

Uuring
„Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud
riiklikud toetusmeetmed ”

Uuringu teostajad:

Eesti Tuleviku-uuringute Instituut
Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut

Tallinn 2009





Täname!

Projektimeeskond tänab kõiki, kes aitasid kaasa käesoleva uuringu valmimisele:

Aimar Jugaste, Aljona Galazan, Allar Korjas, Andres Alver, Andres Huul, Annika Tähepõld, Anzori Barkalaja, Anu Hint, Anu Kalm, Anu Lõhmus, Arvi Kuura, Barbi Pilvre, Berk Vaher, Dmitri Burnašev, Eeva Käsper, Ele-Mall Vainomäe, Eneli Kaarna, Eva Leemet, Evelin Ahermaa, Georg Lassur, Georg Poslawski, Gerda-Annika Aaslaid, Guido Viik, Heily Aavik, Helen Sildna, Herkko Labi, Ike Volkov, Ilmar Pralla, Ilona Gurjanova, Imre Mürk, Indrek Niklus, Jaanus Vahesalu, Jana Koppel, Jorma Sarv, Kaari Kiitsak-Prikk, Kadri Jäätma, Kaire Eerik, Karlo Funk, Kaupo Kikkas, Kersti Tiik, Krista Ojasaar, Kärt Nemvalts, Kärt Summatavet, Kärt Vanaveski, Laila Põdra, Leeni Uba, Leonardo Meigas, Liisa Tomasberg, Liivi Soova, Marco Laimre, Mari Roosvalt, Maria Värton, Mariann Raisma, Mari-Liis Tammi, Marje Josing, Markko Karu, Marko Lõhmus, Mart Laatsit, Martin Pärn, Meelis Muhu, Meelis Pai, Mikk Rand, Monika Järg, Märt Loite, Ott Sarapuu, Peeter Eerik Ots, Peeter Sookruus, Pille Kivihall, Pille-Triin Männik, Piret Hallik-Sass, Piret Lindpere, Priit Karjus, Priit Pajusaar, Ragnar Siil, Raivo Kelomees, Raul Oreškin, Ruth-Helene Melioranski, Silja Mägi, Sten Saluveer, Sven Tali, Tanel Veenre, Tarmo Tähepõld, Tiina Urm, Tiiu Allikmäe, Tiiu Evert, Tiiu Truus, Tooma Lepikult, Toomas Liivamägi, Toomas Vara, Triinu Aron, Tõnu Lensment, Urmas Loit, Ville Jehe jt.

Sisukord

1. UURINGU LÄHTEALUSED JA ÜLESEHITUS	5
2. STRATEEGILISED VÄLJAVAATED. LOOMEMAJANDUSE, LOOMEPROTSESSIDE JA INNOVATSIOONIDÜNAAMIKAGA SEOTUD ASPEKTID	8
3. UURINGU METOODIKA	26
3.1 UURINGU METOODIKA ÜLESEHITUS	26
3.2 LOOMEMAJANDUSTEADLIKKUSE ANKEETKÜSITLUSE METOODIKA	29
3.3 KONTENTANALÜÜSI METOODIKA	32
3.4 EKSPERTINTERVJUUDE METOODIKA	34
3.5 ÜMARLAUA ARUTELUDE METOODIKA	39
3.6 TEISTE RIIKIDE PRAKTIKATE ANALÜÜSI METOODIKA	42
3.7 RIIKLIKU TASANDI LOOMEMAJANDUSE TOETUSMEETMETE ANALÜÜSI METOODIKA	43
4. UURINGU ALLETAPPIDE TULEMUSED	44
4.1 LOOMEMAJANDUSTEADLIKKUSE UURINGU TULEMUSED	44
4.1.1 ANKEETKÜSITLUSE TULEMUSED	44
4.1.2 TRÜKIMEEDIA KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED	62
4.2 EKSPERTINTERVJUUDE TULEMUSED	65
4.3. LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISE TUGISÜSTEEMI OLEMASOLEVAD VÕIMALUSED: ETTEVÕTLUSE ARENDAMISE SIHTASUTUSE MEETMETE ANALÜÜS	84
4.4 RAHVUSVAHELINE PRAKTIKA	91
4.5 ÜMARLAUDADE TULEMUSED	98
4.5.1 I ÜMARLAUA KOKKUVÕTE	98
4.5.1.1 Ümarlaua teemapüstitus	98
4.5.1.2 Ümarlaua diskussioonigruppide kokkuvõtted	102
4.5.2 II ÜMARLAUA KOKKUVÕTE	115

4.5.2.1 Ümarlaua teemapüstitus	115
4.5.2.2 Ümarlaua diskussioonigruppide kokkuvõtted	116

5. ETTEPANEKUD LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISEKS EESTIS **131**

5.1 EELDUSED LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISEKS EESTIS	131
5.1.1 EESTI LOOMEMAJANDUSE EES SEISVAD PROBLEEMID	131
5.1.2 EESTI MAJANDUSSTRUKTUURI ERIPÄRAD: SELLEST TULENEVAD VÕIMALUSED JA PIIRANGUD	133
5.1.3 LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISE POTENTIAAL EESTIS: SÜNTEES ALLETAPPIDE TULEMUSTE PÕHJAL	135
5.2 LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISE LOOGIKA	139
5.2.1 LOOMEMAJANDUSE ARENDAMISE LÄHTESKEEM	139
5.2.1.1 Loomemajanduse arendamise taotlus	141
5.2.1.2 Loomemajanduse arendamise kesksed poliitikad	141
5.2.1.3 Loomemajanduse arendamise fookus	142
5.2.1.4 Loomemajanduse arendamise läbivad printsiibid	142
5.2.1.5 Loomemajanduse arendamise põhisuunad	143
5.2.1.6 Meetmed loomemajanduse arendamise põhisuundade rakendamiseks	147
5.2.2 LOOMEMAJANDUSE ARENDAMIST TOETAVAD KOORDINATSIOONI MEHHAANISMID	151
5.2.2.1 Loomemajanduse arendamise koordineerimine riigi tasandil	151
5.2.2.2 Riigi ja kohaliku tasandi võimalik rollide jaotus	153

LÕPPSÕNA **155**

VIIDATUD KIRJANDUS **157**

LISAD

- Lisa 1 Küsitluse ankeet (eraldi pdf-failina)
- Lisa 2 Loomevaldkondade erialaliidud
- Lisa 3 Kriteeriumid andmebaasile
- Lisa 4 Loomemajanduse alase teadlikkuse kategooriad meediainformatsiooni analüüsimiseks
- Lisa 5 Intervjuu küsimustik
- Lisa 6 Intervjueeritud eksperdid
- Lisa 7 Esimese arutelu küsimused
- Lisa 8 Teise arutelu küsimused
- Lisa 9 Esimese arutelu päevakava
- Lisa 10 Teise arutelu päevakava
- Lisa 11 Esimesel arutelul osalenute nimekiri
- Lisa 12 Teisel arutelul osalenute nimekiri
- Lisa 13 Riikliku tasandi loomemajanduse toetusmeetmete küsimustik
- Lisa 14 Intervjueeritute nimekiri (EASi meetmed)
- Lisa 15 Loomemajandusega seostuvad algatused riigi tasandil
- Lisa 16 Loomemajandusega seostuvad algatused kohalikul tasandil
- Lisa 17 Loomemajanduse nn kõneisikud ja arvamuslimidrid
- Lisa 18 Areguvalikut 4 kokkuvõtavad märksõnad

1. Uuringu lähtealused ja ülesehitus

Käesolev uuring „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ on valminud Eesti Vabariigi Kultuuriministeeriumi tellimusel.

Uuringu peaesmärgiks oli seatud Eesti loomemajanduse sotsiaal-majandusliku potentsiaali hindamine ning loomemajanduse arendamiseks riigi tasandil ettepanekute tegemine.

Uuringu ülesandepüstitus oli fokuseeritud sotsiaal-majanduslikust potentsiaalist lähtuvalt eelisarendatavate loomemajandussektorite selekteerimisele ja sellest tulenevalt meetmete pakkumisele nende arengu suunamiseks.

Uuringu teostamiseks nähti vajadust arvestada ühelt poolt otseselt loomemajandussektori ja selle allvaldkondade eripära ja arengukäsitlustega. Loomemajanduse osas peeti tähtsaks tema kolme tüüpi funktsioone:

- paljud loomemajanduse sektorid annavad täiesti arvestavas mahu selliseid majandustegevusele iseloomulikke otseseid väljundeid nagu käive, kasum, maksebilanssi tasakaalustada aitav eksport, tööhõive. Viimane näitaja omab muidugi ka olulist sotsiaalset tähendust;
- kuna loomemajandus on tihti põimunud teiste, loomemajanduse hulka mitte arvestatavate majandusharudega, eksisteerivad nendega ühistes nn klastrites, siis annavad need oma majandusliku panuse ka laiemate ettevõtlusklastrite lõpptulemusesse. Näiteks etenduskunstid või käsitöö turismiklastri lõpptulemusesse või moelooma rõivatootmise lõpptulemusesse;
- loomemajandus aitab tõsta keskkonna üldist atraktiivsust ja kvaliteeti ning loodetavasti ühiskonna üldist loovusastet ning sellele kõigil on olulised, ehkki kaudsed positiivsed mõjud ka majandusarengule. Näiteks meelitavad atraktiivsed, põneva arhitektuuri ja intensiivse kultuurieluga linnad ligi peale turistide ka investoreid või tippinsenere ning teiste valdkondade loovaid ajusid, kõrge loovuspotentsiaaliga riigi või linna imago seostub tavaliselt ka eeldusega, et selle maa muud (s.h majanduslikud) arengueeldused on head.

Teiselt poolt, arvestades loomemajanduses sisalduva kultuurilise komponendist tulenevat laiemat ja kaudsemat ja pikaajalisemat mõju riigi sotsiaal-majanduslikule arengule, tähtsustati loomemajanduse ja selle allvaldkondade arengu hindamist laiemas kontekstis.

Richard Florida¹ on märkinud, et loomemajanduse aktualiseerumise taga Lääne ühiskondades 20. sajandi 60-ndatel aastatel alanud sügav kultuurimuutus, mis seisneb varasemaga võrreldes enam avatud, ekspressiivsema ja hedonistlikuma kultuuritüübi esiletõus. On avaldatud kartust (tuntumatest

¹ Florida, R., (2002) The Rise of the Creative Class, Basic Books.

autoritest näiteks sotsioloog ja futuroloog Wendell Bell²), et taoline trend võib õõnestada mitte ainult ühiskonna tavapärasest funktsioneerimist, aga ka näiteks ettevõtlusmoraali ja majanduskasvu aluseid. Ka viimase aja rahvusvahelised uuringud näitavad, et nii Lääne kui ka teiste maade noorte jaoks on ülipopulaarsed näiteks sellised ametid nagu ajakirjanik või moekunstnik, mitte aga insener või raamatupidaja. Vastavates aruteludes on jäänud siiski selgelt domineerima seisukoht, et nimetatud kultuurimuutus ei pruugi ettevõtlust ja majandust ohustada, küll aga muudab neid põhjalikult. Esiteks tarbimise prioriteetide muutmise kaudu, mida erinevad majandustegevuse liigid rahuldada püüavad (indentiteeti rõhutavad ja eristumist võimaldavad tooted ja teenused, kultuuri tarbimise ja kultuuris osalemise väärtustamine), teiseks tööjõu nõudluse ja pakkumise kaudu (püüd loovale tegevusele) ja kolmandaks laiemate kaasmõjude (*externalities*) kaudu. Taolise teistsuguse kultuuri tingimustes funktsioneeriv majandus peab olema teistsugune kui eelmine, industriaalperioodi majandus. Enamgi veel, näiteks on väidetud (sh Timo J. Hämäläinen)³, et Soome väljatulek majanduslangusest (*lama*'st) oli suuresti tänu võlgu toimunud kultuurilisele murrangule, mille üheks kandjaks oli rokkmuusika. Moderniseerunud kultuur aitas murda ka vana autoritaarse võitu organisatsioonikultuuri ja aitas sel teel kaasa uute ettevõtluse ja majandusvormide tekkele.

Käesoleva uuringu raames mõistetakse laiemat kontekstina loomemajanduse arengu seostamist teadmispõhise majanduse paradigmatel ja teiste laiemate ühiskonnas aset leidvate trendidega. Loomemajanduse arendamist nähakse eelnimetatud arengusuundumustega samaaegselt ja seostatult.

Rahvusvahelisest praktikast toimunud ja toimuvatest arengutest, mis laiemat raamistikut valimist toetavad, on eeskätt tähtsustatud järgmisi suundumusi:

- loovuse kontseptsiooni laienemine, loovuse tähtsustamine erinevate eluvaldkondade (k.a haridus, infotehnoloogia) võtmekomponendina;
- loovuse ja kultuuri rolli tähtsustamine selliste eesmärkide saavutamisel nagu elukvaliteedi ja elukeskkonna parandamine, linna, riigi atraktiivsuse suurendamine jne;
- integratiivsete ja interdistsiplinaarsete käsitluste ja meetmete eelistamine. Keskpunkti on seatud loovuse ja loomise väärtusahelad jt protsessid;
- vajadus ühendada erinevate valdkondade loovused, sealjuures teadusvaldkondade sidustamist loomemajandusega⁴;
- erinevate kultuurivaldkondade ja -vormide mitmekesisustumine ning omavaheline integreerumine ja sulandumine.

Lähtudes uuringu eesmärgist ja ülesandepüstituses, on **uurimise fookusesse** seatud **järgmised viis kesksel teemat**:

- loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali olemus;
- loomemajanduse allvaldkondade vaheliste seoste olemus;
- loomemajanduse allvaldkondade ja teiste majandussektorite vaheliste seoste olemus;
- loomemajanduse allvaldkondlike prioriteetide määramise võimalikkus;
- loomemajanduse arendamise taotlused ja nende seostatus teiste valdkondade arendamise, sh teadmispõhise arengu eesmärkidega.

² Bell, W. (1997) *Foundations of Futures Studies: human science for a new era*. Transaction Publishers. London.

³ Timo J. Hämäläinen on Soome Innovatsiooni Fondi (SITRA) teadusdirektor. Ta on teinud teadustööd mitmes valdkonnas, muuhulgas on ta käsitlenud ettevõtete, regioonide ja riikide rahvusvahelist konkurentsivõimet, riiklike innovatsioonisüsteeme ning heaoluriigi ees seisvaid ülesandeid.

⁴ Healy, K. (2002) What's for Culture in the New Economy? *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol 32, No 2, lk 86-103.

Tulenevalt nii eelnimetatud suundumustest kui kesksetest teemadest lähtuti uuringu läbiviimisel „mõjude paljususe“ põhimõttest, s.t uuriti ühelt poolt erinevate valdkondade ja suundumuste mõju loomemajandussektorile ning teiselt poolt loomemajandussektori ja selle allvaldkondade mõjusid üksteisele ja teistele valdkondadele; nende mõjude mitmesuunalisust, täiendavust ja sünergilisust.

Uuringule seatud eesmärkidest ja ülesannetest lähtuvalt on uuringu raames eristatavad tegevused jaotatavad kolme suuremasse gruppi:

- loomemajandusalase teadlikkuse hindamine
- loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali hindamine
- loomemajanduse arendamiseks ettepanekute tegemine

Uuringu aruanne koosneb **viiest allpeatükist**; uuringu üleehitus põhineb liikumisel laiemalt fookuselt kitsamale.

Käesolevas ehk **esimeses peatükis** formuleeritakse uuringu lähtealused. Uuringu **teises peatükis** antakse ülevaade olulisematest sotsiaal-kultuurilistest trendidest ning loomemajanduse arendamise suundadest maailmas, milles on tehtud viiteid Soome kogemusele ja loomemajanduse arendamise teemalistele aruteludele. Viimane annab võimaluse jälgida naaberriigis toimunud ja toimuvaid diskussioone loomemajanduse arendamise vajalikkusest ja valikutest ning tõmmata paralleele samateemalise diskursusega Eestis.

Kolmas peatükk keskendub uuringu meetodika kirjeldamisele alletappide kaupa nende läbiviimise järjekorras. **Neljandas peatükis** kirjeldatakse uuringu alletappides saadud tulemusi nende etappide põhitegevuste kaupa. **Viendas peatükis** on sünteesitud kõigi eelnevate alletappide raames saadud tulemused. Peatükk koondab hinnangud Eesti loomemajanduse potentsiaali, sellest tulenevate taotluste ning nende taotluste elluviimiseks vajalike toetusmeetmete väljatöötamise kohta. Peatükk lõpeb ettepanekutega tegevussuundadeks ja neid toetavateks meetmeteks.

Käesolevas uuringus käsitletakse loomemajandussektorina 2005. aastal läbi viidud loomemajanduse uuringus⁵ aluseks võetud definitsiooni, mille kohaselt *loomemajandus on majandussektor, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel ning mis on võimeline looma heaolu ja töökohti läbi intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise*. Loomemajandussektori allvaldkondade valiku lähtealusena käsitletakse nimetatud 2005. aasta loomemajandusuuringus eristatud allvaldkondi⁶.

Uuringu läbiviijateks oli Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituudi ja Tallinna Ülikooli Eesti Tuleviku-uuringute Instituudi teaduritest moodustatud uurimismeeskond, kuhu oli kaasatud uurijaid ka väljastpoolt. Uurimismeeskonna moodustasid: Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Erik Terk, Andres Viia, Helen Sooväli, Tarmo Pikner, Tauri Tuvike, Teele Pehk. Välisekspertina oli uuringusse kaasatud Dr. Sampa Inkinen – meedia uurija, kirjanik ja strateeg Turku Majanduskooli Soome Tuleviku-uuringute Keskusest.

⁵ Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs, Eesti Konjunktuuriinstituut, 2005; Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2005/2006.

⁶ 2005. aasta loomemajanduse uuring hõlmas järgmisi loomemajanduse allvaldkondi: arhitektuur, film ja video, ringhääling, disain, etenduskunstid, meelelahutusIT, kirjastamine, kunst, muuseumid, muusika, reklaam. Seda käsitlust on mõnevõrra laiendatud, nt lisades käsitöö pärandi allvaldkonna alamkategorriaks.

2. Strateegilised väljavaated

Loomemajanduse, loomeprotsesside ja innovatsioonidünaamikaga seotud aspektid

Samppa Inkinen

Loovmajandus on suurejoonelisuse toiteks.
– esseist ja filosoof Ralph Waldo Emerson (1803–82)

Tulevikku ei saa ennustada, kuid tulevikku saab välja mõelda. See oli inimese leiutamisoskus, mis tegi inimühiskonnast sellise, nagu ta on.
– Nobeli füüsikalaureaat Dennis Gabor (1900–79)

Käimasolev diskussioon: innovatsioon ja “innoflatsioon”

“Kui mälestusi on rohkem kui unistusi, on lõpp lähedal. Tõeliselt eduka organisatsiooni võtmetunnuseks on suutlikkus loobuda tõekspidamistest, mis selle organisatsiooni edukaks tegid, ja alustada puhtalt lehelt.”

Need ärikirjanikust professori Michael Hammer'i sõnad sobivad hästi loovuse, loomemajanduse ja innovatsiooni teemalisse diskussiooni. Küsimus ei ole selles, et mainitud arutelu oleks tagasihoidlik, vaid selles, kas majandusruumid, ettevõtted, uurimusrühmad, tehnoloogiaarendajad jt võtmegrupid on liikumas õiges suunas.

Argumente võib leida nii poolt kui vastu. Euroopa Liidu teadus- ja tehnoloogiapoliitika peamiseks eesmärgiks on toetada innovaativsust ja sellega seotud protsesse veelgi tundlikumas, tõhusamas ja tulemuspõhisemas suunas. Selline seisukoht on majandus-, teadus- ja tehnoloogiapoliitikaga seotud paljude institutsioonide eesmärgiks, puudutades nii avalikku sektorit, kõrgharidust kui ka ettevõtluskeskkonda.

Kuidas sellele väljakutsele tegelikkuses vastata? Muu hulgas võib mõningaid suunavaid vastuseid leida 2007. aastal Barcelonas (Hispaania) toimunud 24. IASP Teadus- ja Tehnoloogiaparkide maailmakonverentsi ettekandest pealkirjaga “Homo Creativus”⁷. Ettekande järgi mängivad kaasaegses innovatsioonikeskkonnas ülitähtsat rolli kontaktide teke, kohtumised ja juhuslikud kokkupõrked (nn õnneliku juhuse printsiip – *the principle of serendipity*) erinevate teadus- ja ettevõtlusvaldkondade vahel ning eri organisatsioonide seas. Innovatsiooni ja Euroopa innovatsioonipotentsiaali silmas pidades on ühiskondlike gruppide vahelised kokkupuutepunktid üheks olulisimaks teguriks.

Loovus, innovatsioon, loovmajandus ja loomemajandus on tähtsaimad mõisted, mis sütitavad nii laiemat

⁷ Kakko & Inkinen 2007.

üldsuse huvi kui ka ambitsioonikaid teadus- ja arendusprojekte. Siiski on need mõisted teataval määral “innofleerunud” – võib rääkida nende devalveerumisest, kuna *loovast millestki* ja *innovaatilisest miskist* rääkimine on kaotanud oma tõelise tähenduse või kavatsuse. Samasugust terminoloogilist liialdust võis alles hiljaaegu märgata selliste eesliidetega nagu *küber-, digi- ja mobiil-* algavate mõistete osas. Seega väärivad mõisted loovus ja innovatsioon koos Hegeli käsitlesega mõistete punnitamisest (*Anstrengung des Begriffs*) kahtlemata põhjalikku analüütilist käsitlust.

Teisalt kasutatakse äärmiselt laialt mõistet *loovus*. Erinevate käsitluste hulgast on Richard Florida *loovklassi* kontseptsiooniga seotud ideed muutunud põhiliseks teemaks üleilmises dünaamilises regionaalarengus. Ühtlasi paistavad loovklassi väärtused ja põhimõtted olevat vahetult seotud loovmajanduse protsesside ja problemaatikaga.

Traditsioonilise määratluse järgi on innovatsioon uus toode, uus protsess või uus organisatsiooniline struktuur, mis tagab tegutsejale turuedukuse. Põhjamaade Innovatsioonikeskus (*Nordic Innovations Center – NIC*) on rõhutanud holistilist ehk terviklikku innovatsioonikäsitlust. NIC väidab, et uurimis- ja teadustulemused ning leiutised on innovatsioonidena käsitletavad vaid juhul, kui nad on samaaegselt tihedalt seotud ärihuvide ja majanduslike eesmärkidega.⁸

Traditsiooniline ehk suletud innovatsioonimudel põhineb eeldusel, et üks organisatsioon omab kõiki vajalikke teadmisi ja oskusi. Nende teadmistel põhinevate varade kaitsmine on oluline, et kindlustada konkurentsieelis turul. Viimastel aastatel on laialt levinud avatud innovatsiooni (*open innovation*) teemal peetavad arutelud. Selline temaatikamuutus on piisavalt radikaalne, et nimetada seda paradigmuuutuseks. Kontseptsioon *innovatsioonikeskkonnad* (*innovation environments*) on oluliselt laiapõhjalisem kui traditsiooniline *innovatsioonisüsteemidele* (*innovation systems*) tuginev lähenemine. *Innovatsioonikeskkondi* mõjutavad muu hulgas nii regiooni ajaloolised ja kultuurilised tegurid kui ka organisatsioonile aja jooksul omaseks kujunenud traditsioonid, käitumismustrid ja harjumused. Põhjamaades on olulisimateks innovatsiooniprotsesside tekke- ja arenemispaikadeks kujunenud kohad, kus toimib nn kolmikspiraali (*triple helix*) mudel – st koostöö ülikoolide, avaliku ja erasektori vahel.

Olulisimaks küsimuseks on kujunenud see, kuidas luua midagi uut ja väärtuslikku; kuidas ergutada loovuse toimimist – kuidas loovus leiaks aset nii indiviidide, organisatsioonistrateegiate ja tegutsemispõhimõtete kui ka inimestevahelise koostoime kontekstis. Albert Einstein (1879-1955) on öelnud, et “kujutusvõime on olulisem kui teadmine”. Nobeli füüsikapreemia laureaat Albert Szent-Gyögyi on pakkunud sama ideed natuke teises kuues:

Avastus – see on näha, mida igaüks on näinud, kuid mõelda, mida keegi pole mõelnud.

Loovus ja innovatsioonid: mõisted, teooria ja kaasaegne arutelu

Viimastel aastatel on *loovusest* kujunenud üks ärimaailma ja haridusasutuste võtmesõnadest, leides samuti laialdast vastukaja ühiskonnaga seotud diskussioonides. Loovus ja innovatsioon, loovtöö, loomemajandus, loovmajandus, loovklass⁹, innovatsioonisüsteemid, innovatsioonikeskkonnad¹⁰ – need moesõnad on muutunud põhimõisteteks ja mantrateks, mille vastu näidatakse üles kõrgendatud huvi, kuid mis on samal ajal langenud ka suuresti ebavajaliku raevu või maania ohvriks.

⁸ Petra Nilsson-Andersen: Innovation and Clusters in the Baltic Sea Region BSR-InnoNet. *Nordic – Baltic Innovation Seminar, Science + Technology + Entrepreneurship*, Tallinn, Estonia 8.5.2007.

⁹ Vördle Florida 2002a, 2002b.

¹⁰ Vördle Stähle et al. 2004.

“Loovus ja äri” – teema konverentsil “*Interaktiivinen tulevaisuus & ihminen*” (“Interaktiivne tulevik ja inimene”), mis toimus samaaegselt Tampere 2005. aastal toimunud *Mindtrek* üritusega – iseloomustab ilmekalt Soomes käivat diskussiooni. Üks selle teema käsitlejatest oli Nokia asepresident Anssi Vanjoki, kes esines 2006. aastal Joensuu Ülikooli korraldatud seminaril “*Luova talous – itääkö?*” („Loov majandus – kasv?“). Samuti on ajastuvaimu¹¹ eksponeeritud Oulu Ülikooli projektis *CreaM – Creative Processes and Content Business Management*.¹²

Üks põhimõtteline küsimus on see, kas viimastel aegadel aset leidnud mõttevahetus on viinud ka millegi täiesti uue või põhjanevani. Loovuse eri aspekte lahkav diskussioon on aktiivselt käinud eri riikide ülikoolide, uurimisgruppide, ministeeriumide ja kõiksugu ametkondade, mõttekodade jms (võibolla paljuski ka sõltumatute) võrgustike tasandil. Üks viimase aja näiteid sellisest mõttevahetusest Euroopa tasandil tuleb saksakeelsest kultuuriruumist – Franz Moraki poolt toimetatud raamat “*Die organisierte Kreativität. Kulturpolitik an der Wende zum 21. Jahrhundert*” (“Organiseeritud loovus. Kultuuripoliitika 21. sajandi koidikul”, 1999) heidab pilgu “organiseeritud loovusse” hariduse, kultuuripoliitika, disaini ja uue meedia prismast.

On huvitav märkida, et viimasel ajal on loovus tihedalt seotud ühiskonna ja majanduse laiemate aruteludega. Need diskussioonid rõhutavad selliseid teemasid nagu (riigi) konkurentsivõimekus ja innovaatus. Termineid *loovklass* ja *loovmajandus*, mis jõudsid diskussioonidesse Richard Florida vahendusel, on põhjalikult arutanud tuleviku-uurijad nii Soomes¹³ kui ka teistes riikides. Florida väidab, et loomemajandussektori iseteadlikud tegijad kalduvad valima oma elu- ja töökeskkonda (sh linnu ja/või regioone) lähtuvalt sellest, kuidas see koht võimaldab nautida mitmekesisest kultuurielu, pakub võimalusi osalemiseks erinevates tegevustes ning kui (vaimselt) avatud on selle koha atmosfäär (võtmesõnadeks on multikultuursus, tolerantus ja kultuuriline mitmekesisus).

R. Florida raamatust “*The Rise of the Creative Class*” (“Loovklassi tõus”, 2002) on saanud paljuviidatud teos, mida võib nimetada n-ö dunaamilise regionaalarengu piiblikuks. See raamat keskendub loovklassi esiletõusule Ameerika suurlinnades ning käsitleb kaasaegse ühiskonna struktuure regionaalsuse, regionaalarengu, informatsiooni ja teadmustöö sotsio-tehnilistest alustest lähtuvalt. Florida järgi asub loovklass ühiskonna keskmes ehk selle südamikus. Sellele klassile omased väärtused ja printsiibid rõhutavad kunstilise ja kultuurilise loovuse ja infoühiskonna struktuuride omavahelisi seoseid. Raamatu eesmärgiks võib pidada vastuse otsimist küsimusele, kas kaasaegses ühiskonnas on välja arenemas uus ja edukas ettevõtlusmudel, ning püüdlust mõista, kas see ettevõtlus, milles sisendi andjaks on loovad ja innovaatilised professionaalid (teadmustöötajad), on geograafilises mõttes liikuv (teatud paikadesse koonduv).¹⁴

Florida ja tema kaasmõttelejate järgi on loovus infoühiskonna võtmetegur. Individuaalsusel, vabatahtlikul kogukondlikkusel ja loovusel on väga oluline roll tänapäeva ühiskonnas kanda. Need tegurid on kujunenud majandusliku edukuse ja regionaalse konkurentsivõime põhiteguriteks. Teadmustöötajad, nagu teadlased, disainerid, programmeerijad, kunstnikud ja teised innovaatorid nõuavad oma tööandjalt oluliselt rohkem kui lihtsalt sotsiaalkindlustust ning ootavad oma kodukeskkonnalt oluliselt enam kui spordistaadioni ja sümfooniaorkestri olemasolu. Loovklass väärtustab teguderohkeid ja mitmekülgseid kultuuriteenuseid.

¹¹ Vördle Inkinen 1999a.

¹² www.cream oulu.fi

¹³ Vördle Wilenius 2004; Aaltonen & Wilenius 2002; Inkinen 2006a, 2006b.

¹⁴ Vördle Kakko & Inkinen 2004; Säisänen 2004, 2005; Inkinen 2006a, 2006b.

Hea oleks siinkohal viidata sotsioloogidele Scott Nashile ja John Urryle, kelle väitel luuakse kaasaegsetes ühiskondades rikkust peaaesjalikult läbi eksperditeabe tootmise ja pakkumise.¹⁵ Sellised tootmise eriteenused, nagu finants- ja kultuuriteenused, IT ja IKT, haridusteenused, innovatsiooniteenused jne, eeldavad kõrgema taseme haridust ja tipptasemel professionaalsust. Florida liigitab ühte "klassi" nii teadlased, arhitektid, disainerid, õpetajad, kunstnikud, muusikud kui ka meelelahutajad. Selle "loovtuumiku" ümber on koondunud nn laiema ringi teadmustöötajad – äri- ja majandussektori, seadusandluse ning tervishoiusektori esindajad.¹⁶

On üldteada, et postindustriaalses ja (post)modernses ühiskonnas toimub tehnoloogiaareng, kuid samaaegselt arenevad ka sotsiaalsed ja majanduslikud struktuurid. Siiski pole Florida järgi meie ühiskonna viimase 50 aasta olulisimaks muutjaks tehnikaareng, vaid justnimelt muutused sotsiaalsetes struktuurides ning kultuurielus. Globaliseerumine, kapitali- ja töö liikumine ning uued väärtussüsteemid kujundavad olulisel määral meie praegust arengut ja ka tulevikusuundi. Samal ajal on infotehnoloogia ja arvutipõhised võrgustikud seotud uute, meie igapäevaelu mõjutavate reeglite tekkega. Digitaalne tehnoloogia, võrgustikud, "kõikjale-sulanduv tehnika"¹⁷ (*ubiquitous computing*) ja teised sotsiaal- tehnoloogilised trendid on oluliselt mõjutanud seda, kuidas postindustriaalne ühiskond on rajatud *informatsioonile, sümbolitele ja teadmuskapitalile*.

Florida lähenemine kaasaegsele ühiskonnale tugineb teooriale, mis väidab, et inimese loovus on kujunenud oluliseks (kui mitte kõige olulisemaks) majanduskasvu tõukejõuks lääne ühiskondades. Florida väidab, et mõistes uue "klassi" esiletõusu ja tähendust, saame aru ühiskonnamuutuse protsessidest ning ühtlasi oleme selle kaudu võimelised mõjutama oma tulevikku. Tuleb mõista, et loovus on mitmetahuline ning seda ei tohiks piirata üksnes tehnoloogiliste innovatsioonide, patentide, uute toodete jms-ga. Florida nägemus loovmajanduse ideaalidest ja mehhanismidest tugineb täiel määral meie ühiskondlike ja kultuuriliste protsesside alustaladele.

Kokkuvõttes võib öelda, et loovus ja innovaatus on võtmemõisted, mis kannavad endas mitmeid meie kaasaegse ühiskonna väljakutseid ja ootusi. Selleks, et säilitada kriitilist ja analüütilist hoiakut, on oluline rõhutada, et viimaste aegade diskussioonides on loovust ja innovaatusust selgelt ülekasutatud, seda sarnaselt eesliidetega *digi-, küber- ja mobiil-* algavate sõnade liialdusega erinevates kontekstides.¹⁸ Sellised diskursusenäited uudissõnade ümber kutsuvad kahtlemata üles tagasipeegeldavale kriitikale või lausa nende terminite otsesele demüstifitseerimisele.¹⁹ Sellega seoses on huvitav esile tuua Soome valitsuse huvi koostada loovuse strateegia (*creativity strategy*), määratlemaks loovtegevuste ja kultuuripoliitika tulevikuperspektiivid. Soome haridusminister kirjutas bürokraatlikku žargooni kasutades mõned aastad tagasi oma ministeeriumi kodulehel²⁰ järgmist:

Peaminister Matti Vanhaneni esimese valitsuse programm hõlmas kogu maad puudutava loovuse strateegia koostamist, paigutades selle kultuuripoliitika peatükki. Püüded soodustada loovust ühiskonnas ei piirdu kultuuripoliitikasiseste võimalustega, vaid ületavad administratiivseid piire ja erinevate individuaalsete tegijate tegutsemisulatus. Loovuse strateegia lähtubki sellest arusaamast. See omakorda eristab antud strateegiat teiste riikide loovuse strateegiatest.

Strateegia on loodud nii, et see peegeldaks protsessi ja tööstiili kaudu käsiteldavat teemat. Loovuse olemust on kõrgelt tähtsustatud.

¹⁵ Lash & Urry 1994.

¹⁶ Vördle Säisänen 2005, 28ff.

¹⁷ Vördle Weiser 1991; Greenfield 2006.

¹⁸ Vördle Inkinen 1999b.

¹⁹ Vördle Leppihalme 2006.

²⁰ http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripoliitika/linjaukset_ohjelmat_ja_hankkeet/luovuusstrategia/index.html

Loovus on tähtsal kohal ka Soome praeguse valitsuskabineti poliitikas, seda muuhulgas selliste teemadena nagu uue innovatsiooniülikooli (Aalto Ülikool) loomine ning ülikoolide ja kõrghariduse restruktureerimise küsimus tervikuna. Mitmed hinnangud ja prognoosid on toonud esile vajaduse ümber korraldada Soome ülikoolidega seotud organisatsioonid ja juhtimissüsteemid. Samuti on täheldatud, et Soome ülikoolide praegune struktuur ei vasta globaliseerumisest tulenevatele vajadustele ja uutele konkurentsitingimustele.

Loovuseteemalisi strateegiaid, mis sarnanevad eespool nimetatud loovuse strateegiaga, on koostanud mitmed teisedki avaliku sektori organisatsioonid (nt Sitra, TEKES – *Finnish Funding Agency for Technology and Innovation*). Mõned neist on läinud isegi nii kaugele, et nõuavad Soome muutumist “maailma kõige loovamaks riigiks”. Nüüdisaja kriitikud hindavad selliseid ambitsioone ebarealistlikuks. Teisalt võib rahvusliku loovuse arendamise kontseptsioon osutada positiivseks tõukejõuks ja viljakandvaks eesmärgiks, soodustamaks erinevate loovusega seotud teemade proaktiivset propageerimist. Sellised kõrgelennulised visioonid ja missioonid on sageli seotud muredega Soome majandusliku konkurentsivõime pärast ning riigi kui terviku positsioonis pärast globaalse mänguareeni tulevikuturgudel. Sitra poolt loodud innovatsioonide ja innovaatilisuse programm (2004–2008)²¹ tõstis muuhulgas esile järgmist:

Soome edu põhineb peaaugalt teadmistel ja kompetentsil. Soome on tõsise pühendumusega arendanud oma haridussüsteemi, T&A-d ning ettevõtlust. Soome innovatsioonisüsteem on üks parimaid maailmas ja Soome on paigutunud headele kohtadele rahvusvahelistes konkurentsivõime- ja innovaatilisuse-teemalistes võrdlusuuringutes.

Sellel põhjal on vaja vaadata tulevikku. Konkurents on pidevalt tihenemas ning traditsioonilised arenenud riigid on silmitsi selliste uute tegijatega nagu India, Hiina, Brasiilia jt, kes on võimelised konkureerima nii Euroopa, USA kui ka Jaapaniga ja seda mitte ainult odavama tööjõu osas, vaid ka kasvavate teadmiste ja kompetentsidega. Soome peab olema suuteline tagama nii parimat innovatsioonikeskkonda kui ka olema ise võimeline “tootma” konkurentsivõimelisi innovatsioone ning meelitama ligi investeeeringuid, oma ala parimaid professionaale ja ettevõtteid.

Soomel kui riigil ja innovatsioonikeskkonnal on nii häid kui ka halbu külgi. Globaalne turg avab väikeriikidele palju häid võimalusi, kuid samas on reaalseks ohuks konkurentsist mittepüsimine, seda eriti juhul, kui olemasolevaid ressursse ei kasutata tõhusalt ja ei olda pidevalt avatud uutele võimalustele.

Florida ja tema mõttekaaslaste kohaselt on praeguse ajastu majandusliku ja tehnoloogilise loovuse olemus üha kasvavalt seotud kunstilise ja kultuurilise loovusega. Loovus oma uutes seostes ja kombinatsioonides peaks andma hea kasvukeskkonna uutele innovatsioonidele ning olema oluliseks tõukejõuks rahvusliku konkurentsivõime tõusule. Seda tõestavad muu hulgas ka viimasel ajal esile tõusnud arutelud ja probleematikad, mis on seotud autoriõiguste kaitse ja muude mittemateriaalse omandi õigustega.

Tänapäeva majandusstruktuuris põhineb rikkus üha enam intellektuaalsel ja kultuuri-põhisel sümbolisel omandil. Tuleviku-uurija professor Markku Wilenius esitab oma raamatus “*Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana*” (“Loova majanduse suunas. Kultuurikompetents kui tuleviku ressurss”, 2004) allpool toodud mõtte, mida võib pidada viimase aja loovuse-teemalise diskussiooni heuristiliseks motoks.

Me oleme liikumas sellise majanduse suunas, mille peamiseks tõukejõuks on kultuuriline kompetents ning sellest võrsunud individuaalne ja organisatsiooniline loovus. Kultuuriline kompetents hõlmab endas kõiki inimliku ja

²¹ Sitra 30.8.2004.

organisatsioonilise võimekuse faktoreid, mis võimaldavad meil edukalt ära kasutada kultuurilist kapitali, mis tekib indiviidide ja kõikvõimalike (tootmisalaste) tegevuste koostoimes. Kui me soovime toetada Soome loovust, peame leidma need õiged kultuurikompetentsid, mis sillutavad teed loovuse ja innovatsiooni suunas.²²

Eelpool mainitud raamatus arutletakse sisumajanduse (*content business*), loovate protsesside juhtimise ning pop- ja linnakultuuri arendamise teemadel järgmiselt: “Sümbolite tootmise (*symbol production*) ja esteetika roll majandusel on märkimisväärselt tõusnud. See näitab muu hulgas mitte üksnes kommunikatsiooni ja meediasektori (ettevõtluse) kasvu, vaid see väljendub ka kommunikatsiooni ja meedia tähtsuse tõusus teistes majandus-/ettevõtlusvaldkondades. Toote esteetilisuse ja “sümboolse kirjaoskuse” roll on tähtsustumas nii reklaamides, töokeskkondades, ostukeskustes, restoranides kui ka linnakeskkonnas tervikuna.”²³

Innovatsioonidünaamika: sünergia, võrgustike ja “õnneliku juhuse” tähendus

Teadus- ja tehnoloogiapoliitika valdkonna üleilmsed otsustajad on rõhutanud, et *innovaatilisus* on tulevikusuunalise arengu ja konkurentsivõimekuse võtme-eelduseks. Tihti on märgitud, et orgaanilise kasvu eelduseks on innovaatiline keskkond, ning et see vahetab traditsioonilise ehk puhtalt arvutusliku kasu välja jagatud ehk ühise hüvangu arusaama vastu. Innovaatiline keskkond saabub koos positiivse “teeme ära!”-kultuuriga ning parandab regiooni või organisatsiooni kuvandit.²⁴ Arendava ja innovaatilise vaimu sünniks on vaja kriitilist massi ja loovuse “surinat”.

See peab paika tööstus- ja ettevõtlusvaldkonna kohta. Üha tihenevas üleilmses jõukatsumises on äriettevõtetele, organisatsioonidele ja regioonidele nõudlus innovaatilisuse järele elutähtis. Üheks võtmeteguriks on loomeprotsesside juhtimine. 2004. aastal Soome parlamendi poolt välja antud teaduslik üllitis pealkirjaga “*Innovatiivisten ympäristöjen ja organisaatioiden johtaminen*” (“Innovaatiliste keskkondade ja organisatsioonide juhtimine”) ²⁵ väidab järgmist:

Regioonid ja ettevõtted peavad olema võimelised pidevalt suurendama oma innovaatilisust. Laiulatuslik koostöö, innovatsiooniga seotud struktuurid ja seonduvate protsesside juhtimine moodustavad hiigelsuure väljakutse, mille tuleb vastata toimivate innovatsioonisüsteemide loomise nimel. Me oleme silmitsi mitmetasandilise uuendusliku ülesandega, mis kutsub meid üles muutma oma materiaalseid, tegutsemis- ja vaimseid struktuure.²⁶

Kuidagi ei tohi unustada inimvõrgustike ja inimarengu sotsiaalseid aspekte. PowerPointi presentatsioonid ja memod kutsuvad üles seadma eesmärgi innovaatilisuse nimel, unustades tihtipeale selle, et lõppude lõpuks me arutleme teemadel, mis on väga tihedalt seotud inim- ja sotsiaalse tegevusega. Isegi kui me räägime innovatsioonisüsteemide tasandil, on kõik arengud ja uued ideed tekitatud *loovate isiksuste* poolt, kellel on omad isiklikud vajadused ja soovid. 1990ndatel rääkisime innovatsioonisüsteemidest ikkagi kui ainult süsteemidest. Defineerides:

innovatsioonisüsteem on termin, millega kirjeldatakse kõiki neid erinevaid tegijaid ja nendega seotuid, kes osalevad loomises, levitamises ja majanduslikult rakendatava teadmise kasutamises [...]. On tähtis mõista, et innovatsioonisüsteem on oma olemuselt sotsiaalne süsteem ja see omakorda rõhutab inimestevahelise koostoime

²² Wilenius 2004, 11.

²³ Ibid., 37.

²⁴ Vördle Inkinen 2006a, 2006b.

²⁵ Eduskunnan kanslian julkaisu 6/2004.

²⁶ Stähle et al. 2004, 5.

tähendust [...]. Tähelepanu, mis innovatsioonisüsteemidele on langenud, on tõstnud meie teadlikkust innovatsioonide süsteemsest ja koostoimelisest olemusest. Sellest hoolimata ootab ees suur hulk tööd ja uurimusi, et täielikult mõista mitmetasandilist koostoimet, selle juhtimist ning innovatsiooni- ja innovaatilisusega seotud kompetensi.²⁷

Tänapäeval räägime pigem innovatsioonikeskkondadest kui innovatsioonisüsteemidest.²⁸ Õilmitsev innovatsioonikogum on tihtipeale sotsiaalne organisatsioon, kus erinevate akadeemilise, kultuuri- ja ettevõtlusvaldkonna tegijate vahel toimub väga viljakas koostöö. Tuleb rõhutada, et strateegilise planeerimise ja otsustava juhtimise kõrval mängivad juhuslikud kohtumised ja õnneliku juhuse "kokkupõrked" suurimat rolli innovatsiooniprotsessides. Põhiterminina on loomulikult kasutusel olnud õnnelik juhuse²⁹, mille üle on põnevalt ja põhjalikult arutletud Royston M. Roberts'i teoses "Serendipity. Accidental Discoveries in Science" ("Õnnelik juhuse. Ootamatud avastused teaduses", 1989) ja Richard Eyre raamatus "Spiritual Serendipity. Cultivating and Celebrating the Art of the Unexpected" ("Vaimne õnnelik juhuse. Ootamatuse kunsti kultiveerimine ja pühitsemine", 1999).

Õnnelik juhuse (*serendipity*) tähendab ootamatut, mitteplaneeritud sattumist millelegi, mis võib viia oodatust parema tulemuseni.³⁰ Igatahes on õnnelik juhuse võrdne viljaka õnnetuse või positiivse kokkupõrkega. Merriam-Webster Online'i sõnastik³¹ defineerib sõna *serendipity* järgmiselt:

Põhiartikkel: **ser-en-dip-i-ty**

[...]

Funktsioon: *nimisõna*

Etümoloogia: on seotud pärsia muinasjutu *Kolm Serendipi prints* kangelaeste tegemistega

: võime või fenomen leidmaks väärtuslikke või sobivaid asju, mida tegelikult ei otsita

See definitsioon viitab vanale Pärsia muinasjutule, milles kolm Serendipi prints asusid pikale teekonnale, et otsida üles salajane võlupoeem, mis uinutab hirmuäratavad lohed magama. Oma reisi jooksul kohtasid printsid niivõrd paeluvaid ja imelisi asju, et nad oleksid peaaegu oma reisimise põhjuse ära unustanud. On huvitav mainida, et World Technology Network on märkinud "õnnelikud kokkupõrked" (*happy accidents*) üheks oma eesmärgiks:

World Technology Network'ist

World Technology Network (WTN) on Londonis asuva peakorteriga organisatsioon, mis loodi "õnneliku juhuse õhutamiseks" (*encourage serendipity*) nende tehnoloogiavaldkonna isikute ja firmade seas, keda peetakse samaväärsete seas kõige innovaativsemateks. WTN-i huvifääri kuuluvad valdkonnad alates ITKst kuni biotehnoloogia, energia, materjali ja kosmoseni ning lisaks veel sidusalad nagu rahandus, marketing, poliitika, juura, disain ja eetika. Igal aastal toimuvad WTN-i liikmete kohtumised erinevate üleilmsete ümarlaudade, vahekoosolekute ja teiste ürituste raames. WTN annab välja ka kaks korda kuus ilmutatavat ajakirja "World Technology Intelligence", milles kirjutavad tehnoloogiavaldkonnas peagi aset leidvatest, võimalikest ja olulistest sündmustest valdavalt organisatsiooni enda liikmed – inimesed, kes juhivad kõige märkimisväärsmaid innovatsioone. WTN-i keskseimateks sündmusteks on aga iga-aastane World Technology Summit ja World Technology Awards – ülemaailmse hindamisprogrammi kulminatsioon, kus valitakse välja uued liikmed ning kus toimub võrgustiku kasv ja uuendus.³²

On asjakohane mainida, et õnneliku juhuse (*serendipity*) ja võimaluse (*chance*) kontseptsioonid ega ka nende ümber käivad arutelud pole just probleemitud.

²⁷ Stähle et al. 2004, 14.

²⁸ Vördle Kakko & Inkinen 2005, 221-223.

²⁹ Vördle Hakala 2002, 227-228.

³⁰ Vördle Kakko & Inkinen 2005, 223-226; Kakko & Inkinen 2007.

³¹ <http://www.m-w.com/dictionary/serendipity>

³² <http://funredes.org/english/institucion/institucion.php3/docid/439>.

Me elame palju hapramas, keerulisemas ja seostatumas maailmas kui kunagi varem, hoolimata sellest, et "võrgustunud ühiskond"³³ pole ajaloolises kontekstis just uus teema. Tihti on rõhutatud, et edukus on tänapäeval, nagu see on olnud ka minevikus, võimalik ainult tänu võrgustikele ja konkreetsele koostööle. Neid seisukohti võib pidada uurimise ja arendamise eeltingimusteks. Professor Wilenius märgib seda, öeldes järgmist:

Võrgustikud on uue ajastu sotsiaalse organiseerumise vorm, kultuurikompetents ajastu tähtsaim pädevus ja loovus selle peamine tõukejõud. Võrgustunud ühiskonna pädevus erineb pädevusest tööstusühiskonnas. Esimese tuumaks on inimjuhtimine ja usalduse loomise võimekus. See põhineb järjest enam olemasolevate lahenduste kahtluse alla seadmisel ja uute innovatsioonide loomisel. Võrgustunud ühiskonnas märgib edukust oskus ühiskonnastruktuure ja -protsesse mõjutavate võimsate suundumuste seast õigeid järeldusi teha. See jällegi näitab, et majanduslik kasv toetub järjest enam mittemateriaalsetele toodetele, ning toimumas on pööre loodusressursside kasutamisel mittemateriaalsetele ja inimressurssidele.³⁴

Koostöövõrgustikke esineb mitmetes eri vormides. Sotsiaalteaduste väljaannetes on arutletud muu hulgas järgmiste koostöövõrgustike üle: tarnevõrgustikud (kiired kohaletoitmetamised), strateegilised alliansid (lennuliinid), tootmisvõrgustikud (tootelitsentsid), innovatsioonivõrgustikud (koostöö tööstuse ja haridusasutuste vahel), kliendivõrgustikud (tootearendus koostöös klientidega), standardiseerimiskoalitsioonid (näiteks firmade toetus järgmise põlvkonna mobiiltelefoni mingile kindlale standardile) ja poliitilised võrgustikud (valitsuse, avaliku sfääri ja muude tegijate vahelise koostööga seotud poliitika). Subkultuurid ja rohujuuretasandi organisatsioonid teevad üksteisega loovalt ja võrgustunult koostööd ning selline koostöö on järjest enam üleilmne ja multikultuurne, kasutades edukalt sotsiaalse meedia rakendusi nii internetis kui ka mobiilsetes võrgustikes.

Nagu eelnevalt sai rõhutatud, teevad koostööd inimesed, mitte organisatsioonid. Suur vajadus on usaldusele ehitatud koostöö ja tõelise, inimestevahelise avatud koostoime järele. Ettevõtete, kogukondade ja regioonide kogemused näitavad, et institutsioonide ja indiviidide vaheline edukas koostöö toetub jagatud tahtele ning osalevate inimeste ja kogukondade vahelisele usaldusele. Et mõista võrgustikuteooriat ja võrgustike toimimist, võtab Albert-László Barabási selle kokku nii:

Kõige nähtavam element selles [organisatoorses] ümberkorralduses on ümberlülitus vertikaalsest organisatsioonist tasapinnaliseks võrgustikorganisatsiooniks koos paljude ristumiskohtadega sõlmpunktide vahel. Kui hinnalised ressursid muutuvad materiaalsest olekust infobittideks, liiguvad menetlused vertikaalsest kooslusest virtuaalsesse, ettevõtete mängumaa tõuseb kohalikult tasandilt globaalsele, inventari eluiga kahaneb kuudest tundideks, äristrateegiad paisatakse segi ning töötajad muutuvad töövõtjateks või vabakutselisteks.³⁵

³³ Vördle McNeill & McNeill 2006.

³⁴ Wilenius 2004, 28. Kaldkiri – autor.

³⁵ Barabasi 2003, 202.

Kulgmine, hoog, jõudeolek – loovuse väljakutsed töö- ning teadus- ja arenduskeskkondades

Loova isiku meeleseisundit on piiritletud Ungari päritolu loovuse-uurija Mihaly Csikszentmihaly³⁶. Ta andis sõnale *kulgmine* uue tähenduse – see kirjeldab sügavat õnnetunnet, kus kõik paistab õnnestuvat ilma pingutamata. *Kulgmine* võib olla osa töö- või puhkeajast ja see on sügav transtsendentne kogemus. *Kulgmise* perioodil kaob seda kogeva inimese eneseteadlikkus ning üleelatu on võrreldav üleloomuliku kogemusega.

Kuidas inimene loob? Loovuse paradoks seisneb selles, et see on õpitav, aga mitte tingimata õpikutest. Siiski peame nõustuma, et selle teema kohta on väga erinevaid arvamusi. Kui mõned eksperdid väidavad, et üldiselt on loovuse õppimine või õpetamine lihtne, siis teised peavad seda võimatuks. Olgu tõde, mis ta on, raamatupoodides pakutakse laias valikus erinevaid “loovuse aabitsaid”, sekka ka mõni sisukam käsiraamat. Akadeemiline näide viimatimainitust võiks olla Robert J. Sternbergi “*Handbook of Creativity*” (“Loovuse käsiraamat”, 2002).³⁷

Räägitakse, et konkurents muudab paremaks. *Evolutsioon!?* Paljud kaasaegsed tegijad ütlevad, et ka kriis muudab paremaks. Lõpptähtajad või mitmed teised survemeetodid võivad tekitada imelisi ideid ja innovatsioone ning kriisid ja konfliktid on sünnitanud suure hulga uusi lahendusi. Paljud inimesed on kogenud, kuidas loov mõistus ikka veel toimib, hoolimata sellest, et inimene on surmväsinud, stressis või läbipõlenud. Võibolla on see õige koht väitmaks, et loovus on tihti sündinud äärmuslikes olukordades; isegi jõudeolekust või täielikust viletsusest.

Ka töökohtade järjest halvenev atmosfäär on olnud viimaste aastate üks põhiteemasid. Lihtne on loendada teemasid, mis pärsivad loovust: väline hinnang, hirm töökaotuse ees, “suure venna” pilgu tunnetamine kuklal jne. Võistlus ja jäigid graafikud tapavad tihtipeale spontaanse loovuse. Loomulikult on konfliktid loova seltskonna alatine osa, kuid need on uusi ideid puudutavad vastukäivate arvamuste kokkupõrked, mis jõuavad lõpuks viljaka lõpplahenduseni. Põhiküsimus on, kuidas ühendada omavahel võistluse, loova vabaduse ja kasumlikkuse vastutuse. Teine probleem on see, kuidas rakendada teadmisi loovusest. Loovad inimesed on tihtipeale väga tundlikud, kuid teisalt võivad nad olla primadonnad oma ülisuurte egodega. Haridusasutuste ja töökohtade väljakutseks on kasvatada sallivust erinevuste suhtes.

Kuidas on asjad aga päriselus? Mitte just tingimata väga hästi. *The Financial Times* arutles mõned aastad tagasi, et kuidas paigutuvad loovinimesed organisatsioonide sees. Erinevus juttudes räägitu ja reaalsuse vahel oli silmnähtav. Nii suured kui ka väikesed ettevõtted väitsid, et “raamidest väljapoole mõtlemine” on nende eesmärk ja isegi nõutav eeltingimus edu saavutamiseks. Praktikas polnud aga väljavaated iseseisvaks mõtlemiseks just eriti soosivad, seda sageli seoses väljakujunenud skeemide, mudelite ja reeglitega. Praktilises ärimaailmas ei saada originaalsete ideede ja tõelise loovusega inimesi seetõttu edu.

³⁶ Võrdle Csikszentmihaly 1996, 1997, 2003.

³⁷ “Loovuse käsiraamatu” eesmärgiks on pakkuda kõige ulatuslikumat, lõplikumat ja usaldusväärsemat ühekõitelist väljaannet loovuse teemal. Raamat koosneb 22 peatükist, mis kajastavad väga laias ulatuses seda teemat. / Peatükid on mõeldud kasutamiseks kõigile isikutele, keda huvitab loov mõtlemine. Kuigi autorid on käitumisteadlased ja enamik lugejaid kindlasti käitumisteaduste huvilised, siis loodus- ja humanitaarteadustega seotud inimesed leiavad väga palju neid puudutavaid teemasid, kuna paljud näited ja isegi juhtumiuuringud põhinevad just loodus- ja humanitaarteadustel.” (Eessõna, Sternberg 2002, ix) Raamatu põhiosad on järgmised: I Sissejuhatus, II Loovuse õppimise meetodid, III Loovuse päritolu, IV Loovus, isedus ja keskkond, V Eriteemad loovuses, VI Kokkuvõte.

Loovuse mõtestamise ja uurimise katsete kõrval on samuti astunud samme loovuse intensiivistamiseks praktikas. Võibolla on loominguline kogukond rohkem nagu *organism* kui traditsiooniline organisatsioon.³⁸ Lisaks on võimalik, et probleemi lahendamine organisatsiooni sees on eelkõige protsess, mis jaguneb mitmeks kindlakstehtavaks ja üksteisest eraldatavaks faasiks. Oma artiklis “*Luova toiminta organisaatiossa*” (“Loov tegutsemine organisatsioonides”) viitab Yrjö Toivola New Yorgi Riiklikus Ülikoolis tehtud uuringule, mis piiritles probleemilahenduse arengu ja protsessi järgmiselt:³⁹

1. Probleem, väljakutse, võimalus, kavandamine

Arusaamine, et eksisteerib võimalus luua midagi uut, midagi paremat; intuiitvne teadmine nagu ka visioon võib olla usaldusväärne teenäitaja selles faasis (nagu ka faasides 3 ja 4), sest tegelik, faktidel põhinev teadmine oma “taastava toimega” saabub alati liiga hilja.

2. Faktifaas

Tõeliste faktide väljakaevamine, et jõuda lahendamist nõudva probleemi tuumani.

3. Probleemifaas

Faktide poolt osutatud probleemi määratlemine.

4. Ideefaas

Alternatiivsete lahenduste kujundamine.

5. Lahendusfaas

Valitud lahenduse paremaks muutmine ja kasutuskõlblikuks lihvimine.

6. Kinnitamisfaas

Kõikide valitud lahenduse elluviimisest osavõtjate heakskiidu saavutamine selle kinnitamiseks.

7. Realiseerimisfaas

Uute probleemide või esialgse probleemi uute aspektide esilekerkimine võib protsessi uuesti käivitada või nõuda mõnede faaside taasläbimist. Mõningaid faase tuleb läbida mitmeid kordi, enne kui realiseerimisfaas kätte jõuab.

Loominguline (töö)keskkond on väljakutsuv, vaba, ideid toetav, emotsionaalselt turvaline, dünaamiline ja huumorit soodustava õhkkonnaga. Sellises õhkkonnas toimunud debadid on positiivsed, konfliktid konstruktiivsed, riskid lubatud ja ideed saavad piisavalt aega, et kuju omandada.

Meie aja huvitav fenomen, nii Soomes kui ka mujal, on aktiivne projektitöö loovate ja innovaatiliste keskkondade teema ümber. Üks selline projekt on *netWork Oasis* (Joensuu Teaduspark), mis teeb uurimus- ja arendustöid teadmustöötajate ja loovtöökohade nõudmistele vastamise nimel (eelkõige nende töösuutlikkuse parandamise nimel).

See projekt võtab vaatluse alla loovuse, regionaalse ligitõmbavuse ja teadmustöötajate poolt kasutatavad kolm i-d (instrumendid, interjäär ja interaktsioon (koostoime)). *netWork Oasis* püüdleb kogukonnaks, kus erinevad tegijad nii akadeemilisest maailmast, kunstiringkondadest kui ka ärimaailmast kohtuvad väga tõhusal viisil, unustamata sealjuures õnneliku juhuse (*serendipity*) põhimõtteid. Projekti põhiväljenditeks olid “*network hunting*” ja “*network incubation*” ning projekti keskse moto võib võtta kokku sõnadega “austa õnnelikku juhust” (*respect serendipity*).⁴⁰

³⁸ Võrdle Kakko & Inkinen 2004, 2005, 2007.

³⁹ Toivola 1984, 199-200. Paksus kirjas – autor.

⁴⁰ Võrdle Kakko & Inkinen 2004, 2005, 2007.

netWork Oasise kliendid ja töötajad on oma loomult võrgustunud iniviidid, kellel on kirk üleval pidada erinevaid suhtevõrgustikke ja pidevalt tutvuda uute huvitavate inimeste ja kogukondadega. Organisatoorse piiride eiramine on nende jaoks täiesti endastmõistetav ning üsna loomulikul viisil loovad nad professionaalseid võrgustikke (*ad hoc* organisatsioone), kui eesmärgid või situatsioon seda nõuavad. Seda tüüpi iniviidid on väljaarenenud eneseaustusega ja nad on professionaalid, kes tahavad töötada keskkondades, mis on maksimaalselt avatud, ühendatud kõikvõimalikes suundades (*win-win / open source / open innovation*) ning üles ehitatud võrdsuse, rahulolu ja hea koostöö ideaalidele.

Samuti soodustavad loovuse algsituatsioone ja juhtimist mitmesugused tehnoloogilised lahendused. Paljudel teadus- ja arendusprojektidel on tekkinud pudelikaelad, kus head, kuid hajutatud ideed lihvitakse "valmiskontseptsioonideks" ja "prototüüpideks" selle asemel, et need uuenduste kaudu edukateks turukõlblikeks toodeteks arendada. Viimastel aastatel on kasutusse tulnud uuenduslikud tööriistad, mis toimivad ideepankadena, soodustavad "arukuse kontsentratsiooni" ja jälgivad *sotsiaalse meedia* (veeb 2.0) põhimõtteid sellega, et sisaldavad arutelu- ja ideeloomefoorumeid, edendavad avatud innovatsiooni tootearendusprotsessides ja strateegilist otsustamist äriettevõtetes.

Kaasaegsed ja tulevikuinimesed: *homo ludens*, *homo aestheticus-informaticus*, *homo creativus* ...

Loovus, innovaativsus ja *paindlikud tegevusprotsessid* paistavad esilekerkivat kui loomulikud lähtekohad tööelu ja majanduse arendamisel tänapäeval ning kasvaval määral ka lähitulevikus. Tundub olevat ilmne, et loovmajanduse innovaatorid, eksperdid ja teadmustöötajad omavad suurt hulka inimkapitali ning otsivad pidevalt väga erinevaid kogemusi, arendamaks oma vaimu, meetodeid ja tegevusmudeleid ning ka oma tehnilisi ja tehnoloogilisi töövahendeid. Selliseid inimesi iseloomustab *loovuse eetos* ja multikultuurne kompetents. Rahvusvahelise guru staatusesse tõusnud Richard Florida järgi võib *loovklassi* vaadelda kui huvitavat kondenseeritud segu keskklassist ja boheemlastest.⁴¹

See on mõnevõrra sümptomaatiline, et termin *homo ludens* on kaasaegsetes aruteludes populaarseks muutunud. Me oleme aru saanud, et inimene ei ole päris *homo economicus* ühes majandusliku ratsionaalsusega ega ka *homo faber* inseneriharidusega sepa näol, vaid hoopis *homo ludens* ehk mänguhimuline inimene nagu kultuurifilosoof Johan Huizinga oma 1938. aastal ilmunud samanimelises teoses märkis. Huizinga peamine idee oli see, et isegi "mittevajalikud" väljakutsed paistavad mängivat suurt rolli inimkonna arengus. Kultuurielu, kunst, mängud ja sport on inimsusse sügavalt juurdunud fenomenid, ehkki need pole inimkonna otseste vajaduste tulemused.

Homo ludens pole võtmesõnaks olnud mitte ainult akadeemilises diskursuses, vaid ka reklaamimaailmas. Vastupidiselt traditsioonilisele *homo economicusele* või *homo faberile*, kes rõhuvad tunnete, saavutuse ja kvantiteedi tähtsusele, otsib *homo ludens* teadlikult uusi kogemusi, mängib võimalustega, haarab innukalt vabaduseideest ja võtab rõõmuga riske kohtamaks uusi aistinguid. Viide prantsuskeelsele sõnale *bricolage* võib lisada huvitavat sügavust sellele arutelule. Sõna *bricolage* kasutatakse ehituse, montaaži või hobikäsitöö⁴² tähenduses ning see toimib hea metafoorina loovprotsessile ja selle juhtimisele, kuna loovust defineeritakse tihti "kui montaažiprotsessi, kus luuakse midagi erakorralist. See sobitab eraldatud ja sageli üksteisest distantseeritud osasid uueks kombinatsiooniks, et täita teatavat vajadust või vajadusi või olla hoopis kasulik mingil muul moel.

⁴¹ Võrdle Florida 2002a, 2002b.

⁴² Võrdle Leppihalme 2006.

Loovprotsessi võib defineerida ka kui protsessi, mille käigus luuakse toode, mida võib lugeda tema looja või kellegi teise jaoks uueks.”⁴³

Teised fraasid, mis algavad sõnaga homo, on kasutusel kaasaegse info- ja meediaühiskonna liikmete kirjeldamiseks. Digitaalse kultuuri uurija Aki Järvinen on kasutanud fraasi *homo aestheticus-informaticus*, kirjeldamaks teadmisintensiivset tüüpi inimesi, kes siiski rõhuvad esteetiliste väärtuste ja uute aimduste (kunst, disain, kogemused, meelelahutustööstus jne)⁴⁴ tähtsusele. Ning täiesti ilmselgelt on kaasaegne inimene *homo creativus*: loov kaasaegne tegija, kes aktiivselt otsib nii iseennast kui ka tulevikku.

Loometoodang ja loomemajandus – mõisted ja kasvuootused

Viimaste aastate intensiivne arutelu loovuse, loovklassi, loovmajanduse ja sellega seonduva üle on ajendatud kasvavast huvist loomemajanduse arengu vastu.

See nn *loomemajandus* haarab endasse sisuloome (filmid, mängud, videoreklaamid, TV jne), disaini, mobiilmeedia ning elamusmajanduse teenused ja tooted. Mõnikord on sinna liidetud ka mõned turismivariatsioonid. Peab mainima, et paljud IKT-firmad tegutsevad “hallil alal” erinevate sisuloome kontseptsioonide ja teenuskontseptsioonide vahel. Praeguse aja põhiväljakutseks on arutlused sellistel arenguteemadel nagu teenusedisain (*service design*) ja teenuseuuenduste (*service innovations*).

Samal ajal kui laiem arutelu leiab aset ühiskondlikul, kultuurilises või majanduslikus plaanis, jäävad sellised mõisted nagu loomemajandus pigem hägusaks. Soome Tööhõive- ja Majandusministeerium⁴⁵ jagas loovmajanduse järgmiseks 18 alamkategoriaiks:

- arhitektuuriteenused
- filmi- ja videotoodang
- kogemuspõhine õpe
- esitluskunstid (muusika, teater)
- lõbustuspargid, mänguasjad
- raamatukogud, muuseumid, kultuuripärand
- visuaalkunst, fotograafia
- kirjastuskunst, kirjandus
- marketing, reklaam
- turism ja reisimine
- moekunst
- disain
- tarkvaraarendus
- raadio ja TV
- söök
- kunst ja antiigiturg
- kunstikoolid
- mängutööstus

⁴³ Ruth 1984, 21-22.

⁴⁴ Järvinen 1999, 170.

⁴⁵ Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015, http://www.contentbusiness.fi/uploads/reports/1175514689_jul10elo_2007_netiti.pdf.

Need kategooriad põhinevad käimasoleval rahvusvahelisel arutelul ning ka tööstuse kategoriseerimisel, mis toimus näiteks Suurbritannias. Sealse valitsuse kultuuri-, meedia- ja spordiosakond (DCMS) defineeris loomemajanduse järgmisel viisil: “need majanduse osad, millel on individuaalse loovuse, oskuste ja talendi alge ja mis omavad potentsiaali, et luua rikkust ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu.”⁴⁶ Viide autoriõigustele ja intellektuaalse omandi kaitsele on siin täiesti asjakohane. DCMSi definitsioon jaotab loomemajanduse järgmiseks 11 alamkategooriaks:⁴⁷

- reklaam
- arhitektuur
- kunst ja antiigiturg
- tarbekunst
- disain
- moekunst
- film, video ja fotograafia
- tarkvara, arvutimängud ja elektrooniline kirjastus
- muusika ning visuaal- ja esitluskunst
- kirjastamine
- televisioon ja raadio

Loovmajandusel on viimastel aastatel mõlemad – nii mõiste kui ka teadus- ja arendustegevuse kese – suunatud laiemasse arutellu, mis hõlmab loovtööd, loovmajandust, loovklassi, kogemustööstust, tulevikumeedia teenuseid, sisuloomet ja innovatsioone. Soome kontekstis on uueks võtmetermiks *vuorovaikutusteollisuus* (koostoiemajandus). Soome Haridusministeerium andis välja dokumendi nimega “*Kolme puheenvuoroa luovuuden edistämisestä*” („Kolm vaadet loovuse edendamiseks“)⁴⁸, mis sedastab järgmist:

Kui loovus on uute tähenduste loomine ja asjade kokkusobitamine uuel viisil, siis loovtootmine on kultuuriliste tähenduste ümbervahetamine, mis realiseerub loovtoote vormis. Toote või mõiste tähendus on alles tõusmas kultuuri puudutava arutelu keskpunkti. Loovtootmises on tähenduse vahetus kõrgemal kohal kui toode ise.

Intensiivne tootmine ja loovmajandus on tõusmas rahvusvaheliselt olulisteks tegijateks. Tulevikus on üha suurem osa toodangust mittemateriaalne. *Autoriõigused moodustavad loovmajanduse selgroo*. Teenuste ja toodete kultuurilised omadused tõusevad juhtpositsioonile tarbijate valikutes – näiteks disaini on määratletud kui kogukonna kultuurilist rõõmu. Parimal juhul läbib esteetiline ja funktsionaalne disain tootmist kogu selle protsessi vältel. Kultuurilise tähenduse lisamine tootele tõstab ka tema turuväärtust. Sellest hoolimata pole kultuurilised väärtused esmalt majanduslikud, vaid nad on seotud üksikisiku ja kogukonna identiteedi kujundamise, elukvaliteedi, elu tähenduse ja ühiskonnasisese koostoimega.

Kaldkirjas märgitud osad tsitaadis peaks lihtsustama oluliste ühenduste leidmist loovuse teemal peetava arutelu ja avatud innovatsiooni temaatika vahel. Loovtootmise põhimõtetal on ühtlasi väga huvitavad sarnasused moodsa aruteluga, mida peetakse sotsiaalse meedia või veeb 2.0 üle.

Teisalt, rääkides kriitilisest või analüütilisest vaatenurgast, peab märkima, et äsjane diskussioon loomemajanduse üle sisaldab mitte ainult märkimisväärset elevust ja julgeid vaatenurki (eriti kui arutluse all on rahvuslikud majandused), vaid on üles kloppinud ka parajal hulgal asjassepuutumatu ning ebarealistlikku vahtu – midagi üpris sarnast sellele debatile, mis peeti mõned aastad tagasi

⁴⁶ DCMS (Department of Culture, Media and Sports) 2001: Creative Industries Mapping Document 2001, http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001-htm

⁴⁷ Vaata ka nt DCMS:n Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin (September 2006), <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/70156235-8AB8-48F9-B15B-78A326A8BFC4/0/CreativeIndustriesEconomicEstimates2006.pdf>.

⁴⁸ Kolme puheenvuoroa luovuuden edistämisestä, 2005, 67-68.

infoühiskonna teemal. Äsjane arutelu loovuse teemal ja debati mitmetähenduslik olemus sattus kriitikatule alla. Mitmed õpetlased on rõhutanud, et arutelu loovuse, innovaatsuse, sisuloome ja teiste moesõnade üle kutsus üles kritiseerima või isegi demüstitseerima teemat.⁴⁹ Aku Alanen Soome Statistikaametist⁵⁰ märkis põhjendatult, et “erinevad terminid muutuvad moesõnadeks erinevatel aegadel ja neid on eriti kasutatud meedia poolt seksikates ühendustes, kaotades oma tegelikku mõtte. Sõnade olemusest saadakse aru hoopis teistmoodi, mille juures läheb tähendus täiesti kaduma ning termin muutub semantiliselt tühjaks.”⁵¹

Alanen esines kõnega 2007. aastal Rovaniemis peetud seminaril *Creative Lapland*. Oma kõnes tuli ta välja kriitilise avaldusega termini loovmajandus suhtes, öeldes, et “ma olen muutunud väga skeptiliseks kogu kontseptsiooni suhtes ja usun, et selle (termini) edasine kasutamine viib kogu loovuse mõiste tähenduse kadumiseni.”⁵² Mis puutub väljendisse *loovmajandus*, märkis Alanen järgmist:

Kõige lihtsamal viisil on loovus see, kui mõeldakse või tehakse midagi uut moodi. Teistmoodi tegutsemine ja mõtlemine on selle olulisim tunnus. Reaalsuses võib loovust esineda tehnoloogilise, majandusliku või sotsiaalse elu kõikidest valdkondadest, kõikidest tootmistest, kõikidelt ametialadelt ja kõikidest sotsiaalsetest klassidest. Selle olemas- või mitteolemasolu kõikides nendes valdkondades on võimalik kindlaks teha alles pärast, mitte enne selle esinemist. Mõõdikudki võivad olla valdkonniti erinevad.

Ma ei ole näinud mitte ühtegi tõsiseltvõetavat teaduslikku uurimust, mis tõestaks, et kultuur on teistest valdkondadest loovam ala. [...] Suurbritannia Kultuuriministeerium (DCMS) on *British Council*'i võrgustiku kaudu asunud aktiivselt propageerima loomemajanduse definitsiooni ja selle kategooriaid kui eksporditartikleid. [...] Semantiliselt on see termin ühendatud autorikaitseõigustega seotud valdkondadega (*copyright industries*) ja nende loovusega. DCMS on varmas väitma, et nende (loomemajanduse) mõiste definitsioon on identne autorikaitseõigustega seotud valdkondade omaga, kuid keegi ei taha jõuda selgusele, miks tuli kasutusele uus termin. Sellepärast ma tulengi siit järeldusele, et tegemist on meediaseksikusega. [...] Suurbritannia on eriti tugev autorikaitseõigustega seotud aladel eelkõige tänu inglise keelele ja jõudsalt kasvavale meediale. Sellepärast on riigile kasulik propageerida just nende alade loovust.⁵³

Publikatsioon “*Kolme puheenvuoroa luovuuden edistämisestä*” (“Kolm vaadet loovuse edendamise kohta”) mainib, et loovmajanduse kokkupuude rahvusliku majandusega toimub suure osas oletuste ja üldistuste tasandil. Uuringute väitel andsid kultuuritööstused ligikaudu 4% Soome SKPst ja ei ole põhjust oodata selle arvu märgatavat tõusu. Suurbritannias kasutatav tööstuse klassifikatsioon näitab, et kultuuritööstuste osakaal SKPst on viimastel aastatel aeglaselt langenud ja jäi paar aastat tagasi 5% juures pidama.⁵⁴

Hoolimata eespool toodud kriitikast tuleb rõhutada, et loomemajandus on kasvava strateegilise tähtsuse ja arengupotentsiaaliga. See on just see, miks loomemajanduse areng on valitud võtmetähtsusega rahvuslikuks strateegiaks, suurendamaks konkurentsivõimet rahvusvahelisel turul. Globaliseerumise peateemadeks – kus kultuur ja loovmajandus üksteisest huvitatud on – on kapitali mobiilsus, atraktiivsus, millega meelitada investoreid, ning kapitali, kaupade ja teenuste mobiilsus ning töö ja inimeste mobiilsus. Samamoodi peame meeles pidama, et “suure osa loovtoote hinnast moodustab planeerimistöö. Seega sõltub loovtoodang väga palju tööjõust. Tähenduse loomist ei saa automatiseerida. Loovmajandus loob töökohti. Loovtoodang võib muutuda väga oluliseks. Loovus on üks konkurentsiteguritest.”⁵⁵

⁴⁹ Leppihalme 2006. Võrdle Inkinen 1999b.

⁵⁰ http://www.stat.fi/org/yhteystiedot/index_en.html

⁵¹ Alanen 2006, 85.

⁵² Ibid., 85.

⁵³ Alanen 2006, 85-86.

⁵⁴ Kolme puheenvuoroa luovuuden edistämisestä, 2005, 68.

⁵⁵ Ibid., 68.

Loomulikult on loovusanalüüsi võtmeküsimuseks arusaamine, et mida see loomemajanduse ettevõtlus endast üldse kujutab. Soome Haridusministeeriumi poolt 2006. aastal välja antud raport pealkirjaga „*Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen*“ („Loomemajanduse ettevõtluse arendamine“) ütleb käesoleva arutelu raames selle arutelu terminoloogiat kasutades järgmist:

Soomes on alates 1990. aastatest arendatud kultuuri- ja loomemajandusega seotud ettevõtlust. 1990ndate lõpus tegutses haridusministeeriumi alluvuses kultuuritööstuse töörühm, kelle tegevuse lõppedes üllitati 1999. aastal teos „Kultuuritööstus“.

Loomemajanduse ettevõtlus võib olenevalt defineerija seisukohast tähendada tervet hulka erinevaid asju. [...] Loovust puudutav vaatenurk on tihti kahe-suunaline. Näiteks [professor Markku] Wilenius vaatlleb loovust esiteks loovalade esilekerkimise vaatenurgast ning teiseks võtab ta loovust kui ettevõtluse ja majanduse funktsioneeriva keskkonna muutust ja organisatsioonilise elu osa.

Soomes on kasutatud paljusid loomemajandust puudutavaid kontseptsioone. Kimmo Kainulainen on reastanud need nii oma raamatus „*Elämyksistä elinkeinoja*“ („Ettevõtlus elamustest“) kui ka oma doktoriväitekirjas. Eriti on ta käsitletud kultuuritööstust, järgides David Hesmondhalghi, diskuteerinud vabaajatööstuse (*leisure industry*), infotööstuse (*information industry*), meelelahutustööstuse (*entertainment industry*), loomemajanduse (*creative industry*) ja meediatööstuse (*media industry*) teemadel. Üks termin, mida kasutatakse Soome ja Skandinaavia tasandil, on elamusmajandus (*experience industry*) ja seda kasutatakse eelkõige turismile ja reisimisele viidates. Elamusmajandus on näiteks põhiline arendamisala Lapimaa Elamusmajanduse Ekspertiisikeskuses.⁵⁶

Vaatamata mõistetest ja terminoloogias tingitud ilmsetele probleemidele jõuab ministeeriumi publikatsioon järeldusele, et „kuna rahvusvaheliselt on termin *loomemajandus* normeeritud, siis on see reguleeritud ka Soomes. Et võimaldada selle valdkonna ettevõtluse arengut, oleks arukas kasutada ühtainsat terminit selle valdkonna kirjeldamiseks.“⁵⁷

Näib, et hoolimata kõigist probleemidest, on selle termini kasutamine pigem tundlik teema ning valdkonna ettevõtluse arendamine tundub hea strateegiana. Ministeeriumi publikatsioon jätkab, öeldes järgmist:

Kui me vaatame loomemajandust ettevõtja vaatenurgast, siis oleks vajalik natuke täpsem definitsioon. Täpsemasse definitsiooni võib lisada need loomemajanduse osad, mis toimivad aktiivselt ettevõtluses. Sinna sobivad arhitektuur, disain, graafiline disain, film ja TV, reklaam, muusika- ja helitööstus, raamatute kirjastamine ja levitamine, digitaalsisuloomed ja sisuloomed traditsioonilisele ning elektroonsele meediale (programmitoodang ja sellega seotud toodang). Siit lähtuvalt on sisuloomed muidugi väga ähmane termin. See võib tähendada nii televisiooni- kui ka interneti- ja mobiilsidetoodangut ning ka veebisaitide. Laiemalt võttes võib sisuloomed alla liita erinevad programmeeritud nagu muusikakontserdid ja kõnetoodangu (*paid speeches*).⁵⁸

Mis puutub „meediaseksikusse“, siis rahvusvahelist huvi loomemajanduse valdkonna vastu on hoidnud ülal selle valdkonna tugev kasv ja suur kasvupotentsiaal. Raporti „*Luovan kentän yritystoiminta – Elinkelpoisuus ja kehitysuunnat*“ („Loovvälja ettevõtlus – elujõulisus ja arengusuunad“, 2007)⁵⁹ järgi kasvas loomemajandusettevõtete arv vahemikus 2000-2005 10%, samas kui ainult kunstiga seotud ettevõtete arv kasvas 21%. Raport märgib veel, et kogu selle valdkonna kasv sellel perioodil oli 16%. Veel mainib raport, et kogu valdkonna käive 2005. aastal oli ligi 7 miljardit eurot ning valdkonnas tegutsevate ettevõtete arvuks oli 12 000. Ajaleheartikkel, mis seda raportit tsiteerib, lisab, et valdkonna kasumlikkus (kasum ühe investeeritud euro kohta) oli parem kui elektroonika või metsanduse oma.⁶⁰

⁵⁶ Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen, 2006, 9-10.

⁵⁷ Ibid., 10.

⁵⁸ Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen, 2006, 10.

⁵⁹ http://www.contentbusiness.fi/uploads/reports/1182411434_luovan_kentan_yritystoiminta.pdf

⁶⁰ http://www.taloussanomat.fi/page.php?page_id=104&news_id=200713638&rss=13

See asjaolu on andnud inimestele põhjuse järeldamiseks, et äritegevus loomemajanduses on ikka veel tõusujoonel. Veel paar aastat tagasi kõikusid kasvuootused rahvusvahelises plaanis viie ja üheksa protsendi vahel.⁶¹ Viimaste aastate kasvukõverad seletavad osaliselt, miks on ootused loomemajandusele kui tööandjale, rikkuse ja heaolu allikale ning dünaamilisele piirkondlikule arendajale nii kõrged, nagu nad on.

Maailmapanga andmete järgi moodustab see valdkond 7% kogu maailma majandusest. *PriceWaterhouseCoopers* pakub ala aastaseks kasvukiiruseks 10%. Globaalsel tasandil tõusid kasumid loomemajanduses 831 miljardilt USD-lt 2001. aastal 1,3 triljoni USD-ni 2005. aastal. [...] Viidates UNESCO andmetele, kasvas kultuuritoodete müük ajavahemikus 1994-2002 28 triljoni USD-lt 60 triljoni USD-le. [...] Suurbritannia oli suurim tootja ja USA oli suurim tarbija. [...] 2003. aastal moodustasid kultuurikaubad 8% Suurbritannia majandusest. 2004. aastal oli Suurbritannias valdkonnaga seotud 1,8 miljonit töötajat. Need andmed on tingitud tõsiasiast, et Suurbritannia on tarkvaratootmise ja mängutööstuse arvanud loomemajanduse valdkondade hulka. Nende osakaal kogu majandusest 2003. aastal oli 2,8%, jättes tegelikule kultuuritööstusele 5% suuruse majandusosaluse. [...]

Paljud riigid arvavad ka digitaalse sisuloomes kasvavate alade hulka. Vaba aja suurenev hulk ning inimeste väärtuste ja eluhoiakute muutused on seotud loomemajanduse tulevikuga. Nende muutuste kaudu on nõudlus kultuurihobide, -tegevuste ja -teenuste vastu tõusnud. Kimmo Kainulaise arvamusel on kultuuriäri üks kasvutegureid seotud turismi ja reisimisega.⁶²

Muidugi erinevad ootused kasvule või nõudmised töötajatele valdkonna sees olevate alade kaupa. Samal ajal kui eurooplased peavad väärtuslikuks investeeringute ja tegevuste suunamist digitaalsesse meediasse ning uusmeremaalased sisuloomesse (eriti Wellingtonis ja selle ümbruses), siis mõtlevad nad vaevu sügavamalt, et üüratu filmitoodang (nagu „Sõrmuste isand“ või „Narnia lood“) on siiani Hollywoodi poolt juhitud. Viimane sisaldab tootmisstruktuure, mis jätavad kohalikud stuudiod ja professionaalid küllaltki väikesse osakaalu kogu tervikust, mille moodustavad peamiselt alltöövõtjad ja produktsioonijärgsed spetsialistid.

Viimastel aastatel on globaalse kasvu ootused suunatud eriti just mängutööstusele. *Gartner Research Institution*'i 2007. aasta hinnangul tõuseb mobiilmängude turu maht 2,9 miljardilt USD-lt 2006. aastal 9,6 miljardile USD-le 2011. aastal.⁶³ Soome on pigem edukas mänguturul olnud. Soome perspektiivist vaadates on praeguse hetke väljakutsed seotud „kultuuriekspordi“ probleemidega. Soome loomemajanduse positiivne külg on olnud Soome artistide (HIM, Nightwish, Lordi, Apocalyptica, Bomfunk MC, Darude jne) rahvusvaheline edu.

Edu rahvusvahelisel turul on kaasa toonud parema rahvusliku eneseaustuse, uued ettevõtjad ja valdkonna potentsiaalse edu. Dotsent Hannele Koivuneni raport „*Onko kulttuurilla vientiä? ON!*“ („Kas

⁶¹ Vördle *Luovan kentän yritystoiminta – Elinkelpoisuus ja kehityssuunnat* (2007), http://www.contentbusiness.fi/uploads/reports/1182411434_luovan_kentan_yritystoiminta.pdf; *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*, [http://www.theworkfoundation.com/Assets/PDFs/Creative Industries Foreword one1.pdf](http://www.theworkfoundation.com/Assets/PDFs/Creative%20Industries%20Foreword%20one1.pdf); "Creative Capital: creative industries in the 'creative city'", [http://www.brecknockconsulting.com.au/07_downloads/Creative %20Capital-Brecknock %202003.pdf](http://www.brecknockconsulting.com.au/07_downloads/Creative%20Capital-Brecknock%202003.pdf). Vaata ka: <http://www.creativeclusters.com/?gclid=CIDT4duznI0CFRtJEaod8FR40A>. Vaata ka: Creative Industries Cluster Study Stage 2 Report, http://archive.dcit.gov.au/2006/06/creative_industries/stage_2, The 'Value Chain of Meaning' and the New Economy, <http://intl-ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/1/129>, A new perspective on the knowledge value chain, <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?contentType=Article&hdAction=Inkpdf&contentId=884005>, Creative Destruction: Business Survival Strategies in the Global Internet Economy, http://books.google.com/books?hl=fi&lr=&id=iVEkWPVTLcC&oi=fnd&pg=PP11&dq=Which+Value+chain+for+Creative+Industries&ots=FaogWd8qEa&sig=BtEaLcxT0lg7L_O3Zc5tHoq_95w#PPR8,M1.

⁶² *Luovien alojen yritystoiminnan kehittäminen*, 2006, 10-12.

⁶³ *Itviikko*, Mobiilipelit ajavat ohi konsolipeleistä. 18.6.2007, http://www.itviikko.fi/page.php?page_id=46&news_id=200715194&rss=18

kultuuriekspord on võimalik? ON!“, 2004)⁶⁴ vaatleb kultuuriekspordi problemaatikat. Globaalsel multikultuurisel turul võib kultuuriekspordi vaadelda kui tähenduste vahendust üle kultuuriipiiride. See ütlus on seotud *avatud innovatsiooni* seisukohtade ja probleemidega. Täiendavalt kommenteerib Koivunen loomemajanduse terminoloogiat:

Kultuuritegevuste (cultural activities) laiem kontseptsioon haarab enda alla kogu tähendusel põhineva toodangu ehk seega kogu inimsivilisatsiooni. Loomemajanduse idee sisaldab endas traditsioonilise kunsti kõiki tegevusvaldkondi – alates loovtoodangust kuni toodete levitamiseni. *Loomemajandus* on mõiste, mis on sageli kasutusel just anglo-saksi keeleruumis – see on pigem sünonüümiks mõistele *kultuuritööstus (cultural industries)* ja praktiliselt piiratud *autoriõigustekaitsetööstuse* alaga (*copyright industry*). Teised selles valdkonnas kasutusel olevad mõisted on *meelelahutustööstus (entertainment industry)*, *kultuuritööstus (culture industry)*, *sisuloome (content creation)*, *sisutööstus (content industry)*, *autoriõigustekaitse tööstus (copyright industry)* ja *elamusmajandus (experience industry)*.

Kultuuritoodangu (cultural production) mõiste viitab kultuuri ja toodangu ideedele, s.o kultuuriliste kaupade vahendusele. *Loometoodang (creative production)* ja *tähendustoodang (meaning production)* leidsid mõistetena esimest korda kasutust 1970ndate aastate kirjanduses, kuid ei jõudnud mõistetena sellisel kujul kunagi tavakasutusse. *Loometoodang* võrdsustub kultuurilise tähenduse vahendusega, mis esineb *loometoote (creative product)* vormis. Loometoodangus on tähenduse vahendus tähtsam kui füüsiline produkt ise ning vahendus hõlmab endas alati kvalitatiivseid kaalutlusi. Loometoodangu väärtus ja lõpp-produkti hind põhineb peamiselt mittemateriaalsel kujundusel ja planeerimisfaasil.⁶⁵

Päris tihti muutub selline toode aja jooksul (pärast turu poolt omaksvõttu) ja tootmishind langeb, kui kulud planeerimisele ja kujundamisele vähenevad ning võimalused tootmismahu tõsta suurenevad. Kultuuriekspordi väljakutsed ja potentsiaal on mitmetel erinevatel viisidel seotud arengutega loomemajanduses, loovmajanduses, digitaalsetes ökosüsteemides ning avatud innovatsioonikeskkondades. Soome kontekstis on uueks võtmemõisteks *vuorovaikutusteollisuus* (koostoimemajandus).

Me näeme, et uuel aastatuhandel on digitaalne tehnoloogia muutnud meediakultuuri nii kvantitatiivselt kui ka kvalitatiivselt. See on toonud esile täiesti uut liiki kogukonnad, uued utopiad ja uued avangardid.⁶⁶ Juba omaette moesõnaks muutunud mõiste *globaliseerimine* on saanud endale paarilise meie ühiskondade arengut kirjeldava *digitaliseerimise* näol. Andmaks asjale poeetilist kõla, võiks öelda, et viimastel aastatel on digitaliseerimine muutunud tehnoloogia poolt juhitud, hüperglobaliseeritud ja superühendatud maailma “loomulikuks keeleks”.

Teisest küljest peab mõnma, et uue meedia ja digitaalkultuuri valdkond pole ainult mitmekülgne ja keeruline, vaid ka endastmõistetav ja ilmne. Mõiste *digitaalne* kui antonüüm sõnadele materiaalne, reaalne või analoogne on laienenud iga digitaliseeritud osakesega (bit) lääne ühiskonna kommunikatsioonis, meedias ja tehnoloogias. Norra meediaõpetlane Espen Aarseth mainis juba 2002. aastal toimunud *Mindtrek*'i festivalil, et “digitaalsus on kõik(jal)” (*digitality is (all) over*).

Siin on kaks erinevat võimalust sellest tsitaadist aru saamiseks. Ühest küljest on digitaalsus tõesti kõikjal ja igal pool, teisest küljest on digitaalsus suurel määral tänu oma kõikjalolemise loomusele kaotanud suurema osa oma tähendusest ja jõust alates sellest hetkest, kui teda hakati kasutama utoopilise võtmesõnana.

Kas meedium on sõnum? Väites 1960ndatel, et “meedium on sõnum”, püüdis Kanada meediateoreetik ja visionäär Marshall McLuhan äratada oma kaasaegseid nn saatuslikust unest. Ta tahtis rõhutada, et kõige tähtsamad meediamõjud ja -efektid ei ole seotud mitte tõelisuse (sisu) edastamisega, vaid hoopis meedia positsiooniga moodsas ühiskonnas ja selle tegutsemisviisidega tehnoloogiana.

⁶⁴ <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2007/liitteet/opm9.pdf?lang=fi>

⁶⁵ “Onko Suomen kulttuurilla vientiä?”, <http://www.suomeneurooppaliike.fi/eurometri/2eurometri2004/koivunen.doc>.

⁶⁶ Vördle Inkinen 1999a.

Järgides seda loogikat, lükkas McLuhan ümber idee visioonist, et Gutenbergi trükikunst lõi meile olulisima taju, mille abil saame endile maailma kujundada. Hoolimata mõnede üksikute kirjutiste sisust saame järgida McLuhani ideed ja väita, et *digitaalne meedia* ja *võrgukultuur (network culture)* loodi interneti ning IKT (info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) kaudu ning muu interaktiivne meedia on kasvulavaks täiesti uuele *meediakogemusele*.

Isegi kui *digitaliseerimisel* oleks samasugune üüratu trend nagu *globaliseerimisel*, näeks me ainult jäämäe tippu. Digitaalsetel keskkondadel on tähtsus nii omaette eksisteerivate ettevõtlusvormide näol kui ka toetusfunktsioonide näol, mida nad pakuvad teistele ettevõtlusvaldkondadele ja ökosüsteemidele (*ecosystems*).

Hoolimata tuleviku üle peetavast intensiivsest arutelust, on mitmed kaasaegse majanduse ja ühiskonna protsessid üles ehitatud vanadele, lineaarsetele ning "igikestvatele vanakooli printsiipidele". See on nähtav nii paljude korporatsioonide kui ka organisatsioonide juhtimisprotsessides, ebaefektiivsetes koosolekuharjumustes ning komisjonide aegunud tegemistes.

Lisaks teistele probleemidele näitavad need pudelikaelad, et digitaalsel meedial ja tehnoloogial (telekonverentsid, virtuaalühendused, korporatsiooni- wikid ja blogid, e-õpped jne) on majandusele, kultuurile ja ühiskonnale veel palju pakkuda.

3. Uuringu metoodika

3.1 Uuringu metoodika ülesehitus

Lähtealused

Käesoleva uuringu aluseks on kvalitatiivne lähenemine uuritaval probleemile. Kvalitatiivne lähenemine võimaldab kasutada erinevaid tõendusmaterjale paralleelselt – dokumente, intervjuusid, jt. Kvantitatiivne-kvalitatiivne sõltuvus on pigem kujutletav pidevana kui vastandlikuna, sest suur osa kvalitatiivseid meetodeid arvestab teatud ulatuses kvantifitseerimist ja küsimus on vaid, mil määral (Bell, 1997)⁶⁷. Käesoleva uuringu erinevates etappides on samuti kasutatud kvantitatiivseid uurimis- ja analüüsimeetodeid, kuid eelkõige iseloomustab uuringut siiski kvalitatiivne lähenemine, mis tähendab, et „empiirilisest materjalist järelduste tegemisel ei kasutata arvulisi näitajaid peamiste argumentidena“ (Lagerspetz, 2000:83)⁶⁸. Tegemist on pigem kirjeldusega, millised on loomemajanduse arendamist mõjutavad tegurid ning mis suunas peaks edaspidine arendamine toimuma.

Uuringu lähteülesandeks olev Eesti loomemajanduse potentsiaali hindamine eeldab kompleksset lähenemist, kuna loomemajandus Eestis ei ole üheselt defineeritud ning piirid antud nähtuse ja tema ümbruskonna vahel ei ole täiesti ilmsed. Seetõttu on uuringu läbiviimisel kasutatud kolme tüüpi triangulatsiooni viise (Maula, 1999)⁶⁹:

- andmeallikate triangulatsioon – aitab vaadata, kas see, mida me vaatleme ja raporteerime kannab sama tähendust ka erinevates tingimustes kogutuna. Antud uuringus kasutati andmeallikatena ankeetküsitlust, meediaväljaandeid, ekspertintervjuusid, ümarlaua arutelusid, dokumente, teemakohast kirjandust.
- uurijate triangulatsioon – mitmete erineva taustaga uurijate kasutamine. Kõigi uuringu etappide läbiviimisel osales kokku kaheksa uurijat (vt lk 28).
- metodoloogiline triangulatsioon – mitmete uurimis- ja analüüsimeetodite kasutamine nähtuse uurimisel. Uuringus kasutati sekundaaranalüüsi meetodeid, kontentanalüüsi, ankeetküsitluse ja ekspertintervjuude meetodeid, ümarlaua meetodit, ajurünnakuid, tekstide kvalitatiivset sisuanalüüsi, stsenaariumi koostamise tehnikat jt.

Triangulatsioonil põhineva uuringu metoodika koostamise aluseks on uuringule seatud ülesanded:

- hinnata loomemajandusealast teadlikkust Eestis

⁶⁷ Bell, W. (1997) Foundations of Futures Studies.

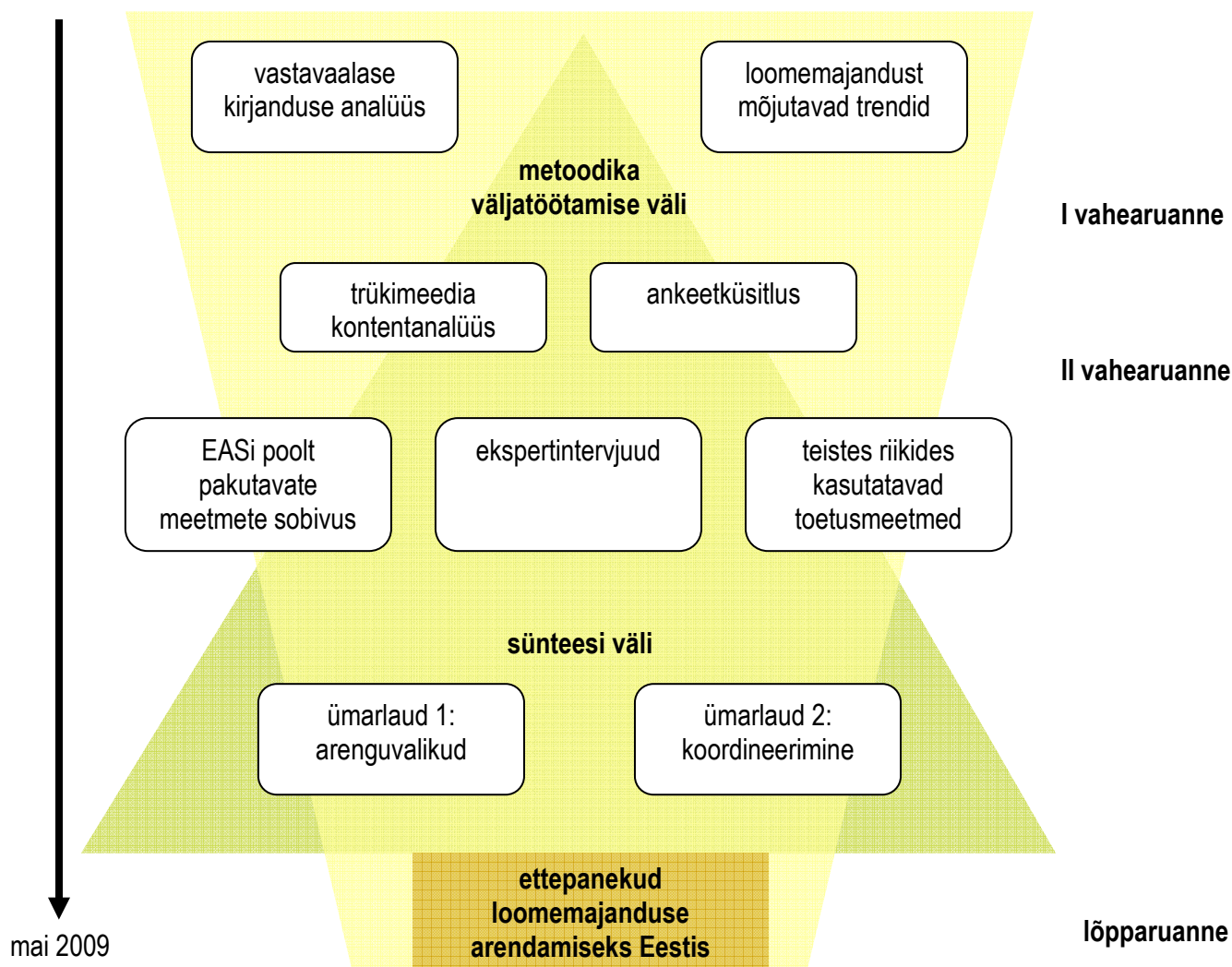
⁶⁸ Lagerspetz, M. 2000. Kvalitatiivsete meetodite proovikivi Eesti sotsioloogiale. – Eesti sotsiaalteaduste aastakonverents I, 24.-25. november 2000: Ettekannete kogumik. Toim. R. Vetik. Tallinn: TPÜ Kirjastus. Lk 83-84.

⁶⁹ Maula, M. 1999. Multinational Companies as Learning and Evolving Systems. A multiple-case study of knowledge-intensive service companies. Finland: Helsinki School of Economics and Business Administration.

- hinnata Eesti loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali ja tuua välja eelisarendatavad valdkonnad.
- analüüsida olemasolevaid ettevõtluse toetamise meetmeid nende sobivuse osas loomeettevõtetele
- välja pakkuda tegevussuunad loomemajanduse arendamiseks Eestis.

Antud ülesannete lahendamine eeldab erinevatest uuringuplokkidest koosneva meetodika koostamist. Alustati meetodika väljatöötamisega, mis toimus põhimõttel, et iga uuringuetapi läbiviimise järel korrigeeriti järgnevat samm. Selle tulemusena tehti algselt väljapakutud uuringu meetodikasse mitmeid täiendusi ja parandusi. Lõplik uuringu erinevate etappide järjestus ja omavaheline seotus on esitatud järgneval skeemil (joonis 1).

oktoober 2008



Joonis 1. Uuringu etapid: nende järjestus ja omavaheline seotus

Allikas: Autorite koostatud

Joonis 1 kirjeldab erinevate alletappide ajalist järgnevust ajateljel. Meetodika väljatöötamise allapoole laienev „väli“ näitab arvesse võetavate aspektide hulka, mida arvestati järgmiste alletappide meetodikate täpsustamisel, s.t iga alletapi täpse läbiviimise ja analüüsi meetodika väljatöötamisel arvestati kõigi eelnevate alletappide tulemustega. Allapoole koonduv „väli“ kirjeldab iga järgneva alletapi

järjest fokuseeritumat suunitlust Eesti loomemajanduse arendamiseks vajalike ettepanekute tegemiseks.

Loomemajanduse kui suhteliselt uudse nähtuse uurimisel on paljude inimeste, sh erinevate osapoolte kaasamine võtmetähtsusega. Uuringu erinevate etappide läbiviimisel õnnestus kaasata arvestatav hulk inimesi. Kokkuvõtvalt on uuringusse kaasatud 226 inimese arvamused, hoiakud ja nägemused (vt Tabel 1). Sellisel arvestataval hulgal inimeste kaasamine uuringu valmimisse ühtib loomemajanduse arendamise põhimõtetega (nt loova linna kontseptsiooniga), mille üheks põhijooneks on inimeste kaasamise tähtsustamine, inimeste osalemise ja koostöötamise tahe⁷⁰.

Tabel 1. Uuringu alletapid ja kaasatud inimeste hulk

Uuringu etapi nimetus	Osalejaid
Ankeetküsitlus	127
Ekspertintervjuud	35
EAS meetmete analüüs	6
Ümarlauad	28 + 30

Uuringu erinevate etappide läbiviimisesse olid projektimeeskonna liikmed kaasatud järgnevalt:

- Metoodika väljatöötamine – Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Erik Terk, Andres Viia, Tarmo Pikner, Helen Sooväli ja Samppa Inkinen.
- Loomemajandust mõjutavad trendid – Samppa Inkinen
- Ankeetküsitlus – Andres Viia, Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Marko Murulauk (internetipõhise küsitluse tehniline lahendus)
- Trükimeedia kontentanalüüs – Tarmo Pikner, Tauri Tuvikene
- Ekspertintervjuud – Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Tarmo Pikner, Andres Viia
- Rahvusvahelised praktikad – Teele Pehk, Andres Viia
- EAS meetmete analüüs – Teele Pehk, Andres Viia
- Ümarlauad – Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Erik Terk, Andres Viia, Tarmo Pikner, Helen Sooväli, Teele Pehk, Ott Sarapuu, Tiina Urm.
- Süntees ja ettepanekud – Külliki Tafel-Viia, Silja Lassur, Erik Terk, Andres Viia, Helen Sooväli, Tarmo Pikner

⁷⁰ Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Eesti Tuleviku-uuringute Instituut ja Tallinna Ülikool, 2007-2008, kättesaadav: <http://www.tallinn.ee/est/g2402s39407>.

3.2 Loomemajandusteadlikkuse ankeetküsitluse meetodika

Metoodika valiku alused

Teadlikkuse hindamise meetodiks valiti ankeetküsitluse meetod. Nimetatud meetodi kasuks räägivad järgmised asjaolud:

- see annab suhteliselt lühikese aja jooksul võimaluse saada teada paljude inimeste arvamust;
- see annab võimaluse saada ühtede ja samade küsimuste kohta korraga erinevate inimeste arvamust ja annab võimaluse seeläbi arvamusi võrrelda;
- lähtudes eeldusest, et inimeste loomemajandusteadlikkus on pigem madal kui kõrge, võimaldab ankeetküsitlus läheneda teemale n.ö sissejuhatavalt ja „lihtsamalt” (võrreldes süvaintervjuu ja/või fookusgrupiga);
- arvestades loomemajanduse temaatika vähekäsitletust, võimaldab ankeetküsitlus saada mitmete erinevate teemade kohta esialgset informatsiooni, mida hiljem on võimalik edasi põhjalikumalt uurida (mh toob ankeetküsitlus välja ka teemad, mis ei ole, vähemalt esmajärjekorras, olulised uurimisobjektid).

Küsimustiku koostamise lähtealused

Teadlikkuse hindamine on võimalik jaotada erinevateks allkomponentideks. Nendeks on teadmiste hindamine, hoiakute ja väärtuste hindamine ja käitumise hindamine. Kaiser *et al* (1996)⁷¹ on lähtunud seosest, mille järgi mõjutab hoiak käitumist, seda aga kavatsuse vahendusel; teadlikkust on käsitletud kui eeldust igasugusele hoiakule ning teadlikkus on käitumisega seotud kavatsuse vahendusel.

Küsimustik on koostatud sihiteadlikult laiapõhjaline: eesmärgiks oli hõlmata küsitlusse teemad, saamaks lisaks üldisele hinnangule teadlikkuse kohta, sisendit ka uuringu järgmistesse etappidesse. Samas võimaldavad erinevad küsitlusse hõlmatud temaatikad uuridagi teadlikkust erinevatest tahkudest.

Loomemajandusteadlikkuse hindamise küsimustik ehitati üles kolmele komponendile:

1. TEADMISED ehk teadmised loomemajandusest. See plokk keskendub järgmistele teemadele: millena loomemajandust mõistetakse ja kirjeldatakse, milliste tegevustega seostatakse, mis tüüpi loomemajandusalasest infost tuntakse puudust, millistest allikatest saadakse loomemajandusega seotud informatsiooni, kust soovitakse saada jt;
2. HOIAKUD/VÄÄRTUSED ehk kuidas suhtutakse loomemajandusse. See plokk keskendub järgmistele küsimustele nagu: milliseid seisukohti ja arvamusi loomemajanduse suhtes omatakse, milliste eesmärkidega loomemajanduse arendamist seostatakse, milliste valdkondadega nähakse loomemajandust seoseid omavat jt;
3. KÄITUMINE (TEGEVUSED) ehk kuidas subjektide tegevused seostuvad loomemajandusega? See plokk keskendub järgmistele küsimustele nagu: milliste loomemajandussektori allvaldkondadega tehakse koostööd, millise intensiivsusega see koostöö on jt.

⁷¹ Kaiser, F. G., Wölfling, S., Fuhrer, U. (1996). Environmental Attitude and Ecological Behavior. – Paper presented at the 104th Annual Convention of the American Psychological Association (APA), Toronto, Ontario, Kanada.

Kokkuvõttes koostati neljast plokist koosnev ankeet, mille alljaotused olid järgmised:

1. I osa: Teie andmed
2. II osa: Hinnang teadmiste ja info olemasolu kohta
3. III osa: Hoiakud ja väärtused
4. IV osa: Tegevused

Teadlikkuse hindamise küsimustiku konstrueerimisel on valikumomendiks see, kas lasta vastajatel endil hinnata oma teadmisi (peab ühe või teise teema osas oma teadmisi heaks või halvaks) või esitada vastajatele küsimusi, kus nad peavad neile vastama (üldjuhul on vastusevariandid ette antud, mitte ei ole tegemist avatud küsimustega). Vastajate endi poolt hinnatud teadmiste puhul võib eeldatavaks probleemiks osutada see, kui interpreteerida käitumiskomponendi uurimise probleeme, et vastajad kipuvad oma teadmisi üle hindama. Teiselt poolt leitakse, et on raske anda üheselt õigeid vastuseid, mis on etteheide jällegi küsimustele vastamise (teadlikkuse kontrolli) variandile. Kokkuvõttes kipuvad ka teadmiste kontrolli variandi puhul vastused sageli jääma üksnes subjektiivsete hinnangute tasandile. Vastajate endi poolt antud hinnangutel põhineva lähenemise kasutamisel räägime tajutud teadlikkusest või teadmistest (*perceived knowledge*).

Käesoleva ankeedi puhul on tegemist kombineeritud variandiga, kus ühelt poolt lasti vastajatel endil oma teadmisi hinnata ning teiselt poolt olid jällegi küsimused antud koos vastusevariantidega, millele vastajad pidid vastama.

Ankeedis olid 2/3 juhul (16 küsimust) vastusevariandid ette antud ning 1/3 küsimustest (7 küsimust) olid avatud. Ankeedis olid integreeritud erinevad vastusvariandid: väidete hindamine ette antud skaalal, väidete järjestamine, seoste tugevuse hindamine jms. (Vt ankeeti Lisast 1)

Valimi määratlemine ja moodustamine

Uuringu valim koostati kolme sihtgrupi põhine:

1. Esiteks: loomevaldkondade esindajad;
2. Teiseks: avaliku sektori esindajad. Nende osas eristati kahte tasandit: a) riigi tasand, mille osas ühelt poolt eristati seadusandlikku-poliitilist tasandit, keda esindasid Riigikogu liikmed ning teiselt poolt täidesaatvat tasandit, keda esindasid ministriumide kantslerid jt ametnikud; b) kohaliku omavalitsuse tasand, kus vastajateks olid maavanemad/linnapead;
3. Kolmandaks: nn tavaettevõtete esindajad, kelle osas eristati kahte gruppi: a) töötleva tööstuse ettevõtted ja b) teenindusettevõtted.

Loomevaldkondade esindajate valim koostati loomevaldkondade erialaliitudest lähtuvalt (vt liitude nimekirja Lisast 2). Põhjus, miks loomevaldkondade esindajatele läheneti erialaliitude kaudu, seisneb asjaolus, et statistika ei võimalda teha loomevaldkondade esindajate põhist väljavõtet, kuna statistikas puuduvad vastavad detailsed valdkondlikud alljaotused.

Avaliku sektori esindajate valikul lähtuti põhimõttest, et vastajad oleksid nii kohaliku kui riigi tasandi esindajad. Arvestades küsimuste strateegilist olemust ja tulevikku suunatust, valiti ka vastajateks otsustaja-positsioonil olevad inimesed. Valimisse haarati kõikide kohalike omavalitsuste juhid – vallavanemad/linnapead, kõikide ministriumide kantslerid ja loomemajanduse temaatikaga kokkupuutuvad ametnikud ministriumi tasandil ning Riigikogu liikmed.

Ettevõtete valim moodustati EMTAK koodide alusel (tööstusettevõtted EMTAK C alusel ja teenindusettevõtted EMTAK koodide D kuni S alusel). Arvestades tootmis- ja teenindusettevõtete eripära võimalike seoste jm koostöö osas loomemajandusvaldkonnaga, eristati valimis tootmis- ja teenindusettevõtteid. Ettevõtete valimi moodustamiseks telliti Äriregistrist väljavõtte (vt väljavõtte kogumile esitatud kriteeriumid Lisast 3). Saadud valim koosnes kokku 1035 ettevõttest, millest teenidusettevõtteid oli 504 ja tootmisettevõtteid 531. Nendest ligikaudu 20% olid puudulikud kontaktandmetega, mille võrra vähenes nende ettevõtete hulk, kelle poole küsitluses osalemise palvega pöörduiti.

Ankeetküsitluse läbiviimine

Uuring viidi läbi interneti vahendusel, mille tarbeks koostati ankeedist web-ipõhine lahendus. Määratletud vastajagruppidele saadeti küsitlusankeedile vastamise palve e-posti teel. E-kirjad saadeti grupipõhiselt: ettevõtjad, avaliku sektori esindajad, sh eraldi valdade ja linnade juhid, riigikogu liikmed, ministriumide kantslerid jt ametnikud ning kolmanda grupina loomevaldkondade esindajad erialaliitude kaupa.

Vastamiseks oli antud kaks võimalust: interneti teel selleks koostatud veebipõhise küsitlusankeedi vahendusel või paberkandjal olevale ankeedile, mis oli pdf-failina e-kirjale lisatud ning mida vastaja sai tagastada kas e-postiga, olles täidetud ankeedi sisse skanneerinud, faksiga või posti teel. E-kirjale oli lisatud ka kultuuriministripoolne saatekiri.

Lisaks esmapalvele saadeti e-postiga ka kaks kordus-meeldetuletuskirja küsimustikule vastamiseks.

Enne küsitluse täiemahulist läbiviimist, korraldati ka pilootküsitlus, saamaks teada, kas ja milliseid raskesti või valesti mõistetavaid küsimusi ankeet sisaldab ning milliseid probleeme ankeedi osas võidakse täheldada. Pärast pilootküsitlust lühendati ankeeti mõnede küsimuste võrra ja muudeti osade küsimuste ja vastusevariantide sõnastust.

Ankeet oli vastamiseks avatud kokku 3 nädalat: 21. novembrist – 12. detsembrini.

3.3 Kontentanalüüsi metoodika

Käesolevas uuringus käsitletakse loomemajanduse alast teadlikkust meediainformatsiooni põhjal, mida kombineeritakse hiljem vastava ala arvamusiidrite ja praktikute arvamustega (ankeet küsitlus ja arutelud).

Meediainformatsiooni analüüsitakse kontentanalüüsi meetodiga. Meedia kontentanalüüs keskendub eelkõige kahele aspektile: a) konteksti analüüsimisele, milles loomemajandust kui teematikat käsitletakse; b) loomemajanduse kui teema mõtestamisele, st seonduvatele probleemidele ja võimalustele.

Kontentanalüüsi põhjal näitab loomemajandusealast teadlikkust vastava teema esitlemise intensiivsus meedias ja kvalitatiivsed seosed erinevate kultuuritegevuste ja loovtööstuse vahel. See tähendab, et analüüs ei taotle arvuliselt suure hulga artiklite läbitöötamist vaid pigem on oluline loomemajandusalaste seoste ja uudsete tegevusalade selgitamine. Kontentanalüüsi tulemusi kasutatakse täiendavate küsimuste ja aspektide genereerimisel Eesti loomemajanduse potentsiaali hindamisel ja arendamisel.

Meedia kontentanalüüsi osad ja etapid (mugandatud McQuail 2000⁷² järgi)

Tekstikogum

Analüüsitakse loomemajandust käsitlevaid tekste ajalehtedest: Postimees, Sirp ja Äripäev. Need trükimeediad on valitud selle järgi, et sisaldavad erinevatele lugejagruppidele suunatud informatsiooni ja seetõttu peegeldavad mingit osa nende teadlikkusest.

Tekste selekteeritakse välja loomemajanduse alaste märksõnade kaudu, mis on jaotatud järgnevasse gruppidesse (vt ka Lisast 4):

- a) loomemajandus kui valdkond (loomemajandus, loovmajandus, kultuuritööstus, loovtööstus).
- b) loomemajandus kui süsteem/protsess (klaster)
- c) loomemajanduse praktiseerijad (talendid, loovettevõtja)
- d) loomemajanduse praktikate kohad (kultuuritehas, kultuurikatel, kultuuripealinn, inkubaator, loomeinkubaator)
- e) loomemajanduse meetmed (innovatsioonipoliitika)

Nende märksõnade järgi otsitakse tekste nimetatud ajalehtede interneti arhiividest avaldatud perioodil 01.01.2004-30.09.2008. Analüüsitava artikli valikukriteeriumiks on see, et märksõna seostub tekstis loomemajanduse teemaga laiemalt või otseselt mõne loomemajanduse piiritletud alavaldkonnaga (nt disain või muusikatööstus). Lühikesi teadaandeid, horoskoope, jms ei analüüsita. Kokku hõlmab kontentanalüüs 119 trükimeedia artiklit.

⁷² McQuail, D. (2000). Mass communication theory. 4th edition. Sage, London

Analüüsi eesmärgile vastav kategooriate süsteem

Eriala kirjandust ja praktikaid (nt Florida 2005⁷³, Amin ja Cohendent 2004⁷⁴) arvestades töötati välja loomemajanduse alase teadlikkuse kategooriad, laiema kategooriad on nummerdatud 0,1,2,3,4 jne (vt Lisa 4). Analüüsi käigus oli võimalik neid kategooriaid mõnevõrra laiendada või muuta tulenevalt esile kerkivatest teemadest.

Sisust analüüsi ühik

Analüüsi ühikuks on kogu artikli tekst. Analüüsist jäetakse välja need tekstid, milles puudub seos märksõna ja loomemajandusvaldkonna vahel, st sellest ei tule andmebaasi mingit märget, samas saab mõningase ülevaate nt kui suurel määral ja kuidas räägitakse loomemajanduse allvaldkondadest seoses klastrite ja innovatsioonipoliitikaga.

Sisu asetamine vastavusse kategooriatega

Tekste analüüsitakse vastavalt loomemajandusteema kategooriatele, mida saab mõnevõrra laiendada analüüsi käigus. Täidetakse Exceli tabel, iga analüüsitava artikli kohta (vajalik seos vähemalt kategooriatega 0 ja 1) tekib tabelisse üks rida. Oluline on loomemajanduse valdkonna seoste ja perspektiivide leidmine, seetõttu tehakse lisaks tabeli täitmisele märkmeid huvitavatest ideedest.

Tulemuste esitamine

Kontentanalüüsi tabeli ja märkmete põhjal valmib seostatud kirjalik kokkuvõte. Tulemustes kajastuvad loomemajanduse teema kategooriate kvalitatiivsed seosed. Meedia kontentanalüüsiga seostatuid kategooriaid-teemasid saab kasutada küsitlustes, intervjuudes, rühma-aruteludes ja poliitikadokumentide analüüsil. See võimaldab meediainformatsiooni võrdlemise ja täiendamise sotsiaalse reaalsusega ning ühiskondlike struktuuridega.

Kontentanalüüsi tulemuste esitlemisel on numbritest tähtsamad kvalitatiivsed väärtused ja seosed, mis diskursuse kaudu luuakse. Ajalehtede erinevad rõhuasetused loomemajanduse temaatika käsitlemisel peegeldavad autorite ja lugejaskonna teatavat meelsust. „Postimees“ on suunatud laiale publikule üle terve Eesti (236 000 lugejat⁷⁵), mõnevõrra tuuakse kohalike teemasid enam esile „Postimehe“ regionaalsete lisalehtedega. „Sirp“ keskendub enam kultuuriteemade kajastamisele ja haritumale lugejale (25 000-30 000 lugejat⁷⁶). „Äripäev“ kirjutab enam praktiliselt majanduses toimuvast (83 000 lugejat⁷⁷), laiemaid ühiskondlike teemasid käsitletakse lisalehtedes.

⁷³ Florida, R. (2005). Cities and the Creative Class. Routledge

⁷⁴ Amin, A., Cohendent, P. (2004). Architectures of knowledge. Firms, capabilities, and communities. Oxford University Press.

⁷⁵ 2009.aasta I kvartalis, Emori andmed, <http://www.emor.ee/index.html?id=1717> (kasutatud 20.05.09)

⁷⁶ info peatoimetaja Kaarel Tarandilt, 20.05.09

⁷⁷ 2009.aasta I kvartalis, Emori andmed, <http://www.emor.ee/index.html?id=1717> (kasutatud 20.05.09)

3.4 Ekspertintervjuude metoodika

Ekspertintervjuude eesmärgiks seati loomemajanduse ja seal toimetavate allvaldkondade sisemise potentsiaali kvalitatiivne hindamine. Kvalitatiivse lähenemise kasuks otsustati pärast Eesti Konjunktuuriinstituudi (EKI) 2005. aastal valminud uuringu „Eesti loomemajanduse kaardistamine“ aruande ülevaatamist ning statistilistele andmetele tuginemise võimalikkuse hindamist. Leiti, et numbrilistele näitajatele, (mis tulenevalt statistika kogumise puudulikkusele on ebatäpsed), tuginemine eu võimalda analüüsida loomemajanduse allvaldkondi nende toimimise keerukuses. Allvaldkondade numbrite omavaheline võrdlemine ei anna alust allvaldkonna sisemise potentsiaali kohta hinnangu andmiseks, sest a) sektorite suurused on erinevad (nt kunsti turu mahtu ei saa võrrelda ringhäälingu turu mahuga) ning b) sektori tegevuse eesmärgid on erinevad (nt ühed põhinevad teenuse osutamisel teistel ettevõtetele – tootedisain, teised suurest lõpp-produkti müügil – kirjandus) ja seeläbi ka nende potentsiaal ja võimalus mõjutada majanduskeskkonda toimub erinevaid teid pidi. Selleks, et kaardistada, mil viisil erinevates allsektorites tegevus toimib, mis on ühe või teise sektori tugevad ja nõrgad küljed, otsustati läbi viia ekspertintervjuud.

Ekspertintervjuu kui meetod põhineb oma ala asjatundjaga tehtud formaliseerimata (s.t vabade vastustega) intervjuudel, kus küsitakse eksperdi hinnanguid, prognoose jms mingi ala olukorra ja edasiste arengute jms kohta.⁷⁸

Intervjuu küsimustiku koostamise alused

Teoreetilisest ja loomemajanduse arendamise praktikaid käsitlevast kirjandusest ei leia üheseid potentsiaali hindamise indikaatoreid. Enamus riikide ja linnade strateegia- või arengudokumente samuti ei anna seletust, milliste indikaatorite alusel on väljavalitud prioriteetsete valdkondadeni jõutud, ehk millistest eesmärkidest lähtuvalt ja milliste indikaatorite alusel on hinnatud valdkondade potentsiaali. Seetõttu võeti aluseks kirjanduses kajastatud olulisemad seosed ja valdkondade arengut kirjeldavad teemad. Peamised eesmärgid, mille täitmisel on loovus ja kultuur asetatud kriitilise teguri rolli, võib jaotada nelja suurema märksõna alla⁷⁹: majanduslik uuenemine, keskkonna atraktiivsus, sotsiaalne sidusus, rahvusvaheline teadvustamine. Nimetatud eesmärkidel võib olla mitmeid alaeesmärke, kuid põhilähenedemistena on nad korduvad.

Loomemajandus arendamiseks peaks hindama allvaldkondade võimet panustada nende nelja taotluse saavutamisesse. Tabelis 2 nähtub, millistele küsimustele peaks valdkonna potentsiaali hindamisel keskenduma.

⁷⁸ Kvalitatiivne analüüs : kompendium Triin Vihalemma loengukursusele / [koostanud] Triin Vihalemm; Tartu Ülikool, 2000

⁷⁹ Siinkohal on üldistuste tegemisel tuginetud järgmistele allikatele: Landry, Ch., Bianchini, F. (1995) *The Creative City*, London: Demos; Hurstel, J. (2006) *Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Conclusions on the social dimension; Strategies for Creative Spaces. Phase 1 Report.* September 2005; Rutten, P. (2006) *Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective; Image of the City. Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Region.* 2006, Nordic Innovation Centre; Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities. Conclusions & Recommendations, From the work done by the URBACT Culture Network, 2006; Florida, R. (2004); *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life.* New York: Basic Books; Florida, R. (2007) *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, New York: HarperCollins.

Tabel 2. Loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali indikaatorite ja loomemajanduse arendamise taotluste seosed

Loomemajanduse arendamise taotlused	Valdkondade potentsiaali indikaatorid
1) majandusliku uuendamise, majandusliku aktiivsuse suurenemise eesmärk	Lisandväärtuse loomine, innovaatilisus, ettevõtlusaktiivsus, ekspordivõime
2) keskkonna (linnaruumi) atraktiivsuse suurenemise taotlus	Regionaalne paiknemine, mõju ruumile (ümbruskonnale) ja ruumist, keskkonnasõbralikkus
3) sotsiaalse sidususe, kaasamise suurendamise eesmärk	Tegutsejate hulk, vanuseline struktuur, mitmekesisus, harrastusvõimalused, liidri olemasolu, koostöö
4) (väljapoole suunatud) linna atraktiivsuse suurendamise taotlust.	Rahvusvaheline tuntus, erilisus

Allikas: autorite koostatud

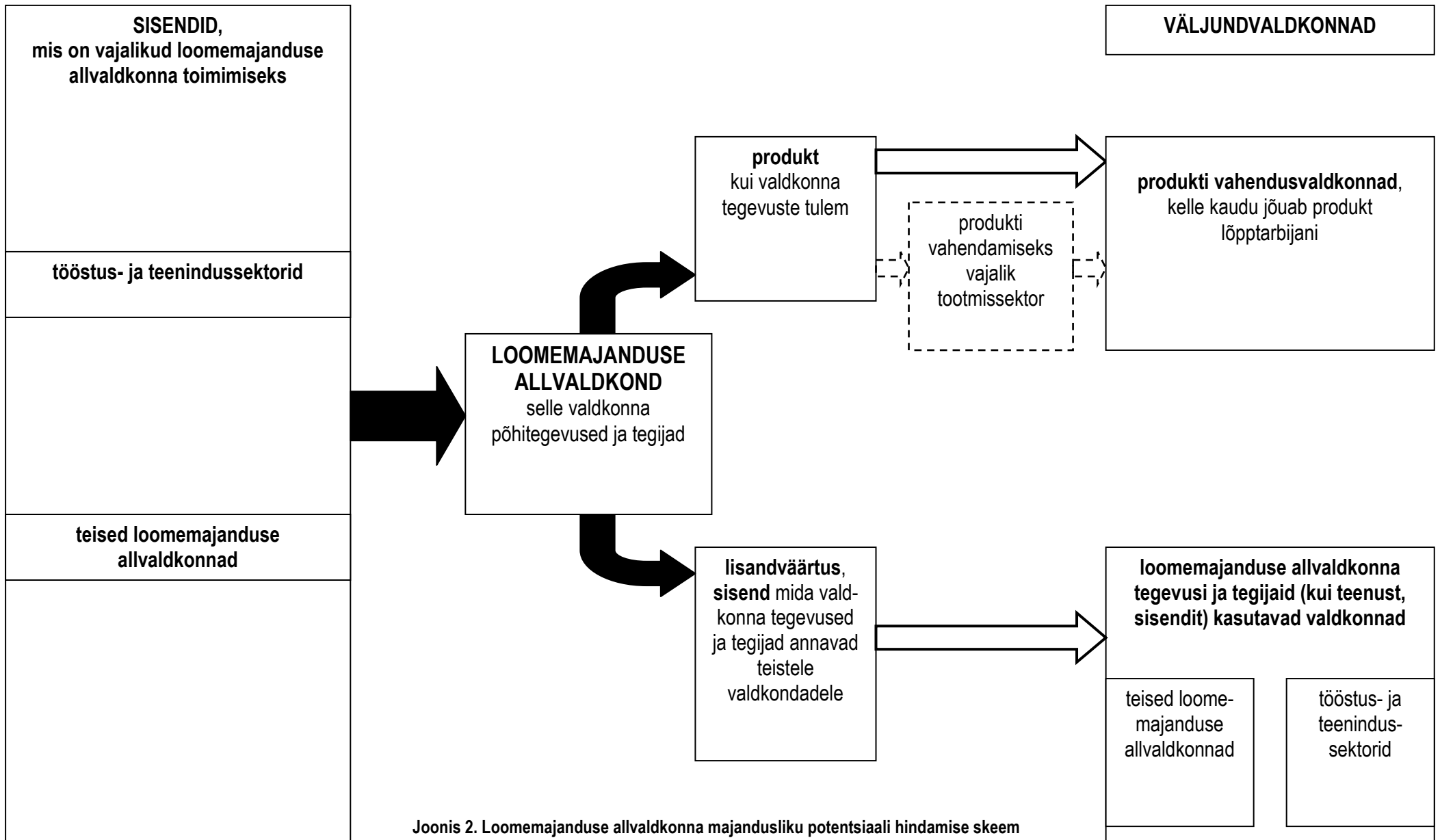
Ekspertintervjuu küsimustiku koostamisel lähtuti järgmistest aspektidest:

- indikaatorite tuletamine teoreetilise ja valdkonna arendamist käsitleva kirjanduse põhjal väljatoodavatele olulisematele seostele;
- indikaatorid oleksid kirjeldatavad ja hinnatavad kõigi allvaldkondade puhul, arvestades valdkondade suurtest erinevustest tulenevat komplitseeritust;
- indikaatorid võimaldaksid hinnata teadmispõhisele arengule liikumise potentsiaali;
- indikaatoritele antud hinnangut täpsustatakse lisaküsimustega, et selgitada, mida antud hinnang tähendab (eeldati, et erinevates valdkondades võib ühesugune indikaatorile antud väärtus omada erinevat põhjendust);
- oleks võimalik hinnata seoseid loomemajanduse allvaldkondade ja teiste tööstus- ja teenindussektoritega;
- oleks võimalik saada teatud tervikpilti loomemajanduse allsektorite ühistest joontest ja erisustest.

Lähtudes eelnevast koostati uurijate ajurünnaku tulemusel semi-struktureeritud intervjuu küsimustik. Semi-struktureeritus väljendub selles, et küsimused on planeeritud teemade ja võtmeküsimuste kaupa, kuid küsimuste sõnastus ja järgnevus on suhteliselt vaba. Semistruktureeritud intervjuu on piisavalt paindlik ja võimaldab süstemaatilist analüüsi, kuna teemad-võtmeküsimused on samad. Seda tüüpi intervjuuga kogutud teave sobib põhjuslike seoste leidmiseks ja seletamiseks.

Antud uuringus koosnes intervjuuküsimustik majandusliku toimimise kirjeldamist võimaldavast skeemist (vt joonis 2) ning kuuest alaplokist (vt ka Lisa 5).

LOOMEMAJANDUSE ALLVALDKONNA MAJANDUSLIK POTENTSAAL



Joonis 2. Loomemajanduse allvaldkonna majandusliku potentsiaali hindamise skeem

Allikas: autorite koostatud

Intervjuuplokid sisaldasid hinnatavaid indikaatoreid⁸⁰ ja hinnangut täpsustavaid, selgitavaid küsimusi järgmiste mõõtmete osas:

I MAJANDUSLIK TOIMIMINE

- sisendid
- loomemajanduse allvaldkond kui produkt
- loomemajanduse allvaldkond kui lisandväärtus
- nõudlus

II TEHNOLOOGILISUS, UUENDUSLIKKUS

- tegevusala tehnilisus
- innovaativsus
- avatus
- info- ja kommunikatsioonitehnoloogia (IKT)

III ETTEVÕTLIKKUS JA EKSPORT

- ettevõtluse vorm
- ettevõtlusvalmidus
- eksport – tegijad, maht, turud

IV RAHVUSVAHELINE MÕÕDE

- koostöö – vorm, ulatus
- rahvusvaheline tunnustatus
- erilisus maailma kontekstis

V HARIDUSLIK-SOTSIAALNE MÕÕDE

- hariduslik ettevalmistus
- hariduse rahvusvahelisus
- huvihariduse hulk
- tegutsejad – hulk, mitmekesisus, sidusus
- liidri olemasolu
- võrgustumise tase (sektorisene)
- sündmuste olemus, hulk, sagedus
- kasutajate/tarbijate kaasamine

VI KESKKONDLIK MÕÕDE

- regionaalne kontsentreeritus
- organisatsioonide/ tegevuste asukohta määravate faktorite olulisus
- mõjutatus ruumist ja mõju ruumile, selle atraktiivsusele
- keskkonnateadlikkus

Semi-struktureeritud intervjuuküsimustikus on valikvastustega küsimused vaheldumisi lahtiste küsimustega. Antud küsimustikus tähendab see seda, et eksperdil palutakse a) iga mõõdikule antud hinnang lahti seletada ning b) kirjeldada sektori toimimismehhanisme teemade kaupa. See võimaldab tõsta uuringutulemuste valiidsust, ehk olla kindel selles, et vastused kirjeldavad just seda, mille kohta

⁸⁰ Hinnangut fikseeriti nii kvantitatiivses vormis (nt 2 palli 4-pallisel skaalal) kui ka kvalitatiivsete valikvastustena (nt „väga tugev“ mõju).

infot soovitakse saada. Samuti võimaldab see selgitada konteksti, millel respondendi antud hinnang põhineb.

Valim ja intervjuude läbiviimine

Uuringu käigus intervjueriti 35 loomevaldkondade esindajat, keda käsitleti valdkonna eksperdina. Enamasti intervjueriti vastava erialaliidu juhti või juhi poolt soovitatud valdkonna esindajat, samuti Kultuuriministeeriumi vastavate allvaldkondadega tegelevaid ametnikke. Intervjueritavate nimekiri on toodud lisa 6.

Intervjueritavaga võeti ühendust e-post teel, mille kaudu tutvustati talle läbiviidava uuringu tausta ning ekspertintervjuu eesmärki, samuti teemasid, millele intervjuu käigus keskendutakse. Intervjuu kestvuseks kujunes keskmiselt kaks tundi. Intervjuud salvestati ja transkribeeriti.

Tulemuste analüüs

Tulemuste analüüsimisel kasutati nii kvantitatiivseid kui kvalitatiivseid analüüsi meetodeid. Intervjuude analüüsimist alustati mõõdikutele antud hinnangutele vastavalt allvaldkondade grupeerimisest teemade lõikes. Seejärel viidi läbi kvalitatiivne kontentanalüüs mõõtmete kaupa – st struktureeriti tekstid vastavate teemade lõikes. Sünteesitud kokkuvõtte tulemustest on esitatud peatükis 4.2.

3.5 Ümarlaua arutelude metoodika

Uuringu raames kasutati andmete kogumiseks ja teiselt poolt eelnevate etappide käigus saadud andmete täpsustamiseks ümarlaua arutelu meetodit.

Struktureeritud ülesehitusega ümarlaua meetod on arutelumeetod, mis tähendab, et diskussiooni on valitud vedama diskussiooni juht ning diskussiooniks on etteantud lahendamist vajav teemadering koos suunavate küsimustega; ette on antud teatud struktuur arutatavate küsimuste järjestuse osas, samas arvestatakse vestluse juhtimisel ka diskussiooni käigus üleskerkinud teemadega.

Ümarlaua meetodi valiku kasuks räägivad järgmised asjaolud:

- see võimaldab korraga kuulata grupi inimeste arvamusi;
- pakub osalejatele võimalust oma arvamusi teistega jagada;
- täiendavat efekti annab see, et inimestel on võimalus lisaks oma seisukohtade esitamisele ka nende üle arutleda, diskuteerida;
- võimaldab teemade suunamist diskussiooni käigus;
- võimaldab, vähemalt ühe grupi piires, jõuda teatavale ühisele arusaamale vastava teema põhipunktide osas.

Arutelude teemade ülesehitus

Ümarlaudade arutelude põhifookused olid erinevad. **Esimese ümarlaua** diskussioonigruppide teemaks oli arutleda ette antud 4 arenguvaliku üle. Arenguvalikute väljapakumisel lähtuti uuringu ülesandest ning eelnevate etappide uuringute tulemustest kasutades stsenaariumi koostamise tehnikat. Stsenaariumide koostamine on meetod millega stimuleeritakse erinevaid tuleviku perspektiive või nägemusi teatud valdkonnas selleks, et saada paremini aru võimalikest tuleviku arengutest. Üks levinumaid stsenaariumide ülesehituse struktuure on neljavarientne, mis defineeritakse nelja ruudu alusel, mis moodustuvad kahe telje ristamisest. Need kaks telge peegeldavad kõige ebakindlamaid või suurima mõjuga trende või muutujaid uuritava teema suhtes (Burmeister et al., 2002; Coates et al., 2001).⁸¹ Selliselt koostatud tulevikunägemused võimaldavad tuletada kontsentreeritumalt ja fokuseeritumalt tegevusi, mis võiksid avaldada positiivset mõju tuleviku arengutele. (Heijden, 1996)⁸²

Arenguvalikute koostamisel lähtuti järgmisest stsenaariumide koostamise protseduurist (Masini, 1993)⁸³:

1. süsteemi või nähtuse määratlemine ja andmebaasi loomine süsteemi kirjeldavate põhieelduste ja muutujatega.
2. süsteemi kirjeldavate võtmemuutujate (*factors*) leidmine. Võtmemuutujad iseloomustavaf stsenaariumi struktuuri.
3. tegijate (*actors*) otsimine võtmemuutujate suhtes ja ettevaatavad määravad võtmeotsustes. Võtmemuutujatest, -otsustajatest ja nende strateegiatest tuleneb süsteemi areng, mida kirjeldatakse stsenaariumides.

⁸¹ Burmeister, K., Neef, A., Albert, B., & Glockner, H. (2002). Zukunftsforschung und Unternehmen. Praxis, Methoden, Perspektiven. Essen: Z_punkt GmbH? Büro für Zukunftsgestaltung. Coates, V., M. Farooque, R. Klavans, K. Lapid, H.A. Linstone, C. Pistorius & A.L. Porter. On the future of technological forecasting. Technological Forecasting & Social Change, Vol.67, Issue 1, 2001, pp.1-17

⁸² Heijden, K. Van der. Scenarios: the art of strategic conversation. Chichester: Wiley, 1996

⁸³ Masini, E. (1993). Why Futures Studies? London.

Kirjeldatud protseduuri järgides jõuti põhiliste tunnusteni erinevate arenguvalikute osas. Ümarlaua arutelude eesmärgiks seati soov saada selgemat arusaama, millised tegevused mõjutaksid kõige enam loomemajanduse potentsiaali avaldumist majanduses ja ühiskonnas laiemalt. Sealjuures iga diskussioonigrupp arutles ühe arenguvaliku raames a) ilmnevate mõjude üle, b) milliseid tegevusi peaks toetama soovitud tulemuste saavutamiks, c) milliseid muudatusi on vaja sisse viia sidusvaldkondade poliitikates, d) millised loomemajanduse allvaldkonnad kaotaksid antud arenguvaliku realiseerumisel kõige enam (vt arutelu küsimused Lisast 7).

Teise ümarlaua fookuses olid loomemajanduse arendamise koordineerimisega seotud küsimused. Teemade püstitamisel tugineti eelnevate uuringu etappide tulemustele. Kolmes töögrupis püüti leida vastuseid teemadel: a) loomemajanduse arendamise koordineerimine riigi tasandil, b) riigi ja kohalike omavalitsuste rollide jaotus loomemajanduse arendamisel, c) loomemajanduse arendamise seotus erinevate poliitikatega (vt arutelu küsimused Lisast 8).

Sihtgrupi valik

Sihtgrupi valikul lähtuti ümarlaudade temaatikast. Esimese ümarlaua eesmärgiks oli teada saada eelkõige loomevaldkondade esindajate arvamust, kuidas Eestis loomemajandust peaks arendama. Seetõttu hõlmas kutsutavate valik võimalikult laia spektrit loomevaldkondade esindajaid. Lisaks püüti osalejate valikul teha valik hea üldistusvõimega ja erinevate valdkondadega kokkupuutunute kasuks.

Teise ümarlaua eesmärgiks oli leida lahendusi loomemajanduse arendamise koordineerimise ja rollide jaotamise küsimustele riigi ja omavalitsuste tasandil, mistõttu moodustasid suure osa kutsutavatest erinevate (loomemajanduse arendamisega otsesemalt või kaudsemalt seotud) ministriumid ametnikud, EASi ja Arengufondi esindajad, erinevates linnades/regioonides loomemajanduse arendamisega tegelevad isikud.

Ümarlaudade läbiviimine

Ümarlaudadele kutsututele saadeti päevakava, mis markeeris arutlusele tulevad teemad (vt päevakavasid Lisadest 9 ja 10).

Ümarlaudade ülesehitus koosnes kolmest osast:

- sissejuhatavad ettekanded uuringuprojekti tegevuste ülevaatest ja saadud tulemustest ning diskussioonigruppide sissejuhatamisest;
- toimus jagunemine ja töö diskussioonigruppides
- seejärel toimus grupitöö tulemuste esitlemine ning modereeritud diskussioon, mida juhtis Erik Terk. Diskussiooni lõpus oli võimalus anda oma hääl („mumm“) arengule, ideele, millega nõustuti.

Diskussioonigruppidesse jagunemine toimus ümarlaua üritustel erinevatel põhimõtetel. Arenguvalikuid käsitleval ümarlaual jagunesid inimesed gruppidesse osalejate vaba valiku põhimõttel, st igaüks valis endale grupi, millise arenguvaliku realiseerimises ta soovis kõige enam kaasa rääkida. Koordinaatsiooniküsimusi käsitleval ümarlaual jaotati inimesed kolme diskussioonigrupi järgmistel põhimõtetel: a) ühe organisatsiooni esindajad oleksid erinevates gruppides; b) osalejate seotusest teemaga⁸⁴, c) kõigis gruppides oleks enam-vähem võrdne arv osalisi.

⁸⁴ Nt Linnade loomeinkubaatorite esindajad saaksid kaasa rääkida kohalike omavalitsuste ja riigi rollijaotuses.

Diskussioonigruppide arutelude juhtimisel lähtuti eelkirjeldatud struktureeritud ümarlaua meetodist, millele lisati respondent moderaator tüüpi fookusgrupi tunnuseid – st grupi liikemtel paluti valida enda seast üks inimene, kes hakkaks diskussiooni juhtima vastavalt etteantud teemapunktile ning esitaks tulemused. Uurimismeeskonna liikmed osalesid iga diskussioonigrupi juures konsultantide-tugiisikutena.

Diskussioonigruppides toimunud arutelud, grupiarutelu tulemuste ettekandmine ja järgnev diskussioon salvestati ja hiljem transkribeeriti. Diskussioonigruppide arutelude kokkuvõtted on esitatud peatükis 4.2. Transkribeeritud tekstide analüüsimisel rakendati kvalitatiivset sisuanalüüsi.

Ümarlauad toimusid 28. aprillil (13.00-17.00) ja 19. mail (13.00-16.00) 2009. aastal Tallinnas, Kultuurikatlas. Toimumiskoha valikul lähtuti tegevuskoha seotusest loomemajanduse arendamisega ning erinevate osapoolte poolt vaadatuna neutraalsest pinnast. Ümarlauad viidi läbi koostöös „Loova Eesti“ projektimeeskonnaga. Toimunud ümarlauad leidsid aset järgmises järjestuses:

- 28.04.2009 arutelu loomemajanduse allvaldkondade esindajatega, vt osalenute nimekiri Lisast 11;
- 19.05.2009 arutelu loomemajanduse arendamisega seotud riigi ja erinevate linnade ametnike ja organisatsioonide esindajatega, vt osalenute nimekiri Lisast 12.

3.6 Teiste riikide praktikate analüüsi metoodika

Praktikate kogumine

Varasemas 2005. aastal läbiviidud loomemajanduse uuringus⁸⁵ keskenduti põhjalikumalt teiste riikide strateegiliste dokumentide kirjeldamisel, mistõttu seekord püüti praktikate leidmisele fokuseeritumalt läheneda. Lähtudes uuringu ülesandeks olevast loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali hindamise vajadusest ning ettepanekute tegemiseks loomemajanduse arendamiseks, otsiti praktikaid:

- 1) mis kirjeldaks erinevate riikide strateegiates väljatoodud prioriteetide seadmise aluseid;
- 2) kasutatavatest meetmetest prioriteetsete valdkondade arendamiseks.

Meetmete otsimisel keskenduti järgmistele küsimustele-suundadele (järeltatud-tuletatud uuringu eelmiste-käimasolevate etappide vahetulemustest):

- a) loomemajandusega seotud turundusmeetmeid: kuidas riigid/linnad toetavad oma loomeettevõtete toodete/teenuste välisurgudele jõudmist, eksporti;
- b) näiteid nn niššipoliitikate meetmetest – kuidas arendatakse mingit konkreetset loomemajanduse allvaldkonda või mingit konkreetset suunda (nt loomemajanduse allvaldkonna ja tööstussektori integratsiooni);
- c) näiteid loomemajanduse klasterite arendamisest: sh erinevaid loomemajanduse allvaldkondi siduvad klasterid ja loomemajanduse allvaldkondi ja teisi tööstus- ja teenindussektoreid siduvad klasterid.

Praktikate analüüsimine

Koondatud praktikate analüüsimisel kasutati dokumendianalüüsi meetodeid. Analüüsimisel käsitleti koondatud praktikaid kui üksikjuhte ja näiteid, analüüsimate nende seost riikide teiste poliitikate ja toetusmeetmetega. Riikide terviklike toetusüsteemide analüüsimise maht ületab antud uuringu võimalusi. Lisaks seab praktikate leidmisele ja süsteemse pildi koostamisele piirid keel – st erinevate riikide toetusmeetmed on üldjuhul kättesaadavad vaid antud riigis kasutatavas keeles, mistõttu on keeruline kirjeldada konkreetseid meetmeid erinevates riikides.⁸⁶

Tulemust kasutati sisendmaterjalina Eesti loomemajanduse arendamiseks ettepanekute tegemiseks, seda ühelt poolt nii üldiste strateegiliste arengusuundade kui konkreetsetemate poliitikameetmete kontekstis.

⁸⁵ Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks. Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2005/2006, kättesaadav: http://www.kul.ee/webeditor/files/loomemajandus/loomemajanduse_uuring_ETI.doc

⁸⁶ Sellele küsimusele peaks andma vastuse hetkel läbiviidav uuring 11 Euroopa linnas – Creative Metropolises Project, mis keskendub just loomemajanduse poliitikate ja meetmete süsteemide kirjeldamisele.

3.7 Riikliku tasandi loomemajanduse toetusmeetmete analüüsi meetoodika

Antud etappi eesmärgiks oli analüüsida riikliku tasandi meetmeid, mis on suunatud ja laienevad loomemajandussektori ja selle allvaldkondade arendamisele, toetamisele. Kuna loomemajanduse arendamiseks võimaldatud finantsvahendeid vahendab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS), siis võeti analüüsiti objektiks:

- a) olemasolevad EASi ettevõtluse toetamise meetmed ja programmid
- b) EASi poolt toetust saanud ettevõtted, projektid

Analüüsimeetod

Meetmete analüüsil kombineeriti a) dokumendianalüüsi ja b) küsitluse meetodeid. Meetmete analüüsi alustati EASi kodulehe vahendusel olemasolevate dokumentide ja andmete analüüsist. Saadud tulemusi täpsustati EASi ja Majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi ning Arengufondi ametnikega läbiviidud intervjuude tulemustega. Intervjueerimisel kasutati poolstruktureeritud küsimustikku (vt Lisast 13). Küsitleti kuute ametnikku ajavahemikul 01.03.-31.03.2009. Küsitletute nimekiri on toodud Lisas 14.

Küsimused, millele analüüs püüdis vastuseid anda:

- Milliseid loomemajanduse allvaldkondi olemasolevad meetmed enim toetavad?
- Kas olemasolevate meetmete kaudu saab toetust pigem: üksikisik, ettevõtte/organisatsioon, võrgustik?
- Kas toetuste saajate vahel on võimalik täheldada geograafilist jaotust Eesti lõikes? Kui see nii on, siis millised võiks olla põhjused?
- Millise osakaalu moodustavad loomemajandusega seostatavad toetatud projektid kõikidest projektidest?
- Millises ulatuses on olemasolevaid meetmeid võimalik kohandada loomemajandusele sobivaks. Mida see eeldab?
- Millised uued meetmed on hetkel arendamisjärgus ja kuidas need arvestavad loomemajanduse vajadusi?
- Millistest üldistest põhimõtetest, valikutest loomemajanduse arendamisel peaks lähtuma?

4. Uuringu alletappide tulemused

4.1 Loomemajandusteadlikkuse uuringu tulemused

4.1.1 Ankeetküsitluse tulemused

Alljärgnevalt on esitatud loomemajandusteadlikkuse uuringu tulemused.

Kokku vastas küsitlusele 127 inimest: 75 loomemajandusvaldkonna, 54 avaliku sektori, 11 tööstus- ja 19 teenindussektori esindajat⁸⁷. Arvestades küsitluse mahukust, on tegemist küllaltki märkimisväärse tulemusega. Teisalt, arvestades valimi suurust, kellele küsitlused välja saadeti, on tegemist suhteliselt madala vastajate protsendiga. Sealjuures eraldi väljatoomist väärib tööstus- ja teenindussektori esindajate, keda kaasati küsitluses rohkem kui loomemajandusvaldkonna ja avaliku sektori esindajaid, märkimisväärselt madal vastanute hulk: enam kui 800 küsitletavast vastas vaid 30. Madal vastanute hulk on käsitletav ühe küsitlusuuringu tulemusena: vastuste vähesus on tõlgendav asjaoluga, et tööstus- ja teenindussektor ei näe seost loomemajandusvaldkonnaga. Märkides ette ruttavalt, ka uuringu tulemused peegeldasid tööstus- ja teenindussektori oluliselt madalamat teadlikkust loomemajandusvaldkonna ja avaliku sektori esindajatega võrreldes.

Territoriaalsest jaotumise aspektist, märkisid pea pooled vastajad (49%) oma peamise tegevuskohana Tallinna, esindatud olid siiski kõik Eesti maakonnad⁸⁸.

Alljärgnevalt on küsitluse tulemused esitatud küsitluse teemade lõikes.

⁸⁷ 32 inimest on märkinud mitu sektorit, nende vastused on kajastatud nii ühes kui teises märgitud sektoris.

⁸⁸ Maakondadest oli kõige rohkem vastajaid Harju maakonnast (14%).

Seosed mõistega „loomemajandus“

Vastajatel paluti kirjeldada lühidalt märksõnadega⁸⁹, millega seostub neile mõiste „loomemajandus“.

Loomesektori esindajate puhul seostus kõige suurem hulk vastuseid sõna loome- ja majandustegevuse integratsiooniga. Sealjuures nägemused sellest integratsioonist varieerusid: ühelt poolt nähti seda parema „äraelatumise“ võimalusena, teiselt poolt kasumliku/kasumil põhineva seosena.

„Äraelatumise“ tõlgendus lähtub loomemajanduse tõlgendamisel ennekõike kultuuripoliitika, kultuurikäsitluse laiendamise kontekstist lähtuvalt, astudes n.ö sammude võrra edasi „kunsti-tegemine-kunsti-pärast“ hoiakust⁹⁰. Tsiteerides vastanuid:

„see on kultuuri müümine (ja kõik sellega seonduvad tegevused – turundus jne) eesmärgiga, et see ise ennast suudaks taasluua ehk majandada“;
„loomingulisest tegevusest elatamine“;
„minu jaoks tähendab see, et on olemas professionaalne looming ja sellega tegelejal on võimalik ennast oma loomingulise tööga ka ära elatada, sealjuures luues ühiskonnale lisaväärtust“.

Kasumliku seose vaatenurk käsitleb loomemajandust ennekõike majanduslikest terminitest lähtuvalt, viidates kas loometegevuse mõtestamisele majanduslike terminite kontekstis, sidustades loometegevust teiste (majandus)sektoritega või viidates muutuste vajadusele majanduse toimimise loogikas tervikuna. Küsitlusuuringus antud vastused võimaldavad eristada siin erinevaid all-lähenemisi:

Esiteks: loomemajandust nähti kui täiendava kasu/kasumi allikat. Tsiteerides vastajaid:

„loomemajandus hõlmab endas ettevõtteid, mis tegelevad intellektuaalse omandi ja selle baasil hüvede loomisega“;
„tulu toov kunst“;
„looming, mida ja mille abil müüakse; struktuur, mis korraldab loomingut müüdavaks ja teisi valdkondi loomingule abil müüdavaks“;
„loominguline tegevus majandusliku kasu teenistuses“;
„sellega, et loomeinimeste töö tulemust saab lugeda "tooteks", mis on müüdav ning mille tulu eest saab vahendeid selle töö jätkamiseks. See töö vajab turustamist, reklaami, sihtgrupiga arvestamist jms, nagu iga teine toode“;
„kui kellegi loomingule on võimalik anda kaubaline väärtus ning sellest arendada majanduslikult hästi toimiv mudel“;

Teiseks: loomemajandust mõisteti innovaatilisuse, millegi uue loomise või lisandväärtuse andmise võtmes:

„tootmine, loomine, uute teenuste välja arendamine“;
„innovatiivsele loomingule põhinev toodang, samuti kunstilooming“
„vaimset pingutust ja loovat sädet hõlmav tegevusvaldkond, mis pakub üldsusele emotsionaalset naudingut. Hariduslik moment lisaks, mis käivitab inimese innovatiivsuse“;

Kolmandaks: Mitmed vastajad seostasid loomemajanduse tulevikuperspektiivi ja –vajadustega, osutades sh ka vajadusele uue majandusliku mõtlemise, mudeli järele:

„tulevik, kasutamata potentsiaal“

⁸⁹ Seda, millised algatused seostuvad vastajatele loomemajandusega riigi- ja kohaliku omavalitsuse tasandil leiab Lisadest 15 ja 16.

⁹⁰ Marcus, C. (2005) Future of Creative Industries. Implications for Research Policy. – Foresight working document series. Brussels: European Commission, Directorate-General for Research, 2005.

„see on loodetavasti kasvav majandusharu, mis vaatleb loomingut laiemalt, pelgamata kasutada sõnu nagu töökohad ja raha, mis levinud arusaama järgi (Bourdieu) kultuurivälja autonoomiat justkui vähendaks. See on kogu süsteem loomingu ümber“;

„majandustegevus, mis sisaldab kesksel kohal loovaid distsipline (muusika, teater, kino, arhitektuur ja kõik kunstid aga ka disainipõhine tööstus, nagu osad mööbli- ja rõivatööstusettevõtted, reklaam ...)“;

„riigile nagu Eesti, kus "ei hõbedat, kulda" ei leidu, on loomemajandus kindlasti üks perspektiivikamatest majandusharudest üldse. Ja riigile, mis veetis siiski pool sajandit raudse eesriide taga, on enda nime positiivne tutvustamine maailmas vajalik. Ka saavutatav eelkõige loomemajanduse teid pid“;

„minu jaoks seostub see mõiste eelkõige vajadusega suunata puhast ärilist ja majanduslikku mõtlemist loovuse poole, sest arvestades elu teist poolust (kunsti ja loomet), mis kaldub diameetriliselt teises suunas, siis loomemajandus oleks just see, mis mõlemat poolust ühendab ja ei lase elul mitte ainult räiges turumajanduse rütmis edasi areneda vaid toob sisse eetika“;

Eraldi, kitsama käsitlusena eristus vastustes lähenemine, mille kohaselt mõisteti loomemajandust ka kui üksnes loomingulise toote/teenuse müügi, turundamise, turustamise kontekstis. Tsiteerides:

„vastava andega varustatud loomingulisel erialal oma töid teostava ja/või kavandava isiku loomingul baseeruva tegevusega, mille üheks väljundiks on oma loomingu müük“;

„loomingulise toote või teenuse pakkumine või turustamine, vahendamine“;

„loomingu turustamine ja sellega seonduv“

Avaliku sektori esindajad nimetasid paljudel juhtudel üksnes üksikuid konkreetseid sektoreid, mis neile loomemajandusega seostuvad. Teisalt, sarnaselt loomesektori esindajatega, eristub ka avaliku sektori esindajate nägemustes kolm keskset tõlgendust.

Esiteks: loomemajandus kui majandusliku hakkamasaamise võimalus loomeinimestele. Tsiteerides:

„ennastmajandav kunstnik, kes suudab oma tööst ka ära elada ning kanda kulud seoses loometegevusega“;

„kultuur+ettevõtlus, võimekus ise oma loome tegevusega tulusid genereerida, töökohti luua“;

„loome (kunst, kirjandus, film jne) turustamine ja majanduslik hakkama saamine, samuti loome sotsiaalne tasuvus, autoriõigused“.

Eelneva nn äärmuslikumaks lähenemiseks saab pidada seda tüüpi antud vastuseid, mis seostasid loomemajanduse pelga mittetulunduslike tegevuste toetamisena. Tsiteerides:

„mitteisemajandav kultuuri- ja majandusvaldkond“;

„mittetulundussektori ettevõtmiste toetamine“.

Teiseks: loomemajandust käsitleti majanduslikus võtmes ja seostatuna laiemate sotsiaal-majanduslike käsitlustega. Tsiteerides:

„loomemajandus seostub postindustrialise majandusmudeliga, mille tunnusteks teise seas on ühiskondade jõudmine arengutasemele, kus suudetakse loovuslikku andekust kapitaliseerida“;

„seostub eelkõige loovuse majandamisele. Lähtudes sellest, et loovus on nähtav kõige rohkem kultuuri valdkonnas kõigi oma harudega, siis näen seda sektorit kõigepealt ning siis alles muud sektorid/valdkonnad; loomemajandus – majandussektor milles kasutatakse kõige laiemas mõistes talenti, loomingut või ideed.“

„Hõlmab valdkondi nagu kirjandus, kunst, arhitektuur, muusika jms. Ühesõnaga – loomine.“

„Ruumilisest aspektist vaadatuna on loomemajandus majandussektor, mis saab toimida nii suurtes keskustes (loomiskeskustes) sünergiana kui ka täiesti eraldivõetavana ja iseseisvana (näiteks: kunstnik loob oma taiesed metsade vaikuses)“;

„loomemajandus = kogemustööstus, ehk siis kõige ehedamalt inimese enda empiiriliste oskuste-teadmiste väljendamine/materialiseerimine ning selle tegevuse läbi endale elatise tagamine, ideaalis ka teistele töökohtade loomine ning kõrge lisandväärtuse teenimine. Kõige ausam ja võimalusterohkem majandussektor.“

Kolmanda lähenemisena saab eristada loomemajanduse käsitlemist kasumliku tegevuse, täiendava majandusliku kasu võimaluse läbi. Tsiteerides:

*„Kuidas kultuuri panna kasumit teenima“;
„majandusharu, mis tegeleb loomingulise töö produktide turustamisega, elamuste pakkumisega raha eest“.*

Eraldi lähenemisena eristus avaliku sektori esindajate poolt antud vastustes kultuuripärandi tähtsustamise ja rahvuskultuuri järjepidevusel põhinev vaatenurk; mis samas põimus läbi ka keskkondlik-ruumilise lähenemisega loomemajandusele. Tsiteerides:

*„kohaliku pärandi jäädvustamine, säilitamine, kasutamine, arendamine, tutvustamine“;
„kui inimese heaolu suurendaja- kohaliku kultuuripärandi säilitamine ja väärtustamine“;
„rahvuskultuuri järjepidevuse tagamine ja arendamine kohaliku omavalitsuse tasandil. Vahendite leidmine ja mõistlike väljundite otsimine. Rahastamine ja müük“;
„valla kultuurilise omapära säilitamine ja arendamine“;
„kohaliku elu elavdamine ja mitmekesistamine“.*

Tööstus- ja teenindussektori esindajatele seostus mõiste loomemajandus sarnaselt eelnenud vastajagruppidele. Loomemajanduse tõlgendused varieerusid loomemajandusest kui äraelatamise võimalusest majanduslikult kasumliku ettevõtmiseni. Tsiteerides:

*„loominguline tegevus, millest on võimalik end elatada“;
„loominguliste ideede majanduslik rakendus“
„kuidas kultuuri panna kasumit teenima“;*

Tööstus- ja teenindussektori esindajad töid välja ka seose tootearendusega (või ka kitsamalt tootekujundusega). Tsiteerides:

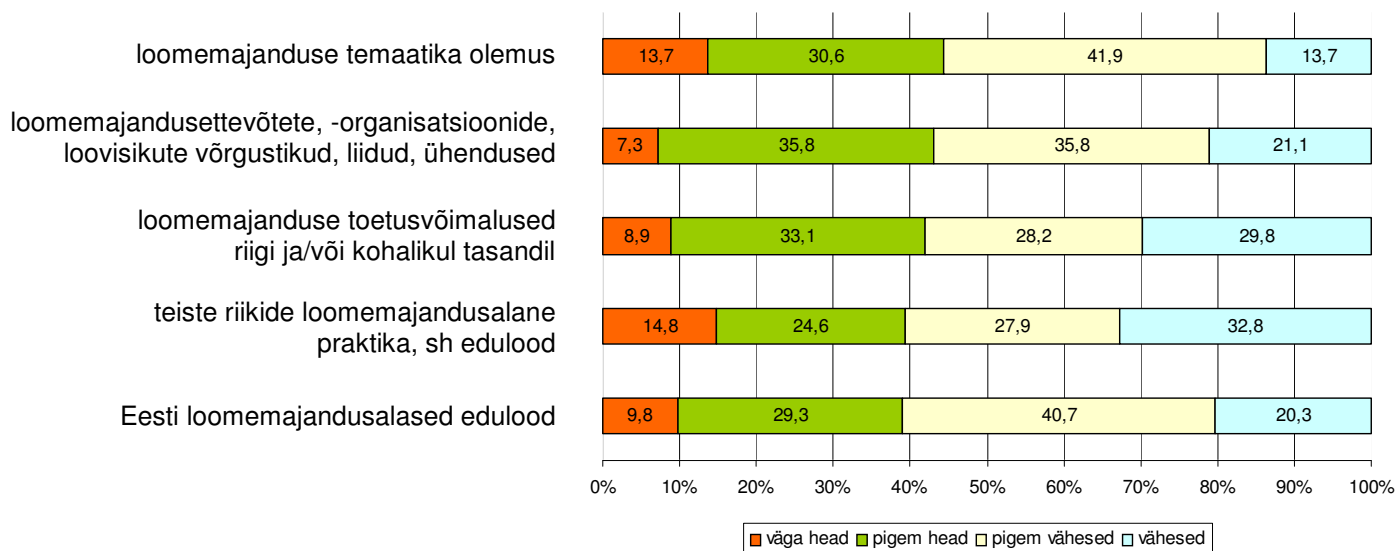
*„tooted või teenused nõuavad loomingulist lähenemist“;
„uute toodete arendamine“;
„eripära, toodangu-teenuse oma nägu“;
„tootekujunduslik tegevus, tekstiil, vaip“.*

Kokkuvõtva hinnanguna saab järeldada järgmist:

- vastustest, kui mõni üksik kõrvale jätta, peegeldus neutraalne ja positiivne suhtumine loomemajandusse;
- vastajad osundasid vastustes ka vähesele teadlikkusele loomemajandusest, seda eelkõige tööstus- ja teenindussektori esindajatest vastajate osas;
- ühelt poolt domineeris loomemajanduse mõtestamine majandusliku kasumlikkuse terminites, teiselt poolt nähti loomemajandust kui abivahendit, kui täiendavat toetust loomesektori esindajatele parema hakkamasaamise eesmärgil;
- loomemajanduse keskse nelja lähenemise (majanduslik, sotsiaalne, ruumilis-keskkondlik ja väljapoole suunatus) osas domineeris majanduslik vaatenurk. Ruumilis-keskkondlik dimensioon eristus avaliku sektori esindajate vastustest. Seda võib põhjendada paljuski asjaoluga, et avaliku sektori esindajate hulgas domineerisid kohaliku omavalitsuse esindajad, kelle tegevuse üheks osaks on keskkonna, avaliku ruumi arendamisega seotud küsimused. Sotsiaalne dimensioon (tõlgendused koostöö, võrgustike jmt võtmes) praktiliselt vastustes tähelepanu ei leidnud;
- tehti ka täiendustepanekuid loomemajanduse mõiste ja allvaldkondade laiendamise vajaduse kohta. Mitmel juhul viidati, et mõiste peaks laienema ka spordivaldkonnale.

Teadmised loomemajandusest

Oma loomemajanduse alaseid teadmisi hindasid enamik vastajaid suhteliselt tagasihoidlikult. Erinevaid teadmiste valdkondi (toodud välja joonisel 3) hinnates valis vaid 11% vastajatest variandi “väga hea” ja 31% “pigem hea”, 58% vastajatest hindas oma vastavaalaseid teadmisi kehvapoolseteks. Vaadates vastuseid vastajagruppide lõikes, siis tulemused on suhteliselt ootuspärased: kõige kõrgemalt hindavad oma teadmisi loomeinimesed, järgneb avalik ja viimasena erasektor.



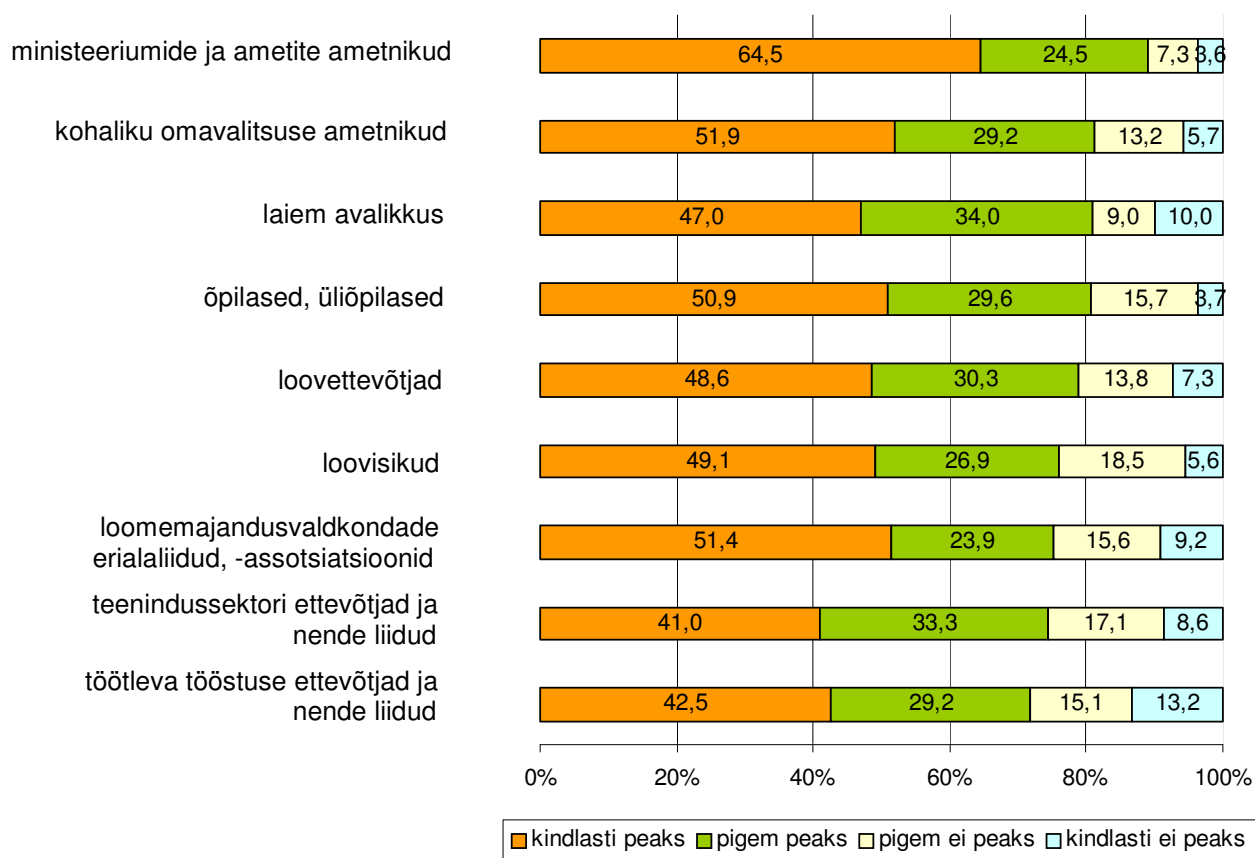
Joonis 3. Kuidas Te hindate oma loomemajandusalaseid teadmisi? (%)

Allikas: autorite koostatud

Vaadates joonist 3, näeme, et kõige kõrgemad hindepallid sai (liites vastused *väga head* ja *pigem head* teadmised) teadlikkuskomponent *loomemajanduse teemaatika olemus*. Seejuures on oluline erisus avaliku sektori ja teiste vastajate vahel: kui loomeinimestest ja erasektorist üle poole vastajatest olid teadlikud, siis avalik sektor vaid 34%. Loogiline tulemus on see, et loomeliitudest, ühendustest jms võrgustikest olid kõige teadlikumad loomeinimesed. Väga üllatav pole ka tulemus, et toetusvõimalustest oli enim teadlik avalik sektor. Teiste riikide praktika osas olid loomeinimeste hinnangud selgelt kõrgemad; Eesti edulugude osas on kõige tagasihoidlikumad hinnangud erasektori vastajatel.

Vaadates lähemalt vastuseid n-ö vastajagruppide sees ehk võrreldes ühe vastajagrupi hinnanguid eri teadlikkuse komponentidele, siis loomemajanduse esindajad on mõnevõrra vähem teadlikud Eesti loomemajandusalastest edulugudest ja riigi- ja/või kohaliku tasandi toetusvõimalustest – ca 60% vastajatest hindas oma teadmisi neis valdkondades vähesteks või pigem vähesteks. Teiste teadlikkuse komponentide puhul oli iga teise vastaja hinnang väga või pigem hea. Avaliku sektori esindajad hindasid oma teadlikkust kõige madalamaks teiste riikide praktika ja edulugude osas. Kõige paremini ollakse riigi ja kohaliku omavalitsuse tegemistega kursis. Erasektori puhul on hinnangud teadlikkusele üldiselt ühtlaselt väga madalad (võrreldes teiste vastajagruppidega), välja arvatud komponendi *loomemajanduse teemaatika olemus* osas.

Eraldi küsimusena tuntu huvi ka selle vastu, milliste sihtgruppide loomemajandusteadlikkusega peaks praegusest enam tegelema.



Joonis 4. Milliste sihtgruppide seas peaks tegelema loomemajanduse alase teadlikkuse tõstmisega? (1 = kindlasti peaks, 4 = kindlasti ei peaks, %)

Allikas: autorite koostatud

Lähtudes joonisest 4, peaks vastajate arvates kõige rohkem tegelema loomemajanduse alase teadlikkuse tõstmisega ministeeriumide ja ametite ametnike hulgas, sealjuures huvitav tõdemus on see, et just avaliku sektori esindajad rõhutasid seda eriti.

Samuti saab huvipakkuvaks tulemuseks pidada seda, et oluliselt vähem märgiti vajadust tegelda tööstus- ja teenindussektori (kes ise tundsid, et nende teadlikkus on suhteliselt tagasihoidlik) teadlikkuse tõstmisega; eelkõige peegeldasid seda just avaliku sektori esindajate vastused.

Küsitlusuuringu raames paluti vastajatel nimetada ka loomemajanduse nn kõneisikuid ja arvamuslimidreid, kelle vahendusel loomemajandusest kõnelda. Nimetatud isikud on ära toodud Lisas 17.

Informatsiooni olemasolu loomemajandusest, sh erinevatest toetusvõimalustest

Tabelis 3 on toodud tulemused informatsiooni vajaduse kohta erinevate komponentide osas ning vastajagruppide lõikes.

Tabel 3. Millist laadi infost Te puudust tunnete? (%)⁹¹

	loome	avalik	keskmine
loomemajanduse toetusvõimalused riigi ja/või kohalikul tasandil			
tunnen infost puudust	91,8	78,4	85,0
ei vaja infot	8,2	21,6	15,0
teiste riikide loomemajandusalane praktika, sh edulood			
tunnen infost puudust	87,5	72,0	79,7
ei vaja infot	12,5	28,0	20,3
Eesti loomemajandusalased edulood			
tunnen infost puudust	79,2	80,4	78,3
ei vaja infot	20,8	19,6	21,7
loomemajandusettevõtete, -organisatsioonide, loovisikute võrgustikud, liidud, ühendused			
tunnen infost puudust	72,1	78,0	75,7
ei vaja infot	27,9	22,0	24,3
loomemajanduse temaatika olemus			
tunnen infost puudust	67,1	55,1	62,9
ei vaja infot	32,9	44,9	37,1

Allikas: autorite koostatud

Kõige rohkem tundsid vastajad puudust infost, mis puudutab loomemajanduse toetusvõimalusi riigi ja/või kohalikul tasandil (85% vastajatest). Loomulikult eriti tugevalt töid selle probleemi välja loomeinimesed – 92% vastajatest. Viimased tunnetavad tugevalt ka infopuudust sellest, mis puudutab teiste riikide praktikaid.

Kõige vähem leidis äramärkimist vastusevariant, kus tuntakse puudust loomemajanduse temaatika olemuse kohta (nagu ka joonis 1 näitas, selles osas on teadlikkus kõige suurem). Seejuures väärib äramärkimist, et avaliku sektori esindajad tunnevad sellest infost kõige vähem puudust, samas tulemuste analüüs näitas, et võrreldes teiste vastajagruppidega hinnatakse oma teadmisi loomemajanduse temaatika olemuse osas tunduvamalt madalamalt.

Eraldi küsimusena päriti loomemajandusvaldkonna esindajate käest, millistest riigi ja kohaliku tasandi loomemajandusega seonduvatest meetmetest ollakse teadlik ja/või mida ollakse kasutanud. **Riigi tasandi** meetmetest nimetati kõige rohkem Eesti Kultuurkapitali stipendiume, märgiti ära ka veel EASI erinevad meetmed/toetused, Eesti Filmi Sihtasutuse toetus, Kaasaegse Kunsti Eesti Keskuse stipendium, Eesti Rahvuskultuuri Fondi stipendium, vabakutseliste loovisikute loometoetused, Kultuuriministeeriumi toetusprogrammid, Hasartmängumaksu nõukogu toetused, Eesti Kunstnike Liidu ja Taani Kultuuri Instituudi poolt pakutavad meetmed, Põhjamaade Ministrite Nõukogu stipendiumid, ELi struktuurifondid. **Kohaliku tasandi** meetmetest märgiti ära Tartu Kultuurkapitali stipendium, Tallinna Ettevõtlusameti starditoetus, Tallinna Kultuuriväärtuste Ameti toetus, maavalitsuse tegevustoetus, Tallinna inkubaator, Tartu linna kultuuriosakonna toetused, maakondlikud arenduskeskused, KOV kui tellija (samuti märgiti, et KOV saab mitmel moel toetada: tasuta ruume anda, kodulehel infot vahendada).

⁹¹ Antud küsimuse juures oli vastajatel võimalus välja pakkuda ka omapoolne variant, millisest infost puudust tuntakse. 10 inimest kasutas seda võimalust: 1. ajaliselt on probleeme oma ala info haldamisega; 2. igasugune uus info on alati vajalik, küsimus on ainult uue info vastuvõtmise ajaresursis; 3. valdkonnaspetsiifilised võimalused; 4. ma ei tunne puudust infost vaid süsteemist, riiklikust ja reaalselt toimivast süsteemist! 5. uus info on alati vajalik; 6. infot riikide riiklikust süsteemist võrrelduna Eestiga; 7. avalikud ja sotsiaalsed kunsti tellimuste konkursid; 8. rohkem on vaja levitada informatsiooni väljapoole loomemajanduse valdkonda; 9. riigi ootused sektorile; 10. kuidas loomingut võimalikult vähese bürokraatiaga praktiseerida.

Analüüsidest vastanute poolt väljatoodud meetmeid, on oluline rõhutada, et meetmeid ja toetusi toodi välja suhteliselt laial skaalal: nii (traditsioonilisemate) kultuuritoetuste (nt loovisikute loomestipendium) kui ka ettevõtlustoetuste (nt Tallinna Ettevõtlusameti starditoetus) seast.

Toetusmeetmetega seonduvalt küsiti loomemajandusvaldkonna esindajatelt ka, millistest probleemidest ollakse teadlik / milliseid probleeme ollakse kogenud, mis on takistanud olemasolevate toetusmeetmete kasutamist. Üks probleemide ring, mida tunnetati, seostub **bürokraatiaga**, tsiteerides vastajaid:

*„nõutavate dokumentide suur hulk“;
 „meeletu inforägastik, millest aru ei saa“;
 „tüütu paberimajandus“;
 „väikeste bürokraatide mõtlematu tegevus(etus)“;
 „eriti jõhker bürokraatia: taotluse pikkus u 8 lk ja lisadokumentide maht u 100 lk taotluse esitamisel, sama lõpparuande koostamisel“.*

Samuti märgiti **toetuste vähesust/väiksust või puudust**. Tsiteerides:

*„toetus on liiga väike – pole mõtet taotleda“;
 „ei ole neid toetusmeetmeid eriti, inkubaatori teenust ei vaja, EASi programm pole veel käivitunud ning midagi paljulubavat sealt ka tulemas pole“;
 „fondidest toetuste saamine juhuslik ettearvamatu, ei anta kogu tegevusele“;
 „uue toote ja brändi loomiseks on 30000 ebapiisav summa“;
 „toetusi pole lootagi, ära mine küsimagi“;
 „puudub süsteem, kust konkreetset abi saada“.*

Mitmetel juhtudel toodi probleemina välja **nn onupojapoliitika**. Tsiteerides:

*„loome toetusskeemidest toetuse saamiseks peavad olema eelkõige head tutvused, siis hea reklaam ning alles viimasena idee ning jätkusuutlikkus“;
 „käsi peseb kätt poliitika (ühed ja samad inimesed jagavad raha rohkem kui kolmes institutsioonis) kultuurkapitalis ja mujal“;
 „toetuste andmise poliitiline kallutatus“;
 „Kulkas on teatav "oma seltskond", kelle projektid saavad toetuse /.../, omamehe poliitika“;
 „kohaliku omavalitsuse prioriteedid on korruptsioonimaigulised“;
 „toetuste andmise süsteemi mõistetamatus avalikkuse, s.h sektori jaoks“;
 „ei rakendata põhimõtet "usalda, aga kontrolli...", raha saavad enamasti "professionaalsed stipendiumide taotlejad“.*

Veel märgiti, et **meetmete kasutamine nõuab suurt omafinantseeringu** osa. Viidates vastanutele:

*„EASi ühisturundustoetus ei tööta: ulatuslik omafinantseering ja ettemaks on loomeinimestel võimatu“;
 „omaosaluse protsent loominguisele ettevõtjale algul liiga kõrge – on raske prognoosida, kas ja millal leiad lahendused, mis müüvad nii hästi, et suudad garanteerida omaosaluse lepitud tähtjaks“.*

Mõni vastaja väljendas arvamust, et vaja pole mitte niivõrd toetusi, kui et **loomeinimeste poolt pakutavat võiks rohkem kasutada**; tsiteerides: *ei tahakski toetust, tahaks lihtsalt, et osataks rohkem kasutada professionaalsete disainerite oskusi.*

Loomemajanduse aktuaalsus

Küsitlusuuringu käigus küsiti vastajatelt nende arvamust loomemajanduse aktuaalsuse kohta Eestis ja mujal maailmas (vt tabel 4).

Tabel 4. Milline on Teie arvates loomemajanduse temaatika aktuaalsus Eestis ja maailmas? (%)

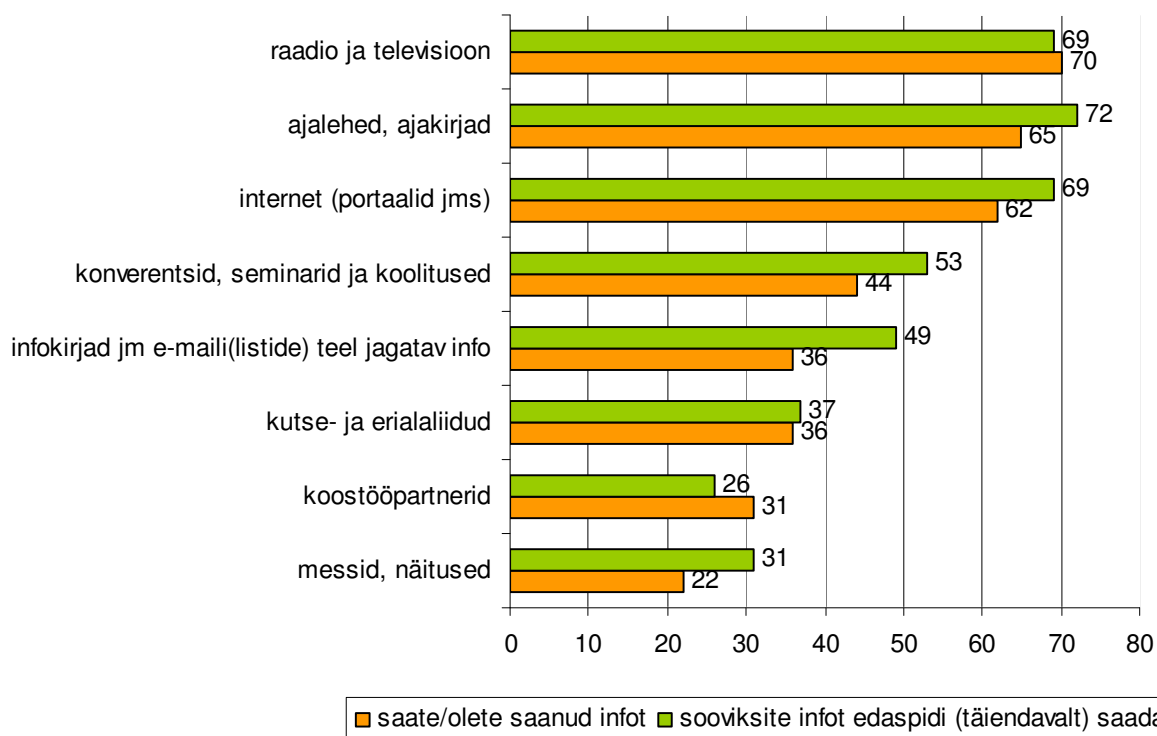
	loome	avalik	keskmine
Eestis			
väga aktuaalne	20,3	13,2	15,3
pigem aktuaalne	17,6	32,1	25,0
pigem ei ole aktuaalne	35,1	43,4	39,5
ei ole aktuaalne	27,0	11,3	20,2
Maailmas			
väga aktuaalne	25,7	23,5	21,5
pigem aktuaalne	35,1	35,3	36,4
pigem ei ole aktuaalne	35,1	37,3	36,4
ei ole aktuaalne	4,1	3,9	5,8

Allikas: autorite koostatud

Huvitav tulemus on see, et kui loomemajanduse temaatikat mujal maailmas peavad kõik vastajarühmad võrdsele aktuaalseks (üle poole vastajatest arvavad, et on väga või pigem aktuaalne), siis Eesti kohta arvavad rohkem avaliku sektori esindajad (võrreldes erasektori ja loomeinimestega), et teema on ka meil aktuaalne. Tulemuse võimalikuks tõlgenduseks võib olla asjaolu, et avaliku sektori tasandil on loomemajandusega hakatud järk-järgult rohkem tegelema, vastavasisuliselt tegevusi ja meetmeid välja töötama. Loomemajandusvaldkonna ja erasektori esindajad n.ö kõrvalt vaatajatena tegevustega vähem kursis ja hindavad seetõttu ka loomemajandusalaseid tegevusi tagasihoidlikumalt. See viitab omakorda sellele, et informatsiooni loomemajandusalaste tegevuste kohta on tarvilik rohkem laiemalt teavitada, vastavat infot levitada erinevate kanalite kaudu ning ka enam kaasata teisi osapooli protsessidesse.

Loomemajandusalase informatsiooni allikad

Järgnevalt käsitletakse, millistest eri kanalitest on vastajad loomemajanduse kohta infot saanud ja ka seda, millistest kanalitest sooviksid tulevikus saada.



Joonis 5. Infokanalid: millistest kanalitest saate/olete saanud infot loomemajanduse kohta ja milliste kanalite kaudu sooviksite infot edaspidi (täiendavalt) saada, (vastajate arv).

Allikas: autorite koostatud

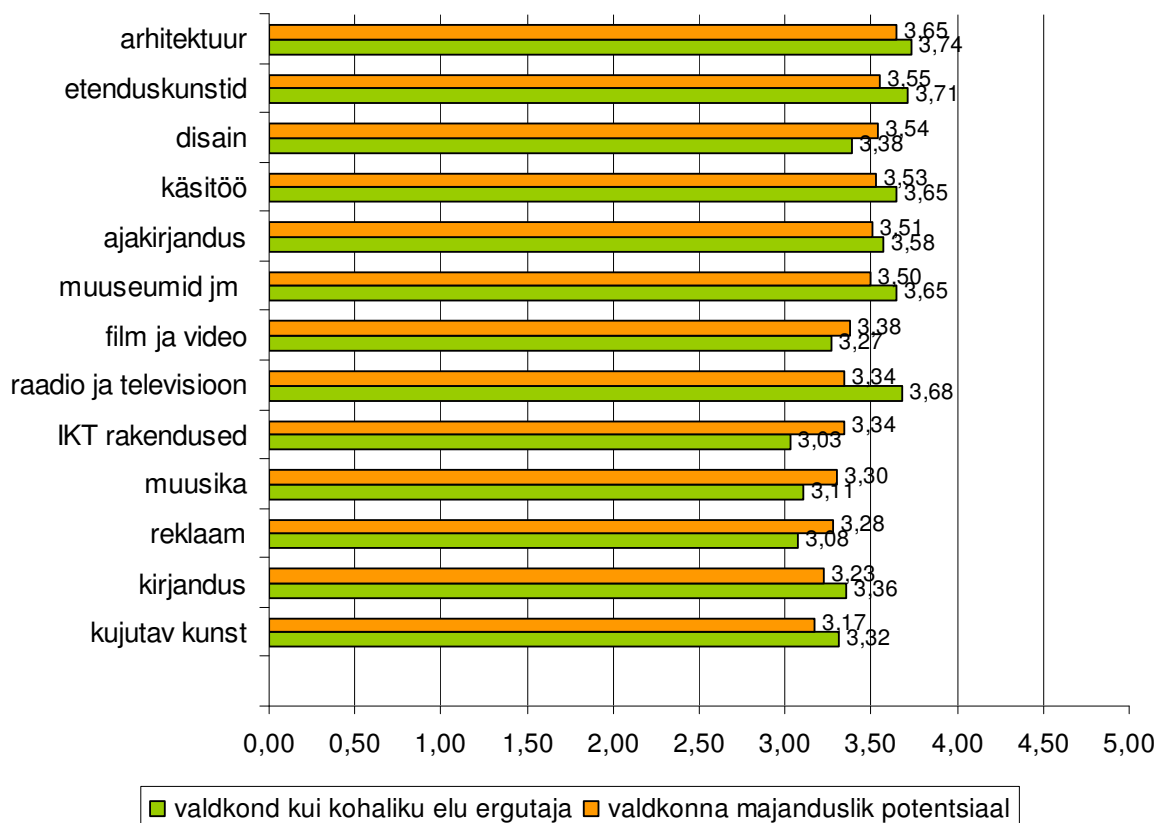
Kui vaadata kõikide vastajate hinnanguid infokanalitele, siis selgelt eristuvad kolm infokanalit, mille kaudu on infot saadud: kirjutav meedia, raadio ja televisioon ning internet. Samas vastajagruppide kaupa saab välja tuua teatud erisusi⁹². Loomemajanduskondade esindajad on kõige rohkem teavet saanud interneti kaudu, avaliku ja erasektori esindajad traditsioonilistest massikommunikatsiooni kanalitest (trükimeedia, raadio ja televisioon).

Kui vaadata kanaleid, mille kaudu edaspidi soovitakse infot saada, siis kõik vastajagrupid soovivad ka edaspidi saada infot eelkõige nendest samadest allikatest, millest on seni saadud. Loomemajandusvaldkonna esindajad nimetasid eelpoolnimetatutega pea võrdselt veel infokirju, konverentse, seminare, koolitusi ning alaliitudest saadavat infot. Erasektori ja avaliku sektori esindajad tähtsustasid konverentse, seminare ja koolitusi oluliste infokanalitena.

Loomemajanduse allvaldkondade potentsiaal

Järgmisena käsitletakse seda, millist potentsiaali vastajad erinevates loomemajandussektori allvaldkondades näevad, eristades sealjuures ühelt poolt majanduslikku ja teiselt poolt sotsiaalset – kohaliku elu elavdamise potentsiaali.

⁹² Seejuures on arvesse võetud mitte vaid pingeriida, vaid ka vastajate arvu pingerea koha taga.



Joonis 6. Loomemajanduse valdkondade potentsiaal majanduslikust ja kohaliku elu ergutamise seisukohast (5 = väga tugev, 1 = väga nõrk seos, kaalutud keskmine)

Allikas: autorite koostatud

Hinnates kõikide vastajate arvamusi, siis esikohal nii majanduslikus kui kohaliku elu ergutajaks olemise mõttes nähti arhitektuuri valdkonda. Sellele järgneb etenduskunstimid valdkond ja jällegi on vastajate meelest sellel nii tugev majanduslik potentsiaal kui on etenduskunstimid need, mis kohaliku elu “käima panevad”. Vajab lisamist, et käesolevad hinnangud vajaksid kaugemale ulatuvamate järelduste tegemiseks täiendavat analüüsi: täpsustamist, millistel kaalutlustel hinnanguid anti.

Samas võimaldavad aga väikesed erisused allvaldkondade kaalutud keskmiste osas järeldada seda, et kõikide allvaldkondade osas nähakse mõlema potentsiaali olemasolu: kõikide allvaldkondade lõikes tulid kaalutud keskmised 2.5 punktist ehk poolest kõrgemale. Teisalt varieerus allvaldkonna lõikes hinnang mõlemale potentsiaalile väikesel skaalal.

Kuigi kaalutud keskmiste vastuste erisused võivad tunduda väikesed, on siiski huvitav välja tuua, mida eri vastajagrupid peavad kõige suurema potentsiaaliga valdkondadeks. **Loomeinimesed** leidsid, et kõikvõimalikud disaini allvaldkonnad omavad suurt majanduslikku potentsiaali ja kohaliku elule avaldab enim mõju ruumiline keskkond, ehk siis arhitektuuri valdkond; (pea võrdsele) arhitektuuriga veel ka etenduskunstimid, kultuuripärandiga seonduv, samuti raadio ja televisioon. **Avaliku sektori esindajad** leiavad, et tõenäosus olulisemat majanduslikku mõju avaldada on etenduskunstimidel ning kohaliku elu liikumapanemisel on suur jõud käsitöö valdkonnal. **Erasektori esindajad**⁹³ näevad majanduslikku potentsiaali eelkõige ajakirjandusel ja arhitektuuril; ning kohaliku elu ärgitajana etenduskunstimidel.

⁹³ Ääremärkusena olgu siinkohal mainitud, milliste valdkondadega on erasektor ise rohkem koostööd teinud. Ettevõtluse (tööstus- ja teenindussektori) esindajate käest küsiti eraldi, milline on olnud nende senine praktika ehk milliste allvaldkondade ettevõtete ja/või isikutega ning millises vormis koostööd on tehtud. Kõige rohkem on tootmis- ja teenindussektor leidnud kasulikke koostöömomente turunduse ja reklaami vallas. Rääkides valdkondadest, siis enim on

Hoiakud loomemajanduse suhtes

Järgnevalt peatutakse loomemajanduse võimalikel seostel ja mõjudel, tuginedes küsimustikus etteantud väidetele.



Joonis 7. Hinnang allolevatele väidetele, mis puudutavad loomemajanduse arendamise võimalikku mõju (%)

Allikas: autorite koostatud

Joonisel 7 on esitatud terve rida erinevat liiki väiteid. Tuues välja need, mille osas $\frac{3}{4}$ vastajatest olid üksmeelsel seisukohal, eristuvad sellised väited nagu:

olnud vajadust disainerite järele, sellele järgnevad kujutava kunsti ja IKT valdkonnas tegutsejad. Hinnates koostöö tihedust, siis mõnevõrra rohkem on neid, kes märgivad, et tegu on olnud üksikprojektidega.

- “loomemajanduse arendamine on oluline Eesti eduka arengu seisukohalt pikemas perspektiivis” (kokku 89% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- “loomemajanduse arendamine aitab tõsta Eesti majanduse konkurentsivõimet” (kokku 86% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- “loomemajanduse arendamine on täiendavaks võimaluseks kultuurivaldkondade arendamisele” (kokku 85% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- „loomemajanduse arendamine toetab suurema lisandväärtusega tootmise arengut (kokku 80% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- „loomemajanduse arendamine toetab Eesti ekspordipotentsiaali suurendamist“ (kokku 80% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- „loomemajanduse arendamine toetab ühtlasemat regionaalarengut (kokku 78% nõustub täielikult või pigem nõustub)

Eeltoodud suurt poolehoidu leidnud väited peegeldavad positiivset ja võimalusi otsivat hoiakut loomemajanduse suhtes, sidudes loomemajandusele külge tulevikupotentsiaali sildi. Viimast kinnitab ka vähene nõustumine väitega „loomemajanduse arendamine annab kiireid tulemusi Eesti ettevõtete/majandusliku konkurentsivõime tõstmisel“ (kokku 58% nõustub täielikult või pigem nõustub). Lisaks on oluline esile tuua asjaolu, et enamik kõrget poolehoidu leidnud väidetest seostuvad loomemajanduse majandusliku dimensiooniga: loomemajandus kui konkurentsivõime võti, lisandväärtuse andja, ekspordipotentsiaali suurendaja jt.

Lisaks eeltoodud väidetele on oluline välja tuua ka järgmised, samuti suurt poolehoidu leidnud, väited:

- Eesti ettevõtjad ei ole valmis koostööks loovettevõtete, -isikutega (kokku 68% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- loomevaldkondade esindajate vahelise koostöö puudumine takistab loomemajanduse arengut (kokku 67% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- Eesti haridussüsteem toetab loomemajanduse arendamist (kokku 71% nõustub täielikult või pigem nõustub)
- riik ei näe loomemajandust Eesti arengu mootorina (kokku 72% nõustub täielikult või pigem nõustub)

Väited, mille osas ollakse samuti pigem ühisel arvamusel seonduvad suurel määral koostööga – täpsemalt küll selle puudumisega – seda nii loovisikute ja ettevõtjate kui loomevaldkondade esindajate endi vahel. Väitega „riik ei näe loomemajandust Eesti arengu mootorina“ nõustumine kinnitab omakorda eelpool väidetut, et loomemajanduses nähakse küll potentsiaali, kuid hetkel on tegemist kasutamata potentsiaaliga. Kui loomemajanduse majanduslikku dimensiooni nähti positiivses võtmes, siis loomemajanduse sotsiaalse dimensiooni pool hinnati vastajate poolt nõrgaks.

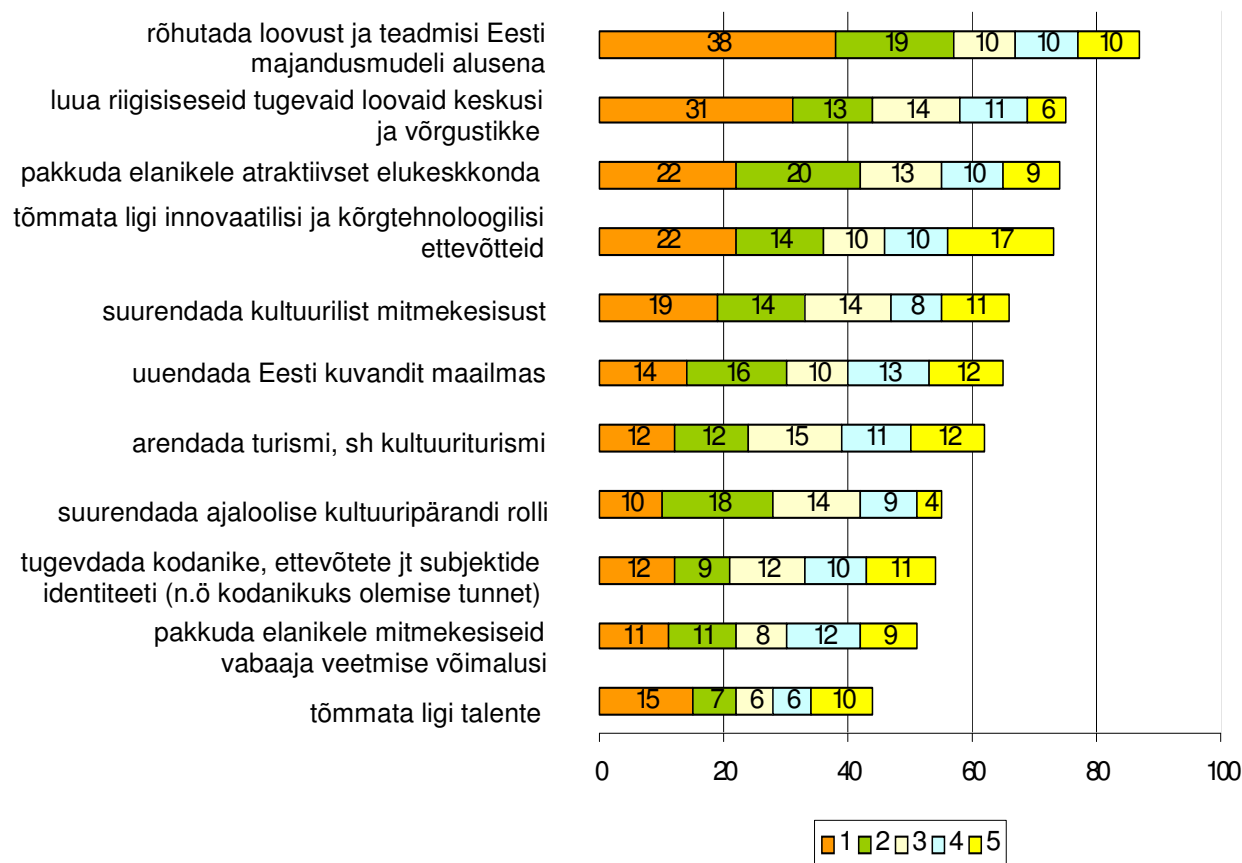
Kõige rohkem erinesid ehk lahknesid vastused nõustumise-mittenõustumise skaalal küsimuse puhul, kas “erinevate loomevaldkondade esindajad teevad omavahel tihedalt koostööd”: 54% arvas, et koostöö on tihe, 46% leidsid, et mitte.

Võrreldes arvamusi vastajagruppide lõikes, saab välja tuua teatavaid erisusi. Kõige suuremad erisused avaldusid väite “kohalikud omavalitsused kaasavad loovisikuid ja -ettevõtjaid ja -organisatsioone kohaliku elu arendamisse” puhul. Kui avaliku sektori vastajate puhul oli väitega nõustujaid 55%, loomeinimestest nõustus vaid 28%. See tulemus viitab ka sellele, et erinevad osapooled omavad kaasamisest erinevat arusaama.

Avaliku sektori puhul avaldus veel oluline erisus väite “Eestis on liiga vähe loovaid inimesi loomemajanduse arendamiseks” puhul. Kui keskmine nõustujate arv oli 36%, siis avaliku sektori puhul 44%. Saab järeldada, et avalik sektor ei näe või ei oska näha Eesti loomesektori esindajates potentsiaali või ka teistpidi: loomesektori esindajad ei ole avaliku sektori jaoks piisavalt nähtavad.

Loomemajanduse arendamise eesmärk

Järgnevalt peatutakse sellel, millisel eesmärgil peaks loomemajandust vastajate arvates arendama.



Joonis 8. Mis peaks olema loomemajanduse arendamise eesmärk? Loetelust oli võimalik välja valida 5 kõige olulisemat ja järjestada need (1 = kõige olulisem, vastuste arv)

Allikas: autorite koostatud

Kõige rohkem oli neid vastajaid, kes arvasid, et loomemajanduse arendamine on oluline seetõttu, et loovus ja teadmised on Eesti majandusmudeli aluseks (eriti rõhutasid seda avaliku sektori esindajad). Sellele järgnes, vaadates väitele antud hindepalle, et vajadus on riigisiseste tugevate loovate keskuste ja võrgustike järele (eriti loomeinimeste ja erasektori esindajate meelest). Kolmanda koha sai vastusevariant, et loomemajanduse eesmärgiks on atraktiivse elukeskkonna pakkumine (seda eelkõige avaliku sektori esindajate poolt antud vastuste toel)⁹⁴.

⁹⁴ Mõned vastajad pakkusid välja ka omapoolse variandi selle kohta, mis võiks olla loomemajanduse arendamise eesmärk:

- selgitada et loomemajandus ongi majanduse üks tugev osa, mida Eestis lihtsalt pole osatud kasumlikuks muuta;
- vähendada importi, suurendada eksporti;
- luua vaimset elukeskkonda;
- luua riiklik süsteem inimese sotsiaalseks turvatundeks (0 kuni eluea lõpuni);

Nelja levinumat loomemajanduse taotlust⁹⁵ (majandusliku aktiivsuse kasv, sotsiaalse kaasatuse suurendamine, ruumilis-keskkondliku atraktiivsuse tõus, atraktiivsuse suurenemine väljapoole) aluseks võttes saab hinnatud väited (vt Joonis 8) grupeerida nelja taotluse alla järgmiselt⁹⁶:

Majandusliku aktiivsuse kasv:

- rõhutada loovust ja teadmisi Eesti majandusmudeli alusena;
- tõmmata ligi innovaatilisi ja kõrgtehnoloogilisi ettevõtteid;
- tõmmata ligi talente.

Sotsiaalse kaasatuse suurendamine:

- tugevdada kodanike, ettevõtete jt subjektide identiteeti (n.ö. kodanikuks olemise tunnet);
- luua riigisiseseid tugevaid loovaid keskusi ja võrgustikke;
- suurendada kultuurilist mitmekesisust;

Ruumilis-keskkondliku atraktiivsuse suurenemine:

- pakkuda elanikele atraktiivset elukeskkonda;
- pakkuda elanikele mitmekesiseid vabaaja veetmise võimalusi;
- suurendada ajaloolise kultuuripärandi rolli.

Atraktiivsuse suurenemine väljapoole:

- arendada turismi s.h. kultuuriturismi;
- uuendada Eesti kuvandit maailmas.

Tuginedes eeltoodud taotluste liigitusele, hõlmab poolehoidu leidnud taotluste esikolmik endas kolme dimensiooni: majanduslikku (rõhutada loovust ja teadmisi Eesti majandusmudeli alusena), sotsiaalset (luua riigisiseseid tugevaid loovaid keskusi ja võrgustikke) ja ruumilis-keskkondlikku (pakkuda elanikele atraktiivset elukeskkonda).

Tehes viite Loova Tallinna visiooni kontseptsioonile⁹⁷, kus uuriti Tallinna kui loova linna arendamise taotlust, jõuti eesmärgistatuse osas samade tulemusteni – s.t et vastajad pidasid olulisteks samu taotlusi.

Mitme dimensiooni sisaldav tulemus võimaldab järeltada järgmist:

- loomemajanduse arendamine peab üheaegselt kandma endas erinevaid – s.t nii majanduslikku, sotsiaalset kui ruumilis-keskkondlikku taotlust;
- nimetatud kolmefookuseline eesmärgistatus näitab ühtlasi seda, et loomemajanduse arendamisel on kesksel kohal suunatus sissepoole; või vähemalt saab liikumine väljapoole baseeruda sisemise tugevuse arendamisel.

Esikohale tulnud taotlus „rõhutada loovust ja teadmisi Eesti majandusmudeli alusena“ viitab omakorda ka taotlusele muutuste järele Eesti majanduse toimimisel.

-
- rikastada elanike elukvaliteeti;
 - [üks vastaja märkis irooniliselt, et] loomemajandust on vaja arendada selleks, et juhtida kultuurivaldkonna inimeste tähelepanu eemale riigipoolsetelt tegematajätmistelt.

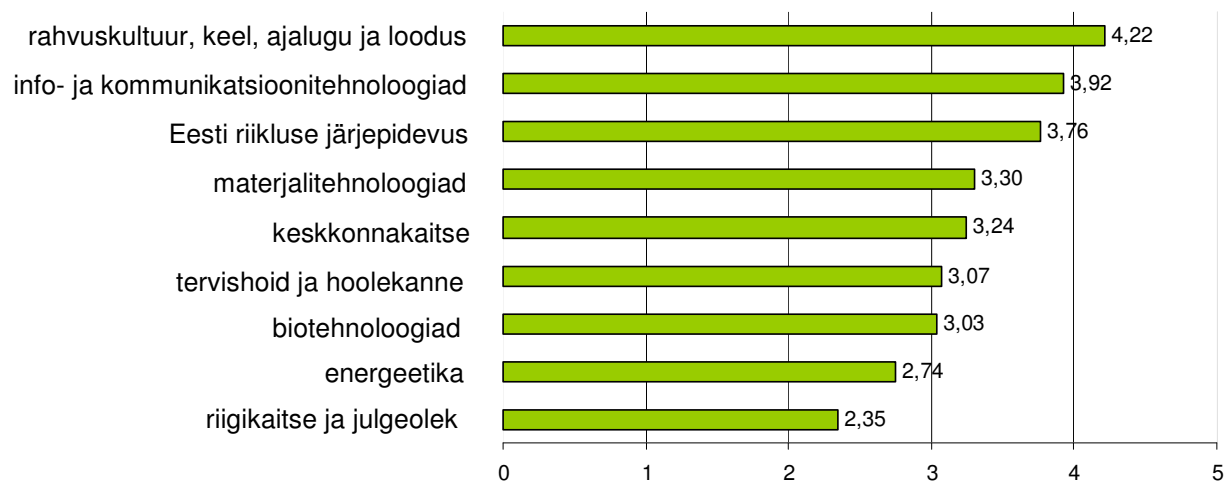
⁹⁵ Vaata lähemalt punkt 3.4.

⁹⁶ Kahtlemata on taotluste jaotamine gruppidesse mõnevõrra tinglik, kuna üks taotlus sisaldab erinevaid mõjusid.

⁹⁷ Vt lähemalt: Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Eesti Tuleviku-uuringute Instituut ja Tallinna Ülikool, 2007-2008, kättesaadav: <http://www.tallinn.ee/est/g2402s39407>.

Loomemajanduse ja teadmispõhise arengu vahelised seosed

Alljärgnevalt on käsitletud vastajate arvamust loomemajanduse ja teadmispõhise arengu võtmevaldkondade vahel, mis baseeruvad Eesti teadus- ja arendustegevuse ja innovatsioonistrateegias „Teadmispõhine Eesti” prioriteetsena esitatud valdkondadel.



Joonis 9. Milliste teadmispõhise arengu võtmevaldkondadega on loomemajandusel Teie meelest (potentsiaalis) kõige tugevamad ja millistega kõige nõrgemad seosed? (5= väga tugev, 1= väga nõrk seos, kaalutud keskmine).

Allikas: autorite koostatud

Kõige tugevamat seost nägid vastajad (kõik vastajagrupid!) loomemajandusel rahvuskultuuri, keele, ajaloo ja loodusega. Seejuures põhjendati nimetatud seose esiletõstmist alljärgnevalt:

„kust mujalt see [loomemajandus] alguse on saanud“;
 „[nendest tuleneb] Eesti oma kuvand, eristumine; loomemajanduse aluseks on kultuur/rahvuskultuur“;
 „et luua identiteeti ja imbuda oma tootega/väljundiga indiviidi sisemusse, peab teadma, milline on indiviidi minevikutundumus ja kultuur“.

Väga tugevat seost loomemajandusega nähti ka info- ja kommunikatsioonitehnoloogia valdkonnal, mida põhjendati muuhulgas järgmiselt:

„rakendused võimalikud mistahes loomemajanduse valdkonnas“;
 „puht praktiliselt ja administratiivselt tuleb kasuks“;
 „tulevik (ka kultuuri tulevik) põhineb sellele“;
 „arvutimängud on meeletu tööstusharu“;
 „kiire levik, inimeste kaasamise võimalus loomeprotsessi“;
 „loometöö vahendajana ja kandjatena olulised“.

Kolmandal kohal on Eesti riikluse järjepidevus, seejuures loomesektori esindajad ja erasektori esindajad nägid sama tugevat seost nagu IT valdkonnaga, avaliku sektori esindajate jaoks oli seos mõnevõrra nõrgem. Vastuseid põhjendati muuhulgas järgmiselt:

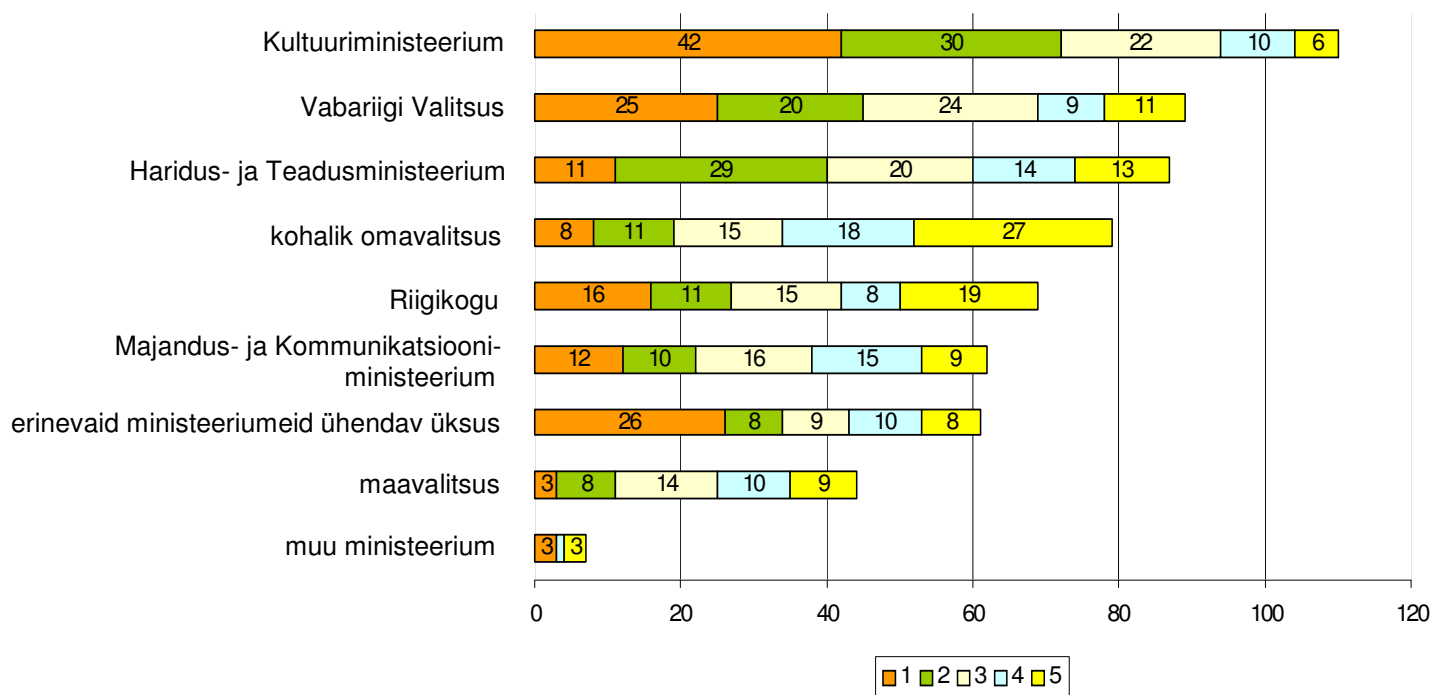
„kultuur on riigi alus; ilma Eesti kultuurita võib pillid kokku panna, muud meil ei ole ega tule“;
 „mida tugevam kultuur, seda kestvam [riik]“;
 „tugevad loomeliidud – riigi vedur“.

Tulemused loomemajanduse ja teadmispõhise arengu võtmevaldkondade seoste osas võimaldavad teha kolm esmast olulist järeldust:

- esiteks loomemajandus baseerub tugeval omakultuuril, mis tähendab, et loomemajanduse arendamine saab baseeruda kultuurivaldkondade tugevdamisel;
- teiseks: arvestades kõrgeid hinnanguid seosele info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega, viitab see vajadusele kaasata need aktiivselt loomemajanduse arendamisse;
- kolmandaks: lähtudes sellest, et seoseid tööstus- ja teenindussektoritega (materjalitehnoloogiad, biotehnoloogiad, tervishoid jt) hinnati keskmisest olulisemateks, viitab see argumentidele siduda loomemajanduse arendamine teiste majandussektorite arendamisega.

Loomemajanduse poliitika kujundamise osapooled

Seisukohti sellest, kes peaks Eestis tegelema loomemajanduse poliitika kujundamisega, käsitleb joonis 10.



Joonis 10. Kes peaks Eestis tegelema loomemajanduse poliitika kujundamisega? Loetelust oli võimalik välja valida 5 kõige olulisemat ja järjestada need (1 = kõige olulisem, vastuste arv)

Allikas: autorite koostatud

Peamiselt arvasid vastajad, et loomemajanduse poliitika kujundamisega peaks tegelema Kultuuriministeerium. Tugev oli ka arvamus, et loomemajanduse poliitika peaks olema valitsuse tasandi ülesanne.

Kuigi hinnangute koguhulga arvestuses paigutus erinevaid ministeeriumeid ühendava üksuse vajadus alles seitsmendale kohale, on huvitava fakt, et esmaolulise (väärtus 1) pingerea alusel paigutus see Kultuuriministeeriumi järele ja teisele kohale Vabariigi Valitsuse ette. Sellest võib järeldada, et eraldi

koordineeriva üksuse loomise vajaduses on inimestel suhteliselt vastandlikel arvamustel, mistõttu vajaks see küsimus edasist selgitamist.

Üheks oluliseks järelduseks antud tulemuste osas on see, et hoolimata teatatavatest eelistustest, nähakse loomemajanduse poliitika kujundamise rolli lasuvat erinevatel osapooltel. Tänapäevase situatsiooni seisukohalt, kus peamiselt on pädevused loomemajanduse poliitika kujunemisel jaotunud kultuuriministeeriumi ja majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi vahel, on huvitav see tulemus, et haridus- ja teadusministeeriumil nähti olulist rolli. Mõnevõrra üllatav tulemus on majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi madal toetusmäär. Vabariigi Valituse kõrget positsiooni pingereas võib tõlgendada kui vajadust n-ö kõrgema tasandi koordineerimise järele. Oluline on pöörata tähelepanu ka sellele, et uue koondava üksuse järele pigem vajadust ei nähtud.

4.1.2 Trükimeedia kontentanalüüsi tulemused

Vastavalt väljatöötatud metoodikale analüüsiti lähemalt 119 trükimeedia artiklit („Postimees“ – 46, „Sirp“ – 62, „Äripäev“ – 11), mis käsitlesid loomemajanduse temaatikat. Nende artiklite analüüsi põhjal on võimalik välja tuua põhijooned loomemajandusega seotud diskursusest, mis kujundavad lugejaskonna ja osaliselt ka laiemat avalikkuse arvamusi ja seisukohti. Lisaks trükimeediale toimuvad avalikud arutelud ka televisioonis, Interneti foorumites, konverentsidel, erialaseltsides, jne. Seega tuleb olla mõõdukas käesolevate uurimustulemuste üldistamisel.

Kontentanalüüsi tulemuste esitlemisel on numbritest tähtsamad kvalitatiivsed väärtused ja seosed, mis diskursuse kaudu luuakse. Ajalehtede erinevad rõhuasetused loomemajanduse temaatika käsitlemisel peegeldavad autorite ja lugejaskonna teatavat meelsust. „Postimees“ on suunatud laiale publikule üle terve Eesti (236 000 lugejat⁹⁸), mõnevõrra tuuakse kohalike teemasid enam esile „Postimehe“ regionaalsete lisalehtedega. „Sirp“ keskendub enam kultuuriteemade kajastamisele ja haritumale lugejale (25 000–30 000 lugejat⁹⁹). „Äripäev“ kirjutab enam praktiliselt majanduses toimuvast (83 000 lugejat¹⁰⁰), laiemad ühiskondlike teemasid käsitletakse lisalehtedes.

Kajastamine teemana

Peaaegu pooltes artiklites (54s) käsitletakse põhiteemana loomemajandusega seotud tegevuskohti (nt kultuuritehas, kultuurikatel, loomeinkubaator). See tendents seostub paljuski ka endiste tööstushoonete taaskasutamise ja kultuuritegevuseks Tartus ja Tallinnas. Enamvähem sama intensiivselt on kirjutatud loomemajandusest kui eraldi käsitletavast ja erilisest majandusharust koos kultuuriga. Sellised vaatekohad on enam levinud „Sirbis“, samas ei seostata see ajalet kultuuri praktiseerijaid ja talente üldiselt loomemajandusega ning ollakse selles osas ka kriitilised. Majanduses laiemalt levinud klastrite perspektiiv ja võimalikud loomemajandusealased toetusmeetmed kajastuvad vähe meedia diskursuses. Mõnevõrra enam on kirjutatud filmitööstusest kui võimalikust majandusklastist.

Tegevusvaldkondade seostamine

Loomemajanduse tegevusvaldkondadest leiavad kõige enam kajastamist (39s artiklis) etenduskunstid (sh muusika, teater, tants). Ja seal kõrval on mõnevõrra teistest enam nähtaval ka kujutav kunst (sh maal, graafika, skulptuur, fotograafia) ja film-video. „Postimees“ on avaldanud suhteliselt palju artikleid (10) arhitektuuritegevuse seostest loomemajandusega. Mõnevõrra üllatuslikult harva on käsitletud selles diskursuses kultuuripärandi, disaini ja infotehnoloogiaga seonduvaid küsimusi. Mitmed artiklid käsitlesid teemat üldiselt ja ei toonud esile konkreetsemat loomemajandusharu.

Umbes neljandik artiklitest seostab loomemajandusalaseid tegevusi, aga siin pole võimalik esile tuua selgeid „mustreid“. Suhteliselt tihedamini on kokku viidud etenduskunstid-film/video, kultuuripärand-etenduskunstid, etenduskunstid-kujutav kunst-televisioon/raadio ja film/video-muusikatööstus. Diskursus seostab loomemajanduse temaatika ka mitmete Eesti strateegiliste arenguprioriteetidega; eelkõige rahvuskultuuriga (36s artiklis) ja mõnevõrra ka info- ja kommunikatsioonitehnoloogiaga. Mitmed „Sirbi“

⁹⁸ 2009. aasta I kvartalis, Emori andmed, <http://www.emor.ee/index.html?id=1717> (kasutatud 20.05.09)

⁹⁹ Info pärineb peatoimetaja Kaarel Tarandilt, 20.05.09.

¹⁰⁰ 2009. aasta I kvartalis, Emori andmed, <http://www.emor.ee/index.html?id=1717> (kasutatud 20.05.09)

kirjutised on siinkohal kriitilised, sest kultuuri tegemine/tootmine turu huvidest lähtuvalt võib viia alla kvaliteedi, mistõttu soovitatakse rahvuskultuuri jätkusuutlikut toetamist riigieelarvest.

Kirjutajad ja artiklite suunitlus

Enamus „Sirbis“ ilmunud temaatilisi artikleid (57) olid inimese kirjutatud (või intervjuud), kes on tegev kultuuris või laiemalt loomemajanduses. „Postimehes“ olid ajakirjanikud ja loovisikud sama agarad diskursuses osalejad. „Sirbis“ on teiste ajalehtedega võrreldes enam sõna võtnud teadlased ja kriitikud. Samas ametnike ja ettevõtjate hääl on vaid mõned korrad sel perioodil leheveergudel paista seoses loomemajandusega.

Väga selgelt tuleb välja kirjutise erinev suunitlus meediaväljaannete lõikes. „Postimees“ ja „Äripäev“ kirjutavad enamasti loomemajandusega seotud teemadest, siis kui soovitakse teada anda uutest tegevustest ja üritustest. See on mõneti eripärane, et loomemajandusest räägitakse ajalehediskursuses palju enam seoses kultuuritegevustega kui majandusega laiemalt. See näitab, et loovmajanduse potentsiaali pole piisavalt teadvustatud rahastamis-, teenindus- ja tööstussektorites.

Samas „Sirbis“ on ülekaalus tegevusvaldkonda analüüsivad lood (u 20). See tuleneb paljuski muidugi ka ajalehte erinevatest formaatidest. „Sirp“ ja „Postimees“ ajalehed käsitlevad umbes sama intensiivsusega (u 10 artiklit) laiemalt loomemajanduse ja innovatsiooni teemasid. Nimetatud kahes ajalehes ilmub ka 4-6 edulugu. Toetusmeetmeid kajastatakse ja analüüsitakse aktiivsemalt „Sirbis“.

Loovuse käsitlemine

„Sirp“ esitleb teiste ajalehtedega võrreldes loovust enam persoonikeskselt, samas on peaaegu sama osakaal teemakesksetel artiklitel. „Postimehe“ artiklid toovad loovuse rolli välja enam teemakeskselt seoses (loome)majandusega. Kollektiivse loovuse eristamine teemakesksest lähenemisest pole nii üheselt mõistetav meediadiskursuse analüüsimisel. Samas võib väita, et see aspekt leidis vähem kajastamist ajalehediskursuses loomemajandusest.

Kultuuriline integratsioon ja organisatsioonide kaasatus

Meedia diskursuses seostab loomemajandusealased praktikad Eesti kultuuriga ja samas on väga oluline ka integratsioon Euroopa tasandil. Näiteks „Sirp“ esitab loomemajandust sama intensiivselt (12 artiklit) Eesti kultuuri ja Euroopa kontekstis. Eestis toimivaid tegevusi võrreldakse näiteks järgmiste linnadega: Amsterdam, Bergen, Gröningen ja Turku. Eesti ja vene kultuuride integratsioon ei tule eriti esile. Subkultuure käsitletakse loomemajandusega koos „Sirbis“.

Ajalehtedes „Postimees“ ja „Sirp“ tuuakse esile riiklike institutsioonide, erialaliitude, ülikoolide, mittetulundusorganisatsioonide ja ettevõtete olulist rolli ja kaasamise vajadust loomemajandusse. „Sirp“ tõstab intensiivsemalt esile (üle 30 artikli) riiklike institutsioonide (eriti just kultuuriministeeriumi) aspekti. Samas pole peaaegu üldse käsitletud üldharidus- kutsekoolide kaasamise võimalusi.

Seosed kohtadega ja tulevikuperspektiiv

Loomemajandusalane meediadiskursus seostub tihti Tallinnaga (37 artiklit). Samas käsitleb „Sirp“ temaatikat palju enam üle-Eestilise küsimusena (31 artiklit) ja otseselt Tallinnaga seotud lugusid on poole vähem. „Postimees“ esitab Tallinna ja üle-Eestilist dimensiooni võrdses osakaalus. „Äripäev“ keskendub selgelt Tallinnale. Tartu on Tallinnaga võrreldes meedialugudest esitatud peaaegu poole vähem. Eesti linnadest tulevad tegevuskohtadena esile veel järgnevad linnad: Viljandi ja Pärnu. Maapiirkondi peaaegu üldse eraldi ei tooda esile loomemajanduse kontekstis, hea näitena siiski Järva ja Naissaar. Välismaast tulevad sagedamini esile järgnevad riigid: Soome, Rootsi ja Holland. Enamasti kirjutatakse mõnest käimasolevast koostööprojektidest, vähem leiavad käsitlemist võimalikud edulood väljaspool Eestit.

„Sirbi“ diskursuses nähakse loomemajanduse tulevikku enam Eesti-keskselt. Samas on suhteliselt oluline ka piirkondlik ja Euroopa tasand „Postimehe“ ja „Sirbi“ artiklites.

Üldisem kontekst teemale ja hinnang

„Sirp“ käsitleb loomemajandust eelkõige sotsiaalse sidususe aspektist, mis peaks edendama kultuuri ja majandust Eestis. „Postimees“ kirjutab loomemajandusest enam keskkond-ruumilisest vaatekohast, st esile tõstetakse tegevuskohad (nt endised tööstushooned Tallinnas ja Tartus) ja sellega seotud probleematika ja uudised. Eesti sisene arengudimensioon on diskursuses peaaegu sama oluline kui loomemajanduse rahvusvaheline roll investeringute ja turistide ligimeelitajana.

Umbes pooled artiklid kirjutavad loomemajanduse temaatikast võimalusi otsivas ja tuleviku suunatud perspektiivist. „Sirbis“ oli sama oluline olukorda kirjeldav ja analüüsiv lähenemine. Üldises diskursuses on suhteliselt väike osakaal pessimistlikul suhtumisel loomemajandusse. „Sirbi“ diskursuses leidub ka kriitilist suhtumist loomemajanduse kontseptsiooni ja võimalikesse arengumeetmetesse, mis võivad suurendada massikultuuri osatähtsust ja viia kultuuriväärtuste mandumiseni.

Sünergia ja toetusmeetmed

„Sirbis“ oli loomemajanduse sünergia aspektist olulised järgnevad komponendid: teadmiste vahetamine, ühistegevused ja ühine tegevuskoht. „Postimehe“ diskursuses tulid esile samad komponendid, aga mõnevõrra rõhutati enam ühise tegevuskoha olulisust, mis seostatakse ka üldisemalt infrastruktuuridega. Sarnane rõhuasetus joonistub välja ka „Äripäeva“ lugudes.

Loomemajandusealastest toetusmeetmetest on enam meedia diskursuses juttu rahastamisest ja sellega seotud poliitikatest („Sirbis“ 50 artiklit, „Postimehes“ 15 artiklit). Vajalikest toetusmeetmetest räägitakse tihti seoses infrastruktuuri uuendamisega ja sellega, et riik peaks enam loovinimeste kultuuritegevust rahastama. Mõnes artiklis tuuakse esile ka arenguseire ja teadusuuringute vajadust.

4.2 Ekspertintervjuude tulemused

Uuringu raames viidi läbi ekspertintervjuud kolmekümne viie loomemajanduse allvaldkonna esindajaga. Alljärgnevalt on toodud kokkuvõtted intervjuutekstide analüüsisist teemaplokkide kaupa. Iga teema juurde on lisatud tsitaate erinevatest intervjuudest ilmestamaks allvaldkondade ühisosa ja erinevusi.

Loomemajanduse allvaldkondade majanduslik toimimine

Ekspertidel paluti skeemi (vt punkt 3.4) alusel kirjeldada, mis on allvaldkonna toimimiseks vajalikud sisendid teistest sektoritest, v.a inimressursside ja haridusega seotud sisendid, mida käsitleti eraldi teemana. Teiselt poolt kirjeldasid eksperdid valdkonna tegevuste väljundeid, kuidas jõutakse tarbijani ning millistele valdkondadele antakse omalt poolt sisendit ja/või lisandväärtust.

Sisendid teistest majandussektoritest

Enamus sisendmaterjale ja töövahendeid loomemajanduses ostetakse sisse väljastpoolt Eestit. Põhimõtteliselt on küll kõik kättesaadav, sest müüjate, vahendajate süsteem toimib. Probleeme tekib sellest, et suuri koguseid ei ole vaja ja väikest tellida on väga kallis.

“Värvid, lakid, pastad, õlid, jms – Eestis ei toodeta, tulevad mujalt Euroopast (Prantsusmaa, Holland), tavaliselt Soome vahendusel. Odavamaid asju (kasutavad nt üliõpilased) tuuakse Venemaalt sisse – suhteliselt korraliku kvaliteediga. Lõuend tuleb väljast. Kunstitarbed – väljast (Hiina omad odavamad). Kasutatakse ka nt ehitustarvetest saadud materjale, mis on odavamad, aga spetsiaalsed on ikka suhteliselt kallid. Kõik on kättesaadav kui ainult raha on. Isegi kaasaegseid maalivahendeid liigub (mingid pastad nt). Neid kette, mis kunstitarbeid müüvad, on küllalt palju.”

“Töövahenditeks on tänapäeval ikkagi masinad ja masinad ostetakse, keegi ei tee neid ise. Savi modelleerimise pulga vast voolib igaüks ise endale. Kuna Eestis sellist masinatööstust ei ole, siis need masinad tuuakse sisse Ameerikast, Jaapanist... Põhimõtteliselt kui midagi on vaja ja kui sul on raha, siis on kõik kättesaadav. Töövahendid on ikkagi kättesaadavad.”

“Et ega põhimõtteliselt on kõik import. Ega masinaid meil keegi ei tee. Kõik kangad, kõik tootmisvahendid, kõik tulevad sisse, kõik viltimisnõelad jne. Vanasti tehti meil kangaid, aga masinaid pole meil kunagi tehtud.”

“Olen Eesti keemiatööstuse põhimõtteliselt enda jaoks välja lülitanud. Mujalt pärinevatel on kindel kvaliteet.”

“Enamikku osa sisenditest imporditakse. Tekstiilitööstusega on nii ja naa, aga suurem osa ikkagi on import, kui tahame mingeid spetsiifilisemaid materjale. Lõnga siiski võib suuremalt jaolt ka Eestist saada. Kangad on suuremas osas väljast, värvid samuti; ka masinad ja seadmed. On küll käsitöö tasandil Eestis mõningaid tegijaid, kes kangastelgi teevad, aga suures plaanis on ikkagi väljast.”

“Põhimõtteliselt on kõike saada. Kui seda ei saa siit, siis saab selle tellida. Info on põhimõtteliselt kõik kättesaadav. Mis on aga probleem – materjalitööstus – ma ei tea, kas see peaks olema eraldi tekstiilitööstusest – just need kogused, mida meil vaja on, on väikesed. Ja ma ei saa osta mingit ühte lõnga 100kg, mis võib olla Euroopast tarne puhul miinimum. Ehk siis ma ei saagi tegelikult seda materjali ja pean leppima millegi kehvemaga. Et siis nende materjalide osas on kõige suurem kitsaskoht ehk.”

„Põhimõtteliselt tuleb kogu kraam väljastpoolt Eestit. Nt Vene teatri osas olid prantslased peatöövõtjad, aga lõpuks mõned jupid tehti allhanke korras siinsamas Dvigatelis ära.“

Eestis kohapeal toimivatest tööstustest mainiti loomevaldkondadele sisendit andvatena kõige enam puidu- ja paberitootmist. Ei saa aga kindlasti väita, et Eestis toodetud paberi kasutamine oleks valdav,

vaid pigem, et seda kasutatakse lisaks sisseostetavale paberile¹⁰¹. Sisendmaterjalidena märgiti lisaks puidule veel ka villa ja lõnga ning käsitöös kasutatakse piirkonniti ka kohalikku savi, samuti ehitusmaterjale eelkõige seotuna arhitektuurivaldkondadega.

“Väga head paberit tootsid Räpina ja Kohila, aga need on kõik nüüd kinni. Hea meelega kasutasime kohalikku paberit. Seda kohalikku paberitööstust peaks elustama, ka seda käsitsi tehtud paberit.”

“Paberi osas eelistatakse ka sissetoodut. Kuigi kasutatakse ka Räpina pappi ja akvarellipaberit. Lisaks on vajalikud alusraamid ja need on puidust ja need saab siis kohapealsest materjalist. Vaja on hästi korralikku puitu. Sellega on probleeme olnud, et ei ole lõpuni kuiv puit ja siis raam hakkab mängima. Põhimõtteliselt Eestist.”

“Me teeme tööd ka selles suunas, et kasutatakse kohalikke materjale rohkem, see annab asjale kohe juurde kui ma tean, et Setumaal kasutatakse oma savi.”

“Puit ja tellis on kohalikud materjalid. Samas on ehitusmaterjalide tehased rahvusvahelised firmad – globaliseeruv maailm.”

Kui Eestis toodetud materjalid annavad suhteliselt vähe sisendit, siis mõned teenused saadakse valdavalt Eesti ettevõtelt – eelkõige trükitööstus (mis on loomemajanduse tugev sidusala) ja info- ja kommunikatsioonitehnoloogia teenused, (enamasti vahendavad küll rahvusvaheliste suurfirmade tarkvaralahendusi). Samas leiti, et spetsiifilisi infotehnoloogilisi programme, lahendeid võiks siin kohapeal veelgi enam arendada.

“Kohalik IT tööstus disainiprogramme praegu ei tee, aga võiks teha. Aga veebi jaoks teevad väga häid programme samas. On üksikuid firmasid.”

“IKT lahendused tulevad ka mujalt sisse. Eesti probleem on see, et töötatakse välja hästi toredaid lahendusi, aga need ei ole kättesaadavad (tasuta), nt veebiprogrammid, kuhu peale kujundusi panna.”

“Sisendina tuleb üha rohkem arvesse IT arendus. Võib olla me pabermeediat vaatame kahanevas trendis. Mõned on öelnud, et pabermeedia mõne aja pärast kaob ära, seda ma hästi ei usu, aga mine tea.”

Olenevalt valdkondade spetsiifikast kasutatakse ka Narva ja Jõgeva nahavabrikute tooteid, teenuseid, metallitööstust, sh pronksivalu, samuti on muusikariistade tootmine (tugev loomemajanduse sidusala) vägagi arvestatava suurusega väikese riigi kohta. Eestis toodetakse rahvusvaheliselt tuntud „Estonia“ klaverit, kuid väga heal tasemel on ka orelimeistrid ning erinevate käsitööpillide tegijad. Samuti annavad erinevatele esituskunstidele ja kontserditele, festivalidele (sh moešõud) sisendit iluteenuseid pakkuvad ettevõtted. Filmi puhul on olulised ka catering ja transporditeenused. Ka kinnisvarasektor haakub infrastruktuuri pakkumise poole pealt: renditakse tihti erinevaid laopindu, treeningsaale, ateljeepindu, esitluspindu jms.

“Muusikariistadest Eestis toodetud on klaverid, orelid. Eks meil meistreid ole igas vallas – meil tehakse viiuleid, kontrabasse, kõike tehakse. Páris puhkpille meil ei tehta. Aga keelpille igasuguseid ja rahvapille muidugi, kandleid. Löökpillidest ka pigem tehakse selliseid rahvalikumaid. Muu ostetakse sisse.”

“Eestis ei toodeta siin praktiliselt midagi. Üks väga hea orelmeister on meil näiteks. Et on väga häid käsitööpillimeistreid. Selles mõttes on. Aga need on erijuhused. Ja on veel väga hea kibrategija – väga vingeid teeb. Ja Eestis tehakse maailmas tuntud klaverit. Et tegelikult on pilt isegi täiesti hea.”

¹⁰¹ Räpina (sh käsitööpaber, papp ja akvarellipaber) ja Kohila paberivabrikud.

Sisendid teistest loomemajanduse allvaldkondadest

Suuremal või vähemal määral kasutavad kõik loomemajanduse allvaldkonnad reklaami- ja turundusteenuseid ning läbi selle kasutavad nii graafilist disaini, fotot kui teisi kunste. Nimetatud loovtegevusi kasutatakse kui „kujundajaid“ ja lisanduvad veel ajakirjanduse ja ringhäälingu teenused vahendajatena laiemale avalikkusele. Enam äramärkimist erinevate allvaldkondade poolt leidsid veel järgmised: muusika ja kirjandus, vähem teater, mood (sh stilistika), film/video, disain – seda nii oma tegevuse tulemita kui allsektoris tegutsevate professionaalide „ristkasutuse“ osas.

„LM valdkondade osas paneks ühele pulgale maali, graafika, fotograafia jm kujutava kunsti.“

“... galeriis on väljas noorte kunstnike näitus, kus graafikud koos tootedisaineritega on teinud koos näituse; seal on graafikute joonistused mööbliesemete peal.”

“Paljud luuletajad on ühtlasi laulutekstide tegijad ja nad saavad sealt üsna korraliku sissetuleku. Teistest loomevaldkondadest meenub, et aeg ajalt kirjanikud kirjutavad midagi kunstnike näituste juurde ja kogumike juurde.”

“Playtech on ju päris kõva tegija ja tema juures töötab ka päris palju disainereid, kes on põhiliselt Tartu Kõrgemas Kunstikoolis õppinud. /.../ Kasutatakse disainerite visuaalset kompetentsi.”

“Jaapani animaatoriga tegime ühe filmi raamatutest – uste teema, võtsime 8 kunstnikku kokku, igaüks tegi raamatu (raamat nagu uks). Sven Grünberg kirjutas muusika. Oli aastal 2002.”

“Tehakse moekunstnikega koostööd. Siin on see ikkagi niimoodi, et koostöö toimub inimene-inimene ja tegemist on üksiktellimustega, mitte ei toimu see läbi tootmise. Sest ei tea, et keegi teeks meetrite viisi kangast ja siis teeks kuhugi müüki. Seda on proovitud, aga see ei ole toiminud. Ikkagi nii, et mul on selle kleidi jaoks vaja kangast.”

“Maal on seotud teatri ja ka kinoga just dekoratsioonide jm sellise kaudu.”

“Reklaam(töööstus) on selline valdkond, mis ajakirjandusega käib käsikäes. See on, millel ajakirjandus elab, kust oma raha saab (poliitikast ja majandusest teemad). Reklaam kasutab ajakirjandust keskkonnana, mille kaudu saada auditooriumi. Ajakirjandus müüb auditooriumi reklaamiandjale, tal on lugejanumber, mida ta talle näitab. Ja reklaamiandja maksab selle eest ja selle eest saab ajalehte välja anda.”

Teater, tants ja ka muusika on sisenditeks teistele valdkondadele tihtipeale just oma inimeste kaudu, s.t näitlejate ja tantsijate kaudu, keda kasutatakse teiste (enamasti loome-) valdkondade toodete/teenuste pakkumisel (reklaam, film, ajakirjandus).

„Kuni selleni välja, et „Eesti Ekspress“ topib plaate vahele, et tiraazi suurendada. „Teater. Muusika. Kino“ on seda teinud. „Muusika“ plaanib sel aastal midagi sellist teha. Nii et mõjutab ka ajakirjandust mingil määral. Rääkimata sellest kuidas muusikud toidavad vähemalt kollast ajakirjandust.“

„Kui võtta nt „Eesti otsib superstaari“, siis ainuüksi muusika peale läks ma arvan (hooaja peale) ca miljon krooni. Keegi peab tegema seaded, lauljatega proove – kõik sellised asjad, mille peale teleka ees istudes ei tule.“

Erinevad rakenduskunstid on tihti seotud ka käsitööga. Viimast märgiti, eriti just pärandvaldkonnaspetsiifika tõttu kui olulist inspiratsiooniallikaks olijat paljudele teistele valdkondadele, nagu ka kirjandust ja muusikat, arhitektuuri allvaldkondi ja kaasaegseid meedialahendusi.

Olulisemad sektorid, mis suudavad kaasata oma ühe produkti loomisesse paljusid teisi valdkondi, on filmitootmine, reklaam, ajakirjandus ja ringhääling.

“Ajakirjanduses on süvenev tendents, et on kontsernimeedia. On selline ristpromo – ajakirjad promovad telekanaleid ja raadiot ning vastupidi. Ajakirjandus räägib üha rohkem iseendast. Ajakirjanikest tehakse

stairid, ma ei ole kindel, et see sisukusele juurde annab. Tema ikkagi kajastab/mõtestab elu, aga kui temas toimuvast ja tema inimeste tegemistest hakatakse liiga palju rääkima, siis see on mõneti asendustegevus, ruumi täitmine, mõneti ka lihtsalt promo.”

“Mängud on ka üks võimalik asi, mida Eestis ei ole veel selgelt tehtud. Mängudest tehtud filme on mujal olemas küll. Eestis seda väga palju rakendatud ei ole, imestan, et isegi Lotte mängu ei ole tehtud. See võimekus Eestis puudub.”

Allvaldkondade toimimise majanduslik loogika: produkt versus lisandväärtus

Püüdes analüüsida valdkondade majandusliku toimimise loogikat, lasti ekspertidel kirjeldada valdkonna toimimist, sh lõppproduktini jõudmise teed ja lisandväärtuse andmise võimalusi teistele sektoritele (vt punkti 3.4). Tulemuste põhjal võib küsitatud allvaldkonnad jaotada kolme gruppi:

- a) valdkonnad, kus ülekaalus on originaalsete (üksik)toodete arendamine;
- b) valdkonnad, kus ülekaalus on teiste sektorite toodete/teenuste lisaväärtuste loomine ja materialiseerimine;
- c) valdkonnad, mis tegutsevad suhteliselt võrdselt mõlemas suunas.

a) Valdkonnad, milles põhiline on **produktiliin**, seostuvad eelkõige erinevate kujutavate kunstidega (graafika, maal, skulptuur), esitluskunstidega (teater, tants) ja rakenduskunstidega (ehtekunst, moedisain, tekstiilidisain, nahadisain, klaasikunst) ja käsitöö. Kui eelkirjeldatud jõuavad lõpptarbijani suhteliselt otse ilma vahendava tööstuseta (kui turundus ja müük välja jätta), siis kirjanduse ja ajakirjanduse tooteid jõuavad lõpptarbijani läbi kirjastamise ja trükitööstuse.

„Kõige paremini töötab liin: toode – galerii. Samas on see kõige sissetöötatum teistega võrreldes väikeste galeriide olemasolu tõttu. Samas enamik galeriitest elab ikkagi turistide peal, mis teeb selle liini suhteliselt ebastabiilseks, majandusoludest sõltuvaks. Kunstnikule on see ka ehk kõige lihtsam – teed asja valmis ja viid sinna müüki ja siis ootad, kui raha saad.”

„Ringhääling (sh televisioon ja raadio) teeb ise või tellib originaalsaateid ja programme, mida saab käsitleda ka kui avalikkusele suunatud tooteid. See valdkond muutub üha enam seotuks internetiga.”

Kuigi enamus tegevusest toimub produktiini pidi, on kõigil neil olemas potentsiaal anda lisandväärtust ning enamus valdkondades seda ka suuremal või vähemal määral tehakse. Meelelahutuse info- ja kommunikatsioonitehnoloogia seostub kitsamas mõttes internetipõhiste mängude ja suhtlusportaalide arendamisega. Laiemalt võttes on see osa sotsiaalse interneti suundumusest, mille kaudu inimesed tarbijatena osalevad aktiivselt toodete ja teenuste arendamises. Veidi olulisemast panusest võib rääkida moedisaini puhul, mis annab sisendit otseselt rõivatööstusele, aga ka nahadisaini kasutatakse nahkjalantööriitoodete tootmiseks Eesti tööstusettevõtete poolt.

“Põhjamaades tehakse kõik selleks, et kui mõni kunstnik on tulnud kodukohta elama ja tegutsema, siis kõik ümberkaudsed tegutsevad selle nimel, et turistibussid sealt läbi sõidaks – näevad kuidas asi toimib ja siis ka ostetakse kohvi ja saiakese kõrvale käsitööd kaasa. Meil veel ei ole päris aru saadud kui oluline see on.”

b) Valdkondadeks, milles põhiline on **lisandväärtuse liin**, on reklaam, tootedisain, graafiline disain. Reklaamiprodukt ongi iseenesest lisandväärtuse tekitaja kellegi/millegi reklaamimise läbi. Seetõttu on reklaam, nagu ka tootedisain, teenuse pakkumine kellelegi, kes soovib oma tegevuse lisandväärtust suurendada, kas siis tootearenduse või turunduse kaudu. Samuti peaks ka graafiline disain olema ennekõike teenuse müük tellijale lisandväärtuse tekitamiseks, kuid nii graafilise- kui ka tootedisaini puhul oleneb väga palju disainerist, s.t tihti on tegemist pigem disaineri ja tööstusettevõtte

koostööprojektidega kui palgalise disaineri olemasoluga või ettevõtte initsiatiivil disainiteenuse ostmisega. Tihti on disaineril idee - ta otsib sobiva ettevõtte – tehakse toode, koos otsitakse turustuskanaleid. Disain ei ole veel Eesti ettevõtete poolt tunnustatud lisandväärtuse tekitaja. Arhitektuur nt loob lisandväärtust paigale ja piirkonnale materiaalse keskkonna kujundamise kaudu, mis mõjutab laiemaid sotsiaalmajanduslikke suhteid. Arhitektuur mõjutab otseselt elu- ja tegevuskeskkonna arengut loomemajanduse kontekstis.

“Disain on protsess. Kui selle tulemusena sünnib vaip või taburet või uksekäepide, siis on see vastava valdkonna toode – nt vaiba puhul tekstiilvaldkonna toode. Sellist asja nagu disainitoode ei ole olemas – küsimus on selles, kui hästi või halvasti disainitud. Ehk siis see ongi lisandväärtus, kui see on hästi tehtud. Kui on lihtsalt välja kukkunud, siis seda disainiprotsessi vahel pole.”

“Et inseneriteenustega on sama lugu, et tullakse küsima logo mingi inetu aparadi peale, mis pole disaineri kätt näinudki. Ja siis nad mõtlevad, et vot nüüd lähen disaineri juurde ja et nüüd oleks logo vaja, nt sinist värvi. Sellist lähenemist me ei taha. Kõigepealt peaks insener koos tootedisaineriga looma tootekontseptsiooni ja selle käigus hakkab brändi väärtus juba kasvama. Ja värvid, mis on, neil on ka mingi funktsioon ja tähendus. Kas ohu värv või rahustav värv vms. See kõik peab komplekselt tulema. Aga ei saa eitada, et inseneriteenustel läheb ka graafilist abi vaja.”

c) Valdkonnad, mis tegutsevad suhteliselt **võrdsest mõlemas suunas**: foto ja muusika. Nende puhul on tegemist ühelt poolt valmis toodete/teenustega, mida lõpptarbijale pakutakse ning teiselt poolt pigem sisendiandja või kaasnähtusega. Enamasti ei osata neid valdkondi mõista just lisandväärtuse andmise võtmes, kuna nad on nii „iseenesest mõistetavalt“ seotud erinevate asjadega. Foto on äärmiselt oluline osa igasugusest müügitgevusest ja turundusest. Samuti on muusika helikujundusena väga paljude loomevaldkondade jaoks oluline, aga ka kaubanduses, turismis, vabaajateenustes, spa-des jne. Foto ja muusika võivad jõuda lõpptarbijani suhteliselt otse või läbi toote/teenuse produtseerimise. Muusika puhul *live*-esituste kaudu või läbi salvestiste. Viimane tähendab suhteliselt suurt tööstust – salvestamisest plaatide tootmiseni – mis jääb muusika esitamise ja tarbija vahele. Fotograafid enamuses tegelevad klientidele teenuse osutamisega (pildistamine), vähem tegeletakse fotoga kui kunstilise eneseväljendusvormiga. Päris suur osa fotograafia valdkonnast täna tegeleb ka digifailide kandmisega paberkandjale, kus teenuse kliendiks on enamasti eratarbijad.

„Festivalid annavad lisatulusid just turismile ja kaubandus-toitlustussektorile. (JUU JÄÄB, FOLK – poe aasta käive tuleb selle ürituse ajal). Mõnele kohale on see väga oluline üritus ka muude sektorite arengu mõjutamiseks.“

“Ta on kindlasti mõlemat – üks loob eelduse teisele ja vastupidi. Ilma fotota ei oleks reklaami ja ilma reklaamita ei oleks väga suurt osa fotosid.”

„Teine suur grupp on see erakliendi teenindaja: ... sündi, surma ja pulma tahetakse ikka meenutada.“

“Samas, kui teenindusettevõtte mängib muusikat, siis see on ju lisandväärtus tema tegevusele.”

Ettevõtlusvorm

Valdavaks ettevõtluse vormiks loomemajanduse allvaldkondades on FIEd ja osaühingud. Avaliku sektori asutused (s.t riik või KOV on vähemalt üks omanikest) on eelkõige muuseumid ja raamatukogud, suured teatrid ja kontsertorganisatsioonid ning ERR. Majanduslikult on need ka (ühed) kõige võimsamad organisatsioonid loomemajanduse sektoris nii neis töötavate inimeste arvult kui tegevusmahtudelt (EKI, 2005¹⁰²). Enamasti äriühingutena tegutsevad ka ajakirjanduse-, meediakorporatsioonid ning reklaamifirmad ja ringhäälinguettevõtted. Suuremad reklaamibürood on tihti seotud rahvusvaheliste korporatsioonidega. Enamus kunsti- ja disainivaldkonnas, ka käsitöövaldkonnas

¹⁰² Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2005.

jagunevad tegutsejad FIEdeks ja OÜdeks. Väiksemad ja üksiktegijad on tavaliselt FIEna registreeritud, suurema käibega tegijatel on OÜd. MTÜ vormi esineb tihedamini esitluskunsti osas.

„... samas vabakutseline – seda ei ole olemas enam. Nüüd peavad FIE-d end ümber registreerima Äriregistrisse ja seal sellist asja nagu vabakutseline pole enam olemas.”

„Tundub, et OÜsid tuleb juurde, et uue seadusega paljud FIE-d registreerivad end ümber. Ja paljud FIE-d kaovad ka ära, sest nüüd tuleb äriregistrisse registreerida ja väikese sissetuleku juures ei ole sel mõtet enam.“

„OÜ on ikka põhiline. Vabakutselised on meil registreerinud end sageli OÜ-ks, mitte FIEks. Ja see OÜ koosneb sageli ühest inimesest. OÜ raamatupidamine on lihtsam kui FIE oma.“

Selline suur ettevõtlusega tegelemine ei ole kindlasti loomeinimeste suure soovi tulemus. Pigem on elu selleks sundinud. Ühelt poolt on põhjuseks asjaolu, et kui soovid midagi müüa, tuleb esitada arve ja arve saab esitada ainult registreeritud ettevõtja. Teisalt, enamikku kunsti- ja kultuurialase hariduse omandanutest ei oota ees töökohad – neil tuleb need tihti ise luua. Tihti on FIEna registreeritud loomeinimesed ka palgatööl mõnes (või mitmes) ettevõttes või organisatsioonis (nt õpetajad).

“Enamus kunstnikke on FIE-d. Deklareerivad kõik oma tööde müüki. Sa põhimõtteliselt ei saagi muidu müüa galeriides kui sa ei ole FIE. Isegi kui ta on mujal tööl on ta kõrvalt ikkagi FIE. Vabakutselisi on väga vähe.”

Ettevõtlusaktiivsus

Intervjuudes tõdeti, et viimase kolme aastaga on ettevõtlusaktiivsus mõnevõrra tõusnud (selle võib tõenäoliselt lugeda ka üldise majandustõusu arvele). Suhteliselt tugev on tendents, et FIE-d, kellel on juba vähegi suurem võimekus, registreerivad end ümber osaihinguteks (arvepidamine ja asjaajamine mõnevõrra lihtsam ja selgem). Väiksema käibega, nt kunstnikud, kelle käive on mõnikümne tuhat aastas, jällegi lõpetavad ka FIEks olemise, sest see tähendab kindlas suuruses ettemakstud makse, mida ei suudeta täita.

“Sel aastal paraku väheneb see FIEndus, kuna läheb Maksuameti alt Äriregistrisse. Paljud loobuvad seetõttu, et see läheb keerulisemaks ja sissetulek peab sul olema mingi 250000 aastas, et asi oleks mõttekas. Paljudel seda ei ole. Peab hakkama avansilisi makse maksma, enne ei olnud nii.”

“Praegu on nad FIE-d. On OÜsid ka. Tundub, et OÜsid tuleb juurde, et uue seadusega paljud FIE-d registreerivad end ümber. Ja paljud FIE-d kaovad ka ära, sest nüüd tuleb Äriregistrisse registreerida ja väikese sissetuleku juures ei ole sel mõtet enam.”

“Praegu toimub selline tormiline FIE-de muutumine OÜ-deks, et kõik on nagu aru saanud, et see FIE bisnis ei ole nii meelakkumine. OÜ-ga on lihtsam asju ajada, kasvõi see paberimajanduse kohustus on väga palju selgem. FIE-na nüüd iga kord mõelda, et mina arvan, et see dokument on kuludokument, aga näe, maksuametnik ütleb, et see ei ole kuludokument ja mis nüüd siis saab.”

“Paar aastat tagasi buumi ajal sooviti teha oma firma, nüüd pigem soovivad noored tuntud firmades enne kogemust omandada.”

Viimasel ajal on ka mõnes sektoris tugevat kokkutõmbamist näha, nt ajakirjanduses (buum oli 2007), reklaamivaldkonnas (praegu reklaamitakse peamiselt hindu); rahastamist riigi poolt on tõmmatud koomale.

„Aga kui siin tulid signaalid, et festivalide rahastamist tõmmatakse kokkupoole, siis esimesena läksid paanikasse lavade omanikud, võimenduse omanikud ja muu lavatehnika (valgus) omanikud. (Laulupidu on tänapäeval üks suuremaid tellijaid helivõimendusele). Miljonid lähevad ühe kontserdi puhul heli- ja valgusemeestele. Festivalide ja kontsertide alarahastamine annab kohe löögi sellele sektorile. Kohe kukkusid hinnad, kohe hakati läbirääkimisi pidama ja uusi võimalusi otsima.“

“Paljud väljaanded on kinni pandud. Kalev Meedia näide – 11 ajakirja korraga kinni. 2007 oli buumiaasta, nüüd on nad juba kokku kukkunud. 2007 tekkis hästi palju naiste- jm ajakirju. Ehk tõus oli, aga 2009 on see langenud.”

“Lähiaastatel ettevõtted brändi arendamisega eriti ei tegele, praegu ettevõtted reklaamivad hindu. Igalt poolt üritatakse kokku hoida, keegi ei mõtle mingile erilisele pakendile, tootele jne, mis tähendab et reklaamisektoril on vähem tööd.”

“Oli parem siis, kui oli majandusel hästi. Hakkasid tellijad kujunema – hakati kunsti ostma. Nüüd see jälle kadus. Nüüd jälle tellija vaatab, et saaks odavamatest materjalidest.”

Samas esitati ka positiivsemaid nägemusi ja põhjusi, miks ettevõtlusaktiivsus võiks kasvavas trendis liikuda.

„Tulevikus kasvab. 3-4 aastat tagasi ei olnud BMFi. Nüüd on seal kõik erialad esindatud ja inimesed, kes hakkavad selles valdkonnas tegutsema, on parema ettevalmistusega kui need, kes alustasid 10-15 aastat tagasi. Inimeste hulk sektoris kasvab.“

“Seis on täna selline, et need ärimudelid, mis senini toimisid, enam ei toimi. Ehk need, kes disaini üldse ei kasuta – need täna ei toimi. Need, kes pole kasutanud disaini, seisavad täna selle ees, et kas panna ukсед kinni või siiski on mingi puhvertsoon, et saavad oma ärimudelit muuta ja nüüd hakata disainerit kaasama.”

Ekspordimahud ja turud

Enamus valdkondades on ekspordivõimelisi tegijaid võimalik kahe käe sõrmedel üles lugeda. Veidi enam on ekspordivõimelisi tegijaid järgmiste disaini ja kunstivaldkondade seas: nahakunst, moedisain, ehtekunst, maal ja graafika. Samuti meelelahutuse IT valdkonnas. Suurima võimekusega hinnati muusikavaldkonda, kus on ekspordivõimeliste orkestrite, kooride, heliloojate, interpretide hulk üle saja. Ka käsitöö, foto ja arhitektuuri valdkonna potentsiaal oleks üle poolesaja tegija (üksikisikut/organisatsiooni).

“Väljapoole Eestit toimub maali müük näituste kaudu ikkagi. Tavaliselt tuleb väljastpoolt mõni galerist, kes võtab ühendust Kunstnike Liiduga. Kunstnike Liit siis soovitab või on galeristile endal kellelegi silm peale jäänud. Seda, et siit otsiks keegi kohti, kus väljaspool end presenteerida – see on keerulisem kindlasti ja eriti ei ole seda. Kuigi nüüd on olemas need rahvusvahelised kunsti loomingulised baasid/ateljeed. Nende kaudu ka käiakse. Seal siis teed kohapeal töid, teed näitust ja siis on võimalik seal ka müüa neid.”

Erinevaid ekspordiaartikleid on siiski vähe ja ekspordimaht erinevates valdkondades pigem madal. Suhteliselt kõrgeks hinnati ekspordimahtu meelelahutuse IT valdkonnas. Kuna maht on suhteliselt madalalpoolne, siis ei ole see ka langenud. Enamuses allvaldkondades on märgata olnud väikest tõusu.

„Esimene asi on õigus – autoriõigus, kust tuleb raha sisse; teine on esitaja õigus – sealt tuleb väga vähe raha sisse. 3. fonogrammitootja õigus, sealt vaikselt midagi juba tuleb. 4. nootide müük. 5. plaatide müük (cd ja dvd) 6. füüsiline kontsert või esinemine mingi festivali raames.“

„Käibe mõttes ikka madal. Sest meil on nii väikesed tiraažid“

„Nt Annike Laigo – popid tooted olnud alati. Need tema kivid. Ega ta muidugi ei ole sadade kaupa neid eksportinud. Toode on ikkagi käsitööna valmiv. Tellimused on 10 tk korraga.“

Enamasti on eksporditurgudeks Põhjamaad, eelkõige Soome ja Lääne-Euroopa (Saksamaa). Mõnede sektorite puhul ka Venemaa ja Balti riigid, eelkõige Läti. Toodi üksikuid positiivseid näiteid kaugematest/eksootilisematest turgudest, kus on Eesti tegijatel hästi läinud ja mida võiks rohkem ära kasutada: nt Eesti koorimuusika Lõuna-Aafrika Vabariigis; popmuusika (lauljad) Jaapanis; kirjandus: Kalevipoja tõlge hindi keelde; käsitöö: muhu sussid Aasias jt.

„Lääne-Euroopa on mingis mõttes filmidele avatumad kui Põhjamaad, Põhjamaad on selgelt kodumaisele filmile suunatud, kui nad vaatavad võõrad filme välismaalt, siis vaadatakse Ameerika ja Prantsusmaa. Saksamaa ja Prantsusmaa filmiturud on nii suured, et seal leiab vähegi festivalidel esiletõusnud filmile kohta. Baltimaad on kõige viimane vast – see on nagu Euroopa praktika, et film ei levi naabermaades, aga kaugemale levivad.“

Enamasti takistab eksporti ressursside (nii inim- kui rahaliste ressursside) puudus. Ühelt poolt see, et üksiktegija (indiviid/ettevõtte) ei jaksa üksi ennast müüa, end esindada messidel, laatadel, näitustel. Ühiselt väljaminemist takistab tihti ühise võimeka koordineerija/vahendaja puudumine. Teisalt, väiketootjad ei julge võtta riske – s.t toodetakse vastavalt tellimusele ja mitte rohkem. Sellest tekib olukord, et kui soovitakse saada suuremat kogust ja kiiresti, siis ei suudeta tellimust täita ning tehing jääb katki.

“Kunstnike Liit annab välja aastaraamatuid Eesti kunstnike töödest. Seda kasutatakse mõnevõrra promomaterjalina ka. See aasta on jälle rahapuudus ja jääb vist välja andmata. Kunstnike Liidu aastanäitusest Kunstihoones tehakse ka kataloog. Need on muidugi projektinäitused, kuraatori näitused. Aga kunstnikud ise annavad ka välja oma katalooge – olen ise ka andnud välja. See oli nüüd väga populaarne tegevus. Praegu on jälle rahapuudus ja seda vist ei toetata hetkel.”

“Meie ettevõtetel ei ole vajalikke ressursse. Inimene ei võta seda riski, et ostaks materjali ja toodaks lattu, et oleks võtta kui tuleb tellimus. S.t et ta peaks tootma lattu, et anda suuri koguseid. Sul puudub võimalus toota ette – sul puudub riskikapital.“

„Mujale minemist takistavad keeleareaal, konkurents, kultuurilised eripärad. Ekspordimaht võib hakata tõusma: tehnoloogiad aitavad kaasa filmide kättesaadavuse suurendamisele. Inimestel tekib võimalus kiiremini kätte saada asju. Samuti on inimestel suurenenud rahvusvahelise kommunikatsiooni võime, keeleoskus, hakkamasaamine teistes kultuurikeskkondades.“

Hariduse mõõde

Professionaalid ja harrastajad

Professionaalsete tegijate all on mõeldud neid, kes aktiivselt (regulaarselt) valdkonnas tegutsevad ja kes sellest tegevusest ka elatuvad (vähemalt teatud matus) ning kes on omandanud valdaval juhul ka erialase hariduse ning kuuluvad erialaliitu (sellise liidu olemasolul).

Professionaalsete tegijate hulk loomemajanduse allvaldkondade lõikes varieerub jäädes osade valdkondade puhul kuni 50 tegija ringi (klaasikunst, tekstiilidisain, tootedisain, moedisain, ehtekunst, graafika, reklaam); teisalt jällegi ulatudes sadade tegijateni (graafiline disain, fotograafia, muusika, teater, kirjandus, film, ajakirjandus, ringhääling, muuseumid, arhitektuur, sisearhitektuur).

Tegutsejate seas on esindatud nii noorema kui vanema põlvkonna tegijaid: enamike loomemajanduse allvaldkondade puhul jagunevad tegijad vanuselise jaotuse mõttes enam-vähem pooleks. Samuti

iseloomustab enamikke loomemajanduse allvaldkondi suur stilliline mitmekesisus – erinevate suundumuste olemasolu valdkonnasiseselt.

Rahvuslik mitmekesisus tegutsejate seas on pigem väike ning üldjuhul seondub see vene rahvusest tegutsejatega, kes paljuski toimetavad oma kogukonna keskselt. Erandiks on meelelahutustarkvara valdkond, kus seltskond on selgelt rahvusvaheline.

„valdavalt eestlased, üksikuid välismaalasi“

„vene tegijad on päris kibedad käed. On armastanud Peterburi koolkonda – täis ilu värke – teevad uhkeid internetilehekülgi jne. 15% on ehk muulasi.“

Harrastajaid leidub (hulgaliselt) põhimõtteliselt enamikes loomemajanduse allvaldkondades või vähemalt nendega seotud aladel (v.a arvatud need valdkonnad, kus harrastamisest kui sellisest ei saa rääkida: nagu nt arhitektuur, tootedisain jt). Seda toetab ka huvihariduse suhteliselt hea seis: olemas on nii lastele ja noortele kui täiskasvanutele suunatud huvikoole ja -ringe, samuti erinevaid kursusi ja koolitusi. Huvikoole ja -ringe on eriti arvukalt muusika-, tantsu-, teatri- ja käsitöövaldkonnas. Osasid valdkondi on nende spetsiifikast tulenevalt keerulisem harrastada (nt nahamaterjali kättesaadavus), teisalt võime rääkida eraldi väljakujunenud harrastustehnikatest (nt klaasimaal).

“Loomulikult teine trend on see, et ja muidugi see on kestev trend juba mõned aastad, et need fotovahendid on niivõrd kättesaadavad ja niivõrd kvaliteetsed, et foto on teinud niivõrd kosmilise tähelennu tavainimese jaoks oma arvus, et inimene pildistab reisi jooksul oma tuhat pilti – see on nii tavaline. Vanasti pildistati üks film jaanipäevast jõuludeni – 36 kaadrit. Ma ei annaks hinnanguid, kas see on halb või hea, aga see on reaalsus. See paneb paljusid inimesi selle valdkonna vastu huvi tundma ja paljusid inimesi ka puudutatuna tundma, kui sellest valdkonnast räägitakse.”

„Muusika valdkond selles osas suhteliselt eduline, et korralik eelõpe on olemas heal tasemel. See on kuulunud meie kultuuris haritud inimese programmi sisse. Et ikka oli vajadus mingit pilli mängida.“

„Nt Kullo ehk annab mingeid aluseid. Mõni veel. Sally stuudio nt. Sealt mingeid aluseid – graafika all – mingit plakati seotud asju nt, mis läheneb graafilisele disainile.“

Hariduse tase ja rahvusvahelisus

Kõrgharidust on võimalik omandada praktiliselt kõigis valdkondades kõigil tasanditel. Enamikel tegutsejatest on siiski bakalaureuse või magistri taseme kraad. Viimast on rohkelt pigem seetõttu, et varasem BA võrdsustati praegu antava MA kraadiga.

„Muusikas ei sõltu sellest mitte midagi – oled sa doktor või mitte. Aga mõned doktorid ikka on nii interpretatsiooni kui õpetajakoolituse suuna peal. Muusikas on määrav tase mitte kraad.“

Üldiselt on tegemist pigem kõrgharidusega inimestega¹⁰³. Mõnedes valdkondades toodi välja suhteliselt suuremat keskhariduse ja/või kutsehariduse esindatust (nt ajakirjandus, käsitöö), tsiteerides:

“Keskharidusega ajakirjanikke on mustmiljon. Ajakirjanikke kutsena valmistab ette Tartu Ülikool, Nordis on midagi. Aga ega ajakirjanduses ei tööta vaid ajakirjandusharidusega inimesed. Ajakirjanduses diplom väga palju ei maksa, maksab kogemus ja loominguilisus kui selline. Diplomi järgi kedagi tööle ei võeta. Isegi peatoimetajad ei ole kõrgharidusega.”

“Arhitektuurialal on Eestis probleemiks, et professionaalse, haridusliku arhitektiitsentsi ja -oskuste reaalselt olemasolu ei järgita tööde tellimisel ja teostamisel, mistõttu kannatab kvaliteet.“

¹⁰³ Ainult arhitektidel on kõrgharidus tegutsemise eelduseks, samas piisab sellest kui büroos on üks litsentsiga arhitekt.

Haridus muutub tasapisi ka rahvusvahelisemaks – kuigi ei suudeta hankida statsionaarseid välisõppejõude, siis kõigil aladel püütakse tuua vähemalt mõnedeks kursusteks inimesi väljastpoolt - kõige edukamalt paistavad selles vallas tegutsevat muusikaharidusasutused. Tsiteerides:

„Kõik ei ole ju pidevalt siin, aga läbi käib siit aastas päris suur hulk.“

„Ei tea ühtegi tegelt, kes statsionaarselt oleks. Küll on külalisõppejõude“

Samuti käivad uutest õppuritest paljud end mujal riikides täiendamas (enamasti) kas semestri või aasta kaupa. Seetõttu on suhteliselt paljud loomemajandussektori tegutsejad saanud hariduse väljast. See on paljuski vahendatud erinevate õpilasvahetusprogrammide ja stipendiumite kaudu. Vähesed on siiski kraadi omandanud välisülikoolides. Mõneti on probleemiks ka see, et need noored, kes lähevad väljapoole Eestit õppima, ei pruugi pärast lõpetamist siia naasta.

“Muusikutel on see hea eelis nagu tantsijatelgi, et keel ei ole eriliseks takistuseks. Muusikute puhul on see juba probleem, et nad jäävad sinna. Õpivad seal, mängivad end seal mõnda heasse orkestrisse ja ei tule enam tagasi.”

Vanemate tegijate seas on välisõppekogemusega inimesi vaid üksikud. Mõnedes valdkondades (nahakunst, popmuusika, foto, teater, kirjandus, käsitöö, raadio ja TV) on erinevatel põhjustel väljaspool õppimas käinud üksikud. Mõningatel juhtudel on siinse kooli tase väga hea (nahakunsti mujal ei õpetata sellisel kujul), teisel juhul ei ole väga võimalik mujal õppida (nt rahvuslikku käsitööd), mõni valdkond koosneb üldse erinevate erialade inimestest (kirjanduse valdkonnas on kirjanikul nt füüsiku haridus, kirjastajal majandusharidus jne).

“Praegu on küll selline trend, et kõik käivad vähemalt natuke aega kusagil väljaspool end täiendamas. Isegi bakatudentid võtavad ühe aasta selleks, et kusagil mujal õppida. Uutest tegijatest enamus on väljas end täiendanud.”

“Miks minnakse: üks põhjusi on see, et mujal on parem infra, koolide sisseseeded on hoopis midagi muud – Soome, Rootsi, Prantsusmaa, Suurbritannia jt; Venemaale, arenguriikidesse üldjuhul ei minda.”

Tervikuna hinnatakse hariduse taset suhteliselt heaks ja isegi toodi välja mõned maailma mastaabis unikaalsed erialad (sh nahakunst, ehtekunst). Samas on siiski ka puudujääke. Reklaamiagentuurid kurdavad, et nendele vajalike oskustega tööjõudu Eestis välja ei õpetata ja nad peavad kõik oma töötajad ise koolitama. Samuti on osades valdkondades puudu ka kutseharidusliku ettevalmistusega töötajatest (nt keraamikas), tsiteerides:

„EKA lõpetanu ei hakka teise kunstniku juures tööle“.

Suur ja keskne puudus on kultuurimänedžeridest – inimestest, kes oskaks kultuurivaldkonna tegijaid ja -tegevusi vahendada, müüa, turustada. Leiti, et rakenduskultuuri ja loovusega seotud teemasid peaks õpetama ka majandushariduse programmides. Üldisemalt vajaks loomealadel parandamist erinevate ülikoolide õppekavade integreerimine ja tudengitele praktiseerimisvõimaluste pakkumine.

“Tahame, et sinna vahele tekiks vahelüli mänedžeri näol. See tootja ei ole enam nii tähtis. Me võime toota siin ja seal – Hiinas, kus iganes. Aga peab olema inimene, kes otsib kõige odavamad tootmisvõimalused, kõige paremad messid, kus esineda jne.”

“Mujal maailmas on neil kunstidel vahendaja, kes temaga äri teeb. Meil seda pole.”

“Kunstimäenedžere meil ikka ei ole, minu arust Eesti galeriid ei tööta niimoodi, et nad käiks ja otsiks tellimusi.”

“Võib-olla meil Eestis on ainult 1 skulptor, kes elab ainult skulptuuri tegemisest, aga teised on ikka kusil tööka.”

“Üksikisikul kunstimesile sõita on väga kallis, selleks võiksid olla galeriid, kes siis sõidaksid kunstnike töödega. Puudu on kunstimäenedžeridest.”

“Kui kunstnik peab hakkama ise selle eest seisma, et teeb endale müügikoha, siis see on ka täiesti ebanormaalne. Kunstnik ei pruugi olla ärimees.”

“Samas toetusprojekte võiks ka olla, et kasvõi EASi kaudu – tootearendused jne. Aga see ei saa nii toimida, et disainer ise kirjutab selle projekti. Siis ei jää disaineril aega toote peale mõelda. Seal peaksid jälle – tööstus või arendaja või Ehk siis seostajaid – linke on vahele vaja.”

“USA-s õpetatakse äri ja kunsti ühes koolis. Ja ka ärimees saab võtta kunstikursuseid või joonistamist. Ehk ülikooli esimesel kursusel luuakse juba võrgustikud. Meil ei ole sellist integreeritud asja, palju on nõuda, et kunstnik oleks ka ärimees. Ideaalne oleks see, et kunstnik ja tema mäenedžer oleks koos ehk kõik algab haridusest.”

Sotsiaalne mõõde

Allvaldkonna organiseeritus

Institutsionaalne liider (liit, ühendus, keskus) on olemas enamuses loomemajanduse allvaldkondades, paljudes isegi mitu. Mõnedes valdkondades, nt meelelahutuse IT ja foto, aga ka skulptuuri valdkonnas puudub ka liider indiviidi näol, kes valdkonna arengu eest seisaks. Kaasaegse tantsu- ja käsitöövaldkonnas on hetkel olemas üks tuntud valdkonna vedaja, kuid on näha, et valdkonna arendajaid tuleb juurde. Enamasti on loomemajanduse allvaldkondades kõigis mitu tugevat isiksust, kes valdkonna arengut veavad.

„Liidrid tulevad juba žanripõhiselt. Nt dirigendid siis Klas ja Järvi. Jazzumeestest Sooäär või keegi. Folgis on omad tegijad (noored tegijad). Vedajaid on. ... Muusika Nõukogu – valdkonnaülene katusorganisatsioon, siis kolm loomeliitu: heliloojad, interpreedid ja esitajad. Mingid žanripõhised organisatsioonid, ühingud – täiesti elujõulised: annavad noote ja metoodilisi materjale välja, korraldavad suvekoole jne.“

“Väga paljud noored tänapäeval ei kipu eriti liitudesse – nad tahavad olla iseseisvad ja ei arva, et see liit neile midagi annaks.”

Samas valdkonnasisene koostöö on enamikes valdkondades initsieeritud eelkõige individuaalsetest kontaktidest. Suhteliselt hästi organiseeritud ja pidevat koostööd tehakse siiski käsitöö-, kirjanduse- ja teatrivaldkonnas, samuti muuseumide-, filmi-, ajakirjandusvaldkonnas. Indiviididevahelist tihedat koostööd tuleb ette popmuusikas, klaasikunstis ja tekstiilidisainis, kaasaegses tantsus, meelelahutuse ITs ja erinevates arhitektuuri allvaldkondades. Disainerite seas (mood, tootedisain, graafiline disain), naha ja ehtekunstnike, skulptorite ning foto ja reklaamiinimeste seas realiseerub isikutevaheline koostöö mõnes projektis aastas. Raadio- ja TV-tegijate vahel on väidetavalt valdkonnasisest koostööd vähe.

Koostöö

Koostööd, sh rahvusvahelist koostööd tehakse nii indiviidide, organisatsioonide kui ettevõtete tasandil. Veidi tihedamalt suheldakse pigem esindusorganisatsioonide (liitude) kaudu. Tihti hargneb aga

individuaalsetest kontaktidest välja kas ettevõtete- või organisatsioonidevaheline koostöö või projekt. Arhitektuurialal lisavad rahvusvahelistumist näiteks arhitektuurikonkursid, kus saab vajalikke kogemusi.

„Kõige olulisem on indiviiditasand – persoon persooniga. Ja see veab siis kaasa valdkonna ettevõtted kõige laiemas mõttes.“

„Nt ma võin öelda, et meie laatal on väga palju tarbekunstnikke, kes sugugi ei pea käsitööd halvemaks. Ja meil on ka väga hea koostöö praegu kõikvõimalike kunstnikega, kes just nimelt õpetavad seda tootearendust. Tekstiilkunstnike liit, moekunstnikud. See koostöö on täiesti niimoodi sujuvalt tulnud.“

Tihedamad kontaktid on jällegi lähinaabritega – eelkõige Põhjamaade ja Balti riikidega. Teiste Euroopa riikidega on suhted allvaldkonniti erinevad – mõnedel tihedamad kontaktid Saksamaaga, mõnel üksikud kontaktid Prantsusmaa ja Itaaliaga. Koostööd Venemaa ja teiste endiste liiduvabariikidega on väga vähe, samuti ülemaailmselt tuleb koostööd ette vaid üksikute kontaktide kaudu. Mitmed erinevad valdkonnad on teinud koostööd nt Jaapaniga (sh keraamikud, kaasaegne tants, nahakunstnikud).

„Kuna meid on kunagi aidanud soome kõvasti, siis mina euroopa organisatsiooni presidendina püüan praegu aidata Lätit ja Leedut.“

“Venemaaga suhted on natuke taastunud viimastel aastatel. Seal on mingi kesk-kunstnike maja ja sellega tõesti suhtlust toimub.”

Allvaldkonna sündmused

Kõigis valdkondades on olemas oma suuremad sündmused (aasta kogunemised, festivalid, laadad vms). Enamikes valdkondades 2–3 suuremat sündmust aastas. Väiksemaid asju toimub paljudes valdkondades (nt kirjandus, muusika) pea igakuiselt. Olulisemate sündmuste seas on nii kitsamale huvilistegrupile suunatud kui laiemale avalikkusele mõeldud üritusi.

„Arhitektuuri Aastale kui sündmusele võiks lisaks tuua Arhitektuuri Maakonna päevad, kus käidi mööda maakondi ja tehti näitusi ja mõte oli viia teavet. Peale selle näitused – Arhitektuuri Film - tehakse iga kahe aasta tagant. Arhitektuurinäitus „Väike“, Veneetsia biennaal, ülemaailmne EXPO Shanghais, kus osaletakse konkursil.“

„Workshopid selles mõttes rahvusvahelised, et alati on keegi õppejõud väljapoolt kutsutud. Osa osalejaid ka väljapoolt. Kui näitused Eestis, siis on ka välisesinejad.“

Mõnedes valdkondades on huviliste hulk väike ning hoolimata avalikkusele suunatusest on see siiski nišiüritus (nt kaasaegse tantsu festival, graafika triennaal).

„nad on küll avatud kõigile, aga see publik on lihtsalt nišipublik.“

Festivalide rohkuse poolest on Eesti vähemalt Euroopas suhteliselt esirinnas. Juba muusika valdkonnas toimub erineva suurusega festivale võrreldes teiste Euroopa riikidega tunduvalt rohkem. Valdav enamus neist on ka rahvusvahelised. Samuti on üritused kaasaegse tantsu, filmi, arhitektuuri ja klaasikunsti valdkonnas pigem rahvusvahelised.

„Suure-Jaani muusikafestival on eesti muusika ja muusikute festival. Enamus ülejäänud on ikka rahvusvahelised“

„Kõik on rahvusvahelised, v.a Eesti filmi päevad.“

Teistes valdkondades on esindatud ka kohaliku tähtsusega suurüritused. Ainult reklaami- ning raadio- ja TV-valdkonnas toimub Eestis ainult üks suursündmus aastas ja see on ainult Eesti-sisene („Kuldmuna“, „Kuldse mikrofoni üleandmine“).

Keskkonna mõõde

Regionaalne paiknemine

Regionaalselt on loomemajanduse allvaldkonnad enamasti koondunud Tallinnasse ja teistesse suurematesse linnadesse, keskustesse. Erinevate linnade osas toodi esile suuremad keskused: Tartu, Pärnu, Rakvere, Viljandi, ära mainiti ka Võru, Narva, Haapsalu. Paljuski määravad regionaalsed jõujooned ära haridusasutuste olemasolu vastavas piirkonnas. Tallinna-kesksusele on kaasa aidanud (ajalooliselt) siin asuvate kõrghariduslike õppeasutuste olemasolu (Eesti Kunstiakadeemia, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia jt): lõpetamisejärgselt on jäädud Tallinnasse edasi. Üle-Eestilisest jagunemisest saame rääkida käsitöö, ringhäälingu (täpsemalt küll raadio) ja muuseumide puhul.

Enamikel juhtudel on koondumise põhjuseks juba vastavasse piirkonda koondunud tegijate hulk – „omasuguste kättesaadavus“, mis soodustab tegijate omavahelist koostööd. Koondumise põhjuseks on samuti turu ja kliendi (ostja, tarbija) olemasolu piirkonnas, paljudel juhtudel viidati vajadusele olla kliendile/tellijale lähedal (vaja näidata näidiseid jms). Väiksemates kohtades on sageli puudu loomemajanduse allvaldkondadele vajalikest esitlus- ja eksponeerimispindadest (erinevad kunstid); siiski on märgata selles osas paranemise märke (nt muusikavaldkond).

„Eks eelkõige koolide tõttu on see kontsentratsioon Tallinnas ja Tartus. Siin on ka Kunstnike liit. Kunsti keskus on ikkagi Tallinnas.“

„Näitusepinnad on ikkagi Tallinnas, Tartus, mujal on väga vähe pindu, kus saab eksponeerida.“

„Ja eks see ka, et riiklikult garanteeritud tööhõive on ainult Tallinnas ja Tartus, mis tagab muusikule püsiva äraelamise võimaluse.“

„Film on linnategevus, võtteid saab teha ükskõik kus, aga organisatoorne asi võtab suure projekti puhul 0,5-1 aasta tihedat tööd.“

„on graafikadisainerid jagunenud erinevatesse kohtadesse. Tartus on ka. Veel: Pärnus, Kohtla-Järvel ka oma tegijad.“

Mõjutatus ruumist ja mõju ruumile

Enamik loomemajanduse allvaldkondadest omab ruumile (ümbruskonnale) olulist mõju kas otseselt (nagu nt arhitektuur, maastikuarhitektuur) või kaudsemalt (nt kirjandus), kas väiksemas (nt nahadisain) või suuremas mastaabis (nt skulptuur). Esile toodi loomemajanduse allvaldkondade võimet kujundada keskkonna identiteeti, elavdada keskkonda, toetades seeläbi ka turismi arengut. Palju erinevaid näiteid toodi sellest, kuidas loomemajanduse allvaldkonnad saavad keskkonda atraktiivsemaks muuta:

„Installatsioonid, ekraanid“

„Teksti toomine transporti, linnaruumi“.

„Tants on selle auditooriumi [KUMU] tuntuks teinud ja elama pannud.“

„Film saab mõjutada selles mõttes, et sunnib mõtlema, kes me oleme. Nt kui Sügisballi linastati Kanadas väliseestlastele, siis nemad küsisid: kuidas üldse sellist filmi saab näidata, kus Eesti on nii kole, nõukogulik. Et Eestit presenteeritakse nii, see on neile vastuvõetamatu. /.../ V.a Venemaa, siis mujal on need suured asumiplokid hajutatamad. Selles mõttes on ta selline massiivne ja ainulaadne, visuaalselt väga kena tegelikult.“

Samuti rõhutati enamike loomemajanduse allvaldkondade endi mõjutatust ruumist: nii selles mõttes, et töö väljund on sõltuv ruumi olemusest ja mõõtmetest (nt sisearhitektuur, erinevad kunstid, ka muusika sõltub ruumist, kus seda esitatakse), kui ka selles mõttes, et enamikel juhtudel tähtsustatakse seda keskkonda, milles töötatakse („piinavalt-valus-keskkond“ enamikel juhtudel siiski ei toimi soodustava tegurina) ning mida kasutatakse (nt tegevuskoha tähtsus filmis).

„Tekstiilikunstnik ei saa lähtuda sellest, et tema teeb vaiba ja selle ümber ehitatakse maja. Seega peab väga palju lähtuma ruumist.“

„No näiteks: tuleb luua oma loova inimese hingele sobiv keskkond.“

Keskkonnateadlikkus

Keskkonnateadlikkuse osas hinnati ühelt poolt tegutsejate keskkonnasõbralikkust ja teisalt vastava loomemajanduse allvaldkonna tegevuste keskkonnasäästlikkust.

Loomemajanduse allvaldkondade inimesed peavad end suhteliselt keskkonnasõbralikeks inimesteks.

“Väga, väga keskkonnateadlikud. Nad kõik keelduvad ostmast suurkorporatsioonide tooteid, minu arust on täitsa hulluks läinud juba ☺.”

Ühelt poolt märgiti, et valdkond ise tingib rohelise, keskkonnasõbraliku mõtteviisi. Teistel juhtudel ollakse n.ö „hädaga ökod“ – s.t et materjali kalliduse tõttu kasutatakse see viimseni ära. Mitmetel juhtudel saab rääkida ka materjali taaskasutamisest.

Loomingulist tegevust iseenesest ei saa keskkonnakahjulikuks pidada. Disainivaldkonna (eelkõige tootedisaini) puhul rõhutati, et kogu selle tegevuse üks eesmärke on minimeerida keskkonna koormust, luua ressursisäästlikumaid lahendusi.

„idee on eos koormust keskkonnale vähendada“.

„Ma ei usu, et ka mingist Rabarock'ist nüüd mingi hull looduskatastroof maha jääks.“

Samas sisaldavad mitmed valdkonnad teatavaid tegevusi, mis ei pruugi väga keskkonnasäästlikud olla. See tähendab, et osalt „ei luba“ loomemajanduse allvaldkond olemuslikult alati keskkonnasäästlike valikuid teha:

„... vahetame väga tihti tehnikaseadmeid – need on sellised asjad, mida ei saa kuidagi rohelisemalt teha. Sa võid osta stressivaba sealiha, aga sa ei saa osta stressivaba kaamerat.“

„... tegemine ei ole keskkonnasõbralik – kõik need tolmud ja happed.“

„... ei saa rääkida keskkonna keskkonnasäästlikkusest, kui trükime kastide viisi reklaamtrükiseid.“

„... elektrit läheb kogu aeg kõvasti, kõiksugu dekoratsioonide ehitamine, mida pärast vaja ei ole. Väga palju kasutatakse keemiat filmi ilmutamisel. Transporti samuti.“

„On olemas looduslikke värve, aga sageli need ei kõlba maalimiseks.“

„Keraamika on väga mürgine ala. Kui glasuuri pihustad, siis see lendub, kui põleb, siis on vaja tõmbekappi. Tootmine on tervist kahjustav.“

Innovatiivsuse mõõde

Innovatiivsus ja uued tehnoloogiad

Uudseid lahendusi on rakendatud viimasel kolmel aastal kõigis erinevates loomemajanduse allvaldkondades ja pigem suhteliselt palju, s.t kasutusele on võetud uusi tehnoloogilisi lahendusi, uusi meetodeid, uusi materjale jne. Väga olulist mõju uuendusteks on andnud info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate areng üldisemalt ning infotehnoloogiliste (IT) programmide areng. Info- ja kommunikatsioonitehnoloogia on põimunud enamikesse loomemajanduse valdkondadesse nii tegevuse protsessi kui ka vahendamisse. Sealhulgas valdkondades, kus seda oodatagi ei oska – nt maal, kus maalikavand tehakse arvutis ja projitseeritakse seinale ja selle järgi toimub maalimine. Rääkimata sellest, et fotograafid veedavad üle poole tööajast arvuti taga ja muusika salvestamine võib toimuda kodust lahkumata.

“Väga paljud maalijad, eriti lõpetajad EKAst, projekteerivad põhiliselt peale lõuendile ja siis selle järgi maalivad. Projektoreid kasutatakse väga palju. Ja kavandid tehakse arvutis.”

“Tehnoloogilised abivahendid on joonestusprogrammid, käsitsi enam eriti joont ei tõmmata. See tehnilisus ja innovatiivsus tungib sisse nii uksest kui aknast ideest kuni teostuseni.”

„Helitehnikas ja tehnoloogilises protsessis on neid tohtul hulgal. Üks uuendusühik toimub 6 kuulise sammuga keskmiselt. Kõik see puudutab kaameraid, pilditöötlust, montaaži. On uued stsenaariumikirjutamisprogrammid, eelarvetegemise programmid, filmitootjad on Skype'i siirdunud mujal maailmas, Eestis mõnevõrra vähem.“

“Aga miks internet on oluline loomise juures: nt teen mingit lugu kodus, aga et on vaja, et keegi mängiks mingi kidrakäigu vahele. Helistan oma sõbrale kidravennale, kel on ka kodus stuudio, et panen sulle mp3-ga põhja tulema, annan mingid näited juurde, ütlen, et on homme õhtuks vaja. Ta teeb selle ära, saadab tagasi, paneb ftp serverisse üles. Või kasvõi reklaami tegemiseks – ei pea jooksuma ühest linna otsast teise. Saab asjad teisiti ära korraldatud, ei pea kuskile minema. Põhimõtteliselt võiksin luua mistahes maailma nurgas ja saada oma produkti niimoodi, et ma üldse oma ruumist välja ei tule. See eeldab seda, et need inimesed, kellega koos teen, et olen nendega samal lainel.”

Samas ei kasutata info- ja kommunikatsioonitehnoloogia võimalusi siiski piisavalt (efektiivselt) ära ka valdkondades, kus võiks seeläbi täiesti arvestatavaid eksporditartikleid saada (graafiline disain, meelelahutuse IT).

„Ka šrifti tegemine võiks üks see teenus olla. Praegu on meil üks eesti poiss, kes on ise šrifti teinud ja seda laiemalt tutvustanud / üles pannud. Sellesse šrifti ilmuvad sisse mingid muru või lillede kujutised või loomade kujutised. Aga teenivad väga hästi selle pealt. See oli noorema põlvkonna esindaja. See võiks olla ka arenev teenus“

Vahendamise osas tähendab info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate rakendamine tihti ainult staatilise kodulehekülje olemasolu info jagamiseks. On ka paremaid näiteid: laulu- ja tantsupeo repertuaar *YouTube*'is kõigile harjutamiseks nähtaval. Märjiti info visuaalsemaks muutumist – nt CDde asendumine DVDdega; *YouTube*'i kui turunduskanali potentsiaali ärakasutamine.

“Promomist muidugi kasutatakse läbi YouTube'i jm keskkondade. Promo käib väga palju läbi interneti, see on selline noored ja uuendusmeelsed ja rahvusvaheline sihtgrupp, kellele see suunatud on.”

“Ühteist müüakse interneti vahendusel. Ja kodulehti tehakse, aga väga hästi ei toimi veel...”

“Osadel on oma kodulehed. See on suht tavaline ja seda kasutatakse. Oma projektinägemusi aga algsest ikka 3D vormi väga ei panda...”

Unikaalsuse mõõde

Eesti loomemajanduse allvaldkondade erilisus ja tunnustatus maailmas

Erinevates loomemajanduse valdkondades on nišše, millega maailmas silma paista: muusika valdkonnas näiteks koorimuusika, samuti helilooming; tekstiilidisainis tekstiilikunsti suund, mida iseloomustavad palju aega nõudvad tehnikad, filmis animatsioon, kirjanduses luule jne. Erilisus baseerub mitmel juhul eesti rahvusliku mustri või motiivi (nt moedisain, tekstiilidisain) või kohaliku konteksti (nt maastikuarhitektuur) ärakasutamises. Eraldi väljatoomist vajab nahadisaini valdkond, millele sarnast – just tervikliku lähenemise ja erinevate õpetatavate-viljeldavate tehnikate ja suundade mõttes – mujalt maailmast ei leia:

„On täiesti unikaalne. Just sellest lähtuvalt, kuidas seda õpetatakse ja kuidas see kõik on kokku pandud (mitte selles mõttes, et kuidas mingit saabast teha). On täiesti oma vaatenurk, kuidas õpetatakse materjali. Suur erinevus muu maailmaga – meil on nahakunst olnud traditsiooniliselt professionaalne. Mujal on olnud ja on see käsitöenduslik. /.../ Kõrgharidusena nahaeriala sel moel mujalt maailmast kätte ei saa. Nt Itaalias on galanterii suund. Lääne-Euroopas on valdav on naha puhul köide. Miks Eesti nahakunstnikud on saanud nii palju auhindu – just seepärast, et Eestis on meil sellel alal kõrgharidus. Kui seda poleks, siis oleksime käsitöölised. Kui käsitöölisega kaasneb disaini pool, siis see hüpe on selgelt näha.“

“No koorimuusika on täiesti unikaalne. Heliloomingu osas ikka on suht unikaalne, selle osas võib rõõmu tunda.”

“Näiteks Eesti luulet peetakse väga unikaalseks, näiteks Soome luule on täiesti teistsugune kui Eesti luule, rääkimata Austria luulest, kus luuletaja luuleõhtul väriseb, et kas ta on rakendanud oma luules ikka kõige uuemaid kirjandusteooriaid ja kas see on ikka kõigile arusaadav. Eestis on hästi palju tundeluulet ja üldse väga paljud luuletavad; mida väiksem maa, seda rohkem tundub luuletajaid olevat.”

“Animatsiooni puhul on omanäolisus filmi keeles, tehnoloogiliselt jõuti teistele järgi kohe kui see ala tekkis tänu sellele, et Rein Raamat jt teised võtmeisikud said päris palju välismaal liikuda ja tutvuda nende tehnoloogiatega. Olid omapärase käekirjaga kujutavad kunstnikud, kes läksid sellele alale, leiutasid oma käekirja. Mingis mõttes on kogu Eesti animatsioon Priit Pärna käekirjast mõjutatud – keegi ei räägi traditsioonilisi lugusid, või kui siis omapärasel, liiga rafineeritud keeles – isegi kui sellest aru ei saada, on piisavalt naljakas ja lõbus jälgida.”

Valdkondliku erilisuse olemasolu näitab ka rahvusvahelise tunnustatuse olemasolu. Kuigi rahvusvaheliselt tuntud tegijate hulk erinevates loomemajanduse valdkondades ei ole väga suur (piirdudes paarikümne tegijaga), on oluline rõhutada seda, et igas valdkonnas on need olemas. Samuti on iga loomemajanduse valdkonna tegevusi tunnustatud rahvusvaheliste auhindadega. Tuleb pidada

märkimisväärseks, et hoolimata siinsete tegijate vähesusest, ollakse suutelised maailmas silma paistma:

„Kui üks kord aastas ilmub klaasi kataloog, kuhu valitakse üle maailma ainult 100 kunstniku tööd, ja sinna enamasti kandideerib 2700–3000 klaasikunstnikku. Ja igal aastal on saanud sinna 1 või 2 Eesti klaasikunstnikku“.

„Valdavalt ikka Euroopa tasandi auhindu. On mõned ka USAst saanud.“

Seega, maailmas esilepääsemine iseenesest näitab erilise ja omanäolisuse olemasolu.

“Mõned riigid tellivad meilt hinna pärast, aga on öeldud, et meie lähenemine ka eristub teistest.”

„Ja kui aastaplaadi nimistus tuuakse välja 5-6 nime, ja sinna sattumine on juba väga kõva sõna. See mõjutab müüki ka kõvasti.“

“Midagi erilist kindlasti on, Eesti mass IT vallas on väike, erilist maailma mastaabis pole. Samas kui maailmas mingi tootega, nt Skype, läbi lüüakse, siis midagi erilist peab seal ikka olema. IT ja mängude koha pealt on Playtech enam läbi lõõnud. Võtmeks on olnud küllalt nooruslik seltskond, initsiatiivi ja ambitsiooni palju, rahvusvahelised ka. Alustasid originaalsete ideedega, praegu ilmselt teevad ka allhankeid.”

„Tõeliselt eripärast, siin ei ole midagi tõeliselt eripärast. Kuid, käisin Stockholmi messil – tuli juttu, et nt käsitsi silmuskudumise oskus – et siin on see väga hea, mujal mitte. Et jällegi need käsitööoskused“

Võrreldes erinevaid valdkondi rahvusvaheliselt tuntud tegijate ja saadud auhindade alusel, paistavad mõnevõrra enam silma muusika ja filmi valdkond.

„Meil on tugev dirigentide koolkond ja tugev pianistide koolkond. Neid on ise juba üle 10. siis mõned interpreetid kes on siit välja murdnud. Lauljaid on natukene. [...] Auhindu on toonud pianistid, koorid põhiliselt. Kaks grammy't.“

Kokkuvõttes, skaalal täiesti unikaalne – järgib tavapraktikat, kaldub enamik loomemajanduse valdkondadest maailmas tavapraktika järgimise poolele. Olulist rolli mängib hinnangu andmisel kontekst ja n.ö võrdlusühik: eripära tõuseb esile kaugemate riikidega võrreldes enam kui lähinaabritega (mitte siiski alati).

„Kui võrrelda Peruuga, siis on meil tohtu eksootika. Lähinaabritega võrreldes mitte väga. See on üks küsimus, mis ei ole päris õigesti esitatud. Kuna käsitöö baseerub traditsioonidele, siis on tal ikkagi väga kohalikud mõjud. Nt Taiwanis mindi muhu susside pärast kaklema ja lõpuks pandi need seinapeale kaunistuseks – neil on ju nii väike jalg ☺. Neid muhu susse osteti ühekaupa, sest ta pani need tikitud sussid seina peale.“

Omaette küsimuseks on see, kas ja kuidas suudetakse erilist ära kasutada. Madalad hinnangud selles osas on põhjendatavad järgmiselt: ühelt poolt ollakse seisukohal, et olemasolevat erilist ära kasutada ei osata; teiselt poolt on väidetavalt siiski erilist sedavõrd vähe, et ei olegi, mida ära kasutada. Vähest omapära rakendamise suutlikkust põhjendati muuhulgas nt ka sellega, et 1990. aastate algul oli valdavaks suundumuseks läänemaailma kopeerimine.

“Siiaamaani me küll oma tugevusi ei oska ära kasutada – ehk see areneb. Algab kõik sellest, et kui turumajandus läks lahti, siis hakati kopeerima Lääne riike. Eristuda seal, näidata midagi eestilikkust – see oli kõik out. Aga nüüd on aru saadud, et selleks, et konkurentsist püsida, on vaja eripära, et see on see, mida ei saa meilt ära võtta. /.../ Maailm otsib kogu aeg midagi uut. Kõik on ju läbi nämmutatud. Miks muidu aafrika mustriid nii popid on. Ka Eesti on avastamata maa. Kui me ise ei kasuta seda pärandit kiiresti ära, siis tulevad mujalt inimesed ja pildistavad selle ära ja müüvad kalli raha eest messidel järgmisel hooajal. Nii et jah, me pole osanud ära kasutada.”

Intervjuude kokkuvõtteks: allvaldkondade potentsiaal ja probleemid

Läbiviidud ekspertintervjuud, mille raames hinnati loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali nii majanduslikust, sotsiaalsest, ruumilis-keskkondlikust, rahvusvahelise võimekuse, innovaatilisuse ja hariduse aspektist, võimaldavad loomemajanduse allvaldkondade võimekusele anda järgmiseid hinnanguid:

- ettevõtlust eksisteerib kõigis allvaldkondades, valdavaks vormiks on mikro- ja väikeettevõtted; ning viimase kolme aasta lõikes saab rääkida ettevõtlusaktiivsuse mõningasest hoogustumisest;
- enamikes loomemajanduse allvaldkondades leidub rahvusvaheliselt tunnustatud tegijaid ning saadud on rahvusvahelisi auhindu. Rahvusvahelist potentsiaali nähakse kõigil valdkondadel või vähemalt leitakse, et ei ole alust ühtegi allvaldkonda välistada (vt punkt 4.5.1);
- enamikke valdkondi iseloomustab nii staažikate tegijate olemasolu kui noore generatsiooni pealetulek – see tähendab, et saab rääkida ajalise jätkusuutlikkuse olemasolust;
- põhimõtteliselt kõik allvaldkondadest on rohkemal-vähemal määral harrastatavad – mis näitab huvi allvaldkondade vastu ka ühiskonnas laiemalt;
- allvaldkondade ühiseks tugevaks jooneks on heal tasemel erialane õpe ning kõrgharidusega tegutsejate valdavus nendes valdkondades;
- info- ja kommunikatsioonitehnoloogia võimalused ja rakendused on põimunud allvaldkondade tegevusprotsessidesse ja vahendustegevustesse;
- allvaldkondi iseloomustab ühtmoodi koondumine Tallinnasse ja teistesse suurematesse kesksustesse.

Teatavad eripärad loomemajanduse allvaldkondade potentsiaalis avalduvad läbi järgmiste tegevuste:

- rahvusvaheline tuntus käesoleval ajahetkel;
- omanäolisuse olemasolu rahvusvahelises kontekstis;
- võimenduse pakkumise võime teistele valdkondadele;
- teiste loomemajanduse allvaldkondade kaasahaaramise võime.

Erinevatel valdkondadel on seega mõnevõrra erinev potentsiaal. Samuti on erinevad valdkonnasisesed probleemid: nt kaasaegse tantsu ruumid, keraamikakojad ja ehtekunstnike ateljeed peavad vastama spetsiifilistele tingimustele ja sellistest ruumidest on puudus. Erinevate valdkondade poolt tõstatati rida läbivaid probleeme, mis takistavad loomemajanduse arenemist:

- sporditerminites mõtleb ühiskond – ühiskonnas valitseb arusaam, et kasu tegevusest peab olema kohe nähtav. Ja veel parem – tegevus peaks kiiresti ära tasuma. Paljude loomevaldkondade mõju on kas kaudsem või avaldub ajaliselt hiljem;

“Ekspordimaht on kindlasti tõusnud, seda tänu välismessidele. Pead seal mitu-mitu korda käima, nii jääd meelde ja muutud usaldusväärseks. Et käid Pariisis, Londonis, Saksamaal – üksikindiviidina ei jää meelde. Kui Pariisis käisime 5 a järjest, alles siis hakkas tellimusi tulema.”

- rahastamise osas toodi välja kaks olulist aspekti: a) loomevaldkonna projektidele riskikapitali leida väga keeruline – seda nii suurprojektide osas kui väikeste loomeettevõtete tegevuse tarbeks; b) rahvusvahelise suhtluse takerdumine ressursside vähesuse taha: rahvusvaheliste organisatsioonide liikmeks olekust ei ole palju kasu, kui ei suudeta osaleda koosolekutel, ühisüritustel jms. Samuti on väga vähe ressursse näituste, esitluste, etenduste korraldamiseks välisriikides;

“Samas miinus on see, et promomaterjalid on nõrgad; et ei osata nagu väärtustada ja teha seda, et tootest jääks selge arusaam; sh nt tootefoto, trükised – see pool ei ole ikka väga arenenud. Samas vaatame messil kõrval teiste asjad – samas ei ole nagu midagi, aga on ilusad pildid, veebilehed on korras jne. See info edastamine on meil hästi nõrk.”

- kolmas oluline punkt on vähene teadlikkus. Ühelt poolt on probleemiks tellijate madal teadlikkus: Eesti ettevõtted ei ole mõistnud, mida disain ja/või professionaalne turundus (reklaam) neile anda võiks; ka avalik sektor tellijana on pigem väga konservatiivne ja lähtub ennekõike hinnast¹⁰⁴;

“Probleem on see, et ei saada aru, et imago loob lisandväärtust ja et firma väärtus läbi selle kasvab. See kõik vajab design management'i. Mitte ainult tootmisfirmades, vaid ka avalikes asutustes – riigiasutustes. Riigiasutused peakski olema eeskujuks, ka riigiteatrid jne.”

- eelneva punktiga seoses tõuseb esile probleem loomemajanduse esindajate vähesest kaasatusest otsustamisse. Just avaliku sektori poolt korraldatud konkurssidel jms võiks olla loomeinimestel kui valdkonna ekspertidel suurem kaal;

“Kui vaadata neid konkursside žüriisid, siis seal on ju ainult 1/3 nn erialainimesi. Linnaametnikud on osati valmis küll uuteks lahendusteks, aga esimese koha võtab ikkagi traditsiooniline nägemus ja teine, kolmas on selline mänglev, mis võiks olla tegelikult palju huvitavam.”

- enamik loomeinimesi on registreerunud ettevõtjatena, samas ei ole oma loomingu müügist äraelamine suuremal osal võimalik ning seetõttu töötatakse erinevates firmades, asutustes ning jagatakse end mitmete erinevate tegevuste vahel. See probleem on eriti aktuaalne kunstnike, muusikute, disainerite, kirjanike jt enamjaolt individuaalsel loovusel põhinevate alade esindajatel. Selleks, et omal alal professionaalselt tegutseda, on vaja võimendajaid, vahendajaid, mänedžere. Ühelt poolt on vaja kokku viia äriinimesed ja loomeinimesed, et sellest kooslusest tekiks edukaid loomemajanduse ettevõtteid, kus rollid oleks jaotatud ning üks isik ei peaks olema „Hunt Kriimsilm“. Teisalt oleks vaja vahendajaid ja mänedžere, kes suudaks erinevate projektide tarbeks indiviide ja mikrofirmasid vahendada ja turustada. Sealjuures eriti terav on küsimus vahendamisest ja turustamisest suunaga Eestist väljapoole. See võimekus mikroettevõtetel eraldiseisvatena puudub.

“Igipõline olukord, kus kunstnik ei jõua olla kõik ühes isikus – luua, müüa, olla mänedžer. Veab neil, kel on keegi kõrval, paljudel juhtudel on see abikaasa, kes ongi selleks mänedžeriks, raamatupidajaks, loovisiku esindajaks. /.../ See mänedžer ei saa olla kuskil eemal seisev inimene – see koostöö peab olema sel juhul väga tihe.”

¹⁰⁴ See probleem on osaliselt Riigihanke seadusega tekitatud.

4.3. Loomemajanduse arendamise tugisüsteemi olemasolevad võimalused: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse meetmete analüüs

Käesolevas alapunktis analüüsitakse riikliku tasandi – Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EASi) – meetmeid, hindamaks nende sobivust loomemajandussektori ja selle allvaldkondade arendamisele ning toetamisele.

Hinnangud loomemajanduse arendamise valikutele ja toetamise suundadele

Meetmete analüüsimiseks uuringu raames tehtud intervjuude käigus EASi ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (MKMi) ja Arengufondi esindajatega uuriti ka nende nägemusi loomemajanduse arendamise valikutest ja olemasolevatest probleemidest.

Loomemajanduse arendamise valikute osas tõstatas teemana **valdkonnapõhiste prioriteetide seadmise küsimus**, mille osas oldi nii pooldaval kui mittepooldaval seisukohal. Ühelt poolt leiti, tsiteerides intervjuueeritut, et vajadus on anda kõikidele valdkondadele võrdsed võimalused:

„Disainile rõhumine on kindlasti prioriteetne. Samas võime võtta Eesti filmi - viimastel aastatel suhteliselt suurt menu saavutanud. Eestlased on leidnud erilisi võtteid filmi järeltöötuses, välismaale (Hollywood, Austraalia) on tööle suundunud meie spetsialistid. Oleme tunnustatud tänu Eesti filmile (sh nukufilm), ehk peaksime just seda valdkonda arendama. Kuid täpselt samamoodi peame andma võrdsed võimalused kõigile allvaldkondadele.“

„Meie probleemiks on see, et me ei suuda fokuseerida valitsuse tasandil. Praegu tehakse otsuseid nii, et programmid toetavadki kõiki natukene. Kuid see ei vii tulemuseni 3 või 5 aastaga. Meil on vaja fokuseeritud programme selleks, et lühema ajaga edu saavutada. Kuna raha on nii vähe, siis praeguste programmide mõju majandusele on väga väike. Praegu anname ainult eri valdkondadele võimalusi elavned. Kui me ei suuda ära otsustada ja valida, mida tahame, siis toetamegi kõike. Peaks valima, kas toetada elustiiliga seotud loomeettevõtteid või kasvule orienteeritud või hoopis ainult teadlikkust tõstma.“ /.../ Paraku peame tegema väga selge valiku, sest raha on olematult vähe. Sellise rahaga ei tee riigid programme. Isegi Soomes algavad programmid sajast miljonist eurost, nt loomemajanduse ja IKT sidumise programm. Kui räägime sajast miljonist kroonist, siis on mõistlik see panustada mingi valdkonna ülesehitamisse.“

Eelnevaga seoses ilmnes intervjuudest vajadus lisaks programmi- ja projektipõhisele loomemajanduse arendamisele tegelda ka loomemajanduse strateegilise arendamisega. See eeldab antud teema viimist kõrgemale – s.o valitsuse tasandile. Tsiteerides:

„EASi tasandilt on loogiline programmiselt loomemajandust toetada, kuid kõrgemalt tasemelt vaadatuna ei moodusta see protsessi. Fokuseeritus tekiks siis, kui oleks kõrgema taseme otsus olemas.“

Loomemajanduse arendamise valikute mõtestamise kaudu tõusid esile ka intervjuueeritute erinevad nägemused **lähenemisest loomemajandusele** tervikuna. Esitatud nägemuste osas rõhutati ühelt poolt loomemajandust kui loomeettevõtlust, kui ühte majandussektorit:

„Loomemajandus on minu arvates üks suur fantoom, mis on paberi peal kokku viidud ja vaadeldud seda kui teineteist toetavate majandusharude ühtsust. Me nimetame seda sektoriks, sest see koosneb omavahel seotud valdkondadest. Minu arust see sõnum, et loomemajandus on midagi erilist, on hästi vale. /.../ Peab ka lahutama loomemajanduse ja loovmajanduse. Aga tegelikult ei oma see nii suurt tähendust – me räägime majandusvaldkonnast.“

Teiselt poolt räägiti loomemajandusele iseloomulikust sisemisest mitmetahulisusest:

„Oluline on selgelt eristada elustiiliga seotud loomemajandust, mis rõhutab meeldivat elukeskkonda. R. Florida uuringud on näidanud, et tömbekeskuse tekkimise eelduseks on avatus, tolerantsuse ja mitmekesisuse võimaldamine. Sellest lähtuvalt võiks öelda, et üks osa loomemajandusest on elustiiliettevõtted. Nt Tallinna vanalinnas asuv Katariina Gild, kellel polegi mingit ambitsiooni kasvada ja neid pole mõtet selleks sundida - neil on oma oluline roll hea elukeskkonna loomisel ja andekate inimeste koondamisel. /.../ Teine osa loomemajandusest on kasvule orienteeritud ettevõtted – kas otseselt või kaudselt (tööstust toetava) ettevõtluse kasvule. /.../ Loomemajandust tuleb kindlasti vaadata osana loovast majandusest. Mitte ainult tehnoloogia ja innovatsioon ei võimalda majandusel kasvada, vaid loovus laiemalt – tolerantsus, avatus, tömbekeskused jne.“

Loomemajanduse arendamisega seotud **probleemide** osas osutasid intervjuude loomesektori madalale ettevõtlusaktiivsusele, loomeinimeste vähestele seostamisele ettevõtlustegevusega. Tsiteerides intervjuueerituid:

„Suurimaks probleemiks ehk see, et loomemajandust nähakse vastasena kultuurile kui tegelikult täiendab seda. Ettevõtlusega tegelemine loob loomeinimestele võimaluse igapäevase tuluallikana tegeleda loomega, nad ei pea sõltuma riiklikest kultuurirahadest, nad ei pea ennast elatama nn argipäevatööst.“

„[Loomer]inimesed, kes elavad tegelikult selles romantilises transgressioonis. Nende ettekujutus loomisprotsessist on hoopis teistsugune. Nad ei seosta loomist ettevõtlusega, äriga, mingisuguse turundusega... See on põhiprobleem.“

Teise probleemina toodi esile turundamisoskuse vähesus. Tsiteerides: „Kõige suurem probleem on selles, et me ei oska turundada, kuigi müüa isegi ehk oskame.“

Kolmanda probleemina saab tõsta väheste teadlikkuse: „selge on see, et ühiskond vajab teadlikkuse tõstmist ... üldsusele tuleks selgitada asju, kuna meedia tekitab väga palju müra. Loomemajandusest ei tuleks enam kui mingist fantoomist rääkida.“

Loomemajanduse **toetamise suundadena** toodi välja mitmeid fookusi. Ühe toetamise fookusena nähti vajadust ettevõtlikkuse toetamiseks. Tsiteerides intervjuueerituid:

„Meetmete põhiorhk loomemajanduse arendamisel on ettevõtlusega alustamisega seotud küsimused.“

Teiselt poolt rõhutati ka loomemajandussektori ja tööstus- ja teenindussektori ettevõtete koostöö tugevdamise suunale, nähes loomemajandust lisandväärtuse andjana teistele sektorile. Sellega seoses viidati ka info- ja kommunikatsioonitehnoloogjavõimaluste senisest suuremale ärakasutamisele. Tsiteerides intervjuueerituid:

„See on omaette küsimus, miks Eesti majandus on 15 aasta jooksul jõudnud sinna, kuhu ta on jõudnud. Kindlasti on väga palju saavutusi, aga samas on ka palju momente, mis vajavad muutmist. Just nimelt Eesti tööstus vajab muutmist, mis on siia saani suurel määral allhangete peale üles ehitatud. Need asutused, kes saavad EASilt praegu ekspordi- või uute tehnoloogiate toetust, hindavad, et neile on suureks võiduks see, et nad ei kasuta disaini ja muid vahendeid turuleminekuks.“

„Oluline on leida see loomemajanduse tõuketegur, mis võimaldaks teistel ettevõtetel kasvada-rahvusvahelistuda või siis loomeettevõtetel endal kasvada.“

„Ühe lähenemisena tundubki siis mõistlik kokku viia Eesti tööstuses olemasolev juhtimisvõimekus (nt vanne tootev Balteco, kus on olemas juhtimisvõimekus ja suutlikkus viia turule ning teiselt poolt disain). Tuleks luua mehhanism, mis võimaldaks pidevalt selliste projektide initsieerimist nagu näiteks BESTNET koostööprojekt Eesti Kunstiakadeemiaga (2008), kus disainitudengid said disainida autotreilereid. Tulebki otsida neid sünergiaid.“

„Loomemajandus võiks nt reklaami ja üritusturunduse (guerilla-turundus ehk action-turundus) kaudu aidata kaasa meie ekspordikasvule. Et meie loomeettevõtted annaksid sellist lisaväärtust teenusele või tootele, mitte ettevõtteid ei käiks lihtsalt välismessidel. Ma usun, et tänu siseturu kiirele kasvule on reklaami osakaal kiiresti kasvanud, siis kui nüüd õnnestub leida uus nišš koostöös Eesti tööstusega, oleks see väga perspektiivne. Innovaatilisus võib panna seda protsessi kuidagi käima. Praegusel moel ei ole klassikalisel moel toimivatel reklaami- ja turundusfirmadel Eesti tööstusettevõtete ees mingit konkurentsieelist välisfirmadega võrreldes.“

Küsimuse osas vajaduse kohta arendada välja loomemajanduse spetsiifilisi toetusmeetmeid, osundati Eesti ettevõtluspoliitika üldistele põhimõtetele, milleks on lähtumine võrdsetest alustest. Loomeettevõtteid on toetatud võrdsetel alustel teiste ettevõtetega ning leitakse, et olemasolevad meetmed on piisavalt laiad mahutama ka loomemajanduse sektorit. Tsiteerides intervjueeritut:

„Siamaani loomemajandust riiklikul tasandil eraldi sektorina pole Eestis arendatud. Nagu igale teisele sektorile on MKMi-EASi meetmed suunatud ka loomemajandusele: loomemajanduse ettevõtteid on võrdsetel alustel saanud osa kõigist ettevõtlus- ja innovatsioonimeetmetest. /.../ „Igasugused meetmed on piisavalt laiad, et ka loomemajanduse sektor neist osa saaks võtta. Nii nagu teiste sektorite puhul, on ka loogiline, et nende tegevused on nende sektorile spetsiifilised. Nii lähtuvad sektorid koolitustel oma sektori spetsiifikast jms.“

Ülevaade EASi meetmetest ja nende kohalduvusest loomemajandussektorile

EASi poolt pakutavaid toetusmeetmeid saab loomemajanduse toetamise seisukohalt jagada kolme gruppi:

- a) spetsiaalselt loomemajanduse arendamiseks väljatöötatud loomemajanduse tugistruktuuride toetus;
- b) olemasolevate EASi toetusprogrammide laiendamine: teadmiste ja oskuste arenguprogrammi raames: loomemajandusalased koolitused ning ettevõtlus- ja innovatsiooniteadlikkuse programmi all: loomemajandusalase teadlikkuse programm;
- c) teised EASi toetusmeetmed.

A. Loomemajanduse tugistruktuuride toetamise meede

Meetme eelarve on 98 miljonit krooni kuni aastani 2013 ja meetme staatus on “avanemas” (mai 2009).

Uue meetme eesmärgiks on ettevõtlusaktiivsuse suurendamine loomemajanduses ja loomeettevõtete rahvusvahelise konkurentsivõime tõstmine soodsa tegutsemiskeskonna loomise ja koostöö arendamise kaudu.

Meetme elluviimise tulemusena peaks:

- kasvama loomeettevõtjate hulk,
- tekkima sünergia läbi loomeettevõtjate ühistegevuse ja ressursside jagamise,
- kasvama loomeettevõtjate käive, sealhulgas ekspordikäive,
- suurenema kõrge lisandväärtusega toodete ja teenuste osakaal loomeettevõtjate käibes¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Allikas: määruse “Loomemajanduse tugistruktuuride toetamise tingimused ja kord” eelnõu. Seisuga aprill 2009 ei ole määrust veel vastu võetud.

Antud meede on suunatud nii loomeinkubaatorite kui arenduskeskuste arendamisele, tsiteerides EASi esindajat:

„Käsitleme kahte mudelit: loomeinkubaatorite mudel ja arenduskeskuste mudel. Oluline on see, et Kultuuriministeerium on juba u. 3 aastat tagasi ettevalmistustöö ära teinud: suhelnud eri tasandil inimestega, sh ettevõtlusinkubaatoritega, eriti Tallinnas, ning loonud tingimused esimese loomeinkubaatori sünniks Tallinna. See on juba loodud, 8 ettevõtjat töötab praegu katsetusetapis, oma ruume küll ei ole, kuid kogu teenustepakett on kättesaadav. Samasugune inkubaator on loodud Tartus, kuid toetuse saamiseks peavad nad näitama oma jätkusuutlikkust, loodetavasti selle aasta lõpuks hakkavad saama toetust. Tallinn ja Tartu just seetõttu, et on olemas loomekõrgkoolid (kunstikallakuga), samamoodi planeerime Viljandisse (kultuurikallakuga) loomeinkubaatorit, et aidata kõrgkoolis õppijatel varajases etapis tulla lähemale ettevõtlusele, et genereerida ideid jne. Oleme väga õnnelikud, et Tartu, Tallinna ja Viljandi inkubaatorite põhimõtted on ära jagatud, need ei ole sarnased, nad ei korda sama mudelit.“

„Arenduskeskustest: viimasel ajal on loomeliitude juurde tekkinud sellised arenduskeskused, kust saavad infot ja tuge valdkonnas tegutsevad ettevõtted. Tõuke keskuste tekkele andis 2000. a. Taani firma Mollerupi poolt tehtud uuring Eesti disaini olukorrast ja potentsiaalidest. Tookord soovitati luua selline keskus, mille olemus oleks just nimelt võrgustamine disainivaldkonnas, toetada keskuse kaudu erinevate õppeprotsesside ja teenustega disainerite teadmisi uutest arengutest maailmas. Ühesõnaga: teadmiste ja oskuste toetamine. Täpselt samasugune keskus loodi eelmisel aastal Arhitektide Liidu baasil (seal on ka kõrgkoolid taga). Tõenäoliselt võib selliseid keskusi veel paari loomeliidu juurde tulla. Arvan, et üsna varsti loovad keskuse meie moedisainerid ja moeloojad, et toetada ettevõtlust ja rahvusvahelistumist.“

Meetme raames on plaanis hakata toetama järgmisi tegevusi:

- investeringud loomeinkubaatorite ja arenduskeskuste tegevuskeskkonna arendamiseks;
- inkubatsiooniteenuste osutamine inkubantidele;
- arenduskeskuste poolt teenuste osutamine loomeettevõtluse toetamiseks ning teistes ettevõtlusvaldkondades loovuse ressursside aktiivsemaks kasutamiseks;
- loomeinkubaatorite ja arenduskeskuste poolt pakutavate teenuste arendamine ja koostöö ning kogemuste vahetamine kohalike ja välismaiste koostööpartneritega;
- loomeinkubaatorite ja arenduskeskuste töötajate kompetentsi ja võimekuse tõstmine¹⁰⁶.

Toetatud inkubaatorite ja arenduskeskuste arvuks on 2009. aastal planeeritud 5, 2010. aastal 5 ja 2011. aastal 7. Loomemajandusinkubaatorites ja arenduskeskustes toetatud ettevõtete arvuks on 2009. aastal planeeritud 10, 2010. aastal 15 ja 2011. aastal 20 ettevõtet¹⁰⁷.

B1. Loomemajandusalane teadlikkuse programm

Programmi eelarve on 18 miljonit krooni kuni aastani 2013 ja EAS alustas programmi tegevustega 2009. aasta aprillis. Programmi raames teostab EAS erinevaid tegevusi väljakuulutatud hangete kaudu.

2008. aasta sügisel korraldati esimene ideekonkurss, mille võitis Pärnu Konverentsid:

„Tegime sügisel ideekonkursi, võitjaks osutus Pärnu Konverentside OÜ, kellel on palju kogemust. Nüüd hakkame ellu viima nende pakutud paketti.“

Programmi eesmärk on ettevõtlusalase teadlikkuse suurendamine tegutsevate ja potentsiaalsete loomeettevõtjate seas ning ettevõtjate teadlikkuse suurendamine loovsektori kaasamisvõimalustest,

¹⁰⁶ Allikas: määruse "Loomemajanduse tugistruktuuride toetamise tingimused ja kord" eelnõu. Seisuga aprill 2009 ei ole määrust veel vastu võetud.

¹⁰⁷ Allikas: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse koondtegevuskava 2009.

soodustades seeläbi loomemajanduse potentsiaali paremat rakendamist ettevõtluses. Tsiteerides intervjueeritut:

„...pigem tuleb suunata sõnumit olulistele sihtrühmadele: alustavad/potentsiaalsed ettevõtjad. Ühesõnaga need noored, kellel ei ole võrdlusvõimalust nõukogude ajaga ja kes suudavad hakkama saada oma loometegevuse kaudu. Me peaksime eelkõige tegelema haridustasemel teadlikkuse suurendamisega, nt gümnaasiumides ja kõrgkoolides ja ka rohkem rahva seas. Selle eesmärgiks on kaks erinevat poolust omavahel lähemale tuua: ettevõtjad ja loomeinimesed.“

Programm on suunatud järgmistele sihtgruppidele:

- potentsiaalsed ja tegutsevad loomeettevõtjad;
- loomeliidud ja esindusorganisatsioonid;
- poliitikakujundajad, ametnikud, kohalike omavalitsuste töötajad, ühiskonna arvamusiidrid ning meedia;
- ettevõtjad, investorid, ettevõtete juhid ja spetsialistid;
- üliõpilased, õppejõud, õpilased ja õpetajad;
- laiem avalikkus.

Teadlikkuse programmi raames tehakse järgmist:

- uuringute, analüüside ja kaardistuste läbiviimine;
- valdkondlike koolitusprogrammide väljatöötamine;
- seminaride, konverentside ja töötubade läbiviimine;
- publikatsioonide ja infomaterjalide koostamine ning levitamine;
- sihtgrupi teavitamine, sh elektroonilise meedia kaudu;
- tele- ja raadiosaadete tootmine ja edastamine;
- meediakampaaniate korraldamine ja loomemajandusalase teabevahetuse edendamine;
- välisekspertide kaasamine ja rahvusvahelistes koostöövõrgustikes osalemine;
- võrgustike, ümarlaudade ja muude koostöövormide algatamine.

Loomemajandust edendavate teadlikkuse tõstmise ürituste arvudeks on plaanitud: 2009. aastal 10, 2010. aastal 20 ja 2011. aastal 30 üritust¹⁰⁸.

B2. Loomemajandusalased koolitused

Teadmiste ja oskuste arenguprogrammi (mille eesmärgiks on tõsta ettevõtete töötajate ja juhtide tööalaste teadmiste ja oskuste taset ettevõtete konkurentsivõime suurendamiseks) raames avati 2009. aasta kevadel eraldi meede loomemajandusalaste koolitustegevuste tarvis. 2009. aastal on loomemajandusalasteks koolitusteks planeeritud 2 miljonit krooni.

Koolitusel osalejate arvudeks on plaanitud: 2009. aastal 100, 2010. aastal 200 ja 2011. aastal 300 ettevõtjat¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Allikas: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse koondtegevuskava 2009.

¹⁰⁹ Allikas: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse koondtegevuskava 2009.

C. Teised EASi toetusmeetmed

Loomeettevõtted ja -ühendused saavad taotleda ka toetusi erinevatest EASi ettevõtluse toetamise programmidest võrdsetel alustel muude taotlejatega. Loomevaldkonna esindajad on saanud nt stardi- ja kasvutoetusi, piirkondlikke toetusi, ekspordi ja turundusega seotud toetusi ning klatri arendamise toetust jt. Selle põhjal võib eeldada, et (põhimõtteliselt) on loomeettevõtetele teatud määral kohaldatavad küllaltki suur hulk EASi programmidest. Tsiteerides intervjueeritut:

„Erinevaid tugimehhanisme ja võimalusi on palju, küsimus on lihtsalt selles, kuidas üks või teine projekt nende alla sobib. Näiteks tehnoloogainvesteeringute projekti ükski loomemajanduse asi ei sobi. Sellegipoolest võib keegi vajada tehnoloogainvesteeringuid. Selliste küsimuste läbivaatamisega tegelemegi praegusel hetkel – võib-olla on õige, kui anda suurematele, nt filmitööstusele tehnoloogainvesteeringute tuge.“

Kuigi EASi ettevõtluse toetused laienevad ka loomeettevõtetele ja -ühendustele, saab esile tuua siiski kahte tüüpi probleeme, mis tekitavad loomeettevõtetele ja -ühendustele taotlemisel barjääre. Ühelt poolt seondub see mikro- ja väikeettevõtete (mida loomeettevõtted valdavalt on) ligipääsu probleemiga nendele toetustele, mis väljendub eelkõige kulupõhises hüvitamissüsteemis (millele osundasid mh ka Loomemajandusteadlikkuse küsitlusele vastanud). Samuti toodi esile taotlemisega seonduvat bürokraatlikkust (vt punkt 4.1.1). Teine probleemide ring seondub asjaoluga, et kasvutoetus ei laiene Tallinnas registreeritud ettevõttele – samas, on aga loomemajanduse ettevõtted peamiselt koondunud Tallinnasse ja selle ümbrusesse (vt punkt 4.2)¹¹⁰.

EASi toetatud projektide avaliku andmebaasi põhjal võib väita, et põhivalikute skaalal subjekt-valdkond-infrastruktuur¹¹¹ on peamiselt toetusi saanud loomemajandust toetava infrastruktuuri loomise või arendamise taotlused ning teatud allvaldkonda laiemalt edendavad projektid. Toetatud projektidest kerkivad allvaldkondadena esile kultuuripärandiga seonduv (käsitöö, muuseumid, rahvuskultuuri talletamine jne), (vähemal määral) on esindatud ka muusika, disaini ja filmi valdkonnad. Teatud juhtudel ei ole toetust saanud konkreetne loomevaldkond üksi, tsiteerides:

„...kui jutt käib tootedisainist, siis reeglina meie poolt toetatud uusi tooteid arendavad projektid sisaldavad ka disaini. Tootedisaini tuuakse harva välja kui projekti selgelt eristatavat osa, aga samas ei ole ka võimalik uue toote arendamisel sellest funktsioonist mööda minna.“

Püüdes anda hinnangut sellele kui paljud taotlusi esitanud loomeettevõtted on toetust saanud, tuleb nentida, et EAS ei erista üksikuid loomeettevõtteid muudest rahastust taotlenud või taotlevatest ettevõtetest. Seega puudub täpne statistika selle kohta, kui palju on loomeettevõtted taotlusi esitanud, mis on taotluste rahastamise osakaal jne. Reeglina on EASi esindaja kinnitusel üldine (ehk kõik taotlejad) taotluste toetamise määr 60% ringis.

Uuringu käigus küsiti ka erinevatelt EASi ekspertidelt kommentaare selle kohta, milliseid põhjusi võib välja tuua loomeettevõtete poolt esitatud taotluste tagasilükkamisel. Tsiteerides vastajaid:

„Ei saa eraldi väita, et on olemas ühesed põhjendused terve loomemajanduse valdkonna taotluste tagasilükkamiseks. Peamiseks põhjenduseks taotluste tagasilükkamisel on see, et ettevõtja ei ole läbi mõelnud äriideed (ei suuda näha äriideed terviklikuna, ei oska planeerida rahavooge, ei suuda näha projektiga seonduvaid riske ja neid maandada jne).“

¹¹⁰ Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2005.

¹¹¹ See tähendab, et toetada kas subjekti: indiviidi või ettevõtet, valdkonda/suunda – s.t läbivaid tegevusi või konkreetselt suundumust ning infrastruktuuri – võrgustike, keskkondade arendamist. Vaata lähemalt uuring Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinn, 2006.

„Loomemajanduse valdkonna puhul võib olla kitsaskohaks see, et starditoetus on mõeldud materiaalse ja immateriaalse põhivara soetamiseks, loomemajanduse valdkonnas võib reaalseks vajaduseks olla rahastuse saamine projekti (kustinäitus, performance, reklaamklipp jne) käibevahendite finantseerimiseks, kuid selline võimalus meie toetusprogrammi puhul puudub.“

„Peamisteks põhjusteks loomemajanduse taotluste tagasilükkamisel on ebaselged eesmärgid, planeeritud tegevuste vähene seos äriplaanis toodud eesmärkidega ning mitterealistlikud finantsprognoosid. Küsimus ei ole toetusmeetmete kohaldamisest loomeettevõtetele sobivaks, vaid pigem tuleb rõhku panna nende ettevõtete juhtide kompetentsi tõstmisele ettevõtte juhtimisel, arendamisel, finantside planeerimisel, müügi ja tootmise edendamisel.“

Loomemajanduse arendamisest ja toetamisest rääkides ning sellest tervikpildi saamiseks on EASi meetmete kõrvale vaja lisada ka **Kultuurkapitali** ja **Kultuuriministeeriumi** poolt antavad **toetused**.

Kultuurkapitali seaduse alusel läheb laekunud aastatulust pärast põhikapitali täiendamist ja kultuuriehitiste sihtotstarbeliselt laekunud summade eraldamist 75% sihtkapitalide käsutusse ning 25% maakondlike ekspertgruppide käsutusse, kultuurivaldkondade vaheliste ja maakonna kultuurivaldkonna projektide finantseerimiseks ning halduskuludeks¹¹². Kultuurkapitalis on kokku 8 sihtkapitali: kirjanduse, kujutava ja rakenduskunsti, arhitektuuri, audiovisuaalse kunsti, helikunsti, näitekunsti, rahvakultuuri ning kehakultuuri ja spordi sihtkapitalid. Jättes siinkohal kõrvale viimase (ehk kehakultuuri ja spordi), tuleb nentida, et sihtkapitalid ei kata kõiki loomemajanduse allvaldkondi. Samuti on oluline märkida, et nii sihtkapitalide, maakondlike ekspertgruppide kui Kultuurkapitali nõukogu poolt pakutavad toetused ja stipendiumid on peamiselt ühekordsed projektipõhised meetmed (mis toetavad mittekommertssuunaga tegevusi). Sarnaselt Kultuurkapitalile ei kata Kultuuriministeeriumi toetused kogu loomemajanduse allvaldkondade mustrit. Samuti ei toetata kommertssuunaga ja kasumitaotlusega tegevusi.

Kokkuvõttes on oluline rõhutada, et vaja on tegelda meetmete süsteemi tervikpildi loomisega – sellega, kuidas erinevate instantside poolt pakutavad toetused vastastikku üksteist toetavad.

Nimetatud tõsiasjale – loomemajandust toetavate institutsioonide omavahelise rollijaotuse ebaselgusele – tegid viiteid ka intervjueeritud eksperdid. Intervjueeritute vastustest saab järeldada, et vaja on selgitada, milliste toetustaotlusega millise instantsi poole on mõtet pöörduda. Tsiteerides intervjueeritut:

„[Kirjandusmuuseum on esitanud EASile taotluse suulise ja kirjaliku rahvakultuuri digiteerimiseks.] ... Aga ma ei usu, et muuseum saab selle toetuse, see on pigem Kultuurkapitali suund. Need firmad, kes soovivad selle valdkonnaga tegeleda, on Eestis juba mitmeid. Kuid nad vajavad seadmeid, koolitust – neid me saaks kindlasti toetada.“

Teiselt poolt jällegi on tarvidus rollijaotuste läbiarutamisele, et ei tekiks loomemajanduse allvaldkondi silmas pidades n.ö katmata alasid. Tsiteerides:

„Meie tegeleme ikkagi ettevõtlusega. Me ei saa toetada arhiive ja muid, sest kasusaaja peab olema ettevõtja. Kui me aitame nt disainereid, siis me ei koolita lihtsalt ühte loomevaldkonna inimest, me ei anna talle lihtsalt toetust.“

¹¹² Allikas: Eesti Kultuurkapitali eelarve 2009.

4.4 Rahvusvaheline praktika

Rahvusvahelise praktika osas keskendutakse alljärgnevalt esmalt loomemajanduse arendamise valikulistele alustele, seejärel erinevatele võimalikele toetusmeetmetele ning kolmanda teemana loomemajanduse arendamise koordineerimise küsimusele.

Loomemajanduse arendamise valikud

Loomemajanduse arendamiseks on väga paljud riigid töötanud välja strateegiaid, arengukavu jm strateegilisi dokumente. Loomemajanduse arendamiseks on välja töötatud eraldi strateegiaid, samas on väga levinud praktikaks ka loomemajanduse arendamise sissekirjutamine erinevatesse valdkondlikesse strateegiatesse: k.a kultuuristrateegia, ettevõtluse arendamise strateegia, innovatsioonistrateegia, inimkapitali arendamise jt strateegiad.

Rahvusvahelise praktika analüüs võimaldab järeldada, et loomemajanduse arendamise valikute kontiinumi ühele poole saab asetada põhimõtte, mille keskmes on teatud eelisarendatava valdkonna või valitud valdkondade väljavalimine. Kontiinumi teisele poole aga valdkonnapõhistest valikutest hoidumine ning nende asemel valitud prioriteetsetele tegevussuundadele keskendumine.

Eelisarendatava(te) valdkonna/valdkondade väljavalimine riigi tasandil väga levinud praktika ei ole. Võib leida üksikuid näiteid, eelkõige väikeriikidest (vt Kastist 1 Islandi filmitööstuse ja Kastist 2 Uus-Meremaa filmitööstuse näidet). Valdkonnapõhise prioriteedi seadmine tähendab vastava valdkonnaga seotud tegevuste ja teenuste kompleksi tervikuna väljaarendamist, kaasates võimalikult palju erinevaid sidusvaldkondi, ja vastava valdkonna sidustamist teiste sektorite arenguga. Paljudel juhtudel on täheldatav ka valdkonnapõhiste prioriteetide ümberkujunemine klasteripõhisteks valikuteks.

Valdkonnakeskne lähenemine tähendab finantseerimises väga selgete fookuste seadmist ja riigipoolsete rahaliste vahendite suunamist sellesse vastavasse valdkonda.

KAST 1

Islandil on kodumaise filmitööstuse arendamine alates 2003. aastast riiklikuks prioriteediks. Filmitööstuse arendamisele lähenetakse komplekselt, s.t pakutakse nõustamist ja teavet, välja on arendatud infrastruktuur ja toetavaid teenuseid. Samaaegselt reklaamitakse ja turundatakse aktiivselt Islandil filmimist ning olemasolevat toodangut – tugevdatakse Islandi filmitööstuse mainet. Alates 2009. aastast kaetakse Islandil tekkinud filmimiskulud 20% ulatuses riigikassast (varem kaeti 14%; ei toetata reklaamiklippe ja muusikavideoid). Taotlused vaatab läbi Tööstusministeerium. Lisaks pakutakse filmimisega kaasnevaid teenuseid ning kvalifitseeritud inimressurssi kohalikest tootmisfirmadest.

Institutsionaalne raamistik tegevusteks on järgmine:

- Islandi filmikeskus (Icelandic Film Centre) rahastab Islandi filme ning hoolitseb Islandi filmikultuuri järjepidevuse eest, kasvatades uusi filmitegijaid ning viies omavahel kokku kohalikud ja välismaa professionaalid filmi ja televisiooni alal. Lisaks propageerib keskus Islandi filme välismaal: peamine fookus on A-kategooria filmide festivalid, samuti Islandi filmide nädalate korraldamine eri maades jne.
- Islandi filmi fond (Icelandic Film Fund), mis rahastab Islandi kultuuriga seotud filmitoodangut ning üksnes Islandi ettevõtteid.
- Islandi filmiagentuur (Film in Iceland Agency) pakub tasuta nõu ja teavet Islandil filmimise kohta.
- Filminõukogu (The Film Board) nõustab kultuuriministrit, kelle haldusalas on Islandi filmikeskus ja riiklik filmiarhiiv (The National Film Archive).

Allikas: Icelandic Film Fund www.icelandicfilmcenter.is; Invest in Iceland Agency <http://www.invest.is/Investment-Opportunities/Creative-Industries-in-Iceland/>; Film in Iceland Agency www.filminice.land.org

Uus-Meremaa pakub kompleksteenust saareriigis filmimiseks. Suur rõhk on pandud järeltötluse ja digitaalse animeerimise teenustele. Filmitööstust toetab kõrgetasemeline infrastruktuur – tiptasemel helilavad ja filmistuudiod koos kõrgsuutlike telekommunikatsiooniteenustega.

Peamine rahastaja on New Zealand Film Commission, mis annab filmitööstusele toetusi, koolitusi ja arengurahastust, rahastab mängufilmide ja lühifilmide tootmist ning tegeleb ka filmitoodangu reklaamiga kodu- ja välismaal. Komisjoni toetused jagunevad järgmiselt:

- 1) lühifilme toetatakse
 - filmi-innovatsiooni fondi (the Screen Innovation Production Fund),
 - lühifilmide fondi (the Short Film Fund),
 - lühifilmide järeltootmise fondi (the Short Film Post-Production Fund) kaudu;
- 2) mängufilmidest eraldatakse rahastust Uus-Meremaale olulistele filmiprojektidele
 - üksikprojektide laenude ja
 - tootjafondide kaudu;
- 3) filmifond, mis toetab suure eelarvega mängufilme olenevalt projektist;
- 4) filmitoodangu ergutusfond;
- 5) järeltoodangu fond;
- 6) suure-eelarvelise filmitoodangu toetuskeem – toetus on alates 2007. aastast 15%;
- 7) festivalide ja auhindade programm tunnustatud isikutele või organisatsioonidele.

Kunstinõukogu Creative New Zealandi ja filmikomisjoni koostöös on loodud Independent Filmmakers Fund, mis investeerib kogunud filmitegijate innovaatilistesse, kõrgekvaliteetsetesse ja mitte-kommertssuunitlusega filmiprojektidesse. Toetusi antakse eksperimentaalfilmide, lühifilmide, mängufilmide, dokumentaalide, tantsufilmide, animatsioonide ja filmiga seotud visuaalse kunsti projektide tootmisele ja järeltootmisele.

Institutsionaalne raamistik

* riiklik investeringuagentuur Investment New Zealand www.investmentnz.govt.nz

* kunstinõukogu Creative New Zealand www.creativenz.govt.nz

* New Zealand Film Commission <http://www.nzfilm.co.nz/>

* Film New Zealand www.filmnz.com

* The Screen Production and Development Association of New Zealand (SPADA), www.spada.co.nz

Prioriteetsetest tegevussuundadest, kesksetest teemadest lähtuvat loomemajanduse arendamist saab pidada levinud praktikaks.

Üldistades erinevate riikide kogemusi, saab läbivate tegevustena, mida erinevad riigid loomemajanduse arendamise tegevussuundade kasutavad, esile tuua järgmised¹¹³:

- **loomemajandusealase teadlikkuse tõstmine** – pidades silmas nii üldsuse, ettevõtjate kui ka loomevaldkondade esindajate teadlikkuse tõstmist;
- **hariduse kui keskse komponendi väärtustamine** – loovuse, loova lähenemise sisseviimine ja juurutamine kõikidel haridustasemetel, samuti loovate alade hariduse kvaliteedi tõstmine;

¹¹³ Läbivate suundade väljatoomisel on tuginetud: uuring „Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks“, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinn, 2005/2006, kättesaadav:

http://www.kul.ee/webeditor/files/loomemajandus/loomemajanduse_uuring_ETI.doc; projekt „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikool, Tallinn 2008, kättesaadav: <http://www.tallinn.ee/est/g2402s39407>

- **info- ja kommunikatsioonitehnoloogia võimaluste sidumine loomemajanduse arendamisega** – uute tehnoloogiliste võimaluste ärakasutamine loomemajanduse allvaldkondade tegevustes ning teisalt nende abil ja kaudu teiste sektoritega koostöö tugevdamine;
- **majanduse, tehnika valdkondade ja loomesektori integreerimine** – mida püütakse saavutada nii nendevaheliste kontaktide tugevdamise, vahendajate „kihi“ tekitamise kui õppeprogrammide vastastiku sidustamisega;
- **loovuse laiapõhjaline sidustamine läbi erinevate sektorite, (teema)valdkondade** – milles tähtsustatakse loovuse arendamist nii indiviidide, erinevate majandussektorite, aga paljudel juhtudel igapäevaelus ja elukeskkonnas tervikuna.

Loomemajanduse arendamine ei toimu üksnes riigi tasandil. Paljude teemade osas tegeldaksegi loomemajandusega just kohalikul tasandil. Kokkuvõttes tähendab see, et loomemajanduse arendamine toimub riigi ja kohaliku tasandi koostööna, paljudel juhtudel saab rääkida ka eraldi regiooni tasandi sisselülitamisest sellesse koostöövõrgustikku.

Loomemajanduse arendamise meetmed

Vaadates erinevate maade praktikaid ja vastavaalaseid strateegilisi dokumente on muster loomemajandust ergutavate ja toetavate meetmete osas kahtlemata väga kirju. Siinkohal on püütud praktikaid üldistada ning eristada teatavaid mehhanismide grupe, mille abil ja toel loovuse ja kultuuri arendamisse panustatakse ja/või sekkutakse.

Alljärgnevalt on kirjeldatud erinevaid võimalikke meetmeid¹¹⁴, kasutades nende eristamisel neljakomponendilist klassifikatsiooni:

- A. Loomeettevõtluse ärivõimekuse suurendamine, nende rahvusvahelistumise toetamine
- B. Loovate keskkondade arendamine, keskkondade atraktiivse(ma)ks muutmine
- C. Finantseerimismudelid loomemajanduse arendamiseks
- D. “Pehme” infrastruktuuri arendamine: kaasamis-, koostöö ja osalemismehhanismide arendamine

Iga meetmegrupi juures on toodud näideteks ka võimalikke näiteid teiste riikide ja linna praktikatest sellist tüüpi meetme rakendamisel.

A. Loomeettevõtluse ärivõimekuse suurendamine, nende rahvusvahelistumise toetamine (vt näiteid Kastist 3)

- ettevõtluse ergutamine, ettevõtlusega alustamise toetamine loomemajandussektoris
- inkubaatorite arendamine: inkubatsiooni-, nõustamis- jm tugiteenuste pakkumine loomeettevõtetele;

¹¹⁴ Meetmete grupeerimisel ja esitamisel on tuginetud muuhulgas järgmistele allikatele: Strategies for Creative Spaces. Phase 1 Report. September 2005; Rutten, P. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective; Image of the City. Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Region. 2006, Nordic Innovation Centre; Braun, E., Lavanga, M. (2007) An international Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries; Partners for Livable Communities (2004) *The Creative City: Power for the New Economy*, Resource Paper, Washington D.C.; ¹¹⁴ Costa, P., Magalhaes, M., Vasconcelos, B., Sugahara, G. (2006) On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach, *Dinâmica Working Paper*, 2006/54, Lisboa: DINÂMICA; Smith, R., Warfield, K. (2006) *The Creative City: a matter of values*, In P. Cooke and L. Lazzeretti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local development*. London: Edward Elgar.

- klastrite, sh loovklastrite tekke soodustamine, nende arendamine
- koolituse, mentorluse arendamisega seonduvad meetmed;
- ettevõtete, turistide "ligimeelitamine"
- messidel, turundusüritustel osalemise toetamine

KAST 3

- Queenslandi Tehnoloogiaülikooli juures Austraalias asub loomeinkubaator **Creative Enterprise Australia**. Ettevõtluse alustamiseks ja ettevõtluse kasvuks pakutakse investeringutoetusi ja mentorlusprogramme, loomemajanduse võrgustumise ja teadmussuure soodustamiseks korraldatakse koolitusi ja muid üritusi. Võtmesektoriteks on uus meedia, disain, film ja televisioon ning muusika.¹¹⁵
- **Creative Industries Innovation Centre** on Austraalia kraadiõppeasutuste liidu poolt loodud ja Sydney Tehnoloogiaülikoolis asuv riiklik keskus, mis nõustab ja toetab loomemajanduse VKEsid. Keskus on üks kuuhest riiklikust innovatsioonikeskusest, mis on loodud riikliku programmi Enterprise Connect algatusel. Teenuseid osutatakse partnerite, riikliku ärinõustajate võrgustiku ja teiste innovatsioonikeskuste kaudu. Keskuse partneriteks on äri- ja tehnoloogiaettevõtted, loomemajanduse liidud ja sihtasutused ning Austraalia suurimad ülikoolid.¹¹⁶
- **InnovationXchange** on mittetulunduslik äriteenuste platvorm, mis vahendab teenuseid erasektorile ja teadussektorile. Keskmes on intellektuaalse omandi kaitse ja haldamine, millealast nõustamist osutatakse kõrgelt kvalifitseeritud teadlaste ja tehnoloogide võrgustiku kaudu. Erimeetmed: Leadership Dinners, Blue Sky Forums ja Visiting International Fellows Program.¹¹⁷
- **Loomeinkubaator Harakka saarel Helsingi lähedal**. Harakka on väike saar Helsingi keskuse lähedal, mida kuni aastani 1988 kasutati sõjaväelistel eesmärkidel. Saarel asuvat peahoonet hakkas kohalik omavalitsus peale 1989. aastat kunstnikele stuudiopindadeks välja rentima. Tänapäevaks seal mitmed erinevad ateljeed nii maalikunstnikele, fotograafidele, metallikunstnikele, kirjanikele, puidumeistritele jt Helsingis elavatele loovisikutele.¹¹⁸
- **Berlin Partner on majandusarengu ja investeringute agentuur**, mis kuulub Berliinile ja Brandenburgi regioonile. Organisatsiooni poolt pakutakse äri alustamiseks paketti, millesse kuuluvad tööruum, eluruum ja transpordi "passid" ning esimesel kolmel kuul alustaja stipendium suuruses 2300 eurot. Organisatsioon tegeleb ka suuremate ettevõtete Berliini meelitamisega. Äritoetused on eelkõige mõeldud uue majanduse sektoritele ning loovtööstustele. Berlin Partner tegutseb koostöös kaubandus- ja tööstuskajaga ettevõtlusprobleemide lahendamisel, korraldab näitusi ja äriväljapanekuid.¹¹⁹
- **Interjööri ja elustiili klaster** (Interiors & Life Style Cluster). Klasteri loomise programm Net Infinity 2005-2008 (koostöö piirkonna 200 tarbekauba-ettevõttega), mis propageeris klasteri sees disaini ärimootorina. Ärivõrgustikud on edendanud ettevõtete vahelist koostööd ning suurendanud müügi käivet. Klasteri sees on kokku saanud disainerid ja tootjad, mille tulemusel on tekkinud uued tooted ka kodu- ja välismaistel näitustel esitlemiseks. Uued disainerid tulevad piirkonna ülikoolidest ja kolledžitest. Eesrindlik on Birminghami Jewellery Quarter.¹²⁰

¹¹⁵ Allikas: www.qut.creativeenterprise.com.au

¹¹⁶ Allikas: www.enterpriseconnect.gov.au/Innovation/Pages/CreativeIndustriesInnovationCentre.aspx

¹¹⁷ Allikas: www.ixc.com.au

¹¹⁸ Case studies' Summaries. Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities., From the work done by the URBACT Culture Network, 2006, kättesaadav: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/UC-EtudesCas-Eng.pdf

¹¹⁹ Allikas: <http://www.berlin-partner.de/>

¹²⁰ Allikas: The Birmingham City Centre Masterplan: The Visioning Study, European Institute for Urban Affairs, 2007., Rutten, P. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/PRutten-E.pdf, Case studies' Summaries. Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities., From the work done by the URBACT Culture Network, 2006, kättesaadav: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/UC-EtudesCas-Eng.pdf

B. Loovate keskkondade arendamine, keskkondade atraktiivse(ma)ks muutmine (vt näiteid Kastist 4)

- kultuuri-, loovkvartalite arendamine;
- pindade pakkumine loovaks tegevuseks ja loovettevõtluseks (sealjuures oluliseks peetakse just pikaajaliste rentimise jms võimaluste olemasolu);
- loomekeskuste loomine, kohtade loomine näituste, sündmuste jms jaoks;
- loomingu nähtavaks tegemine avalikus ruumis, selle sidustamine keskkonna arendamisega;
- ürituste ja sündmuste korraldamise toetamine (nt festivalid, propageerimaks kohalikku kultuuri, identiteeti, kujundamiseks ja elavdamaks atmosfääri);
- infrastruktuuride, sh telekommunikatsioonide, transpordi jm arendamine.

KAST 4

- **De Puddingfabriek** (The Pudding Factory) on Groningeni esimene kultuurivabrik, asutatud 2001. Vabrikus on ettevõtteid ja ühisruumid showdeks, näitusteks, konverentsideks jne. Kord kuus toimub loomeettevõtteid koondav kohtumine. Vabrikus on ka inkubaatoriruum alustavatele ettevõtetele. Inkubaatori sihtrühmaks on noored ülikoolilõpetajad, kes soovivad alustada ettevõtlusega. Inkubaatoris on suur voolavus, kehtib põhimõte *easy-in and easy-out*.¹²¹
- **Bergenis** on vana **konservitehas** kujunenud kultuuri- ja kunstikeskuseks, peale seda kui sardiinitehas 1983. aastal suleti. Samal aastal kolisid ruumidesse esimesed kunstnikud. Laiemale publikule avati territoorium 1993. aastal. Kompleksis asuvad täna kino, mitmed kontserdipaigad, galerii, Bergeni suurim välirestoran jne.¹²²
- **Kaablitehas Helsingis**. Vana kaablitehase näol on tegemist Helsingi ühe tuntuima kohaga, kuhu sealsed loomealade inimesed on koondunud. Kaablitehas on kujunenud väga hästi enesega toimetulevaks kultuurikeskuseks, kus aastas käib üle 200 000 inimese. Kompleksis on 8 galeriid, 3 muuseumi, 2 raadiojaama, televisioon, tantsu- ja kunstiringid, ajalehetoimetused, reklaami- ja filmitööstused, seal teevad proove ligikaudu 70 bändi. Kokku töötab kompleksis ligikaudu 900 inimest.¹²³
- **Broedplaatseni projekt** on Amsterdami linna algatus, mis aitab kaasa Amsterdami kui loovlinna imago teadvustamisele, kunstnike klastrite moodustumisele ja noorte kunstnike toetamisele. Broedplaatsen on büroo, kus töötavad kinnisvaravaldkonda tundvad kultuurispetsialistid, kelle hoole alla annab linn kasutamata hooneid – tehaseid, vanu koolimaju jms. Broedplaatseni spetsialistid otsustavad, mis moel see hoone kunstnike käsutusse antakse, kuidas see renoveeritakse ja kes seda edaspidi haldama hakkab. 2000–2006 renoveeriti Amsterdamis ja lähimbruses 37 kultuurikeskust, loodi üle 650 ateljee, kontori- või elamispinna.¹²⁴

C. Finantseerimismudelid loomemajanduse arendamiseks (vt näiteid Kastist 5)

- eri tüüpi fondide, kapitalide, skeemide, programmide loomine suunitletusega just loomeettevõtluse, -ettevõtjate, loomesektori valdkondade toetamisele;
- kaasfinantseerimismehhanismide arendamine (*public-private-partnership* jt);
- maksusoodustused, -vabastused (nt rakendatakse erinevat käibemaksumäära);
- % kunstile printsipi rakendamine;
- stipendiumid loometegevuseks.

¹²¹ Allikas: www.depudding.nl

¹²² Allikas: <http://www.usf-verftet.no/>

¹²³ Allikad: <http://www.kaapelitehdas.fi/> ja Rutten, P. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/PRutten-E.pdf

¹²⁴ Allikas: <http://bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl/>

KAST 5

- **Austraalia** strateegia “Loov rahvas” (“*Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*”) märgib, et on tarvis **muutusi maksupoliitikas**, et soodustada erasektori investeeringuid kunstivaldkondadesse.¹²⁵
- Dokumendis “Loov London” („*Creative London. Vision and Plan*“) on üheks meetmeks **Seemnekapitali Fondi** (*Enterprise Seed Fund*) loomine.¹²⁶
- **BCN Empren Barcelonas** – 6,5 miljonilise kapitaliga fond, mis on loodud Barcelona linna ja era- ning avalike investeerimisettevõtete võrgustiku poolt. Investeerib loovtööstusharudesse nagu filmitööstus, kirjastamine (50% Barcelona loovmajanduse netokäibest), IKT jne.¹²⁷
- **Berliini investeerimispanka** (Investitionsbank Berlin) **mikrorahastuse programm** (10 000 – 25 000 eurot), riskikapitali fond suure kasvupotentsiaaliga noortele loomeettevõtjatele ning filmitoodangu vaerahastamise toetus.¹²⁸

D. “Pehme” infrastruktuuri arendamine: erinevate valdkondade sidustamine, kaasamis- ja osalemismehhanismide arendamine (vt näiteid Kastist 6)

- koostöö soodustamine loomemajanduse allvaldkondades tegutsejate vahel;
- loovettevõtete ja teiste valdkondade ettevõtete koostöö soodustamine;
- loovuse arendamine hariduses, loovuse toetamine hariduse kaudu;
- loomesektori esindajate kaasamine otsustusprotsessidesse
- erinevat tüüpi võrgustike ja kommunikatsioonikeskkondade arendamine ja soodustamine;
- info- ja kommunikatsioonivõimaluste kasutamine erinevate osapoolte vahelise koostöö ergutamisel, kaasamis- ja osalemismehhanismide arendamisel.

KAST 6

- **Amsterdam Creative Exchange** (ACX) on võrgustik, mis võimaldab kunstnikel, poliitikutel ja äriinimestel suhelda ja võrgustuda. ACX on platvorm plaanide ja projektide esitamiseks, stimuleerides koostööd kultuurivaldkonna ja erasektori vahel. Võrgustiku kaudu diskuteeritakse Amsterdami arenguvõimaluste üle ja mõeldakse välja ideid ning projekte, mis aitaksid kaasa loovlinna ja loovmajanduse arendamisele. Võrgustik töötab peamiselt Internetis, kuid kaks korda aastas korraldatakse suurem üritus, kus arutletakse valitud teemadel.¹²⁹
- „**Värske kunsti**” (*Fresh Arts*) **programm Torontos**. Nimetatud programmi raames palgati noori suveks tööle erinevate loovate projektide juurde. Programmi rahastamine toimus kohaliku tööhõivestrategie raames ja selle eesmärgiks oli pakkuda noortele inimestele võimalusi omandada kunstialaseid ja administratiivseid oskusi, osaledes loovates protsessides seitsmes erinevas loomevaldkonnas. Programmis osalenutest kasvas hiljem välja mitmeid tuntuid artiste.¹³⁰
- Queenslandi loomemajanduse oskuskogu **Creative Industry Skills Council** on iseseisev agentuur, mille eemärk on tagada oskuste arendamine vastavalt loomemajanduse tulevikusuundumustele. Nõukogu vahendab kõrgtasemel kutseharidust ja pakub sellealast nõu, samuti edendab laiaulatusliku võrgustiku kaudu koostööd ettevõtete, valitsuse ja koolituspakkujate vahel osariigi ja kogu riigi tasandil.¹³¹
- **Loomemajanduse nõukoda Berliinis** (*Creative Industries Panel*) (kaubandus-tööstuskoja algatus), mille kaudu luuakse sillad konkreetsete tööstusharude ja võrgustike vahele, et tekitada ühtset identiteeti.¹³²

¹²⁵ Allikas: <http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>

¹²⁶ Allikas: Creative London. London: London Development Agency, Mayor of London, <http://www.creativelondon.org.uk/documents/creativelondon.pdf>.

¹²⁷ Allikas: Strategies for Creative Spaces. Barcelona Case Study, November 2006, London Development Agency.

¹²⁸ Allikas: Creative Industries in Berlin. Development and Potential. Berlin: Senate Department for Economics, Technology and Women's Issues, 2008.

¹²⁹ Allikas: <http://www.acx.nu/>

¹³⁰ Allikas: Strategies for creative spaces: Lessons learned. November 2006, London Development Agency

¹³¹ Allikas: www.cisc.com.au

¹³² Allikas: Creative Industries in Berlin. Development and Potential. Berlin: Senate Department for Economics, Technology and Women's Issues, 2008.

Loomemajanduse arendamise koordineerimine

Rahvusvaheline praktika näitab, et paralleelselt loomemajanduse arendamisega on tekkinud ka küsimus selle arendamise koordineerimisest. Selles osas, millist teed ühed või teised riigid on läinud, leiab erinevaid lahendusi.

Mõnedes riikides on vastavaalase tegevuse koordineerimiseks loodud eraldi teatud koordineerivad ja/või nõuandvad üksused. Tuntuim näide pärineb juba üle 10 aasta tagusest ajast, mil Suurbritannia tollane peaminister Tony Blair pani kokku eri valitsussektorite ja teistest sektoritest kokku loomemajanduse töörühma (*Creative Industries Task Force*), mis tegutses aastatel 1997–2000. Vastavat tegevust jätkas ministrite tasemel töögrupp (*Ministerial Creative Industries Strategy Group*)¹³³.

Sarnaste töögruppide või koordineerivate üksuste loomisest on räägitud paljudes eri riikide loomemajanduse strateegiates. Näiteks Austraalia loomemajanduse arendamist käsitlevas raportis *Creative Industries in South Australia* (2005)¹³⁴ on toodud välja vajadus strateegilise juhi (nõukogu, isik või valdkondlik esindaja) olemasolu järele, mis toimiks kogu loomemajanduse arendamise keskpunktina. Juhtiv organ töötaks teabevahendajana, koostaks uuringuid ja jälgiks kodu- ja välismaised arenguid loomemajanduses, informeeriks rahastusallikate kohta, edendaks koostööd valitsuse, tööstuse ja hariduse-teaduse vahel. (Vt ka Kast 6)

Valitsuse tasandil komisjoni loomise vajadusele on osutatud näiteks Kanada vastavas dokumendis. Kanada parlamendi kultuurikomisjoni raportis Kanada valitsuse rollist Kanada kultuuri arendamisel "Koha olemus – olemise olemus" (*A Sense of Place – A Sense of Being*) pakuti välja järgmine organisatoorse-instituutsionaalse sisuga meede: kultuurimajanduse toetamiseks soovitatakse valitsusel luua kultuuri, rahvusvahelise kaubanduse ja tööstuse ühine komisjon, mille läbi püütakse soodustada nii kodumaist tootmist kui eksporti üheaegselt¹³⁵.

Mitmetel juhtudel on nähtud vajadust ka just valitud valdkonnapõhiste struktuuride loomise järele, mis sagedasti seostuvad vastava klasterarendamise initsiatiividega või mingi võtmeteema/-tegevssuuna arendamisega. Nii näiteks toob Singapuri strateegia (2002 a.) „Disaini Singapur“ (*Design Singapore*) välja vajaduse riikliku disaini nõukogu loomise järele¹³⁶. Jaapani strateegia „Intellektuaalse omandi poliitika raamistik“ (*Intellectual Property Policy Outline*) allstrateegia „Rakendamise strateegia“ (*Exploitation strategy*) viitab jällegi nn intellektuaalse omandi „peakorter“ loomisele, kelle ülesandeks on koostöös ministeeriumidega strateegia elluviimine ja selle täitmise kontrollimine¹³⁷.

¹³³ Allikas: Creative Industries Fact File (2002), available: http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf

¹³⁴ Allikas: Raport *Creative Industries in South Australia* (2005) www.arts.sa.gov.au/site/page.cfm?u=131

¹³⁵ Allikas: A Sense of Place – a Sense of Being. The Evolving Role of the Federal Government Support for Culture in Canada. The Ninth Report of the Standing Committee on Canadian Heritage 1999, <http://www.parl.gc.ca/InfoComDoc/36/1/CHER/Studies/Reports/cherrp09-e.htm>

¹³⁶ Vastava üksuse (*DesignSingapore Council*) lõi Info-, kommunikatsiooni ja Kunstiministeerium 2003. aastal, vt lähemalt: <http://www.designsingapore.org/>.

¹³⁷ Allikas: Intellectual Property Policy Outline. Strategic Council on Intellectual Property 2002. http://www.kantei.go.jp/foreign/policy/titeki/kettei/020703taikou_e.html.

4.5 Ümarlaudade tulemused

4.5.1 I ümarlaua kokkuvõte

4.5.1.1 Ümarlaua teemapüstitus

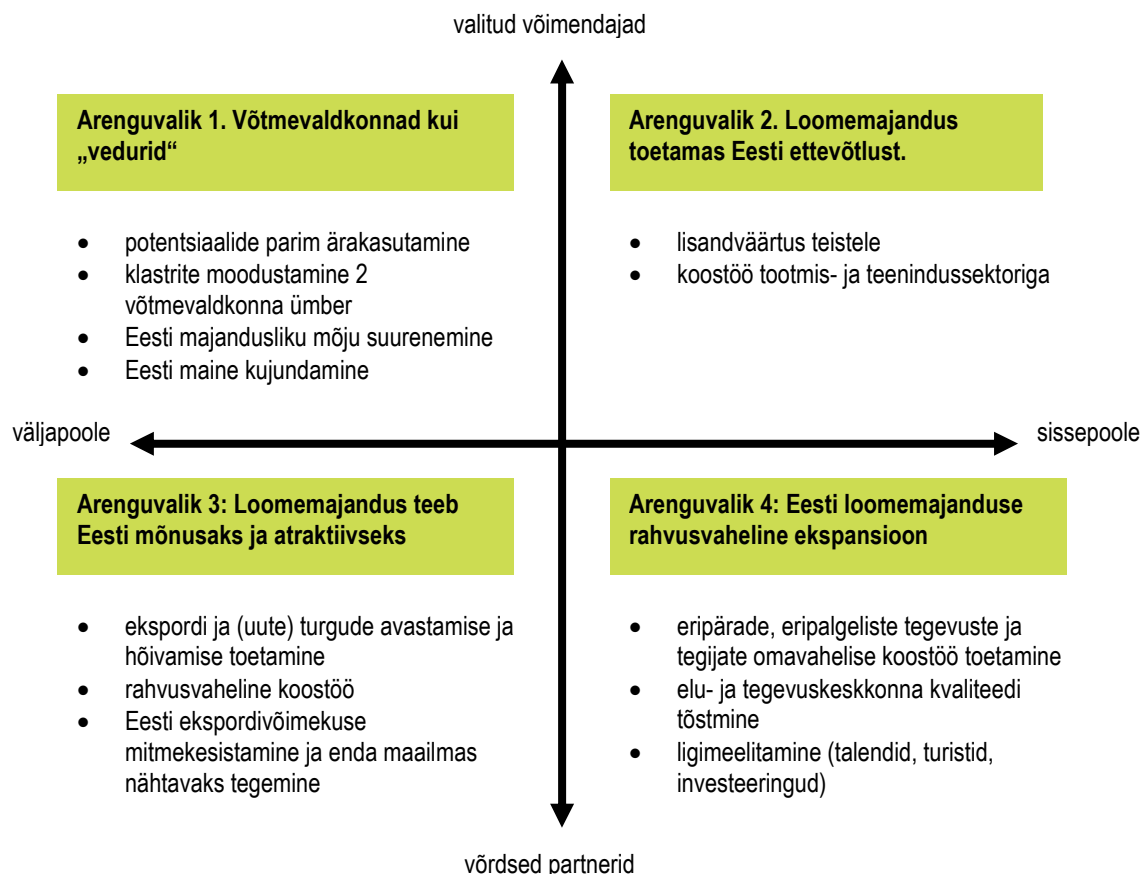
Uuringu ülesandeks oli välja selgitada prioriteetsed allvaldkonnad, sh nende võimekus tõsta Eesti ettevõtete konkurentsivõimet siin ja rahvusvaheliselt. Eelnevate etappide tulemustest selgus, et erinevate valdkondade potentsiaal kaasa haarata teisi valdkondi on mõneti erinev sõltuvalt taotlustest, mida soovitakse saavutada. Erinevad riigid on suhteliselt vähe kasutanud prioriteetsete valdkondade väljavalimist riigi tasandil – pigem järgitakse võrdsuse printsiipi. Selle põhjenduse alusel valiti üheks loomemajanduse arendamist oluliselt mõjutavaks teguriks toetamise põhimõte:

Telg A: võrdsed pretendendid versus võimenduspotentsiaaliga sektorid (ette valitud)

Teine loomemajanduse arendamisele olulist mõju avaldav tegevusvalik tuleb esitatavast taotlusest: kas suunata tegevusi riigisisese atraktiivsuse ja heaolu suurendamisele või on loomemajanduse arendamise roll suurendada eksporti ja parandada riigi rahvusvahelist kuvandit. Eelnevatest uuringuetappidest selgus, et mõlemad eesmärgid on olulised, samuti ei saanud üheselt väita, et erinevatel allvaldkondadel oleks potentsiaali rahvusvaheliseks suunitluseks rohkem kui kohaliku elu elavdamiseks. Sellest tulenevalt sõnastati teiseks teljeks loomemajanduse arendamisest loodetav efekt:

Telg B: valdavalt Eestis versus “maailma vallutamine”

Valitud telgede ristamisel tekkisid neli võimalikku arenguvalikut (vt joonis 11).



Joonis 11. Loomemajanduse arenguvalikud

Allikas: autorite koostatud

Arenguvalik 1. Võtmevaldkonnad kui „vedurid“

Põhiidee: Valitakse välja paar suurema potentsiaaliga loomemajanduse valdkonda. Nendega haakub rida teisi valdkondi (sh teised majandusvaldkonnad). Keskendutakse tugevamate toetamisele, mille läbi kasvab nende valdkondade ja nendega seotud valdkondade võimekus nii Eestis kui rahvusvaheliselt.

Lähtealus / probleem: Suhteliselt piiratud vahendite puhul on tark kontsentreeruda väiksemale arvule tugeva läbilöögivõimega aladele ja eeldada, et nende edu tõmbab kaasa ka teisi sidusalasid – tekivad „klastrid“. Eesti loomemajanduse allvaldkondadest võib erinevate tegurite alusel teistest veidi enam esile tõsta vast kahte valdkonda – muusika ja film. Mõlemal on võime kaasata mitmeid teisi valdkondi, nt kirjandus, reklaam, disain, teater, meedia jt. Mõlemas on nii tuntud ja tunnustatud rahvusvahelise tasemega tegijaid kui rahvusvahelist tunnustust. Kummalegi ei ole otseseks takistuseks keelebarjäärid ja rahvuslikud kultuuriipiirid. Mõlemas valdkonnas on olemas selgeid Eesti omapärasid (eesti helilooming, koorimuusika, animatsioon). Teiste riikide kogemustest on näiteid, kuidas soodustatakse väljavalitud valdkondade ümber tekkivaid klastreid. Sel juhul on algselt kitsamalt baasilt alustatud toetuspoliitikal mõju laiale ringile loomemajanduse valdkondade arengule.

Tunnusjooned:

- kahe tugeva loomemajanduse klatri teke, millest kumbki suudab kaasata teisi loomevaldkondi (osad valdkonnad haakuvad nii muusika kui filmiga (võimalik, et erinevast aspektist; osad ainult ühega neist);
- teised valdkonnad saavad tuge läbi klattritesse kaasatuse;
- olulisteks märksõnadeks on võrgustumine nii riigi siseselt kui rahvusvaheliselt;
- oluline on võimalikult laia majandusliku mõju tekitamine, sh rahvusvahelises konkurentsis.

Arenguvalik 2. Loomemajandus toetamas Eesti ettevõtlust.

Põhiidee: Erinevad loomemajanduse valdkonnad annavad võimaluse luua unikaalseid, eripäraseid, emotsionaalset ja esteetilist elamust pakkuvaid tooteid ja teenuseid paljudes majandusharudes. Loomeinimeste ja –ettevõtete kaasamine teiste Eesti tootmis- ja teenindusettevõtete toodete ja teenuste loomisse, kujundamisse, turundamisse jne võib anda edu korral väga tuntuvat efekti riigi majanduse kui terviku ulatuses.

Lähtealus / probleem: Juba mõnda aega räägitakse, et vaja on tõsta Eesti ettevõtete konkurentsivõimet rahvusvahelises majanduses. Majanduskriisi tingimustes on küsimus veelgi teravdunud. Mastaabiefektiga seda ei saavuta, vaja on innovaatilisi tooteid, teenuseid. Toodetele (sh teenus kui toode) annavad konkurentsivõime eripära, keskkonna säästlikkus, sümbolistlik väärtus, võime tekitada elamust. Kõigis sektorites on järjest olulisem eripäraste ja omanäoliste toodete ja teenuste pakkumine.

Tunnusjooned:

- Toetatakse loomeinimeste, -ettevõtete koostööd teiste tootmis- ja teenindussektoritega
- Toetatakse sektoritevaheliste võrgustike, klattrite moodustumist;
- Suurem rõhk langeb tõenäoliselt disaini, arhitektuuri, meelelahtuselT ja meedia sektoritele, aga ka Eesti pärandile/käsitööle kui eripära tekitajale (nt seoses turismi või rõivatööstusega)
- Toetus loomevaldkondadele tuleb läbi teiste sektorite ettevõtete võimekuse tõstmise (st teised sektorid kui loome ja oskusteabe tellijad, koostööpartnerid)
- Oluline on Eesti ettevõtete lisandväärtuse suurendamine ja rahvusvahelise konkurentsivõime tõstmine, sh ekspordi soodustamine

Arenguvalik 3: Loomemajandus teeb Eesti mõnusaks ja atraktiivseks

Põhiidee: Peatähelepanu lasub kohaliku – Eesti-sisese – keskkonna atraktiivsemaks muutmisel. Loomemajanduslik tugevus põhineb erinevate loome- ja kultuurivaldkondade mitmekesisusel ja selle mitmekesisuse tugevdamisel. Lähtutakse arusaamast, et paiga atraktiivsus toimib kohaliku elu ja ettevõtluse elavdajana ning teisalt (talentide) ligimeelitajana. Väljapoole – maailmas – nähtavaks muutumine saavutatakse läbi Eesti sisekeskkonna atraktiivsuse ja kvaliteedi suurendamise.

Lähtealus / probleem: Keskkonna kujundamine loovaks ja ligitõmbavaks on üks kesketest loomemajanduspoliitika valikutest. Erinevatel loomemajanduse allvaldkondadel on kõigil täita keskkonna (sotsiaalse, ruumilise, visuaalse jne) kujundamisel oma roll. Eesti probleemidena nähakse siinsete elu- ja tegutsemiskeskondade vähest atraktiivsust, tagasihoidlikkust või puudulikkust, samuti vahenduskeskkondade (nt müügipinnad, näituse pinnad, esitluspinnad) vähesust.

Tunnusjooned:

- sektoripõhise eelistuse puudumine;
- loomemajanduse toetamise fookus on elu- ja tegevuskeskkonna ja (tehnoloogilise ja sotsiaalse) infrastruktuuri arendamisel;
- toetamise põhimõte on 'kõigile midagi';
- loomemajanduse arendamine on suunatud (kohalike) eripärade ja eripalgeliste tegevuste ja tegijate toetamisele – rõhuasetus on loomemajanduse keskkondlikul ja sotsiaalsel mõõtmel;
- tähtsaks peetakse talentide ligimeelitamise võimekust ja nende kaasamist (otsustusprotsessidesse);
- loomemajanduse arendamise tihe seostamine turismisektori arendamisega;
- loomemajanduse rolli tugevnemine teenustemajanduse kui terviku võtmes.

Arenguvalik 4: Eesti loomemajanduse rahvusvaheline ekspansioon

Põhiidee: Tähtsustades loomemajandussektori allvaldkondade mitmekesisust, on põhitähelepanu suunatud väljapoole, s.t tegijate rahvusvahelise võimekuse tugevdamisele. Loomemajanduse arendamise võtmeküsimuseks on maailmas kohal- ja nähtavaloleku saavutamine – Eesti ekspordivõimekuse kasvatamine ja mitmekesistamine, mis eeldab tegutsemisniššide leidmist ja kohaliku eripära oskuslikumat ärakasutamist.

Lähtealus / probleem: Paljude Eesti loomemajanduse allvaldkondade jaoks on probleemiks kohaliku turu väiksus ja sellest tulenev vajadus orienteeruda välisurgudele. Ning enamike valdkondade puhul on olemas / võimalik leida ka nišše, milles suudetakse olla rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised, sh on valdkondi, mis on maailma kontekstis unikaalsed. Eripäraseks loetakse paljuski ka siinset õpet, mis on komplekssem, mitmepalgelisem ja kõrget kunstilist esteetilisust enamväärtustav. Probleemina nähakse samas vahendajate jmt tugisüsteemi puudumist, mis aitaks tugevdada rahvusvahelisi sidemeid, muuta end nähtavamaks rahvusvahelisel areenil (messidel, konkurssidel) ning liikuda ka kaugematele turgudele.

Tunnusjooned:

- loomemajanduse arendamise fookuses on panustamine rahvusvahelistumisele (ekspordile, rahvusvahelisele koostööle);
- loomemajanduse arendamine on suunatud niššide leidmisele erinevates loomevaldkondades ja niššitegevuste tugevnemisele (suurendamaks rahvusvahelist läbilöögivõimet);
- sektoripõhiste prioriteetide puudumine;
- kultuurimanager'ide, vahendajate ja esindajate rolli tähtsus;
- märksõnadeks on nii Eesti-sisene koostöö kui rahvusvaheliste sidemete tugevus;
- loomevaldkondade esindajate mobiilsus ja tihe suhtlemine välismaailmaga.

4.5.1.2 Ümarlaua diskussioonigruppide kokkuvõtted

ARENГУVALIK 1: VÖTMEVALDKONNAD KUI „VEDURID“

0 plokk: Mida tahaksin täiendada või muuta selles arenguvalikus

Kahele pakutud vedurile – film ja muusika – pakuti lisaks veel kolmas: tootedisain, rõhuga kasutajasõbralikule tootedisainile. Ajapuudusel jäi aga muusika valdkonna kui veduri ülesanne läbiarutamata. Seega on kirjeldatud ikkagi kahte vedurit, millest film tõmbaks kaasa praktiliselt kõik teised loomemajanduse valdkonnad ja disain mõjutaks tööstus- ja teenindusettevõtete toimimist.

Kaks vedurit: FILM JA TOOTEDISAIN

Mõjude plokk

1. FILM:

Majanduslik mõju (otsene mõju teistele valdkondadele): erinevad loomemajanduse allvaldkonnad on kaasatud filmi tootmisse ja levitamisse (teater, fotokunst, muusika, kirjandus, kirjastamine, moetööstus, reklaam). Ainult 10% maksimum on seotud otseselt filmialaga, ülejäänud ta kaasab teistest loomevaldkondadest.

+ reklaam läbi ajakirjanduse, televisiooni ja raadio

+ transport, toitlustus, majutus + turism (filmi poolt loodud identiteedid paikadele – käib ka sotsiaalse mõju alla)

Haridus-sotsiaalne mõju: filmikeel (sh visuaalsuse mõjukus) ja selle arendamine

2. TOOTEDISAIN:

Majanduslik mõju: teised majandussektorid saavad häid kasutajasõbralikke tooteid/teenuseid müüa

+ Eesti maine (siit tulevad hea disainiga kasutajasõbralikud tooted ehk Hiina sisu Eesti keeles)

Tegevuste plokk

A) Antud arenguvalik tähendab seda, et raha hakatakse andma järgmisteks asjadeks:

1. FILM:

- infrastruktuuri arendamine – koolitus (BFM); stuudiote kompleks sisevõtete tarbeks Kiili vallas;
- eksporditoetus (eksport ja turundus) – Levi SA (ühtne katusorganisatsioon, mis Eestis hetkel puudub, mis tegeleks Eesti filmi levitamisega);
- digiteerimine (seotud natuke infrastruktuuriga) – vaja toetada Eesti ettevõtteid, kes vähegi tegelevad digitaalse salvestamisega, sest kolme filmiga viiakse praegu piiri taha ühe kompleksi raha. Sellega võimalus ka raha teenida, kuna näiteks lätlastel puudub võimalus digiteerimiseks → võiks kuuluda Kiili stuudiote juurde;
- koostöö erinevate loomeliitudega, et nad soodustaks valdkonna koostööd filmiga – motivatsiooni loomine teiste loomevaldkondade inimestele koostöö tegemiseks filmivaldkonnaga. Hetkel paigas ja reguleeritud koostöö näitlejatega – Näitlejate Liit on kehtestanud (miinimum)hinna, mida tuleb näitlejale filmis osalemise eest maksta. Seda saab juba filmi eelarvet tehes arvestada;
- filmi tootmine – käibemaksu skeem Prantsusmaa näitel – kõikide Eestis toodetud ja mittetoodetud filmide Eestis levitamise eest laekuv käibemaks läheb Eestis toodetavate filmide toetuseks;

2. TOOTEDISAIN:

- tootja motiveerimine teadlikkuse tõstmise läbi (sh disaineri palk), ka riigi kaasamine, et disainitoode ei oleks pelgalt eksklusiivtoode;
- luua disainerile praktiline väljund, st luua seos tööstusega (teenindusega);
- toetada ka kohalikke omapära arvestavaid tooteid, mida tasub disainida Eestis;
- eksporditoetused;
- uute ideede toetamine ja võrgustike loomine (kaubanduskoda, Disainerite liit, riik) ning ressursside eraldamine neile;

B) Pakutud rahajagamisest on kasu, kui muudetakse / täiendatakse järgmisi asju:

Tõsta reaametnike teadlikkust teemast. (Poliitikutega pole mõtet jännata ☺. Asjaga tegelevad ikkagi ametnikud.)

Filmiala võiks seadusandluses miskiitki moodi olla reglementeeritud.

Selle arenguvaliku võitjad ja kaotajad

ENIM VÕITVAD VALDKONNAD: Filmi puhul enamik loomevaldkondadest (eeskätt teater, muusika, reklaam, graafiline disain). Tootedisaini puhul eeskätt tööstussektor.

ENIM KAOTAVAD LOOMEVALDKONNAD: Tõenäoliselt arhitektuurivaldkonnale mõju kõige kaugem.

ARENGUVALIK 2: LOOMEMAJANDUS TOETAMAS EESTI ETTEVÕTLUST

0 plokk: Mida tahaksin täiendada või muuta selles arenguvalikus

– „kultuuripärand“ (täpsustatakse ja laiendatakse mõistet 'pärand')

- Praegu võetakse vastu Kultuuripärandi arengukava ja seal ei räägita lihtsalt pärandist vaid kultuuripärandist selle laiemas mõttes. Näiteks ka käsitöö, kultuuripärandiga on seotud ka muud loomevaldkonnad (disain, meelelahutusIT, meedia, arhitektuur).
- Teiste sektorite – avaliku sektori, institutsioonide, organisatsioonide, ettevõtete võimekuse tõstmine. See on liiga kitsalt määratletud, et toetatakse vaid ettevõtteid lisaväärtuse loomiseks. Toetada on vaja ka loometegevuse kvaliteeti. Tellija võimekuse tõstmisest ainult ei piisa. Koostööpartnerid ei ole vaid ettevõtted. Kui näiteks ainult firmad või FIEed, siis võib tekkida olukord, et kusagil koolitusel ei saa osaleda organisatsioon kes on justkui selle sidusvõrgustiku looja ja kellest on enam kasu kui üksikust FIEst.

Iga loomemajanduse ala võib teist toetada. Seega on nende 3-4 ala väljatoomine lahtine. Disain on siin nii-või-naa, küsimus et kuidas teised loomemajanduse alad haakuvad, nt muusika ja arhitektuur. Disaini väljund saab olla ikka ainult läbi ettevõtluse. Mitmetes teistes riikides liiguvad disainerid erinevate rakendusvaldkondade vahel, nt nahakunstnik läheb tekstiilitööstusesse jne. Meil see nagu eriti ei toimi. Tihti ongi loomemajandusvaldkondade piiritlemine tinglik. Näiteks arutati just tulevikurongi ideed, mis peaks inimesi viima maa alla ja pakkuma elamust. See pole vaid transpordivahendi disain, laiemalt ehk atraktsiooni ja elamuse disain.

Tekib küll küsimus, et miks just arhitektuur on siin, aga mitte laiemalt tarbekunst ja käsitöö. Arusaadav, et nendel nimetatud loomemajandusvaldkondadel on suurem kattuvus muude tootmis- ja teenindussektoritega ja seega olulisem mõju Eesti majandusele kui vaid paari nõ veduriga. Just see mõju.

Meeldis määratlus, et loomemajandus kui identiteeti loov ettevõtlus.

Tegevuste plokk:

- **Tootearendus** – kuhu kaasatakse muude loomemajandusalade oskusi. Siia alla lähevad materiaalsed ja mittemateriaalsed tootearendusmeetmed, võime need ju ära loendada. Disainerit ehk ei peaks toetama otse, vaid just läbi ettevõtluse või avaliku sektori. On avaliku sektori tegevused, võrgustikud ja konkreetsed projektid;
- **võrgustiku – looja, tootja, turg – loomine**
Kui on selline kooslus loodud ja näha, et see toimib, siis sellele võiks anda raha. Siin ettevõtte ja looja vahel koostöö turule minemiseks. Ettevõtte võiks saada toetust, et disainerit kasutada ja oma töötajaid koolitada või mingeid seadmeid juurde osta. Kui ettevõtte saab sellest kasu, siis saadakse aru disaini vajadusest. Praegu ongi probleem, et tihti hakatakse ettevõtet käivitama piiratud vahenditega, millega ei saa disainile panustada. Lisaks tuleb koolitada ka tarbijat;
- **avalik ruum + 1% loomele**
Avaliku ruumi kujundamisel ja ehitamisel läheks 1% objekti eelarvest loomemajandusele keskkonna kvaliteedi tõstmise eesmärgil. Majandusministeerium on seda arutanud aga praeguses majandusseisus ehk toppama jäänud. See võib olla helikunsti, pildi vms hankimine;
- **intellektuaalomandi kaitse – registreerimine**
Just loomemajanduse organisatsioonil on raskusi intellektuaalomandi kaitse saamisel, kerge suurtel ettevõtetel. Soomes näiteks toetatakse seda, kui koduperenaine tuleb ideedega ning seda kuni litsentsilepinguteni välja sh disainilahendus ja tootmine;
- **loomeosak** – sarnane toetus on EAS-s innovatsiooniosakuna, millega saab ülikoolidelt osta teenuseid 50 000 eest. Sarnane osak võiks kehtida ka loomemajanduses, mida rakendatakse läbi arenduskeskuste või konkreetsete ettevõtete. Mingis ulatuses firma ei saaks raha, vaid on see vautšer-osak millega organisatsioon või ettevõtte saaks ülikoolilt või teiselt firmalt teenust osta. S.o loomevautšer.
- **uute loomevõrgustike – arenduskeskuste loomine**
Praegu on Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Kultuuriministeerium ja EAS arutanud ning kokku leppinud loomemajandusalaste arenduskeskuste rahastamise kaheks aastaks. See on väga lühiajaline, see mida praegu siin arutame ei jõua veel realiseeruda;
- **loomeettevõtete ühinemine**
Koostöö ja ühise infra arendamise kaudu kasvavad välja ühised ettevõtted, näiteks ka ülikoolide või arenduskeskuste juures;
- **loometeenuse ostmine:** töötatakse välja uued skeemid loometegevuse ja ettevõtete koostöök. Praegu on ettevõtjad tihti väga uhked, et nad pole kasutanud disainerit;
- **riigihangete** juures on lisaks hinnale ka muud kriteeriumid otsuse tegemisel olulised, nt koolimaja ehitamisel või ka vabadussamba juures. Näiteks arvestatakse loomemajanduse kvaliteeti ja osaliselt ka „eelista Eestimaist“. Päril igal pool praegu ka ei võta kõige odavamat pakumist (nt koolitused), samas on see selgelt probleem;
- **litsentsitasu ja intellektuaalomandi registreerimise toetus**
Litsentsitasu, et toetada loomeorganisatsiooni ja ettevõtete vahelist koostööd. Lisaks ka intellektuaalomandi registreerimise toetus, kui toode on suure innovatsioonipotentsiaaliga. Samas

on selline tooteidee jahisaagiks intellektuaalomandi džunglile, tohutu spionaaž, mis toimub. Kas autor või autor-ettevõtte koos registreerivad. Eriti kui taotletakse rahvusvahelist kaitset, siis on see väga kallis. Hõlmab ka näiteks patenti. Disainer ja ettevõtte saavad koos kasuliku mudeli registreerida. Disainer saab registreerida kasuliku mudeli kui ka disainilahenduse. Patenti saab ka registreerida, aga see võib olla väga kulukas ettevõtluses, eriti väiksematele tegijatele. Näiteks soovisid jaapanlased leida siit tootjat Eestis kujundatud villastele kinnastele;

- **tootmistoetus**

Aidatakse realiseerida uuenduslikku ideed, mille ümber pole veel koondunud võrgustikke ja ressursse. Näiteks vajalikku tootmist mõnes teises riigis. Selleks võiks olla olemas mingi prototüüp või disainilahendus;

- **Loomemajanduse turundustoetus (strateegia)**

Disain ja turundus on lähedalt seotud, võiks olla mingi sidusmehhanism siin. Disainifirmad tavaliselt pole loodud selleks, et midagi ise edukalt toota. Idee liigub järgmisesse faasi, kus käivituvad kõik majandusseadused. Disainiidee turundamise suunda pole praegu. Võivad olla messid ja kodulehed. Samas kui näiteks Taist soovitakse tellida ettevõtluse käivitamiseks toorainet või midagi, siis nagu ei toetata, see on seotud laiealt ettevõtlusriskiga. Siin ikka puudub selge side Eesti loomemajandusega.

Turundust vajaks ka see pool, et kui keegi mõtles siin välja laheda topsi ja seda hakati tootma, siis seda oleks vaja laiemalt maailmas tutvustada. Võib olla mitmeid häid tooteid, aga kui need pole nähtaval, siis ei tulegi midagi. Näiteks Tallinna Keraamikatehas ei kulutanud uue tootesarja turunduseks midagi ja nüüd probleemid. EAS praegused ekspordi- ja turundusmeetmed neid päriselt ei kata. Ei pea alati olema messid, hõlmab ka netiturundust ja turundusstrateegiat üldisemalt. Kuidas näiteks inimestele teavitada, et kus on Eesti käsitöö maja, et inimene ei pruugi minna ostma mingit toodet, aga läheb selle valdkonna juurde. Siin jälle tekib küsimus, et kui palju loomemajandus erineb muust ettevõtlusest. Ikkagi on erinev ka. Näiteks on Tallinna disainikaart, mis selle turundustemaga seostub;

- **võrgustike ja uute ühinemismvormide loomise + arenduskeskuste toetus** (vt ka eespool);

- **„Eelista Eestimaist!“ – see põhimõte** võiks olla kuidagi sisse viidud ka avaliku sektori hangetesse, et toetatakse kohalikku disaini ja materjale. Samas kui siin ikka ei leidu oskusi ja tootjat, siis ettevõtte tellib mujalt, ettevõtetele ei saa selliseid piiranguid peale panna. See on seotud osaliselt ka turundusega. Näiteks EAS toob siia välismaalt õpetajaid, kasu loomemajandusele laiemalt;

- **arendustöötajate värbamine.** See praegu toimib, kuid vist ebaõnnestunult

Mõjude plokk

Väärtushoiakute ja avaliku ruumi kvaliteedi muutmine läbi loomemajanduse kaasamise. Näiteks kui oleks kohustus investeerida 1% loomemajandusse (nt kunsti või disaini ostmiseks) avaliku ruumi arendamisel. Selle mõju ei pruugi olla väga suur otseselt tootmis- ja teenindussektoritesse aga laiemalt väärtushinnangute muutmisel. Selles kontekstis on disaini defineerimine keeruline, ehk vajadus rääkida just kunstist. Suvalised lauad on ka disain.

ARENGUVALIK 3: LOOMEMAJANDUS TEEB EESTI MÖNUSAKS JA ATRAKTIIVSEKS

Tegevuste plokk

A) Antud arenguvalik tähendab seda, et raha hakatakse andma järgmisteks asjadeks:

On 2 tasandit: üks on, et on olemas eeldused ideede tekkeks ja teine on see, et on ideed, mida siis suureks teha. Ehk peab olemas olema koht. Saab eristada kahte liiki kohti: suhtlus- ehk kogunemiskohad ja töökeskkond (võivad olla muidugi ka põimunud).

1. Suhtluskeskkonnad ehk kogunemiskohad – avalik ruum (sh regionaalne mõõde):

- läbi avaliku ruumi arendamise oleks kogu keskkonna arendamine. Avaliku ruumi arendamine võiks käia mingi idee järgi: et inimestel on seal mõnus olla. Selliste keskkondade tekitamine;
- meil puudub täiesti kohvikukultuur. Kus nt disainerid kokku saavad: me saame kord aastas Kuldmunal kokku (KUKU klubi ei ole noorte jaoks) ja ülejäänud ajast on inimesed internetis, spontaansus puudub;
- Eestis ei ole piisavalt kokkusaamiskohti, ka muuseumeid, kohvikuid muuseumide juures, kontserdisaale (koos kohvikuga);
- me räägime siin linnakeskkonnast, ilmselt maal on see kooskämiskohdade asi paremal järjel kui Tallinnas;
- nn kaasprodutsendid on kohad ehk keskkond on ise kaasprodutsendiks. Tõmbekohaks võib olla ka nt bussipeatus. Avalikku ruumi on vaja Eestis tervikuna. Selle all mõtlen ma ka parke, tänavaid, väikseid väljakuid, kus istuda. Hea näide korralikust arendusest on Stroomi rand.

2. Töökeskkond – katlad, inkubaatorid:

- meil on vaja katta Eestit suhteliselt ühtlaselt inkubaatorite jms-ga. See on tegevuste plokk, mis peaks raha saama;
- kui ongi inkubaatorid, keskkond loodud, siis igal kunstnikul peaks olema ka majanduslikult võimalik sinna minna. Nt Niine tänava üürihinnad oleksid tulnud täiesti jubedad;
- vedurid tekivad nii või naa, vastavalt sellele kui mingi piirkond end tugevaks teeb. Vedurid tekivad mingitesse keskkondadesse;
- inkubaatori hoone ise ei tõmba, tõmbab see sisu, mis seal on, tema asukoht jpm. See nõuab rahastamist, samuti omavalitsuse tahtmist. Inimesed ei taha jõuetuks joosta selle vastuseisu pärast, mida omavalitsused tihtipeale pakuvad.

3. Produtsendid = võimendajad:

- kui meil on olemas sisutootev kiht, ehk kõik need loomeinimesed, siis seal peaks olema vahenduskiht vahel. Kui küsida mida toetada, siis toetada seda, et tekiks see kiht;
- produtsendid ehk võimendajad, kes keskkonnast kaugemalt, ka teiste keskkondade vahel, ka rahvusvaheliselt suheldes võiks tegijaid vahendada; äriinimene, kes suudab asja võimendada, ellu viija ja suureks teha. Kui panna see ühte inimesse kokku, on tulemuseks see, et kunstnik on sunnitud tegelema kõigea.

4. Väikestele eritoetused:

- kui tuua EASi näide, siis loomeinimestele ettevõtluse alustamise toetused võiks olla natuke soodsamatel tingimustel, et ei oleks samas pajas kõikide teiste äriettevõtetega. Kui võtta näide rohujuure tasandilt: alustav kunstnik loob oma stuudio, ta ei saa vanalinnas võistelda kõigi teiste poodide ja kõigiga, vaid et siis oleksid riigipoolsed meetmed, toetused loomeinimestele äri- ja majandustegevuse alustamiseks.
- Meil on ka nn loomeinkubaatorid, kus rendid on nii kõrged, et alustav kunstnik ei saa seal midagi teha. Nt sepakunst, klaasikunst, keraamika – need vajavad ikka väga suurt investeringut enne kui tal hakkab tulema tooteid. Peab oma raha sisse panema ja keegi ei anna tuge ettevõtluse

alustamiseks. Ilmselt see oleks küll üks meede, mis aitaks. Tarbekunstis, kui sul ei ole tootmisbaasi, ei saa sa üldse alustadagi.

5. Riskikapital mõttearendusteks:

- raha võiks hakata andma riskikapitaliks mõttearenduste jaoks, ehk selle sama tegevuse tarbeks, mida me siin praegu teeme. Et me saaksime mõelda asjade üle. Eestis on mõtteid küll. Mis saab tulevikus meie kodust, seda on vaja genereerida, sellega on vaja tegelikult tegeleda.

B) Pakutud rahajagamisest on kasu, kui muudetakse / täiendatakse järgmisi asju:

1. Seadusandlus: autorikaitse ettevõtjatele, ettevõtetele:

- ettevõtlikkus, ettevõtjaks olemine ei ole igale inimesele omane. Kui vaatame autorikaitse seadust, siis Eestis puudub üks väga oluline ametikoht – produtsent. Autorikaitse seadusse tuleks sisse tuua produtsendi mõiste ja seletada lahti: kes ta on ja millised õigused temale kuuluvad. See aitaks kaasa initsiatiivikatel inimestel astuda kunstniku juurde ja küsida, et kas sa tahad, et ma aitan su loomingus üles;
- manageride puudus on igas valdkonnas;
- õigusi ei jäeta paraku mitte ühtegi. Kui filmiprodutsent teeb filmi ära, siis paraku produtsendile ei jää mitte mingisuguseid õigusi. Tahan öelda seda, et tuleks arendada manageri-produtsendi süsteemi. Andekaid inimesi, kes tahavad loomemajandust arendada, loojaid aidata, neid tuleks toetada;
- äkki nad umbusaldavad seda sama süsteemi, et keegi võiks mind - loomingulist inimest, kunstnikku - paremini müüa kui ma ise. Või äkki ma ei raatsi anda talle seda 10%. Äkki on selles küsimus. Miks Eestis ei ole arenenud see, ma ei saa sellest aru. Me näeme üksikuid, kes oskavad või kuidagi on õnnestunud läbi sõprade või kuidas iganes ennast eksponeerida või müüa. Näeme vaid üksikuid, aga tegelikult võiks neid olla palju;
- tuleks tuua seadusandlusesse sisse see, et kui on idee autor ja selle teostaja, ning need kokku viia, siis idee autoril oleks ka õigused.

2. Järjepidev rahastus:

- vaja oleks loomemajanduse riiklikku investeringute programmi (LM RIP), mis hõlmaks nii laene, ehitisi jne;
- Eesti riigis on 1 aasta eelarve süsteem;
- eelarvetesse on kirjutatud juba sisse, et kohalike autorite tööd tuleb osta 1% ulatuses kogu eelarvest. (See on teiste riikide pealt kopitud.);
- ka KOVd, kes neid keskkondi tegelikult teevad. Ehk kuidas riik saab toetada KOVe selliste keskkondade arendamisel, et tõmbekeskused tekiksid. Üks asi on tagada nii KOVdele kui tegutsejatele mingisugune sünergia. Ehk LM RIP, riiklik loomemajanduse investeringute programm. Ehk ei oleks selline tsüklilisus, mis meid praegu on heidutanud. Peaks olema tagatud järjepidevus keskkondade juures.

3. Toetada arengut, mitte tulemusi (tagajärgi):

- probleem on toetuste saamine. Kui sa tahad tegeleda mingi valdkonnaga, siis sul on vaja nt põletusahju, selleks, et oma kunsti teha, või arvutiprogrammi, siis selleks, et põhimõtteliselt raha saada peab sul olema ka midagi valmis, mida ette näidata, mille alusel seda raha saada. Et see esimene ja tagumine ots on omavahel vahetuses. Et see seadusandlus, mis toetab seda kaitsvat keskkonda võimaldab investeerida asjadesse, mis võib-olla ei õnnestu. Kunstnik iseenesest teab, et ta on andekas, suudab asju ilusti teha, aga senikaua, kui neid olemas ei ole lauapeal näha, keegi ei usu ju tegelikult.

ARENGUVALIK 4: EESTI LOOMEMAJANDUSE RAHVUSVAHELINE EKSPANSIOON

0 plokk: Mida tahaksin täiendada või muuta selles arenguvalikus

- tegelikult ei saa meie määratleda seda, mis on nišitegevus. Maailma kontekstis võib nišitegevus olla hoopis midagi muud;
- mastaapide küsimus: kas ekspansioonist räägime selles mõttes, et peatähelepanu on suurematel ettevõtetel, kellel on see kapatsiteet juba olemas või räägime ka väikeettevõtlusest. Samas väiketegija võib toode *summa summarum* rohkem tagasi tuua.

Tegevuste plokk

Antud arenguvalik näeb riigil ennekõike võimaluste pakkuja, üldise infrastruktuuri looja, rahalise võimenduse tekitaja rolli, kes mitte ei sea ise prioriteete, vaid toetab ja soodustab seda, et prioriteedid ja vajadused kasvaksid välja loomevaldkondade seest ja oleksid sõnastatud loomevaldkondade esindajate endi poolt. Oluline on lähtuda pikaajalistest eesmärkidest ning nende elluviimisel riigi, (loome)ettevõtjate ja loomeisikute usaldusväärsest koostööst. Tugisüsteem toimib põhimõttel, et mingit valdkonda ei tohi välistada ning eeldusel, et eesmärgid ja tegevused pannakse kokku tihedas koostöös valdkonna tegijatega. (Vt ka joonist Lisast 18.)

A) Antud arenguvalik tähendab seda, et raha hakatakse andma järgmisteks asjadeks:

1. **(rahastamis- ja nõustamis)tugistruktuuri loomine** – tsentraalne loomemajanduse ekspordiagentuur (-fond), mis koosneks valdkonnapõhistest ekspordiagentuuridest ja mis suudaks ühendada endas nii kultuuri-, majandus- kui välisministeeriumi funktsioone. Tegevus aluspõhimõtteks on: partnerlus / kaasamine, usaldus, pikaajalise plaani olemasolu. See ekspordiagentuur toimib 3 osapoole (riik, loojad, ärisektor) partnerlusel, kus:
 - eraettevõtjate initsiatiivil on võtmetähtis roll – nende toel pannakse vastav valdkonnapõhine ekspordiagentuur ka kokku (k.a rahastamine on jagatud eraettevõtjatega). Ettevõtjate ülesandeks on kanda hoolt, et toetused oleksid üles ehitatud selliselt, et valdkonna ettevõtjad saaks nendest kasu;
 - valdkonna tegijad peavad suutma ühineda ja sõnastavad oma vajadused;
 - riik on partneriks. Riiklikul tasandil ei saa kunagi paika panna, et meie prioriteedid on need või teised valdkonnad. Süsteem ei tööta, kui riik annab kätte mingi plaani, et tehke nii. Riik peab andma võimaluse ja peab minema nende tegijate juurde ja rääkima nendega. Vastasel juhul jõutakse elukauge süsteemini, mis on olemas teoorias, aga millega tegijatel kokkupuude puudub. Oluline on ka riigipoolne valdkonna tegijate usaldus ja riigi valmisolek rakendada tegijate väljamõeldud plaani. Riik on ainult vahendi pakkuja, struktuuri üleval hoidja, aga mitte initsiaator.
2. **Investeerida tuleb pikaajalisse plaani – vähemalt 10 aastat:**
 - selleks, et oleks mõtet raha üldse kunagi investeerida, peab igal valdkonnal olema oma mingi oma läbimõeldud plaan, mis peab kujunema läbi tiheda koostöö valdkondade esindajatega. Seega: lihtsalt raha anda ei olegi mõtet. Eksport on eriti selline valdkond, kus me ei räägi toetamisest, vaid investeerimisest;
 - eksport on ka selline „asi“, kus sa annad raha pikaajalisele strateegiale, mitte valmis projektile. Kulka on selline tagurpidi motivatsiooniga tegelane. Sul peab projekt olema valmis kirjutatud – see on valmisoleva projekti premeerimine. Aga eksport on selline, mis on niivõrd pika vinnaga, et pead sinna taha looma poliitika. Et see asi peab töötama sel moel mingi 10 a, siis on näha, kas oli kasu.

3. Kasutajasõbraliku info jagamise süsteemi loomine ja professionaalse nõustamistegevuse tagamine:

- jagatav informatsioon erinevatest toetusvõimalustest peab olema hästi loetav. Praegu kulub liiga palju aega sellele, et mingit infot otsida, seda sünteesida ja see kokku panna. Info peab olema juba kuhugi koondatud – et meil on vot sellised ja sellised meetmed (hetkel EASi poolt jagatav info seda ei ole);
- oluline on nende inimeste olemasolu ja „nähtavus“, kes tegelevad reaalse projekti nõustamisega (et on olemas inimesed, kel on selleks teadmised ja kogemused olemas ning et oleks teada, kelle poole oma probleemiga pöörduda).

4. Raha suunamine järgmistele tegevussuundadele, tegevustele:

- 2-komponendilise toetussüsteemi ülesehitamine: a) mingi struktuuri, agentuuri, *label*'i toetamine jne (nn löögirusikas) – need on suured summad, mis eeldavadki seda, et minnakse klastrina, et on mingi 10 tüüpi, kes lähevad suure strateegiaga (lähevad kõik *label*'id või siis mingi üks ülene agent vms); b) mingitele konkreetsetele tegijatele või ettevõtjatele, kel on mingid väga konkreetset projektid;
- toetusskeemid neile (tugi plaadifirmadele, filmitootmisfirmadele, erinevatele levifirmadele), kes aitaksid viia toodet tarbijateni (vastavad üritused, välismessid jms);
- toetada kokkupuutemomenti: kas a) viime eesti talendi välja ja näitame teda seal või b) toome välisprofessionaalid siia (nt Tallinn Music Week'i üritus);
- lähtuda toetamisel protsessist kui tervikust: esimese kontakti loomine on esimene staadium. Kui esimene positiivne kontakt on loodud peab algama edasi suur (tootearendus)töö. Kui see etapp on läbi, siis saab alles öelda, et kas tegemist oli hea asjaga või mitte. Olulist rolli mängib siin valdkonna professionaalsus: tegija vahendaja, esindaja peab olema suuteline rahvusvahelisel tasemel „vajalikus“ keeles kõnelema jne;
- üheks kasutamata (vähe kasutatud) võimaluseks on Eesti riigi välisesinduste kui vahendajate ärakasutamine (Soome kui toimiv näide);
- toetussüsteem vahendajate, *manager*'ide tegevuse toetamiseks: sh nii siinsete tegijate (täiend)koolitamine kui ka välistegijate sissetoomine;
- riigipoolne Eesti tööstuse võimendamine (mis eriti aktualiseerub nt disaini valdkonna puhul), mis võimaldaks tekitada mahtu ka siseturul. Väiksemat sorti ettevõtjad ei jõua välisurule minna. Ka Soome nt toetab rahvuslikku tootmist, et see oleks konkurentsivõimeline. Üheks võimaluseks nt on disaineri palga kinnimaksimine ettevõttele.
- toetus riigipoolse osaluse läbi (nt ühissetevõtte) suurprojektide puhul, kus ilma riigipoolsete investeeringuteta ettevõtjad üksi *start up*'i ei suuda teha (Soome näide filmivaldkonnast, kus riigi osalusega ja koostöös valdkonna ettevõtjatega pandi püsti vajalik infrastruktuur. Protsendid jagati ära, 5 a pärast tehti aktsiaemissioon ja riik müüs osaluse ära).

5. Väärtusvaba toetussüsteemi ülesehitamine + välisekspertiisi kaasamine:

- kõige ohtlikum rada ongi see, et see organisatsioon hakkaks andma hinnanguid, et mis on nende arvates uuenduslik, lahe, innovaatiline vms. Arusaam sellest, mis on uuenduslik jne, saab ainult selle loomevaldkonna seest välja kasvada. Hinnanguid annavad selle valdkonna sees olevad tegijad/ettevõtjad (mis eeldab, et iga valdkonna tegijad peavad organiseeruma ja oma valdkonnasiseselt panema kokku plaani);
- hästi ohtlik tee on see, kui me omakeskis otsustame ära, et mis on meie arvates nišitoode ja mis on meie arvates see edukas toode. Senine kogemus on näidanud pigem seda, et see, mis meil siin siseturul edukalt toimib, ei pruugi absoluutselt olla see, mis on sobilik ekspordiks¹³⁸. Sageli oleme me kultuuriruumis mõisted täiesti sassi ajanud, kui räägime *mainstream*'ist ja

¹³⁸ Nt: Tallinn Music Week'i raames saadi ka täiesti mitteootuspärast tagasisidet – et kas tõesti see sai sellist tähelepanu?

alternatiivist. Adekvaatse hinnangu andmiseks peab olema võimalus võrrelda teistega ja paigutada konteksti¹³⁹.

6. Võrdsete võimaluste põhine toetussüsteem:

- kui me räägime ekspordi arendamisest, siis räägime pigem kõikide jaoks võrdsete võimaluste loomisest. Välisurg on see, kes teeb valiku. Kui me ise omakeskis tahame õudselt ära otsustada, et mida me toetame ja kellele võimalusi anname, siis võime tegelikult mööda panna. Ja mitte anda võimalusi neile, kelle vastu mujal tegelikult huvi oleks. Räägime tegelikult sellest, et me loome platvormi ja see on praktiliselt juhus, kes pärast kuskilt nopib kellegi üles või kelle vastu tekib huvi. Võime ise ära tappa eeldused, millel on tegelikult potentsiaali. Edu ei pruugi tulla üldse mingist *mainstream* tootest, vaid hoopis mingist niši veiderdusest;
- samuti on iga valdkond ise pidevas kasvamises. Ja seega saab luua eeldusi, et mingist 100st näitest kuskilt tekib see, mis välismaal läbi lööb – see nn Nokia. Me ise ei saa seda ära otsustada, et see on see Nokia ja selle me viime välja.

B) Pakutud rahajagamisest on kasu, kui muudetakse / täiendatakse järgmisi asju:

1. **teadlikkuse tõstmine:** laiapõhjaline teadlikkuse tõstmine, et mis asi see loomemajandus on. Hetkel on paljude jaoks see meta termin ja selge pole ka see, et kes ja kus sellega täpselt tegeleb;
2. **loomevaldkondade sisene organiseerumine ja vajaduste kaardistamine:**
 - täna on paljudel juhtudel probleemiks sageli valdkonnasisene nõrkus – valdkonnas endas ei ole organiseerumist, liidrit, liiderorganisatsiooni (milleta ei ole kasu ka tsentraalsest tugiorganisatsioonist). Investeeritud raha läheb tühja, kui iga lüli sellest süsteemist ei saa aru, mida on vaja ja miks nad teevad. Siseturu mõttes peaks iga lüli aru saama, mis talle vaja on ja mis kasu süsteem talle toob. Kokkuvõttes: eksport saab realselt toimima hakata siis, kui meil on ka siseturu mõttes selle valdkonna infrastruktuur loodud – et meil on mingid *label*'id, on mingid *management*'id, mingid agentuurid;
 - loomevaldkondade tegijad ja ettevõtjad peaksid valdkonnasiseselt kaardistama ära oma vajadused ja tegema valdkonnasisesed kokkulepped, defineerides, et meie need on need meie kõige karjuvamad probleemid – et kohad, kus meid saab aidata ja selle ühtse sõnumina riigile edastama. Domineerivaks peaks saama selline mõtteviis, et kui on üks edulugu, siis sellest saab kasu kogu valdkond;
 - panema paika prioriteetide listi ühest viieni: Ja see peab olema 10 aasta kaupa – pikaajaline. Eksport ei ole lühemaajalise efektiga;
 - kokkuvõttes panustama neile tegijatele, kes on võimelised kokku leppima.
3. **ettevõtjate ja loomeisikute koostöö.** Meil on ühiskonnas üks probleem: me oleme tahtnud eristada, ühelt poolt kultuur: kunstnike ja loojaid ja teiselt poolt ärilisi struktuure. Ja tihtipeale need ei taha koostööd teha. Kui me aga räägime ekspordist, siis on ainuvõimalik see, et need on ka äriliselt struktureeritud.
4. **toetava haridussüsteemi loomine:**
 - ühelt poolt *management*'i, vahendajate koolitamine. Soome näide: kui muusika ekspordi *office* loodi, siis loodi ka *music management*'i õppetool, mis igal aastal toodab sellesse valdkonda professionaale juurde;
 - hariduse ja ettevõtluse sidestamine: igaaastane lõpetajate suunamine vastava ettevõtluse sisesesse praktikasse (riik maksab kinni nende kuupalga). Ettevõtte saab tasuta tööjõudu üheks

¹³⁹ Nt Tallinn Music Week'iga seoses oli üks ajakirjanik märkinud, et kõik olid seal alternatiivsed tegijad – n.ö nišibändid. Aga kui vaadata maailmakontekstis, siis seal ongi see hea pop muusika, mitte alternatiivmuusika.

aastaks. Suunata koolilõpetajad mingisse produktsioonifirmasse – seal ta loob juba kontakte jne.

5. **poliitiline avatus ja läbipaistvus**, sh toetussüsteemi läbipaistvus: see ei peaks olema saladus, miks kedagi sellise summaga toetati; EASi meetmete regulatsioon võimaldab seda, et toetuse andjad ei ole kohustatud oma otsuseid kommenteerima. See tekitab olukorra, kus ei ole võimalik eduloost õppida.

Mõjude plokk

Majanduslik mõju: peamine majanduslik mõju seisneb siseturu tekitamises. Eesti publik teeb paljuski valikuid selle põhjal, mis välismaal on kõlapinda leidnud. Seega avaldub ekspordi toetamise peamine majanduslik mõju siseturu arendamises.

Muud positiivsed mõjud:

- ekspordi arendamine tähendab ka huvi tekitamist Eesti vastu laiemalt ja ka mõju Eesti riigile on laiem. Tallinn Music Week'i näide näitas, et siiatulijate arvates on Tallinn lahe linn, kuhu taheti tagasi tulla, peredega aega veeta siin jne. Seega, kasu mingi valdkonna ekspordi arendamisest väljub selle valdkonna piiridest – on palju laiem;
- tõuseb loomevaldkondade tegijate endi motivatsioon: senine praktika on näidanud, et mitmetel juhtudel tekib tegijatel motivatsioon siis, kui neil paistab mingi välismaale mineku võimalus. Võimaldab ennast kriitiliselt vaadata jne;
- tegutsemise mitmekesisustumine (välisturg pakub erinevaid nišše).

Selle arenguvaliku võitjad ja kaotajad

- kaotajaid ei ole – potentsiaal on kõigil. Samas peab riik arvestama sellega, et võib-olla ei tulegi mingit edulugu. Aga sellepärast ei saa seda tegemata jätta. See on täiesti juhuslikkuse printsiip. See, et see mingi konkreetne tegija ja mingi kontakt saaksid kokku¹⁴⁰. See on suur töö ja suur õnn. Igas valdkonnas on kedagi, kellest võiks keegi n.ö tulla. Igal edunäitel maailmas on nii erinev põhjus, et mingit mudelit luua ja öelda, et nii teemegi, ei saagi. Iga lugu on nii erinev. Seega ei tohiks välja valida mingeid vedureid; ja üldse ei tohigi suhtuda selliselt, et mingi valdkond on kaotaja!
- sealjuures siiski on raskusi valdkondadel, kes: a) ei suuda organiseeruda; b) kelle vastu väljastpoolt Eestit ei huvituta; siiski viimane on pigem huvi tekitamise ja õige turu leidmise küsimus, mis taandub paljuski müügiprotsessile: suhtele 20:80, milles 80% on see, kuidas sa müüd ja 20% on, mida sa müüd.

¹⁴⁰ Nt Kimmo Pohjonen kodus võib olla mingi hull friik, aga samas võid leida talle suurt kõlapinda maailmas, leides üles sobiva sihtgrupi.

KOKKUVÕTE: lõpudiskussioon ja arenguvalikute ühised jooned

Lõpudiskussioon: teemad, tegevused, mis oleksid olulised kõigi nelja arenguvaliku jaoks.

Valdkonnasisene initsiatiiv: initsiatiiv saab tulla tegijatel endilt. Ja ka lahendused saavad tulla valdkonna tegijatelt. Ei saa oodata ja loota seda, et riigi tasandilt tuleks mingi suur *masterplan*.

Võimendaja, kaasfinantseerimise vajadus:

- üks asi on võimendajad – kõik nagu vajaksid seda. Riik peaks toetama projekte läbi (loomeettevõtete) kaasfinantseerimise. Seal hakkavad peale kõik võrgustikud, suhtlemine välismaailmaga. See väljend „kaasfinantseerimine” on olemuselt sarnane tootmistoetusega;
- kaasfinantseerimise mahud – jättes isegi majanduslanguse kõrvale – aga pidades silmas Eesti jõukuse taset, siis see kaasfinantseerimise mehhanism saab olla meil küll rakendatav, kuid ei saa olla rakendatud väga laialt. Peab selekteeruma mingil põhimõttel: et mis on need asjad, mille puhul seda kasutatakse. Ja kus oleks sellel mõtet. Kui võtame väga laialt, siis saab igaüks 10 senti ja asi ei tööta.

Valdkondadele võrdsete võimaluste loomine Eesti siseselt:

- ei tasuks üldse peatuda hinnangulistel mõistritel, et mis on *mainstream* ja mis on alternatiiv – kui räägime ekspordist, siis see peab olema võrdsete võimaluste struktuur kõikidele valdkondadele. Meie ei anna hinnanguid, mis on alternatiiv jne – see tuleb väljastpoolt. Siseturu mõttes ei ole üldse mõtet arutada, et mis on ekspordipotentsiaaliga või mis ei ole. Räägime süsteemist, mis loob võimalused kõikidele valdkondadele;
- siin on analoogia tegelikult kogu Eesti majanduspoliitikaga, mida seni on aetud: see peab olema avatud, kõik peavad pääsema ligi – aga loomemajandusel teatud põhjustel on mõnikord raske ligi pääseda. Praegu on selgelt tugevnemas ka teine tendents – rasketel aegadel peame panustama läbilöögisuundadele, muidu rasketest aegadest välja ei tule. Kui vaatame teisi riike, siis seda on tehtud. Need mõlemad loogikad on võimalikud, mõlemal on omad plussid ja miinused.

Rahvusvahelise suhtlemise, rahvusvaheliste võrgustike tugevdamine:

- vahetevahel tundub, et me, loomeinimesed, istume siin Eesti liivakastis Euroopa äärel ja arvame, et oskame kõike teha ja tahamegi kõike üksinda teha. Mina panustaksin ja soovitaksin ka teistel panustada Euroopa peale või ka Venemaa peale. Et tuleks rohkem suhelda, otsida üles kõiksugu liitudes olevad koostöövõimalused ja -projektid. Ja seda rahastamist pooldaksin;
- rahvusvahelisi projekte saab tulla ainult läbi arenduskeskuste, sest seal on selline personal, kes suudab selliseid projekte hallata. Partnerolemise summad on sageli väga suured, mis takistavad üksiktegijatel osalemast;
- üks prioriteetidest võiks olla, et inimesed suhtleksid, kirjutaksid projekte, otsiksid partnereid jne.

Valdkonnasisese koostöö tugevdamine, sisemise organiseerituse olulisus:

- mujal maailmas ekspordi vallas on valdkonnad väga hästi organiseerunud. Ja üks ka välispartner tahab rohkem suhelda, kui on üks hääl, kellega suhelda. Oluline oleks, et meil on muusika ekspordi *office*, disaini ekspordi *office* jne. Tuleks alustada sellest, et toetada valdkonnasiseste ekspordioffice'ite loomist. Iga valdkond teab ise, mis on nende jaoks kõige aktuaalsem, mis on kõige teravam probleem. Ja iga ekspordioffice peab oma tegijaid hoidma kogu aeg kursis maailmas saadaolevatest rahastustest, projektidest, konverentsidest, festivalidest jne. Tema ülesanne ongi teha tööd oma valdkonna tegijatega ja neid infoga ja võimalustega kursis hoida;
- Euroopa tasandil on need *office*'id loodud eraettevõtjate initsiatiivil, riiklikud struktuurid tulevad ettevõtjatele sel juhul partneriks. Ettevõtjad peavad organiseeruma ja riik peab usaldama nende organiseerunute valikuid ja otsuseid;

- see ongi see, et tuleb kaasata valdkonnasisesed initsiatiivgrupid. Ei julgeks kunagi väita, et on mingi valdkond Eestis, kus ei oleks ühtegi talenti või ei ole potentsiaali. See ongi see valdkondade sisene organiseerumine, mis mängib siin võtmetähtsat rolli. Kui seda ei ole ja minna „niisama“ välismessidele, siis see on maha visatud raha: kui puudub valdkonnasisene plaan, kuidas end eksponeerida, kuidas kohapeal suhelda, kuidas teha järelsuhtlust jms. Siiani pole seda süsteemselt korraldatud. Seni on aktiivsemad läinud ja saanud need toetused ja läinud messile ja justkui esindanud valdkonnasiseselt seal Eestit. Et selline ongi Eesti muusika, Eesti disain. See ei ole adekvaatne pilt.

Keskonna loomine ja Eesti-sisese tegevuse tähtsus (hüppelaud rahvusvaheliselt võimeka eduloo tekkeks):

- toodeteni jõudmise eelduseks ongi see, et keegi on teinud väga palju vigu enne. Et väga palju on õppitud asjadest, milles on ebaõnnestunud;
- oluline on see, et luuakse Eesti-siseselt neid keskkondi jms. Enne kui see tingimus on täitmata, ei ole võimalik vedureid saavutada. Leian, et täielik ekspansioon on nonsens – ei ole seda ressursi, k.a inimressursi. Üks asi on see, et on olemas omakultuur ja siis on see väljapoole teema;
- töö peab käima aastaringelt. Ja selle töö käigus selgitatakse välja tugevused, nõrkused. Loomulikult pole mõtet panna *showcase*'ile esinema bändi, mis pole ühtegi plaati välja andnud ja kes on pool aastat proovi teinud. Loomulikult tuleb oma valdkonna sisesele olla kriitiline;
- ekspordi juures on veel äärmiselt oluline moment see valdkonna sisene professionaalsus – mida eksporditakse. Ei ole mõtet minna ekspordimeessile asjaga, mis on ise vilets. See eelnev ekspertiis on väga oluline. See tähendab, et ei saa toetada üksnes ekspordi kui sellist, vaid peab toetama ka tootearendust.

Turundamise kanalid: siin on järgmine küsimus – mis on need kanalid, kuidas turundust teha. Ja mis on sealjuures need alternatiivsed kanalid. Kunagi ei tohi nt teha seda viga ja öelda, et Eestis ongi ainult 3 täispikka filmi aastas, sel juhul pead sa silmas ju ainult mängufilme. See ei tähenda veel kõiki filme. Ning samuti on põhimõtteliselt võimalik, et mingil filmil või bändil on olemas oma toetajaskond mingis teises kanalis, mida meie ei tea.

Arenguvalikute ühised jooned

Häälte („mummude“) jagamise tulemus:

- enim „mumme“ said sissepoole suunatud arenguvalikud, s.t arenguvalikud 2 – Loomemajandus toetamas Eesti ettevõtlust ja 3 – Loomemajandus teeb Eesti mõnusaks ja atraktiivseks;
- sellest omakorda tuleneb, et väljapoole mineku eelduseks ja aluseks on Eesti-sisene töö: valdkondade sisemine organiseerumine, tegijate kokkulepped, valdkonna arendamine, vajaduste kaardistamine ja prioriteetide seadmine jpt.

Tegevussuunad, mille olulisust rõhutati rohkemal-vähemal määral kõigi arenguvalikute puhul:

- valdkonnasisene organiseerumine, initsiatiivi olemasolu ja valdkonnasisene areng: oluline on valdkonnasisene tegijate omavaheline koostöö, kokkuleppimise ja ühiste prioriteetide seadmise suutlikkus, valdkonna pidev arendamine;
- partnerluse ja koostöö tähtsus ning seda väga erinevatel tasanditel: seda nii valdkonna tegijate endi vahel, erinevate loomevaldkondade vahel, loomevaldkondade ja ettevõtluse vahel, loomevaldkondade, avaliku sektori ja erasektori vahel, nii liituda tasandil kui subjektide vahel jne;
- riigi poolt võrdsete võimaluste loomine kõigile valdkondadele: riigipoolsete valdkondlike prioriteetide seadmise otstarbetus ja mittetöötamine;

- tugijorganisatsioonide loomine: sh valdkonnapõhised ekspordiagentuurid, arenduskeskused, inkubaatorid jt;
- keskkondade arendamine Eesti-siseselt: kokkusaamiskeskonnad, suhtluskeskonnad, infokeskonnad, töökeskonnad, avalik ruum;
- protsessi ja nn täisringipõhine lähenemine: toetussüsteemid peavad võimaldama arendada tervikut: loojast tarbijani, esimese kontakti loomisest läbi tootearenduse turuni;
- vahendajate, *manager*'ide tähtsus: nende „juurdetekitamine“, koolitamine;
- võimendajate (riik, erasektor) tähtsus: ühelt poolt kaasfinantseerimise mõttes (sh riskikapital, otsetoetused jms), teiselt poolt kohaliku tootmissektori arendamise mõttes (mis võimaldaks tekitada mahtu siseturul);
- rahvusvahelistumise tähtsus: välissuhtluse ja koostöövõrgustike arendamine, välisekspertiisi kaasamine, ekspordi arendamine;
- pikaajalisus ja järjepidevus – nii eesmärkide seadmisel kui rahastamisel;
- intellektuaalomandi kaitse: sellealase teadlikkuse tõstmine, toetamine taotlemisel, sellealase seadusandluse ülevaatamine;
- teadlikkuse tõstmine – erinevatel osapooltel ning laiemas ja kitsamas võtmes: s.t, et teadlikkust loomemajandusest tervikuna kui erinevate toetus-, koostöö jms võimaluste osas; ning subjektide mõttes ennekõike ametnike ning tootmis- ja teenindussektori esindajate teadlikkust loomemajandusest ja selle võimalustest.

4.5.2 II ümarlaua kokkuvõte

4.5.2.1 Ümarlaua teemapüstitus

Ehkki mitmed loomemajanduse allvaldkonnad on Eestis suhteliselt tugevad on loomemajanduse kui terviku teadvustamine ja arendamine, ja sellega seotud strateegiate väljatöötamine, klastriloome jms alles algstaadiumis. Arvestades valdkonna „värskust“ on korralikult väljakujunemata ka vajalik terviklik institutsionaalne tugisüsteem valdkonna arendamiseks ja toetamiseks.

Institutsionaalsest vaatevinklist on korralikult lahendamata vähemalt kolm küsimust:

- ministeeriumide koostöö ja koordineerimine loomemajanduse arendamisel;
- loomemajanduse valdkonnas tegutsevate (indiviidid, ettevõtted, organisatsioonid) koostöö loomemajanduse strateegiaid ja poliitika väljatöötavate ametkondadega;
- riigi tasandi ja kohaliku tasandi (maakonnad, linnad) rollide jaotus ja koostöö loomemajanduse arendamisel.

Alustame ministeeriumide koostööst. Kaheks kõige enam loomemajandusega seotud ministeeriumiks on kujunenud Kultuuriministeerium ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium (MKM). Neist esimese fookuses on kultuuriloome (ja kultuuritarbimine), teisel ettevõtlus, millest loomeettevõtlus moodustab ühe, ehkki küllalt spetsiifilise, osa. Küllalt tihedalt on seotud ka Haridus- ja Teadusministeerium. Mõnevõrra kitsamast aspektist veel Justiitsministeerium (autoriõiguste kaitsega seotud probleemid) ja Välisministeerium (kultuuriekspord, riigi kuvandi loomine), aga ka Siseministeerium (nt regioonide arendamise aspektis).

Loomemajandus on tihti seotud konkreetse koha, keskkonna ja kultuuriga, teiste sõnadega see on suuresti kohalik fenomen. Paljudes välisriikides on loomemajanduse arendamisel võtmeroll just linnadel, linnad loovad [loomemajanduskeskusi], integreerivad loomemajandust turismiga, kaasavad loomeinimesi linnapiirkondade regenereerimisse jne. Eestis on loomemajanduse probleematika ülesvõtmisel olnud initsiatiiv üldriikliku tasandi käes. Teatud erandiks vaid Tallinna linn ja Tartu. Milline peaks olema riigi tasandi ja kohaliku tasandi toetuspoliitika tööjaotus ja roll tulevikus? Võime eeldada, et linn tunneb oma kohalike eeldusi loomemajanduse edendamiseks paremini, teab ise millistele identiteetidele selle arendamisel tugineda. Võib-olla on olemas oht, et riik võib hakata loomemajanduse edendamisel täitma seda rolli, mida oleks õigem täita ainult kohalikul tasandil.

Eelnevast lähtuvalt seati ümarlaual lahenduste otsimiseks üles kolm teemade ringi:

Teema 1. Kuidas ja kuhu luua loomemajanduse arendamist koordineeriv struktuur?

Teema 2. Milline peaks olema riigi ja KOV rollide jaotus loomemajanduse arendamisel?

Teema 3. Milliseid muutusi on vaja teistel tegevusareenidel, et loomemajandus hakkaks Eestis arenema?

4.5.2.2 Ümarlaua diskussioonigruppide kokkuvõtted

Teema 1. Kuidas ja kuhu luua loomemajanduse arendamist koordineeriv struktuur?

● Millised ametkonnad, organisatsioonid peaksid kindlasti kaasatud olema?

Hetkel ministeeriumid ühisosa ikkagi ei moodusta. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium (MKM), Kultuuriministeerium ja Haridus- ja Teadusministeerium (HTM) – kõigil on omad agendad, oma strateegiad, mida veavad. Aga tundub, et need kolm on need, kes selle asja peaks ära lahendama.

Omakorda saab eristada 3 tasandit: 1) strateegiline ja visiooni tasand, 2) meetmete tasand, 3) elluviimise tasand – rakendusüksused. See ühisosa peaks selge olema neil kõigil kolmel tasandil.

Lisaks peaks olema kaasatud KOV – KOV sellepärast, et loomemajandus on linna, piirkonna teema. Loomemajanduse puhul on tegemist n.ö kvalitatiivse sektoriga – sellega seonduvad erinevad kvaliteedid. See võimendus ja kasu ja tulu tuleb alati läbi selle, et see keskkond on väga hea, kus sa elad. Kohalikul tasandil on neist asjadest rääkimine palju lihtsam – inimesed saavad kohe aru, et mis kasu nad sellest saavad, mis tulu see konkreetne algatus paigale tuua võib. Küsimus on, et kui palju peaks KOV olema kaasatud erinevatel tasanditel.

Lisaks HTMile tuleks juurde panna ka ülikoolid. Head nõuandjad, kes suudaks HTMile nõu anda, on just ülikoolid. Eestis on suur probleem – talendi juhtimine on täiesti paigast ära. Samuti on küsimus sellest, et kust loomeinimesed selle toetusstruktuuri leiavad.

Lisaks HTMile, MKMile, Kultuuriministeeriumile oleks vaja inimesi, kes loomemajanduse valdkonda tunnevad.

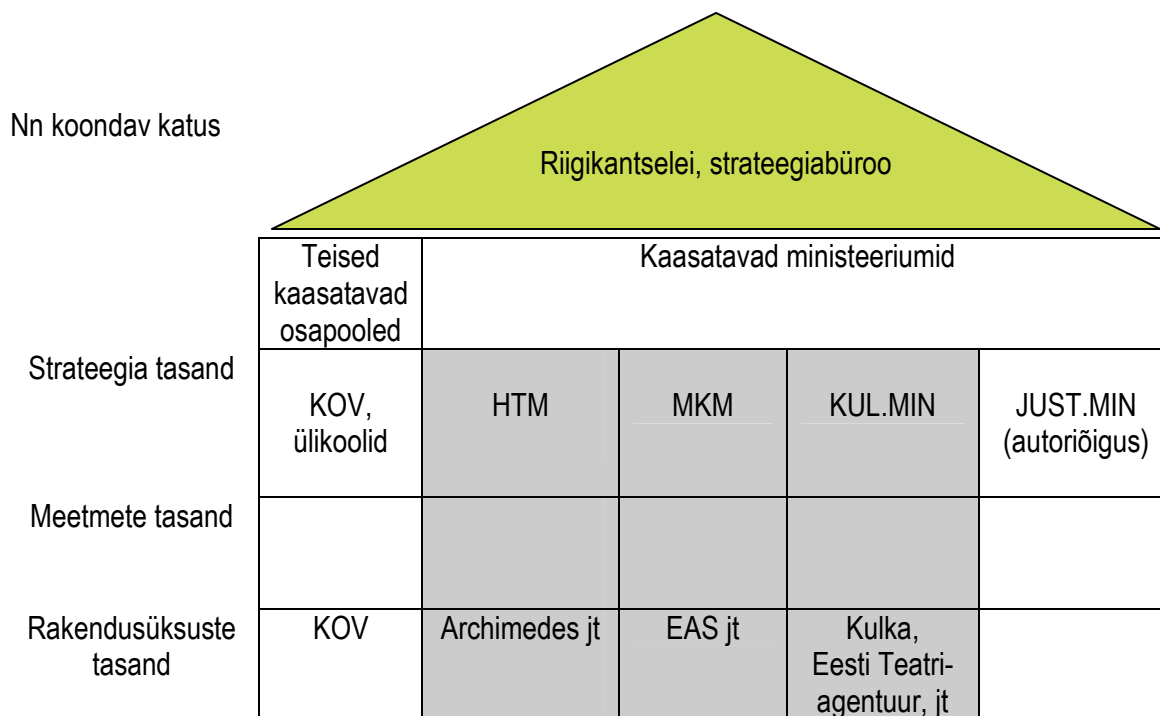
See struktuur tuleks moodustada laiemal baasil. Ka akadeemilise poole kaasamine on väga oluline. Võtaks sinna lisaks loomeinimestele ka finantssektori inimesed, kellega pole kunagi koostööd olnud. Et suurendada koostööd. Ja nad ka mõtlevad teistmoodi. Ja neil on ka autoriteeti.

Omaette teemaks oli finantside jaotamise küsimus, selle määratletus läbi struktuurivahendite:

- raha on ainult struktuurifondides. Raha tuleb kolme kohta: 1) inimressursi arendamise kava, 2) majanduse ja 3) keskkonna arendamise kava. Majanduse ja inimressursi raha jaguneb MKMi ja HTMi vahel. MKMil majandusressursi arengukavas ettevõtluse jaoks eraldi väike potikene, sellest väike-väike osa on loomemajandusele – mida aga strateegias kuskil pole, on ise kokku leppinud koostöös Kultuuriministeeriumiga. Aga loomemajanduse teema vajab kokkulepet kusagil üleval. Praegu tuleb EASi poolt mingeid signaale, et on vaja nii või naa teha. Sel ei ole mingit tähendust. Sest raha on ära programmeeritud mingi loogika järgi;
- hetkel lähtutakse vaid Teadus- ja arendusstrateegiast. Ja seal ei ole loomemajandust kirjas. See on probleem. Lisaks on loomemajandus midagi sellist, mis on igal pool väikese killukesena. Kas nüüd võtame Teadmispõhise strateegia uuesti lahti ja kirjutame loomemajanduse sinna sisse? Siis on MKMil kohustus seda prioriteeti arendada. Teine variant: nopime igalt poolt ühe inimese, kes võtab kaasa endaga selle *know-how*, et mida saab kasutada – inimesed tulevad kokku ja otsustavad.

Strateegia tasandi osalejatel on erinevad nägemused ja prioriteedid. MKMil on loomemajandus ettevõtluse talituses ühe prioriteedina. EASis kui rakendusüksuses on nad üritanud seda kuidagi ellu

vii. EASil on ka oma visioon tekkinud. Kusagil on veel ka Riigikantselei ja Teadus- ja arendusstrateegia. Need aga ei jookse kokku. Samuti annab autoriõigus ühe aluse. See teema on oluline. Praegu töötatakse välja uut autoriõiguse seadust. Seadusandlikku baasi on vaja, et see majandus töötaks. Lisaks ka veel tööstusomand, millega tegeleb MKM (disainid, patendid). Ka autoriõigusega tegelevaid, neid kaitsvaid organisatsioone on hästi palju. Reaalsest muutusest saaksime rääkida siis, kui Kultuuriministeerium, HTM ja MKM ütlevad, et loomemajandus ei ole mingi imeloom – see on teatud osa majandusest. Vt ka joonis 12.



Joonis 12. Loomemajanduse koordinatsiooni skeem

Allikas: II Ümarlaud

● Millised võiksid olla „koordinaatori“ peamised ülesanded?

Ennekõike nähti struktuuri rolli loomemajanduse valdkonna struktureerimises:

- selle koha roll oleks luua kord ja süsteem. Et oleks just loomemajandusele fokuseeritud. Termin on praegu ebaselge, piirid on ebaselged. Et jõuaks ka riigi tasandil kuuldavaks ja nähtavaks, seda on ka vaja – ja mitte tööruhmana, vaid seal üleval kõrgemal tasemel. Kas valitsuse või parlamendi tasandil tuleks see riigieelarvesse sisse kirjutada.

Teiselt poolt tõstatus küsimus paremast ülevaatest ja infovahetusest loomeinimeste seisukohalt:

- reaalne abi loomeinimestele tuleb ikkagi läbi viimase rea [s.t rakendusüksuste, elluviimise tasandi läbi], kui tuleb. Ses mõttes need koordineerivad tasandid toimivad eraldi majades. See, et inimesteni jõuab, on seal all tasandil;
- nt Tallinna Moenäda korraldamine – alati on olnud 100% sponsorraha, mis aetakse välja, kõik teevad tasuta tööd. Praegusel ajal ei ole võimalik aga sponsorraha saada ja s.t et üritused jäävad lihtsalt ära. Oleme mitmete asjaosaliste ametnikega kokku saanud – aga keegi ei saa nagu õieti aru, et kuhu peaksid festivalid nt kuuluma. Asi jääb soiku, kuigi on olemas rohujuure tasandi tohutu huvi ja on ideed;
- vaja on ühtset infosüsteemi – et kust saada raha, ja kõik kokku koondada, mis puudutab loomemajanduse teemat. „Loov Eesti“ algatus on sellega algust tegemas.

Kokkuvõttes saab eristada 2 poolt – üks pool ühendab ministeeriumide tasandil, aga teiselt poolt – loomeinimeste poolt vaadates – et keegi ühendaks nende jaoks tervikpildi kokku. Siit tuleneb funktsiooni küsimus: strateegilise planeerimise ja teiselt poolt info jagamise küsimus – et teaks, kuhu pöörduda. Need mõlemad 2 poolt on olulised. Nimetaksime selle lehtri ja dušši mudeliks: ülemist otsa – lehter ja alumist dušš. Ei ole kasu süsteemi loomisest üleval, kui see ei jõua allapoole.

● Millises vormis ja kus (riigivalitsemise struktuuris) see struktuur peaks olema?

Selles osas pakuti erinevaid võimalusi:

- raha – et luua eraldi üksust, kuhu kuuluvad poliitikud, valitsuskabineti liikmed – seda ei ole. Aga ministeeriumide tasandil oleks ühisosa moodustamine täiesti realistlik;
- leiti, et uute bürokraatlike üksuste juurdeloomine ei ole lahendus – see on nagu maailmavaate küsimus. Et võtame ministeeriumidest mingi pundi kokku ja paneme nad mingisse eraldi kabinetti. See peaks olema kuidagi orgaanilisem;
- tööühma idee on iseenesest tore. Kuigi staažikate riigiametnikena on allergia „töögrupp“ vastu. Neid on tuhandeid. Samas on valdkond nii hägus ja segane, et keha oleks ikkagi vaja;
- mitte pelgalt tööühm. Mingit katust oleks siia peale vaja. Näen siin Riigikantseleid. Tulemus on see, et loomemajandus saab mingi fookuseeritud lähenemise. Sel moel leiab väljundi ka Riigieelarve strateegias. Siis hakkaks arenema. Kehandi roll oleks panna paika see, et kes kust abi leiab – et inimesed ei otsiks nagu sipelgad ringi. Strateegiabüroo põhimõtteliselt võiks sellega tegelda;
- variant on teha struktuur ka valitsuskomisjoni rollis või tööühm valitsuse juures või riigikogu juures. Ka Riigikantselei juures osakond vmt;
- kui oleks loomemajanduse mitteformaalne töögrupp, kes aeg-ajalt kohtuks ja vahetaks infot, ka see oleks juba suur asi;
- n.ö ideaal variant ümarlauast või nn tarkade kogust – kus oleks ministeeriumide esindajad + ülikoolid + KOVide esindajad + loomeinimeste esindajad + finantssektori esindajad + akadeemilise poole esindajad.

Toodi näited ka sarnastest teemadest, mis on vajanud koordineerimist:

- T&A osas sarnane teema siis. Selle protsessiga on ju hästi. Loomemajandusel pole hetkel kohta. Teadus- ja arendusstrateegias seda ei ole, Ettevõtluse arendamise strateegias pole;
- nt turismivaldkond;
- näide on ka Säästev Eesti 21 – kuhu oli kaasatud Keskkonnaministeerium, Põllumajandusministeerium jmt ametkonnad.

Lisaks rõhutati altpoolt tuleva initsiatiivi tähtsust:

- Inglismaa kogemus näitab, et ajalooliselt on tugevad olnud loomesektorite esindusorganisatsioonid. Design Council on 1960.-test tegutsev organisatsioon. Seda toetavad suured tööstusettevõtted, kel on raha ja huvi, et see valdkond toimiks. Meil ei ole ühtegi sellist tugevat huvigruppi, kes oleks võimelised midagi ütlema. Riigil ei ole kompetentseid partnereid, kes suudaks strateegiliselt vedada;
- väga vajalik on gruppide koondumine rohujuure tasandil. Seda kuidagi ilma nendeta teha ei saa. Aga paljud loomeliidud ei tule selle pealegi. Nad pole harjunud sellise mõtlemisega. Harjunud ikka rohkem põlve otsas tegutsema.

● Millest peaks alustama? Milline on esimene samm?

Palju arutati loomemajanduse arengukava vajalikkuse üle: ühelt poolt leiti, et arengukava võiks teha ja teiselt poolt, et see on liiga idealistlik lähenemine.

Toetavad väited:

- ukсед avab see, kui kabineti liige viib valitsusse arengukava. See kohustab teemaga tegelema. Selles tekib tööplaani neil teema;
- arengukavast tekivad eesmärgid ja selleläbi tekivad ka lingid erinevate vastutajatega nende elluviimisel.

Teisalt väideti, et arengukava üksi ei lahenda koordineerimise probleemi ja et see ei ole väga realistlik:

- kui on ka arengukava olemas, siis on ikka nii, et iga ministeerium toimetab üksinda ja ei tea, mis teine teeb;
- arengukava ei lahenda ikkagi koordineerimise probleemi;
- tuleb lähtuda realistlikkuse printsiibist; arengukavale räägivad vastu mitmed asjad. See on kunstlik valdkond, on väga palju kattuvusi, dokumenti tuleks sisse väga palju asju, mis jäävad üldistatuks.

Kokkuvõttes:

- leiti, et loomemajanduse teemale tuleb anda rohkem kaalu ja leida argumente selle olulisuse põhjendamiseks;
- leiti ka seda, et teema tuleks läbi arutada valitsuskabineti tasandil, andmaks teemale suuremat kaalu. Arutada läbi need kaks valmivat uuringut, nendest tulnud valikuid ja järeldusi ja püstitatud eesmärgid;
- see koondav struktuur (nn tarkade klubi, ümarlaud vms) – peaks viima sõnumi, et kaoses on vaja kord luua. Kui see jõuab ministrini, siis on see suur samm edasi. Selle pundi – on see siis mingi üksus, valitsuse komisjon, töörühm, tarkade klubi – tema roll on süsteemi luua.

Teema 2. Milline peaks olema riigi ja KOV rollide jaotus loomemajanduse arendamisel?

Euroopa teistes riikides on enamasti loomemajandus KOVde vastutusallas, palju seotud kohalike keskustega. Riigil on eelkõige võimendaja ja tasakaalustaja roll erinevate keskuste ja regioonide vahel. Hea näide on Hollandist, kus riik ei ütle linnadele täpselt ette, mida peaks tegema. Samas on selge, et kui näiteks Rotterdam tahab hakata Amsterdami kõrvale lisaks rahvusvahelist meediakeskust arendama, siis riik ei hakka sinna lisaressurssi panema. Kui Rotterdam jääb oma arhitektuuri ja disaini juurde, siis jälle riik saab aidata. Eestis probleem selles, et KOVdel pole piisavalt vahendeid, mistõttu tahetakse näha riigi olulisemalt toetust. **Lisaks valdkondlikule võimendamisele on riigil lisaks ka rahvusvahelistumisele kaasaaitav roll, eelkõige eksporditeenuste kaudu.**

KOV vaatekohast on **riigi roll oluline uute teemade käivitamisel**. Paralleelina võiks tuua nt noorsootöö, mis algusest peale seostati selgelt KOVga ja vajalike vahenditega. Nüüd 10 a jooksul on vajalikud struktuurid olemas ja noorsootöö toimib üle Eesti KOVdes.

Tartu linn on aktiivselt toetanud loomemajanduse arengut vaatamata raskele majandussituatsioonile. Just käivitamise perioodil oli riigi roll oluline üldise strateegia ja toetusmehhanismide väljatöötamisel. Käivitamise perioodil pole nagu kuhugi pöörduda. Loomemajandus pole klassikaline ja kohustuslik KOV teenus. Öeldakse, et kui soovite siis käivitage, leidke ressursid, samas KOVde võimekus madal (n-ö uute asjade turuletoomisel). Käivitusperioodil riigi abi vajalik.

Riik peaks loomemajandusele looma raamistikku. KOVi ülesanne oleks toetada seda kohalikku eripära selles. Loomemajandust peaksime vaatama ka laiemas ettevõtluspoliitika raames, sest me pole ju kokkuleppinud eraldi määratlust või definitsiooni loomemajandusele. Seega ei saa praegu panna KOVe

ebavõrdsesse seisu, et kus on olemas eeldused. Riigi tasandil oleks ettevõtluspoliitika suunad üldisemalt, samas kui KOV näeb mingit erilist perspektiivi, siis saab seda riigiga koos teha.

Kas oleks võimalik vaadata KOV ja riigi rolli ajalises mõttes, et kui kaua toetada, riik kui loomemajanduse käivitaja kohalikul tasandil. **See käivitusperiood võiks olla 3–5 aastat ja siis tuleb KOVi ise hakkama saada.** Nagu auto käivitamine, et mõne aja pärast võib sõitma hakata.

Me ei saa rääkida KOVist kui sellisest, sest on Tallinn ja Tartu ja teised KOVd. Tallinnas ei anna EAS ettevõtluse starditoetust, sest seda teeb Tallinna linn ise. Oluline, et see oleks kättesaadav, Tartus näiteks pakub seda toetust EAS. Võib-olla peaksime loomemajanduse puhul kirjutama siin KOVi asemel midagi muud. Praegu me räägime nendest KOVst kellel on võimekust loomemajanduse valdkonda arendada, aga potentsiaali võib olla mujal veel. Ei saa nii ühtlustada. Mõnel juhul võib näiteks loomemajanduse arendamisel olla riigile partneriks ülikool KOVi asemel.

Tallinna linn annab küll ettevõtetele stardiabi, aga võrreldes EAS meetmetega on see päris väike, u. 4 miljonit aastas.

Idealis võiks olla nii, et kui tuleb ükskõik kus Eesti otsas näiteks koduperenaisel või koolilapsel idee, siis ta **saab astuda sisse ühest kindlast uksest** ja ei pea sõitma kaugele. (Idee väljatoomine on seotud intellektuaalomandiga). Soomes on selline võrgustik loodud, harukontorid KOVde või ülikoolide juures. Seal hakatakse tegema konkreetse ideega, pakuvad abi ideest teostuseni, kuni patenteerimiseni ja müügistrateegiani välja. Selline mudel võiks kehtida ka meie loomemajanduse arendamise juures. Sellist süsteemi meil pole. **Riik peaks olema katus ja võrk üle maa laiali.**

Maakondades **on ettevõtlusarenduskeskused, aga seal puudub loomemajanduse alane kompetents**, nõustamise kompetents ja ressursside koondamise süsteem, kuidas loomemajanduse algatust viia hea tulemuseni.

Suurt muuta loomemajanduse osas me ei saa, midagi uut luua ehk küll. Protsessi vältel peaksime teavitama inimesi. Loomemajandus baseerub ikka lokaalsetel kompetentsikeskustel. Eestis on erinevates maakonnakeskustes potentsiaali, et neid kompetentsikesusi luua. Kompetentsikeskused võiksid olla seotud loomega.

Eestis peaks turism olema lülitatud loomemajanduse tüpoloogiasse, sest turism ongi see mis tõmbab ligi. KOVde roll on väga oluline loomemajanduse arengus, **riik peaks erinevate poliitikate (kultuuri, majanduse jne) kaudu tagama regulatsiooni mehhanismi.** See regulatsioonimehhanism peab olema teada kõikidele otsustajatele. Alguses peaksime defineerima, et millise kompetentsiga üks või teine keskus ennast seob. Praegu kõik KOVd tahavad olla kõik, aga kõik ei saa olla. Ja Eesti ikkagi on väiksem kui 1/10 Londonist.

Kompetentsikeskused on olulised. Hoolimata sellest, millise kompetentsi mingi piirkond välja valib, **on vaja üldist ettevõtlusalast haridust.** Riik seda toetab ja MKM koostab selle jaoks ka strateegiat, sellist õpet on vaja ka loomemajandusega seotud inimestele. See oleks horisontaalne kompetents, mida oleks vaja kõikidele valdkondadele (ka muusika, käsitöö jne). Kahe aastased õpetamiskogemused on andnud tulemusi, on loodud mitmeid ettevõtteid. **Ettevõtlusõpet saaksid KOVd korraldada, riik saab toetada ja suunata seda õpet.**

Eesti ettevõtluspoliitika on üldine, s.t pole suunatud mingile harule, aga ei välista ka kedagi. Praegune ettevõtluspoliitika on vastu võetud kuni 2013 aastani. Viimastel aastatel on muutunud HTM suhtumine, et kaasa rääkida ettevõtluspoliitika kujundamisel.

Maakondlikes arenduskeskustes pole ehk tõesti täna piisavalt oskusi loomemajandusest ja ideedega ei osata midagi peale hakata. Nende **inimeste harimisest võiks alustada**, et nad ei viskaks kõrvale ideid, mis tulevad loomemajanduse valdkonnast. Ka on KOVde ametnike teadlikkus üldiselt madal.

MTÜde ja äriühingute ülesanne on idee kommertsialiseerimine (aitaksid inimesel seda teostada). Oluline on ka riskikapitali teema, eelkõige tuleks näha üksikisikutest n.ö äriingleid, sest institutsionaalseid riskikapitalistidel pole eriti huvi nii väikeste asjadega tegeleda.

Turism on väga oluline, sest loomemajanduse produktid on sageli sellised, et tarbija tuleb selle juurde tuua.

Riigi roll võiks olla see, et **riigi tasandil tuleks koondada erialased liidud**. Et oleks ühtne katus, kust tuleb info erinevatest meetmetest. Praegu on probleemiks info liikumine, pole piisavalt infot tugimeetmetest.

KOKSi järgi pole KOVdel kohustust ettevõtlust otseselt arendada. KOV peaks kujundama keskkonda, et luua soodsad võimalused erinevate huvigruppide tegutsemiseks. Riik peaks kujundama mingi raamistikku (ettevõtluspoliitika, hariduspoliitika jne), mida KOVd saavad aluseks võtta, et näiteks kuidas käsitleda loomemajandust. Eesti on väike, kui igaüks teeb oma asja, ei jõua Eesti tegutsejad rahvusvaheliselt eriti kaugele. **Riik saaks koondada erinevad huvigrupid, et ideed jõuaksid poliitika kujundajateni välja**. Ka nt Tallinnas on ikka kultuuri- ja ettevõtlusosakonnad küllaltki eraldi. Loomemajandus on killustunud ja inimesed ei aruta asju koos.

Riik saaks seadusandluse tasandil nt toetada 1% nõuet kunsti ostmisel avaliku ruumi ehitamisel, eksporditoetustega tegeleda, ka loomeosak. Praegu äriinimesed ei taju, et loomeinimestest võiks neile kasu olla.

Haridus oleks vaja integreerida, loovinimestel oleks äriharidust vaja ja inseneridel loomeharidust. Abi oleks riskikapitalifondidest, ette ära tunda head ideed on raske.

Loomemajandus on horisontaalne nähtus, mida eri sektorid ei võta tervenisti omaks. Lahtiseks jääb, et kas räägime loomemajandusest ja loomeettevõtlusest või millestki veel, mis jääb kultuuri ja majanduse vahele.

Loomemajandus on valdkondade ülene. Mingi probleemi lahendamisel ei tea kelle poole pöörduda, et milline ministerium. **Hea oleks sisse astuda ühest uksest ja saada probleemile lahendus**.

Loomemajanduses on majanduse ja kultuuri komponent, kuskil seal vahel on turism. Kaardistusest on välja tulnud, et loomeettevõtted on peamiselt koondunud Tallinnasse ja Tartusse. Eestis on maakonnakeskusi, kus loomemajandus lähtub peamiselt turismi ja kultuuripärandi komponendist ja neid, kus on enam loomeettevõtlust. Loomemajandus ühendab kultuuri, majanduse, turismi ja hariduse. Samas rääkides rahastamisest, siis praktikas peab ühte ideed hakkama viiludeks lõikama, et eraldada kultuurikomponent, majanduskomponent jne. Ka EASi meetmed on praegu ettevõtlusele suunatud. Vajadus, et oleks n.ö üks üks loomemajandustegevustele ja projektidele, et siduda kultuur, turism, majandus ja haridus. Täna selline üks puudub.

Võiks olla üldine baasteenus, mida riik pakuks, see peaks olema kõikidele võrdselt kättesaadav üle riigi (koolitus, konsultatsiooni, stardiabi jne). **Kõikidele KOVdele võrdsete võimaluste loomine**. Lisaks võiks toetada kohalikke tugevusi eripärast lähtuvalt. Oluline ka see, et Pärnu, Viljandi ja Tartu ei teeks täpselt sama asja.

Loomemajanduse ja ettevõtluse toetuste mõttes on tekkinud püramiid, mille tipus on nt teletorn ja suuremad inkubaatorid, edasi teenustekiht natuke laiemale sihtrühmale ja kõige all koolitus-, teavitusteenused, mis kättesaadavad n.ö kõigile. Siin peaks täpsemalt jagama, et mida teeb KOV ja mida riik.

Teadus-, haridus- ja innovatsioonistrateegias pole sisse kirjutatud loomemajandust, see vajaks muutmist.

Millest alustada?

- KOVde strateegiline positsioneerimine loomemajandusalaselt;
- erinevate poliitikate seostamine ja lõimumine (selleks töögrupp moodustada), olemasolevate poliitikate ülevaatamine ja loomemajandusega seostamine;
- loomemajanduse alase teadlikkuse tõstmine, eriti olulised just noored ja koolid;
- lihtsad, kiired ja konkreetsete lahendused (nt loomeosak¹⁴¹ - hea motivaator, et asi hakkaks liikuma);
- valdkondlike esindajate kaasamine ja koostöö.

Teema 3. Milliseid muutusi on vaja teistel tegevusareenidel, et loomemajandus hakkaks Eestis arenema?

- **Kuidas on loomemajandus sidestatud teiste poliitikate/taotlustega nagu: haridus, kultuur, innovatsioon, välissuhtlus, turism, regionaalareng jt? Millised valdkonnad avaldavad suurimat mõju loomemajanduse arengule?**

Ettevõtlus ja innovatsioon

- Ettevõtluspoliitika on põhiline, millega peaks loomemajanduse arendamise seostama.
- Selles mõttes võib ka vastu küsida, et mis ei ole siis seotud ettevõtlusega – kõik on.
- Täiendaks seda kohe innovatsioonipoliitikaga. Pigem on ta jah innovatsiooni ja ettevõtlusega seotud kui teiste poliitikatega. Sest innovatsioon ju põhineb ka loovusel, uue loomisel.
- See on küll semantika, aga „ette võtma“ – nullist midagi tegema, see ongi loomine. Probleem on see, et me räägime asjadest valdkondade kaupa ja see segab. Kui paneme kõrvuti mõisted: punane, kollane, sinine ja sügav – siis saame aru, et see sügav on teise seina nael. Loomemajandus ka ei kuulu nagu sellesse nimistusse, mis on transiit, kergetööstus, turism, vaid ta on selles reas, kus on agraarmajandus, industriaalmajandus, teadmispõhinemajandus ja loovmajandus. See on teine dimensioon. See on kõikehõlmav. Me ei ole seda täna veel loonud, see on loomise käigus. Ta on kõikjal ja seotud kõigega. Ettevõtlus on teine mis on kõikides valdkondades.
- Kusjuures ettevõtlus on seostunud ka kolmanda sektoriga. Ühelt poolt võime rääkida, et ASid ja OÜd ja FIEd, aga ümarlaudadel on välja tulnud ka see, et see kolmas sektor ootab ka sellist toetust, et kuhu pöörduda. Nad tunnevad, et neil ei olegi kohta kuhu pöörduda. Ma saan aru, et EAS ei peagi tegelema vbl mittetulundussektoriga. Ja osalt seetõttu on paljud registreerinud ennast ka ümber OÜdeks, et saada koolitustoetusi jm. See kolmas sektor, kus toimub väga palju Eesti loomemajandusest, nemad tunnevad, et ei olegi kuskile pöörduda. KULKA toetuste süsteem on nende jaoks samuti liiga projektipõhine, mitte järjepidev toetuse ja abi süsteem. Nendel puudub selline abi saamise koht Eestis.

¹⁴¹ Innovatsiooniosaku mudel oleks üsna hästi kohaldatav, see innustaks ettevõtjat tellima.

- Õnneks või kahjuks EAS siiski tegeleb mittetulundussektoriga, seal on mitmeid programme ütleme regionaal tasandil. Aga klastrite programm – seal me küll toome kokku ettevõtjad kuid see vorm, kuidas me toetust anname, on just MTÜ. See vorm klaster ise ei pea olema kasumitaotlusega, küll aga need ettevõtted, kes seal osalevad. Klastrite kontekstis on loomemajandus väga oodatud–digitaliseerimise projekt. See on juba faasis, kust hakkavad esimesed uuringu tulemused tulema, et teha Eestisse see digitaliseerimise keskus. Ja kuna enamus programme ei ole sätestanud võtmevaldkondi, siis loomemajandus kui selline on teretulnud. Kõik on oodatud – vaadatakse ainult kvaliteeti ja eesmärki.

Loomemajanduse defineerimine ja nimetamine teistes poliitikates ning nende järjepidevuse tagamine

- Siin on kaks aspekti – kui me suudame defineerida loomemajanduse kui sellise ja kui me suudame defineerida, mida me selle all mõtleme, siis kui me teda erinevates poliitikates nimetame, siis juba see nimetamine ise on sõnum, et me toetame seda valdkonda, kui me teame millest me räägime.
- Teine moment tuleb juurde, kui küsida, mis peab muutuma – siis see on stabiilsus. Ja kui me vaatame kasvõi üle lahe, siis on erinevate erakondade vahel kokkulepitud, et sellised olulised valdkonnad nagu haridus ja innovatsioon. Et kui seal on midagi kokku lepitud, siis see kehtib ka peale valitsuse vahetust. Meil tuleb iga valitsuse koalitsiooniga alustada nullist. Aga eriti loomemajandus selliseid maaväriinid ei kannata välja. Sa hakkad süsteemi üles ehitama ja enne kui see jõuab ennast koguda ja hakata tootma seda lisaenergiat, läheb kõik jälle vastu taevast – ja selline pidev katkestuste rida peaks kaduma. Nii kaua kuni katkestused säilivad mingit loomemajanduse poliitikat riiklikus mõttes ei tule. See puudutab oluliselt ka haridussüsteemi – sealt ju tuleb uute ajude genereerimine .
- See probleem on üleüldine – kõik töötlev tööstus kurdab sedasama. Maksupoliitika muudatused, mis iganes – et puudub järjepidevus.
- Kõik strateegiad, mis valmis saavad, lähevad järjekordselt riulisse ja ongi kogu moos. Ükski poliitiline jõud ei võta endale vastutust neid strateegiaid ka järgida. See on kogu asja võti.

Proaktiivne tugistruktuur ja koostöö

- Selliseid üksikuid üksusi, kes kokku suudaks moodustada mikroklatri või miniklatri on Eestis olemas küll. Aga kui sellistel tüüpidel puudub teadlikkus, et nad võiksid midagi koos teha... Tegelikult inimestel on koostöö soov olemas, aga neil puudub arusaam kellega ja kuidas. On vaja tugistruktuuri - nii palju ikka raha on Eestis, et ta koolitab välja spetsialisti, kes on valdkonnas kodus ja näeb ülevalt ja proaktiivselt ütleb, et see jõuk siin ja see seal võiks koost teha sellist või teist asja. Kas olete selliste tingimustega nõus, räägime läbi – hästi ja läkski käima. Proaktiivne tugistruktuur on järgmine etapp – eestlastele meeldib talgud teha ja kui neile anda miskit kätte, siis nad ka teevad. Aga kui nüüd lihtsalt üks võtab initsiatiivi, et kuulge teeme ja räägib erinevate institutsioonidega läbi – siis tekib eestlasel kahtlus, et mis kasud tal mängus on – kindlasti saab ta rohkem kasu sellest. See on eestlase põhiomadus ja sellest kultuurilisest eripärast tuleb üle minna. See proaktiivne tugi ongi neutraalne.
- Üks asi veel – EGO. Teeks küll koostööd, aga mitte tema, tema ja temaga, aga kellaga siis veel.
- Just nimelt, aga kui keegi näeb seda ülevalt ja kutsub kokku inimesed, kes võiks asjas vastastikku kasu saada, siis tehakse koostööd küll. Sest algatus tuli mujalt, mitte n.ö konkurendilt.
- Kui jääda sõltuvaks riigist, siis sa pead muutuma resistentseks selle vastu. Kui me teeme üldse mingit loomemajanduse poliitikat alt poolt üles, siis see peab olema sõltumatu riigist. Kui ta sõltub sellest ja peab tegema nii või naa. Siis ta sureb ära - ei ole jätkusuutlik. See peaks algusest peale olema sõltumatu riigiparaadist ja bürokraatiast. Siit edasi, me räägime koostööst muusika ja kunst-barjäär tuleb ette tegelikult seal, kus peaks kokku saama kultuur ja äri. Ka nendel ärijõmmidel on

samasugune vajadus teha midagi suurt ja ilusat kui neil raha on juba käes. Nad otsivad seda kohta, aga ei tea kuidas – ostavad maale kokku vms nagu on Sõõrumaa näide praegu. See soov on. Aga kultuur ja äri tihti just omavahel ei räägi. Sest üks peab ennast teisest ülemaks ja vastupidi. Seal on see barjäär.

„Tõlkimine“ loome- ja äriinimeste vahel ning hariduspoliitika

- Võib-olla peaks siin mõtlema siis hariduspoliitikale, et mitte ainult õpetama kultuuriinimestele ettevõtlust, vaid ka ärijuhtidele ja majandusinimestele kultuuri.
- see ei olegi kunagi võimalik, et kõik kultuuriinimesed hakkavad ettevõtjateks. Mõnel on seda soont, aga ei peagi ju kõigil olema.
- kultuuri ei ole võimalik õppida – seda hingatakse sisse ja vaadatakse eeskujude pealt, mis on kodus ja sõprade pealt. See ei ole õpetamise küsimus. Aga ma sõnastaksin natuke teistmoodi selle probleemi, et äriühingud ja kunstiringkonnad ei saa üksteisega kõnelda. Nad räägivadki erinevat keelt, nende väärtushinnangud on erinevates paikades, sellest tulenevalt maailmamudelid on erinevad. Kui panna kõrvuti ärimaailm ja kunstimaailm, siis tuleb vaadata, kus see kattuvus on.
- mitte vaadata, kus see kattuvus, vaid tuleb leida keegi, kes valdab mõlemat keelt.
- see on jah tõlkimine, aga see sild vajab kahte kallast. Kui need on üksteisest liiga kaugel, siis see silla ehitamine on liiga kallis. Me oleme ikkagi piiratud ressurssidega – meid on alla 1,5 miljoni. Me peaksime oma vähesed ressursid suunama sinna, kus see tõlkimise ja ühise arusaamise koht tekiks.
- see on ikkagi kultuurikorraldus ja kultuurimanagerid. Ma kardan ka, et me ikkagi ei jõua päris äriinimesi koolitada kultuuri osas ja kunstiinimestele majandustunde anda.
- needsamad vahendajad, kellest loomeinimesed tunnevad praegust puudust.
- EMTAs koolitatakse neid kraadiõppe tasemel alates 2002. aastast, aga see seltskond on väga väike – riiklik koolitustellimus on iga kahe aasta tagant 5 inimest või isegi 2 inimest. Kui paljud neist tegelikult turule jõuavad...
- no Kultuuriakadeemiast hakkab tulema nüüd kümnekond aastas, aga see on alumise taseme õpe, oleme keskendunud sellele rohujuure tasandile.
- aga see hariduspoliitiline aspekt on väga oluline. Kus ma näen koostöö kohta, on see, et ettevõtjad ja haridusmaastik võiks teha rohkem koostööd selles osas, et ettevõtjaid rohkem hariduses rakendada ja õpilasi rohkem ettevõtluses rakendada.
- see on mehaaniline, aga sellest ei pruugi tekkida mingit uut kvaliteeti, selleks peab olema mingi ületav tasand, mis mõtestab lahti. Semiootiliselt on nii, et kahe võrdväärse tasandi vahel on võimalik tõlget teha ainult läbi metatasandi.
- ma toon hästi lihtsa näite, et kui kuskil kutsekoolis õpetatakse puidutööd ja see keskkond ei oma mingisugust kokkupuudet ettevõtlusega. Siis täna on juba olemas see võimekus väikestes ettevõtetes pakkuda praktikakohta ja sealt tekiks võimalus aru saada õpilasel, mis tegelikus äris tehakse. Samamoodi võiks disainerid saata ettevõttesse praktiseerima, mitte ei istuks kogu aeg oma ateljees. See tekitaks seda sidusust. Aga täna keegi selle nimel ei tööta.
- samas kui võtta Kärt Summataavet, kuidas ta proovis oma doktoritööd teha Eesti ettevõtete juures ja ei saanudki ja läks Soome tegema. Siis 1990ndatel oli äriplaan ikka selline, kuidas kasumlikult äri välispartnerile maha müüja või rida pankrotte, kust vahepealt tassiti asju välja; sellise ettevõtjaga on väga raske strateegilisi asju planeerida.
- samas ma ise ettevõtjana ütlen ausalt, et ma ei taha endale praktikante, ma pean nendega nii palju töötama – mul ei ole sellist aega. Ma ei saa seda kasu tagasi oma ettevõttele.
- aga selle jaoks on lahendus olemas. Kui lõputööde ja praktikatööde juurde panna ettevõtja ülesande andjaks, saab ta endal maandada tootearenduse või teenuse arenduse riski. Siis tekib motivatsioon, et ta paneb oma aega ja ka keskkonda sinna sisse. Ta saab riskivabalt 4, 5

prototüüpi – ettevõtte ja kõrgkool saavad teha *spin-off* lepingu selle peale. Kasvõi tehakse tütarfirmana see asi valmis.

- just, aga seda täna eriti ei ole veel.
- või siis on kolm osapoolt, et võtta avalik sektor veel juurde.
- sel juhul on see rohkem inkubaatori idee.

Tugistruktuuri loomine

- äri poole pealt vaadatuna, et kus see ühine pind võib leiduda tegelikult: järjest suurema osa kauba või teenuse hinnast hakkab moodustama see mittemateriaalne osa, lugu, kujundus – mis sellega kaasas käib. Nt Colgate hambapasta tehasesst välja tuleku hind on 1 kroon, aga poest ostad sa seda 25 krooniga – seal vahepeal on see, mida me õhtul telekas näeme, kuidas hambaid pesta. Teine näide – Navitrolla läks Tallinkisse ja ütles, et maalib nende laevadele kaamelid peale – aga seni oli ta tühi. Keegi läks ja müüs ennast. Seda oskust täna paljudel ei ole. See mittemateriaalne lisand ongi see loomemajandus. Mis on selle mittemateriaalse kvaliteet – täna ju lisavad seda enamasti turundajad, reklaamifirmad. Disaini näide on hea tuua Aalto vaas, mis maksab mitutuhat krooni – materjali osa selles on 0,1%.
- veel üks huvitav näide. Tuli minu juure üks Tartu kunstikooli lõpetanu ja soovis tööd. Tema lõputöö olid tohutult hea disainiga lahtikäivad radikad, kus peal saab pesu kuivatada. Täiesti valmis ja läbitöötatud asi. Aga kus ma sellega edasi lähen. See on koht, kus oleks vaja miskit tugistruktuuri. Miks suveniirikonkursid enamasti ebaõnnestuvad – sest turg on nii väike, et sul ei ole mõtet seda mudelit välja töötama hakata. Selleks puuduvad toetuskohad, sest alustamise kulud on nii suured.
- EAS ütleb selle peale, et kallid inimesed, meil on see eksporditoetusmeede täiesti olemas ju. Ja alustava ettevõtte toetusmeede ka olemas. Mis siis, et see barjäär seal murrab kaela ära üle poole inimestest. Aga olemas.
- jällegi ärivaldkonna poolt vaadates, tuleb kõigepealt vaadata, kas sul on marketis koht leti taga olemas, kui sul on koht olemas, siis vaata kuidas toota saad. Kui turustuskanal on ette näidata, siis leiab ka tootja.
- meie jutust ja ka eelnevatest ettekannetest tuli ju selgelt välja, et selleks et see loomemajanduse nähtaval oleks, on vaja mingit keskust. On see virtuaalne või muul moel, on neid üks või mitu, aga seda oleks vaja. See oleks see koht, kust kaudu saaks koolitused käia nii ühele kui teisele poolele ja teiseks sealt saaks infot. See oleks koht kuhu siis erineva valdkonna inimesed saaks pöörduda – kuhu nad tänasel päeval lähevad?!
- see virtuaalne koht oleks kõige odavam käivitamiseks. Ja realiseerimine võiks olla siis eri punktides, kus parasjagu see kompetentsi koht koguneb.
- seda on hea kuulda, sest selline virtuaalne keskkond on meil just loomisel ja Loova Eesti algatusega seoses me sellega just praegu ka tegeleme. Aga mis ma veel tahaks mainida, et see tänane majandussituatsioon on väga soodne loomeettevõtete ja äriinimeste koostöö loomiseks. Äriinimest paneb otsima vajadus millegi järele, ja kui ta täna on olukorras, et peab tegema muudatusi oma tegevustesse ja kui ta suudab leida mingeid positiivseid näiteid. Kui me suudaks ühiskonda kuvada selliseid positiivseid näiteid, kus on loovate inimeste ja ettevõtjate koostöö hästi õnnestunud. Praegu Tallinnas on näha mitmeid kinnisvara projekte, mis püüavad saada loomekeskusteks, sest büroopindu pole hetkel kellelegi vaja.
- aga see on läbinähtav skeem – nii kui majandusel läheb paremini, tõstetakse need loomeettevõtted kasumlikumate vastu välja. Nii kui aamen kirikus!
- aga sel loomeettevõtetel siiski on ju praegu võimalus kuskil alustada ja areneda.
- jah, sel juhul kui ta on äriinime armust rendipinnal, ta oma strateegilised asjad peaks jätma virtuaalseks, kust teda pärast välja tõsta ei saaks. Ja arvestama sellega, et füüsiline ruum läheb majandusliku olukorra paranedes kohe kallimaks. Ainus võimalus, et tema äriidee läheb selle perioodi jooksul niivõrd heaks, et kinnisvaraomanikul ei tekiks tahtmist teda välja visata.

- Absoluutselt. Jah. Just.
- tegelikult peaks ju sinnapoole suund olema, et see mittemateriaalne on just see, mis raha sisse toob. Seega loomemajanduse ettevõtted peaks olema tulevikus kõige kasumlikumad ettevõtted. Kultuurist peaks saama eestvedaja. Aga kui kultuur kaasa ei tule – siis jääb see ainult reklaamitootjate pärusmaaks, kes on muidugi ka loomemajandus.
- oluline on mitte panna ennast sõltuvusse monopoolsest otsustajast.
- samamoodi nagu ei saa riigist sõltuda, ei saa ka monopolist sõltuda – see on risk.
- me jõudsime Läänemaal ka sinnani, et mida on vaja, on võrgustik ja see saab väga edukalt olla virtuaalne. Sest loomakeskkondade jaoks – avatud ateljeed jms on tegelikult ruume olemas, neid pole vaja uusi teha, on ainult vaja need üles leida ja kaardistada. See on ikkagi tugistruktuuri loomine.
- Ameerikas on välja valitud suur hulk NGO tüüpi organisatsioone, kellele antakse ka korralikke subside. Vastutavad rahvusparkide korrashoiust linnamiljöö säilitamiseni. Ideaal oleks see, et olekski **selline kolmanda sektori laadi ühendus, mis ühendaks endas kõiki LM-ga tegelevaid üksusi**. See on avatud, sinna saab tulla juurde. See peaks siis ülal neid proaktiivseid tugistruktuure, mis oleks piisavalt haritud ja oskavad näha erinevaid seoseid.
- see on just see, mis me endale eesmärgiks kirjutasime: **olla võrgustiku tekitaja, tugiteenuste pakkuja ja keskkonna kujundaja**.
- üritame seda kultuuripealinna raames Tallinnas tekitada – kohalike kultuuritegijate ja turismisektoriga, aga noh, meie teeme seda siin ühe projektina ja see kaob hiljem tõenäoliselt ära.
- see ongi katkestus!

Tugivõrgustiku rahastamine

- Tegelikult tuleb ikkagi seesama rahastamise küsimus. Kui keegi aitab sul käima selle asja, siis pärast hakkab ta toimima ka ilma.
- võrgustiku tekitamine ise ei nõua tänapäeval väga suuri ressursse.
- aga tuleb hüvesid ka luua, milleks võrgustikus olla. Seesama pindade kaardistamine ja vahendamine jms., järjest tulevad juurde igasugused tugiteenused – turundustugi, eksporditoetus jne.
- kust võiks see raha ikkagi tulla?
- siin me **ei saa mööda ikkagi riigi rollist**. Tema asi on olla see bensiinimootor, mis diiselmootori käima lükkab. Ja see toetus peab olema järjepidev ja erakondadevaheline kokkuleppe alusel, programmiline.
- -: väga kõrged nõudmised. Milline valdkond ei taha selliseid tingimusi?
- kuidas me selle saavutame?
- siin on jälle prioriteetide küsimus – kas me tahame, et see valdkond areneks või ei? Kui me täna ei suuda selleski kokku leppida, kas me loomemajandust üldse tahame näha. Meie oleme hetkel selles etapis, kus räägime omavalitsustega läbi. Nad on oma arengukavadesse kõik need tegevused kirjutanud, aga miks nad ei taha seda süsteemselt teha. Vaja on ju ükskord see süsteem välja töötada, mis hakkab pärast toimima.
- nad ei saa pärast seda oma valimisvõitluse olulise argumendina...
- tegelikult on **ka teadlikkus madal** – selle peale ei mõeldagi. Või siis öeldakse, et oluline küll, aga täna meil ei ole selleks raha.
- teed ja lasteaiad tulevad enne.
- tegelikult omavalitsused saavad taotleda rahasid, mida teised ei saa – Leader programm ja regionaalse arengu toetused – seal ikka oleks sadu miljoneid, mida kasutada.

Maksupoliitika küsimused

- üks huvitav tulemus – et loomeinimesed ei taha olla käibemaksukohuslased – nii kui käive hakkab jõudma 250 000 tehakse uus firma või kirjutatakse arved uude aastasse.
- see tuleb sellest, et olles ettevõtja ja käibemaksukohuslane, kelle põhikulud on palgad – ma ei saa mitte senti käibemaksu tagasi. Ma loon väärtust, maksan palgarahad – mul on kõrval firma illegaalsete programmidega ilma tööjõukulu maksmata ja pakub oma teenust neli korda odavamalt hinnaga. Siit tuleb välja, et **käibemaks oma olemuselt ei toeta lisandväärtuse loomist**. See maks on küll lihtne koguda, aga loomemajandussektor ja loomeinimesed praktiliselt ainult lisandväärtust loovadki. See on nüüd maksusüsteemi küsimus.
- kas piiri tõstmine 400 000 peale muudaks asja?
- see piir pole üldse oluline, oluline on see, mis maks see **käibemaks oma olemuselt on. See on vahendust soodustav maks**.
- sellisel juhul peaks tegema ettepaneku maksupoliitikat muuta.
- siis lisaks veel see, et loomesektoris on enamus väikeettevõtteid ja FIEde, siis väikeettevõtja täna maksab töötuskindlustust ilma et ta saaks kollektiivselt koondada. FIEde on nii raskendatud oma tegevustes, et **tegelikult kogu see loomesektor on täna maksustatud palju karmimalt kui nii mõnedki teised sektorid**.
- selle vastu on ju lahendus olemas – kui ettevõtte käive hakkab jõudma 250000 lähedale, siis registreeritakse oma firma Kaimani saartel ja ongi asi korras.
- ☺ äkki see ongi vajalik tugistruktuur.
- majanduse poolt vaadatuna, see mastaap on vale. Oleme liikumas ikkagi sellise majandusmudeli poole – loovmajandus – kus see loome peaks olema põhiline tulusaaja, rikkuse looja, mitte maksukoormuse all ägaja.
- kus sa näed seda rikkuse loomist?
- Ameerikas nt Louisianas – iga dollar, mis sa oled pannud filmitööstusesse sisse, saad sa 35 senti tagasi. Arvutimängutööstuses saad iga dollari eest 30 senti tagasi. Tehakse asju maksusoodustuste kaudu. Nad võivad seda endale lubada, sest neil on naftat. Aga nad teavad, et see nafta saab ühel päeval otsa ja selleks ajaks peab asendus olema olemas. Aga alati ei pea olema ka maksusoodustused. Püüan Viljandi linnas ka rääkida, et teil on vahendeid küll kuidas kasiinod ja kaltsupoed välja tõrjuda ja sinna asemele tekitada käsitööpõhised asjad, et kogu kvartal läheks tööle. Aga nad ütlevad, et peavad võrdsele kohtlema kõiki. See on turuliberaalne jama tegelikult. Alati on mingid väärtused, mida soovitakse näha. Igasuguste otsuste ja regulatsioonidega saavad suunata seda ettevõtlust, mida nad tahavad näha oma linnas.
- **üks erisus, mida peab loomemajanduse puhul arvestama ka on see, et tema areng tuleb läbi hästi paljude osapoolte. See teeb selle valdkonna väljaarendamise tohutult keeruliseks. Ja kogu areng tulebki läbi koostöö**. Seega alguses on need kulud suured. Samas need inimesed on valmis panustama ja tegema mingi aeg ka mittetasustatud tööd.

Koostöö tööstuse jt sektoritega ja ärijuhtide koolitus

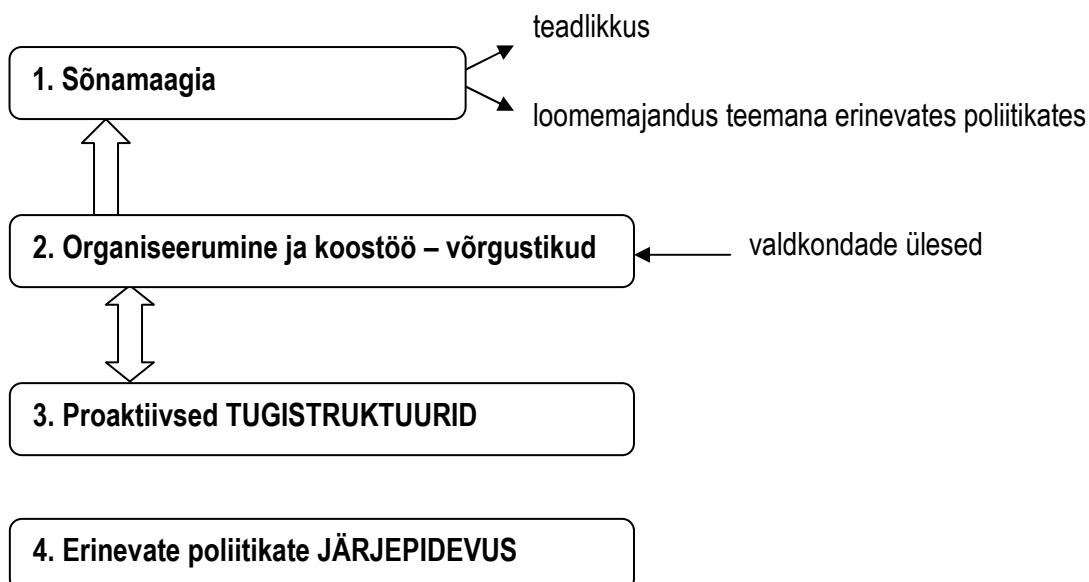
- meie töötlev tööstus näeb praegu disaini lisakuluna, mitte tuluna.
- kuni nad müüvad oma tooteid kettidesse, kus on disainerid olemas, siis neil polegi ju oma disainerit vaja. Ega selliseid ahaa lahendusi kindlasti ei ole. Loomemajanduse arendamiseks peaks tegema midagi sellist, mida ei ole enne tehtud. Maksupoliitika muutmine ei ole minu arvates parim lahendus. Kui otsida turg, koht turul, siis pakkude tootjale, et sa teed selle toote ära või ilusama ja parema – siis võiks töötada küll.
- negatiivne näide. Üks leivatootja otsis oma saiaadele uut pakendit. Pakkusime välja, et meie õpilased teevad kursusetöö raames kavandid. Oldi nõus. Kui me need saatsime neile, oli vaikus ja mõne aja pärast ilmus turule odav rahvusromantiline toode. Plagiaat.

- turunduseelarvetes on tegelikult ettevõtetel raha küll, rohkem kui EASis.
- see Navitrolla näide, see sobib osadel juhtudel ainult. Aga kui see pöörduja oleks Toomik, mis siis oleks saanud. Need on vähesed, kes selleks sobivad.
- me jõuame jälle sinna, et me ei saa igalt kunstnikult nõuda, et ta peab ennast tooteks tegema – osa seltskonda peab ikkagi jääma vabade kunstide tasandile. Küll aga saab Toomikuga koostööd teha läbi festivalide ja näituste, mis läheb juba turismi alla. Kõik ei lõpe piima pakendiga.
- kõik ei saa minna ise laevniku juurde – tekib ikkagi see vahendamise küsimus.
- minu arust kui asi puudutab hariduspoliitikat – meil ju koolitatakse endiselt tohutu palju ärijuhte baka tasemel – kui seal anda osades koolides mingi nüanss juurde.
- Pärnu Kolledž vahetas oma ärijuhtimise projektijuhtimise vastu välja, mis taastas kohe vastuvõtu populaarsuse. Teenuse disain magistriõppekavana alles tuleb juurde.
- nt Kanadas on *go-op* süsteem, et kolmeaastane baka kestab 4 aastat, sest iga kolmas semester on üliõpilane firmas praktilal. Seeläbi tekib seos reaalse ettevõtlusega.
- meil rakenduskõrghariduses on samamoodi baka seotud praktikaga.
- aga ärijuhtimise ja teistel majandusvaldkonna aladel seda siiski ei ole.
- siin tuleb juurde see probleem, et sel juhul paljud ei lõpeta kooli ära. IT sektor on just see, kes ütles, et kõik töötajad on ilma haridusteta, sest on enne koolilõppu firmadesse tõmmatud.
- see on koht, kus ettevõtja peaks ise ülikooli juurde minema. Et me ei taha teid kuivale tõmmata, muidu surete välja ja kust me siis enam uusi töötajaid saame. Akadeemias on suuresti avaliku sektori ja õpetajakoolitusega seotud see praktika küll.
- Muusikaakadeemiast lähevad ka suurem enamus avalikku sektorisse.

● Olulised muudatused ja esimesed sammud?

- esimene samm on mainimine erinevates poliitikates, strateegiates jt dokumentides. Praegu ei ole seda sõna kuskil sees.
 1. Sõnamaagia
 2. Poliitikate järjepidevus
- kuidas me seda tagame. Seda on jube hea öelda, aga kuidas seda teha?
- valijad, me kõik oleme valijad, ja vaja on selgeks teha, et me valime sellise partei, kes seisab selliste ja selliste asjade eest. Loomemajandusega tegelejad peaksid organiseeruma ja ütleva, et **me oleme sihtgrupp ja me hääletame sellise partei eest, kelle platvormis on sees kokkulepe järjepideva haridus ja innovatsioonipoliitika toimimise kohta.**
- aga siis on äkki **organiseerumine hoopis teine punkt.**
- liidud on kõik olemas, aga kui küsid midagi sektori kohta, siis sellest ei tea keegi mitte midagi.
- **võrgustik on see märksõna** ja mitte ainult loomemajanduse allvaldkondade vaheline, vaid kaasates ka ärimehi jm tegelasi.
- üks on erialane võrgustik, teine valdkondadevahelised võrgud aga oluline on ka see **survegrupi võrgustik.** Nagu ametühingud tekkisid omal ajal – vaja oli kedagi survestada. Tänapäeva poliitikud ei liiguta lillegi kui tal ei ole survegruppi vastas.
- kas sellele organiseerimisele võiks lisada ka koostöö
- järgmine punkt oleks need proaktiivsed tugistruktuurid
- meil on vaja kedagi kes kujundaks loomemajanduse poliitikat ja survestaks neid teisi.
- see iseorganiseerumine viibki nende proaktiivsete tugistruktuurideni välja – tekib tagasiside. Vastasmõju. Sellest 3 punkti supist tekib RNA, mis loob DNA ja see juba hakkab looma uusi asju.
- **meil on vaja et loomemajandus oleks nimetatud erinevates poliitikates.**
- esimese punkti juures rääkisime, et loomemajandus oleks defineeritud ja kajastuks erinevates poliitikadokumentides – haridus jt. Kuidas see järjepidevus seostub LM, see on ju üldine.

- vaja on järjepidevust – hariduspoliitikas ja innovatsioonipoliitikas, kus oleks sees ka loomemajanduse põhimõtted. Poliitikate järjepidevust ei taga sõnamaagiaga – seda tagab survega. Kui me lähema seitsme aastaga ei suuda seda tagada, siis me muutume läänemere soome lõuna-eesti murdeks.
- siis meil on lihtsalt laulupeod iga viie aasta tagant.
- Soomes ahmivad ka praegu majanduse maksupoliitika osas õhku – me muidugi tervitame neid meie klubisse tuleku üle ☺.
- haridus ja innovatsioonipoliitika on neil ikkagi paika pandud. Kaks püha lehma võiks ka meil olla.
- valitsusest sõltumatu peaks see loomemajandus igal juhul olema ☺.
- samas keskkond on saavutanud staatuse kus ta on poliitikate ülene. Siit võiks tuua analoogi ka LM. Miks siis keskkonda saab ja kultuuri ei saa.
- ma arvan, et see on juhuse värk. Keskkonnas sattusid olema inimesed, kes selle läbi surusid ja ..
- keskkonnas liigub ka väga palju rahasid. Ja stabiilse olukorra hoidmiseks on oluline omada suuri rahasid.
- siis peaks loomemajandus ka hakkama liikuma piisavalt palju rahasid, et see stabiilsus tuleks.



● Millest peaks alustama?

- teadlikkusest
- punktid 1 ja 2.
- ma arvan, et kõigepealt peab tekkima teine – organiseerumine ja survegrupp, sest muidu ei jõua see loomemajandus ju erinevatesse poliitikatesse. Aga **kootöö ja organiseerumise tulemusel tekib see surve, mis aitab seda poliitikat kujundada ja teistesse dokumentidesse sisse siduda ning järjepidevust nõuda.**

KOKKUVÕTEKS

Ideed, millele avaldati toetust ehk „mummude“ jagamise tulemus:

- loomemajanduse arendamiseks on oluline tekitada rohujuure tasandil selle teema eest seisev laiapõhjaline survegrupp – mis koondaks nii loomesektori, ettevõtjate, samuti ülikoolide jt osapoolte esindajaid;
- üks kesksemaid märksõnu, mida ära märgiti, oli koostöö, seda erinevates vormides:
 - valdkondadeülese ja valdkondade vahelise koostöö tugevdamine;
 - nn proaktiivse tugistruktuuri loomine – kes viiks kokku erinevaid osapooli (loomesektori ja ettevõtlussektori esindajaid); kes toimiks vahendajana eri osapoolte vahel ning pakuks võimalusi valdkondevaheliseks koostööks.
- loomemajanduse sidustamine erinevate poliitikatega – eeskätte ettevõtluse ja innovatsiooni ning hariduspoliitikaga; tähtsustati vajadust viia termin 'loomemajandus' sisse erinevatesse poliitikatesse;
- teadlikkuse tõstmine – loomemajanduse teema vajab täiendavaid arutelusid, oluline on viia see erinevate osapoolteni;
- tekitada konkreetseid lihtsaid lahendusi, mis aitaks loomemajandust arendada, sh hoida ja suurendada entusiasmi sellega tegelda (põhjendus: loomemajanduse temaatika mitmekülgsus ja laiaulatuslikkus tekitab raskesti hoomatavust)

Teemad, mis läbisid rohkemal-vähemal määral kõiki kolme töögruppi:

- vaja on suuremat selgust ja seda nii:
 - a. loomemajanduse temaatika osas – see tähendab, et jätkuvalt on vaja tegelda erinevate osapoolte teadlikkuse tõstmisega;
 - b. selle koordineerimise küsimuse osas – s.t, et vaja on tekitada süsteemi selles osas, kes tegeleb loomemajanduse strateegilise arengu küsimustega ning kes ja kuidas sinna kaasatud peaksid olema (kalduti toetama laiapõhjalist struktuuri, mis koondaks nii loome- kui ettevõtluse sektori esindajaid, avaliku sektori (erinevate ministeeriumide) esindajaid, samuti ülikoolide ja KOVide esindajaid);
 - c. loomemajanduse tugisüsteemi ja infojagamise osas: s.t, et oleks kuhu pöörduda ja kust saada oma ideedele, küsimustele tuge. Et loomesektori esindajate poolt vaadatuna oleks „üks uks“, millest siseneda.
- keskse teemana rõhutati koostöö vajadust, seda nii valdkondade vaheliselt kui valdkondade üleselt. Tekitada võrgustikke loomeinimsed-äriinimesed-avalik sektor. Nende võrgustike baasilt saaksid omakorda kujuneda kompetentsikeskused, survegrupid, kes oleksid riigile loomemajanduse arendamisel strateegiliseks partneriks. Teiselt poolt nähti riigi rolli tugivõrgustiku käivitamisel, kuna loomemajanduse kui uue ja laiapõhjalise teema juurutamine on ressursimahukas.
- kalduti toetama mõtet, et loomemajanduse teema tuleks siduda erinevatesse strateegilistesse dokumentidesse ja poliitikatesse ning seda eelkõige ettevõtluse, innovatsiooni ja hariduse valdkonda suunavatesse dokumentidesse. Loomemajandus peaks olema neis läbiva teemana käsitletud.

5. Ettepanekud loomemajanduse arendamiseks Eestis

5.1 Eeldused loomemajanduse arendamiseks Eestis

5.1.1 Eesti loomemajanduse ees seisvad probleemid

Tuginedes peatükis 4 toodud uuringu all-etappide tulemustele saab kokkuvõttes eristada järgmisi probleemide komplekse.

Tugisüsteemi puudulikkus. Selle all on mõistetud probleeme, mis seonduvad kas loomemajanduse tugistruktuuridega, toetuste taotlemisega jt tegutsemist takistavate asjaoludega.

- **vahendajate puudumine** – uuringu erinevate etappide tulemused osutasid mitut eri tüüpi vahendajate puudumisele. Ühelt poolt saab rääkida sellist tüüpi vahendajate puudumisest, kes lähendaksid loomesektorit ja erasektorit / tööstus- ja teenindussektorit, olles nende vaheliseks lüliks, n.ö tõlgiks (vt punkt 4.2, 4.5.1, 4.5.2., 4.1.1). Teiselt poolt saame rääkida sellist tüüpi vahendajate puudumisest, kes oleksid suuteliselt loomingut turundama ja vahendama, sh väljapoole Eestit (vt punkt 4.2). Kolmandaks saame rääkida n.ö tugistruktuuride kui vahendajate puudumisest, mis kannaksid infovahendamise ja arendustegevuste nõustamise rolli (nt arenduskeskused, infovõrgustikud jne). Oluline on siinjuures lisada haridussüsteemi puudulikkus vahendajate ettevalmistamisel (vt punkt 4.5.1, 4.5.2).
- **toetuste suunitletus ettevõtlikkuse toetamisele** – ettevõtlus on omane kõigile loomemajanduse allvaldkondadele (vt punkt 4.2) – s.t et loomingust elatumine tähendab ühtlasi ka ettevõtlusega tegelemist (registreerimist FIEks, OÜ asutamist). Avaliku sektori poolt väljendatud seisukoht, et ettevõtlusega tegelemine loob võimaluse igapäeva tuluallikana tegelda loometegevusega (vt punkt 4.3), on mõnevõrra piiratud, kuna ettevõtlusega tegelemine (mida tehaksegi) ei lahenda seda olukorda, kuna probleem peitub muuhulgas nende loometegevuste väärtustamisel ja selle eest väärilise tasu saamisel.
- **ligipääs rahastamisele, riskikapitali puudumine** – rahastamisele ligipääsu probleemina osundati EASi ettevõtlustoetusmeetmete vähesele paindlikkusele, mis võimaldab rahastust saada tagantjärgi (vt punkt 4.3, 4.2) ning samuti kasvule orienteerituse tingimuse sisaldumine rahastuse saamisel, mis vähendab mitmete nn elustiili tüüpi ettevõtete ligipääsu seda tüüpi toetusmeetmetele. (vt punkt 4.3, 4.2) Probleemina mainiti ka omafinantseeringu suurt osatähtsuse nõuet (vt punkt 4.1.1). Teisalt tõid nii ekspertintervjuude kui ümarlaudade tulemused välja riskikapitali puudumise, mis oleks vajalik ideede arendamiseks ja nende elluviimise ergutamiseks. (vt punkt 4.2, 4.5.1)

- **projektipõhisus** – tõusetunud kriitika oli suunatud toetussüsteemis¹⁴² domineerivale üksiktegevustepõhisele toetamisele, mis ei võimalda järjestikulistele ja pikaajalistele tegevustele toetust taotleda (vt punkt 4.5.1). See avaldab tagasilööke rahvusvahelise koostöö, aga ka ekspordi arendamisele (vt punkt 4.2, 4.5.1).
- **toetuste taotlemise keerukus** – selles osas viidati ühelt poolt nii toetuse taotlemisprotsessi keerukusele – bürokratlikkusele (vt punkt 4.1.1). Teiselt poolt toetuse saamisega seotud info raskele kättesaadavusele – selgusele, mis tingimustel, milleks ja millise tugistruktuuri kaudu on võimalik taotleda (vt punkt 4.5.1, 4.5.2)
- **riigihangete süsteemi puudulikkus** – mis „sunnib“ lähtuma ennekõike hinnast (vt punkt 4.2) ja jätab seeläbi loomemajandussektorile vähe võimalusi „kaasarääkimiseks“. Kitsast hinnakriteeriumi olulisusest lähtuvalt pööratakse vähe tähelepanu (linnas) avaliku ruumi kujundamisele ja osaliselt piiratakse ka uudsete toote- ja teenuslahenduste arendamist, mis võivad vajada suuremaid investeeringuid ja pikemat ajaperioodi teostamisel.

Koostöö vähesus. Koostöö puudulikkust võib pidada üheks keskseimaks probleemiks, mis on loomemajanduse arendamise takistuseks. Koostööprobleeme saab välja tuua mitmetes erinevates kontekstides ning see seostub paljude erinevate osapooltega. Koostöö vähesus väljendub järgmistes kontekstides:

- **loomemajanduse allvaldkondade madal sisemine organiseeritus** – hoolimata sellest, et enamikes loomevaldkondades on olemas erialapõhised koondavad organisatsioonid (vt punkt 4.2), on puudu valdkonna arenguvajaduste ja valdkonnasiseste prioriteetide seadmise võimekusest (vt punkt 4.5.1). Viimane takistab valdkonna arengut ning läbirääkimispartneriks olemist nii teistele loomevaldkondadele kui avalikule ja erasektorile (vt punkt 4.5.1, 4.5.2)
- **loomemajanduse allvaldkondade vähene sidustus teiste sektoritega** – loomemajanduse allvaldkonnad toimetavad eelkõige oma valdkonna keskselt. Seostest teiste valdkondadega saab ennekõike rääkida erinevate loomemajanduse allvaldkondade seoste näitel, märkimisväärselt vähem leiab koostöönäiteid tööstus- ja teenindussektoritega, mida paljuski on tingitud loome- ja ärisektorite asetamisest n.ö erinevatesse maailmadesse. (vt punkt 4.1.1, 4.2, 4.5.1)
- **loomesektori esindajate vähene kaasatus** – kaasatuse probleemi saab tõlgendada loomesektori ja avaliku sektori erinevate arusaamadena kaasamisest ja osalemisest: kui avaliku sektori esindajad leiavad, et nad kaasavad loomesektori esindajaid otsustamisse, kohaliku elu arendamisse, siis loomesektori esindajad seda ei leia (vt punkt 4.1.1). Loomesektori esindajad osutasid avaliku sektori vähesele usaldusele loomesektori esindajate arvamuste suhtes, mis tähendab, et ka kaasamine piirdub sageli kaasarääkimisvõimaluse andmisega, aga mitte loomesektori esindajate seisukohtadest lähtuvate tegevuste, otsuste tegemisega¹⁴³. Eriti kriitilisena nähti vähest kaasatust küsimustes, mis vajavad loomemajandussektori spetsiifilist kompetentsi (nt erinevad avalikud konkursid) (vt punkt 4.5.1, 4.2).

Madal teadlikkus. Madalast teadlikkusest saame rääkida põhimõtteliselt kõigi loomemajandusega ja selle arengu suunamisega seotud osapoolte seas, nii loomemajandusvaldkondade esindajate endi,

¹⁴² Nii EASI poolt pakutavad meetmed kui Kultuuriministeeriumi ja Kultuurkapitali toetused.

¹⁴³ Kahtlemata on siin tegemist kahepoolse probleemiga: kaasamist takistab ka loomesektori endi vähene suutlikkus organiseeruda ja ühtset seisukohta formuleerida (vt ka eelkirjeldatud probleemi: loomemajanduse allvaldkondade madal sisemine organiseeritus).

avaliku sektori kui tööstus- ja teenindussektori esindajate seas. Puudujäägid teadlikkuses avalduvad järgmises:

- **loomesektori esindajate madal teadlikkus tugisüsteemi võimalustest** – uuringu erinevate etappide tulemustest selgus, et loomesektori esindajad, kellele toetusmeetmed on suunatud, on nendest vähe teadlikud: ei teata meetmete olemasolust ja millistele tegevustele on võimalik toetust taotleda jne – eelkõige puudutab see just ettevõtlustoetusi. (vt punkt 4.2, 4.1.1). Sealjuures on oluline välja tuua lahknevused teadlikkuses meetmetest just avaliku ja loomesektori esindajate võrdluses: avaliku sektori suurem kursisolek toetusmeetmega (vt punkt 4.1.1) on küll loogiline tulemus, kuid võib juhtida avaliku sektori tähelepanu ära teadlikkuse tõstmise vajaduselt teiste sektorite seas;
- **tööstus- ja teenindussektori madal teadlikkus loomemajandusest** – see väljendub ühelt poolt üldises madalas teadlikkuses loomemajandusest tervikuna (vt punkt 4.1.1) kui teiselt poolt selles, et tööstus- ja teenindussektor ei näe loomemajandust kui lisandväärtuse andjat, pigem kaldutakse nägema seda kuluallikana (vt punkt 4.5.1, 4.5.2). Need kõik takistavad ka koostööd tööstus- ja teenindussektori ja loomemajandussektori vahel;
- **avaliku sektori kui tellija madal teadlikkus** – selles osas viidati avaliku sektori kui tellija oskamatusetele olla loomemajandussektorile toetavaks tellijaks (vt punkt 4.2, 4.5.1). Madalat teadlikkust, mida põhjustab ka koostöö vähesus loomemajandussektori esindajatega, seostati avaliku sektori konservatiivsuse hoiakuga.

5.1.2 Eesti majandusstruktuuri eripärad: sellest tulenevad võimalused ja piirangud

Eesti majanduse edasise arengu seisukohalt tuleks loomemajandust ja sellega seostuvat vaadelda kahest aspektist. Esiteks lühemaajaline perspektiiv, loomemajanduse võimalused käesolevas majandusstruktuuris ja tema potentsiaalne panus kriisi ületamiseks. Teiseks, pikemaajaline perspektiiv, mis puudutab Eesti majanduse põhimõttelisi arenguetappe ja loomemajanduse sobivust järgmisse, kriisijärgsesse majandustsüklisse.

Kriisi kontekstis võib loomemajanduse seisukohalt näha nii negatiivset kui positiivset. Negatiivseks on kindlasti see, et kriisi tingimustes maksujõuline nõudlus mitteesmatarbekaupade ja teenuste järele väheneb, seda eriti siseturul. See ei pruugi ilmingimata tähendada kokkuhoidu loomemajanduse toodete ja teenuste arvelt, sest on ka muud mitteesmaste eluvajaduste hulka kuuluvat, millelt võib kokku hoida. Samas on üsna reaalne, et loomemajandusega seotud tarbimine väheneb koos üldise tarbimise langusega. Kaudset takistavat mõju avaldavad ilmselt ka avaliku sektori eelarvekitsendused, mis puudutavad ka kultuurisektorit. Positiivne ennustus on see, et majanduskriis võib tuua, vähemalt teatud ulatuses kaasa inimeste pettumuse puhtmateriaalses tarbimises ja mittemateriaalsete väärtuste tõusu. See võiks tähendada loomega ja loomes eri viisil osalemisega seotu väärtustamist. Lisaks on viimaste aastate jooksul tõusnud inimeste keskkonnateadlikkus, mille tulemusena pööratakse enam tähelepanu säästvale tarbimisele. See pole selge, et kumb kahest nimetatud mõjust muutub olulisemaks. Ilmselt tuleks aga arvestada, et loomemajanduse produkt ja ettevõtlusvormid on majanduskriisi perioodil mõnevõrra teistsugused kui muudel perioodidel.

M. Porter'i majandusarengu tsüklite mudel võimaldab käsitleda eespool esitatud küsimusi pikaajalisest perspektiivist. Sellest mudelist lähtuvalt võib väita, et Eesti kriisieelne majandus asus nn

investeeringipõhise arengu staadiumis, kus põhiliseks eduallikaks oli nn mastaabiefekti saavutamine, mis tähendas täiendavate investeeringute abil enam-vähem samasuguste (kui varem) toodete ja teenuste tootmine varasemast suuremal hulgal. Eesti kriisijärgne majandus, kui vahepeal ei toimu totaalset lagunemist peab edu saavutamiseks paratamatult varem või hiljem sisenema innovatsioonipõhise arengu staadiumisse. Eesti eeldusi arvestades ei saa see staadium olema ilmselt mitte niivõrd kõrgtehnoloogilise tööstusliku tootmise põhine, kui ikkagi valdavalt teenusemajanduse põhine (senisest keerukamad teenused, s.h eksporditavad). Võib lisanduda ka teatud määral praegusest oma ärimudelilt ja tehnoloogiliselt tasemelt arenenumat tööstuslikku tootmist. Loomemajandus sobib sellisesse majandusstruktuuri ülihästi ja aitab seal tekitada vajalikke võimendusi integreerides (rakendusliku) teadusega, kultuuriloomelise ja -pärandiga seotud tegevused uuenduslikult tööstus- ja teenindussektoriga.

Kriisi tingimustes peavad ettevõtted hakkama kiirendatult otsima uusi lahendusi. Näiteks on Eesti Arengufond oma töödes ja "rahvavalgustuslikus" tegevuses pidevalt rõhutanud, et innovatsioon Eesti ettevõtete jaoks ei pruudi tähendada tingimata kõrgtehnoloogilist tootmist traditsioonilises kitsas mõttes, vaid eelkõige just ärimudelite innoveerimist, nende loovat, nutikat muutmist ja arendamist. Selles kontekstis, tuues näiteid Soomest, võib "Marimekko" ärimudel olla samamoodi edukaks väljapääsuks kui "Nokia" oma. Esimesel juhul peitub loovus ärimudelil, stiilis, turundamises jms komponentides, mitte kõrgtehnoloogilises tootmises. Eestis on näiteks "Baltika" muutumine tootmisettevõttest sisuliselt brände loovaks ja rahvusvaheliselt turustavaks ettevõtteks, kus tootmise osa võib olla minimaalne või hoopiski puududa. Rõivatootmise kehv sobivus Eesti uude, kallimale maale iseloomulikkude majandusstruktuuri ei tähenda, et lakkaks rõivadisaini ja müügi alane äritegevus. Siin avanevad aga suured võimalused mitmetele loomemajanduse allvaldkondadele: moedisain, reklaam jt.

Eesti majanduspoliitika eksperdid on ühel meelel, et allhanke domineerimine meie ekspordistruktuuris peab vähenema ja lõpptoodangu oma suurenema. Kui allhanke puhul olid seosed Eesti loomemajandusega peaaegu olematud¹⁴⁴, siis olukorras, kus Eesti ettevõtted peavad orienteeruma välismaisele lõpptarbijale, tõuseb nende seoste tähtsus oluliselt.

Vaadeldes teenindusmajanduse valdkondade loetelu (keskkonnatehnoloogiad; taastuvenergeetikaga seotud mitmekülgne tegevusalade kompleks, kus Eestile nähakse olulist ekspordipotentsiaali (sisaldab ka tootmist); tervisekosutusäri, laiemalt erinevad heaoluteenused, eriti arvestades elanikkonna vananemist), võiks loomemajanduse eri harudel olla küllaltki pakkuda just viimatimainitud kahe valdkonna osas.

Arvestades, et korralliku loomemajanduse väljaarendamine Eestis võtab paratamatult aega peaksime oma toetuspoliitikates orienteeruma pigem pika- kui lühiajalistele eesmärkidele. See tähendab orienteerumist **kriisijärgse** majanduse ja ühiskonna kontekstile, millele on iseloomulik interdistsiplinaarsus teadus- ja arendustegevustes ning klassikaliste piiride hägustumine tarbijate, tootjate ja loovtegevuste vahel..

¹⁴⁴ Erandiks on kasiinomängude tarkvara tootmine, mis sisuliselt on allhange, liigitub aga formaalselt loomemajanduse alla.

5.1.3 Loomemajanduse arendamise potentsiaal Eestis: süntees alletappide tulemuste põhjal

Kesksete teemad, millele käesoleva uuringu käigus keskenduti ja selle erinevate all-etappide raames vastuseid otsiti, olid järgmised:

- loomemajanduse arendamise eesmärgid
- loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali olemus
- loomemajanduse allvaldkondade iseseisev toimimine *versus* seotus teiste sektoritega, sh loomemajandussektori allvaldkondade vahelised ja seosed tööstus- ja teenindussektoriga
- loomemajanduse allvaldkondlike prioriteetide määratlemise võimalikkus

Alljärgnevalt on nimetatud nelja teema lõikes esitatud sünteesitud seisukohad, arvestades peatükis 4 toodud all-etappide tulemusi.

Loomemajanduse arendamise eesmärgid

Teadlikkuse küsitlusuuring ning kontentanalüüs näitasid, et loomemajandust mõistetakse pigem positiivse tulevikuperspektiiviga alana, mille potentsiaali ei ole täna veel osatud ära kasutada. Loomemajanduse võimalusi nähakse suuresti **majanduse konkurentsivõimekuse** tõstmise võtmes, suuresti läbi **lisandväärtuse** andja rolli ning **ekspordipotentsiaali** suurendaja rolli, sh kultuuriekspordit kui positiivse kuvandi loomine riigile ning teisalt omanäoliste toodete, teenuste loomine (tähenduse loomine) (vt punkt 4.1.1, 4.1.2).

Loomemajandus on tugevalt seotud loova majanduse kontseptsiooniga¹⁴⁵, mille läbi tekib eriti tugev seos **teadmistepõhise arengu ja innovatsiooniga** (vt punkt 2). „Teadmistepõhise Eesti“ dokumendis väljatoodud prioriteetsete valdkondade arendamisega nähti loomemajandusel seost eelkõige rahvuskultuuri ja keele jätkusuutlikkuse tagamisega, info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate arenguga ning Eesti riikluse järjepidevuse tagamisega (vt punkt 4.1.1). Kultuur on väikeriigi nagu Eesti jätkusuutliku arengu seisukohalt eriti oluline. Teisalt saab kultuur läbi loomemajanduse avaldada ka majanduslikku mõju, sh just seeläbi, et baseerub omakultuuril.

Teadmistepõhise ja loova majandusmodelini jõudmisel on oluline roll **info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate** arengul (vt punkt 2). Uued tehnoloogiad on juba avaldanud olulist mõju, kuid nende efektiivsemas rakendamises nähakse olulist võimalust loomemajanduse allvaldkondade arendamisel (vt punkt 4.1.1, 4.2).

Nii rahvusvaheline praktika (vt punkt 4.4) kui läbiviidud küsitlusuuring näitab, et loomemajanduse arendamise taotlused on mitme-mõõtmelised, sidudes endas nii majanduslikke (**loovus kui Eesti majandusmodeli alus, tõmmata ligi innovaatilise ettevõtteid**), sotsiaalseid (**võrgustikud**) kui keskkondlikke (**atraktiivne elukeskkond**) aspekte (vt punkt 4.1.1). Esile tõstetud eesmärgid viitavad kompleksele ja laiapõhjalise arendamise vajalikkusele riigi siseselt. Seestpoolt väljapoole liikumise suunda loomemajanduse arendamisel pidasid oluliseks ka loomevaldkondade esindajad, kelle arutelud viisid tõdemuseni, et vaja on:

- tugevdada valdkondade sisest ja vahelist organiseeritust ja koostööd;

¹⁴⁵ Vt nt: Howkins, J. (2002) *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

- ärgitada koostööd tööstus- ja teenindusettevõtete ning avaliku sektoriga;
- luua tugiorganisatsioone, arendada võrgustike, keskkondi.

Ka rahvusvahelise koostöö ja ekspordi suurenemise eeldusena nähti Eesti sisese koostöö intensiivistamist (vt punkt 4.5.1).

Loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali olemus

Erinevad uuringu alletapid (põhisisendina süvaintervjuud), mille raames hinnati loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali nii majanduslikust, sotsiaalsest, ruumilis-keskkondlikust, rahvusvahelise võimekuse, innovaatsilisuse ja hariduse aspektist, võimaldavad tuua esile erinevaid kõrge potentsiaaliga loomemajanduse allvaldkondi. Samas täidab neist igaühe potentsiaal erinevat eesmärki.

- Kui võtta aluseks mastaap (tegijate, tegevuste, harrastajate hulk) ja rahvusvahelisus (tuntus ja tunnustatus), siis saab välja tuua muusika valdkonna. Kui siia lisada kolmas mõõde – võime kaasata palju erinevaid loomevaldkondi, saab lisada filmivaldkonna¹⁴⁶.
- Kui võtta aluseks omanäolisuse olemasolu rahvusvahelises kontekstis, tõusevad esile mitmed rakenduskunstid (nt nahakunst, tekstiilikunst, klaasikunst). Omanäolisuse potentsiaal tugevneb seda enam, mida kaugemale Euroopa kultuuriruumist end võrdluskontekstina seatakse. Osade allvaldkondade puhul võimendub potentsiaal ka läbi erialase õppe eripärasuse ja terviklikkuse.
- Kui võtta aluseks mastaap ja sotsiaalne sidusus (kohaliku elu edendamine), siis saab välja tuua ajakirjanduse, kirjanduse (s.t kokku kirjastamise) ja teatri olulisema rolli. Samuti saab selles kontekstis esile tõsta muuseumid.
- Kui võtta aluseks võimenduse pakkumine teistele, s.t loomemajanduse hulka mittekuuluvatele majandussektoritele, saab välja tuua kõigepealt disaini (eelkõige tootedisain, graafiline disain, strateegiline disain), aga ka pärandi valdkonnad (nii muuseumide kui käsitöö arendamise kaudu). Kui disain sidustub tööstus- ja teenindusettevõtetega laiemalt, siis pärand (käsitöö ja muuseumid) annab olulise sisendi turismisektorile. Sealjuures on neil ka vastastikmõju võime: pärand kui allikas omanäoliseks disainiks ning disain kui lisandväärtus käsitöötoodete arendamisel.
- Kui võtta aluseks atraktiivse töö- ja elukeskkonna loomise võime, mis muudaks elukeskkonna atraktiivseks nii omainimestele kui meelitaks ligi teisi (talente, turiste, investoreid) mujalt, siis tuleb märkida eelkõige arhitektuuri (ka ehituskunst, muinsuskaitse, avaliku ruumi planeerimine) valdkondi – kui suurima potentsiaali omajaid keskkondlik-ruumilise atraktiivsuse tõstmisel. Samas mängivad väga olulist rolli just mitmekesisuse ja kvaliteetse avaliku ja eluruumi tekitamise seisukohalt erinevad kunstid: visuaal-, rakendus- ja esituskunstid ning nende nähtavus linnaruumis.
- Kui võtta aluseks loovuse ergutamise vajadus ja võimalused selle arendamiseks, mis üldiste rahvusvaheliste trendide kontekstis omab võtmetähtsust (vt punkt 2), tõusetuvad esile valdkonnad, mida on võimalik sidustada harrastusvõimaluste, koolituse ja haridusega laiemalt. Potentsiaali omavad siin enamik loomemajanduse allvaldkondi, kuna nii nende harrastamisvõimalusi on rohkesti (eriti erinevate kunstide, muusika, etenduskunstide osas) ning ka nende harrastajaid on palju.

¹⁴⁶ Filmi mastaapsus tulebki läbi teiste valdkondade kaasamise.

Arvestades asjaoluga, et allvaldkondade võimekused on seotud erinevate potentsiaali aspektidega, on nende potentsiaalidest lähtuv allvaldkondade ühte pingeritta asetamine komplitseeritud. Viidates loomemajandusteadlikkuse küsitluse tulemustele, siis nähti kõigis allvaldkondades mitmekülgset potentsiaali: üle keskmise hinnanguid anti kõigi allvaldkondade nii majanduslikule kui sotsiaalsele potentsiaalile.

Loomemajanduse allvaldkondade iseseisev toimimine versus seotus teiste sektoritega, sh loomemajandussektori allvaldkondade vahelised ja seosed tööstus- ja teenindussektoriga

Kuna loomemajanduse allvaldkonnad on oma olemuselt väga eripalgelised, siis ka nende võime kaasata teisi valdkondi oma toodete, teenuste loomisesse on samuti väga erinev. Oluliselt suurema võimega kaasata teisi oma ühe produkti loomisesse on filmi, reklaami, ajakirjanduse ja ringhäälingu valdkonnad. Tunduvalt vähem saavad teisi loomemajanduse valdkondi otseselt kaasata kujutavad kunstid, pigem kaudselt – inspiratsiooniallikatena. Osad allvaldkonnad saavadki väljenduda vaid läbi teiste sektoritega seostamise: arhitektuur, disain. Ei ole valdkonda, mis ei suudaks olla „kasulik“ või seostuda ühegi teise loomevaldkonnaga (vt punkt 4.2).

Enamus loomemajanduse valdkonnas tegutsevatest ettevõtetest on mikro- ja väikeettevõtted või füüsilisest isikust ettevõtjad (vt punkt 4.2). Mõned allvaldkonnad on paremini organiseerunud kui teised, aga üldiseks probleemiks on ikkagi koostöö vähesus: seda nii allvaldkondade sees, vahel kui teiste majandussektoritega (vt punkt 4.5.1, 4.1.1). Loomemajanduse arendamise seisukohast Eestis on aga koostööl üks võtmetähtsusi, sest Eesti ettevõtted on pigem väikesed ja loomemajanduse suurkorporatsioon¹⁴⁷ (vähemalt rahvusvahelise ulatusega) ega ka suurtööstuse, (mis põhineks Eesti disainil), teket ei ole ette näha. Eesti areng liigub pigem teenustemajanduse suunas (vt punkt 5.1.2).

Erinevaid seostumise viise võiks välja tuua kolme tüüpi:

- sidustatus toimib suuresti **indiviidide kaudu** – paljud loomeinimesed on aktiivsed mitmes allvaldkonnas ja/või organisatsioonis. Seetõttu on raskendatud ka statistikakogumine loomesektoris tegutsevate inimeste kohta, kuna oht on lugeda inimesi mitmekordselt (EKI, 2005)¹⁴⁸. See lihtsustab küll allvaldkondade vahelist koostööd, teisalt, „väikese“ ühiskonna tingimustes, pidurdab info neutraalset ja organiseeritud liikumist ning soodustab „onupojapoliitika“ teket (vt punkt 4.1.1).
- Teist tüüpi seosed tekivad **omavahel haakuvate allvaldkondade vahel**. Positiivseid näiteid valdkondade sidustatumast arenemisest võib näha mitmeid: nt filmi- ja meediaklastri kujunemisest (film, video, TV, digitaliseerimine) (vt ka punkt 4.3); või rahvusliku käsitöö ja -muusika koondumine Viljandisse TÜ Kultuuriakadeemia ja Pärimusmuusikakeskuse ümber. Selliste maailma kogemuse mõistes mikro- ja väikeklastrite areng on positiivne ja vajalik. Seeläbi tekiksid kompetentsikeskused, mille abil oleks võimalik valdkondi endid efektiivsemalt arendada, aga ka koostööd erinevate ettevõtlussektorite ja avaliku sektoriga tõhustada (vt punkt 4.5.1, 4.5.2).
- Ainult loomevaldkondade endi vahelise sidususe suurendamine tõenäoliselt ei ole piisav, et täita esitatud taotlusi. Tuleb leida **seoseid teiste majandusvaldkondadega** – seni veel suhteliselt kasutamata potentsiaal. Loomevaldkondade majandusliku ja keskkondliku potentsiaali võimenduseks saaks olla tööstus- ja teenindussektor: esimene nt aktiivsema disainivaldkondade rakendamise läbi, teine nt turismitoodete arendamise kaudu (vt punkt 4.2, 4.5.1). Loomemajanduse

¹⁴⁷ Paljud siinsed reklaami- ja meediafirmad on rahvusvaheliste korporatsioonide osad (vt punkt 4.2).

¹⁴⁸ Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2005.

valdkonnad saavad sisu ja tähenduse loomise kaudu tõsta teiste sektorite ettevõtete konkurentsivõimet ja ekspordipotentsiaali (vt punkt 4.5.1, 2).

Loomemajanduse allvaldkondlike prioriteetide määratlemise võimalikkus

Loomemajanduse eelisarendatavate valdkondade valiku tegemise võimalikkuse hindamiseks seostatakse omavahel loomemajanduse arendamise taotlus ja loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali hindamise tulemused.

Taotluse keskmes on arusaam loomemajanduse arendamisest läbi laiapõhjalise sidustamise teiste sektoritega. Tulenevalt taotluse fookusest ning lisades juurde uuringu erinevate alletappide tulemused, võib väita, et valdkonnapõhiste prioriteete püstitamine on raskendatud ja võib osutuda ebaproduktiivseks ja seda järgmistel põhjustel:

- esiteks: potentsiaali nähti kõikides loomemajanduse allvaldkondades, mida kinnitasid nii loomemajandusteadlikkuse küsitluse, süvaintervjuude kui ümarlaua (vt punkt 4.5.1) tulemused;
- teiseks: erinevast aspektist vaatamine annab eelistused erinevatele loomemajanduse allvaldkondadele (vt punkt 4.2, 4.1.1, 4.1.2). See muudab komplitseeritaks ühe allvaldkonna eelistamise teisele, kuna ühene lähtealus selleks puudub;
- kolmandaks: loomemajanduse allvaldkondade potentsiaal on aja jooksul muutuv ja arenev koos allvaldkondade endi arenemisega (vt punkt 4.5.1);
- neljandaks: ka erinevate riikide praktikad (vt punkt 4.4) iseloomustab prioriteetide seadmine enam tegevussuundade kui valdkondade põhiselt. Valdkonnapõhised eelistused aktualiseeruvad enam kohalikul ja regionaalsel tasandil kui riigi tasandil. Panustamine üksikutele sektoritele tähendab paljudel juhtudel panustamist teatavale valdkondlikule grupile nagu näiteks digitaalne meedia (vt punkt 2). Rohkem saab rääkida klastrite loomisest ja klastripõhistest prioriteetidest: näideteks Berliin või Singapur (vt punkt 4.4);
- viiendaks: riikide praktika, kes on panustanud valitud sektorite eelisarendamisele, näitab, et sellega on kaasnenud ka riigipoolne (suuremahuline) finantside suunamine vastava valdkonna arendamiseks (nt Island, Uus-Meremaa) (vt punkt 4.4);
- kuuendaks: kasvavat tähtsust omistatakse nn õnnelikule juhusele (*serendipity*), mis väidetavalt etendavad suurimat rolli innovatsiooniprotsessides, asendades järjest rohkem ettemääratust ja kindlat juhtimist (vt punkt 2). Lisaks esitab pidevalt muutuv (globaalne) keskkond väljakutse olla paindlik ja pidevalt avatud uutele võimalustele just väikeriikidele. (vt punkt 2)
- seitsmendaks: rahvusvahelised trendid kõnelevad laiapõhjalisest lähenemisest loovusele – loovusele tema erinevates seostes ja kombinatsioonides, loovusele kui valdkondi läbivale ja neid ületavale nähtusele (vt punkt 2).

Seega, eeltoodust tulenevalt peaksid riigi tasandil allvaldkondlike prioriteetide seadmise asemel need kujunema pigem aja jooksul iseorganiseeruvalt, mida rõhutasid just loomesektori esindajad ise (vt punkt 4.5.1). Allvaldkondadepõhised prioriteetidid saavad baseeruda allvaldkondade endi organiseerumis-, arenemis- ja kokkuleppimisvõimel ning ühiste prioriteetide seadmise suutlikkusel (vt punkt 4.5.1).

5.2 Loomemajanduse arendamise loogika

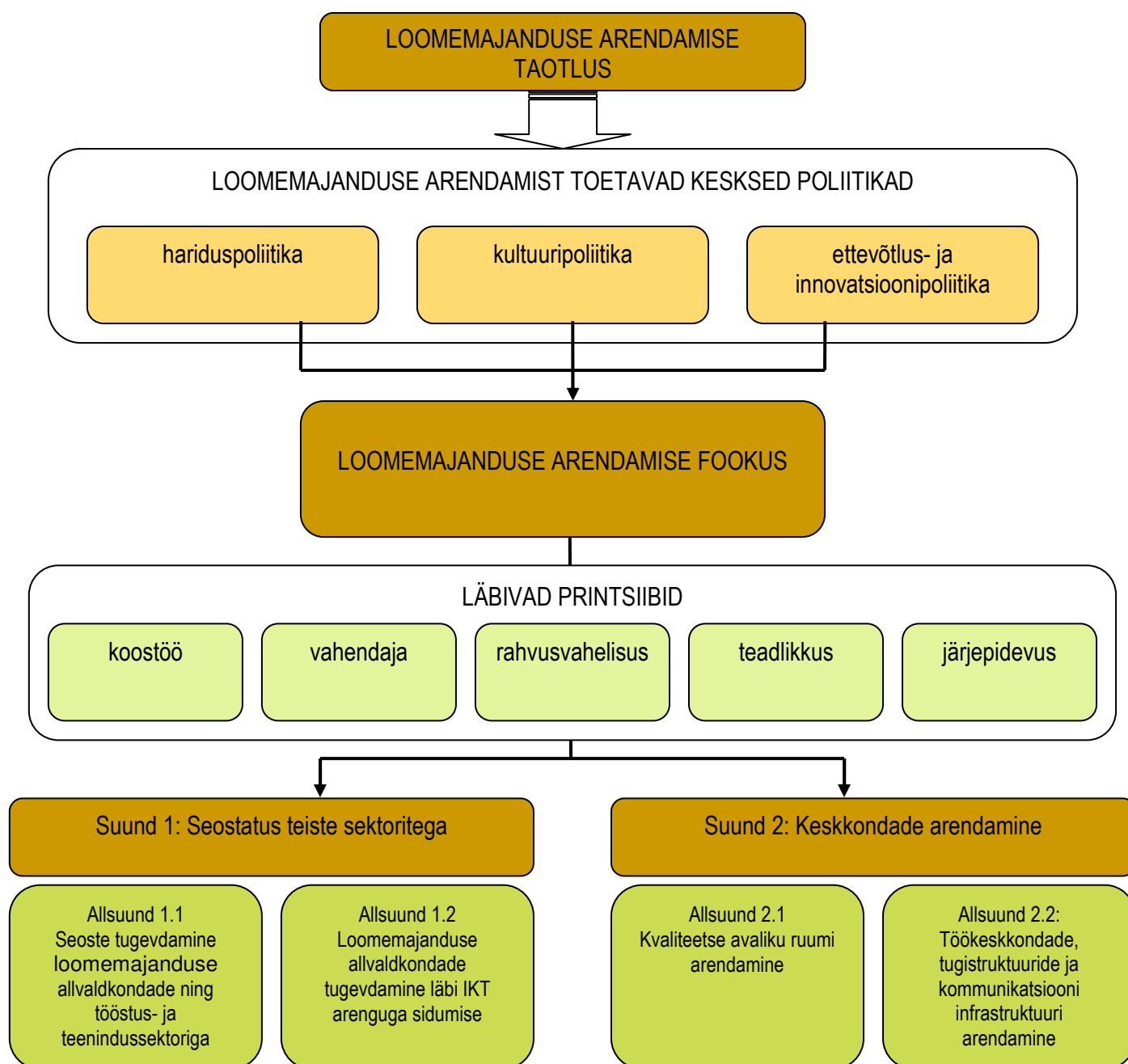
5.2.1 Loomemajanduse arendamise lähteskeem

Loomemajanduse arendamise loogika väljapakkumisel lähtutakse uuringu all-etappide käigus saadud tulemuste üldistamisest. Võttes arvesse esiletulnud probleemid, Eesti majandusstruktuuri olemuse ning loomemajanduse potentsiaali, kirjeldatakse alljärgneva joonise (vt joonis 13) abil võimalikku terviklähenemist loomemajanduse arendamisele.

Terviklähenemise tekitamine eeldab omavahel seostatud lahendite andmist nelja järgmise komponendi lõikes:

- loomemajanduse arendamise taotlus
- loomemajanduse arendamist toetavad poliitikad
- loomemajanduse arendamise kesksed fookused
- loomemajanduse arendamise läbivad printsiibid

Lähtudes nimetatud komponentidest pakutakse välja loomemajanduse arendamise põhisuunad.



Joonis 13. Loomemajanduse arendamise lähteskeem

Allikas: autorite koostatud

5.2.1.1 Loomemajanduse arendamise taotlus

Lähtudes punktis 5.1.3 nelja teema löikes käsitletud Eesti loomemajanduse potentsiaali analüüsist saab loomemajanduse arendamiseks Eestis sõnastada järgmise taotluse:

Loomemajanduse arendamise taotluseks Eestis on eelkõige majandusliku ning keskkondliku lisandväärtuse loomine läbi erinevate valdkondade sidususe ja elukeskkonna atraktiivsuse tõstmise. Selle tulemusel saab tõsta ettevõtete rahvusvahelist konkurentsivõimet, riigi atraktiivsust nii inimeste (talendid, turistid) kui investeringute ligimeelitamiseks ning kohalike inimeste rahulolu elu- ja töökeskkonnaga. Esitatavad taotlused põhinevad arusaamal, et loovat majandust tuleb arendada orgaaniliselt kulgeva laiapõhjalise ja kompleksse lähenemisena.

5.2.1.2 Loomemajanduse arendamise kesksed poliitikad

Tuginedes ühelt poolt nii rahvusvahelisele praktikale kui teiselt poolt käesoleva uuringu all-etappide tulemustele (vt eelkõige punkt 4.5.2, 4.1.1) omavad loomemajanduse arendamisel kandvat rolli kolm järgmist tegevusvaldkonda/poliitikat. Nendeks on kultuuripoliitika, hariduspoliitika ning ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika. Loomemajanduse arendamiseks on võtmeküsimuseks nende omavaheline seostamine. Alljärgnevalt põhjendatakse nimetatud poliitikate kesksed rolli ning tehakse viiteid muutustele, et nende läbi toetada loomemajanduse arendamist.

Kultuuripoliitikal, mis loomemajanduse terminoloogias tähendab fookuseeritust kultuuri tuumikvaldkondadele¹⁴⁹, lasub loomemajanduse arendamisel võtmetähtis roll, kuivõrd tegemist on selliste valdkondadega, mis annavad loovat sisendit enamikele teistele valdkondadele. Kultuuripoliitika, mille fookuses on kultuuriloomel, loomeindividid jt, tugevus on põhialuseks loomemajanduse arendamisele.

Olemasolev kultuuri toetamise süsteem (toetus- ja rahastusvõimalused) eeldab teatavat fookuse laiendamist, mis võimaldaks hõlmamata loomemajanduse allvaldkondade spektrit tervikuna. Vähemasti peab kultuuri toetamise süsteem pakkuma partnerlust loomeettevõtluse toetusvõimalustele (vt punkt 4.3) ja vältima võimalust „tühjadeks laikudeks“, kus ühelt poolt pole tegemist „piisavalt“ majanduslikus mõttes jätkusuutliku tegevusega, mis võimaldaks taotleda tuge läbi EASi ning teiselt poolt on jällegi tegemist „liigselt“ kommertssuunitlusega tegevusega, mis välistab võimaluse Kultuuriministeeriumi ja Kultuurikapitali toetustele.

Ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika. Loovusele omistatakse võtmetähtsust nii majandusliku edukuse kui konkurentsivõime tõstmisel (vt punkt 2), millest tuleneb ka ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika keskne roll loomemajanduse arendamisel. Innovatsioonipoliitika eesmärgiks on, lähtuvalt teadus- ja arendus ja innovatsioonistrateegiast „Teadmistepõhine Eesti“¹⁵⁰, seatud ettevõtete lisandväärtuse suurendamine. Loomemajandusel ja selle allvaldkondadel nähakse just lisandväärtust andvat rolli, millest tulenevalt on oluline rõhutada innovatsioonipoliitika ja loomemajanduse arendamise vahelist seost. Veelgi enam,

¹⁴⁹ Vt lähemalt nt: European Commission (2006) The Economy of Culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html

¹⁵⁰ Teadmistepõhine Eesti. Eesti teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia 2007–2013, kättesaadav: <https://www.riigiteataja.ee/ert/get-attachment.jsp?id=12794495>

innovatsioonide teket soodustavad sellised keskkonnad, mis soodustavad kokkupuutepunkte loomemajanduse esindajate, ettevõtlusringkondade ja ka teadus- ja arendus- / akadeemilise sfääri esindajate vahel.

Eesti kontekstis tähendab see ettevõtluspoliitika nägemuse laiendamist, mis võimaldaks seada loomemajanduse allvaldkondade poolt antava panuse ja lisandväärtuse senisest tähtsamale kohale – väärtustada loomemajanduse poolt antavat sisendit – loovat sisendit – ühena keskestest majanduslikest ressurssidest. Loomemajanduse arendamise sidumine innovatsioonipoliitikaga eeldab loomemajanduse käsitlemist ühe innovatsiooni ergutava võtmevaldkonnana.

Hariduspoliitika roll lasub ühelt poolt laiapõhjalise loovuskäsitluse toetamisel ning teiselt poolt tugisüsteemi arendamisel, mis seisneb loomemajanduse tuumikerialade tugevdamisel ning loomemajanduse toimimiseks täiendavate tugierialade (välja)arendamisel. Rahvusvahelised trendid (vt punkt 2) ning teiste riikide praktika näitab (vt punkt 4.4), et loovusest on kujunenud hariduse üks võtmesõnu ning samuti, et loomemajanduse arendamine eeldab muutuste tegemist hariduspoliitika rõhuasetustes, sh kõrghariduse restruktureerimises tervikuna (vt punkt 2). Loova majanduse kontekstis, mis tervikuna baseerub kompetentsidel ja professionaalsusel (vt punkt 2), on haridusel keskne roll.

Eesti kontekstist lähtuvalt eeldab see ühelt poolt senisest enam hariduses interdistsiplinaarsuse tähtsustamist ja võimaldamist. Viimane seisneb erialade – loomevaldkondade, ärivaldkondade ja tehniliste valdkondade erialade – vaheliste seoste tekitamises (nt nn topelthariduskraadide (*double-degree*) sisseviimise, ülikoolideüleste kõrvalerialade jms kaudu (vt punkt 4.4)). Teiselt poolt vajab tähelepanu loovuse tähtsustamine ja ergutamine haridust läbivalt. See seostub loovust toetavate õppemeetodite tähtsustamisega ning teiselt poolt kunsti, kultuuri jt õppeainetele olulisema rolli omistamisega õppekavades.

5.2.1.3 Loomemajanduse arendamise fookus

Sõnastatud taotlus annab loomemajanduse arendamisele kahese fookuse. Loomemajanduse arendamine Eestis seisab ühelt poolt silmitsi vajadusega toetada ja arendada teisi valdkondi ja sektoreid, mis omakorda võimaldab tugevdada loomemajanduse allvaldkondi endid; ning teiselt poolt oma võtmetähtsust keskkonna atraktiivsuse tõstmisel erinevas võtmes.

Kokkuvõttes: loomemajanduse arendamine ei tähenda mitte eraldi loomemajandussektori arendamist, vaid loomemajanduse arendamise sidustamist teiste valdkondade, sektorite arendamisega ning teiselt poolt – läbi keskkonna fookuse – loomemajandusele (tugeva) regionaalse ja kohaliku dimensiooni tähtsuse omistamise.

5.2.1.4 Loomemajanduse arendamise läbivad printsiibid

Läbivad printsiibid sõnastatakse, pidades silmas punktis 5.1.1 välja toodud probleeme ja on suunatud nende ületamisele. Neid üldistades saab läbivate märksõnadena sõnastada järgmised 5 märksõna:

- **koostöö** – koostöö all mõistetakse koostöö tugevdamise vajadust erinevate osapoolte vahel: loomemajanduse esindajad, avalik sektor (sh teadus- ja haridusasustused), tööstus- ja teenindussektori;
- **vahendaja** – vahendajale, kes võib väljenduda mitmetes erinevates rollides (manager, produtsent, galerist, aga ka arenduskeskus, infovõrgustik jne) – omistatakse võtmetähtsust erinevate osapoolte kokkuvõtmisel ja nendevahelise koostöö soodustamisel;

- **rahvusvahelisus** – rahvusvahelisuse all peetakse silmas ühelt poolt rahvusvahelise koostöö ja kompetentsi vajadust, tugevdamiseks loomemajanduse allvaldkondi; teiselt poolt ekspordiorientatsiooni tugevdamise ja toetamise vajadust;
- **teadlikkus** – teadlikkuse tõstmise vajadus eksisteerib erinevatel loomemajandusega seotud osapoolte osas ja erinevates suundades;
- **järjepidevus** – järjepidevuse all peetakse silmas ühelt poolt tegevuslikku järjepidevust – s.t et lähtutakse protsessi kui terviku toimimise loogikast (nt tegevusteahel: esimese kontakti loomine-tootearendustöö-turundamine-eksport) ning teiselt poolt – rahastamise järjepidevusest, mis võimaldaks pikaajalisi tegevusi ja vähendaks tsüklilisust ja projektipõhisust.

Nimetatud viite märksõna käsitletakse tegevussuundi läbivatena: need on kriteeriumiks tegevussuundade ja meetmete valikule kõigi nelja järgnevalt välja pakutava loomemajanduse arendamise suuna lõikes.

5.2.1.5 Loomemajanduse arendamise põhisuunad

Suund 1: Seostatus teiste sektoritega

Loomemajanduse arendamise taotlusest tulenevalt on lisandväärtuse andmine Eesti ettevõtetele olulisel kohal. Seetõttu tuleks keskenduda sidususe ja koostöö suurendamisele/kasvatamisele erinevate tööstus- ja teenindussektoritega, mis läbi kasvaks Eesti ettevõtete majanduslik võimekus. Loomemajanduse seotus teadmispõhise majandusega leidis toetust läbi tugevate seoste nägemise a) teadmiste ja loovuse kui Eesti majandusmudeli alustalad ning b) loomemajanduse ja info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate, üks prioriteetne arengusuund riigi Teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia järgi¹⁵¹, arengu vahel.

Allsuund 1.1: Seoste tugevdamine loomemajanduse allvaldkondade ning tööstus- ja teenindussektoriga

Uuringust selgus (vt punkt 4.1.1, 4.2, 4.5.1, 4.5.2), et hoolimata vajadusest suurendada loomemajanduse valdkondade sisest potentsiaali ja sidusust, saab oluline majanduslik mõju tulla ikkagi läbi seoste tööstus- ja teenindussektoritega. Seda eriti seetõttu, et see potentsiaal on seni praktiliselt kasutamata. Põhjusi selleks toodi välja mitmeid alates ego-kesksusest kuni majanduse arenguetappide spetsiifikani (vt punkt 4.5.1, 4.5.2, 5.1.1). Selle alasuuna keskne fookus on ületada barjääre ja ärgitada koostööd äri- ja loomemaailmade vahel. Selleks tuleb keskenduda kolme tüüpi tegevustele:

- a) teadlikkuse tõstmine
- b) hariduse tähtsustamine ja haridusalaste võimaluste pakkumise spektri ülehindamine
- c) sektorite vahelise koostöö soodustamine

A. Teadlikkus loomemajanduse võimalustest on madal – seda nii loome- kui äriinimeste seas. Seega on fookuses järgmised tegevused:

¹⁵¹ Teadmispõhine Eesti. Eesti teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia 2007–2013, kättesaadav: <https://www.riigiteataja.ee/ert/get-attachment.jsp?id=12794495>.

- loomeinimeste teadlikkuse tõstmiseks kuidas nemad saaksid oma ettevõtlust arendada, sh turundusnõu, rahastusvõimaluste kohta info levitamine;
- tööstus- ja teenindussektori ettevõtjate teadlikkuse tõstmine: kuidas loomemajanduse allvaldkonnad saavad suurendada nende konkurentsivõimet ja anda lisandväärtust;
- info jagamine erinevate loomeettevõtete, organisatsioonide ja koostöö võimaluste kohta.

B. Hariduse roll seostub eelkõige kahe aspektiga: ühelt poolt loovuse kui isiksuse omaduse olulisuse kasvuga (tuleviku)ühiskonnas, teisalt loome- ja äriinimeste vaheliste tegevussfääride loogikate vastastikku tutvustamise vajadusega. Seetõttu on oluline toetada:

- erinevate loomevaldkondade (kunst, muusika jne) õpet ja harrastustegevust ühiskonnas läbivalt, aga eelkõige laste ja noorte hulgas;
- integreeritud õppeprogramme loome- ja majanduserialade vahel;
- kultuurimanager'ide õpet, kes toimiksid vahendajatena loome- ja ärimaailma vahel, sh sideme tekitajatena, turundajatena, kontaktide leidmisega jne.

C. Kuna Eesti tööstus- ja teenindussektor ei näe loomevaldkondades esialgu veel lisandväärtust, on oluline tegelda järgmiste tegevussuundadega:

- tekitada loomesektori ning tööstus- ja teenindussektori vahelise koostöö alal positiivset kogemust;
- tekitada täiendavaid koostöövõimalusi ning kokkusaamis- ja mõttevahetuskohti;
- toetada tudengite praktiseerimisvõimalusi ettevõtetes ja tippspetsialistide loenguid/juhendamisi teadusasutustes.

Allsuund 1.2: Loomemajanduse allvaldkondade tugevdamine läbi IKT arenguga sidumise

Käesoleva uuringu erinevate alletappide tulemustele (vt punkt 2, 4.1.1, 4.2) tuginedes saab väita, et loomemajanduse allvaldkondade seoseid on vaja tugevdada info- ja kommunikatsioonitehnoloogia ettevõtetega (vt punkt 4.1.1, 4.2), kuna nende lahendused võimaldavad ühelt poolt tugevdada loomemajanduse allvaldkondade ning teiselt poolt nende areng annab endiselt uusi võimalusi uute toodete ja teenuste ja turustusviiside avastamiseks ning loomiseks. Loomemajanduse valdkondade sisuloomise võimet peetakse väga oluliseks komponendiks info- ja kommunikatsioonitehnoloogiliste lahenduste väljatöötamisel (sh meelelahutuse IT ja mängud).

Seega on loomemajanduse seostamisel info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega kahte tüüpi roll:

- a) loomemajanduse valdkondade võimekuse tõstmine
- b) uute toodete ja teenuste loomine

A. Loomemajanduse valdkondade võimekuse tõstmiseks läbi IKT tuleks toetada järgmisi tegevusi:

- interaktiivsete virtuaalsete sektoriteüleste võrgustike loomist;
- IKT võimaluste tutvustamine allvaldkondade populariseerimise ja turundamise osas ning selliste lahenduste kasutamise toetamine¹⁵²;
- loomevaldkondade tegevuse efektiivistamiseks (spetsiifiliste) IKT lahenduste/programmide hankimine/rakendamine nii alustavatele ettevõtetele kui juba tegutsevatele ettevõtetele ja organisatsioonidele;
- uute infotehnoloogiliste lahenduste väljatöötamine, mille läbi tõsta loomevaldkonna võimekust, sh rahvusvahelist võimekust. Infotehnoloogiline lahendus toimiks omaette tootena ja eksporditartiklina.

¹⁵² Nt YouTube; internetipõhine müük; kontsertide, etenduste esitamine mitmes kohas korraga.

- informatiivsete (ja pidevalt uuenevate) kodulehtede loomist loomemajanduse allvaldkondade organisatsioonidele ja ettevõtetele, mille kaudu käiks aktiivne infovahetus (kodulehe formaadis andmebaas, nii eesti- kui inglisekeelne);

B. Loomemajanduskonnad kui sisu- ja tähendusloojad saaksid oluliselt panustada ka uute info- ja kommunikatsioonipõhiste toodete ja teenuste arendamisesse. Selleks tuleks toetada:

- IKT põhiste sisuloome toodete, teenuste loomise ja turustamise toetamine¹⁵³;
- IKT ja loomeettevõtete koostööprojekte toodete ja teenuste väljaarendamisel¹⁵⁴; innovaatilised lahendused võimaldaksid kasvatada ka ekspordi.

Suund 2: Keskkondade arendamine

Keskkondade arendamise fookus lähtub taotluse rõhuasetusest tõsta elu- ja töökeskkonna atraktiivsust, arendades loovat tegevust, kommunikatsiooni ning koostööd soodustavaks. Selle tegevussuund lähtub arusaamast, et keskkond – paik – toimib loomemajandussektori tugevdajana ja kohaliku elu ja ettevõtluse elavdajana ning teiselt poolt talentide, turistide, investeringute jt ligimeelitajana.

Keskkondade arendamise tegevussuund jaguneb kaheks allsuunaks: 1) kvaliteetse avaliku ruumi arendamine, ja 2) töökeskkondade, tugistruktuuride ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamine.

Allsuund 2.1: Kvaliteetse avaliku ruumi arendamine

Kvaliteetse avaliku ruumi arendamist mõistame kolmes võtmes. Ühelt poolt mõistame kvaliteetse avaliku ruumi all aktiivse ruumi arendamist, mis soodustab kokkusaamist ja ideede vahetust. Teiseks tähendab kvaliteetne avalik ruum atraktiivset ruumi, mida iseloomustab loomingu paljusus ja nähtavus. Kolmandaks, lähtudes loomesektorite esindajate keskkonnasõbralikkusest (vt punkt 4.2)¹⁵⁵, tähendab kvaliteetse ruumi arendamine keskkonnasõbraliku ruumi arendamist.

Nimetatud kolm aspekti eeldavad täpsemalt järgmist tüüpi tegevusi.

A. Aktiivse ruumi arendamine seisneb järgnevas:

- mikrokeskkondade – kokkusaamiskohtade – arendamine;
- erinevate osapoolte (sh avaliku sektori, loomesektori, ärisektori jt) vaheliste suhtlusvõrgustike arendamine;
- nn suhtleva avaliku ruumi arendamine: interaktiivsete lahenduste arendamine.

B. Atraktiivse ruumi arendamiseks on tarvilik:

- nõudluse suurendamine loomesektori tegevusproduktide järele, mis ühelt poolt tähendab nii avaliku kui erasektori poolsete tellimuste suurendamist ning teiselt poolt laiema tarbijaskonna nõudluse suurendamist, mis baseerub nende teadlikkuse suurendamisel loomemajanduse kui keskkonna elavdamise potentsiaalid;
- omanäolisuse (omakultuurilise) tugevuse ärakasutamine avaliku ruumi elavdamisel;
- loomesektori esindajate senisest aktiivsem kaasamine avaliku ruumi arendamisse.

¹⁵³ Nt šriftid.

¹⁵⁴ Nt kohapõhised teenused, *cross-media* platvormid, mängud.

¹⁵⁵ Ray, P. H., Anderson, S. R. (2000). *The Cultural Creatives. How 50 Million People Are Changing the World*. New York: Three Rivers Press.

C. Keskkonnasõbraliku ruumi arendamiseks on vajalik:

- loomemajanduse arendamise sidumine strateegia „Teadmispõhine Eesti“ prioriteetsete valdkondadega nagu materjalitehnoloogiad ja keskkonnakaitse, mille kombinatsioon võimaldab arendada keskkonnasõbralikku ruumi;
- keskkonnasõbralike lahenduste tähtsustamine avalikus ruumis;
- loomemajanduse esindajate ja teadlaste, inseneride vahelise koostöö tugevdamine ja vastavate vahendajate grupi „tekitamine“.

Allsuund 2.2 : Töökeskkondade, tugistruktuuride ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamine

Antud allsuund seisneb loomemajanduse ja selle allvaldkondade sisemist võimekust ja arengut toetavate töökeskkondade ja tugistruktuuride väljaarendamises ning valdkonnasisese ja valdkondadevahelise kommunikatsiooni arendamises. Keskseteks põhimõteteks on mitmekesisuse, erinevate algatuste ja tegevuste toetamine ja koostöö soodustamine, samuti regionaalse ja kohaliku tasandi mõõtme tugevdamine.

Antud allsuund eeldab tegevusi kahel suunal:

- a) infrastruktuuri arendamine
- b) kompetentsi tugevdamine

A. Infrastruktuuri arendamine tähendab nii füüsilise infrastruktuuri arendamist loomemajanduse allvaldkondade spetsiifilisi vajadusi silmas pidades kui teiselt poolt infovahetuse ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamist. Täpsemalt eeldab see järgmist tüüpi tegevusi:

- loomemajanduse allvaldkondade spetsiifiliste töö- ja tegutsemiskeskondade arendamine;
- loomemajanduse allvaldkondade koostööd soodustavate ja hoogustavate tegutsemiskeskondade arendamine, koostöö ja läbikäimise ergutamine;
- loomemajanduse allvaldkondade vaheliste suhtlusvõrgustike arendamine;
- regioonides, kohalikul tasandil asuvate loomemajandusalaste kompetentsi- ja infovahetusvõrgustike arendamine.

B. Kompetentsi tugevdamine, mis ühelt poolt tähendab loomemajanduse ja selle allvaldkondade sisese võimekuse tugevdamist ning teiselt poolt loomemajandusalase teadlikkuse suurendamist, mis toetab loomemajanduse allvaldkondi nende tegevuses toetada. Täpsemalt eeldab see järgmist tüüpi tegevusi:

- loomemajanduse allvaldkondade sisese rahvusvahelise suhtluse arendamine;
- loomemajanduse allvaldkondade sisese organiseerumise ja koostöö tugevdamine;
- infovahetusvõimaluste arendamine, mis aitab tõsta teadlikkust erinevatest toetus- ja rahataotlemisvõimalustest;
- loomemajandusalase teadlikkuse suurendamine riigi, regiooni tasandi ja kohalike omavalitsuste ametnike seas.

5.2.1.6 Meetmed loomemajanduse arendamise põhisuundade rakendamiseks

Meetmete osas toetavad eelkirjeldatud tegevussuundi EASi poolt pakutavatest meetmetest teadlikkuse tõstmise programm, käivitamisel olev loomemajanduse tugistruktuuride meede ning samuti hiljuti avanenud loomemajandusalaste koolituste programm.

Samuti toetavad tegevussuundi ka EASi poolt pakutavad ettevõtlusmeetmed (nagu nt stardi- ja kasvutoetused, piirkondlikud toetused, ekspordi ja turundusega seotud toetused ning klatri arendamise toetus).

Kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamise osas saab olemasolevate meetmete seast välja tuua algatuse „Loov Eesti“ poolt arendamisel oleva loomemajanduse portaali, mille näol peaks välja kujundatama kontaktiloomise keskkond.

Siiski leiame, et olemasolevad meetmed ei anna piisavalt vajalikku tuge eelpool kirjeldatud loomemajanduse tegevussuundadele (vt ka punkt 4.3).

Seetõttu pakutakse eeltoodud nelja allsuuna rakendamiseks alljärgnevalt välja täiendavaid meetmeid. Need baseeruvad nii rahvusvahelise praktika näidetel kui uuringu erinevate etappide käigus esitatud ettepanekutel. Pakutavate meetmete esitamisel on aluseks neljakomponendiline klassifikatsiooni (vt punkt 4.4).

A. Loomeettevõtluse ärivõimekuse suurendamine, nende rahvusvahelistumise toetamine

- ettevõtluse elavdamine, sh nt:
 - ettevõtlusmeetmete kohandamine loomeettevõtete eripärasid (väiksus, nn elustiili ettevõtlus) arvestavalt, mis tähendab kasvutaotluse asendamist jätkusuutlikkuse taotlusega;
 - riskikapitali võimaldamine ideede arendamiseks.
- ärilise võimekuse suurendamine, sh nt:
 - võimekusabi¹⁵⁶ info- ja kommunikatsioonitehnoloogiliste vahendite ja lahenduste hankimiseks, kohandamiseks, väljatöötamiseks, rakendamiseks (info- ja kommunikatsioonitehnoloogia firmadelt teenuse ostmiseks);
 - loomeosak¹⁵⁷ - mis võimaldaks tööstus- ja teenindussektorite ettevõtetel osta teenust loomesektori ettevõtetelt;
 - tootearendustoetus, mis on suunatud loome- ja info- ja kommunikatsiooniettevõtete vaheliste koostöö arendamiseks (loomevaldkondadepoolseks sisuloomeks info- ja kommunikatsiooniettevõtetele);
 - toetused rahvusvahelise ekspertiisi kaasamiseks;
 - tootmistoetus – uuendusliku idee realiseerimiseks (tootmise toetamine);
 - litsentsitasu ja intellektuaalomandi registreerimise toetus.
- turundus- ja ekspordivõimekuse tugevdamine, sh nt:
 - turundustoetused, mis on suunatud loomemajanduse allvaldkondadele info- ja kommunikatsioonitehnoloogia suuremaks ärakasutamiseks turunduses;

¹⁵⁶ Samane EASi poolt pakutava innovatsiooniosakuga.

¹⁵⁷ Samane EASi poolt pakutava innovatsiooniosakuga.

- toetused interneti, web'i põhiste jms turunduskanalite osakaalu suurendamiseks;
- toetuskeemid vahendajate, *manager*'ide leidmiseks, kaasamiseks, nende tegevuse toetamiseks;
- toetuskeemid, mis võimaldavad järjepidevust (välis)kontaktide loomises, toodete ja tarbijate kokkuvõimises jmt.

B. Loovate keskkondade arendamine, keskkondade atraktiivse(ma)ks muutmine

- info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate võimaluste kasutamine keskkondade kvaliteedi tõstmiseks, sh:
 - info- ja kommunikatsioonivõimaluste arendamine avalikus ruumis (tasuta wifi jms);
 - digiteerimisvõimaluste väljaarendamine.
- füüsilise infrastruktuuri arendamine, sh nt:
 - riigipoolsed otseosalused loomesektori vajadusspetsiifilise infrastruktuuri väljaarendamisprojektides;
 - toetused loomemajandussektorile tegutsemispindade leidmiseks;
 - loomekvartalite arendamise toetamine.
- avaliku ruumi kui loova keskkonna arendamine, sh nt:
 - loomingu esitlusvõimaluste ja -pindade hulga suurendamine avalikus ruumis.

C. Finantseerimismudelid loomemajanduse arendamiseks

- maksusüsteemipõhine toetamine, sh nt:
 - suunatud käibemaksu skeem, mis võimaldab käibemaksu kaudu laekuvat raha suunata osaliselt tagasi vastava valdkonna arendamiseks.¹⁵⁸
- 1% kunstile printsipi kehtestamine
- seemnekapitali fondi loomine loomemajandusalaste projektide toetamiseks
- riigihangete tingimuste täiendamine, sh nt:
 - võimaldaks tähtsustada loomemajanduse allvaldkondade poolt antavat lisandväärtust (vähendada hinnast sõltumise tingimust);
 - seaks tingimuseks loome- ja ärisektori konsortsiumide loomise projekti elluviimiseks¹⁵⁹.

D. "Pehme" infrastruktuuri arendamine: kaasamis-, koostöö ja osalemismehhanismide arendamine

- loovuse toetamine läbi haridussüsteemi, sh nt:
 - kunsti- ja kultuurialaste õppeainete tähtsustamine õppekavades.

¹⁵⁸ Näiteks: nii Eestis kui mujal toodetud filmide levitamisest laekuvast käibemaksust teatava protsendi suunamine Eesti filmide tootmisse.

¹⁵⁹ nt Hollandis programm „Young Designers & Industry“ – mis viib kokku disainerid ja tööstusfirmad selleks, et lahendada ühiskondliku mõjuga probleem. Allikas: <http://www.ydi.nl>

- interdistsiplinaarsuse põhimõtte juurutamine kõrghariduses, sh nt:
 - (rahvusvaheliste) topeltkraadide (*double-degree*) süsteemi juurutamine;
 - integreeritud (moodul)õppe ja/või ühiste kursusetööde praktika juurutamine (nt ärijuht - disainer; muusik – jurist; tekstiilikunstnik – materjalitehnoloog jne);
 - loomesektori erialade üliõpilaste ettevõtetes praktiseerimise toetamine.

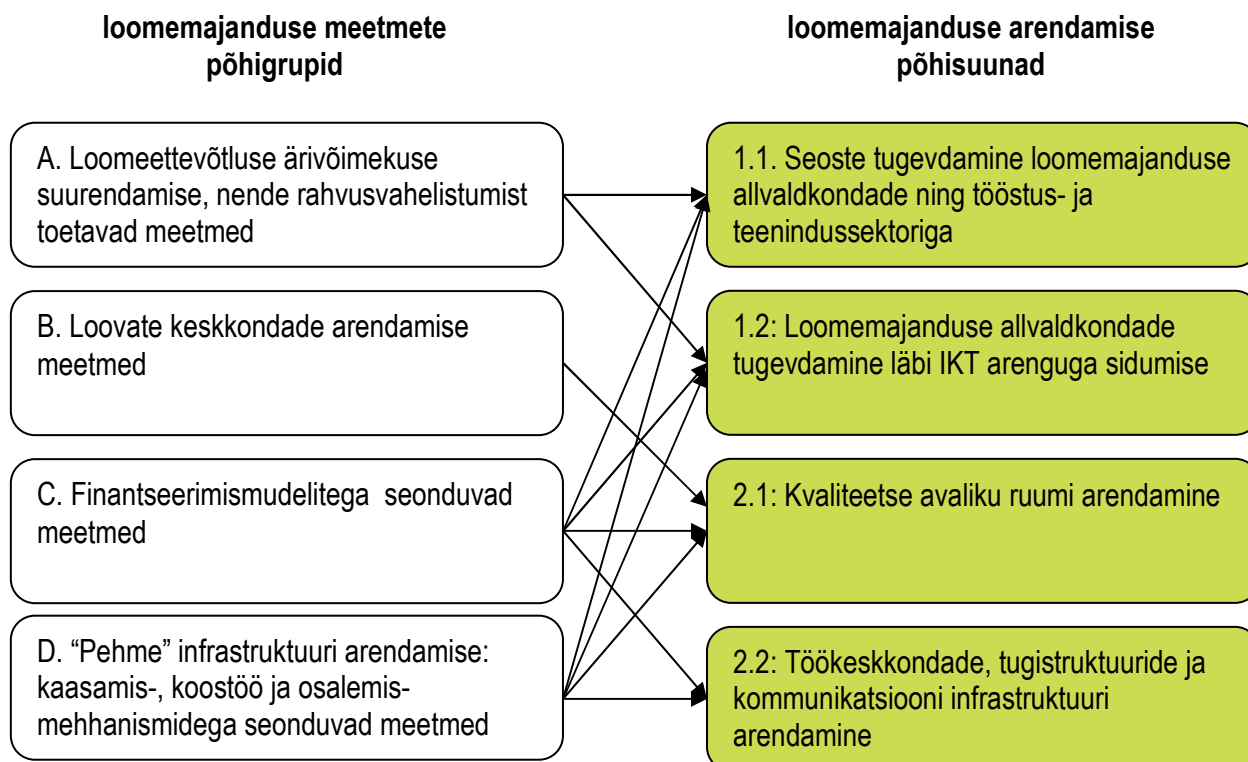
- vahendajate koolitamine, sh nt:
 - ärijuhtide õppeprogrammide täiendamine võimalusega spetsialiseeruda kultuurimanager'i õppele;
 - suurendada riiklikku koolitustellimust kultuurimanager'ide õppekohtade osas.

- teadlikkuse suurendamine loomemajandusest ja erinevate osapoolte võimalusest sellega seoses, sh nt:
 - äri-, finants- ja loomesektorile suunatud teadlikkuse tõstmise programm: kontaktide ergutamine läbi positiivsete näidete esitlemise; ühisürituste, -aruteluringide korraldamine äri- ja loomeinimeste vahel);
 - koolitusprogramm loomemajandusalaste kompetentside tõstmiseks avalikus sektoris, sh ka regioonides, kohalikes omavalitsustes.

- infovahetus- ja koostöövõrgustike arendamise toetamine, sh nt:
 - loomemajanduse allvaldkondade siseste organiseerumise, võrgustike, toetamine;
 - loomeettevõtteid ja organisatsioone koondava infoportaali loomise ja ülalpidamise toetus;
 - tegevustoetused kodulehe, võrgustiku käivitamiseks ja ülalpidamiseks (2-3 aastased, võimalusega jätkutaotluseks);
 - loomemajanduse allvaldkondade üleste koostööprojektide toetamine, sh loomeettevõtete vahelise loomeosaku juurutamine: mis võimaldab ühelt loomemajanduse allvaldkonna subjektilt osta teenust teiselt loomemajanduse allvaldkonna subjektilt.

- loomesektori esindajate kaasamise suurendamine, sh nt:
 - loomesektori osalemisvõimaluste ja otsustusosakaalu suurendamine avalikku ruumi puudutavate riigihangete jt otsustuskomisjonides;
 - loomesektori esindajate kaasamine neid puudutavate strateegiate, poliitikate ja toetusmeetmete väljatöötamisse.

Esitatud meetmed ja nende grupid avaldavad mõju korraga mitmes eri suunas. Kõrvutades neljakomponendilist meetmete struktuuri loomemajanduse arendamise nelja põhisuunaga, saab nende omavahelist sidustatust kirjeldada järgmiselt (vt joonis 14):



Joonis 14. Meetmete ja põhisuundade omavahelised seosed

Allikas: autorite koostatud

Põhilised seosed meetmete ja põhisuundade vahel on järgmised:

- loomeettevõtlaste äriõimekuse suurendamise, nende rahvusvahelistumise toetamise meetmed toetavad eelkõige allsuunda 1.1: seoste tugevdamine loomemajanduse allvaldkondade ning tööstus- ja teenindussektoriga ning allsuunda 1.2: loomemajanduse allvaldkondade tugevdamine läbi IKT arenguga sidumise;
- loovate keskkondade arendamise meetmed panustavad eelkõige allsuunda 2.1: kvaliteetse avaliku ruumi arendamine ja allsuunda 2.2: töökeskkondade, tugistruktuuride ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamine;
- finantseerimismudelitega seonduvad meetmed toetavad läbivalt kõiki nelja allsuunda, rahalise mahukuse mõttes langeb suurim osakaal keskkonna arendamisele, s.t allsuundadele 2.1 ja 2.2;
- "pehme" infrastruktuuri arendamise: kaasamis-, koostöö ja osalemismehhanismidega seonduvad meetmed toetavad samuti kõiki nelja allsuunda, omades sealjuures suurimat rolli ka erinevate allsuundade omavahelisel sidustamisel.

Toodud neljakomponendiline meetmete kompleks sisaldab nii riigi tasandi kui kohaliku tasandi tegevusi. Suurim roll kohaliku tasandi rollil lasub loovate keskkondade arendamise meetmetel, mis võimaldaksid edasi arenda olemasolevaid teadmisi ja oskusi. Lisaks suurematele maakonnakeskustele tuleks anda võimalus ka väiksematele linnadele. Viimane ei tähenda kogu meetmete rakendamise koorma seadmist kohalikule tasandile, vaid koostööd riigi ja kohaliku tasandi vahel (vt ka punkt 5.2.2).

5.2.2 Loomemajanduse arendamist toetavad koordineerimise mehhanismid

Loomemajanduse arendamise koordineerimise osas käsitletakse alljärgnevalt kahte teemat: loomemajanduse arendamise koordineerimist riigi tasandil ning teiselt poolt riigi ja kohaliku tasandi võimalikke rollide jagunemist. On oluline rõhutada, et nimetatud teemade (eelkõige kohaliku ja riigi tasandi rollide jaotamise üle) üle on veel liiga vähe arutletud, mistõttu alljärgnevalt esitatud ettepanekuid tuleb ennekõike käsitleda sisenditena edasistele selleteemalistele diskussioonidele.

5.2.2.1 Loomemajanduse arendamise koordineerimine riigi tasandil

Loomemajanduse arendamisega tegeleb Kultuuriministeerium koostöös Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumiga ja samuti Ettevõtluse Arendamise Sihtasutusega. Põhjused, mis viitavad vajadusele arutleda loomemajanduse arendamise koordineerimise üle, on järgmised:

- loomemajanduse arendamise institutsionaliseeritust – rollide jagunemist eri institutsioonide vahel – on (väljapoole avalikku sektorit) keerukas hoomata ehk teisisõnu probleem loomesektori esindajate madalast teadlikkusest tugisüsteemi võimalustest (vt lähemalt punkt 5.1.1);
- täiendavat selgust vajab EASi poolt pakutavate toetusmeetmete ja teiselt poolt Kultuuriministeeriumi ja Kultuurkapitali kaudu toimivate toimetehhanismide vastastikuse komplementaarsuse küsimus (vt punkt 4.3);
- loomemajanduse arendamise strateegiline eesmärk Eestis on alles kujunemisjärgus, mistõttu on oluline tegelda ka sellega, et viimase väljakujundamisse saaksid olema lülitatud kõik vajalikud osapooled.

Rahvusvaheline praktika (vt punkt 4.4) toob esile erinevad võimalused koordineerimise küsimuse lahendamiseks. Ühelt poolt saab rääkida eraldi struktuuride loomisest, teiselt poolt rohkem või vähem formaliseeritud koostöömehhanismidest.

Loomemajanduse koordineerimise edasine arendamine riigi tasandil seisneb tegelemises kahe järgneva sõlmküsimusega (vt ka punkt 4.5.2, 4.1.1):

1. tulenevalt loomemajanduse interdistsiplinaarsest olemusest ei piisa loomemajanduse strateegiliseks arendamiseks (strateegia ja poliitikakujundamise tasand) üksnes Kultuuriministeeriumi ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi koostööst (rääkimata põhivastutuse andmisest ühele ministeeriumidest). Senisest tugevamalt peaksid olema kaasatud Haridus- ja Teadusministeerium, samuti Justiitsministeerium;
2. ministeeriumidevahelise koordineerimise lahendamise küsimus. Selle võimalike variantidena saame rääkida kahest valikust:
 - a) koordineerimise tõstmine ministeeriumidest kõrgemale – nt Riigikantselei tasandile või peaministri büroo juurde, mille näiteid teiste maade praktikatest (valitsuse juurde moodustatud töörühmade, komisjonide näol) on leida. Arvestades Eestis loomemajanduse rolli seni veel vähest teadvustatust ja valitsuse tõrksust võtta Riigikantselei tasandile uusi koordineerivaid rolle, on see variant eelseisval perioodil väherealistlik;
 - b) teine võimalik organisatsiooniline lahend on ametkondadevahelise koordineeriva töövormi või struktuuri loomine. Otstarbekas ei ole luua sellist koordineerimismehhanismi mitte pelgalt riiklike ametkondade tegevuse paremaks koordineerimiseks, vaid anda sellele ka teine roll.

Nimelt ametkondade ja loomemajanduse valdkonnas tegutsejate „koostöökoja“ roll loomemajanduse strateegilise tähtsusega küsimuste püstitamisel ja lahenduste leidmisel.

Alljärgnevalt keskendutakse nn „pehmemale“ variandile ehk lahendile b).

Väljapakutud koordineerivat mehhanismi võiks nimetada **Loomemajanduse arendamise ümarlauaks**.¹⁶⁰ Ümarlaud omab järgmist kahest funktsiooni, tegeldes ühelt poolt loomemajanduse strateegilise arendamise küsimustega ning teiselt poolt toimides vastavateemalise informatsiooni koondamise ja levitamiseega.

- Tulenevalt loomemajanduse kui terviku arendamise vajadusest ja järjepidevuse hoidmisest selles tegevuses (vt punkt 4.5.1, 4.5.2) peaks ümarlaud kandma järgmisi funktsioone:
 - loomemajanduse (kui terviku) strateegiate ja poliitikate väljatöötamise initsieerimine ja korraldamine;
 - loomemajanduse tähtsustamine riiklikul tasandil ja ühiskonnas, sh loomemajanduse potentsiaalile väärilise staatuse tekitamine;
 - läbirääkimised regioonidega nende loomemajanduslike prioriteetide ja riigi – regioonide koostöö üle;
 - loomemajanduse poliitika ja teiste poliitikate (hariduspoliitika, ettevõtluspoliitika, turismipoliitika jt) vahekordade analüüsimine, ettepanekute tegemine EAS-i toetusmeetmete paremaks kohandamiseks loomemajanduse spetsiifikaga ja/või eraldi loomemajandusalaste meetmete väljatöötamise algatamine;
 - loomemajanduse jaoks vajalike (rakendus)uuringute algatamise koordineerimine;
- Tulenevalt vajadusest luua ühtne süsteem loomemajandusega seotud informatsioonist ja erinevatest toetusvõimalustest ja pakkuda n.ö ühte ust, millest sisse astuda (vt punkt 4.5.1, 4.5.2), on olulised järgmised funktsioonid:
 - tööjaotuse täpsustamine erinevate üksuste poolt pakutavate toetusmeetmete osas;
 - loomemajandusalase info ettevalmistamine ja levitamise koordineerimine (et loomemajandusega tegelejatele oleks selge, kus ametkondades millega tegeletakse, kuhu pöörduda abi saamiseks jne).

Lähtudes vähese kaasamise probleemist (vt punkt 5.1.1) ning loomemajandussektori-spetsiifilise kompetentsi kaasamise tähtsusest, on oluline, et ümarlaud moodustuks osapoolte mitmekesisuse baasil, koondades sh järgmisi võtmegruppe:

- ministeeriumide tasandilt loomemajanduse seisukohalt nn võtmeministeeriumeid nagu: Kultuuriministeerium, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Haridus- ja Teadusministeerium ja Justiitsministeerium;
- riigi tasandi teised loomemajandusega seotud instantsid nagu: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, Eesti Arengufond;
- ülikoolide tasandilt loomemajanduse seisukohalt nn võtmeülikoolid nagu: Eesti Kunstiakadeemia, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia, Tallinna Ülikooli esindajad (arvestades hariduse võtmetähtsust ka teiste ülikoolide esindajad);
- loomemajandussektori esindajad, sh loomeettevõtluse esindajad;
- äri- ja finantssektori tasandi esindajad;
- akadeemilise tasandi esindajad (ekspertid).

¹⁶⁰ Alternatiivsed nimetused: koostöökoda, koordineerimiskomisjon, koordinatsioonikeskus.

Oluline on ümarlaua komplekteerimisel jälgida printsiipi, et Ümarlaud ei ole mitte formaalne huvide esindamise koht, (kuhu peaksid sel juhul kuuluma kõikide loomemajandusega tegelevate loome- ja haruliitude esindajad), vaid eelkõige üldise strateegia väljatöötamise koht. Viimane seab liikmete valiku aluseks interdistsiplinaarsuse ja teiselt poolt strateegilise mõtlemise võimekuse. Ümarlaua liikmeskonnal peaks olema õigus koopteerida enda hulka uusi liikmeid. Arvestades analoogiliste¹⁶¹ struktuuride kogemust, ei tohiks ümarlaua liikmete arv olla üle 15-16 inimese.

Tähtsustades loomemajanduse arendamise järjepidevuse vajadust, peaks Ümarlaud kohtuma regulaarselt ning omama ka töökoosolekute plaani, kuhu tuleks kindlasti jätta ruumi operatiivselt üleskerkivate teemade mahutamiseks. Võiks kaaluda võimalust, et ümarlaud esitab nt igaaastase raporti peaministrile loomemajanduse olukorra ja esmatähtsate strateegiliste sammude kohta.

Hoolimata ümarlauast kui mitte väga rangest institutsioonist, on oluline, et ta omaks korralduslikku püsiliiget, kes korraldab vajalikku tegevust ka nõupidamiste vahelisel perioodil. Ümarlaual võimekuse seisukohalt on oluline omada ka väikest eelarve vajalike ekspertide tellimiseks või muude vajalike teenuste sisseostmiseks.

Vajadus Ümarlaua formaalse kinnitamise järele mingi ministeeriumi külge on võimalikud erinevad variandid loomemajanduse arendamise nn võtmeministeeriumide hulgast, lähtudes senisest rollide jagunemisest on tõenäolisem, et Ümarlaud hakkaks koos käima kas Kultuuriministeeriumi või Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi juures.

5.2.2.2 Riigi ja kohaliku tasandi võimalik rollide jaotus

Riigi ja kohaliku tasandi rollide jaotuse küsimuse osas on oluline pidada silmas järgmisi Eesti situatsiooni spetsiifilisi aspekte:

- loomemajanduse allvaldkondade esindajatest enamik on koondunud Tallinna, samuti teistesse suurematesse linnadesse, keskustesse (vt punkt 4.2, EKI (2005));
- loomemajandusalane kompetents maakondade ja linna tasandil on kokkuvõttes vähene või puudub täielikult (v.a üksikud suuremad linnad: Tartu, Tallinn, Viljandi, Pärnu) (vt punkt 4.5.2);
- kohalikud omavalitsused on oma võimekuselt ja jõukuselt, aga ka oma eripäradelt ja loomemajanduse arendamise võimalikelt suundadelt ja allvaldkonnapõhistelt potentsiaalidelt äärmiselt erinevad (vt punkt 4.5.2, 4.2).

Kohaliku tasandina Eesti puhul mõistame eelkõige suuremaid linna(regioone) või väiksematest omavalitsusüksustest koosnevaid regionaalseid võrgustikke.

Rahvusvaheline praktika näitab (vt ka punkt 4.4), et loomemajanduse arendamine on jaotunud riigi, regiooni ja kohaliku tasandi vahel. Võimalikud on erinevad kombinatsioonid, oluline on välja tuua, et mitmete konkreetsemate-spetsiifilisemate meetmete pakkujaks – eelkõige, selliste, mis seonduvad keskkondade loomise ja arendamisega – on kohalik tasand, kuid tehes seda siiski sageli riigipoolsel toetusel.

Tuginedes ümarlaua nr 2 tulemustele, esitatakse järgmised lähtekohad riigi ja kohaliku tasandi rollide jaotamiseks:

¹⁶¹ Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2005.

- riigipoolne roll ja seeläbi ka tugi kohalikule, regionaalsele tasandile seisneb ennekõike üldise raamistiku kujundamises – laiemate tegevussuundade andmises – loomemajanduse arendamiseks. Konkreetsemat tüüpi tegevustena saab riigi rollina välja tuua loomemajanduse alase teavituse korraldamise, samuti (loomeettevõtjate) ettevõtlusalaste koolituste korraldamise (kuna vastavalt Kohaliku omavalitsuse korralduse seadusele ei ole ettevõtluse arendamist kohaliku omavalitsuse pädevusse seatud¹⁶²);
- riigi ja kohaliku tasandi vahel on oluline tähtsustada regiooni tasandit, koondades sinna loomemajandusalast kompetentsi, loomaks seeläbi eeldused loomemajandusklastrite kujunemiseks. Ümarlaua nr 2 tulemuste põhjal saab väita, et regioonides tuleks luua loomemajandusega tegelevate inimeste ja ettevõtete võrgustikke, üritada nende kaudu tekitada ühist tegevuspotentsiaali. Kohtades, kus taoline potentsiaal on olemas või tekkimas, võiks riik toetada loomemajandusalaste kompetentsikeskuste loomist. Oluline on, et sellesse oleks haaratud regiooni seisukohalt olulised osapooled, sh kohalikud ettevõtjad, loomemajanduse allvaldkondade esindajad, samuti haridusasutused (nt ülikoolide kolledžid). Keskusel nähti olulist funktsiooni koolituste ja konsulteerimise – kompetentside koondamise osas, mis aitaks kujundada välja kohalikke loomemajandusklastreid. Teiselt poolt toimiksid regionaalsed kompetentsikeskused kontaktlülidenäriigi, regiooni/kohaliku tasandi ja loomeinimeste vahel. Arutelu kohaks on, kas neile keskustele on võimalik delegeerida ka teatud riiklike loomemajandusalase poliitika realiseerimise funktsioone koos riigipoolsete ressurssidega;
- pidades silmas, et peale üksikute valitud omavalitsuste, ei ole enamik kohalikest omavalitsusest loomemajanduse potentsiaali oma regiooni arenguvõimalustesse lülitanud, on kohalike omavalitsuste roll esmajärgus endi strateegiline positsioneerimine loomemajanduse arendamiseks. See tähendab enda loomemajandusalaste potentsiaalide hindamist ja sellest lähtuvate eesmärkide seadmist, mis võimaldab kujundada ka lähteotsiooni läbirääkimiseks riigi tasandiga.

¹⁶² Kohaliku omavalitsuse korralduse seaduse (RT I 1993, 37, 558) §6:

(1) Omavalitsusüksuse ülesandeks on korraldada antud vallas või linnas sotsiaalabi ja -teenuseid, vanurite hoolekannet, noorsootööd, elamu- ja kommunaalmajandust, veevarustust ja kanalisatsiooni, heakorda, jäätmehooldust, territoriaalplaneerimist, valla- või linnasisest ühistransporti ning valla teede ja linnatänavate korrashoidu, juhul kui need ülesanded ei ole seadusega antud kellegi teise täita.

(2) Omavalitsusüksuse ülesanne on korraldada antud vallas või linnas koolieelsete lasteasutuste, põhikoolide, gümnaasiumide ja huvikoolide, raamatukogude, rahvamajade, muuseumide, spordibaaside, turva- ja hooldekodude, tervishoiuasutuste ning teiste kohalike asutuste ülalpidamist, juhul kui need on omavalitsusüksuse omanduses. Nimetatud asutuste osas võidakse seadusega ette näha teatud kulude katmist kas riigieelarvest või muudest allikatest.

Lõppsõna

Käesolev uuring „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“, mille eesmärgiks oli seatud Eesti loomemajanduse sotsiaal-majandusliku potentsiaali hindamine ning loomemajanduse arendamiseks riigi tasandil ettepanekute tegemine, andis võimaluse analüüsida loomemajandussektoris toimuvat laiemas kontekstis. Uuring on tähelepanuväärne oma ülesandepüstituse ja suunitluse osas kahe aspekti poolest:

- tegemist oli esmakordse katsega hinnata Eesti loomemajanduse allvaldkondade potentsiaali kvalitatiivsete hinnangute kaudu ning allvaldkondade omavahelises võrdlevas perspektiivis, milleks uuringu raames küsitleti loomemajanduse allvaldkondade esindajaid ühtse metoodika alusel;
- esmakordselt püüti seada loomemajanduse arendamine seosesse teiste valdkondade arendamisega, sh tekitada seoseid teadmispõhise majanduse arendamise perspektiividega.

Lisaks eelnevale on oluline rõhutada, et eesmärkide saavutamiseks kasutati mitmeid erinevaid üksteist täiendavaid metoodikaid ning uuringu tulemused põhinevad rohkem kui 200 inimese arvamustel ja hoiakutel, mis on kvalitatiivse uuringu puhul märkimisväärne.

Käesoleva uuringu tulemuste väärtus on mitmekihiline. Eesti loomemajanduse potentsiaali hindamine võimaldas kokkuvõttes formuleerida selge fookusega võimalusi loomemajanduse edasiseks arendamiseks ja andis kätte kesksed valikukohad ning võtmearengusuunad. Lähtuvalt uuringu tulemuste põhjal formuleeritud taotlusest –

Loomemajanduse arendamise taotlusteks Eestis on eelkõige majandusliku ning keskkondliku lisandväärtuse loomine läbi erinevate valdkondade sidususe ja elukeskkonna atraktiivsuse tõstmise. Selle tulemusel saab tõsta ettevõtete rahvusvahelist konkurentsivõimet, riigi atraktiivsust nii inimeste (talendid, turistid) kui investeringute ligimeelitamiseks ning kohalike inimeste rahulolu elu- ja töökeskkonnaga. Esitatavad taotlused põhinevad arusaamal, et loovat majandust tuleb arendada orgaaniliselt kulgeva laiapõhjalise ja kompleksse lähenemisena.

– sõnastati loomemajanduse arendamise kaks keskselt võtmesuunda: **loomemajanduse sidustamise vajadus erinevate majandusvaldkondadega ning loovate keskkondade tekkimise/tekitamise toetamise vajadus.**

Suund 1: Loomemajanduse arendamise seostamine teiste majandussektoritega

Allsuund 1.1: Seoste tugevdamine loomemajanduse allvaldkondade ning tööstus- ja teenindussektoriga

Allsuund 1.2: Loomemajanduse allvaldkondade tugevdamine läbi IKT arenguga sidumise

Suund 2: Loomemajandussektori tugevdamine läbi keskkondade arendamise

Allsuund 2.1: Kvaliteetse avaliku ruumi arendamine

Allsuund 2.2: Töökeskkondade, tugistruktuuride ja kommunikatsiooni infrastruktuuri arendamine.

Väljapakutud võtmesuundades liikumine võimaldab lahendada uuringu käigus erinevate osaliste poolt esile toodud probleeme. Probleemid, mis on takistuseks loomemajanduse arengule, koondusid järgneva kolme märksõna alla:

- **Tugisüsteemi puudulikkus.** Selle all on mõistetud probleeme, mis seonduvad kas loomemajanduse tugistruktuuridega, toetuste taotlemisega, infovahetuse jt tegutsemist takistavate asjaoludega.
- **Koostöö vähesus.** Koostöö puudulikkust võib pidada üheks keskseimaks probleemiks, mis on loomemajanduse arendamise takistuseks. Koostöö vähesus väljendub järgmistes kontekstides: loomemajanduse allvaldkondade madal sisemine organiseeritus; loomemajanduse allvaldkondade vähene sidustatus teiste sektoritega; loomesektori esindajate vähene kaasatus.
- **Madal teadlikkus.** Madalast teadlikkusest saame rääkida põhimõtteliselt kõigi loomemajandusega ja selle arengu suunamisega seotud osapoolte seas, nii loomesektori esindajate endi, avaliku sektori kui tööstus- ja teenindussektori esindajate seas.

Uuringu käigus tõdeti, et loomemajandus Eestis on alles jätkuvalt uus nähtus. Sellealase tegevusloogika teadvustatus erinevate ühiskondlike gruppide seas on alles algstaadiumis. Samas on nii saavutusi kui potentsiaali ja soovi nähtust mõtestada. Taolises olukorras omab dialoogi jätkamine erinevate loomemajanduse arendamisega seotud osapoolte vahel võtmetähtsust.

Eesti loomemajanduse potentsiaali hindamine tõstatas mitmeid laiemaid temaatikaid, mis on edasise loomemajanduse arendamise seisukohalt strateegiliselt olulised. Üks olulisematest väljatoodud teemaringidest puudutab loomemajanduse arendamise süsteemsemat koordineerimist, millega seostuvad järgnevad probleemipüstitused:

- loomemajanduse arendamise koordineerimise küsimus ja sellega seoses küsimus koondava struktuuri vajadusest;
- loomemajanduse arendamisega seotud osapoolte ringi laiendamise küsimus, millega seonduv loomemajanduse strateegilise arendamise vajadus ning sellest lähtuv rollide jaotus riigi tasandi erinevate ametkondade osas;
- loomemajanduse arendamise sisselülitamise vajadus teiste valdkondade arengudokumentidesse, sh teadus- ja arendus- ning innovatsioonistrateegiasse.

Uuringu lõppfaasis avati diskussioon eelnimetatud teemaderingi ümber, aga küsimused on jätkuvalt üleval.

Kokkuvõttes, Eesti loomemajanduse arendamise strateegiline platvorm ei ole kaugeltki valmis. Antud uuring püüdis anda omapoolse panuse loomemajanduse kui nähtuse mõtestamiseks Eestis ning pakkuda välja fookused, millest loomemajanduse arendamisel edaspidi lähtuda. Uuringu tulemused ei lõpeta, vaid annavad võimaluse avada uusi diskussioone ning seada uurimisküsimusi edasistele uuringutele. Jätkupidevate tegevuste kaudu on võimalik jõuda süsteemsema loomemajanduse toetuspoliitikani.

Viidatud kirjandus

A Sense of Place – a Sense of Being. The Evolving Role of the Federal Government Support for Culture in Canada. The Ninth Report of the Standing Committee on Canadian Heritage (1999), available: <http://www.parl.gc.ca/InfoComDoc/36/1/CHER/Studies/Reports/cherrp09-e.htm>.

Aaltonen, Mika (2008). *The DIGIBUSINESS Cluster and the Emergence of the Digital Future*. Helsinki: OSKE Digibusiness Cluster Programme.

Aaltonen, Mika & Wilenius, Markku (2002). *Osaamisen ennakointi. Pidemmälle tulevaisuuteen, syvemmälle osaamiseen*. Kauppakamarisarja. Helsinki: Edita.

Alanen, Aku (2006). Luovaan talouteen päästään vain kaikkien alojen luovuuden avulla. In: Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna (toim.), *Puhepidot Tornissa ja muita näkökulmia luovien toimialojen nykyhetkeen*, 85-91. Taideaineiden ja antropologian laitoksen julkaisuja A. Kirjallisuus 16. Oulu: Oulun yliopisto.

Allen, Thomas J. & Henn, Gunter W. (2007). *The Organization and Architecture of Innovation. Managing the Flow of Technology*. Amsterdam et al.: Elsevier.

Amabile, T.M. (1996). *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview Press.

van Ark, B. & Kuipers, S. K. & Kuper, G. H. (eds.) (2000). *Productivity, Technology and Economic Growth*. Boston: Kluwer Academic Publishers.

Amin, A., Cohendet, P. (2004). *Architectures of knowledge. Firms, capabilities, and communities*. Oxford University Press.

Barabási, Albert-László (2003). *Linked. How Everything Is Connected to Everything Else and what It Means for Business, Science, and Everyday Life*. New York. Penquin Books.

Bauman, Zygmunt (1998). *Globalization. The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.

Bell, W. (1997) *Foundations of Futures Studies: human science for a new era*. London: Transaction Publishers.

The Birmingham City Centre Masterplan: The Visioning Study. European Institute for Urban Affairs, 2007.

de Bono, Edward (1970). *Lateral Thinking. Creativity Step by Step*. New York: Harper & Row.

de Bono, Edward (1985). *Six Thinking Hats*. Boston: Little, Brown and Company.

Braczyk, H.-J. & Cooke, P. & Heidenreich, M. (eds.) (1998). *Regional Innovation Systems*. London: UCL Press.

Braun, E., Lavanga, M. (2007) An international Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries, available:

http://culturalforum.net/lisboa07/files/documents/participantscontributions/CONTRIBUTIONSDOC_07_EN.PDF

Bruun, Henrik (2002). Verkosto tulevaisuuden sommitelmana. In: Inkinen, Sam & Bruun, Henrik & Lindberg, Fredrik (toim.), *Tulevaisuus.nyt. Riskiyhteiskunnan haasteet ja mahdollisuudet*, 92-113. Helsinki: Finn Lectura.

Bruun, Henrik (2003). Nätverket som framtidsförhållning. In: Bruun, Henrik & Lindberg, Fredrik & Inkinen, Sam (red.), *Framtiden i nuet. Om konsten att möta det okända*, 128-160. Helsinki: Söderströms.

Bruun, Henrik & Lindberg, Fredrik & Inkinen, Sam (red.) (2003). *Framtiden i nuet. Om konsten att möta det okända*. Helsinki: Söderströms.

Bullinger, H.-J. (2002). *Technologiemanagement. Forschen und Arbeiten in einer vernetzten Welt*. Berlin: Springer.

Bullinger, H.-J. & Bauer, Wilhelm & Kern, Peter & Zinser, Stephan (2000). *Zukunftsoffensive OFFICE 21. Büroarbeit in der dotcom-Gesellschaft gestalten*. Köln: Egmont VGS.

Burmeister, K., Neef, A., Albert, B., & Glockner, H. (2002). *Zukunftsforschung und Unternehmen. Praxis, Methoden, Perspektiven*. Essen: Z_punkt GmbH? Büro für Zukunftsgestaltung.

Case studies' Summaries. Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities., From the work done by the URBACT Culture Network, 2006, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/UC-EtudesCas-Eng.pdf

Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society*. The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. I. Malden, MA & Oxford: Blackwell Publishers.

Castells, Manuel (1997). *The Power of Identity*. The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II. Malden, MA & Oxford: Blackwell Publishers.

Castells, Manuel (1998). *End of Millennium*. The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. III. Malden, MA & Oxford: Blackwell Publishers.

Castells, Manuel & Hall, P. (2000) [1994]. *Technopoles of the World. The Making of Twenty-First-Century Industrial Complexes*. London: Routledge.

Chesbrough, Henry W. (2003). *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School Press.

- Chesbrough, Henry W. (2006). *Open Business Models. How to Thrive in the New Innovation Landscape*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Coates, V., Farooque, M., Klavans, R., Lapid, K., Linstone, H.A., Pistorius, C., Porter, A.L. (2001). *On the future of technological forecasting*. *Technological Forecasting & Social Change*, Vol.67, Issue 1, pp.1-17.
- Cooper, R.G. (1990). Stage-Gate Systems: A New Tool for Managing New Products. *Business Horizons* 33 (3), 44–54.
- Costa, P., Magalhaes, M., Vasconcelos, B., Sugahara, G. (2006) On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach, *Dinâmia Working Paper*, 2006/54, Lisboa: DINÂMIA, available: <https://repositorio.iscte.pt/bitstream/10071/512/1/wp54-2006.pdf>
- Crainer, Stuart (1999). *The 75 greatest management decisions ever made... and 21 of the worst*. New York: AMACOM/American Management Association.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity. The Work and Lives of 91 Eminent People*. New York: Harper Collins.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Collins.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Good Business. Leadership, Flow, and the Making of Meaning*. New York: Viking Press.
- Cooke, P. & Boekholt, P. & Tödtling, F. (2000). *The Governance of Innovation in Europe. Regional Perspectives on Global Competitiveness*. London & New York: Pinter.
- Cooke, P. & Morgan, K. (eds.) (2000) [1998]. *The Associational Economy. Firms, Regions, and Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Creative Industries Fact File (2002), available: http://www.culture.gov.uk/PDF/ci_fact_file.pdf
- Creative Industries in Berlin. Development and Potential*. Berlin: Senate Department for Economics, Technology and Women's Issues, 2008.
- Creative Industries in South Australia* (2005), available: www.arts.sa.gov.au/site/page.cfm?u=131
- Creative London. London: London Development Agency, Mayor of London, <http://www.creativelondon.org.uk/documents/creativelondon.pdf>
- Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities. Conclusions & Recommendations*, From the work done by the URBACT Culture Network, 2006, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/ConclusionsUC-English.pdf
- Davis, Stan & Meyer, Christopher (1988). *Blur. The Speed of Change in the Connected Economy*. New York: Warner Books.

Dewey, John (1910). *How we think*. Lexington, MA: D.C. Heath.

Drucker, P.F. (1993) [1973]. *Management: Tasks, Responsibilities and Practices*. New York: HarperCollins.

Ebers, M. (1999) [1997]. Explaining Inter-Organizational Network Formation. In: Ebers, M. (ed.), *The Formation of Inter-Organizational Networks*, 3-39. Oxford & New York: Oxford University Press.

Eesti loomemajanduse kaardistamine ja analüüs. Tallinn: Eesti Konjunkturiinstituut, 2005.

Eriksen, Thomas Hylland (2001). *Tyranny of the Moment. Fast and Slow Time in the Information Age*. London & Sterling, Virginia: Pluto Press.

European Commission (2006) *The Economy of Culture in Europe*, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html

Eyre, Richard (1999). *Spiritual Serendipity. Cultivating and Celebrating the Art of the Unexpected*. New York: Fireside.

Farrell, Charlie (2006). A Penny for Your Thoughts. *Business and Economic Review*, Oct-Dec 2006: 53, 1.

Fleming, Lee (2004). Perfecting Cross-Pollination. *Harvard Business Review* 82, no. 9 (September 2004), 22-24.

Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class*, Basic Books.

Florida, Richard (2002a). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.

Florida, Richard (2002b). The Rise of the Creative Class. *The Washington Monthly*, May/2002, 15-25.

Florida, R. (2004) *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books;

Florida, Richard (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge.

Florida, R. (2007) *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, New York: HarperCollins.

Freeman, C. (1991). Networks of Innovators. *Research Policy* 20 (5), 499-514.

Fried, Morton H. (1975). *The Notion of Tribe*. Cummings Publishing Company.

Friedman, Thomas L. (2005). *The World is Flat. A Brief History of the Twenty-first Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Getzels, J. W. & Csikszentmihalyi, M. (1976). *The Creative Vision*. New York: Basic Books.

Gibbons, M. & Limoges, C. & Nowotny, H. & Schwartzman, S. & Scott, P. & Trow, M. (1997) [1994]. *The New Production of Knowledge. The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*. London: Sage.

Glotova, T. & Kakko, I. & Marjomaa, E. (2005). New Approach to Innovative Milieus: How to Create Competence by Co-Discovering Tacit Knowledge. *eBRF Conference*, September 26-28, Tampere, Finland.

Graham, Paul (nd.). Web 2.0, available: <http://www.paulgraham.com/web20.html>.

Graham, Paul (nd.). Interview about Web 2.0, available: <http://www.paulgraham.com/web20interview.html>

Gray, Paul (2006). Innovating then and now. *Information Systems Management*, Fall 2006, 80-84.

Greenfield, Adam (2006). *Everyware. The Dawning Age of Ubiquitous Computing*. Berkeley, CA: New Riders.

Guilford, J.P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5, 444-454.

Guilford, J.P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. New York: McGraw-Hill.

Haavikko, Ritva & Ruth, Jan-Erik (toim.) (1984). *Luovuuden ulottuvuudet*. Espoo: Weilin+Göös.

Hagel, John III & Armstrong, Arthur G. (1997). *Net Gain. Expanding Markets through Virtual Communities*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Hakala, Juha T. (2002). *Luova prosessi tieteesssä*. Helsinki: Gaudeamus.

Hammer, Michael & Champy, James (1993). *Reengineering the Corporation. A Manifesto for Business Revolution*. New York: HarperCollins.

Haner, Udo-Ernst (2005). Spaces for Creativity and Innovation in Two Established Organizations. *Creativity and Innovation Management* Vol. 14, Number 3, 288-298.

Healy, K. (2002) What's for Culture in the New Economy? *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol 32, No 2, lk 86-103.

Van der Heijden, K. (1996). *Scenarios: the art of strategic conversation*. Chichester: Wiley.

Helenius, Börje & Hämäläinen, Esa & Tuunainen, Juha (toim.) (1996). *Kohti McDonald's-yliopistoa? Näkökulmia suomalaiseen korkeakoulu- ja tiedepolitiikkaan*. Helsinki: Tammi.

Hemlin, Sven (nd.). Creative Knowledge Environments. A PowerPoint presentation.

Herold, David M. & Jayaraman, Narayanan & Narayanaswamy, C. R. (2006). What is the Relationship between Organizational Slack and Innovation? *Journal of Managerial Issues*, Vol. XVIII, Number 3, Fall 2006, 372-392.

Howkins, J. (2002) *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

Huizinga, Johan (1971). *Homo ludens. A Study of the Play element in Culture*. Boston: Beacon Press.

Hurstel, J. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Conclusions on the social dimension, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/JHurstel-E.pdf

Hutchinson, E. D. (1949). *How to Think Creatively*. New York: Abingdon-Cokesbury.

Image of the City. Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Region. Nordic Innovation Centre, 2006, available: http://www.nordicinnovation.net/img/image_of_the_city_-_web.pdf

Inkinen, Sam (1999a). *Teknokokemus ja Zeitgeist. Digitaalisen mediakulttuurin yhteisöjä, utopioita ja avantgarde-virtauksia*. Acta Universitatis Lapponiensis 28. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Inkinen, Sam (1999b). The Internet, "Data Highways" and the Information Society. A Comment on the Rhetoric of the Electronic Sublime. In: Inkinen, Sam (ed.), *Mediapolis. Aspects of Texts, Hypertexts and Multimedial Communication*, 243-290. Berlin & New York: Walter de Gruyter.

Inkinen, Sam (1999). On "Homo Symbolicus" and the Media Society. Aspects of Digitality, Hypertexts and Contemporary Media Culture. In: Ylä-Kotola, Mauri & Suoranta, Juha & Inkinen, Sam & Rinne, Jari (eds.), *The Integrated Media Machine: A Theoretical Framework*, 39-85. Helsinki: Edita & Rovaniemi: University of Lapland.

Inkinen, Sam (2005). Homo creativus. Luovan työn haasteet ja mysteerit. Teoksessa Heikkinen, V. A. & Inkinen, Sam & Itkonen, Matti (toim.), *Työ, voima ja yritys*, 63-70. Haaga-sarja 10. Helsinki: Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu & Haaga Tutkimus.

Inkinen, Sam (2006a). Kouvola kasarmimäki 2015. "Luovan luokan" haaste: lähtökohtia dynaamisen korkeakoulukampuksen kehittämiseksi. In: Kuusamo Altti & Inkinen, Sam & Tomperi, Sanna (toim.), *KIIDE. Kulttuurisen aluekehityksen haasteita Pohjois-Kymenlaaksossa*, 61-84. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja, Sarja A. Oppimateriaali. Nro 10. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Inkinen, Sam (2006b). Homo creativus. Havaintoja eräistä aikalaiskäsitteistä sekä luovuuden mysteeristä. In: Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna & Mäenpää, Marjo & Timonen, Eija (toim.), *Minne matka, luova talous?*, 15-44. Oulu: Rajalla & Oulun yliopisto / Rovaniemi: Lapin yliopisto / Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Inkinen, Sam & Bruun, Henrik & Lindberg, Fredrik (toim.) (2002). *Tulevaisuus.nyt. Riskiyhteiskunnan haasteet ja mahdollisuudet*. Kouvola: KyAMK & Helsinki: Finn Lectura.

Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna & Mäenpää, Marjo & Timonen, Eija (toim.) (2006). *Minne matka, luova talous?* Oulu: Rajalla & Oulun yliopisto / Rovaniemi: Lapin yliopisto / Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna (toim.) (2007). *Puhepidot Tornissa ja muita näkökulmia luovien toimialojen nykyhetkeen*. Taideaineiden ja antropologian laitoksen julkaisuja A. Kirjallisuus 16. Oulu: Oulun yliopisto.

InnoStudio (nd). *InnoStudio. Ideoista menestykseen!* Esite. Kouvola: Kouvola Kasarmimäen Osaamiskeskus.

Intellectual Property Policy Outline. Strategic Council on Intellectual Property (2002), available: http://www.kantei.go.jp/foreign/policy/titeki/kettei/020703taikou_e.html

ISTAG Report on Experience and Application Research (2004). "Involving Users in the Development of Ambient Intelligence". European Commission September/2004.

Johansson Frans (2004). *The Medici Effect. Breakthrough Insights at the Intersection of Ideas, Concepts, and Cultures*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Järvinen, Aki (1999). Digitaaliset pelit ja pelikulttuurit. In: Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (toim.), *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*, 165-184. Tampere: Vastapaino.

Järvinen, Aki (2002). Mikä ihmeen elämysteollisuus? (pääkirjoitus). *mediumi* 1.2, available: www.m-cult.net/mediumi/

Kaiser, F. G., Wöfling, S., Fuhrer, U. (1996). *Environmental Attitude and Ecological Behavior*. – Paper presented at the 104th Annual Convention of the American Psychological Association (APA), Toronto, Ontario, Kanada.

Kakko, Ilkka & Inkinen, Sam (2004). netWork Oasis. Challenges of regional development: how to attract the "Creative Class". In: *Bergamo 2004. Regional Attractiveness in the Knowledge Economy. Proceedings*, 187-195. XXI IASP World Conference on Science and Technology Parks. 21-23 September 2004, Bergamo, Italy. IASP International Association of Science Parks.

Kakko, Ilkka & Inkinen, Sam (2005). The "Oasis Way". How to Improve the Productivity of a Knowledge Worker? In: *XXII IASP World Conference on Science and Technology Parks. Conference Proceedings* (Beijing, September 2005), 215-240. IASP International Association of Science Parks.

Kakko, Ilkka & Inkinen, Sam (2007). Homo Creativus. Aspects of Creativity and Serendipity Management. Paper presented at *XXIV IASP World Conference on Science and Technology Parks*. (Barcelona, July 2007). IASP International Association of Science Parks.

Kakko, Ilkka & Lavikainen, Mika & Glotova, Tatiana (2006a). netWork Oasis: New Practises for Emergent Collaborative Working Environments. In: Camarinha-Matos, Luis M. & Afsarmanesh, Hamideh & Ollus, Martin (eds.), *Network-Centric Collaboration and Supporting Frameworks*. New York: Springer, 333-343.

Kakko, Ilkka & Lavikainen, Mika & Glotova, Tatiana (2006b). The Third Generation of Science Parks. How to Support Intersectional Innovations by Serendipity Management and Network Incubation in a "Flat World". A Manuscript.

Kansanen, Pertti & Uusikylä, Kari (toim.) (2002). *Luovuutta, motivaatiota, tunteita: opetuksen tutkimuksen uusia suuntia*. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Kelley, Tom (2001). *The Art of Innovation. Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm*. New York et al.: Currency / Random House.

Kelley, Tom (with Jonathan Littman) (2005). *The Ten Faces of Innovation. IDEO's Strategies for Beating the Devil's Advocate & Driving Creativity Throughout Your Organization*. New York: Doubleday.

Kilgour (2006). Bic C versus little c Creative Findings: Domain-specific Knowledge Combination Effects on the Eminence of Creative Contributions, available:
www.cream oulu.fi/tutkimus/documents/Kilgour_kkjouluk.pdf.

Kilpi, Esko (2006). The power of peer production. *Nokia People* 7/2006 (vol. 88), 20-21.

Koskenniemi, V.A. (toim.) (1952). *Vaeltava viisaus. Aforismeja ja ajatelmia vuosituhsien varrelta*. Helsinki: WSOY.

Koski, Jussi T. & Tuominen, Saku (2004). *Kuinka ideat syntyvät. Luovan ajattelun käsikirja*. Helsinki: WSOY.

Lagerspetz, M. (2000). *Kvalitatiivsete meetodite proovikivi Eesti sotsioloogiale*. – Eesti sotsiaalteaduste aastakonverents I, 24.-25. november 2000: Ettekannete kogumik. Toim. R. Vetik. Tallinn: TPÜ Kirjastus. Lk 83-84.

Lampikoski, Kari & Lampikoski, Tommi (2004) [2003]. *Kehitä ideasi innovaatioksi*. Helsinki: WSOY.

Landry, Ch., Bianchini, F. (1995) *The Creative City*, London: Demos

Lash, Scott & Urry, John (1994). *Economies of Signs & Space*. London: Sage.

Laurel, Brenda (1993). *Computers as Theatre*. Reading, MA et al.: Addison-Wesley.

Laurel, Brenda (ed.) (1994). *The Art of Human-Computer Interface Design*. Reading, MA et al.: Addison-Wesley.

Leeb, Werner A. (2002). Presencing – A Social Technology of Freedom. Interview with Dr. Claus Otto Scharmer published in *Trigon Themen*, 2/2002, available:
<http://www.dialogonleadership.org/ScharmerInterview02us.pdf>

Lemola, Tarmo (2000). Evolutionaarinen taloustiede. In: Lemola, Tarmo (toim.), *Näkökulmia teknologiaan*, 149-175. Helsinki: Gaudeamus.

Leppihalme, Ilmari (2006). "Käsite koetukselle?" Sisältöliiketoimialan käsitteiden kriittistä reflektointia. In: Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna & Mäenpää, Marjo & Timonen, Eija (toim.), *Minne matka, luova talous?* Oulu: Rajalla / Oulu: Oulun yliopisto & Rovaniemi: Lapin yliopisto & Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks. Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2005/2006, kättesaadav:
http://www.kul.ee/webeditor/files/loomemajandus/loomemajanduse_uuring_ETI.doc

Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Eesti Tuleviku-uuringute Instituut ja Tallinna Ülikool, 2007-2008, kättesaadav: <http://www.tallinn.ee/est/g2402s39407>.

Lundvall, B.-Å. & Johnson, B. (1994). The Learning Economy. *Journal of Industry Studies* 1 (2), 23-41.

Mannermaa, Mika (2006). Living in the European Ubiquitous Society. Some notes from the *i2010* conference (Dipoli, Helsinki, September 28, 2006).

- Marcus, C. (2005) Future of Creative Industries. Implications for Research Policy. *Foresight working document series*. Brussels: European Commission, Directorate-General for Research, 2005.
- Masini, E. (1993). *Why Futures Studies?* London.
- Masuda, Yoneji (1981) [1980]. *The Information Society as Post-Industrial Society*. Washington D.C.: World Future Society.
- Masuda, Yoneji (1985). Hypothesis on the Genesis of Homo Intelligens. *Futures* Oct/85, 479-494.
- Masuda, Yoneji (1990). *Managing in the Information Society. Releasing Synergy Japanese Style*. Oxford & Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Maula, M. (1999). *Multinational Companies as Learning and Evolving Systems. A multiple-case study of knowledge-intensive service companies*. Finland: Helsinki School of Economics and Business Administration.
- McLuhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: Macmillan.
- McNeill, J. R. & McNeill, William (2006). *Verkottunut ihmiskunta. Yleiskatsaus maailmanhistoriaan*. Tampere: Vastapaino.
- McQuail, D. (2000). *Mass communication theory*. 4th edition. London: Sage.
- Merton, Robert K. & Barber, Elinor (2004). *The Travels and Adventures of Serendipity. A Study in Sociological Semantics and the Sociology of Science*. Princeton & Oxford: Princeton University Press.
- Miles, R.E. (1965). Human Relations or Human Resources? *Harvard Business Review* (1965), Nr. 4, pp. 148-163.
- Minahan, Stella & Härtel, Charmine (2005). Creativity, celebration and play at the *Bauhaus*, Berlin, 1920: lessons from history for contemporary marketers and arts organizations. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Nov 2005, 249-261.
- Montmasson, J.-M. (1931). *Invention and the Unconscious*. Trench: Kegan Paul & London: Turner & Co.
- Morak, Franz (Hg.) (1999). *Die organisierte Kreativität. Kulturpolitik an der Wende zum 21. Jahrhundert*. Edition Atelier.
- Mumford, M. D. & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation. *Psychological Bulletin*, 103, 27-43.
- Murray, Sarah (2006). People are the DNA of successful collaboration. *The Financial Times*, Understanding Collaboration. November 10, 2006, 14-15.

- Myyrä, Juhani (1984). Maailman luominen ja luomisen maailma – luova tapahtuma myyttien kuvaamana. In: Haavikko, Ritva & Ruth, Jan-Erik (toim.), *Luovuuden ulottuvuudet*, 341-358. Espoo: Weilin+Göös.
- Newing, Rod (2006). Teaming with outside partners to hit the target. *The Financial Times*, Understanding Collaboration. November 10, 2006, 10-11.
- Niinikoski, Marja-Liisa & Sibelius, Kaisa (2003). *Kulttuuribusiness*. Helsinki: WSOY.
- Nilsson-Andersen, Petra (2007). Innovation and Clusters in the Baltic Sea Region BSR-InnoNet. *Nordic – Baltic Innovation Seminar, Science + Technology + Entrepreneurship*, Tallinn, Estonia 8.5.2007.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. New York: Oxford University Press.
- Nonaka, I. & Konno, N. (1998). The Concept of “Ba”: Building a Foundation for Knowledge Creation. *Californian Management Review*, vol. 40, no. 3.
- Nonaka, I., & Toyama, R. & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning* 33, pp. 5-34.
- O'Reilly, [Tim \(2005\)](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, available: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Partners for Livable Communities (2004) *The Creative City: Power for the New Economy*, Reseource Paper, Washington D.C
- Perez, Carlota (2005) [2002]. *Technological Revolutions and Financial Capital. The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Pine, Joseph II & Gilmore, James H. (1999). *The Experience Economy*. Boston, MA.: Harvard Business School Press.
- Puccio, Gerard J. (1999). Two Dimensions of Creativity: Level and Style, available: <http://www.buffalostate.edu/orgs/cbir/readingroom/html/Puccio-99a.html>
- Ray, P. H., Anderson, S. R. (2000). *The Cultural Creatives. How 50 Million People Are Changing the World*. New York: Three Rivers Press.
- Rheingold, Howard (1993). *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA et al.: Addison-Wesley.
- Roberts, Royston M. (1989). *Serendipity. Accidental discoveries in Science*. New York et al.: John Wiley & Sons.
- Rossmann, J. (1931). *The Psychology of the Inventor*. Washington DC: Inventor's Publishing.
- Ruth, Jan-Erik (1984). Luova persoona, prosessi ja tuote. In: Haavikko, Ritva & Ruth, Jan-Erik (toim.), *Luovuuden ulottuvuudet*, 13-35. Espoo: Weilin+Göös.

Rutten, P. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective, available: http://urbact.eu/fileadmin/subsites/Cultural_Activities_Cr/pdf/PRutten-E.pdf

Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Scharmer, O. (2004). *THEORY U: Leading Profound Innovation and Change By Presencing Emerging Futures*. A Draft, available: <http://www.ottoscharmer.com/TheoryU.pdf>

Scharmer, O. & Senge, P. & Jaworski, J. Flower, B. S. (2004). *Presence. Human Purpose and the Field of the Future*. Sol.

Schumpeter, Joseph Alois (1912). *Die Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Tübingen: J. C. B. Mohr.

Schumpeter, Joseph Alois (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.

Sculley, John (with John A. Byrne) (1987). *Odyssey: Pepsi to Apple. A Journey of Adventure, Ideas, and the Future*. New York: Harper & Row.

Servicedesign.tv. Kirja palvelumuotoilusta ja matkailun kehittämisestä. Sarja B Oppimateriaalia, osa 9. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu 2007.

Sitra (2004). *Kohti edelläkävijyyttä. Innovaatiotoiminnan kehittäminen Suomessa*. Sitran innovaatio-ohjelma 2004-2008. Hyväksytty Sitran hallituksessa 30.8.2004.

Smith, R., Warfield, K. (2006) The Creative City: a matter of values, In P. Cooke and L. Lazzarotti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local development*. London: Edward Elgar.

Solow, R. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics* 70: 65-94.

Steers, R.M. & Porter, L.W. (eds.) (1975). *Motivation and Work Behaviour*. New York: McGraw-Hill.

Sternberg, Robert J. (ed.) (2002) [1999]. *Handbook of Creativity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Stenvall-Virtanen, Sari & Vähämäki, Maija (toim.) (2006). *Mediatalous – liiketoiminnan ja yrittäjyyden perusteet viestintäalalle*. Helsinki: Edita.

Sternberg, Robert J. (ed.) (2002) [1999]. *Handbook of Creativity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Strategies for Creative Spaces. Barcelona Case Study, November 2006, London Development Agency, available: http://www.citiesinstitute.org.uk/wwwroot/publications/Reports/Creative%20Spaces/SFCS_Barcelona_Case_Study_Nov_2006.pdf

Strategies for creative spaces: Lessons learned. November 2006, London Development Agency, available: <http://www.citiesinstitute.org/wwwroot/publications/Creative%20Strategie%20Lessons%20Learnt.pdf>

Strategies for Creative Spaces. Phase 1 Report. September 2005, available: http://www.creativelondon.org.uk/upload/pdf/LDALIVE-136623-v4-FinalReport_pdf.PDF

Surowiecki, James (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York: Doubleday.

Stähle, Pirjo & Grönroos, Mauri (1999). *Knowledge Management – Tietopääoma yrityksen kilpailutekijänä*. Helsinki: WSOY.

Stähle, Pirjo & Sotarauta, Markku & Pöyhönen, Aino (2004). *Innovatiivisten ympäristöjen ja organisaatioiden johtaminen*. Tulevaisuusvaliokunta, teknologian arviointeja 19. Eduskunnan kanslian julkaisu 6/2004.

Surowiecki, James (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York: Doubleday.

Säisänen, Erno (2004). Tietoyhteiskunnan paikalliskulttuuri ja sen kestävä kehittäminen. <www.eisis.org/docs/Tietoyhteiskunnanpaikalliskulttuuri.pdf>.

Säisänen, Erno (2005). *Kulttuuritoimen argumentaatio. – Näkökulmina New Public Management ja informaatioyhteiskunta*. Pro gradu -tutkielma. Taiteensosiologia, Joensuun yliopisto, available: http://www.mieti.fi/99162E3E-46A6-4CD0-9310-7CFF38285E95_files/Kulttuuritoimen%20argumentaatio%20kopio.pdf

Tapscott, Don (1997). *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York et al.: McGraw-Hill.

Teadmistepõhine Eesti. Eesti teadus- ja arendustegevuse ning innovatsiooni strateegia 2007–2013, kättesaadav: <https://www.riigiteataja.ee/ert/get-attachment.jsp?id=12794495>

Thompson, L. (2003). Improving the creativity of organizational work groups. *Academy of Management Executive* 17 (1), 96–109.

Toffler, Alvin (1970). *Future Shock*. New York: Random House.

Toffler, Alvin (1980). *The Third Wave*. New York: William Morrow.

Toivola, Yrjö (1984). Luova toiminta organisaatiossa. In: Haavikko, Ritva & Ruth, Jan-Erik (toim.), *Luovuuden ulottuvuudet*, 189-206. Espoo: Weilin+Göös.

Toshiba sparks a wave of innovation. *Human Resource Management International Digest*, Vol. 14, No. 6, 2006, 5-7.

Uusikylä Kari (1996). *Isät meidän, luovaksi lahjakkuudeksi kasvaminen*. Helsinki: WSOY.

Uusikylä Kari (2000). *Lahjakkaiden kasvatus*. Helsinki: WSOY.

Uusikylä, Kari (2005). Luova yksilö ja luova yhteisö. Esitelmä *Luovuuden monet kasvot* -seminaarissa.

Mikkelin akatemia, Mikkelä 7.1.2005.

Uusikylä, Kari & Piirto, Jane (1999). *Luovuus. Taito löytää – rohkeus toteuttaa*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Van de Ven, A. H. & Polley, D. E. & Garud, R. & Vankataraman, S. (1999). *The Innovation Journey*. Oxford: Oxford University Press.

Vihalemm, T. (2000). *Kvalitatiivne analüüs: kompendium Triin Vihalemma loengukursusele*. Tartu: Tartu Ülikool

Virilio, Paul (1986). *Speed and Politics. An Essay on Dromology*. New York: Autonomedia.

Virilio, Paul (1998). *Pakonopeus*. Helsinki: Gaudeamus.

Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Waltari, Mika (1980). *Kirjailijan muistelmia*. Toimittanut Ritva Haavikko. Helsinki: WSOY.

Webster, Frank (1995). *Theories of the Information Society*. London: Routledge.

Weiser, Mark (1991). The Computer for the 21st Century. *Scientific American* 265 (3), 94-104, (September 1991), available: <http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html>

West, M. & Farr, J. (eds.) (1990). *Innovation and Creativity at Work*. Chichester: Wiley.

Wilding, Richard (2006). Playing the tune of shared success. *The Financial Times*, Understanding Collaboration. November 10, 2006, 2-3.

Wilenius, Markku (2004). *Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana*. 2. painos. Helsinki: Edita.

Witzel, Morgen (2006). Using collaboration to fuel the ideas factory. *The Financial Times*, Understanding Collaboration. November 10, 2006, 6-7.