

# Kūrybos visuomenės politinė komunikacija Lietuvoje: sociologiniai aspektai

AURIMAS VENCKŪNAS

Vytauto Didžiojo universitetas, K. Donelaičio g. 58, 44248 Kaunas, Lietuva  
El. paštas aurimasven@yahoo.com

---

Straipsnio tikslas – išnagrinėti kūrybos visuomenės politinės komunikacijos Lietuvoje sociologinius aspektus, t. y. nustatyti pagal statistiką objektyviai įvertinamą (apytikrį) kūrybos klasės kiekį dabartinėje visuomenėje (Lietuvoje ir kai kuriose pasaulio šalyse: Europos Sąjungoje pagal 27 šalių vidurkį, JAV, Kanadoje, Rusijoje; Kinija dar nerenka tokių statistinių duomenų). Tyrimas atskleidė, kad dabartinėje visuomenėje (vadinamojoje kūrybos visuomenėje) kūrybos klasės atstovai sudaro ne mažiau kaip 25–30 proc. visų darbuotojų toje šalyje (pagal statistiką, naudojant ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių *NACE Rev. 2* bei jo atitikmenis kitose šalyse, sekcijų lygiu, kūrybos klasė suskaičiuojama kaip labiausiai tinkamų ekonominės veiklos rūšių J, K, L, M, P, Q, R suma). Be to, tyrimas parodė, kad kūrybos klasės kiekis dabartinėje visuomenėje nuolat didėja – vidutiniškai po 3 proc. per 10 metų (vertinant 1990–2020 m. laikotarpį, pagal viešai prieinamą statistiką). Straipsnis paremtas autoriaus rengiamos daktaro disertacijos tyrimo rezultatais.

**Raktažodžiai:** dabartinė visuomenė, kūrybos visuomenė, kūrybos klasė, sociologija, Lietuva

---

## ĮVADAS

Kūrybos visuomenės politinė komunikacija yra pradinėje mokslinio pažinimo stadijoje (Venckūnas 2010, 2017, 2022; kt.). XXI a. galima matyti naują reiškinį, kai pabrėžiama kūrybiškumo svarba įvairiose srityse. Tą liudija įvairūs tyrimai, nagrinėjantys kultūros ekonomiką Europoje (KEA 2006) bei kultūros įtaką kūrybiškumui (KEA 2009), taip pat kūrybiškumo skatinimui skirtos Europos Komisijos programos (Europos Komisija 2021; kt.), kūrybos visuomenę siekiančios plėtoti įvairių šalių ilgalaikės raidos strategijos, pavyzdžiui, Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ (Lietuvos Respublikos Seimo nutarimas 2012) – čia vartojamas kūrybos visuomenės sinonimas „sumani visuomenė“ (Venckūnas 2017: 76), Kinijos raidos strategija „Kinija 2030: formuojant šiuolaikišką, darnią ir kūrybišką visuomenę“ (World Bank 2013) ir įvairūs kiti viešai prieinami dokumentai (Kirvelis 2011; kt.). Tokį sudėtingą, visuomeniškai ir politiškai svarbų reiškinį (kaip kūrybiškumas bei jį nulemianti vadinamoji kūrybos visuomenė) galima tirti, remiantis politinės komunikacijos akademinė disciplina (Perloff 2022). Politinė komunikacija čia suprantama kaip procesas, apimantis tarp politikos veikėjų ir visuomenės vykstančią visą komunikaciją apie politiką (McNair 2018; kt.), taip pat tokio proceso daromą įtaką šalies viešajai politikai (Perloff 2022).

Mokslinėje literatūroje (Florida 2002; Kirvelis 2012; Norkus 2014: 579; Stasiulis 2015; Tvede 2016; Kačerauskas 2017, 2020b; Matulionis 2020, 2021; kt.) atkreipiamas tyrėjų dėmesys į šiuos svarbius klausimus: kokie bruožai būdingi šiuolaikinei visuomenei, kokie veiksniai lėmė kūrybos visuomenės atsiradimą, kaip gali būti formuojama kūrybos visuomenės politika, kaip ji keisis ir kita. Dabartiniai moksliniai tyrimai daugiausia paremti kūrybos visuomenės bruožais, kūrybos ekonomika bei kūrybos industrijomis, tačiau stokojama kūrybos visuomenės politinės komunikacijos (ypač sociologiniais aspektais) nagrinėjimo. Žinoma, pati kūrybos visuomenės samprata yra kilusi iš amerikiečių ekonomisto Richardo Floridos „kūrybos klasės“ tyrinėjimų (Florida 2002; Florida ir kt. 2004), tačiau kūrybos visuomenės samprata gali būti tinkamas atsakas į R. Floridos pasiūlytos „kūrybos klasės“ kritiką: nes kūrybos klasę sunku apibrėžti, o kūrybiškumo indeksus – apskaityti (Kačerauskas 2020a; kt.), taip pat visuomenėje kitos klasės irgi iš dalies susijusios su kūrybišku darbu, tad tiksliau būtų kalbėti ne apie kūrybos klasę, o apie kūrybos visuomenę.

Straipsnio tikslas – išnagrinėti kūrybos visuomenės politinės komunikacijos Lietuvoje sociologinius aspektus, t. y. nustatyti pagal statistiką objektyviai įvertinamą (apytikrį) kūrybos klasės kiekį dabartinėje visuomenėje (Lietuvoje ir kai kuriose pasaulio šalyse: Europos Sąjungos šalyse, JAV, Kanadoje, Rusijoje).

Tyrimo metodai: kritinė lyginamoji mokslinės literatūros apžvalga, viešai prieinamų statistinių duomenų analizė (Berger 2020: 386).

Straipsnyje vartojama sąvoka „kūrybos visuomenė“, nes tokia sąvoka nusistovėjo po pirmosios lietuviškos monografijos „Kūrybos visuomenė“ išleidimo (Kačerauskas 2017). Atitinkamai (pagal lietuvių kalbos normas) vartojamos ir kitos sąvokos: „kūrybos klasė“, „kūrybos industrijos“, „kūrybos ekonomika“, „kūrybos miestas“, „kūrybos biurokratija“ ir panašiai.

## MOKSLINĖS LITERATŪROS APŽVALGA

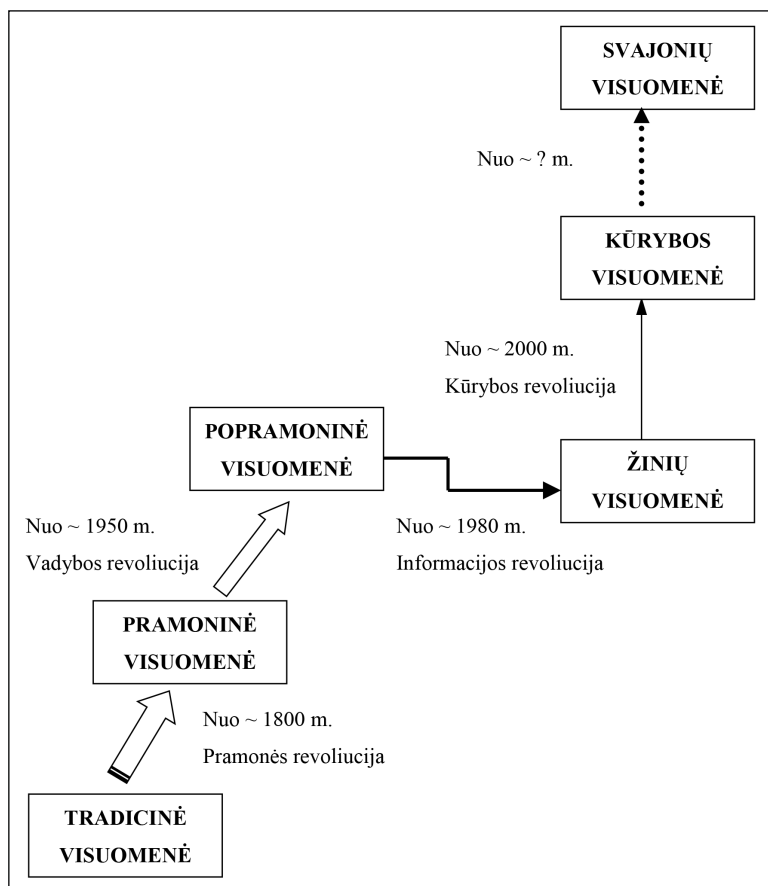
Kūrybos visuomenės samprata gana nevienareikšmiškai vertinama įvairių mokslininkų (tiek užsienio, tiek Lietuvos). Čia pabrėžiamos įvairios plotmės: kūrybos visuomenės bruožai bei kūrybos klasė, kūrybos ekonomika ir kūrybos industrijos, kūrybiškumas, kūrybos miestas, kūrybos biurokratija. Straipsnio autoriaus sudaryta kūrybos visuomenės (svarbesnių plotmių) mokslinės literatūros apžvalga (išnagrinėjus ir straipsnius žurnaluose „Clarivate Web of Science“, „Scopus“ bei monografijas) pateikta 1 lentelėje.

1 lentelė. Kūrybos visuomenės (svarbesnių plotmių) mokslinės literatūros apžvalga

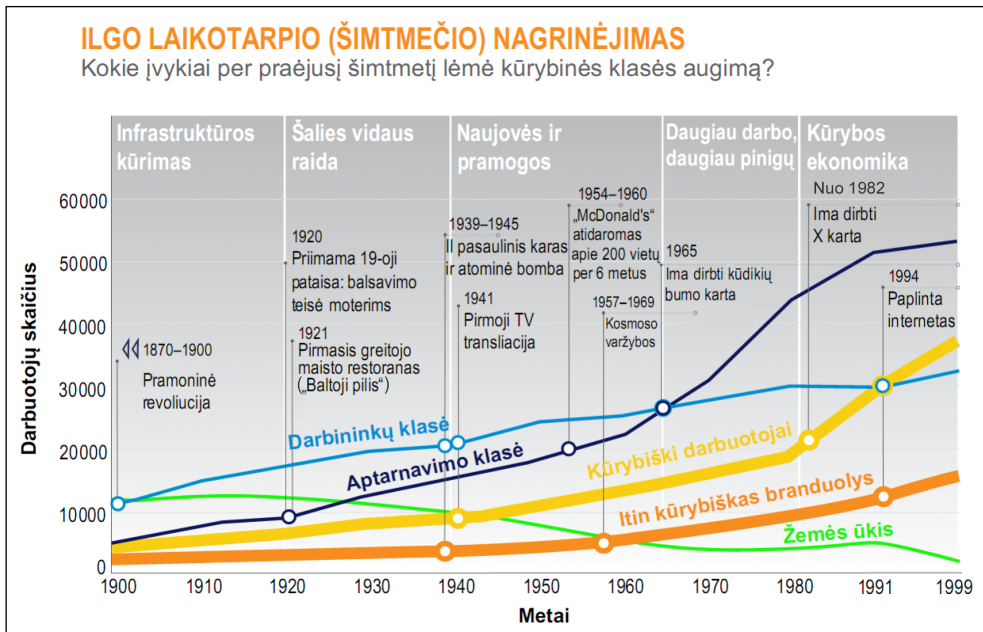
Plotmė	Pagrindiniai autoriai
Kūrybos visuomenės bruožai ir kūrybos klasė	Kurzweil 2000; Florida 2002; Florida ir kt. 2004; Ramonaitė 2007; Remeika ir kt. 2007; Kirvelis 2007, 2012; Norkus 2014: 579; Stasiulis 2015; Tvede 2016; Качераускас 2017; Kačerauskas 2015, 2017, 2020a; Matulionis 2020, 2021; kt.
Kūrybos ekonomika ir kūrybos industrijos	Howkins 2010; Kirvelis 2013; Hesmondhalgh 2019; Kačerauskas 2020b; Stankevičiūtė 2021; Madichie ir kt. 2022; kt.
Kūrybiškumas	Kačerauskas 2016a, 2019; Bukantaitė ir kt. 2021; kt.
Kūrybos miestas ir kūrybos biurokratija	Kačerauskas 2016b; Landry 2020, 2022; kt.

Istorinės raidos požiūriu (Kurzweil 2000; Florida 2002; Florida ir kt. 2004; Ramonaitė 2007; Remeika ir kt. 2007; Kirvelis 2007, 2012; kt.), atsižvelgiant į pagrindinių technologijų kaitą (1 pav.), gali būti išskiriami šeši visuomenės tipai (Venckūnas 2017: 65).

Savaime suprantama, dabartinė visuomenė (t. y. kūrybos visuomenė) pasižymi tuo, kad joje didėja (ir nuo 2000 m. ėmė vyrauti) kūrybos klasės (t. y. kūrybiškas profesijas turinčių žmonių) kiekis (Florida 2002: 5; Kirvelis 2007: 78), taip pat pastaruoju metu joje daug dėmesio skiriama kūrybos industrijų reiškiniui (Howkins 2010; Kirvelis 2013; Hesmondhalgh 2019; Kačerauskas 2020b; Madichie ir kt. 2022; kt.). Didėjantį (ir nuo 2000 m. vyraujantį tarp trijų pagrindinių ekonomikos sričių: žemės ūkio, pramonės, paslaugų) kūrybos klasės kiekį dabartinėje visuomenėje atskleidžia ilgo laikotarpio (šimtmečio ar daugiau metų) duomenų nagrinėjimas JAV (2 pav.): labai smarkiai didėja kūrybos klasės kiekis, o pačią kūrybos klasę sudaro itin kūrybiškas branduolys (angl. *super-creative core*) ir kūrybiški darbuotojai (angl. *creative professionals*).



1 pav. Visuomenės tipų schema (pagal Remeiką ir kt. 2007: 2; Jensen 2004; Vareikį 2012)



2 pav. XX a. JAV darbuotojų kaita, tūkst. darbuotojų (Florida 2002: 5)

Dabartinėje visuomenėje (vadinamojoje kūrybos visuomenėje) kūrybos klasės atstovai sudaro ne mažiau kaip 25–30 proc. visų darbuotojų toje šalyje (Florida ir kt. 2004: 14; Kirvelis 2007: 28; Remeika ir kt. 2007: 2). Kaip rodo atliktas tyrimas (Florida ir kt. 2004: 14), apėmęs JAV ir dar 13 šalių Europoje, kūrybos klasės atstovai 2000 m. sudarė 25–30 proc. visų darbuotojų net 6 šalyse (t. y. JAV ir kitose turtingose Europos šalyse: Belgijoje, Olandijoje, Suomijoje, Jungtinėje Karalystėje, Airijoje), o likusiose 8 šalyse (t. y. daugiausia ne tokios turtingos Europos šalys: Graikija, Švedija, Danija, Ispanija, Vokietija, Austrija, Italija, Portugalija) kūrybos klasės atstovų buvo mažiau – tik 13–22 proc. visų darbuotojų kiekvienoje šalyje.

## STATISTINIŲ DUOMENŲ ANALIZĖS REZULTATAI

Statistika leidžia objektyviai įvertinti apytikrį kūrybos klasės kiekį dabartinėje visuomenėje (įvairiose šalyse). Tam gali būti naudojamas Europos Sąjungos ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius (*NACE Rev. 2*), kuris turi atitikmenis kitose šalyse: jis atitinka Lietuvos ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių (*EVRK 2 red.*), Rusijos ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių (*ОКВЭД 2*), taip pat bendriausiu (sekcijų) lygiu – Amerikoje naudojamą pramonės klasifikatorių *NAICS*.

Lietuvoje apytikrių vertinimu (pagal statistiką) kūrybos klasės atstovai (Florida 2002: 10; Remeika ir kt. 2007: 2; Venckūnas 2017: 81), t. y. kūrybiškų profesijų žmonės (naudojant ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių *EVRK 2 red.*, sekcijų lygiu, ir atrenkant kūrybiškų profesijų žmones kaip sumą labiausiai tinkamų ekonominės veiklos rūšių: J, K, L, M, P, Q, R), sudarytų 30 proc. visų šalies darbuotojų 2021 m. (Oficialiosios statistikos portalas, 2022); raidės čia žymi ekonominės veiklos rūšis: J – *Informacija ir ryšiai*, K – *Finansinė ir draudimo*

veikla, L – Nekilnojamojo turto operacijos, M – Profesinė, mokslinė ir techninė veikla, P – Švietimas, Q – Žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas, R – Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Kūrybos klasės kiekis Lietuvoje 2021 metais

Užimti gyventojai (vyrai ir moterys; miestas ir kaimas; viešasis ir privatus sektorius)		
Ekonominės veiklos rūšys (pagal EVRK 2 red., sekcijų lygiu)	Tūkst.	Proc.
Iš viso pagal ekonominės veiklos rūšis (A–U)	1368,6	100
...	...	...
J – Informacija ir ryšiai	50,4	4
K – Finansinė ir draudimo veikla	30,4	2
L – Nekilnojamojo turto operacijos	13,9	1
M – Profesinė, mokslinė ir techninė veikla	62,7	5
...	...	...
P – Švietimas	120,7	9
Q – Žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas	99,5	7
R – Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla	28,4	2
...	...	...
<b>Kūrybos klasės atstovų suma (J, K, L, M, P, Q, R suma)</b>	<b>406,0</b>	<b>30</b>

Šaltinis: Oficialiosios statistikos portalas (2022).

Kaip galima matyti iš 2 lentelėje pateiktų duomenų, didžiausią dalį kūrybos klasėje sudaro žmonės, dirbantys šiose srityse (pagal tokias ekonominės veiklos rūšis): švietimas; žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas; profesinė, mokslinė ir techninė veikla.

Tokiu pačiu būdu (naudojant ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus *NACE Rev. 2* atitikmenis kitose šalyse, sekcijų lygiu, ir skaičiuojant, kiek procentų visų šalies darbuotojų sudaro kūrybos klasės atstovų suma, t. y. ekonominės veiklos rūšių J, K, L, M, P, Q, R suma) statistika leidžia objektyviai įvertinti apytikrą kūrybos klasės kiekį dabartinėje visuomenėje ir kitose šalyse. Pagal viešai prieinamą statistiką suskaičiuota (kas 10 metų) kūrybos klasės atstovų suma (kiekis) 2020 m. Lietuvoje sudarytą 30 proc. visų šios šalies darbuotojų (Eurostat 2022), Europos Sąjungoje (Eurostat 2022) – 32 proc. visų Europos Sąjungos darbuotojų (Europos Sąjungos 27 šalių vidurkis; žinoma, minėtų profesijų žmonių yra žymiai daugiau turtingose šalyse: Skandinavijos, Benilukso šalyse, Šveicarijoje, Jungtinėje Karalystėje, mažiau – ne tokiose turtingose šalyse: Bulgarijoje, Rumunijoje), JAV – 31 proc. visų JAV darbuotojų (U.S. Bureau of Economic Analysis BEA 2022), Kanadoje – net 40 proc. visų Kanados darbuotojų (Statistics Canada 2022), Rusijoje – 26 proc. visų Rusijos darbuotojų (Rosstat 2022); Kinija, deja, dar nerenka tokių statistinių duomenų apie visus gyventojus pagal ekonominės veiklos rūšis (žr. 3 lentelę).

Kūrybos klasės kiekis dabartinėje visuomenėje (įvairiose šalyse) nuolat didėja (vidutiniškai po 3 proc. per 10 metų, kaip galima matyti iš 3 lentelėje pateiktų duomenų). Žinoma, kadangi visuomenėje kitų klasių (t. y. žemės ūkio, pramonės, paslaugų sričių) darbuotojai irgi iš dalies gali būti susiję su kūrybišku darbu, tiksliau būtų kalbėti ne apie kūrybos klasę, o apibendrintai apie kūrybos visuomenę.

3 lentelė. Kūrybos klasės kiekio didėjimas įvairiose šalyse

Šalis	Kūrybos klasės kiekis, proc.				
	1990 m.	2000 m.	2010 m.	2020 m.	Didėjimo vidurkis (proc., per 10 metų)
Lietuva	n. d.	n. d.	28	30	2
Europos Sąjunga (27 šalys)	n. d.	n. d.	29	32	3
JAV	n. d.	26	29	31	3
Kanada	31	34	37	40	3
Rusija	n. d.	n. d.	n. d.	26	n. d.

Šaltiniai: Eurostat (2022); U.S. Bureau of Economic Analysis BEA (2022); Statistics Canada (2022); Rosstat (2022); n. d. – nėra duomenų.

## IŠVADOS IR DISKUSIJA

Dabartinė visuomenė istorinės raidos požiūriu (atsižvelgiant į pagrindinių technologijų kaitą) gali būti apibūdinta kaip kūrybos visuomenė. Straipsnyje atliktas tyrimas atskleidė, kad dabartinėje visuomenėje (vadinamojoje kūrybos visuomenėje) kūrybos klasės atstovai sudaro ne mažiau kaip 25–30 proc. visų darbuotojų toje šalyje (pagal statistiką, naudojant ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių *NACE Rev. 2* bei jo atitikmenis kitose šalyse, sektorių lygiu, kūrybos klasė suskaičiuojama kaip labiausiai tinkamų ekonominės veiklos rūšių J, K, L, M, P, Q, R suma). Be to, kūrybos klasės kiekis dabartinėje visuomenėje nuolat didėja – vidutiniškai po 3 proc. per 10 metų. Tyrimo ribotumas: vertintas 1990–2020 m. laikotarpis, pagal viešai prieinamą statistiką; tyrimas paremtas statistika Lietuvoje bei kai kuriose pasaulio šalyse: Europos Sąjungoje (27 šalių vidurkis), JAV, Kanadoje, Rusijoje; Kinija dar nerenka tokių statistinių duomenų.

Tolesni tyrimai galėtų būti susiję su kūrybos visuomenės politikos kryptį nagrinėjimu, svajonių visuomenės (kaip būsimo tipo) tyrinėjimu.

Gauta 2021 10 26

Priimta 2022 05 11

## Literatūra

- Berger, A. A. 2020. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bukantaitė, S.; Sederevičiūtė-Pačiauskienė, Ž. 2021. 'Fashion Industry Professionals' Viewpoints on Creativity at Work, *Creativity Studies* 14(1): 145–159. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.3846/cs.2021.14277>
- Europos Komisija. 2021. *Kūrybiška Europa*. Prieiga per internetą: [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/creative-europe\\_it](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/creative-europe_it)
- Eurostat. 2022. *Full-time and Part-time Employment by Sex and Economic Activity (from 2008 onwards, NACE Rev. 2) – 1 000*. Prieiga per internetą: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LFSA\\_EPGAN2\\_\\_custom\\_2078133/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LFSA_EPGAN2__custom_2078133/default/table?lang=en)
- Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books. Prieiga per internetą: <https://www.slideshare.net/francescoizzo/the-rise-of-creative-class-2409248>
- Florida, R.; Tinagli, I. 2004. *Europe in the Creative Age*. London: Demos. Prieiga per internetą: [http://www.creativeclass.com/rfcdgb/articles/Europe\\_in\\_the\\_Creative\\_Age\\_2004.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcdgb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf)
- Hesmondhalgh, D. 2019. *The Cultural Industries*. 4th ed. Los Angeles: Sage.
- Howkins, J. 2010. *Kūrybos ekonomika*. Vilnius: Technika.

9. Jensen, R. 2004. *Svajonių visuomenė. Kaip artėjantis perėjimas nuo informacijos prie vaizduotės pakeis jūsų verslą*. Vilnius: D. Radkevičiaus PĮ „Rgrupė“.
10. Kačerauskas, T. 2015. 'Creative Society: Concepts and Problems', *Cultura – International Journal of Philosophy of Culture and Axiology* 12(2): 27–44.
11. Kačerauskas, T. 2016a. 'Creativity Management: Towards Soft Control', *Economics & Sociology* 9(4): 336–343.
12. Kačerauskas, T. 2016b. 'Environmental Discourses and the Question of Creative Environment in a City', *Journal of Environmental Engineering and Landscape Management* 24(2): 108–115.
13. Kačerauskas, T. 2017. *Kūrybos visuomenė*. 2 patais. leid. Vilnius: Technika.
14. Kačerauskas, T. 2019. 'Creative and Social Capital: Concepts, Problems and Contradictions', *Sociologia* 51(3): 235–249.
15. Kačerauskas, T. 2020a. 'The Creative Sector and Classes of Society', *Вестник Томского государственного университета* 57: 33–42.
16. Kačerauskas, T. 2020b. 'Creative Economy and the Idea of the Creative Society', *Transformations in Business & Economics* 19(1): 43–52.
17. KEA. 2006. *The Economy of Culture in Europe*. Prieiga per internetą: [https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf)
18. KEA. 2009. *The Impact of Culture on Creativity*. Prieiga per internetą: <https://europa.eu/capacity4dev/file/18617/download?token=Fzta9pMB>
19. Kirvelis, D. 2007. *Kūrybinės klasės ir kūrybinės visuomenės koncepcija*. Straipsnis pristatytas konferencijoje „Informacijos, žinių ar kūrybinės visuomenės?“, Vilnius, 2007 m. spalio 24 d. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=5640&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=5640&p_k=1)
20. Kirvelis, D. 2011. *Lietuvos ateities vizija*. Prieiga per internetą: <http://web.vu.lt/gf/d.kirvelis/2011/11/28/lietuvos-ateities-vizija/>
21. Kirvelis, D. 2012. „Transhumanizmas, posthumanizmas ir socialmeritokratija“, *Gairės* 7(216): 32–37. Prieiga per internetą: <http://media.search.lt/GetFile.php?OID=241608&FID=706065>
22. Kirvelis, D. 2013. „Tradicinė ekonomika – kelias į niekur?“, *Gairės* 2(221): 22–26. Prieiga per internetą: <http://media.search.lt/GetFile.php?OID=244933&FID=715567>
23. Kurzweil, R. 2000. *The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence*. Penguin Books.
24. Landry, Ch. 2020. *Kūrybinis miestas: priemonės miestų novatoriams*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
25. Landry, Ch. 2022. *Creative Bureaucracy*. Prieiga per internetą: <https://charleslandry.com/themes/creative-bureaucracy/>
26. Lietuvos Respublikos Seimo nutarimas. 2012. *Dėl Valstybės pažangos strategijos Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ patvirtinimo*. Gegužės 15 d., Nr. XI-2015. Vilnius. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=425517&p\\_query=&p\\_tr2=2](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=425517&p_query=&p_tr2=2)
27. Madichie, N. O.; Hinson, R. E. 2022. *The Creative Industries and International Business Development in Africa*. Emerald Publishing Limited.
28. Matulionis, A. V. 2020. *Žmogus narve robotų zoologijos sode. Futuristinė vartotojiškos visuomenės prognozė*. Pranešimas pristatytas Lietuvos mokslų akademijos konferencijoje „Technika, technologijos, ontologija: filosofiniai, sociologiniai ir komunikaciniai aspektai“, Vilnius, 2020 m. sausio 29 d. Prieiga per internetą: <https://www.lmaleidykla.lt/ojs/index.php/filosofija-sociologija/article/view/4274/3270>
29. Matulionis, A. V. 2021. *Ar artėja vartotojiškos visuomenės saulėlydis?* Pranešimas pristatytas Lietuvos mokslų akademijos konferencijoje „Kultūra, vartojimas ir kūrybos ekonomika: filosofiniai, sociologiniai ir komunikaciniai aspektai“, Vilnius, 2021 m. vasario 11 d. Prieiga per internetą: <https://www.lmaleidykla.lt/ojs/index.php/filosofija-sociologija/article/view/4502/3641>
30. McNair, B. 2018. *An Introduction to Political Communication*. 6th ed. Routledge.
31. Norkus, Z. 2014. *Du nepriklausomybės dvidešimtmečiai: kapitalizmas, klasės ir demokratija Pirmojoje ir Antrojoje Lietuvos Respublikoje lyginamosios istorinės sociologijos požiūriu*. Vilnius: Aukso žuvis.
32. Oficialiosios statistikos portalas. 2022. *Metiniai rodikliai, užimti gyventojai pagal ekonominės veiklos rūšis, naudojant klasifikatorių EVRK 2 red. – sekcijų lygiu*. Prieiga per internetą: [https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=464c768f-fd8d-4c46-84b7-b8dd7ae1e959#](https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=464c768f-fd8d-4c46-84b7-b8dd7ae1e959#/)
33. Perloff, R. M. 2022. *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*. 3rd ed. Routledge.

34. Ramonaitė, A. 2007. „Kas po postindustrinės visuomenės arba kaip Lietuvai tapti pasaulio lydere“, *Post Scriptum* 11: 1, 11. Prieiga per internetą: <http://www.postscriptum.lt/nr11-universitetas/kas-po-postindustrines-visuomenes-arba-kaip-lietuvai-tapti-pasaulio-lydere/>
35. Remeika, R.; Čepaitis, R. 2007. *Kūrybinės visuomenės kūrimo strategijos problemos Lietuvoje*. Straipsnis pristatytas konferencijoje „Informacijos, žinių ar kūrybinė visuomenė?“, Vilnius, 2007 m. spalio 24 d. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=5640&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=5640&p_k=1)
36. Rosstat. 2022. *11242000300170200002 Среднегодовая численность занятых в экономике (ОКВЭД2)*. Prieiga per internetą: <https://showdata.gks.ru/olap2/descr/report/277308/>
37. Stankevičiūtė, K. 2021. 'Blowing up the Fashion Bubble, or Nine Things Wrong with Fashion: An Outsider's Comment. A Critical Essay on Fashion as a Creative Industry', *Creativity Studies* 14(2): 376–390. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.3846/cs.2021.15096>
38. Stasiulis, N. 2015. „Kūrybos visuomenė Lietuvoje. Kūrybos visuomenės vizija ir gairės“, *Logos* 83: 6–12.
39. Statistics Canada. 2022. *Employment by Class of Worker, Annual (x 1,000)*. Prieiga per internetą: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=1410002701>
40. Tvede, L. 2016. *The Creative Society: How the Future Can be Won*. 2nd ed. LID Publishing.
41. U.S. Bureau of Economic Analysis BEA. 2022. *Table 6.4D. Full-Time and Part-Time Employees by Industry*. Prieiga per internetą: <https://apps.bea.gov/iTable/iTable.cfm?reqid=19&step=2&isuri=1&1921=survey>
42. Vareikis, E. 2012. *Svajonių bendruomenė: juodraštis*. Vilnius: Eugrimas.
43. Venckūnas, A. 2010. „Kūrybinės visuomenės sampratos problema“, *Lietuvos aukštųjų mokyklų vadybos ir ekonomikos jaunųjų mokslininkų konferencijų darbai* 13: 337–342. Prieiga per internetą: <https://portalcris.vdu.lt/server/api/core/bitstreams/d524a52b-c61f-4961-aa59-1af2c1e88053/content>
44. Venckūnas, A. 2017. „Kūrybos visuomenės politikos modelio įgyvendinimo diskursas“, *Tiltai* 3(78): 63–88. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.15181/tbb.v77i3.1672>
45. Venckūnas, A. 2022. 'Political Communication of Creative Society: The Aspects of Public Policy', *Creativity Studies* 15(1): 217–232. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.3846/cs.2022.15923>
46. World Bank. 2013. *China 2030: Building a Modern, Harmonious, and Creative Society*. World Bank Publications. Prieiga per internetą: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/China-2030-complete.pdf>
47. Качераускас, Т. 2017. „Креативность и концепция креативного общества в социологии“, *Социологические исследования* 10: 26–35.

AURIMAS VENCKŪNAS

## Political Communication of Creative Society in Lithuania: Sociological Aspects

### Summary

The aim of the article is to analyse the sociological aspects of political communication of creative society in Lithuania, that is to calculate (using official statistics) the approximate quantity of a creative class in nowadays society (in Lithuania and in some countries of the world: the European Union's average of 27 countries, the USA, Canada, Russia; China still does not have such statistics). The research showed that in the nowadays society (that could be called creative society), the representatives of creative class make not less than 25–30% of all employees in that country (using official statistics, and namely, the economic activity classification 'NACE Rev. 2' and its analogues in other countries, in the section level, the creative class is calculated as the sum of the most suitable economic activities: J, K, L, M, P, Q, R). Moreover, the research showed that the quantity of creative class in the nowadays society was constantly increasing – by 3% on the average in every 10 years (estimating official statistics for the period of 1990–2020 where available). The article is based on the results of the doctoral dissertation prepared by the author.

**Keywords:** nowadays society, creative society, creative class, sociology, Lithuania