

# Kūrybinis miestas: mitai ir utopijos

**TOMAS KAČERAUSKAS**

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius  
El. paštas: tomas.kacerauskas@vgtu.lt

**ARTŪRAS KAKLAUSKAS**

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Statybos ekonomikos ir nekilnojamojo turto vadybos katedra,  
Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius  
El. paštas: arturas.kaklauskas@vgtu.lt

---

Straipsnyje nagrinėjami kūrybinio miesto samprata, mitai ir utopijos. Teigiama, kad miestas yra neerdvus ir netalpus jo gyventojams, ypač kūrybininkams. Tarp menininko ir miesto egzistuoja traukos ir atostūmio santykiai: tiek iškilus menininkas šliejasi prie miesto ir bėga nuo jo, tiek atitinkamai ir miestas. Menininką ir traukia kūrybininkų bei menų santalka mieste, ir atstumia savo šurmuliui, trukdančiu kurti ir primetančiu kūrybos schemas. Panašiai miestą ir traukia iškilus menininkas, su kuriuo jis sieja savo tapatumą, ir atstumia menininko chaotiškas gyvenimo būdas bei nuolatinės pretenzijos. Plėtojama M. McLuhano mintis, kad medijos padarė didmiestį dideliu kaimu. Viena, dėl medijų atstumai tarp skirtingų didmiesčio galų tampa nykštamai maži, todėl didmiestis susitraukia iki kaimo. Kita, perduodama žinia savo turiniu didmiestyje atitinka kaimo gandą. Miesto aplinkoje iškyla sektina naujybė, kuri tiražuojama praranda individualumą ir skirtingumą. Globalus didmiestis tvarus vien būdamas kaimu: atskirus individus mieste tesieja potraukis gandams. Teigiama, kad miesto pakantumas yra jo anonimiškumo kita pusė: juo didesnė miesto erdvė, tuo ji labiau sudalyta į privačias erdves, paslėptas nuo svetimų akių. Vieša medijų erdvė kaip jokia kita kupina pavojų: užtikrindama didesnę kūrybinių idėjų apyvartą drauge ji niveliuoja jas, primesdama apyvartumo standartą.

**Raktažodžiai:** kūrybinis miestas, kūrybos visuomenė, miesto erdvės, medijų aplinka, globalus miestas, kosmopolitinis miestas

---

## ĮVADAS: MIESTAS IR KŪRYBOS VISUOMENĖ

Kūrybos visuomenė apeliuoja į didesnę teritorinį vienetą nei miestas. Jeigu kalbėdami apie visuomenę turime omenyje didesnę regioną, didesnės apimties fizinį ir kultūrinį darinį – valstybę, tai kalbėdami apie miestą apeliuojame į tam tikras subvisuomenes – bendrijas. Bendrijos yra įvairiausio pobūdžio: darbo, pramogų, sporto, religinės, istorinės ir t. t. Kiekvienas individas yra tam tikrų bendrijų narys. Priklausydamas skirtingoms bendrijoms, individas yra labai skirtingų bendrijų mazgas. Bendrijų siūlai driekiasi iš kiekvieno individo, kuris jas formuoja savo veikla, ir sugrįžta į jį, sudarydami jo tapatumą. Dėka individualių mazgų skirtingos bendrijos susimezga, susikloja, persipina, sąveikauja, viena kitą papildo ir, žinoma, viena kitą maitina kūrybinėmis idėjomis. Taigi bendrijas saistantys siūlai yra ir komunikacijos kanalai, kuriais cirkuliuoja individų ar jų grupių kūrybinės idėjos. Platesniame kontekste – visuomenėje – bendrijos, sumegzdomos skirtingas visuomenes, atlieka individų vaidmenį. Tarkim, garsusis marksistų šūkis „visų šalių proletarai, vienykitės!“ suponuoja

darbo klasės integracinį vaidmenį skirtingų šalių visuomenių atžvilgiu. Panašiai R. Florida kalba apie kūrybos klasę, kuri sumezga skirtingas visuomenes į stiprų mazgą kūrybinių idėjų komunikacijai. Kitas pavyzdys – mokslo bendrijos (mokyklos), persmelkiančios skirtingas visuomenes įvairiose šalyse.

Kūrybinio miesto idėja yra prieštaringa. Kyla klausimas, koks miestas laikytinas kūrybiniu. Apskritai miestas yra kūrybininkų gyvenimo ir kūrybos vieta, kur jie telkiasi, keisdami ir kūrybinėmis idėjomis ir stimuliuodami vienas kitą. Šia prasme bet koks miestas yra kūrybinis. Kita vertus, miestus galima lyginti pagal patrauklumą kūrybininkams, kurių poreikiai ir pirmenybės – labai skirtingi. Taigi miestas turi sutaikyti tai, kas nesutaikoma, siūlydamas kūrybininkams ne tik patrauklias kūrybos, bet ir poilsio bei pramogų sąlygas. Vis dėlto gebėjimas pritraukti kūrybininkus – ne vienintelis miesto kūrybiškumo požymis. Kūryba sietina su tam tikru augimu, keitimusi ir net chaosu. Todėl ir kūrybinis miestas gali būti laikomas ne tiek tas, kuriame tikslingai plėtojama kūrybingumo skatinimo politika, t. y. kuriame primesta tam tikra tvarka ir rėmai, kiek tas, kuris nevaržomai auga, liudydamas savo kūrybiškumo reputaciją. Taigi lieka atviras klausimas, koks miestas yra kūrybinis: išsprautas į tam tikrus suplanuotas, tegu kūrybine linkme, raidos rėmus ar veržliai ir gaivališkai besiplėtojantis. Straipsnyje panagrinėsime kai kuriuos kūrybinio miesto mitus ir idealaus kūrybinio miesto įvaizdį, visų pirma apeliuodami į R. Floridą. Tačiau pirmiausia paanalizuosime miesto erdves kūrybinių požiūriu bei palyginsime miestą ir kaimą medijų aplinkos aspektu.

Kūrybinio miesto idėją plėtojo kūrybinių industrijų teoretikai, kėlę klausimą apie kūrybinėms veikloms palankiausių aplinką. Visų pirma tai – R. Florida (2002; 2005) ir C. Landry (2000). Lietuvoje miestus kūrybiniu ir komunikaciniu aspektu tiria J. Lavrinec (2014), A. Samalavičius (2004), T. Bajarkevičius (2014), D. Čiupailaitė (2014), J. Jakaitis ir N. K. Paliulis (2013), I. Urbonaitė (2013), V. Urbonaitė-Barkauskienė (2014) ir kt<sup>1</sup>.

## MIESTO ERDVĖ KŪRYBINIU POŽIŪRIU

Neatsitiktinai visos „globalios“ bendrijos susitelkusios miestuose. Miestas yra bendrijų telkinys. Kalbant apie tam tikrus didmiesčio aspektus, paminėtini didelis bendrijų skaičius jame, didelė bendrijų koncentracija nedideliame plote ir didelės galimybės joms susimegzti. Vis dėlto didmiesčio gyventojų skaičius ar fiziškai užimamas plotas tiesiogiai nesuponuoja bendrijų gausos ir jų koncentracijos. Be to, kuo didesnis miestas, tuo labiau jame įsivyrąja atskirtys ir tuo labiau bendrijos yra atitolusios viena nuo kitos, todėl tuo mažiau jos sąveikauja įskaitant kūrybinių idėjų mainus. Ir atvirkščiai: kuo rečiau apgyvendinta teritorija, tuo mažiau joje ir kūrybininkų, vadinasi, tuo mažiau yra pagrindo kalbėti apie kūrybos visuomenę. Tačiau mieste teritorija apgyvendinta kaip tik tankiai. Ar tai reiškia, kad čia ir procentiškai daugiau kūrybininkų palyginti su, tarkim, kaimo teritorija? Jei taip, kyla klausimas, kodėl kūrybininkai traukia į miestus, kodėl jie čia susitelkę? Vis dėlto yra išimčių, jeigu tai negalima pavadinti tendencija. Antai vienas žymiausių šiuolaikinių Lietuvos tapytojų Š. Sauka su visa savo šeima yra pasirinkęs nuošalią kaimo sodybą. Kalbant apie pasaulinio lygio tapytojus, analogiškas pavyzdys – J. Pollockas. Tiek Š. Saucos, tiek J. Pollocko pasirinkimą galima aiškinti jų darbo specifika: didelėms drobėms reikia didelės neužpildytos (natūros) erdvės, į kurią menas (kultūra) galėtų įsiveržti.

Mieste erdvė yra „suspausta“ ir šykščiai padalyta tarp kultūrinių bendrijų, kurios ją intensyviai įdirba. Šia prasme *miestas yra neerdvis ir netalpus jo gyventojams, o ypač kūrybinin-*

<sup>1</sup> Kačerauskas 2011.

*kams*. Menininkas, gyvenimui pasirinkęs nuošalią sodybą, sąmoningai pasirenka ne tik talpią kaimo erdvę, kuri gali ir „paskandinti“ čia užklydusią kūrybą – ne vien suteikti jai mastą. Teikdamas pirmenybę kaimui menininkas pasirenka tam tikrą gyvenimo būdą su visais jo privalumais bei trūkumais. Vienas iš trūkumų – atkirstos kūrybinės komunikacijos, maitinančios kūrybą. Tiesa, internetas ir globali komunikacija iš dalies kompensuoja šias lokalias netektis. Paradoksas: kaimas stumia į globalaus didmiesčio glėbį. Kitas paradoksas, apie kurį dar kalbėsime: *globalus internetinis didmiestis tampa erdviu kaimu, kuriame „paklysta“ bet kokia kūryba*. Kalbant apie kaimą, čia veikia ir kiti kūrybos stimulatoriai, kaip antai gamtinė aplinka, laisvesnė dienotvarkė, draugų – „laiko rijikų“ nebuvimas, kontrolės nebuvimas, išorinių dirgiklių, įskaitant pramogas, minimumas. Visa tai tarsi suponuoja kūrybinį įkvėpimą. Tačiau gamtinė aplinka reikalinga vien kūrybos pertraukoms, kurioms vyraujant žlugdoma kūryba. Dienotvarkės laisvė gali skatinti paminti darbo režimą, kai darbai vis stumiami turint prieš akis „maris laiko“. Draugų nebuvimą su kaupu gali kompensuoti draugai iš socialinių tinklų, kurie surytų kūrybai skirtą laiką. Kontrolės ir kontoros nebuvimas gali sutrikdyti savi-discipliną. Išorinių dirgiklių (pramogų) stygius nebūtinai kompensuojamas kūrybos džiaugsmu, be to, šie dirgikliai gali kaip tik maitinti kūrybą. Galiausiai tam tikra kūryba (pvz., dėsnytojų) neatsiejama nuo mieste plėtojamų veiklų (universitetų). Taigi kaimo privalumai gali virsti trūkumais, slopinančiais kūrybą. Be to, didelė kaimo erdvė atima ir daug laiko, nuvogto iš kūrybos ir paskirto buitiniams rūpesčiams: gyvenant nuošaliame name neišvengiamai tenka prižiūrėti tą namą, važinėti į gyvenvietę norint patenkinti gyvybinius menininko ir jo šeimos poreikius, nekalbant apie funkcijas, susijusias su kūrybine veikla. Dėl visų šių dalykų menininkas kaime – veikiau išimtis nei taisyklė.

Kodėl kūrybininkai, pabėgę iš kaimo, telkiasi miestuose? Gali būti specifiniai kaimo kūrybininkai: išminčiai<sup>2</sup>, liaudies menininkai ar kaimo amatininkai, – visi jie sudaro tam tikrą kaimo subklasę. Vis dėlto kiekvienas kaimo darbininkas, turintis kūrybinę gyslelę, traukia į miestą, teikdamas pirmenybę miestui ir jo kūrybinei aurai, – toks kažkada buvo Paryžius ir Monmartras. Neatsitiktinai kiekvienas tarpukario Lietuvos menininkas siekė pabuvoti toje meno Mekoje. Tai buvo būtina pačiam menininkui, norinčiam išbandyti savo kūrybines idėjas šioje meno aplinkoje, kurioje jis auga ir bręsta. Taigi kūrybinis miestas teikia ne tiek kūrybos etaloną, kurio nėra, kiek talpią naujiems kūriniams kūrybos aplinką – išbandymų ir naujų inspiracijų aplinką, be kurios menininkas jaučiasi nevisavertis ir nesaugus.

Vis dėlto garsiausias Lietuvos dailininkas M. K. Čiurlionis niekada nebuvo Paryžiuje ir nesisėmė idėjų savo kūrybai. Vietoj kūrybinio miesto jis rinkosi nuošalų Raigardo slėnį Druskininkų pašonėje, kitaip tariant, kaimą. Paaiškinimo galima ieškoti jo gyvenimo aplinkybėse (silpna sveikata, noras sukurti šeimą ar pan.), nors tikrasis motyvas slypi kitur: jis buvo pakankamai tikras atradęs meno aukso gyslą, kad dar tikrintų jo prabą net ir tokia garsia menais mieste kaip Paryžius. Maža to, jis buvo užtikrintas galįs diktuoti kūrybos madas jei ne Paryžiui<sup>3</sup>, tai bent Vilniui. Galiausiai jis neturėjo laiko kelionėms, kadangi buvo pernelyg užsiėmęs savo atrastos gyslos eksploatavimu. Šis užtikrintumas ir neturėjimas laiko neturi nieko bendra su pasipūtimu ar uždarumu: M. K. Čiurlionis buvo atviras įvairiausioms įtakoms bei impulsams, įskaitant muzikinius motyvus, abstrakcionizmo idėjas, Biblijos temas bei Lietuvos mitologiją. M. K. Čiurlionis – tas atvejis, kai *ne menininkas šliejasi prie miesto, bet miestas šliejasi prie menininko: Kauno tapatumas neatsiejamas nuo šio menininko, kurio paveikslo*

<sup>2</sup> Prisiminkime V. Krėvės (1974) *Skerdžiu*.

<sup>3</sup> Luvre M. K. Čiurlionio darbai eksponuoti tik 2001 m.

*rado čia užuovėją. Galima net teigti, kad Kauno erdvė M. K. Čiurlioniui buvo per ankšta: menininkas būtų daugiau išlošęs būdamas bent jau Vilniuje, nors didžiausią erdvę suteikia ne didmiesčio muziejus, kur menininkas užkonservuotas nuo ekonominio poveikio, o meno rinka, kai jo paveikslai perkami ir parduodami, ir taip paveikiamos ne tik meno kūrinių kainos, bet ir meno samprata. Valstybinis muziejus, tegu ir tokia kūrinyje mieste, koku laikomas Kaunas, yra ne daugiau kaip užuovėja. Šis atvejis rodo tiek kūrinyje miestų traukos išlygas, tiek jų kūrinyje ribas. Tarp menininko ir miesto – traukos ir atostūmio santykiai. Menininkas ir miestas žaidžia gaudynes: tai miestas bėga nuo menininko, tai menininkas – nuo miesto. Menininką ir traukia kūrinyje bei menų santalka mieste, ir atstumia savo šurmuliu, trukdančiu kurti ir primetančiu kūrinyje schemas. Panašiai miestą ir traukia iškilus menininkas, su kuriuo jis sieja savo tapatumą, ir atstumia menininko chaotiškas gyvenimo būdas bei nuolatinės pretenzijos.*

Kitas paradoksalus pavyzdys – vienuolynas. Kaip sako pavadinimas, vienuolynai įsikurdavo nuošalioje vietoje, toli nuo miesto šurmilio. Tačiau būdami meno ir kultūros židiniai bei raštingumo salos viduramžiais vienuolynai dažnai tapdavo būsimų miestų užuomazgomis bei jų centrais. Vienuolynų trauka, kuri neatsiejama nuo juose plėtojamų kultūros traukos, sudarydavo sąlygas prie vienuolynų rasti miestams.

## MIESTAS, KAIMAS IR MEDIJOS

Pasak medijų tyrėjo M. McLuhano, didmiestis – tai didelis kaimas. Klausimas, kodėl ir kokiais parametrais jis prilygsta kaimui. Juk didmiestis, atrodo, yra kaimo priešingybė, labiausiai nutolusi nuo kaimo realybės. Pirma, *medijos padarė didmiestį dideliu kaimu*. Kaip kaime bet kokios žinios perduodamos iš lūpų į lūpas, taip ir didmiestyje vienos medijos perima kitų medijų skelbiamas žinias. *Dėka medijų atstumai tarp skirtingų didmiesčio galų tampa nyktamai maži, todėl didmiestis susitraukia iki kaimo*. Maža to, *perduodama žinia savo turiniu didmiestyje atitinka kaimo gaudą*: didmiesčio masės domina įžymaus kaimyno (dėka medijų visi tapę vienas kitam kaimynais) gyvenimo pikantiškos detalės, įskaitant jo asmeninį gyvenimą (skyrības bei vedybas). Kita vertus, įžymybės tokiais ir padaro medijos, tiražuojančios tuos pačius veidus ir gyvenimo stilius.

Viena vertus, medijų „kuras“ yra asmeninis gyvenimas, tai, kas visiškai privatu ir kas „skirta ne žiniasklaidai“. Kita vertus, visa tai, sukama medijų, tampa visiškai viešu ir sektinu etalonu, kuriuo primetamas gyvenimo stilius masėms. Neformalioji komunikacija (gandai), „užkurianti“ medijas – ne vien bulvarinė spauda, tampa formalios komunikacijos pagrindu, kuris viešoje aplinkoje suformalėja, t. y. tampa sektinu pavyzdžiu nelyginant I. Kanto (1987) visuotinai galiojančios elgesio maksimos. Įviešinami išskirtiniai reiškiniai, įskaitant unikalius meno kūrinius, supanašėja ir suvienodėja ne tik dėl vienodo formato, kurį jie įgauna medijose (turinio ir formos vaidmenų pasikeitimas), bet ir dėl poveikio jiems tapus mėgdžiotiniais pavyzdžiais. Taigi medijos ir iškelia fenomenus, ir juos suniveliuoja atimdamos fenomeno statusą. Panašiai traktuotinas miestas, kurio aspektas – medijos: *miesto aplinkoje iškyla sektina naujybė, kuri tiražuojama praranda individualumą ir skirtingumą*. Maža to, *medijos* (kultūrinė industrija šiuo požiūriu taip pat laikytina medija) *suartino ir net suliejo į vieną didelį kaimą miestus skirtinguose žemynuose*: kiekviename jų aptinkami ne tik viešai reklamuojami globalūs prekiniai ženklai, bet ir vienoda mąstysena, atsispindinti architektūroje. Taigi medijos ir kultūrinė industrija, kūrybą paverčiančios globalia kultūra, visus pasaulio miestus padarė ranka pasiekiamus, nors tai, kas pasiekama, yra šnekalai (anot M. Heideggerio), išskirtinį fenomeną paverčiantys masinio vartojimo gaminiu.

## MIESTAS: PAKANTUMO IR ATVIRUMO MITAI

R. Florida savo knygoje (2002; 2005) teigia, kad miestas pirmiausia išsiskiria pakantumu, atvirumu skirtims bei kultūriniam kūrybingumui ir tik vėliau jis tampa techninės kūrybos vieta. Kitaip tariant, pakantumas, atvirumas bei kūrybinė aplinka daro miestą prieinamą, patrauklų inžinieriams bei mokslininkams. Tai problemiška tezė turint omeny, kad ne tik menininkai su inžinieriais, bet ir socialinių bei humanitarinių mokslų atstovai su technologinių mokslų atstovais neranda bendros kalbos. Kitaip tariant, jie savo kūrybines veiklas plėtoja skirtingose plotmėse nesusiklojančiais kalbos žaidimais, kurie nepanašūs jokiais šeiminiams bruožais<sup>4</sup>. Vienintelė plotmė, kurioje jie susitinka, yra didmiesčio gaudų ir medijų šnekalų, t. y. jie solidarūs tiek, kiek jaučiasi esą vieno kaimo bernai ar mergos: *globalus didmiestis tvarus vien būdamas kaimu*.

Ir atvirkščiai, galima kalbėti apie nepakantumą, įvairius susidūrimus, kriminogenines aplinkas mieste – būtent tai miestą labiausiai ir skiria nuo kaimo, kuris pasižymi didesne derme, dėl kurios kartais tenka paaukoti vieną kitą jos išderintoją. Miestas patrauklus tiek kūrybininkams ar inžinieriams (jei pastarųjų nepriskiriame prie pirmųjų), tiek ir kriminaliniams elementams. Antai vasarą ištuštėjus Lietuvos didmiesčiams, vagys būriais traukia paskui poilsiautojus į Palangą, kuri laikinai tampa didmiesčiu. Panašiai paskui emigrantų bangą tomis pačiomis kryptimis iš Lietuvos traukia nusikaltėliai. Netgi galima iškelti hipotezę, kad kūrybininkų palydovai – kriminaliniai nusikaltėliai. Bet koku atveju miestas yra patrauklus įvairioms klasėms, išskyrus vien kaimo klasę – ne tiek dėl žemės stygiaus, kiek dėl jos brangumo.

Nėra savaime suprantama tai, kad miestas pakantus. *Miesto pakantumas yra jo anonimiškumo kita pusė*: gyvendami daugiabutyje mes negalime pažinti visų savo kaimynų, be to, mes ir nesistengiame bei nenorime lįsti į jų privačią erdvę tikėdamiesi, kad jie nelįs į mūsų. Apskritai juo didesnė miesto erdvė, tuo ji labiau sudalyta į privačias erdves, paslėptas nuo svetimų akių. Vis dėlto miesto erdvumas matuojamas ne kubiniais metrais – gali būti labai įtakingų („erdvių“) miestų, užimančių nedidelį plotą, kaip antai Honkongas. Čia turima omeny ne tai, kad trūkstant ma kubatūra kompensuojama miestui stiebiantis aukštyn, nors erdvės geopolitine prasme miestai paprastai turi daug dangoraižių. *Miestas erdvus* ir ne tuo, kad jis sutalpina minias skirtingų gyventojų, bet tuo, kad jame skleidžiasi daug įvairių kūrybinių veiklų. Vis dėlto įtakingiausi (šia prasme ir erdviausi) tie kūrybiniai miestai, kurie specializuojasi tam tikrose kūrybinėse veiklose, kurios ir garsina (t. y. išplečia jų „erdvę“ globaliu mastu) juos. Taigi čia turime paradoksą: *miestas tuo „erdvesnis“ globaliu mastu, kuo jis „ankštesnis“ lokaliu mastu, t. y. kūrybinių veiklų atžvilgiu*. Tiesa, kūrybinė specializacija savaime negarantuoja miesto vietos tarp žymiausių miestų.

Kalbant apie taip geidžiamą privatumą, mieste yra dvi priešingos tendencijos. Viena, miestas – anonimiška terpė, jo erdvė padalyta į autonomiškus privačius kubelius: visi miestiečiai vaikšto tarsi su skafandrais, užtikrinančiais pakankamą izoliaciją nuo žalingo ar net pražūtingo aplinkos poveikio. Skirtingai nei kaimo draugiška aplinka, miesto terpė – priešiška ir neprognozuojama. Kita, mes žūtbut siekiame tam tikro viešumo, pasinaudodami medijų sklaidos galimybėmis mieste. Vis dėlto *vieša medijų erdvė kaip jokia kita kupina pavojų: užtikrindama didesnę kūrybinių idėjų apyvartą drauge ji niveliuoja jas, primesdama apyvartumo standartą*. Maža to, dėl viešumo savo tapatumą, trikdantį medijas, reikia išmainyti į kitą tapatumą, kotiruojamą medijose. Kitaip tariant, viešinimas turi savo aukštą kainą, kurią reikia sumokėti iš kūrybinės sąskaitos. Nors viešinimas, atrodo, tėra kūrybininko ir jo kūrinių pristatymas bei „išsukimas“, tai verčia jį keistis pataikaujant publikai ir rodant savo įvaizdį vietoj savęs: galiausiai menininko įvaizdis užgožia jo tapatumą. Štai kodėl vieša medijų

<sup>4</sup> Plg. Wittgenstein 1990.

erdvė agresyvi, todėl reikia kaukių arba skafandrų. Taigi viešas įvaizdis laikytinas tam tikru skafandru, kuris vietoj to, kad užtikrintų autonomini tapatumo maitinimą, pretenduoja tapti tikroju „aš“. Dažnai tai stumia kūrybingą individą į paranojas ir asmenybės susidvejimus.

## IDEALUS KŪRYBINIS MIESTAS

Taigi miestas nėra tokia idiliška vieta, kokią norėtų matyti R. Florida (2002), C. Landry (2000) ir kiti kūrybinių industrijų tyrėjai. Galbūt galėtume šnekėti apie idealų miestą kaip idealios kūrybos visuomenės buveinę – panašiai apie idealią valstybę kalbėjo Platonas. Antikinėje Graikijoje visas politinis ir kultūrinis gyvenimas virė mieste, priklausomybė kuriam garantavo politines teises ir laisves, neatsiejamas nuo pareigų. Pilietybė reišė priklausomybę poliui, net kalbant apie kaimo klasę, kuri brangindavo šį „miestietiškumą“, nors dažniausiai nepasinaudodavo savo politinėmis teisėmis ignoruodama visuotinius susirinkimus. Beje, Platonui idealus miestas valstybė – be visuotinių susirinkimų, kurie verstų įsiteikti miniai, bet su išmintingu valdovu, vedančiu minią naujais socialinės kūrybos keliais. Tad idealus kūrybinis miestas, kaip ir ideali kūrybos visuomenė, yra nežinoma žemė, kurioje klaidžioja kūrybininkai. Jei tai būtų žinoma teritorija, kurioje orientuojamasi pagal žemėlapi, jos socialinis ramsis – kūrybinė klasė – nebūtų pakankamai kūrybinga, kad sudarytų kūrybos visuomenę. Taigi *kūrybinis miestas* (kaip ir kūrybos visuomenė) *nuolat kuriamas jo kūrybingų narių, tai – kūrybinės enteleshijos žemė, įdirbama iš naujo kiekvienos kūrybininkų kartos*. Siektini kūrybinis miestas ir kūrybos visuomenė yra tikresni už keistiną tvarką, nes būtent jie diktuoja naują tvarką, pakeisiančią senąją. Šis kismas neatsiejamas nuo socialinės aplinkos išderinimo, t. y. utopijos, neigiančios nusistovėjusį *topos*, nors kūrybos visuomenės siekinys – tam tikra visuomeninė dermė, kuri laiduoja kūrybą. Lieka atviras klausimas: ar idealūs kūrybinis miestas ir kūrybos visuomenė yra pakankamai darnūs, kad būtų tvarūs?

R. Florida (2002), apeliuodamas į idealų kūrybinį miestą, kalba apie miesto kūrybos centrus, sudarančius tam tikrą visuminę ekosistemą, kurioje persipina įvairios kūrybingumo formos: meninė kūryba ir kultūra, technologijos ir ekonomika. Kaip atsiranda tie kūrybos centrai mieste ir kas juos sukuria? Gali būti formalūs ir neformalūs kūrybos centrai. R. Florida pirmiausia turi omenyje neformaliuosius – ne teatrus, ne kinus, bet kažką panašaus į A. Warholo menų fabriką ar Bauhaušo dizaino mokyklą – tai, kas išjudina ir keičia visuomenės sampratą bei skonį, o ne vien dizaino madas.

R. Florida (2002) kalba apie miestą kaip apie tam tikrą gyvą, kūrybingą organizmą, dinamišką aplinką, kaip visuminę ekosistemą, kuri pagimdo įvairias kūrybos formas. Meninė kūryba, technologijos ir ekonomika persipina ir skolina viena kitai kūrybines, menines idėjas ir leidžia plėtotis visoms šitoms trimis sritims. Visi šie trys sluoksniai esą sudaro vientisą miesto kultūrą. Vis dėlto reikia patikslinti: šie sluoksniai persipina, o idėjos mainomos kultūrinės industrijos terpėje, kurią stimuliuoja besiplėtojančios medijos. Tačiau matėme, kad visa tai sudaro ir didžiausią grėsmę kūrybiniam tapatumui, kai siekiama kuo didesnio viešumo ir apyvartos. Paradoksas tas, kad ši žaibiška apyvarta liudija ne išskirtinių kūrinių ir individualių kūrėjų gvybingumą, bet niveliuotos produkcijos ir supanašėjusių menininkų marumą. Neatsitiktinai J. Baudrillard'as (1976) „simbolinius mainus“ sieja su mirties kultūra.

## KŪRYBINIO MIESTO KRITERIJAI

Įvairios šalys, siekdamos padidinti kūrybinio miesto efektyvumą, dažnai pasirenka skirtingas strategijas ir taktikas: skiriasi jų ekonomika, rinka, teisiniai, instituciniai, technologiniai, techniniai, kultūriniai, psichologiniai, etiniai ir kiti aspektai. Siūloma kūrybinį miestą analizuoti



remiantis politiniais, socialiniais, kultūriniais, etiniais, psichologiniais, ekonominiais, teisiniais, instituciniais, urbanistiniais, ekologiniais, religiniais, demografiniais, dvasiniais ir su švietimu susijusiais aspektais. Šis procesas analizuotinas kompleksiskai, remiantis integruota kriterijų sistema.

Norint suprojektuoti ir įgyvendinti efektyvų kūrybinio miesto gyvavimo procesą, būtina kompleksiskai išanalizuoti jo sudėtinės dalis, joje dalyvaujančias suinteresuotas grupes, jų tikslus bei galimybes. Taip pat būtina atsižvelgti į išorinės mikro-, mezo ir makroaplinkos poveikį.

Aukščiausias lygmuo, nuo kurio priklauso kūrybinio miesto efektyvumas, yra makrolygmuo. Kūrybinį miestą siūloma kompleksiskai analizuoti makrolygmens (miesto, šalies) mastu remiantis tokia integruota kriterijų sistema (Masure 2003; Raipa 2007; Sinkienė 2008; McAvoy 2002; Cheshire ir Hay 1989; Webster ir Muller 2000):

1. *Politiniai, teisiniai ir instituciniai veiksniai*: tarpsavivaldybinis bendradarbiavimas; miesto valdžios efektyvumas; miesto įvaizdis; skirtingų politinių partijų programos; valdžios pozicija tam tikrų miesto veiklos sričių atžvilgiu (mokesčiai, darbo rinkos reguliavimo priemonės ir pan.); kūrybinio miesto teisinės bazės efektyvumas; el. demokratijos, el. savivaldos taikymas.

2. *Socialinių, kultūrinių, etninių ir religinių veiksnių analizė*: narystė tinkluose; žmoniškųjų išteklių kokybė, žinios; racionalus visuomenės lūkesčių keitimasis miesto atžvilgiu ir jo teikiamoms paslaugoms; racionali miesto plėtra, nesukelianti didelių konfliktų tarp suinteresuotų grupių dėl išteklių (žemės, piniginių ir kitų), politinės įtakos; žmoniškųjų išteklių plėtojimas, darbo jėgos išsilavinimo lygis; gebėjimas ir inovacijų kūrimas bendradarbiaujant ir plečiant tinklus; demografiniai pokyčiai šalyje, regione; visuomenėje vyraujantys šeimos ir bendruomenės santykiai, situacija lygių galimybių ir diskriminacijos srityje, visuomenės gyvenimo būdo ypatumai ir jų pokyčiai, sveikatos ir švietimo, darbo ir pajamų, kriminogeninės situacijos aspektai.

3. *Ekonominių išorinės aplinkos veiksnių analizė*: tarptautinė konkurencija dėl kapitalo, darbo jėgos, institucijų, renginių ir t. t.; nedarbo lygis, darbo vietų skaičiaus augimas, investicijų pritraukimas; verslo aplinka; įmonių produktyvumas; gebėjimas makrolygmens sąlygas geriau išnaudoti nei kiti miestai, turintys panašius gamtinius, žmoniškuosius, technologinius ir kitus išteklius; vyriausybės vykdoma politika, palūkanų norma, infliacija, valiutų keitimo kursas, kūrybinį miestą reglamentuojantys dokumentai; inovacijų lygis; el. verslo taikymas.

4. *Technologinių ir techninių veiksnių analizė* leidžia laiku nustatyti tas miesto veiklos galimybes ir grėsmes, kurias atveria naujos technologijos, jų sąlygoti veiklos metodai. Jie taip pat lemia strateginių technologinio proveržio krypčių formavimo tam tikrame mieste nuostatas arba socialinį ir ekonominį miesto atsilikimą dėl nepažangių technologijų.

5. *Gamtinės ir ekologinės aplinkos, statinių būklės, tendencijų bei galimų pasekmių apžvalga*. Būtina analizuoti platesnio regiono (šalies, kontinento, pasaulio) oro kokybės rodiklius, emisijas, geriamojo ir atvirų telkinių vandens kokybę, atliekų tvarkymą, gyvosios gamtos būklę, gamtinių nelaimių riziką, fizinių miestų ribų plėtimąsi, šių sričių reguliavimo nacionalinės ir tarptautinės politikos tikslus ir priemones.

Kūrybinio miesto mikro- (namas, projektas) ir mezolygmens (rajonas, organizacija) efektyvumą galima įvertinti pagal tokią kriterijų sistemą (Jacobs 1970, 2000; Castells 1989; Storper 1997; Sinkienė 2008; Hall 1998; Storper and Scott 2003; Petrakos and Economou 2000; Florida 2002; Scott 2001):

1. *Žmogiškieji ištekliai*: aktyvi, sąmoninga, socialinių konfliktų nesuskaidyta ir integruota vietos bendruomenė; didžiausiu konkurencingumu pasižymintys miestai yra vietovės, kurio-

se kompanijos ir žmonės nori investuoti ar gyventi; geri asmeniniai lyderių ryšiai, tiesioginiai kontaktai; gebėjimas pritraukti gerus darbuotojus; darbo jėgos kvalifikacijos lygis, inovatyvumas, išskirtinės žinios ir gebėjimai; taikoma pažangi technika ir technologija, organizacija, vadyba; mokymosi ir studijų visą gyvenimą galimybės; demografinė situacija, nacionalinė ir religinė gyventojų sudėtis.

2. *Nacionalinės ir ES institucijos, visuomeninės, socialinės ir politinės organizacijos*: efektyvios visuomeninės organizacijos, politinės partijos, finansų institucijos, savivaldybės, valstybė; nacionalinių ir ES institucijų skaičius ir jų veiklos efektyvumas; bendradarbiavimas tarp miestų; visuomeninių, socialinių ir strateginių tinklų plėtojimas; viešoji ir privati partnerystė; vietos plėtros vizija bei strategija ir t. t.

3. *Fiziniai veiksniai*: žemės ir patalpų pasiūla ir paklausa; žemės ir patalpų kainos; veiklos srities pasirinkimas; gyvenamosios aplinkos kokybė, tarša; statybos vietovės infrastruktūra; gyvenimo kokybė; miesto geografinė padėtis ir pasiekiamumas, miesto gamtiniai aplinkos išteklių, teritorijos vertybės, fiziniai vietovės pranašumai, būstas, vieta, įvaizdis, miesto dydis ar sostinės statusas, miesto geografinė padėtis – šalies centrinėje dalyje ar periferijoje, miesto geografinė padėtis Europoje – šiaurėje ar pietuose ir kt.

4. *Ekonominiai veiksniai*: taikomi pažangūs ekonominiai skatinimo metodai; mieste teikiamos paslaugos; palyginti su kitomis savivaldybėmis ir rajonais gebėjimas geriau išnaudoti mikro- ir mezolygmens sąlygas; ekonomikos struktūra, aukštos pridėtinės vertės kūrimo veiklos, vietinė mokesčių sistema, atlyginimų lygis mieste, kapitalo pasiekiamumas mieste; miesto mokslo tyrimų ir eksperimentinės plėtros institucijos, miesto pramonės klasteriai ir pan.

Kūrybinio miesto gyvavimo proceso kompleksinę analizę sudaro šeši etapai:

**I etapas.** Kūrybinio miesto gyvavimo proceso lyginamasis aprašymas išsivysčiusiose šalyse ir Lietuvoje: apibūdinamas kūrybinio miesto gyvavimo proceso efektyvumas ir sudaroma kriterijų sistema (naudojant atitinkamą literatūrą ir ekspertinio vertinimo metodus); pagal pasirinktą kriterijų sistemą koncepcine ir kiekybine forma aprašoma esama kūrybinio miesto gyvavimo proceso būklė išsivysčiusiose šalyse ir Lietuvoje.

**II etapas.** Palyginamas kūrybinio miesto gyvavimo proceso valdymas išsivysčiusiose šalyse ir Lietuvoje: nustatomos pasaulinės kūrybinio miesto gyvavimo proceso plėtros tendencijos, nustatomi kūrybinio miesto darnaus gyvavimo proceso skirtumai išsivysčiusiose šalyse ir Lietuvoje, nustatomi šių skirtumų plusai ir minusai Lietuvai, nustatoma Lietuvai tinkamiausia kūrybinio miesto gyvavimo proceso praktika, atsižvelgiant į faktines sąlygas, įvertinami skirtumai tarp suinteresuotų grupių žinių apie geriausią pasaulinę praktiką ir jų naudojamos praktikos.

**III etapas.** Suformuojamos bendrosios rekomendacijos, kaip pakelti suinteresuotų grupių, dalyvaujančių kūrybinio miesto gyvavimo procese, efektyvumo lygį.

**IV etapas.** Pateikiamos konkrečios rekomendacijos, kaip padidinti kūrybinio miesto gyvavimo proceso efektyvumą. Kiekvienai bendrajai rekomendacijai, suformuluotai trečiajame etape, pasiūlomos kelios alternatyvos.

**V etapas.** Atliekama kūrybinio miesto gyvavimo proceso komponentų daugiakriterinė analizė ir atrenkamos efektyviausios alternatyvos. Šiame etape gauti suderinami ir racionalūs kūrybinio miesto gyvavimo proceso komponentai sujungiami į darnų kūrybinio miesto gyvavimo procesą.

**VI etapas.** Efektyviausi kūrybinio miesto gyvavimo proceso sprendimai diegiami praktikoje, vykdomas transformacinis mokymasis ir suinteresuotų grupių elgsenos racionalizavimas.



## IŠVADOS

Kūrybinis miestas yra tam tikra utopinė aplinka, kurioje kūrybininkai keičiasi idėjomis būdami pakantūs ir tolerantiški tiek savo, tiek kitų klasių atstovams. Graikiškos kilmės žodis „utopija“ nurodo nesamą vietą (*topos*), vaizdujamą individo ar bendrijos regioną. Šis regionas visada yra kitur, už tam tikro slenksčio, kurį įkūnija naujos žinios ar nepriimti matymai. Tai galima vadinti ir tam tikru mitu, „netikru“ pasakojimu. Vis dėlto tiek utopija, tiek mitas yra tikri tiek, kiek jie yra gairės įgyvendinant kūrybines idėjas. Mito antikinė prasmė – siužetas, pasakojimo ar veiksmo vingis: mitas padeda pakreipti tiek individo, tiek visuomenės raidą. Be to, mitas yra ir komunikacinė terpė, kurioje skleidžiasi kūrybinės idėjos. Kita vertus, nekonfliktiška utopija, kurią kūrybiniam miestui priskiria kai kurie teoretikai, turi mažai ką bendra tiek su miesto tikrove, tiek su kūrybingumu idėja. Miestas yra didžiausias konfliktų mazgas, o kūrybinės idėjos užgrūdinamos netolerancijos ir nepakantumo žaizdre. Maža to, kūrybos ištaka slypi tikrovės ir utopijos, pasakojimo ir mito konflikte. Miesto kūrybingumas nustatomas taikant integralius kriterijus.

Gauta 2014 06 26

Priimta 2014 07 04

## Literatūra

1. Bajarkevičius, T. 2014. „Garso meno praktikos miesto erdvėse“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 22(1): 69–76.
2. Baudrillard, J. 1976. *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard.
3. Castells, M. 1989. *The Informational City; Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*. Oxford/Malden, MA: Blackwell.
4. Cheshire, P.; Hay, D. G. 1989. *Urban Problems in Western Europe: An Economic Analysis*. London: Unwin Hyman.
5. Čiupailaitė, D. 2014. „Architektų vaidmens ir statuso dilemos posocialistiniame mieste“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 22(1): 15–37.
6. Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
7. Florida, R. *Cities and Creative Class*. New York: Routledge.
8. Hall, P. 1998. *Cities in Civilization: Culture, Innovation, and Urban Order*. London: Weidenfeld & Nicolson.
9. Jacobs, J. 2000. *The Death and Life of Great American Cities*. London: Pimlico.
10. Jacobs, J. 1970. *The Economy of Cities*. New York: Vintage Books.
11. Jakaitis, J.; Paliulis, N. K. 2013. „Public-private Partnership: Improving Landscape Quality of Modern Architecture“, *The Journal of Architecture and Urbanism* 37(3): 31–41.
12. Kačerauskas, T. 2011. „Miesto erdvės ir kultūros naratyvai“, *Urbanistika ir architektūra* 35(2): 141–146.
13. Kantas, I. 1987. *Praktinio proto kritika*. Vertė R. Plečkaitis. Vilnius: Mintis.
14. Krėvė, V. 1974. *Skerdžius: apsakymai*. Vilnius: Vaga.
15. Landry, C. 2000. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan Publications.
16. Lavrinec, J. 2014a. „Community Art Initiatives as a Form of Participatory Research: the Case of Street Mosaic Workshop“, *Creativity Studies* 7(1): 55–68.
17. Lavrinec, J. 2014b. „Miesto studijos: tyrimo taktikos ir strategijos“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 22(1): 1–2.
18. Lavrinec, J. 2013. „Urban Scenography: Emotional and Bodily Experience“, *Limes: Borderland Studies* 6(1): 21–31.
19. McAvoy, M.; Cohen N. 2002. „Time to Give Space to Regeneration“, *Financial Times*, 13 September.
20. Masure, Ph. 2003. *Variables and Indicators of Vulnerability and Disaster Risk for Land-use and Urban or Territorial Planning*. Information and Indicators Program for Disaster Risk Management. Inter-American Development Bank. Manizales – Colombia.
21. Petrakos, G.; Economou, D. 2000. *Internationalism and Structural Changes in European System of Urban Centers in Adricopoulou*, eds. H. and G. Kafkalas. Athens: The New European Space.
22. Raipa, A. (ats. red.). 2007. *Naujoji viešoji vadyba*. Kaunas: Technologija.
23. Samalavičius, A. 2004. *Idėjos ir struktūros architektūros istorijoje*. Vilnius: Kultūros barai.

24. Scott, A. J. (ed.). 2001. *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*. New York: Oxford University Press.
25. Sinkienė, J. 2008. „Miesto konkurencingumo veiksniai“, *Viešoji politika ir administravimas* 25: 67–82. Kaunas: Technologija.
26. Storper, M.; Scott, A. J. 2003. “Regions, Globalization, Development”, *Regional Studies* 37(6–7): 579–593.
27. Storper, M. 1997. *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*. New York / London: The Guilford Press.
28. Urbonaitė, I. 2013. „Rekreacinių funkcijų raiškos transformacijos posovietinio miesto viešosiose erdvėse. Vilniaus atvejis“, *The Journal of Architecture and Urbanism* 37(3): 194–209.
29. Urbonaitė-Barkauskienė, V. 2014. „Vilniaus graffiti žemėlapis kaip socialinės miesto kaitos indikatorius: Naujininkų rajono atvejis“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 22(1): 53–68.
30. Webster, D.; Muller, L. 2000. *Urban Competitiveness Assessment in Developing Country Urban Regions: The Road Forward*. Paper prepared for Urban Group, INFUD, The World Bank, Washington, July 17.
31. Wittgenstein, L. 1990. “Philosophische Untersuchungen”, in *Wittgenstein’s Werkausgabe*, Bd. 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (vert. į liet. k.: Vitgenšteinas, L. 1995. „Filosofiniai tyrinėjimai“, iš *Rinktiniai raštai*. Vertė R. Pavilionis. Vilnius: Mintis, 113–394.)

TOMAS KAČERAUSKAS, ARTŪRAS KAKLAUSKAS

## Creative city: the myths and utopias

### Summary

The article deals with the concept, myths and utopias of a creative city. According to the authors, a city is narrow, not spacious and not roomy for its inhabitants, peculiarly for creative workers. There are the pull and repulsion forces between an artist and the city. An artist is pulled by concentration of creative workers and arts in the city and is repulsed by city’s uproar that disturbs creation and enforces creative schemes. Similarly, the city is pulled by an outstanding artist, with whom it connects its identity, while the chaotic living and claims of an artist repulse. There has been developed the idea of M. McLuhan that a big city turned to a village because of the media. On the one hand, the distance between different sides of a big city becomes very small because of the media that is why a big city contracts to a village. On the other hand, a message to be communicated in a big city corresponds to a rumour of a village. A novelty emerges in city environment, but this novelty loses its individuality and diversity being duplicated. A global big city is stable only being a village: different individuals are connected only by the bent for rumours. The tolerance of a city is the other side of its anonymity: the bigger is the space of a city the more it is divided into the private spaces covered from the aliens. The public space of the media as no other is fraught with danger: by ensuring bigger circulation of creative ideas the publicity levels them while it enforces a standard of understanding.

**Key words:** creative city, creative society, urban spaces, mediated environment, global city, cosmopolitan city