Darbo laikas (https://www.facebook.com/snaujienos) (http://www.snaujienos.lt/video) (http://www.snaujienos.lt/prenumerata

Paieška... 8-41 399536 (http://www.snaujienos.lt/kontaktai) info@snaujien

REKLAMA (/REKLAMA.HTML) | PRENUMERATA (HTTP://WWW.SNAUJIENOS.LT/PRENUMERATA/) | SKELBIMAI | PASLAUGOS (/PASLAUGOS.HTML) | KONTAKTAI (/KONTAKTAI.HTML) | PRANEŠK (/PRANESK.HTML)

| PDF LAIKRAŠTIS (HTTP://WWW.SNAUJIENOS.LT/PRENUMERATA/SKAITYKITE-PDF) | PDF ARCHYVAS (HTTP://WWW.SNAUJIENOS.LT/PRENUMERATA/ARCHYVAS)

ŠIAULIŲ NAUJIENOS (http://www.snaujienos.lt/)

(http://www.snaujienos.lt/index.php?option=com_wbadvert&task=load&id=160)

Kultūros kirtis. Kodėl mums yra svarbios pramogos? (/kultura-ir-pramogos/35116-kulturos-kirtis-kodel-mums-yra-svarbios-pramogos.html)

Remigijus VENCKUS

Peržiūros: 51

(http://www.snaujienc

(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

Remigijaus VENCKAUS archyvo nuotr.

Vilniaus Gedimino technikos universiteto (VGTU) Kūrybinių industrijų fakulteto (KIF) Pramogų industrijų katedros vedėjas doc. dr. Remigijus Venckus savo kuruojamoje „Šiaulių naujienų“ rubrikoje „Kultūros kirtis“ yra ne kartą rašęs apie pramogų industrijas.

Praėjusį penktadienį publikuotame lektorės Jovilės Barevičiūtės interviu turėjote progos susipažinti net su doc. dr. R. Venckaus požiūriu apie Lietuvoje ir VGTU vykdomas pramogų industrijų studijas. Interviu buvo paminėta, kad „pramogų industrijų programa orientuota į pramogų idėjų, pramoginių renginių formatų, pramogų inovacijų kūrimą, renginių organizavimą, įvairių užsienio pramoginių projektų inovatyvų adaptavimą Lietuvoje, jų populiarinimą, pramogų kultūros ir etikos kūrimą bei plėtojimą. Žinoma, esama ir verslo bei vadybos dalykų, bet jie nėra pagrindiniai, pagrindinė orientacija – pramogų komunikacija, o ne jų vadyba. Pramogų industrijų specialistas gebės integruoti efektyvią komunikaciją profesinėje veikloje, taikyti kūrybinius sprendimus ir komunikacijos strategijas valdant pramogų industrijų lauką, vis labiau įsiterpiantį į kiekvieno iš mūsų gyvenimą, laisvalaikį ir pomėgius“.

Tęsdami kritinę ir provokuojančią diskutuoti pramogų temą šį kartą siūlome doc. dr. R. Venckaus straipsnį, kuriame provokuojančiai klausiama, kas yra pramogų industrijos, kokia jų paskirtis, kodėl jos yra labai aktualios šiuolaikiniam žmogui, kuo jos yra susijusios su ekonominiu valstybės išsivystymo lygiu, kodėl turtingesnė ir labiau išsilavinusi visuomenė dažnai ieško vis naujesnių ir įvairesnių pramogų.

Pramogavimas, kuris suvokiamas kaip asmeniui maloni veikla, mūsų gyvenimus lydi lygiai taip pat, kaip ir darbas, kurio metu uždirbame pinigus. Pramoga – tai malonus ir linksmas laiko leidimas, kurį inicijuoja spontaniški žaidimai, aktyvus bendruomenės narių bendradarbiavimas ir jį (bendradarbiavimą) lydintis hobis. Nėra abejingų asmenų pramogoms, nes ir labai pasyvus stebėjimas, kaip vyksta pramogavimas, neretai verčia pasidomėti pramoga ir prie jos prisijungti.

Anot VGTU profesoriaus Valdo Pruskaus, pramoga mus ištinka tuomet, kai siekiame atsipalaidavimo, norime kokios nors papildomos veikos, teikiančios džiaugsmą ir mažinančios kasdienybės įtampas. Laisvalaikio leidimas grupėmis kuria net socialinę visuomenę, o vaikus ir jaunimą net edukuoja. Maža to, pramogomis yra pažymėta net kultūros pagrindo teritorija (t. y. bendruomenės vertybės, tradicija, gyvenimo būdas ir panašiai (žr. Pruskus, V. (2013). Pramoga kaip komunikacijos forma: samprata ir socialinės funkcijos. Santalka: Filosofija, Komunikacija, t. 21, nr. 1, p. 7).

Taigi, pramogų metu mes save identifikuojame ir išskiriame iš kitų bendruomenių, mes kuriame ir keičiame savo pačių tapatybę.

Šiuolaikinių pramogų organizavimas ir įgyvendinimas neapsieina be technologijų integravimo, estetinių sprendimų, finansų valdymo, rinkos ir tendencijų tyrimų, etc. – visa tai mokslininkų lūpomis yra įvardijama pramogų industrijų terminu (eng. entertainment industry). Ši industrija dar kartais yra vadinama šou verslu (angl. show business, show biz), kuris labiausiai siejamas su komerciškai sėkminga, populiaria, reprodukavimo metodu plėtojama meno kūryba (pvz. muzikiniais teatrai, pramoginės TV laidos, filmais, muzika, etc.).

Pramogų industrija taip yra siejama su tretine ekonomikos dalimi bei veikia tamprioje sąveikoje su kitom „sub-industrijomis“ (pvz. medijų industrija, žiniasklaidos industrija, turizmo industrija, etc.). Pramogų industrijų problematika kartais atsispindi ir masinių medijų teorijoje, reflektuojančioje pasilinksminimų produktus (pvz. TV realybės šou projektus, etc.), dar kartais aktualizuojamus kaip masių valdymo įrankius.

Gerokai anksčiau, nei pasaulis išgirdo sąvoką „pramogų industrijos“ viešojoje erdvėje, XIX a. 6-ajame dešimtmetyje galima buvo girdėti terminą „šou verslas“. Labiausiai apie šou verslą kalbėta nuo nuo XX a. 5-ojo dešimtmečio vidurio, kai aptariamas kolektyvinio darbo organizavimas (apimantis vadybininkus, agentus, prodiuseris, distributorius, etc.) ir kūrybos žmones (dailininkus, aktorius, rašytojus, muzikantus ir net scenos techninių sprendimų kūrėjus). Tačiau šiandien ši sąvoka dažniausiai yra siejama su mados

ŠIAULIŲ
Prenumerata Pl
2,3
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve
PIGIAU
NUOMA
Tel. 8 (
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve
Padovanc
pi
Gelb
Save the C
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve
Kiekvien
padeda g
n
Užeida
gyvūnų
gyvenan
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

industrija (kai pasiteiskus masines medijas yra kuriamos ir propaguojamos net mados tendencijos).

Nuo 1941 metų šou verslo pavadinimu taip pat buvo tituluojamas specialus žurnalas (angl. „Show Business"), kurio tikslas – konsultuoti ir padėti atlikėjų meno kūrėjams sėkmingai planuoti ir įgyvendinti savo karjerą. Žurnale buvo skiriama daug vietos pranešimams apie aktorių paiešką, skelbiamos meno vartotojų nuomonės, teatrų naujienos; skiriamas dėmesys talentų ieškančių agentų informacijos platinimui.

Pirmajame leidinio numeryje, sukurtame Leo Shull, panašiame į laikraščio spaudai būdingus kelius puslapius, buvo pateikiami Broadway'jas aktorių paieškos skelbimai bei kitų New Yorko teatrų naujienos. 1960 m. New Yorko miesto meras Robert Wagner net buvo parengęs specialiuosius skelbimus, skirtus balandžio 25-osios – gegužės 2-osios mieste organizuojamiems kultūros įvykiams, pažymėti.

Tais pačiais metais leidinyje dirbęs Allen Zwerdling ir Ira Eaker įsteigė savo naują nepriklausomą laikraštį „Backstage", kuris ilgą laiką konkuravo su „Show Business" leidiniu. Deja, nuo 1991-ųjų m. kelerius metus „Show Bussines" buvo visiškai neleidžiamas.

Po kelių metų New Yorko leidėjas Pearlstein iš naujo pradėjo leisti laikraštį perorientuodamas į jauną, karjerą tik pradedančią auditoriją. Jis taip pat įkūrė internetinę leidinio versiją www.showbusinessweekly.com, kurioje dabar yra talpinamos net vaizdo ir garso naujienos. Pramogų aktualumas šiuolaikiniame pasaulyje yra labiausiai susijęs su trimis, taip pat ir su ketvirtuoju ekonomikos išsivystymo etapu.

Pagal Allan Fisher, Colin Clark ir Jean Fourastié ekonomika gali būti skirstoma į tris etapus, kaip ir šalys, pasiekusios tam tikrą išsivystymo laipsnį.

Pirmasis etapas yra žaliavų gavybos, antrasis – produktų gamybos; trečiasis paslaugų tiekimo. Trečiasis ekonomikos išsivystymo etapas ženklina paslaugų kuriamą ekonominę naudą ir vertę.

J. Fourastié pastebi, kad išsivysčiusių valstybių perėjimas į trečiąjį etapą tiesiogiai pozityviai veikia žmonių gyvenimo kokybę. Puikiai išsivysčiusiose šiuolaikinėse valstybėse didžiausią pridėtinę vertę, finansinį stabilumą lemia išplėtotos kokybiškos paslaugos.

Trečiojo ekonomikos etapo rezultatas yra visuomenės socialinis saugumas, kultūros ir išsilavinimo prieinamumas, aukštos kvalifikacijos specialistų atsiradimas ir jų poreikis darbo rinkoje, darbo kultūros humaniškumas, operatyvi ir nuolatinė pagalba bedarbiams ir įdarbinimo paslaugos, žmogaus teisių užtikrinamas, pramogų įvairovė ir jų derinimas net darbo metu.

Pirmajame ekonomikos išsivystymo periode užstrigusios šalys yra labai tradicinės, neinovatyvios, mažai išsilavinusios, beveik nenaudojančios darbo automatizacijos priemonių; Vakarų Europoje šis išsivystymo lygis vyravo ankstyvaisiais viduramžiais.

Tokiose šalyse daugiausiai dėmesio yra skiriama žaliavų gavybai, vidutiniškai – 65 proc., gerokai mažiau produktų gamybai – 20 proc. ir labai mažai paslaugų tiekimui –15 proc.

Visiškai kitokios yra šalys, kurios pereina link trečiojo ekonominio išsivystymo lygio. Jos pramonėje daugiau naudoja automatizaciją užtikrinančias technologijas, kurios sumažina darbuotojų skaičių ir padidina darbo našumą, užtikrina pastovų produktų kiekį ir net jo didėjimą.

Tokios šalys yra pasiekusios industrializacijos lygį. Jose žaliavų gavybai vidutiniškai yra skiriama 40 proc. šalies pajėgumų, produktų gamybai – 40 proc., paslaugų tiekimui – 20 proc.

Na o išsivysčiusiose šalyse, kur dėmesys labiausiai skiriamas paslaugų sektoriui, žaliavų gavybos ir produktų gamybos etapai yra visiškai automatizuoti. Šios šalys yra postindustrinės. Žaliavų gavybai vidutiniškai yra skiriama 10 proc. šalies pajėgumų, produktų gamybai – 20 proc., paslaugų tiekimui – 70 proc.

Pastebėtina, kad kai kuriose išsivysčiusiose šalyse yra aiškiai pastebimas augantis ketvirtasis ekonomikos išsivystymo etapas, kuris siejamas su technologijų inovacijų diegimu ir jų nauda grįstomis paslaugoms. Maža to, ketvirtasis ekonomikos išsivystymo etapas yra grįstas žiniomis, jų tobulinimu, naudojimu, investavimu ir sklaida.

Ketvirtąjį ekonomikos išsivystymo etapą įkūnija informacijos sklaidos kanalai ir informacinės technologijos, užtikrinančios nuolatinį žinių apsikeitimą, medijos produkcijos gamybą ir vartojimą. Taigi, ketvirtojo ekonomikos išsivystymo etapo pagrindas yra žinios, gebėjimai ir kompetencijos, mokslo tyrimų rezultatų pritaikymas praktikoje. Paslaugų naudojimui ir analizei aktualiausias yra kuriamas ir vartojamas turinys, kuriam reikia daugiau intelektinės veiklos, o tai iš tikro ir lemia esminį trečiojo ir ketvirtojo ekonomikos etapo skirtumą.

Ketvirtajame ekonomikos etape svarbiausią poziciją užimančios veiklos yra: (1) konsultavimas ir edukacija; (2) finansinis planavimas ir finansų rinkų valdymas, (3) dizainas (paslaugų dizainas, infodizainas, dizainu grįsto inovacijos; angl. design thinking, design driving innovations); (4) mokymasis, kurio metu yra naudojamos naujosios technologijos (tokios kaip tinklaraščiai, videoblogai, socialiniai tinklai, informaciniai portalai); (5) pramogų industrija, kurią lemia medijos, skaitmeniniai įrenginiai, dabartinės valdžios kontrolė, gyvenimo reguliavimas, įgyvendinamas pasitelkus technologijas.

Suprantant ketvirtojo ekonomikos išsivystymo etapo svarbą neišvengiamai įmonės/organizacijos investuoja į naujausias technologijas ir taip bando užtikrinti sėkmingą savo plėtrą. Tad filmų platinimo, turizmo, renginių organizavimo įmonė gali daugiausiai dėti pastangų ne produkto kūrybai ir tobulinimui, bet daug dėmesį skirti darbui būdingam IT sektoriui (kuriami instrumentai, leidžiantys atlikti vartotojų monitoringą, tirti jų elgesį, numatyti ir prognozuojant ateities produktų kūrybos tendencijas, etc.). Visuomenei ypač didelį poveikį daro mokslinis žinojimas, tyrimai ir jų rezultatų taikymas.

Taip ketvirtojo ekonomikos išsivystymo etapo dalyviai progresyviai mažina išlaidas ir didina pajamas; tiesiogiai modeliuoja rinkas; lemia inovacijų kūrimą ir taikymą; išgrynina ir optimizuoja naujausius gavybos bei gamybos metodus. Čia atsiranda ir didėjantis visuomenės piliečių dėmesys pramogoms, kuris, anot prof. dr. V. Pruskaus, „rodo augančią orientaciją į postmaterialines vertybes, kurios sietinos su didesnio komforto, ekologinio saugumo ir asmens saviraiškos galimybių siekiais, su asmens rekreacijai ir pramogoms keliamais reikalavimais (žr. Pruskus, V. (2013). Pramoga kaip komunikacijos forma: samprata ir socialinės funkcijos. Santalka: Filosofija, Komunikacija, t. 21, nr. 1, p. 11.).

Tad koks būtų šio mano gana eklektiško straipsnio baigiamasis moralas?

Esu įsitikinęs, kad visuomenei orientuojantis į intelektualių produktų ir paslaugų kūrimą, o paprastus darbus dedikuojant automatizaciją užtikrinančioms mašinoms, ji (ši visuomenė) ne tik yra labiau išsilavinusi, bet ir gerokai įnoringesnė darbui, taip pat ir pramogoms. Tokia visuomenė yra labai dažnai linkusi darbą ir laisvalaikį derinti kasdienėje veikloje. Ji reikalauja naujų, mobilių, prisitaikančių prie kiekvieno asmens poreikio paslaugų ir pramogų.

Tad būdami gerokai protingesni nei ankstesniuose amžiuose mes esame kas kartą linkę skirti vis daugiau finansų kokybiškoms pramogoms ir nusiteikę pajusti vis įvairesnių

(http://www.snaujienc option=com_wbadve

(http://www.snaujienc option=com_wbadve

Paieškos žodis:

Regionas:
Visa Lietuva

(http://www.snaujienc option=com_wbadve

(http://www.snaujienc option=com_wbadve

malonumą. Mes ieškome dar tik pradedančių išpopuliarėti pramogų industrijų siūlomų ir brukamų pramogų paketų. Mes norime būti pirmieji ir nepakartojami vartotojai, pajusti pramogos teikiamą, lyg originalų ir nereprodukuojamą svaigų malonumą…

Skaitytojams primename, kad jūsų komentarų ir klausimų plačiais kultūros, visuomenės, kūrybos klausimais laukia straipsnio autorius el. paštu remigijus@venckus.eu (mailto:remigijus@venckus.eu). (mailto:remigijus@venckus.eu.) Įvairiais kultūros ir meno klausimais doc. dr. R. Venckus yra parengęs ne vieną publikaciją, visos jos yra skelbiamos asmeniniame tekstų archyve www.culture.venckus.eu ir asmeninėje interneto svetainėje www.venckus.eu.

Bendrinti
Patinka Būk pirmas iš draugų, kuriam tai patinka.

0 komentarų Rūšiuoti pagal: **Seniausi**

Rašyti komentarą...

Facebook Comments Plugin

Kitas (/kultura-ir-pramogos/35115-bibliotekoje-a-cepausko-mazosios-grafikos-paroda.html)

SPAUDO
RADIJO
TELEVIZIJ
RĖMIM
FONDA
„Šiaulių mil
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

SPAUDO
RADIJO
TELEVIZIJ
RĖMIM
FONDA
„Žinomi ne
Šiaulių 7
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

VI
NA
WWW.VISK
Pramonės g. 23
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

KORP
(http://www.snaujienc
option=com_wbadve

Prekės namams (http

Nekilnojamas turtas Š
(http://www.vaivoryks

Viešbutis Šiauliuose
(http://www.hotel.vaiv

Straipsnių peržiūros

Visos teisės saugomos © 1923 - 2017 UAB „Šiaulių naujienos“.

(http://www.hey.lt/details.php?id=snaujienos)