

**MOKSLINIŲ TYRIMŲ,
EKSPERIMENTINĖS PLĖTROS
IR INOVACIJŲ RAIŠKA
KŪRYBINIŲ IR KULTŪRINIŲ
INDUSTRIJŲ
AUDIOVIZUALINIAME
SEKTORIUJE FRASCATI
NUOSTATŲ KONTEKSTE**

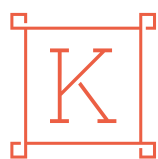
**TYRIMO IŠVADOS IR
REKOMENDACIJOS**



ATEITIES
VISUOMENĖS
INSTITUTAS

Tyrimas atliktas įgyvendinant projektą „MTEPI potencialas ir raiška KKI audiovizualiniame sektoriuje Frascati nuostatų kontekste“.

Projektą iš dalies finansavo Kultūros taryba ir Lietuvos Respublikos kultūros ministerija.



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA



ATEITIES
VISUOMENĖS
INSTITUTAS

Projekto partneriai:



LIETUVOS
INOVACIJŲ
CENTRAS



mita
MOKSLO, INOVACIJŲ IR TECHNOLOGIJŲ AGENTŪRA



**Vilniaus
Kino
Klasteris**

Autoriai:

Tyrimo vadovė dr. Erika Furman

Prof. dr. Jūratė Černevičiūtė

Prof. dr. Artūras Jakubavičius

Prof. dr. Eglė Butkevičienė

Dr. Eglė Vaidelytė

Prof. dr. Rolandas Strazdas

Ekspertė Giedrė Stumbrytė

Tyrėja Indrė Norkeliūnė

Nuoširdžiai dėkojame sektoriaus atstovams, prisidėjusiems prie tyrimo:

už kritines pastabas – Kęstučiui Drazdauskui;

už skirtą laiką ir dalyvavimą sociologinėse apklausose – Ramūnui Greičiui,

Mariui Jovaišai, Evaldui Kubiliui, Romanui Matuliui, Kristijonui Mazūriui,

Martynui Mickėnui, Žilvinui Naujokui, Norbertui Pranckui, Marijai Razgutei,

Donatui Šimukauskui, Donatui Ulvydui, Urtei Vaicekauskaitei, Mantvidui Žalėnui.

SANTRUMPOS

ES – Europos Sąjunga

KKI – kūrybinės ir kultūrinės industrijos

MTEP – moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra

MTEPI – moksliniai tyrimai, eksperimentinė plėtra ir inovacijos

IŠVADOS

KKI SEKTORIAUS POTENCIALAS

1. KKI produktai ir paslaugos išsiskiria ypatingu estetiniu, semiotiniu, sensoriniu ar patyrimo turiniu. Šių produktų vertę sudaro jų „prasmė“ kaip kultūros ar socialinių suvokimų dalis, stiprinanti dvasines, estetines nuostatas arba bendruomenės kultūrinį tapatumą. Kultūros prekės priskiriamos vadinamajai „mišrių“ prekių kategorijai, t. y. prekėms, kurios turi tiek privačios, tiek viešosios gėrybės požymių. Dėl šių savybių juos galima laikyti ateities produktais ir paslaugomis, kurie turi didelę galią ir įtaką visuomenės sąmoningumui.
2. Analizuojant kūrybines ir kultūrinės industrijas (KKI) mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) kontekste tampa akivaizdu, kad ši tyrimų sritis yra gana nauja ne tik Lietuvoje, bet ir apskritai akademiniam pasaulyje. Menai, kaip ir socialiniai, humanitariniai mokslai, lėtai integruojasi į bendrą MTEPI politiką ne tik Lietuvoje, bet ir Europoje. Viena iš žymiausių JK KKI tyrimų organizacijų NESTA kartu su Menų ir humanitarinių mokslų tyrimų taryba ir daugiadiscipliniu Londono universiteto koledžu (UCL) siūlo praplėsti Frascati vadovo MTEP (R&D) apibrėžimą, kuris leistų pripažinti kaip MTEP daugiau menų, socialinių ir humanitarinių mokslų vykdomų veiklų.
3. Daugeliu atvejų KKI sektoriaus tyrėjai inovacijas nagrinėja mokslo teorijų kontekste, nesiedami nei su Oslo vadove, nei su Frascati vadove apibrėžtomis inovacijų ir MTEP sampratomis, kuriomis paremta inovacijų skatinimo politika ES ir Lietuvoje. Tai demonstruoja pačių mokslininkų neįsitraukimą į ES politikos formavimo procesus ir turinį.
4. Kūrybinėse industrijose vienos inovacijų sampratos nėra, nes kiekvienas kūrybinio rezultato (intelektinės nuosavybės) produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija (intelektinės kūrybos originalas, prototipas). Inovacijos naujumo lygį pripažįsta srities ekspertai – menininkai, vertintojai, ekspertai, vartotojai, taip pat yra meno lauko dalyvių susitarimas. Meno tyrimus MTEPI kontekste verta plėtoti kaip tarpstritinį dialogą ir ekspertines diskusijas.

AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS POTENCIALAS

5. Pagrindiniame Lietuvos KKI politiką reglamentuojančiame dokumente – Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 m. plėtros kryptyse – pažymima, kad KKI yra svarbi ir perspektyvi Lietuvos ūkio ir visuomenės gyvenimo dalis. Iš KKI audiovizualinis sektorius kartu su dizainu įvardijamas kaip turintis didžiausią ekonominį potencialą Lietuvoje. Vertinant audiovizualinio sektoriaus struktūrą, ekonominio augimo potencialą, kino industrija laikoma viena svarbiausių KKI sričių pasau-

- lyje, ypač imli investicijoms ir inovacijoms, kurianti brangius produktus ir turinti ypatingą ekonominę, kultūrinę reikšmę ir socialinį poveikį.
6. Dėl daugiasektorės kino prigimties, kurią sudaro, viena vertus, žanrų įvairovė (trileris, komedija, siaubo filmas, drama ir t. t.), kita vertus, turinio daugiasluoksniškumas (scenarijus, režisūra, muzika, aktorystė, kostiumai, grimas, specialieji garso, vaizdo, mechaniniai ir kt. efektai), technologiniai, vadybos, logistikos, informacinių komunikacijų sprendimai ir t. t. MTEPI potencialas kino industrijoje yra labai didelis. Kiekvieną iš minėtų sričių galima analizuoti MTEP potencialo kontekste. MTEP kino pramonėje nėra moksliskai nagrinėta sritis, nors esama plataus akademinio problematikos diskurso.
 7. Užsienio mokslininkų teigimu, kino pramonė yra prototipų pramonė ir kiekvienas atskiras naujas produktas yra prototipas, t. y. kiekvienas kino filmas yra unikalus, sudarytas iš struktūrinių savybių rinkinio, kuris skiria jį nuo kitų kino filmų. Nagrinėjant pagrindinių kino inovacijų skirstymą pagal vertės kūrimo grandinės etapus ir inovacijų tipus, apibrėžtus Oslo vadove (produkto, proceso, organizacinės), siūloma papildyti inovacijų tipus „minkštosiomis“ inovacijomis (Chapain, Stachowiak, 2017). Lietuvos autoriai (Černavičiūtė, Strazdas, et. Al., 2015), analizuodami KKI sektorių (tarp jų ir audiovizualinį), išskiria didelį sistemų inovacijų potencialą.
 8. Įprastai medijų produktai (pvz., kino filmas) platinami, naudojantis informacinėmis komunikacijų technologijomis, ir pademonstruoja kūrybinį produktą, ir įgyja komercinę vertę tik panaudojus technologines platinimo, transliavimo priemones. Todėl turinio transliavimui turi ypač didelę reikšmę sukurti turinio komunikaciniai kanalai, kurie ir priartina turinį prie vartotojo. Analizuojant audiovizualinio sektoriaus potencialą MTEPI kontekste matyti, kad produktų platinimo sistemos ir kiti verslo ir socialiniai modeliai yra potencialūs MTEP produktai kino industrijoje.
 9. MTEPI daugiasektorėje ir daugiasluoksniėje (žinių imlumo prasme) kino industrijoje neabejotinai egzistuoja, juos belieka „atrasti“, ypač pačios kino industrijos atstovams ir mokslininkams. Šiems procesams paspartinti būtina suformuoti gebėjimus identifikuoti MTEP, paskatinti susidomėjimą MTEP skatinimo priemonėmis. Nauji audiovizualiniai produktai ir sektoriaus teikiamos paslaugos gali prisidėti prie Europos ir Lietuvos identiteto stiprinimo ir formavimo.

MTEPI SKATINIMO INSTRUMENTAI

10. Inovacijos dėl savo prigimties yra didelio neapibrėžtumo ir aukštos rizikos, todėl, siekiant skatinti inovacijas nacionaliniu mastu, valstybės intervencija inovacijų srityje suprantama kaip neišvengiama inovacinio proceso sudėtinė dalis, t. y. valstybė nusprendžia įsikišti į rinkoje vykstančius inova-

cijų kūrimo, vystymo procesus. ES sukurta reglamentuota, sisteminga ir kompleksiška inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimo sistema, matyti, yra nepakankama ekosistema visų sričių augimui, kur potencialą turinčios industrijos daro mažiausią pažangą. Tai paskatino ieškoti intervencinės sistemos spragų.

11. Europos Sąjungoje sukurta MTEPI politika, priemonės ir instrumentai Europos verslo konkurencingumui didinti rodo nedidelį efektyvumą tiek Europos mastu, tiek Lietuvoje. 2017 metų Europos inovacijų švieslentėje Lietuva užima tik 16-tą vietą tarp visų ES valstybių. Žemą Lietuvos MTEPI politikos efektyvumą patvirtina ir Valstybės kontrolės audito išvados.
12. 2014–2020 m. ES finansinio programavimo laikotarpiui Europos Sąjungos šalys narės įsipareigojo parengti sumanios specializacijos strategijas, kuriose kiekviena numato savo šalies MTEPI raidos kryptis ir prioritetus. Lietuva nustatė šešias prioritetines mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos kryptis. KKI sektorius yra identifikuotas kaip vienas iš potencialių prioriteto „Įtrauki ir kūrybinga visuomenė“ dalyvių. Sumanios specializacijos kontekste audiovizualinės medijos išskirtos kaip vienos iš didžiausių potencialų Lietuvoje turinčių KKI sričių, tai sudaro prielaidas audiovizualinio ir kino sektoriaus įmonėms gauti valstybės investicijų MTEP projektams finansuoti.
13. Lietuvoje MTEP skatinimui naudojamos mokesčių lengvatos ir ES struktūrinių fondų priemonės, kaip dalinio kofinansavimo instrumentai. Mokesčių lengvatos yra trys: 1) pelno mokesčio lengvata įmonėms, kurios vykdo MTEP veiklą, 2) pelno mokesčio lengvata, numatanti pagreitintą MTEP naudojamo ilgalaikio turto amortizaciją ir 3) pelno mokesčio lengvata pajamoms, gautoms iš MTEP veiklos sukurtų rezultatų pardavimo. Siekdamas pasinaudoti MTEP mokesčių lengvatomis, įmonės turi identifikuoti vykdomas MTEP veiklas, tinkamai jas dokumentuoti, deklaruoti mokesčių administratoriui (Valstybinei mokesčių inspekcijai) ir pasinaudoti lengvata.

MTEP MOKESČIŲ LENGVATOS

14. Lietuvoje pelno mokesčio lengvata pasinaudojusių įmonių skaičius šalyje išlieka santykinai mažas (149 iš 93 017 ūkio subjektų 2015 m.). Mokesčių lengvatų MTEP srityje skatinimas Lietuvoje neatitinka pažangiausių kitų šalių praktikų. Esamos priemonės yra riboto taikymo, nėra pritaikytos mažų ir vidutinių, naujų įmonių MTEP veikloms skatinti, nes norint jomis pasinaudoti reikia papildomų žinių ir išteklių, kurių mažos ir vidutinės įmonės stokoja.
15. Audiovizualinis sektoriaus įmonės MTEP mokesčių lengvatų instrumentais Lietuvoje nesinaudojo. Tačiau tyrimų duomenys rodo, kad kitose šalyse (pvz., Jungtinėje Karalystėje) MTEP audiovizuali-

- niame sektoriuje vykdomas, deklaruojamas ir naudojamas mokesčių lengvatomis.
16. Analizuojant mokesčių skatinamąsias priemones MTEP terpei sukurti, matyti, kad skirtingų šalių mokesčių lengvatų modeliai skiriasi pagal mokesčių lengvatos rūšis; atskiras MTEP išlaidų rūšis; atskiras MTEP projektų išlaidų kategorijas; įmonių mokesčių kategorijas. Lietuvos mokesčių lengvatos MTEP mokesčių lengvatų reitinge užima 54 ir 59 vietas iš 84.
 17. Pažangiausios MTEP mokesčių lengvatos Europos Sąjungos (Europos ekonominės erdvės) mastu yra:
 1. Prancūzijos MTEP mokesčio lengvata „Jeunes Entreprises Inovantes“, naujos įmonės, kurių sąnaudų 15 proc. ar daugiau sudaro MTEP, atleidžiamos nuo socialinių mokesčių (vidutiniškai 4 m. laikotarpiui), 1 metus atleidžiama nuo pelno mokesčio, antrus – 50 proc. pelno mokesčio lengvata.
 2. Norvegijos MTEP mokesčio lengvata „SkatteFUNN“, mažinanti pelno mokestį SVĮ 20 proc., didelėms įmonėms – 18 proc. iki 1 mln. EUR.
 3. Danijos MTEP mokesčio lengvata „Accelerated amortization“, sutrumpinanti MTEP įrangos nusidėvėjimą iki 1 metų.
 4. Nyderlandų MTEP mokesčio lengvata „WBSO“, mažinanti įmonių išlaidas MTEP veikloms sumažinant pelno, gyventojų pajamų, valstybinio socialinio draudimo mokesčius, taip pat prototipavimą, MTEP įrangos sąnaudas.
 18. Vienintelis šiuo metu motyvacinis instrumentas Lietuvoje siekiant MTEP veiklų vystymo yra mokesčių lengvatos, kurios akivaizdžiai nėra efektyvios ne tik KKI, bet ir kituose verslo sektoriuose bendrai. Mokesčių lengvatų taikymas reikalauja papildomų žinių (MTEP veiklų atpažinimo), sąnaudų (MTEP veiklų dokumentavimo) ir rizikos, kuri atsiranda su tikrinančiomis institucijomis. Darytina išvada, kad šios pelno mokesčio lengvatos nemotyvuoja KKI sektoriaus ir turi būti svarstomi kiti galimi instrumentai.

ES INTERVENCINIS SKATINIMAS

19. Vadovaujantis Sumanios specializacijos strategijos prioritetais, Lietuvoje 2014–2020 m. ES finansavimo laikotarpiu patvirtinta 24 MTEP skatinimo instrumentai, įskaitant žmogiškųjų išteklių priemones, pagal kurias numatomas skirti 740 362 860,00 Eur finansavimas.
20. Analizuojant Lietuvos intervencines priemones matyti, kad didžiausias instrumentų kiekis Lietuvoje skirtas investicijoms į MTEP didinimui (12 instrumentų iš 24) – privačiam sektoriui skatinti (subsidijos ir paskolos įmonių MTEP veikloms) ir viešajam sektoriui (parama viešojo sektoriaus MTEP). Pastebėtina, kad instrumentų kiekiu (7 iš 24) išsiskiria ir inovacijų ekosistemos galimybių stipri-

nimas ir sinergijų paieška, skirta sinergijų skatinimui, ekosistemų galimybių didinimui. Mažiausia dalis instrumentų numatyta gebėjimų ugdymui ir prieigai prie ekspertinių žinių.

„INTELEKTAS“ KAIP MTEP VERTINIMO KKI ATSPINDYS

21. Atliekant ES intervencinių instrumentų, skatinančių MTEP veiklas, analizę, buvo pasirinktas „Intelektas“ kaip vienas iš svarbiausių Sumanios specializacijos įgyvendinimo instrumentų, aktualiausias verslo įmonėms, o šio tyrimo rėmuose – KKI audiovizualiniam sektoriui. Iš „Intelektas“ analizės matyti, kad MTEP vertinimo kriterijai skirtingoms pramonės sritims yra vienodi, tačiau žinant KKI produktų specifiškumą, kad jų dalis yra meno produktai, nėra atskirų vertinimo kriterijų.
22. Mokslo įstaigose yra reglamentuoti kvalifikaciniai dėstytojų menininkų, mokslo darbuotojų reikalavimai, Švietimo ir mokslo ministerijos patvirtinta Mokslo ir studijų institucijų mokslo (meno) darbų vertinimo metodika, šie dokumentai nustato menininkų, kaip mokslo darbuotojų, ir meno kūriniių vertinimo kriterijus. Meno kūrinio, kaip sudėtinės KKI produkto dalies, vertinimo kriterijai nėra integruoti į „Intelektas“ projektų naudos ir kokybės vertinimo kriterijus, tai įrodo šio instrumento abstrahavimą iš KKI lauko ir negalimo jo taikymo.
23. Darytina išvada, kad dabartiniai „Intelektas“ kriterijai neatitinka ir neleidžia tinkamai įvertinti kuriamų KKI (tarp jų meno) produktų MTEP ir atskleisti KKI MTEP potencialo, tiriamuoju atveju – audiovizualiniame sektoriuje. Naujų kriterijų nustatymas atveriant galimybes kultūros ir kūrybos turinio produktams nėra šio tyrimo uždavinys, tačiau atkreiptinas dėmesys, kad tai yra galima kliūtis siekiant sektoriui ES finansavimo.
24. MTEP skatinimo instrumentai yra valstybės intervenciniai instrumentai, jų pritaikymas specifiniams produktams yra valstybės politikos dalis. Šiuo metu visi instrumentai yra sukurti visoms pramonės šakoms bendrai, nevertinant galimo produkcijos poveikio socialinei gerovei, kuri, viena vertus, gali pasirodyti nereikšminga bendrame ekonominiame kontekste, tačiau įvertinus gyventojų emigracijos, nusivylimo ir kitas esamas socialines problemas, naujų MTEP produktų turinys gali pasirodyti labai reikšmingas tiek bendrai šalies ekonomikai, tiek gyventojų ir dirbančiųjų skaičiaus didinimui Lietuvoje arba jų motyvacijai likti Lietuvoje. Prasmės ir identiteto diskusijos vyksta ir Europos mastu. Išmatuoti audiovizualinių produktų poveikį vartotojų nuomonei reikėtų atlikti papildomus tyrimus, tačiau šio tyrimo kontekste matyti, kad vykdoma ūkio, švietimo ir mokslo politika nesudaro lygių sąlygų kultūrinio ir estetinio turinio produktų kūrimui ir su tuo susijusiai MTEP veiklai, taip pat neišskiriant dvasinio turinio produktų poveikio žmogaus sveikatai, emocinei būklei ir kitiems gerovės parametrams.

TARPTAUTINĖS PROGRAMOS IR GALIMYBĖS

25. Didžiausia Europos Sąjungos tyrimų ir inovacijų programa 2014–2020 m. yra „Horizontas 2020“. Prioritetas „Pažangus mokslas“ (angl. Excellent Science) skirtas skatinti aukšto lygio mokslinius tyrimus, „Pramonės lyderystė“ (angl. Industrial Leadership) – skatinti inovatyvias mažas ir vidutinės įmones ir jų vykdomus tyrimus pramonės technologijų srityse, o „Visuomenės iššūkiai“ (angl. Societal Challenges) – skatinti visuomenei aktualių klausimų, susijusių su klimato kaita, transportu, energetika, maisto sauga, saugumu ir kita, sprendimus. Didžiausia ES programa moksliniams tyrimams ir inovacijoms „Horizontas 2020“ yra tarptautinė MTEPI finansavimo galimybė KKI audiovizualinio sektoriaus įmonėms, teikiant paraiškas tiek pavieniui, tiek su tarptautiniais partneriais. Iš pirmųjų programos rezultatų matyti, kad Lietuvos pareiškėjų dalyvavimas „Horizonto 2020“ programoje apima ir Sumanios specializacijos proveržio inovacijų sritį, kuriai priklauso audiovizualinės medijos, tačiau konkurencija dėl finansavimo yra didelė ir MTEPI projektų idėjos tarptautiniu mastu turi būti aktualios bei reikšmingos, atitinkančios programos prioritetus.

LIETUVOS AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS MTEP RAIŠKA

26. Audiovizualinis sektorius tyrimui pasirinktas dėl jo daugiasektorės prigimties (apima daug KKI sektorių) ir imlumo inovacijoms. Empirinio tyrimo metu buvo siekiama atskleisti audiovizualinio sektoriaus atstovų (ekspertų) požiūrį į šio sektoriaus kompetencijas vystant inovacijas, atskleisti esamas praktikas, išryškinti šių praktikų MTEP požymius ir galimybes kuriant į inovacijas orientuotą audiovizualinių paslaugų ir produktų kultūrą.
27. Interviu ir grupinės diskusijos buvo pagrįsti dviem projekto tikslų atliepančiomis dimensijomis (uždaviniais): 1) MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje samprata ir bruožai pagal Frascati vadovą (2015); 2) MTEPI veikla audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese. Kaip teigiama Frascati vadove (2015), tam, kad tam tikra veikla būtų pripažinta MTEP, yra naudojami penki kriterijai: veiklos naujumas, kūrybiškumas, neapibrėžtumas (rezultatų atžvilgiu), sistemingumas, perdavimas (arba atkartojimas, tiražavimas).
28. Lietuvos audiovizualiniame sektoriuje tyrimo metu išskirti 3 tipai priemonių, kuriomis siekiama audiovizualinio produkto ar paslaugos naujumo: (1) naujos technologinės priemonės; (2) naujos turinio kūrimo priemonės; (3) naujos produkto (paslaugos) sklaidos ir poveikio priemonės. Kaip ne mažiau svarbus akcentuotas sklaidos ir naujų poveikio priemonių kūrimas, kai sukonstruojami modeliai, kurie paskatina vartoti audiovizualinio sektoriaus kuriamą produktą. Sudėtingiausias yra naujų turinio priemonių kūrimas (čia svarbūs tampa aktoriai, režisieriai, turinio sprendimai,

kuriamos emocijos).

29. Respondentai akcentavo, kad naujų žinių dažniausiai reikia iš įvairiausių mokslų sričių: technologijos ir fizinių (pvz., fizikos ir pan.), socialinių (pvz., sociologijos, psichologijos ir pan.), humanitarinių (pvz., istorijos ir pan.), biomedicinos ir kt. Dažniausiai šis poreikis siejamas su audiovizualinio produkto specifika (pvz., filmo turiniu). Žinios įgyjamos įvairiais būdais: kviečiantis ir konsultuojantis su specialistais, vykdant apklausas, atliekant tyrimus ir bandymus. Tačiau didžioji dalis respondentų pabrėždavo eksperimentinės plėtros svarbą. Eksperimentinės plėtros svarba buvo akcentuojama visų respondentų, buvo kartojama, kad vyksta bandymai ir pakartotinių tobulinimai. Tad atkreiptinas ypatingas dėmesys ne tiek į mokslinių tyrimų (MTEP etapai 1–4), kiek į eksperimentinės plėtros svarbą (MTEP etapai 6–9).
30. Interviu ir diskusijų dalyviai teigė, kad neapibrėžtumas būdingas veiklai audiovizualiniame sektoriuje ir atsiskleidžia viso audiovizualinio produkto kūrimo proceso metu: pradedant nuo idėjos scenarijui, nuo aktorių atrankos ir baigiant galutinio produkto tobulinimu atsižvelgiant į testuojamos auditorijos refleksijas. Respondentų teigimu, neapibrėžtumo valdymui naudojamas testavimas. Visi tyrimo dalyviai sutinka, kad veiklos sistemingumas priklauso nuo aiškaus plano, biudžeto išdėstymo, vietos ir žmoniškųjų išteklių parinkimo, darbų planų. Kalbėdami apie MTEP vykdomų veiklų gautų žinių tiražavimą, diskusijų dalyviai teigė, kad būtent sėkmingas gautų žinių integravimas į galutinius produktus garantuoja komercinę sėkmę ir mažina neapibrėžtumą, riziką. Diskusijose taip pat buvo akcentuotos autorių teisės ir patentavimas.
31. Analizuojant MTEPI veiklą audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese išryškėjo audiovizualinio sektoriaus atstovų leksikos skirtumai apibūdinant vykdomas veiklas, nesusitarimai dėl vartojamų sąvokų sektoriuje arba jų tikslų reikšmių.
32. Interviu ir grupinių diskusijų metu buvo išsamiai aptarti audiovizualinio sektoriaus produkto ar paslaugos kūrimo proceso etapai. Diskusijoje išryškėjo daugiau taikomųjų nei fundamentinių žinių poreikis. Respondentai pabrėžė žinių taikymo svarbą kuriant audiovizualinį produktą (paslaugą).
33. Pavyko užfiksuoti kelis bendrus požiūrius. Konceptijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas) susijęs su testavimais, bandymais. Šiame procese dalyvauja visa audiovizualinio produkto kūrybinė grupė.

Kas yra modelis ar maketas, nuomonės išsiskyrė. Tačiau pavyko surasti prototipo apibrėžimą, nors diskusijoje nuskambėjo keletas galimų versijų.

Audiovizualinio produkto prototipu yra įvardijama parengta, bet dar iki galo nesutvarkyta produkto versija, kurią dar galima tobulinti atsižvelgiant tiek į ekspertų, tiek ir į potencialios audi-

torijos rekomendacijas.

Pasak diskutantų, prototipo demonstravimas yra suvokiamas kaip „pusiau viešas“ demonstravimas, kai jau yra sumontuotas produktas, turintis visus produkto elementus (garsą, šviesą, kt.).

Diskusijos dalyviai identifikavo kelis naujo produkto įvertinimo adresatus: filmo dramaturgo, montuotojo, distributoriaus vertinimą, auditorijos apklausą.

34. Tyrimo dalyvių nuomonės išsiskyrė nustatant MTEP etapų ribas. Todėl darytina išvada, kad patys sektoriaus atstovai turi susitarti dėl MTEP terminologijos ir etapų ribų nustatymo, kaip ir dėl produktų išvystymo etapų.
35. Vertinant audiovizualinio sektoriaus produktų (paslaugų) atitiktį MTEP sampratai pagal Frascati vadovą (2015), galima teigti, kad audiovizualinio sektoriaus produktai atitinka nustatytus MTEP požymius.
36. Audiovizualiniame sektoriuje yra poreikis tiek technologinėms, tiek netechnologinėms inovacijoms. Vertinant produktą sukūrimo požiūriu, dominuoja netechnologinės, kūrybinės arba kitaip vadinamos „minkštosios“ inovacijos ir su tuo susijusios socialinių, humanitarinių ir menų MTEP veiklos.
37. Kūrybos pramonėje sukurtų žinių perdavimas nėra siekiamybė, neturi plataus tiražavimo poreikio ir plačių perdavimo galimybių, žinių perdavimas yra per brangus (kadangi kiekvieną kartą siekiama originalumo). Tačiau šio sektoriaus didžioji dalis žinių yra autoriaus, bendraautorių kūryba arba specializuotos žinios, kurių nesiekama perduoti arba tiražuoti.
38. Pagal Frascati vadovą moksliniai tyrimai turi būti formalizuoti. KKI sektoriaus įmonėms vykdamas MTEP veiklą, gaunamos unikalios žinios, kurios turi ribotą tiražavimo galimybes, todėl MTEP proceso dokumentavimas dažnai tampa per brangus. Dėl šios priežasties audiovizualiniame sektoriuje dominuoja neišreikštos žinios (angl. Tacit knowledge) ir pažangioji patirtis („know how“). Kuriant audiovizualinį produktą ar paslaugą pereinami visi MTEPI produkto kūrimo etapai.

MTEP VEIKLŲ ATPAŽINIMO IR DOKUMENTAVIMO METODOLOGIJA

39. KKI verslo įmonės vykdo MTEP, tačiau, kaip bebūtų paradoksalu, dažnu atveju nežino, t. y. savo vykdomose veiklose to neatpažįsta ir neidentifikuoja, savo veiklas apibrėždamos kitais (kaip kūryba ar pan.) nei moksliniais terminais.
40. MTEP veikloms, nepriklausomai nuo to, kas jas vykdo, yra būdingas tam tikrų bendrų bruožų rinkinys. MTEP veikla visada siekiama naujų sprendinių, pagrįstų originaliomis koncepcijomis (ir jų interpretacijomis) arba hipotezėmis. Galutiniai MTEP veiklos rezultatai (ar bent jiems pasiekti reikalingi laiko ir kiti išteklių) pasižymi neapibrėžtumu. MTEP veikla yra planuojama, turi biudžetą (net

jei ją atlieka individualūs asmenys) ir ja siekiama generuoti rezultatus, kurie gali būti perduodami arba parduodami rinkoje. Projekto sąmata gali būti formalizuota (parengta ir patvirtinta prieš įgyvendinant projektą) ir (arba) įvertinta (identifikuota) pagal projekto vykdymui faktiškai alokuotus resursus bei projekto metu faktiškai patirtas sąnaudas. Kad veikla būtų pripažinta MTEP veikla, ji visada (nepriklausomai nuo to, ar ji yra nuolatinė, ar atsitiktinė) turi atitikti penkis pagrindinius kriterijus, ji turi būti: nauja (originali), kūrybiška, neapibrėžta; sisteminga, perduodama ir (arba) atkartojama.

41. Pateikta metodologija yra universali KKI sektoriui. Kiekvienas KKI sektorius galėtų adaptuoti šią metodologiją papildydamas ją atitinkamų subsektorių pavyzdžiais. Šis procesas paskatintų srities ekspertų, mokslininkų, menininkų ir verslininkų diskusijas susitarti dėl MTEP veiklų atpažinimo atskiruose sektoriuose ir kitų MTEP veiklų skatinančių ir ribojančių priemonių.

REKOMENDACIJOS

1. Kūrybinėse industrijose vienos inovacijų sampratos nėra, nes kiekvienas kūrybinio rezultato (intelektinės nuosavybės) produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija (intelektinės kūrybos originalas, prototipas). Inovacijos naujumo lygis KKI sektoriuje didžiąja dalimi nustatomas srities ekspertų – menininkų, vertintojų, ekspertų, todėl reikia siekti tarpšritinio dialogo ir ekspertinių diskusijų meno MTEPI kontekste. Susitarti dėl bendrų sąvokų, supratimo, ribų nustatymo, pasiekti bendrą MTEP veiklų suvokimą, aptarti potencialą, sąsajas su kitomis mokslo sritimis, persvarstyti atskirų sričių ekspertams MTEP skatinimo instrumentų vertinimo kriterijus.
2. Skirtingų šaltinių analizė parodė, kad Lietuvoje sukurti MTEP skatinimo instrumentai nėra efektyvūs tiek verslui apskritai, tiek KKI. Siekiant poveikio MTEP vystymui Lietuvoje apskritai rekomenduotina papildyti skatinamąsias priemones, kurios padėtų atskleisti specifinių sektorių potencialą.
 - 2.1 Mokesčių lengvatų taikymas reikalauja papildomų žinių (MTEP veiklų atpažinimo), sąnaudų (MTEP veiklų dokumentavimo) ir rizikos, kuri atsiranda su tikrinančiomis institucijomis, orientuotas tik į pelningas įmones. Sprendžiant susidariusią spragą rekomenduotina sukurti priemonę, kuri padėtų atpažinti MTEP veiklas verslo sektoriuose ir suteiktų intervencinę pagalbą identifikuoti ir dokumentuoti MTEP ir pasinaudoti mokesčių lengvatomis. Tai turėtų būti vienkartinio poveikio instrumentas, panašus kaip „Inovaciniai čekiai“.
 - 2.2 Dabartiniai „Intelektu“ kriterijai neatitinka ir neleidžia tinkamai įvertinti kuriamų (meno) produktų MTEP, atskleisti MTEP potencialo KKI, tiriamuoju atveju – audiovizualiniame sektoriuje. Turi būti nustatyti nauji kriterijai, atveriantys galimybes kultūros turinio produktams. Rekomenduotina srities ekspertams kartu su mokslininkais, MTEPI ekspertais, ypač su politikos formuotojais išdiskutuoti ir nustatyti meno kūriniais vertinti tinkamus kriterijus, kurie nediskriminuotų jų vertinimo MTEP kontekste.
 - 2.3 Analizuojant KKI MTEPI kontekste matyti eksperimentinės plėtros svarba kuriant ir vystant produktus. Mokslo tyrimai ir analizės nespėja pasivyti nuolatinių technologinių pokyčių industrijoje. Rekomenduotina sukurti priemones, skatinančias eksperimentinę plėtrą įmonėse, kūrybos ir patirties pagrindu atsiejant jas nuo mokslinės veiklos (pvz., „EP produktai“), kuri yra universitetų, o ne verslo įmonių veiklos prerogatyva ir tikslas.
3. Viena vertus, akivaizdus verslo sektoriaus edukacijos trūkumas identifikuojant MTEP veiklų požymius, kita vertus, akivaizdus meno turinio, kaip MTEPI produkto, sukūrimo edukacijos trūkumas MTEPI specialistų lauke, todėl rekomenduotina, kad MTEP atpažinimo edukacinės programos būtų įtrauktos į studijų programas, tai suponuočiau ateities verslo kitokį požiūrį į MTEPI identifikavimą.

