angl. *traits*)“²⁴ [3 il.].

Realybėje Varbanovos ir Hagoorto įvardyti menininko verslumą lemiantys veiksmi/veiksniai, padedantys kūrybiniam sumanymams suteikti ne tik estetinę (sociokultūrinę), bet ir ekonominę vertę, reiškiasi kaip kūrėjo gebėjimas bendradarbiauti su visais meno rinkos dalyviais (meno organizacijų darbuotojais, rėmėjais, paslaugų ir medžiagų tiekėjais, kuratoriais, kritikais, žiniasklaida, užsakovais, publika, netgi konkurentais).

23 Giep Hagoort, *Meno vadyba verslo stiliumi*, Vilnius: Kronta, 2005, p. 51–52.

24 Lidia Varbanova, „Entrepreneurs in the Art“, in: *Strategic management in the Arts*, New York and London: Routledge, 2012, p. 16–19.



3. Meno verslininko gebėjimai (Lidia Varbanova)

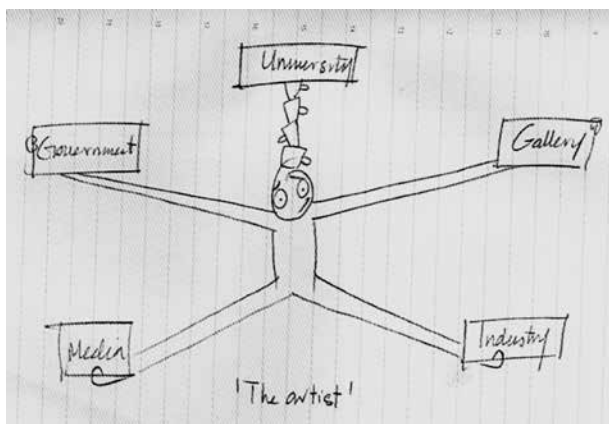
MENO RINKOS DALYVIAI IR JŲ BENDRADARBIAVIMAS

Helen Blejerman jaunojo menininko portrete [4 il.]²⁵ regime jį *nukryžiuotą* tarp meno mokyklos (univer-

²⁵ Helen Blejerman, *Portrait of the artist*. 2007, il. in: Michael Corris, „The Economy of Art“, in: *Art Monthly*, June 2009, p. 11.

siteto), vyriausybės (kultūros politikos), žiniasklaidos, meno galerijos ir kūrybinių industrijų. Elegiškai šmaikštus piešinukas įvardija grandis (organizacijas), su kuriomis susijęs bei bendradarbiauja būsimasis, sėkmingos kūrybinės karjeros siekiantis menininkas.

Kaip šis visų meno rinkos dalyvių bendradarbiavimas vyksta realybėje? Netiesiogiai kūrėjo sumanymų



4. Jaunojo menininko portretas (Helen Blejerman)

įgyvendinimą įtakoja *vyriausybės* vykdoma kultūros politika. Lietuvos Respublikoje ji įgyvendinama per šiuos svertus (priemones, instrumentus): valdymą, įstatymus, finansavimą:

Valdymas apsprendžia meno organizacijų, su kuriomis bendradarbiauja menininkas, veiklą;

Įstatymai, teisinės normos, įstatyminiai aktai apibrėžia autorines teises, reguliuoja (apmokestina) meno kūrinių ir kūrybinių paslaugų sukūrimą bei pardavimą ir kt.;

Finansavimas – įvairių lygių, būdų, krypčių, pavyzdžiui, žlugus valstybinių užsakymų sistemai, vietos rinkoje išgaliojo skirtingų šaltinių projektinio finansavimo sistema, kai valstybė kultūros projektų netermina pilnai, skatina jų vykdytojus – tiek menininkus, tiek meno organizacijų darbuotojus – ieškoti papildomų finansavimo šaltinių, t. y. privataus verslo ar kt. paramos.

Rinkos sąlygomis kuriantis menininkas vienu metu (lygiagrečiai) gali dalyvauti meno kūrinių (*galerijos*) ir kūrybinių paslaugų (*kūrybinių industrijų*)²⁶ rinkose.

26 Kūrybinėms industrijoms priskiriama: architektūra, amatai, atlikėjų menai, dizainas, interaktyviosios kompiuterinės programos, drabužių modeliavimas, meno ir antikvarinių vertybių rinka, muzika, kinas ir videoprodukcija, leidyba, televizija ir radijas, programinė įranga ir kompiuterinės paslaugos, reklama.

Rinkodaros požiūriu meno mokykla (universitetas), kurioje studijuoja būsimo menininkas, kaip ir jo darbus išgyjantys valstybiniai ar privatūs muziejai bei nepriklausoma kritika (žiniasklaida), laikomi *simboliniais* vartais, įtakančiais menininko pripažinimą, paklausą rinkoje.

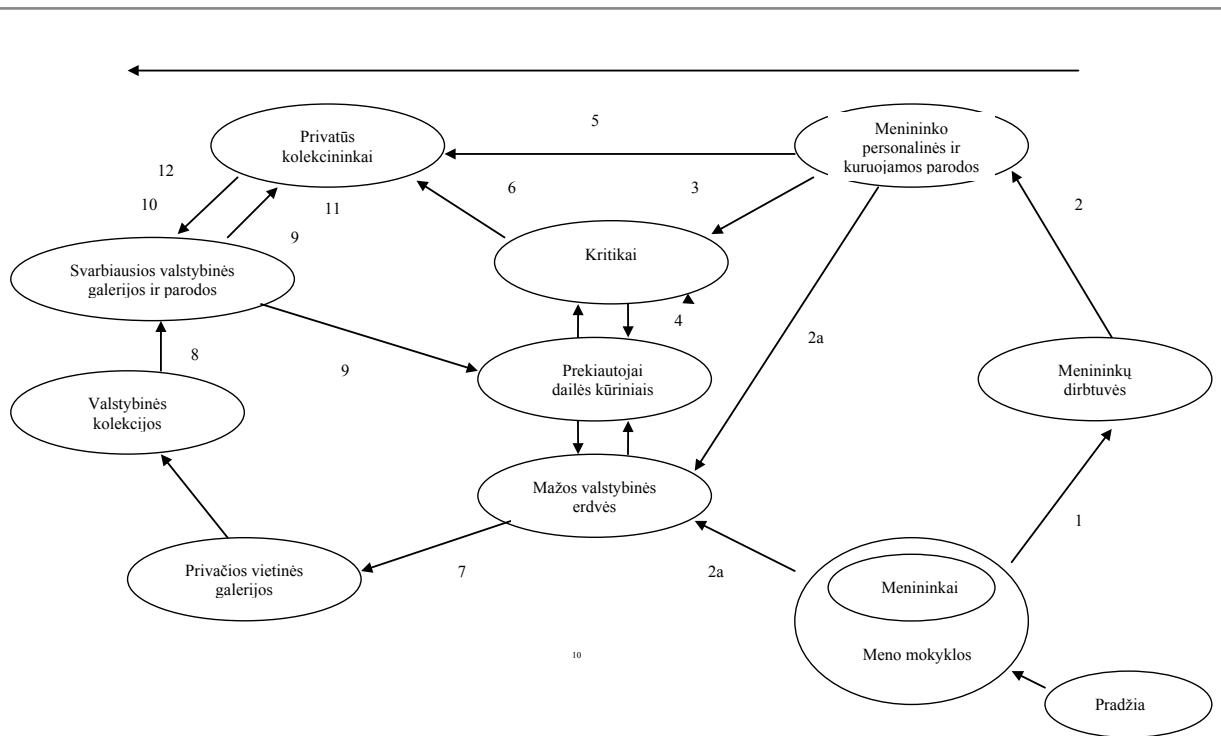
Rinkos santykių aplinkoje jau kūrybinio kelio pradžioje, dar studijuodamas, būsimo menininkas turėtų pradėti rūpintis savo karjeros *kūrimu*, žengti pirmus žingsnius, kaupiti savo *portfolio* (kūrybos pasiekimų pristatymas).

Jis turi pradėti bendradarbiauti su meno galerijomis²⁷ ir jų darbuotojais, siekti būti pastebėtam parodų kuratorių, meno kritikų, sulaukti savo pirmųjų kolekcininkų dėmesio ir paramos. Tai įmanoma, tik surengus personalinę parodą ir viešai pristačius savo kūrinius pardavimui. Spartėjančios globalizacijos ir tarptautinio bendradarbiavimo aplinkoje svarbų postūmį jauno menininko *matomumui* suteikia dalyvavimas ne tik vietos, regioninėse, nacionalinėse, bet ir tarptautinėse kuratorinėse parodose, menų rezidencijose, tęsiant pomagistrines studijas užsienio dailės akademijose. Grafiškai šį jaunojo menininko pakopinį patekimo į meno rinką procesą iliustruoja Jungtinės Karalystės „Art EcoSystem“ modelio schema²⁸ [5 il.].

Šiandien lietuvių menininkų kūriniai cirkuliuoja vietos, regioninėje, nacionalinėje ir tarptautinėje meno rinkose. Galimybė laisvai keliauti, dalyvauti tarptautiniuose meno renginiuose, bendradarbiauti su užsienio meno organizacijomis, parduoti savo kūrinius – svarbiausias permainų pasiekimas, sudaręs prielaidas sinchronizuotai, neveluojančiai menininkų kūrybinės karjeros raidai, prasidedančiai jau studijų metais (pvz., skulptorius Mindaugas Navakas 1999 m. pristatė savo

27 Kol kas Lietuvoje negalime taikyti Vakaruose nusistovėjusio meno galerijų skirstymo į „Alfa“, „Beta“, „Gama“, „Delta“ kategorijas.

28 Morris Hargreaves McIntyre, *Taste Buds: How to Cultivate the Art Market*, UK: England Arts Council, 2004, [interaktyvus], http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/tastebudsummary_php7xDjDe.pdf.

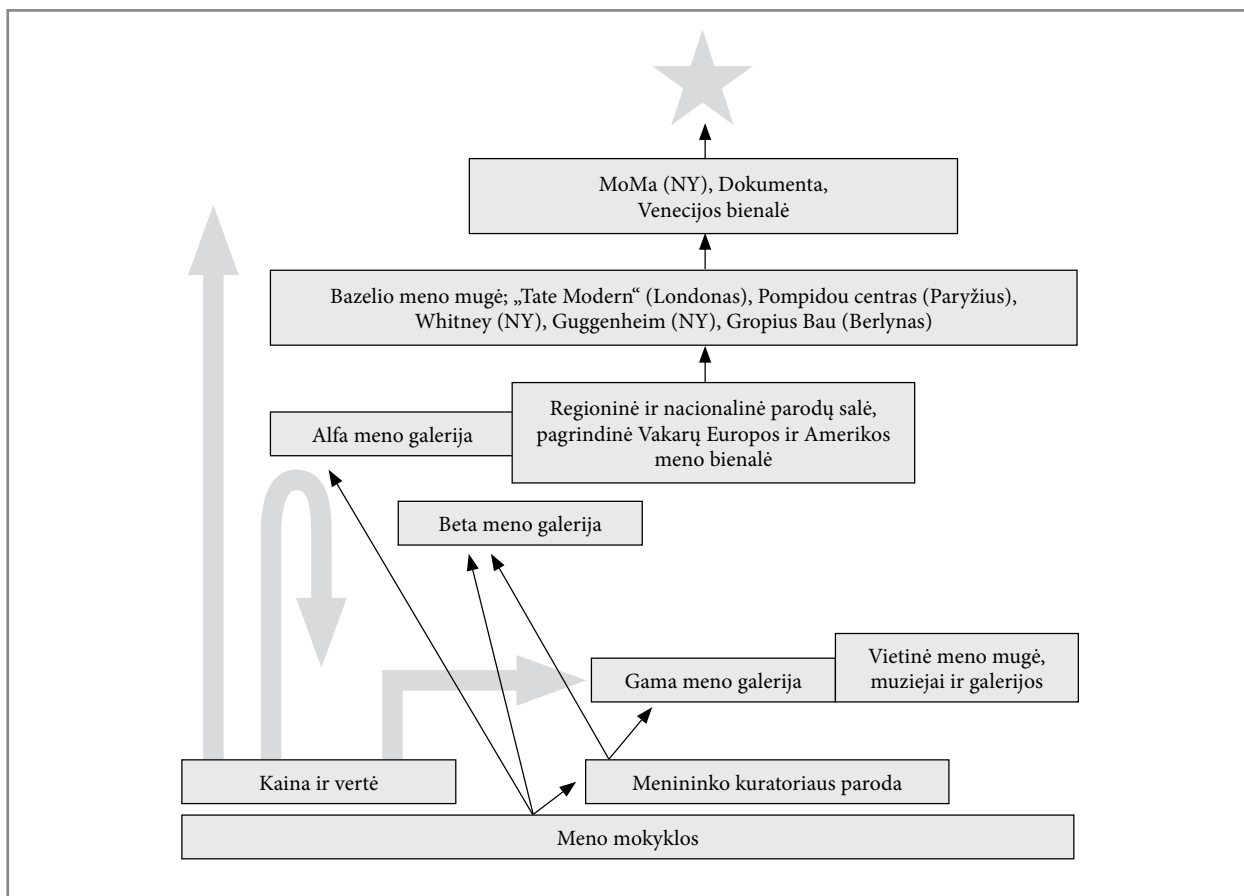


„Art Eco-system“ modelis – tai meno rinkos veikimo modelis, pristatantis rinkos dalyvius, darančius poveikį menininko kūrybai ir jo darbų apytakai dailės rinkoje. Tai gali būti privatūs asmenys ar valstybinio ir privataus sektorių dailės organizacijų atstovai. Rodyklės, pažymėtos skaičiais, rodo kelius, kuriais menininko kūryba patenka į meno rinką, ir kokios jėgos lemia jo pripažinimą:

- 1) menininko poreikis pristatyti darbus viešai;
- 2) parodas rengia menininkas arba nepriklausomas kuratorius;
- 2a) parodos rengiamos mažose valstybinėse meno galerijose;
- 3) parodas sulaukia meno kritikų dėmesio;
- 4) atkreipiamas prekyautojų dailės kūriniais dėmesys;
- 5) menininko kūryba susidomi privatūs kolekcininkai;

- 6) prekyautojas meno kūriniais kuria menininko reputaciją, taip pat ir per tarptautines meno muges;
- 7) prekyautojas meno kūriniais menininko kūrybą pristato meno kritikams (per parodas-pardavimus mažose valstybinėse ir privačiose vietinėse, regioninėse meno galerijose);
- 8) menininkas kviečiamas dalyvauti svarbių valstybinių galerijų parodose;
- 9) kolekcininkai pripažįsta menininko kūrybos vertę, t. y. įteisinamas jo statusas, o tai duoda naudos prekyautojui ir pačiam menininkui;
- 10) kolekcininkai skolina menininko darbus valstybinėms galerijoms;
- 11) kolekcininkų išvalgumas yra apdovanojamas – jie kviečiami į Galerijų tarybas (Boards of Galleries);
- 12) kolekcininkai perduoda arba palieka savo kolekcijas valstybiniams muziejams ar galerijoms.

5. Art Eco-system modelis (Morris Hargreaves McIntyre)



6. Menininko augimas: nuo meno mokyklos iki žvaigždės
(Iain Robertson)

kūrybą Lietuvos paviljone Venecijos bienalėje būdamas 57-erių, Deimantas Narkevičius 2001 m. – 37-erių, Gintaras Didžiapetris 2013 – 28-erių).

Tačiau, kaip taikliai pastebi Iainas Robertsonas [6 il.]:

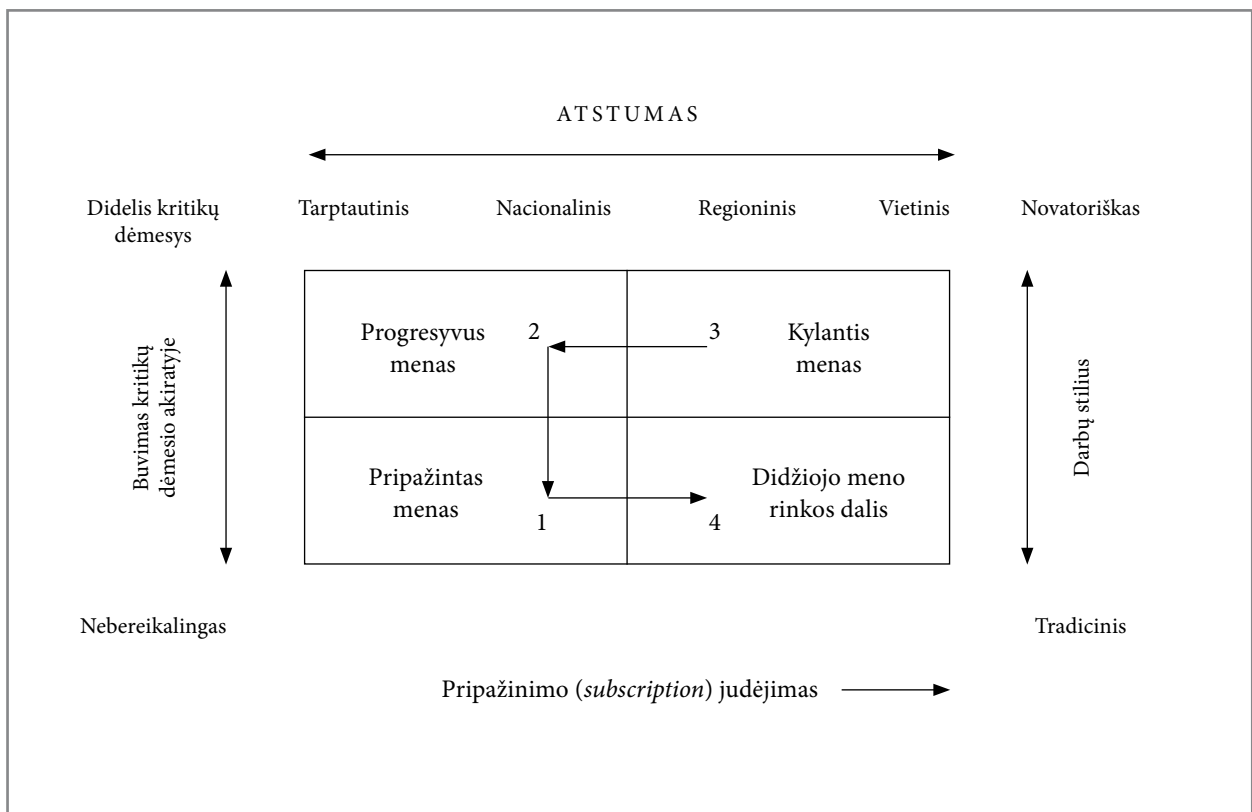
apibendrinant šiuos procesus dera nepamiršti, kad kūrybinis aktas yra iracionalus, o menininko tikslai ne visada susiję tik su ekonominiu pelnu. Neatsitiktinai schema „Menininko augimas: nuo meno mokyklos iki žvaigždės“ [6 il.] grafiškai iliustruoja šiuolaikinio menininko galimybes ne tik greitai iškilti, bet ir trumpalaikės šlovės žybsniui užgesus ne-trunkant išnykti be pėdsakų.²⁹

Rinkos sąlygomis veikiantis menininkas, net ir siekdamas asmeninių kūrybinių tikslų, turi atsižvelgti į rinkos vartotojų poreikius. Juk meno kūrinių, kaip ir kitų ūkio šakų, rinką sudaro įvairių vartotojų poreikiai. Todėl:

rinkos suskirstymas į pirkėjų grupes, kurių poreikiai, savybės ar elgsena yra skirtingi ir kuriems gali būti skirtingi produktai [meno kūriniai – E. L.], vadinamas rinkos segmentavimu (angl. *market segmentation*). O rinkos segmentas (angl. *market segment*) žymi panašiai reaguojančiųjų į tam tikrą pasiūlytą produktų grupę.³⁰

29 *Understanding International Art Markets and Management*, ed. by Iain Robertson, London and New York: Routledge, 2005, p. 29.

30 Philip Kotler ir kt., *op. cit.*, p. 42.



7. Segmentinis šiuolaikinio meno kūrinių pardavimo modelis
(Morris Hargreaves McIntyre)

Didžiosios Britanijos statistinių tyrimų agentūra „Taste Buds“ sudarė šiuolaikinių meno kūrinių pardavimo modelį, išskirdama keturis meno kūrinių (sukurtus pripažintų, progresyvių, kylančių ir didžiosios daugumos menininkų) segmentus [7 il.]. Kokiam rinkos segmente šiuo metu yra menininkas, priklauso nuo to, kaip jo kūrybą vertina kritikai (žiniasklaida). Pripažinimas (kartu ir didelė kūrinių piniginė vertė) vyrauja progresyvios (alternatyvios) ir pripažintos meno rinkos segmente. Kylančiųjų dailininkų kūriniai, patekę į kritikų akiratį, priskiriami progresyviajam segmentui.

Tyrimui buvo atrinkti 316 skirtingų kartų ir kūrybinės raiškos menininkų (tuo metu Didžiojoje Britanijoje buvo maždaug 140 000 menininkų). Susumavus apklausos rezultatus pagal šiuolaikinio meno pardavimo modelį, išskirti keturi kuriančių menininkų segmentai:

- I. Pripažintieji menininkai (angl. *established artists*) sudarė 7,3 procento. Jų darbų yra įsigiję viešieji muziejai, jie rengia asmenines parodas, yra pripažįstami menininkų bendruomenėje, jų darbai platinami tarptautinėje rinkoje,
- II. Progresyvieji menininkai (angl. *avant garde artists*) – 3,1 procento. Tai pripažinti ir viduriniame savo karjeros etape esantys menininkai, kurių darbai yra kolekcionuojami ir pateikiami nacionalinei bei tarptautinei rinkai.
- III. Kylantys menininkai (angl. *emerging artists*) – 4,9 procento. Tai pradedantys menininkai, siekiantys tapti progresyviaisiais. Jie kartais greitai iškyla dėl ekscentriškos kūrybos.
- IV. Didžioji dauguma menininkų (angl. *most artists*) – 84,7 procento. Šiam segmentui priklauso daugelis profesionalių menininkų, pasirinku-

sių gyventi iš savo kūrybos. Jų darbai dažniausiai nepatenka į valstybinių meno organizacijų akiratį ir yra parduodami vietinėje rinkoje. Šioje grupėje yra nemažai sėkmingų menininkų, kurie puikiai pragyvena iš parduodamų darbų bei gaunamų užsakymų.³¹

Ir nors *de facto* Lietuvoje meno rinka formuojasi iš lėto, tačiau šiandieną jau turime visas, tiesa, vos po vieną ar kelias, jos atsiradimą lemiančias organizacijas, su kuriomis sėkmingai bendradarbiauja savo kūrybą namuose ir svetur pristatantys mūsų menininkai. Tarp jų paminėtinos: muziejai ir parodų salės (Lietuvos dailės muziejaus padalinys, Nacionalinė dailės galerija, Šiuolaikinio meno centras, Klaipėdos kultūros komunikacijų centras ir kt.). Būsimiems menininkams svarbios žinybinės Vilniaus dailės akademijos galerijos, kuriose savo darbus pristato studentai. Turime kelias šiuolaikinio meno kūrinius Lietuvoje ir svetur prekiaujančias meno galerijas (pvz., galerijos „Vartai“ rengiamos ketvirtadienio jaunųjų menininkų darbų peržiūros, su VDA absolventais dirbanti mobili galerija „Gaidys“, su *tyliaisiais modernistais* – „Lietuvos aidas“). Alternatyvų, nekomercinį meną pristato Jono Žakaičio galerija „Tulips&Roses“ (iki 2013) menininko Žilvino Landzbergo galerija Maloniojoje g. Vilniuje (nuo 2014 m. – Tarpdisciplininio meno sąjungos galerija). Steigiasi pirmosios tarptautinės menininkų rezidencijos („Nidos meno kolonija“ (VDA), „Rupart“ (Jonas Žakaitis, galerija „Tulips&Roses“ ir Darius Žakaitis). Prieš kelerius metus (2007) savo darbą pradėjo meno kūrinių aukcionas („Meno rinkos agentūra“), nuo 2009 m. Vilniuje rengiama tarptautinė meno mugė „Art Vilnius“. Pamažu atsistato sovietų okupacijos nutrauktas privačių asmenų (verslininkų) kolekcionavimo pomėgis, kolekcininkai bei jų įgyvendinami projektai tampa populiariesni: Viktoro Butkaus, Danguolės Butkienės ir konsultantės,

meno kritikės bei kuratorės Ramintos Jurėnaitės formuojama Modernaus meno centro (MMC) kolekcija; Vaido Skricko, bendros Lietuvos ir Vokietijos įmonės „Baltic Sign“ vadovo, kartu su galerija „Meno parkas“ ir kuratore Rasa Andriūšyte-Žukiene įgyvendintas meno viešosiose industrinėse miesto erdvėse projektas „Skulptūrų zona“ Kaune; veiklos dvidešimtmetį minėjusios „LAWIN“ advokatų kontoros Lietuvos meno kolekcijos pristatymas parodoje *Ne vien tik grožis* Nacionalinėje dailės galerijoje (2012, kuratorė, dailės istorikė Giedrė Jankevičiūtė); Viliaus Kavaliausko įsteigto „Lietuvos išeivijos dailės fondo“ iniciatyva surengta Niujorke gyvenančio išeivijos tapytojo Kęstučio Zapkaus retrospektyva Nacionalinėje dailės galerijoje (2014, kuratorė, meno kritikė Laimutė Kreivyte); verslininko Boriso Simulevičiaus remiamas internetinis šiuolaikinio meno dienraštis *Artnews.lt*.

ŽVALGYBINIS TYRIMAS:

KOKIE VEIKSNIAI/VEIKSMAI DARO ĮTAKĄ MENININKO KŪRYBINEI KARJERAI?

Tyrimo metodas. Siekiant išsiaiškinti, ar straipsnyje aptarti veiksniai/veiksmai (menininko kūrybinė motyvacija ir verslumas, visų meno rinkos dalyvių bendradarbiavimas) daro įtaką lietuvių menininkų kūrybinei karjerai, buvo atliktas žvalgybinis tyrimas, kurio metu 35 Lietuvos meno rinkos praktikai ir teoretikai buvo paprašyti atsakyti į vieną klausimą, išskirti 3–5 ar daugiau menininko kūrybinę karjerą įtakojančius veiksnius/veiksnius. Pasirenkant respondentus siekta apklausti aptarto „Art Eco-system“ modelio atstovus Lietuvoje (menininkus, galerininkus, kuratorius, meno kritikus, kolekcininkus, konsultantus) ir teoretikus. Tokią tikslinę atranką lėmė siekis patvirtinti tyrimo pradžioje išsikeltą hipotezę bei sugretinti Vakarų teoretikų ir vietos meno rinkos dalyvių praktiškų bei teoretikų įžvalgas. Respondentai buvo pasirinkti atsižvelgiant į jų profesinę kompetenciją bei pasiekimus. Pasirenkant menininkus siekta apklausti tiek

31 Morris Hargreaves McIntyre, *op. cit.*

tik menine kūryba užsiimančius, pripažinimą vietos ir tarptautinėje rinkose pelniusius, tiek skirtingas kūrybines praktikas (meno kurinių sukūrimą ir kūrybines paslaugas) gretinančius kūrėjus. Pristatant tyrimo duomenis, publikuojami 23 iš 35 2013 m. sausio–balandžio mėn. gauti respondentų atsakymai, tarp jų – teoretikų (4), valstybės tarnautojos (1), menininkų (5), kuratorių (2), galerininkų (3), meno kritikų (3), kolekcininkų (5), vieno atsakymai *pasiskolinti* iš ankstesnio autorės interviu su respondentu, kito – iš interviu žiniasklaidoje), privačios kolekcijos konsultantės (1) ir meno kūrinių aukcionų organizatorės (1).

Tyrimo rezultatų pristatymas. Tyrimo pradžioje respondentų atsakymus planuota apibendrinti ir susisteminti. Tačiau juos surinkus paaiškėjo, kad žvalgybinio tyrimo metu gautą medžiagą apibendrinus (sutelkus dėmesį į pagrindinius teiginius bei atsisakius jų komentarų), bus prarastas *daugiabriaunis* atsakymų kontekstas. Todėl pasitikint skaitytojo gebėjimais savarankiškai apibendrinti ir interpretuoti informaciją, žvalgybinio tyrimo duomenys pristatomi pilnai, kaip *case study* skaitinių poskyris, respondentų pasisakymus suskirstant pagal profesinę atsakovų kompetenciją į septynias *grupes* (teoretikai ir valstybės tarnautoja, menininkai, kuratoriai, galerininkai, meno kritikai, kolekcininkai ir vieno jų konsultantė, aukcionų organizatorė) bei svarbiausius, aptariamąs problemas kontekste išsakytus teiginius paryškinant, jei to nebuvo padarę patys atsakovai.

ŽVALGYBINIO TYRIMO DUOMENYS

TEORETIKŲ IR VALSTYBĖS TARNAUTOJOS ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Dr. Nikolajus Ambrusevič (ISSM, VGTU, VDA dėstytojas, mokslinių tyrimų kryptis – socialiniai mokslai, tarptautinis verslas) savo atsakymą pradėjo nuo pagrindinių mokslinių koncepcijų taikymo praktikoje akcentų iš-

ryškinimo. Pažymėdamas, kad kiekvieno nepriklausomai dirbančio asmens (nesvarbu, kokio tipo veiklą jis būtų pasirinkęs) sėkmė priklauso nuo asmeninių gebėjimų ir įgūdžių arba žinių vadybos srityje derinio. Pastebėjau, kad kultūros ir meno kryptių studentai sunkiai priima teiginį, jog kiekvienas turi išmokti tinkamai save pristatyti ir „parduoti“. Tenka apgailestauti, kad Lietuvoje šis gebėjimas nėra tinkamai vertinamas, o kartais atvirai yra tapatinamas su negatyviomis individualaus egoizmo aspektais. Esu tikras, kad menininkas turi būti ryškus, išsiskiriantis, tinkamai komunikuojantis su savo tiksline auditorija. Toks rezultatas gali būti pasiektas tik panaudojus tradicines vadybos ir marketingo technikas – rinkos segmentavimą, tikslinės rinkos nustatymą, tikslinio vartotojo profilio apibūdinimą ir tinkamo pranešimo jam sukūrimą. Taigi menininkai privalo būti savo veiklos vadybininkais.

Pagrindinis elementas, išskiriantis meno atstovo veiklą iš kitų analogiškų veiklų tarpo, yra neįprastas produktas, su kuriuo tenka dirbti. Pats menas visuomenėje atlieka specifinę, sunkiai nupasakojamą, „neapčiuopiamą“ funkciją, kurią galima apibūdinti kaip ugdančią, gydančią bei švietėjišką. Per ilgus dešimtmečius mūsų visuomenėje susiformavo požiūris, kad tokio tipo funkcijos turi būti subsidijuojamos valstybės ir vykdomos pelno nesiekiančių organizacijų. Tai vienas iš esminių stereotipinių barjerų, su kuriais tenka susidurti meno atstovams. Mano nuomone, meno produkto „realizavimo“ rinkoje sėkmė priklauso nuo autoriaus asmeninių sugebėjimų, tokių kaip sąžiningumas ir nuoširdumas. Sąžiningumas ir nuoširdumas – pagrindinės menininko priemonės, kurios taikomos ir *kūryboje*, nuolatinės tiesos, gėrio, grožio, atsakymų paieškos bei pažinimo procese, ir kalbant apie *asmeninį* menininko gyvenimą, ar kūryba yra artima „gamintojo“ prigimčiai, ir *komunikuojant* su „vartotojais“ bei verslo partneriais, įtrauktais į kūrinių pristatymo procesą – kuratoriais, galerijų atstovais ir t. t.

Tikiu, kad tinkamas asmeninių gebėjimų ir vadybos žinių derinys lavina menininko sisteminę mąstymą ir kryptingai orientuoja siekiamo tikslo link.

Taigi apibendrinant galiu teigti, kad kiekvienam pradedančiam menininkui privaloma:

- apibrėžti savo veiklos lauką (*nustatyti tikslinę auditoriją*, t. y. visuomenės terpę, kuriai būtų įdomi ši veikla, *apibūdinti tikslinio vartotojo profilį*, siekiant pagrįsti planuojamos veiklos atsipirkamumą ir pelningumą, sukurti vartotojus masinančio *komunikavimo planą* su sąžiningumo bei nuoširdumo elementais);
- išnaudoti turimų asmeninių ir profesionalių ryšių galimybes, pritraukiant kitus verslo partnerius ir didinant savo veiklos žinomumą bei praplečiant veiklos lauką.
- išnaudoti socialinių tinklų bei kitus komunikavimo kanalus ir vietiniu, ir globaliu mastu.

Detalizuotai jauno menininko kūrybinės veiklos pirmieji žingsniai, mano nuomone, turėtų atrodyti taip:

1. Meno projekto idėjos planavimas ir plėtojimas:
 - esminės idėjos atradimas (specifinių, unikalių aspektų nustatymas);
 - analogiškų idėjų analizė (*case-study*);
 - idėjos transformacija į projektą (finansinės naudos pagrindimas);
 - projekto detalių nustatymas (organizacinių, finansinių, teisinių aspektų išryškėjimas ir t.t.);
2. Su projekto vykdymu esminių klausimų išankstinių sprendimų prognozavimas:
 - komandos subūrimas;
 - biudžeto nustatymas ir finansavimo šaltinių radimas;
 - komunikavimo kanalų pasirinkimas;
 - galimų rizikų analizė.

Darbas su projekto specifine informacija:

- darbo vietos, dirbtuvės, parodos aikštelės paieška ir nustatymas;
- „reklaminių“ renginio organizavimas (paroda, seminaras, pristatymas, spektaklis);
- projekto teisinės darbo formos pasirinkimas (or-

ganizacijos tipas, individuali veikla, autorinės sutartys ir kiti teisiniai organizaciniai klausimai).³²

Dr. Irena Alperytė (VDA, LMTA, tyrimų kryptis – socialiniai mokslai, kultūros rinkodara) atkreipia dėmesį į kūrybinės menininko karjeros pristatymo (matomumo) prielaidas:

„Turėk ką parodyti. Mylėk tai, ką sukūrei pats. Dalinkis tuo su savo artimiausiais. Kaupk savo „portfelį“. Nesidrovėk fotografuoti, aprašinėti ar kaip kitaip įamžinti savo kūrybos proceso, rezultatų ir sklaidos (t. y. įvairių stadijų). Tu pats kuri istoriją apie save. Dar daugiau – tu pats esi savo istorija. Pvz., Jonas Mekas, Elena Urbaitytė-Urbaitis, Šarūnas Sauka.

Bendrauk. Žiūrėk ir domėkis kitų kūryba. Ne tiek lygink save su kitais, kiek mėgink palaikyti kūrybinį dialogą su tais, kurie jau rinkoje, jau kalba. Domėkis sambūriais: „Brucke“, „Mogučiaja kučka“, „ATSTUMTŪJŲ SALONAS“, „Tylieji modernistai“.

Drąsiai pasakok ir komentuok tai, ką norėjai pasakyti. Tai visai ne gėda: gal žmonės tikrai ne viską supranta? Šiais laikais gerai papasakota istorija yra antroji tavo kūrybinio rezultato vertės pusė. BŪK ISTORIJA.³³

Ernestas Parulskis (NDG informacinio centro darbuotojas, menotyrininkas, meno rinkos stebėtojas) perkelia kolegų teoretikų įžvalgą į praktinę šiuolaikinio meno rinkos zoną, nepaneigdamas jų išsakytų įžvalgų, akcentuoja, kad: „Menininkų karjera lemia – ir ši situacija nesikeičia šimtmečius – trys dalykai. Pirmus du galima pasirinkti bet kuriuos (talentą, darbštumą, smalsumą, gebėjimą ir norą bendrauti, kalbų mokėjimą, asmeninį įvaizdį, imlumą, mobilumą...), bet trečiuoju karjeros konstravimo punktu visuomet bus sėkmė arba atsitiktinumas.

Ši teiginį argumentuoja visa sukaupta meno patirtis – savo laiku nekvestionuojamai garsiais tapę menininkai

32 Nikolajaus Ambrusevič atsakymas į autorės klausimą, 2013 02 02.

33 Irenos Alperytės atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 03.

užmirštami per kelis dešimtmečius ir vėl atsiranda, bent kai kurie, parodinėje bei rinkos apyvartoje, nežinomi dailininkai netikėtai blykstelį ir tampa ypač paklausiais, o didžiulis, gal net – didžiausias kokybiško meno kiekis lieka lokaliuose paraštėse, iš kurių jis bet kada gali būti ištrauktas atgal į gerai matomą zoną.

Net sąvoką „menininko karjera“ sunku korektiškai suformuluoti. Čia netinka kitų profesijų, taip pat ir kūrybinių, analogijos. Vieniems menininko karjeros darytojams siekiama yra pragyventi iš kūrybos, antriems – tapti žinomiems lokaliai, tretiems – globaliai, ketvirtiems – likti ir istorijoje, penktiems – visko kartu. Žinoma, šioje sunkiai reguliuojamoje pozicijoje galioja keliolika akivaizdžių taisyklių, kurios gali padėti mažinant sėkmės ar atsitiktinumo elementą.

Viena iš jų – sąmoningas, įvertinus komfortiško funkcionavimo galimybes, savęs pozicionavimas ir veiklos lauko ribų nustatymas. Tarkim, nemokančiam kalbų saloninių peizažų tapytojui neverta veržtis į Vakarų Anglijos kurortinių miestelių galerijas, o *Research-based Art* kūrėjas padarytų klaidą, savo karjerą konstruodamas tik Vilniuje aktyviai veikiančioje galerijoje.

Antra taisyklė – nedeficitinė, bet ir neperteklinė nenutrūkstama kūrinų pasiūla. Savo karjerą besirūpinantis menininkas privalo disponuoti tokiu kiekiu savo naujų kūrinių, kad būtų galima sudalyvauti trijose vienu metu skirtingose vietose vykstančiose parodose.

Trečia taisyklė – patikimumas. Kuratoriai, žiūrovai ir kolekcionieriai, atradę ir pamėgę naujus menininkus, iš jų džiugiai laukia naujų kūrinių. Ir visuomet nusivilia, jei kūrinio kokybė (novatoriškumas, kitoniškumas) neatitinka jų lūkesčių. Nauji kūriniai turi stebinti, bet ta nuostaba negali virsti nusivylimu. Jei menininkas jau pradėjo eksploatuoti savo karjerą lemiančią (kurią jau pripažino aplinka) techniką, stilistiką, šaką ar žanrą, jis privalo tai daryti tol, kol sukaupto simbolinio personalinio kapitalo kiekis nesuteiks indulgenciją kurti neatsižvelgiant į aplinkos lūkesčius. Čia verta prisiminti Lino Jablonskio poros dešimtmečių senumo utriravimą: jei dailininkas išgarsėjo su kiškiu ir morka, jis turi piešti kiškį ir morką visą gyvenimą.“

Šalia tokių, pavadinkim, strateginių taisyklių yra taktinių karjeros patarimų. Kai kurie jų vertingi (turėti idealų *portfolio*), kai kurie (aktyviai dalyvauti socialiniuose tinkluose) – kenksmingi. Aktyvus *savipiaras*, kuriam dabar sukurtos ypač palankios sąlygos, menininką gali stumtelėti į amato, dizaino ir puošybos lauką. Tai nėra blogai, bet tokio tipo karjerų dėliojimo strategija skiriasi nuo čia aptariamų galimybių. Būtent ir tik galimybių.

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 palankius atsiliepimus tų šalių, geriausia – nacionalinėje – žiniasklaidoje, karjera lyg ir padaryta.“³⁴

Prof. dr. Eglė Rindzevičiūtė (Linčopingo (Linčöping) universitetas, Švedija, tyrimų kryptis – socialiniai mokslai, kultūros politika) siūlo žvelgti į aptariamą klausimą iš tarpdalykinės meno istorijos ir socialinių mokslų perspektyvos bei atkreipia dėmesį į skirtingų menininko karjerų galimybes rinkos santykių aplinkoje, pažymėdama, jog svarbu „ką pats jaunasis menininkas laiko „sėkminga karjera“. Vieniems sėkminga karjera – gebėjimas pragyventi vien kuriant meną, kitiems pragyvenimo nepakanka ir reikia nacionalinio ar tarptautinio pripažinimo. Kiti menininkai laiko visai priimtina karjera dirbti meno terapijos srityje (Lietuvoje tai gana nauja ir ne itin išplėtotą) arba meno edukacijos srityje. Dar kiti menininkai visai sėkmingai, be vidinių disonansų suderina darbą kūrybinėje industrijoje – ar šiaip, industrijoje – ir menu užsiima kaip hobiaus veikla. Visos šitos karjeros gali būti labai sėkmingos savo siekinių rėmuose ir veiksniai, lemiantys jų sėkmę, akivaizdžiai bus gana skirtingi, priklausomai nuo pasirinktos krypties.

Keletas labai bendrų veiksmų, be abejo, galėtų būti išskiriami ir pritaikomi visiems išvardytiems atvejams:

Puikiai visiems žinomas dalykas šiuo metu yra socialinių tinklų ar, kitaip tariant, ryšių kūrimas. Jaunam kūrėjui platus socialiniai tinklai yra itin svarbūs.

34 Ernesto Parulskio atsakymas į autorės klausimą, 2012 03 29.

Na, o išvystyti gerus ryšius labai padeda buvimas grupėje. Meno istorija byloja, kad daugelis – nors toli gražu, ne visi – sėkmingų menininkų pradėjo savo karjerą būtent grupėse – tai ir *Fluxus*, ir britų menininkų pavyzdys. Grupė padeda stipriai išplėsti kontaktų zoną. Viešieji ryšiai, matomumas irgi yra be galo svarbu.

Bet vis dėlto svarbiausia yra pats kuriamas meninis produktas. Nuo šito faktoriaus niekur nepabėgsi!³⁵

Janina Krušinskaitė (LR kultūros ministerijos Profesionaliojo meno skyriaus vyr. specialistė) prisipažįsta, kad „jaunam menininkui svarbus balansas tarp buvimo talentingu ir socialinių įgūdžių. Didelis talentas gali atsverti šiokių tokių konfliktiškumą ir ne komunikabilumą, socialiniai įgūdžiai, charizma ir darbas gali atsverti galbūt ne tokią didelį prigimtinį talentą, nes didelis prigimtinis talentas yra nepaprastai retas dalykas. Čia Graysono Perry atvejis – menas plius performansas. Performansas visada yra svarbi menininko veiklos dalis. Mitologizuoti asmeninius vadybininkus yra juokinga, nes vadybininkas yra ne robotas, jis dirbs su tais žmonėmis, kurie jam patiks ir kuriuos jis manys esant talentingus ir malonius. Sėkmingos karjeros alfa ir omega yra pačiame menininke.

Man visada labai svarbus dalykas yra tas, kad menininkas investuotų į save ir savo kūrybiškumą. Būtų atviras pasauliui ir galimybėms, puoselėtų savo kūrybiškumą, nes meno „iš savęs“ labai daug nesukursi. Pirmą turi būti intelektualas, tik tada būsi menininkas.

Kita svarbi dalis, menininkas turėtų objektyviai įvertinti savo galimybes ir turėti drąsos pasakyti sau, kad galbūt, na, nebus koncertuojantis pianistas, tačiau gali būti velniškai geras vaikų pedagogas.

Manau, kad studijuojant reikėtų menininkus pratinti prie tos minties, kad jų darbas nebūtinai gali būti tik parodos, tačiau menininkas gali turėti ir labai daug kitų veiklos

sferų, kurios yra lygiai taip pat vienodai gerbtinos. Nes yra geriau būti gerbiamas pedagogas, filmų dailininkas ar meno terapeutas, negu kad prastas menininkas parodinės veiklos prasme.“³⁶

II. MENININKŲ ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Pasirenkant menininkus siekta apklausti tiek tik menine kūryba užsiimančius, pripažinimą vietos ir tarptautinėje rinkose pelniusius, tiek skirtingas kūrybines praktikas (meno kurinių sukūrimas ir kūrybinės paslaugos) derinančius kūrėjus.

Žilvinas Kempinas (g. 1969 m. Plungėje, gyvena ir dirba Niujorke, 1993 m. baigęs tapybos studijas Vilniaus dailės akademijoje, 1998 m. išvyko į Niujorką, kur tęsė tarpdisciplininio meno studijas Niujorko universiteto Hunter kolegijoje, 2009 m. bendradarbiaujant su „Vartų“ galerija atstovavo Lietuvą 53-iojoje Venecijos bienalėje): „Sėkmė yra labai reliatyvus dalykas. Daugybė parodų savaime nėra joks gėris, tai tik labai daug darbo ir dažniausiai – visai ne kūrybinio.

Aš pats niekada nesu turėjęs jokio vadybininko, net nežinau, kas tai yra. Viską dariau ir darau aš pats. Galerijos mano karjeros nevairuoja, galbūt tik taip atrodo iš šalies. Niekas man nesako, ką daryti ir ko nedaryti, jokių patarimų neduoda. O jei duoda man paklausus, pats pagalvoji ir vis tiek padarai taip, kaip tau atrodo geriau.

Na, o kalbant nuo pradžių, tai pirmiausia turi būti nuosekli ir vientisa darbo kryptis, Pas-kui turi būti matomi to darbo rezultatai, t.y. konkretūs darbai, tie, kuriuos galima pristatyti kaip esminius tam menininkui. Visa kita yra atsitiktinumai. Gerus atsitiktinumus reikia išnaudoti ir nepalūžti nuo blogų atsitiktinumų. Sėkmė ateina daug anksčiau negu pripažinimas. Pripažinimui sulaukti reikia labai daug kan-

35 Eglės Rindzevičiūtės atsakymas į autorės klausimą, 2013 02 07.

36 Janinos Krušinskaitės atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 30.

trybės. O darbas neturi sustoti niekada. Nepriklausomai, ar tave mato, žino ar ne.

Aš pats asmeniškai niekada nesinaudojau jokiais asmeniniais ryšiais ar kontaktais ir net dabar nesistengiu tų ryšių palaikyti. Darai savo, jei kiti mato, kad rimtai daug ir turi gerą rezultatą, jie patys prie tos sėkmės nori prisidėti, tai natūralu.

O kai prasideda parodos ir projektai, žinoma, reikia elgtis civilizuotai, darbus atlikti maksimaliai gerai, atsakingai ir laiku, susivaldyti nuo pykčio ar nepasitenkinimo, jei kas ne taip, bet vis tiek visada būtina išsireikalauti tai, ko reikia tavo darbams.

Svarbiausia – sugebėjimas susiskirstyti prioritetus, t. y. visada sugebėti susigaudyti, kas yra tau dabar svarbiausia, o kas šalutinis dalykas. <...> Bet ką tu berašytum ar ką kas besakytų, svarbiausia juk ne vadybininkai ar parodų skaičius, ar kažkokie „karjeros laipteliai“, ar instrukcijos „kaip nepasiklysti“. Svarbiausias dalykas yra pats meno kūrinys, kuris galėtų kitą žmogų jaudinti, veikti jo jausmus ir intelektą. Jei jo nėra, nieko gera ir neįvyks, niekas nepadės.“³⁷

Vladas Urbanavičius (g. 1951 m. Kvitoko gyv., Taišeto r., Irkutsko sr., Rusijoje, 1959 m. su tėvais grįžęs iš tremties apsigyveno Pašiaušės k., Šiaulių r., 1977 m. baigė skulptūros studijas LSSR valstybiniame dailės institute, gyvena ir dirba Vilniuje, didžiausias diskusijas apie šiuolaikinį meną Lietuvoje sukėlusio kūrinio *Krantinės arkos* autorius): „Pabandysiu surasti nors tris tavo įvardytus VEIKSNIUS/VEIKSMUS, kurie padeda įgyvendinti bei pristatyti publikai atliktus darbus. Jokių specialių kūrybinės sėkmės planų nekuriu. Jeigu per numatytą laiką kieme išrikiuoju keliolika iš medžiagos padarytų darbų, tai reiškia, kad PIRMĄ VEIKSMĄ, gal net svarbiausią, esu atlikęs. Tie darbai leidžia pasinaudoti netikėta galimybe, kaip įvyko 2004 m. gegužę, kai kieme sunertą lauko akmenų vėrinį pateikiau Utenoje vykusiam skulptūros konkursui ir laimėjau vietą savo pirmai didelei skulptūrai miesto erdvėje. Kai kada labai

kūrybiškai nuteikia ir patys banaliausi pasiūlymai. Pamenu, kai man talkinęs bičiulis prasarė, kad vienos Vilniaus gimnazijos direktorius turi du didžiulius ąžuolų kamienus ir ieško, kas galėtų iš jų padaryti skulptūrą. Gimnazijos kiemas, kuriame turėjo atsistoti skulptūra, sudomino – pasisiūliau ką nors sugalvoti. Sumaniau ąžuolų kamienus tik nužievinti ir sujungti. Toks sprendimas užsakovo nenudžiugino, bet aš savo sumanymu buvau patenkintas ir vyliausi jį realizuoti kitoje vietoje. Jaučiu, kad čia pačiupau ANTRAJĮ VEIKSMĄ – 2005 m. gimnazijos kiemo projektą, pavadintą „Sąrama“, pasiūliau ruošiamai pirmai Lietuvos šiuolaikinio meno kvadrienalei Vilniuje. Kadangi dalis parodos vyko miesto viešosiose erdvėse, „Sąramą“ buvo nutarta eksponuoti aikštėje priešais geležinkelio stotį. Skulptūros pastatymui gavau parodos organizatorių paramą. Pasibaigus parodai nutiko netikėtų dalykų, kuriuos galėčiau įvardyti kaip TREČIĄJĮ VEIKSMĄ. „Skulptūrų zonos“ mecenatas Vaidotas Skrickas pasiūlė „Sąramą“ perkelti į Kauną. Laimei, skulptūra numatyta erdvei netiko – buvo per maža. Teko sugalvoti didesnę projektą – „Kabančius akmenis“. „Sąramą“ priglaudė Vasaknų dvaro šeimininkas verslininkas Alfonsas Kėvišas. Kūrybą įtakojančių VEIKSNIŲ/VEIKSMŲ mano chaotiškoje veikloje galėčiau surasti ir daugiau, tačiau tavo numatytas minimumas leidžia šias paieškas baigti.“³⁸

Juozas Laivys (g. 1976 m. Narveliškų k., Plungės r., 2003 m. baigęs skulptūros studijas Vilniaus dailės akademijoje tęsė pomagistrines studijas *Ecole National des Beaux-Arts* Lione, 2010 m. su šeima grįžo gyventi į gimtąją tėvų sodybą, gretina kūrybinę (tęstinį mobilių skulptūrų projektą) ir ūkinę (sodininkystė, daržininkystė, naminių paukščių ir gyvulių auginimas) veiklas): „Po pakankamai intensyvaus dešimties metų kūrybinio darbo kaip jaunas menininkas, pagaliau pajutęs saulę medžiuose, turiu prisipažinti, kad taip ir neturėjau pakankamai laiko pasirūpinti savo, kaip menininko, karjera. Neišmokau laisvai kalbėti angliškai, neperskaičiau chrestomatiškai būtinų meno istorijos puslapių ir nesusidraugavau nė su vienu komerciškai sėkmingu me-

37 Žilvino Kempino atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 03.

38 Vlodo Urbanavičiaus atsakymas į autorės klausimą, 2013 02 03.

nininku. Perspektyvūs vadybininkai, globalūs meno kritikai ar sąmoningai susiorientavę kolekcininkai mano kūrybinės trajektorijos tinkluose taip ir neįsipainiojo.

Kokie galėtų būti tie penki veiksniai, kaip nusistovėjusios mąstymo normos, kurių stengiausi laikytis ant posūkių palyginus trumpo kūrybinio kelio vingiuose:

1. Atsitiktinumas ir vaizduotė (pasitikėjimas intuicija);
2. Smalsumas;
3. Atkaklumas (nebijojimas suklysti ar pasielgti kitaip);
4. Nuosekli praktika (galbūt ir beprasmiš tikėjimas tobulėjimu);
5. Bendradarbiavimas (gebėjimas dirbti su kitais, kompromisų ieškojimas);
6. Visų penkių veiksnių nebuvimo pripažinimas (pagal konkrečią situaciją).

Vietoj pabaigos: Jau visą mėnesį dirbu kaip Juozo Laivio kūrybinio fondo tvarkytojas. Faktiškai pirmą kartą visi kažkada ir kas kur parodose dalyvavę darbeliai suvažiavo į vieną vietą. Šiuo metu neplanuoju jokios parodos, pagaliau draugiškai išsiskyriau su „Tulpėm ir rožėm“ [„Tulips&Roses“ – E. L.] <...>. Turiu pastebėti, kad kūrybiniam keliui dabartinė situacija neturi jokios įtakos, o įsipareigojimų karjerai nebuvimas leidžia ramiai ir užtikrintai plūduriuoti kad ir 42 km nuo Baltijos, <...> kur visą laiką galima paskirti nieko neveikimui.³⁹

Dr. Sigita Maslauskaitė (g. 1970 m. Vilniuje, 1996 m. baigė tapybos studijas Vilniaus dailės akademijoje, 1997–2000 m. studijavo bažnytinį meną Popiežiaus Grigaliaus universitete Romoje, gyvena ir dirba Vilniuje, tapytoja, Bažnytinio paveldo muziejaus direktorė, VU Religijos studijų ir tyrimų centro, VDA dėstytoja):

- „1. Turiu senovinį įsitikinimą, kad profesionalas yra tik tas ir tik tada, kai konkrečia savo veikla-dar-

bu užsiima nuo mažens, yra baigęs atitinkamus mokslus ir t.t. Taigi jaučiuosi esanti tapytoja profesionalė. Man šis amatas visada patiko, ši veikla neblogai sekasi, žinau, kaip pasiruošti, kaip pri-eiti prie drobės, nuo ko pradėti...;

2. Menotyros studijas pradėjau baigusi VDA ir išvykusi studijuoti į Romą (1997), nes nors ir patiko VDA mokytis tapybos, ją baigusi jaučiau „intelektinį alkį“, norėjau išmokti kalbų, pamatyti pasaulio. Taigi ši veikla man vis dar yra pagarbą keliantis mokslas, kuriame matau savąsias „spragas“, „baltąsias dėmes“. Jas užpildyti labai padeda įvairūs projektai, konferencijos, stažuotės, į kurias nutrūktgalviškai veržiuosi ir draugių bei kolegijų menotyrininkų ir bičiulių istorikų geranoriškumas. O tuo tarpu profesionalų tapytojų ceche kiekvienas sau yra karys ir ypatingo tarpusavio švietimo ar dalijimosi mano kartoje nevyksta;
3. Administracinė veikla Bažnytinio paveldo muziejuje užsiimu tik ketvirtį metų ir ji neblogai sekasi, manyčiau, dėl šių veiksnių: a) dirbame kaip „darbo grupė“, kaip bendraminčiai, kaip bendrą tikslą turintys kūrėjai; b) neišblėsęs entuziazmas, noras sukurti įdomų ir patraukų muziejų, idealistinis troškimas „statyti Lietuvą“; c) muziejaus mecenatų ir steigėjų supratingumas: visi pinigai, kuriuos uždirbame ir finansavimas, kurį gauname, skiriamas muziejaus ekspozicijos ir veiklos gerinimui. Vadinasi, ne mano asmeniniai „nuopelnai“, bet laimė dirbti mažame privačiame Bažnyčios muziejuje leidžia sužibėti ir „administracinei veiklai.“⁴⁰

Dr. Kęstutis Šapoka (g. 1974 m. Vilniuje, 2002 m. baigė tapybos studijas VDA, 2002–2008 m. doktorantūros studijos VDA Dailės istorijos ir teorijos katedroje, gyvena ir dirba Vilniuje, tapytojas, meno kritikas *Kultūros barų* dailės skyriaus redaktorius, nepriklausomas kuratorius): „Kalbant

39 Juozo Laivio atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 29.

40 Sigitos Maslauskaitės atsakymas į autorės klausimą, 2013 04 03.

apie mūsų vietinį Vilniaus kontekstą, tie veiksmai galėtų būti tokie:

1. Priklausymas kuriai nors grupei, pageidautina institucinei (populiariausias variantas – asmeninė draugystė ar intymūs ryšiai su daugiau ar mažiau įtakingais kuratoriais, direktoriais, dailėtyros atstovėmis), priklausant grupei dažnai net nereikia meninių gabumų;
2. Menininkų bendraminčių grupės susiformavimas (bendraminčių kurios nors estetiškos, ideologinės pozicijos, o ne tik šiaip draugystės pagrindu);
3. Gabumai ir argumentuota pozicija (jei ne teorinė, tai bent estetinė) – kad ir koks būtų atskaitomas ar marginalas, gabumai, pozicija ir nuoseklus darbas kada nors prasimuša į paviršių ne vienoje, tai kitoje institucinėje sistemoje, tas pats tinka, kai sutampa menininko + kuratoriaus idėjos;
4. Būti atstovaujama savo veidą ir poziciją turinčios galerijos. Nors pastaruosius porą metų mane labiau domina įvairios nebendradarbiavimo, nedalyvavimo, pasitraukimo iš diskurso, antikarjerizmo taktikos nei vadybinės karjeros darymo peripetijos.⁴¹

III. KURATORIŲ ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Šis klausimas aptariamas pasitelkus Tarptautinių kultūros programų centro, ES programos „Kultūra“ Lietuvoje vadovės VŠĮ „Kultūros projektai“ steigėjos, kuratorės Eglės Deltuvaitės ir Nacionalinės dailės galerijos vedėjos, kuratorės, meno kritikės dr. Lolitos Jablonskienės požiūrius.

Dr. Lolita Jablonskienė (meno kritikė, kuratorė, Lietuvos dailės muziejaus, Nacionalinės dailės galerijos vedėja, VDA Dailės istorijos ir teorijos katedros dėstytoja,

Tarptautinės dailės kritikų asociacijos (AICA) Lietuvos sekcijos narė) aptardama sėkmingo menininko ir kuratoriaus bendradarbiavimo prielaidas atkreipia dėmesį į tai, kad:

„1. Pats svarbiausias dalykas – nuolat atsinaujinantis, augantis, plėtojamas originalių menininko kūrinių kiekis. *Komentaras:* kuratorius visuomet domisi pirmiausia menininko kūriniais, o ne (tik) pačiu menininku. Nuvilia, kai menininkas turi 1–2–3 kūrinius, o apie kitus tik svajoja. Mano patirtis liudija, kad menininkas daugiau bendrų pasaulėžiūrinių sankirtų (dominančių klausimų/temų ginčui) randa bendraudamas su savo kartos kuratoriumi. Nors tikrai rekomenduočiau drąsiai ir ramiai kviesti į studiją (ar kitą tinkamą erdvę) bet kurį kuratorių pokalbiui, svarbu, kad tai tikrai būtų abi puses įtraukiantis pokalbis, o ne prašymas „parodykite kur nors mano kūrinius“.

2. Kuratoriaus darbo specifikos suvokimas.

Komentaras: kuratorius – ne kūrinių „judinimu“ (rodymu, vežiojimu, pardavimu) užsiimantis agentas, o intelektualas, kaip ir pats menininkas. Tad menininkas ir kuratorius iš tiesų turi kalbėtis, o ne vykdyti paslaugų mainus.

3. Kūrybos sklaidos nuoseklumas.

Komentaras: šiandieną kuratoriai dirba ir visokiausiose institucijose, ir įvairiai savarankiškai. Kad jie pamatytų menininko kūrinius, šie nuosekliai turi būti rodomi: mažesniuose ar didesniuose, individualiuose ar grupiniuose projektuose – galerijose, *non-for-profituose* (netradicinėse erdvėse) ir kt. Aktyvi paties menininko veikla, intensyvinant savo meno sklaidą, – neišvengiamai būtina. Galimybę gyvai pamatyti kūrinių kaip kuratorė vertinu labiau nei bet kokių jo virtualų dokumentavimą. Tiesa ta pati kaip loterijoje – jei nori laimėti, pirmiausia turi pirkti loterijos bilietus ir ne vieną.

41 Kęstučio Šapokos atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 29.

4. Dalyvavimas konceptualiai artimo konteksto renginiuose, tokio konteksto kūrimas. Svarbu dalyvauti (ateiti, būti, kalbėtis) ir kitų organizuojamuose pačiam menininkui įdomiuose renginiuose (peržiūrose, parodų atidarymuose, diskusijose ir kt.). Šiandien vieno meninio konteksto nėra, jų yra daug ir įvairių; kai kurie jų neišvengiamai susiliečia (kažkaip susilieja), o kiti ne. Manau, į tai reikia žvelgti ne tragiškai, o išmintingai – aiškiai ir kritiškai suvokiant savo siekius.
5. INFORMACIJA. Rašau didžiosiomis raidėmis, nes be laiku pateiktos ir kokybiškos informacijos kiti punktai netenka prasmės. Beje, turiu omenyje (ne tik) kvietimus, elektroninius laiškus ir kt., bet ir paprasčiausią žodinę informaciją, pasakomą sutikus gatvėje, paskambinus ir kt. Užsiėmusio žmogaus dėmesį tai neabejotinai atkreipia labiau.⁴²

Eglė Deltuvaitė (kuratorė, Tarptautinių kultūros programų centro, ES programos „Kultūra“ Lietuvoje vadovė, VšĮ „Kultūros projektai“ įkūrėja/savininkė) patikslina abipusiai suinteresuoto kuratoriaus ir menininko bendradarbiavimo apibrėžtį: „supaprastinant situaciją, svarbiausi/pagrindiniai trys veiksniai būtų: tikslo, talento/gebėjimų ir norų sutapimas. Ką turiu mintyje? Ar kalbėtumėm apie dvinarę (menininkas–tarpininkas – (turiu mintyje kuratoriaus, organizatoriaus, pardavėjo, viešųjų ryšių specialisto funkcijas, atsižvelgiant į konkrečią situaciją) ar trinarę (menininkas–tarpininkas–organizacija/kuratorius) schemą, sėkmingas bendradarbiavimas yra įmanomas atitikus tris pagrindines sąlygas:

1. Tikslo. Visi proceso dalyviai, ypač menininkas ir tarpininkas, turi su(si)tarti dėl bendro tikslo. Tikslo – „parduoti“ menininko darbus – tarsi būtų aiškus, bet ar menininkas ir tarpininkas taip pat įsivaizduoja ir supranta, kokiomis

priemonėmis to bus siekiama? Vienam užtenka parodos vietinėje galerijoje, o kitam – Pompidou centras yra tik tarpinė stotelė. Vieniems svarbiau finansinė išraiška, kiti pasiryžę palaukti, kad vėliau galbūt turėtų daugiau. Tad tikslas ir su juo susijusios ambicijos bei priemonės (ar tikslas pateisina priemones?) privalo kuo labiau sutapti, jei norim sėkmingo rezultato.

2. Talentas ir gebėjimai. Tiek menininko talentas, tiek tarpininko gebėjimai taip pat turėtų atitikti keliamą tikslą. Žinoma, būna atvejų, kai profesionalus tarpininkas sukuria talentą ten, kur jo beveik nėra, arba talentingas menininkas gerokai palengvina darbą tarpininkui, bet, mano nuomone, sėkmingiausi rezultatai būna tuomet, kai talentingas menininkas dirba su talentingu tarpininku arba jie atitinka vienas kito poreikius ir galimybes.
3. Noras. Tai lengviausiai įvardijama sąlyga, bet ne tokia paprasta realybėje. Visos pusės, turinčios tikslą ir talentą/gebėjimus jam pasiekti, turi NORĖTI tai daryti. Labai paprasta.⁴³

IV. GALERININKŲ ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Laura Rutkutė („Vartų“ galerijos partnerė) pripažįsta, jog „svarbiausia, kad menininkas uoliai dirbtų, t. y. kurtų, ir būtų aktyvus – dalyvautų konkursuose, projektuose, parodose. Įdomus menininkas tikrai bus pastebėtas. O jei jau būvai pastebėtas, rodyk iniciatyvą ir nepradėk elgtis taip, tarsi būtum beišauštanti žvaigždė... Stenkis išlaikyti užsimezgsų ryšį su galerija, labai svarbu neleisti apie save pamiršti: dalytis naujomis idėjomis, nuolat rodyti naujai sukurtus darbus. Net jeigu nesulaukei jokių atgarsių – vieną, kitą, trečią kartą, nenuleisk rankų ir dalykis toliau. Kalbu ne apie kelis mėnesius, tiesiog nuolat, metai iš metų. Taip pat svarbu pasi-

42 Lolitos Jablonskienės atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 14.

43 Eglės Deltuvaitės atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 28.

dalyti visomis naujienomis (pakvietimais, informacija apie dalyvautuose projektuose, parodose, straipsniais, laimėtiais konkursais, prizais ir pan.). Galerija mėgsta būti ta pirmoji, kuri sužino apie savo ar galimai savo menininkų pasiekimus. Juk naujienos apie menininkus yra vienas iš jos darbo įrankių. Galerijos dar labai mėgsta darbų atlikimo, taip pat ir jų pateikimo kokybę bei išbaigtumą.⁴⁴

Birutė Patašienė (galerijos „Lietuvos aidas“ direktorė) paprašyta įvardyti veiksnius, lemiančius galerijos menininkų pasirinkimą, išskiria „menininko darbų kokybę, kūrybos intensyvumą, menininko ir galerijos vertybinių nuostatų sutapimą“⁴⁵.

Jurgita Juospaitytė-Bitinienė (mobilios galerijos „Gaidys“ įkūrėja ir vadovė) pastebi, kad „kūrybinio kelio pradžioje menininkai dažnai imasi savivadybos. Galerijos atsiradimas palengvina jaunojo dailininko startą meno pasaulyje, todėl galerijos ir menininko santykis tampa vis svarbesnis. Tai kažkuo primena menininkų grupinio susibūrimo momentą, bet yra daugiau nei tik ideologinis [pasauležiūrinų vertybių bendrumu paremtas – E. L.] junginys. Sėkmingą galerininko ir menininko bendradarbiavimą lemia labai paprasti dalykai:

Bendro tikslo turėjimas. Bendradarbiavimo pradžioje dailininkas ir galerininkas turi aiškiai įvardyti, ko tikisi iš „naujų santykių“. Tik aiškiai apibrėžus tikslus, jų įgyvendinimo būdus, sąlygas ir terminus, pavyksta išvengti nereikalingų konfliktų ir sulaukti gerų rezultatų.

Kiekvienas daro tai – ką geriausiai išmano. Galerijos ir menininko santykiams didelę įtaką daro pasitikėjimo kito kompetencija aspektas. Kai menininkai pajunta galerininkų intervenciją į kūrybinius procesus, ar galerininkai turi taisyti blogos savivadybos padarinius, susidaro terpė nesutarimams. Todėl labai svarbu, kad šiame procese visi dirbtų savo darbus.

Aistra. Šis veiksnys, ko gero, aktualesnis žvelgiant iš galerijos perspektyvos. Nuoširdus žavėjimasis kuruojamo

menininko kūryba taip pat gali palengvinti darbą. Tikėdamas savo menininko potencialu galerininkas tuo „užkrečia“ ir kitus – lengviau įtikina klientus bei partnerius.“⁴⁶

V. MENO KRITIKŲ ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Monika Krištopaitytė (savaitraščio 7 meno dienos redaktorė): „Kodėl meno kritikas atkreipia dėmesį į menininko kūrybą? Kokiam etape atkreipia? Ar eiti į parodą? Sa-kykim, aš gaunu didelį srautą pakvietimų, informacinių pranešimų ir man reikia atsirinkti – aš reaguju į informacijos pateikimo formą: man daro įspūdį aiški komunikacija (trumpai, tiksliai, gerbiant savo gavėją) ir informacijoje apie įvykį, ir meno kūrinį. Nepakenčiu, kai vadyba ir pagyrimai dominuoja. Tiksliai frazė, iškalbingas vaizdas ar švari idėja – „kabinai“.

Reaguju į kūrinius, kurie paiso manęs, t. y. bendrauja su mano protu (tai gali būti ir neigimas), akimis, patirtimis, aktualijomis. Svarbi „reikšminga forma“ <http://denisdutton.com/bell.htm>, kad ir kas tai būtų. Einu pažiūrėti vėl to, kas patiko vieną kartą. Reaguju į man įdomių žmonių rekomendacijas. Spendžiant ar eiti, ar ne, suveikia ir žymumo faktorius, bet tik ne tada, kai lygioj vietoj aiškina, kad žymus (pvz., Ray Bartkus), tada galima ir įsiusti. Rašau tik apie tai, kas manyje išjudina mintis.“⁴⁷

Jolanta Marcišauskaitė-Jurašienė (meno kritikė, kuratorė, MMC bendradarbė): „Pirmas momentas galėtų būti tas, kad eidama į parodą visuo- met tikiuosi kažkokių patirčių, kažko, kas sukeltų minčių ir įkvėptų parašyti. Jei tai, ką pamatau, įkvepia, tai ir tą menininką įsidėmiu. Antras momentas, kad kartais pastebėti kažką priverčia redakcijos, kurios paprašo apie kažką parašyti. O norėdamas parašyti, privalai pasigilinti ir, žiūrėk, atrandi kažką. Kitas dalykas, kad (kaip pas mus gana dažna) kritikai užsiima ir kuratori-

44 Lauros Rutkutės atsakymas į autorės klausimą, 2013 04 04.

45 Birutės Patašienės atsakymas į autorės klausimą, 2013 04 03.

46 Jurgitos Juospaitytės-Bitinienės atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 26.

47 Monikos Krištopaitytės atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 29.

ne veikla. Kadangi ir aš šioje sferoje mėgstu kažką nuveikti, tai į menininkus žiūriu dar ir dėl to, kad ieškau įdomių kūrinių savo sumanymams įgyvendinti ar savo rekomendacijomis prisidėti prie kitų sumanymų. Mintyse susidarinėju mėgstamųjų sąrašus.

Atkreipti dėmesį priverčia ir kitų meno kritikų, kuratorių pasakojimai, rekomendacijos, žinutės spaudoje apie kokius nors laimėjimus, parodas svarbiose vietose...

Dar – įdomūs, protingi, giliamintiški menininkų pasisakymai interviu ar kitur.

Na, ir manau, kad kaip ir visais laikais egzistuoja žmogiškasis faktorius – pirma žmogus, o tik paskui menininkas. Susipažįsti ir tik tada pamatai, ką kuria, ir kadangi tas bendravimas pirmiausia grįstas draugyste, esi atidesnis ir tai jo kūrybai, gali giliau į ją įsižiūrėti, nes abi puses sieja pasitikėjimo ryšiai. O jei tų pasitikėjimo ryšių arba bent šiekios tokios simpatijos nėra, tai ir ta kūryba lieka lyg už stiklo – matai, bet negali pačiuo pinėti. Aišku, per dideles draugystes paskui pasitaiko ir manipuliacijų, kai draugystės tampa vienuote kultūros politika.

Iš to išplaukia dar vienas veiksnys – kompanija, kuriai menininkas priklauso, su kokiais žmonėmis rodo susibūrimų vietose, labinasi parodų atidarymuose, yra pakviečiamas į privačius vakarėlius ar ne. Čia man asmeniškai gal ir ne tiek svarbu bei įdomu, nes nesu į tai taip jau labai pasinėrusi, bet žinau, kad šis faktorius svarbus daugeliui aplinkui, dėl to ir stengiamasi susidraugauti su „svarbiais“⁴⁸

Aistė Paulina Virbickaitė (nepriklausoma meno kritikė): „menininkai iš tiesų galėtų patys labiau pasistengti. Juk net Marina Abramovič naujausiame filme dūsauja, jog visokia korespondencija ir darbinių reikalų tvarkymas suryja didžiąją dalį menininko laiko.

Kaip atkreipti dėmesį į menininko kūrybą, pamėginsiu surašyti svarbumo (dažnumo) tvarka:

1. Atkreipti dėmesį į kažkuo išsiskiriantį kūrinių, pamačiusi jį parodinėse erdvėse, svečiuose, spaudoje ar net *feisbuke*. Išskirtinumo kriterijų gali būti įvairių, bet klausimas, kaip suprantu, ne apie juos.
2. Perskaitau ar susipažinusi išgirstu įdomias autoriaus mintis, susidomiu asmenybe ir pasistengiu pamatyti kūrybą.
3. Gaunu asmenišką, mandagų ir įdomų kvietimą susipažinti su kūriniiais (dažniausiai tai – argumentuotas kvietimas į parodą. Šiaip kvietimų gaunu nemažai, tačiau ar randu tam laiko, priklauso nuo kvietimo).
4. Rekomenduoja atkreipti dėmesį kolegoms ar draugai.
Tradiciniai pranešimai spaudai, kvietimai į parodą *feisbuke*, tenka pripažinti, nelabai veikia – gaunu jų per daug, kad atidžiai skaityčiau.“⁴⁹

VI. KOLEKCIŅINKŲ IR VIENO JŲ KONSULTANTĖS ATSAKYMAI Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Visuomenėje pasireiškiantis kolekcionavimo pomėgis – vienas pirmųjų objektyvių meno rinkos požymių. Rūpėjo sužinoti, kas skatina verslininkus kolekcionuoti meno kūrinius, kokios aplinkybės lemia jų įsigijimą?

Boris Symulevič (verslininkas, šiuolaikinio meno dienraščio *Artnews.lt* rėmėjas): „Kolekcionavimas man yra emocinis ir protinis savęs lavinimas, pašonės praplėtimas ir galų gale – savęs pažinimas. O šiuo atveju konsultantai ar patarėjai ne daug tepadėtų. Be abejo, diskusijos su žinovais ir profesionalais mane labai domina ir nepraleidžiu progos apsiukeisti mintimis, tačiau kas pateks į mano kolekciją – sprendžiu pats. Priimant meno kūrinių į kolekciją man yra labai svarbu pažinti menininką, pabendrauti su juo, padiskutuoti. Siekiu sužinoti jo kūrybos prasmę, ateities viziją ir pla-

48 Jolantos Marcišauskaitės-Jurašienės atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 15.

49 Aistės Paulinos Virbickaitės atsakymas į autorės klausimą, 2013 02 25.

nus. Nusistovėjusių atrankos kriterijų neturiu, daug keliauju, daug matau, daug skaitau – tai įtakoja mano skonį/intuiciją ir pagal tai bandau spręsti, ar tas menas mane domina ar ne. <...> Didžiąją mano kolekcijos dalį sudaro jaunų menininkų, kuriančių aktualųjį meną, darbai. Manau, kad kolekcionuoti reikia savo kartos meną, nes su tokiu menu galima geriausiai identifikuotis. <...> Įsigydamas naują darbą savo kolekcijai įvertinu ne tik jo meninę vertę, bet ir galimą investicinę grąžą, nors laikui bėgant ji pasitraukia į antrą planą.

<...> Pripažinkime, bet kokia investicija į meno kūrinį yra be galo rizikinga, bet kur didžiausia rizika, ten ir didžiausia grąža. Savo menininkus mėgstu vadinti „*Emerging Artists*“ (pastaba: nuo sąvokos „*Emerging Markets*“ – kylančios rinkos, taip apibūdinamos trečiųjų šalių (Brazilijos, Kinijos) vertybinių popierių rinkos, kurios nėra išsivysčiusios, turi didelę riziką, bet ir didelę grąžą) – daugelis jų jauni ir mažai žinomi, bet turintys didelį potencialą, manau, tinkamai juos brandinant ir prižiūrint, vienas kitas kaip reikiant „iššaus“ ateityje.“⁵⁰

Vaidas Skrickas (bendros Lietuvos ir Vokietijos įmonės „Baltic Sign“ vadovas, vienas iš projekto „Skulptūrų zona“ iniciatorių): „kad būtų įdomu valstybei, miestui, menininkams, na ir aišku, man pačiam. <...> Jokių perspektyvų kaip verslininkas sau nematau. Man patinka tai daryti, nežiūriu aš į tai kaip į objektą, kuris turi ilgalaikę ar likutinę vertę, kuris man tai padarius atneš šlovę ir pinigų. Įdomu bendrauti su kuriančiu žmogumi, menininku, tai suteikia daug papildomų impulsų. Tai, ką aš darau, yra ne filantropija, labiau tai būtų galima sieti su organizacijos kultūra. Mano darbuotojai žiūrėdami į kaskart atsirandančius naujus darbus jau nebesako: „Ir aš tai galiu padaryti“. Daug darbo reikalauja vietos skulptūrai pastatyti paruošimas, statybos sąlygų derinimas. Puikiai suprantu, norint, kad „Skulptūros zona“ neištirtų, tai turi būti dideli, technologiškai provokaciniai, brangūs darbai. Norėdamas įgyvendinti tokius projektus, viską turiu sutvarkyti nuo pradžios iki pabaigos.“⁵¹

50 „Investicija į save. Simona Makselienė kalbina Boris Symulevič“, in: Verslo žinios, 2008 02 15.

51 Elona Lubytė, „Pastabos apie kultūros ir verslo bendradarbia-

Romanas Raulynaitis („MG Baltic“ advokatas) pripažįsta: „mano pastebėjimai neteisingi, kadangi aš beveik visus darbus pirkau iš autorių, o ne iš prekeivių ar tarpininkų:

Autoriaus asmenybė – kažkoks vidinis pasiutimas, nes jeigu jo nėra, tai jis toks pats eilinis žmogus, žiopyls kaip aš...

Autoriaus siekis, didžiulis noras kurti toliau – jis parduoda savo kūrinį tam, kad sukurtų geresnį. Jis tiki savo idėja, kad padarys kažką tokio, neeilinio, didelio, kažkaip užkrečia mane, ir aš patenku į tokią situaciją, kad tarsi jam padedu realizuoti jo svajonę – kas yra turbūt iliuzija. Ryškiausi mano pirmo ir antro punkto pavyzdžiai yra NAVAKAS, URBANAVIČIUS, JAROŠEVAITĖ – jie atsisveikina su darbais, kad kurtų savo *grandiozus*... Bet ne mažiau imponuoja ir ramesni VILDŽIŪNAS, KARALIUS – ne taip emociškai, bet nemažiau užtikrintai daro, dirba, planuoja – pilni tokios kažkokios sprogstamosios energijos, kurios tu bandai pasisemt, pasikraut, kaip koks senas akumulatorius.

Man labai svarbu, kad autorius nenori atsisveikinti su savo kūdikiu, neparduoda kaip agurko, nesibrangina, nesimaivo.“⁵²

Rolandas Valiūnas (LAWIN advokatų kontoros vadovas): „Mano sprendimą lemia keli veiksniai:

- Ar autorius patenka į lituanistiką, kadangi mano kolekcija apsiriboja tik ja. Be abejo, kai kada ribos yra lanksčios, pvz.: nors dėl Isaako Levitano (1860–1900) priskyrimo lituanistikai galima pagrįstai abejoti, bet šiuo atveju priėmiau subjektyvų sprendimą;
- Ar konkretus kūrinys priklauso dailininko/Lietuvos dailės „aukso fondui“. Kuo toliau, tuo rečiau įsigyju kūrinių, kurie yra tik vidutiniai dailininko ar Lietuvos dailės kontekste;
- Kai kurių dalininkų įsigyjamų gerų darbų skaičius neribojamas (pvz., Samuolis, Eidukevičius, prieškarinis ir karo metų Vizgirda, karo metų

vimą“, in: *Naujasis židinys-Aidai*, 2007, Nr. 5–6.

52 Romano Raulynaičio atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 16.

Kasiulis etc.), kitų ribojamas (pvz., kad įsigyčiau naujus pokario Kasiulio, Daniliausko, Skačkausko kūrinius, jie turėtų būti absoliučiai pribloškiantys, nes manau, kad turiu pakankamai gerų ir užtektinai šių dailininkų kūrinių.

- Kalbant apie šiuo metu kuriančių dailininkų darbus, man labai svarbi menotyryninkų nuomonė ir patarimai.⁵³

Viktoras Butkus (verslininkas, MMC steigėjas): „Važinėjant po kitas šalis teko matyti daug parodų ir muziejų. Menas nesvetimas mūsų namuose buvo ir anksčiau. <...> Pardavus verslą atsirado daugiau laiko ir finansinių galimybių platesnei saviraiškai ir domėjimuisi. Projekto idėja gimė diskutuojant su Danguole [Butkiene] ir su draugais menininkais Grybų kaimo pleneruose. Idėja pasidalijome su Raminta Jurėnaite ir paprašėme sudaryti Lietuvos modernizmo (nuo 1960 m., kas sutampa su mūsų gyvenamu laikotarpiu) svarbių autorių sąrašą. To laikotarpio modernizmo kanonas yra ganėtinai nusistovėjęs, todėl beveik nebuvo abejonių dėl autorių pasirinkimo, gal daugiau dėl konkrečių darbų. Pirminis sąrašas vėliau buvo gerokai papildytas ir dabar apima didžiąją dalį daugiau ar mažiau viešame diskurse pastebėtų ir įvertintų autorių. Šiuolaikinio meno kūriniams, kuriems kanonas dar nepakankamai nusistovėjęs, stengiamės surinkti kuo daugiau nuomonių (kurios dažnai nevienareikšmės), todėl čia labiau pasikliaujame savo nuojauta. Be kitų, vienas iš mums svarbių kriterijų yra meno kūrinio vizualumas. Į kolekciją žiūrime ne į kaip asmeninio pomėgio objektą, greičiau kaip į Lietuvos kultūrai svarbių meno kūrinių fondą, kuris įvairiomis edukatyviomis formomis yra ir ateityje bus pristatomas visuomenei. Fondas nėra baigtinis, šiuo metu jame yra beveik 200 autorių, per 3000 kūrinių. Kolekcija nuolat papildoma naujais autoriais ir darbais.“⁵⁴

Prof. dr. Raminta Jurėnaitė (meno kritikė, kuratorė, VDA Dailės istorijos ir teorijos katedros dėstytoja,

Viktoro Butkaus ir Danguolės Butkienės konsultantė, MMC kolekcijos kuratorė): „Visos trys šalys (kolekcininkas, kuratorius/konsultantas, menininkas) turi suvokti, ką daro. Svarbiausia, kad kolekcininkas žinotų, ko siekia: tik malonumo sau, palikti meno vertybes ateinančioms kartoms ar pasidalyti jomis su visuomene jau šiandieną. Idealu, kai visi trys tikslai sutampa. Kuratorius/konsultantas turi būti geras meno žinovas, bet kartu ir geras tarpininkas tarp meno, menininko ir kolekcininko. Didesnei kolekcijai reikia ir daugiau žinių, vizijos, strateginio mąstymo, kaip ir kontaktų bei autoriteto. Tačiau vis dėlto ne mažiau svarbu suvokti, kad kolekcininkai menui skiria savo asmeninius, pačių uždirbtus ar paveldėtus pinigus ir jau vien tai verta didelės pagarbos. Svarbu ir tai, kad kolekcininkų bei kuratoriaus vertybinės nuostatos sutaptų ir dirbti kartu būtų įdomu bei gera, nes tai kontaktas, reikalaujantis ypač didelio tarpusavio pasitikėjimo. Abi pusės įgauna visai naujos patirties, profesinės, taip pat ir žmogiškosios. Menininkui čia užtenka talento, puikių kūrinių ir pagarbos tiek savo kūriniams, tiek jų gerbėjams.“⁵⁵

VII. MENO AUKCIONŲ ORGANIZATORĖS ATSAKYMAS Į ŽVALGYBINIO TYRIMO KLAUSIMĄ

Dr. Simona Makselienė („Meno rinkos agentūros“ įkūrėja ir vadovė):

Kas lemia meno kūrinio kainą rinkoje? „Mano iš patirties sudėliota formulė yra tokia:

- 30 proc. – darbo kokybė, meninis lygis;
- 30 proc. – autoriaus vardas, žinomumas, kotiravimas rinkoje, paklausa;
- 30 proc. – retumas ir to autoriaus darbų pasiūla;
- 5 proc. – subjektyvūs faktoriai: galerija, pardavėjas, pardavimo būdas, (ne)malonus bendravimas, pardavimo psichologija;
- 5 proc. – technologinis aspektas, įrėminimas, prekinė išvaizda.“⁵⁶

53 Rolando Valiūno atsakymas į autorės klausimą, 2013 01 12.

54 Viktoro Butkaus atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 04.

55 Ramintos Jurėnaitės atsakymas į autorės klausimą, 2013 02 25.

56 Simonos Makselienės atsakymas į autorės klausimą, 2013 03 28.

IŠVADOS

Tikėtina, kad sėkmingos menininko kūrybinės karjeros teorinės ir praktinės apibrėžtis siekusi susieti publikacija išryškino jų sąšaukas.

Vadinasi, Lietuvos kultūros sektoriuje perėjimas nuo planinės ekonomikos prie rinkos santykių jau įvyko, o sėkmingą menininko karjerą šiuolaikinėje visuomenėje lemia asmeninės jo savybės (kūrybinė motyvacija, verslumas) ir tikslingas visų meno rinkos dalyvių bendradarbiavimas. Tiesa, ne visi menininkai, tarp jų ir šį tyrimą išprovokavęs *Anonimas*, linkę prisitaikyti prie naujų, ne tik kūrybinių, bet ir verslumo gebėjimų reikalaujančių, pasikeitusių bendradarbiavimo su visais meno rinkos dalyviais santykių. Tačiau kiekvienas jų, kaip poindustrinės žinių kūrybinės visuomenės protinio darbo darbuotojas, yra pasmerktas mokytis visą gyvenimą, todėl jei ne šiandieną, tai vėliau turės išmokti prisitaikyti prie nuolat kintančių rinkos iššūkių. Tuokart galbūt šioje publikacijoje pateiktos teorinės išvalgos (rekomendacijos) ir praktinės patirtys padės pasitelkus navigacinę *visuotinės padėties nustatymo sistemą* (kūrybinę motyvaciją, verslumą, bendradarbiavimą su visais meno rinkos dalyviais) tapti konkurencingu meno rinkos dalyviu.

Gauta 2014 01 27

LITERATŪRA

- „Be valkčio. Su skulptoriumi Mindaugu Navaku kalbasi Laima Kreivytė“, in: *7 meno dienos*, 1996 11 15.
- Drucke Peter F., *Valdymo iššūkiai XXI amžiuje*, Vilnius, 2004, p. 91.
- Europos Komisijos nutarimas „Įgyvendinant Bendrijos Lisabonos programą: Verslumu pagrįsto mąstymo puoselėjimas ugdant ir mokant“, 2006 02 13, [interaktyvus], http://ec.europa.eu/education/policies/educ/eit/comm_8_6_06_lt.pdf, (2006 02 27).
- Hagoort Giep, *Meno vadyba verslo stiliumi*, Vilnius: Kronta, 2005.
- „Investicija į save. Simona Makselienė kalbina Boris Symulevič“, in: *Verslo žinios*, 2008 02 15.
- Kotler Philip ir kt., *Rinkodaros principai*, Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003.
- Kvedaravičius Jonas, „Vadybos turinys ir Lietuvos vadybinė situacija“, in: *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Kaunas: VDU, 1995.
- Marshall Gordon, *The concise Oxford dictionary of Sociology*, Oxford, 1994.

- Maslow Abraham H., *Motyvacija ir asmenybė*, Vilnius: Apostrofa, 2006.
- McIntyre Morris Hargreaves, *Taste Buds: How to Cultivate the Art Market*, UK: England Arts Council, 2004, [interaktyvus], http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/tastebudssummary_php7xDjDe.pdf.
- „Menininkas yra paukštelis. Su VDA rektoriumi Arvydu Šalteniu kalbasi Vidmantas Jankauskas“, in: *Vilniaus dailės akademija*, 2002 rugsėjis.
- „Meno liudijimai. Su skulptoriumi Mindaugu Navaku kalbasi Elna Lubytė“, in: *Mindaugas Navakas. /R/ ir atgal*, LDM, 2006.
- Muziejams ir bibliotekoms apie autorių teises ir gretutines teises: Mokomoji-informacinė priemonė, LATGA_A*, 2006.
- (Ne)priklausomo šiuolaikinio meno istorijos. Savivaldos ir iniciatyvos Lietuvoje 1987–2011 m.* sudarytojai Vytautas Michelkevičius ir Kęstutis Šapoka, lietuvių, anglų k., LTMKS, 2011.
- „Savo menu aš nešu vandenį. Su tapytoju Aloyzu Stasiulevičiumi kalbasi Rita Bočiūtė“, in: *Vakarų ekspresas*, 2005 04 27.
- Stoner James A. R. ir kt., *Vadyba*, Kaunas: Poligrafija ir informatika, 1999.
- Understanding International Art Markets and Management*, ed. by Iain Robertson, London and New York: Routledge, 2005.
- Varbanova Lidia, *Strategic management in the Arts*, New York and London: Routledge, 2012.

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).