3. KULDĪGAS NOVADA
PEDAGOGU KONFERENCE

“3T” teorijas nozīme radošā un uz zināšanām balstītā sabiedrībā.

Jānis Gailītis
Latvijas Mākslas akadēmijas
Dizaina nodaļas
projektu vadītājs

2011.g. 26.augusts

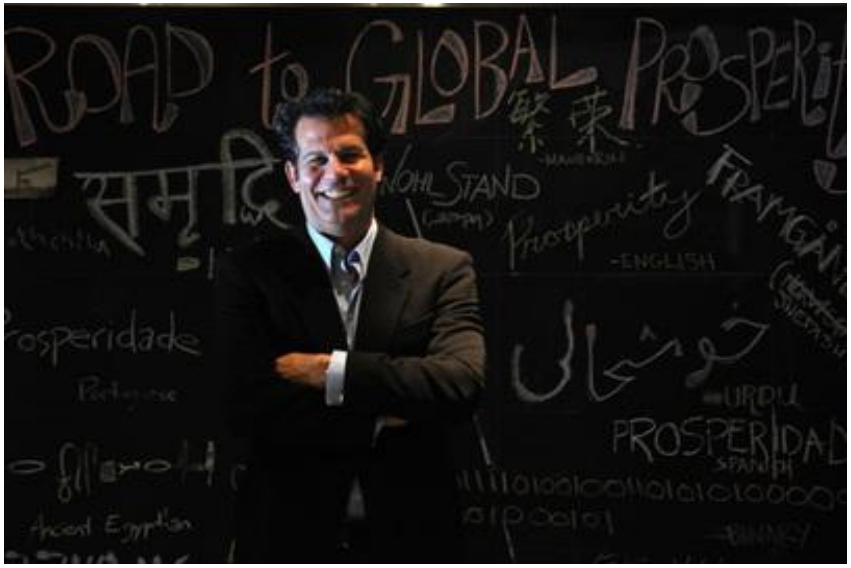
- Līdz ar Latvijas iesaistīšanos globālajos procesos, aktuāls kļūst jautājums par Latvijas un tās atsevišķu reģionu konkurētspējas novērtēšanu un paaugstināšanu.
- Mūsu sabiedrību neizbēgami ietekmē Pasaulē un Eiropā vērojamās tendences: negatīvās izmaiņas demogrāfiskajā situācijā, ekonomisko norišu globalizācija, informācijas sabiedrības veidošanās, zinātnes un tehnikas progress, augstais tehnoloģiju attīstības temps un no tā visa izrietošās izmaiņas nodarbinātības struktūrā un darba tirgū kopumā.

Reģiona konkurētspēja ir reģiona spēja efektīvi izmantot esošos resursus, noturēt un piesaistīt nepieciešamos resursus, tādejādi pēc iespējas maksimāli apmierinot reģiona iedzīvotāju vajadzības.

/ I. Judrupa, M. Šenfelde, 2010/

Cilvēkkapitāla konkurētspēja

Tādas vērtības kā ***radošums, zināšanas, atvērtība jaunajam*** un ***tiekšanās uz izcilību*** vairo ikviena cilvēka un reģionu kopējo cilvēkkapitāla vērtību.



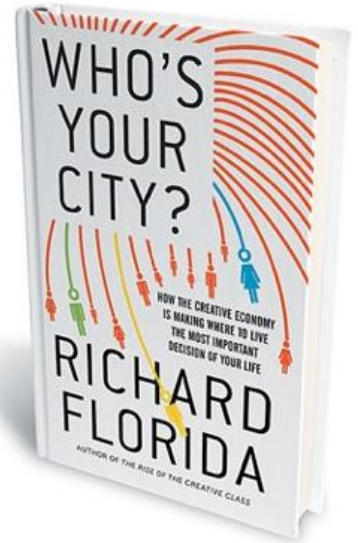
Amerikāņu pilsētplānošanas profesors Ričards Florida, pētot vienas pilsētas globālo konkurētspēju attiecībā pret pārējām balstās uz radošās ekonomiskās attīstības **"3T"** teoriju:

tehnoloģija, tolerance un talants.

Reģionu konkurētspējas nosacījumi

Mūsdienu pasaulē attīstās tie reģioni, valstis, kurās ir:

- Jauno talantu piesaiste (skolu absolventi, studenti, zinātnieki).
- Investīcijas tehnoloģijās.
- Tolerance.



Florida, R. Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life, 2008.

Tolerance > starpkultūru komunikācija

- Profesora Ričarda Floridas pētījumos ļoti bieži parādās arī šīs jaunās ekonomikas pazīme - **tolerance**. Un šeit ir domāta nevis iecietība pret valsti vai tās absurdajām rīcībām vai politiķiem, bet iecietība pret savādāk domājošajiem, savādāk dzīvojošajiem.

Tolerance balstās uz indivīdu un sabiedrības zināšanām un prasmēm starpkultūru komunikācijas jautājumos.

Tolerance = radošums?

- Jautājums ārkārtīgi plašs - bet, sasummējot R.Floridas konceptu, jāsaka, ka tolerance sadzīvē, sociālajā vidē ietver sevī arī atvērtību jaunām un inovatīvām idejām.

Tolerance un radošums ir tieši saistīti.

- Reģioni un valstis, kurās ir kādu citādi domājošu, citādu tautību, citādu orientāciju, citādas pasaules uztveres cilvēku nepieņemšana un neakceptēšana no sabiedrības vairākuma puses, ir pakļautas arī **ekonomiskajai stagnācijai**.

Kas ir radošums?

Radošs ieguldījums ir idejas, produkti vai risinājumi, ko novērtē kā oriģinālu, kā jauninājumu un atbilstoši vai potenciāli lietderīgu attiecīgajā situācijā.

Radošumu var un vajag izpaust jebkuram darbiniekam jebkurā pozīcijā.

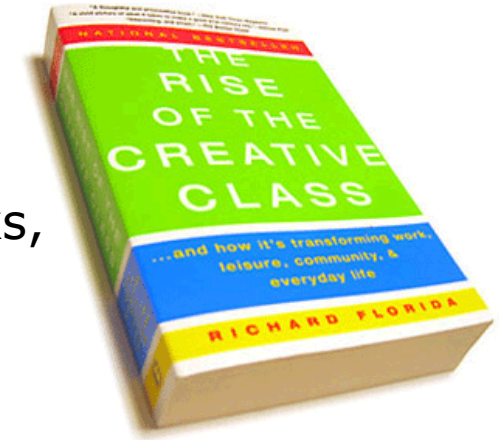
Radošums nozīmē īpašu domāšanas un ieražu kombināciju, ko var kultivēt gan indivīds, gan sabiedrība.

/ Dr. Roberts Ķilis, 2007/

Radošā šķira

- Amerikāņu profesors Ričards Florida, pētot vienas pilsētas priekšrocības attiecībā pret pārējām, lieto terminu / koncepciju "radošā šķira" (creative class).
- "Radošā šķira", kuru pārstāv tehnoloģiju, zinātnes, izklaides, reklāmas un mākslas nozaru pārstāvji kopā ar uzņēmējiem, juristiem un finansistiem, pēc R. Floridas domām ir tā, kas līdz ar jaunu un radošu ideju klātbūtni, nodrošina tehnoloģiju attīstību un piesaista kādam konkrētam reģionam biznesu, nodrošinot tā izaugsmi un attīstību.
- Rezultātā mazumtirdzniecība pamazām pārvēršas par izklaides industrijas daļu, bieži izšķīdinot robežas starp iepirkšanos, mācīšanos un kultūras pieredzes gūšanu.

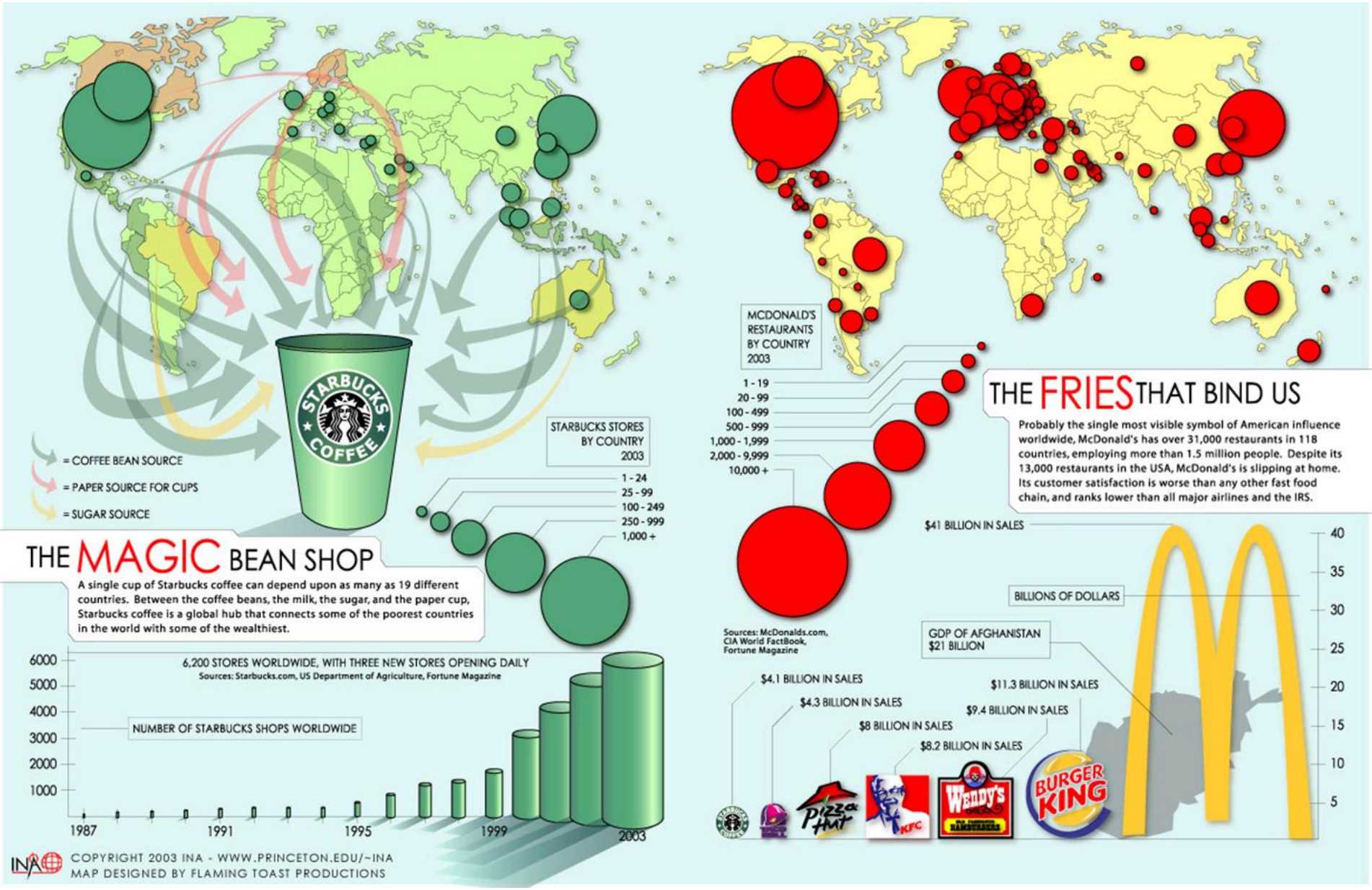
Florida, R. *The Rise of the Creative Class.* New York: Basic Books, 2002.



Creative Class: The Source on How We Live, Work, and Play. www.creativeclass.org

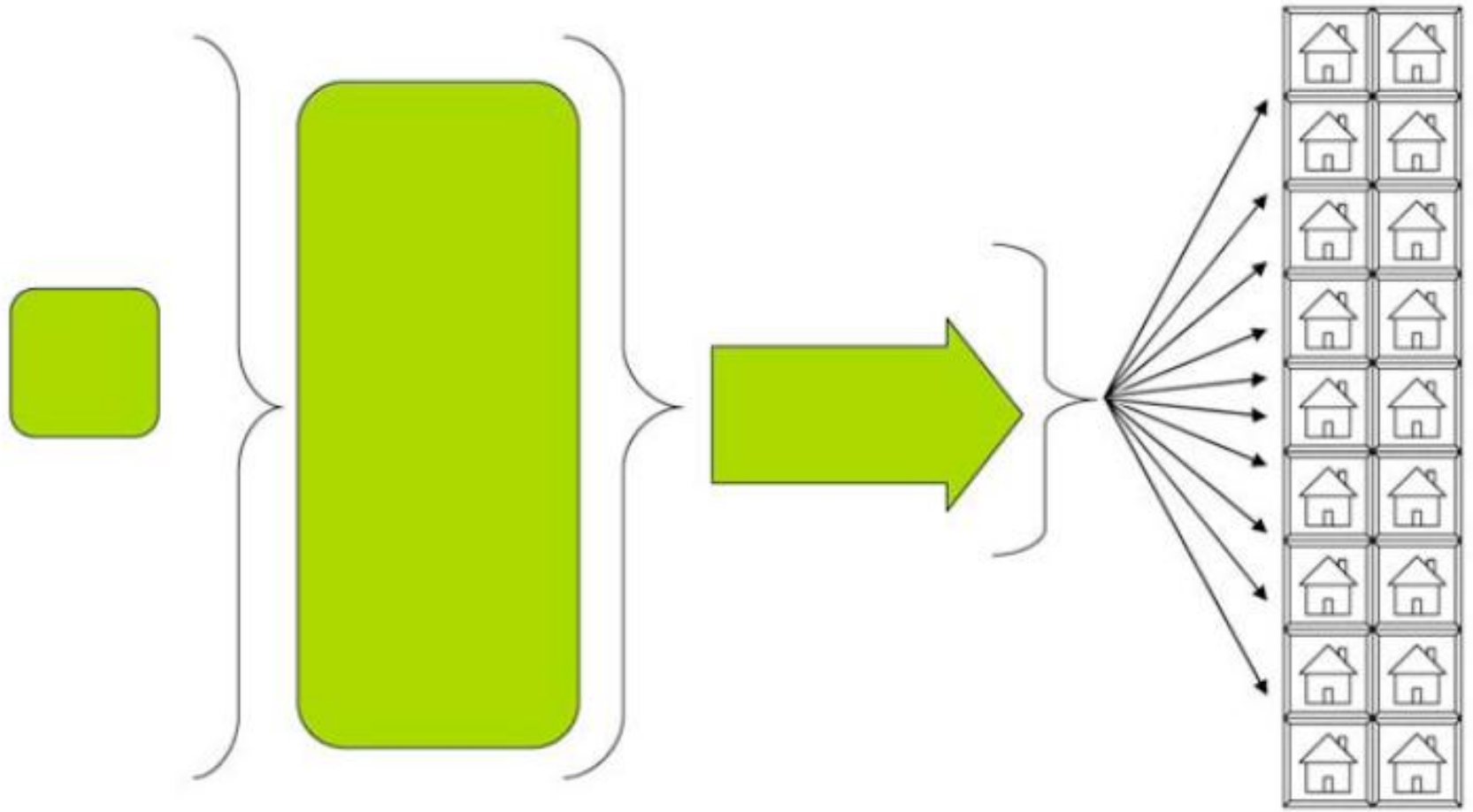
Ekonomiskās aktivitātes > tendences un izaicinājumi > paradigmas maiņa globālajā ekonomikā

Pārdevēji sacenšas par pircēju uzmanību, cenšoties izlauzties cauri informācijas un sajūtu pārsātinātībai, lai tikai pārsteigtu savus klientus.


= COFFEE BEAN SOURCE
= PAPER SOURCE FOR CUPS
= SUGAR SOURCE
STARBUCKS COFFEE
STARBUCKS STORES BY COUNTRY 2003
1 - 24
25 - 99
100 - 249
250 - 999
1,000 +
THE MAGIC BEAN SHOP
A single cup of Starbucks coffee can depend upon as many as 19 different countries. Between the coffee beans, the milk, the sugar, and the paper cup, Starbucks coffee is a global hub that connects some of the poorest countries in the world with some of the wealthiest.
6,200 STORES WORLDWIDE, WITH THREE NEW STORES OPENING DAILY
Sources: Starbucks.com, US Department of Agriculture, Fortune Magazine
NUMBER OF STARBUCKS SHOPS WORLDWIDE
6000
5000
4000
3000
2000
1000
1987
1991
1995
1999
2003
COPYRIGHT 2003 INA - WWW.PRINCETON.EDU/~INA
MAP DESIGNED BY FLAMING TOAST PRODUCTIONS
MCDONALD'S RESTAURANTS BY COUNTRY 2003
1 - 19
20 - 99
100 - 499
500 - 999
1,000 - 1,999
2,000 - 9,999
10,000 +
Sources: McDonalds.com, CIA World FactBook, Fortune Magazine
THE FRIES THAT BIND US
Probably the single most visible symbol of American influence worldwide, McDonald's has over 31,000 restaurants in 118 countries, employing more than 1.5 million people. Despite its 13,000 restaurants in the USA, McDonald's is slipping at home. Its customer satisfaction is worse than any other fast food chain, and ranks lower than all major airlines and the IRS.
$41 BILLION IN SALES
BILLIONS OF DOLLARS
40
35
30
25
20
15
10
5
GDP OF AFGHANISTAN $21 BILLION
$4.1 BILLION IN SALES
$4.3 BILLION IN SALES
$8 BILLION IN SALES
$8.2 BILLION IN SALES
$9.4 BILLION IN SALES
$11.3 BILLION IN SALES
Pizza Hut
KFC
Wendy's
BURGER KING

Tradicionālais rūpniecības biznesa modelis
industriālā standartizācija un stingrs racionālisms

Radīšana Ražošana Preču izplatīšana Preču patēriņš



Varat dabūt automašīnu jebkurā krāsā, kādā vēlaties, ja tikai tā ir melna… / Henrijs Fords /

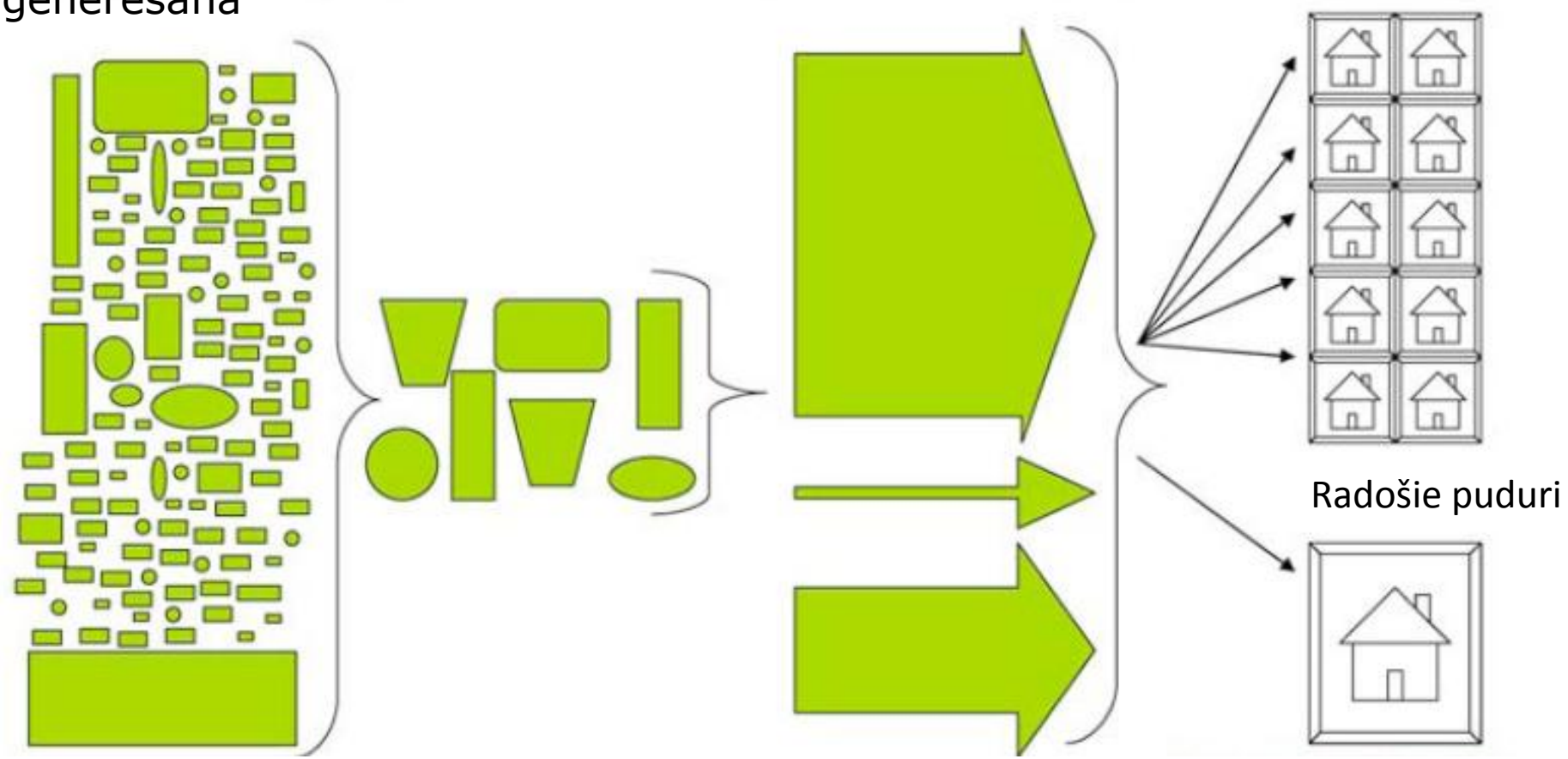
Šodien cilvēki savu biznesu veido daudz vairāk sadarbojoties, atvērtāk. Tas vairāk tiek sadrumstalots.

Radīšana / ideju ģenerēšana

Ražošana

Preču izplatīšana

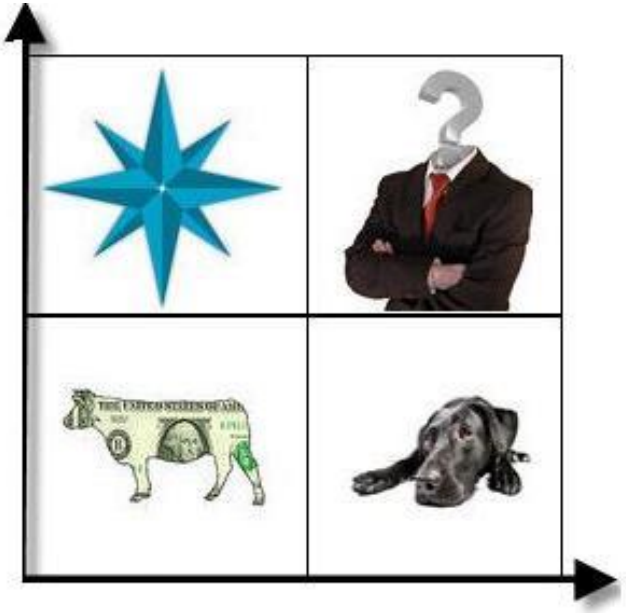
Preču patēriņš



Cilvēkiem jāmaina attieksme (attiecībā uz riskiem un savstarpējām attiecībām).

Mūsdienās globalizācijas un inovāciju laikmetā

- Lai ieviestu inovācijas gan zināšanās, gan produktos, ir vajadzīga laba ideja, bet labas idejas rodas tikai labās prāta vētrās vai radošos puduros. Lai izdomātu pāris projektu un lai viens no tiem izdotos, ir vajadzīgs aptuveni 3000 ideju.

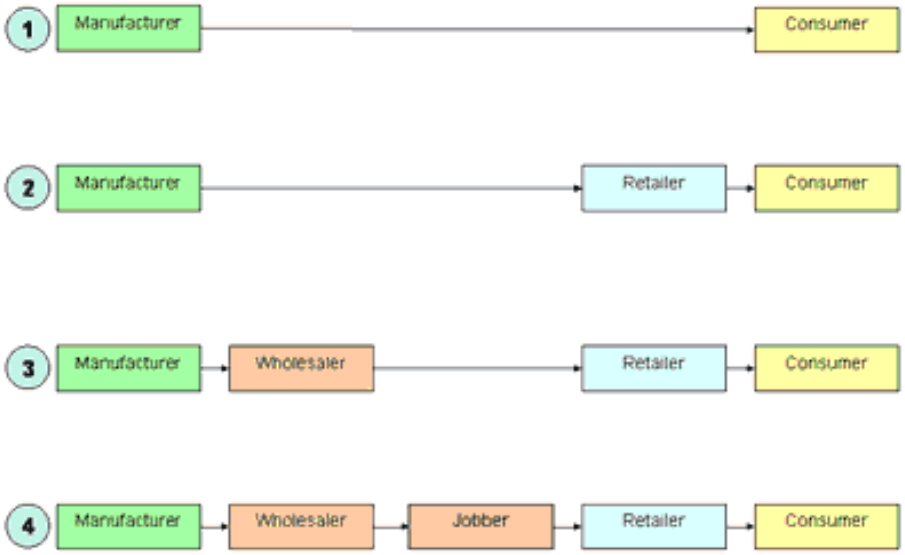


RADOŠĀ TELPA

¼ SATORI BIROJNĪCA

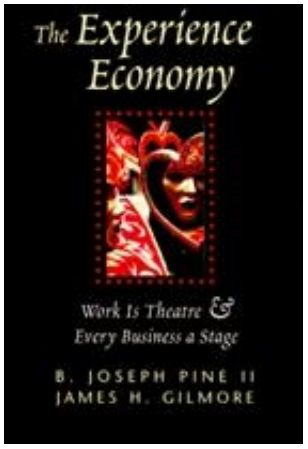
Telpas idejas pamatā ir četras lietas – izglītība, kultūra, bizness un atvērtība.

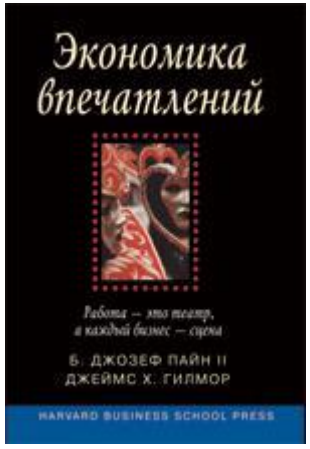
Iespaidu ekonomika - aizvien lielāku nozīmi iegūst dizains, multimediji, dažādi teatrāli un skaniski iedarbes līdzekļi.



Examples of Customer Marketing Channels

Economic Offering	Commodities	Goods	Services	Experiences	Transformations
Economy	Agrarian	Industrial	Service	Experience	Transformation
Economic function	Extract	Make	Deliver	Stage	Guide
Nature of offering	Fungible	Tangible	Intangible	Memorable	Effectual
Key attribute	Natural	Standardized	Customized	Personal	Individual
Method of supply	Stored in bulk	Inventoried after production	Delivered on demand	Revealed over a duration	Sustained through time
Seller	Trader	Manufacturer	Provider	Stager	Elicitor
Buyer	Market	Customer	Client	Guest	Aspirant
Factors of demand	Characterisics	Features	Benefits	Sensations	Traits

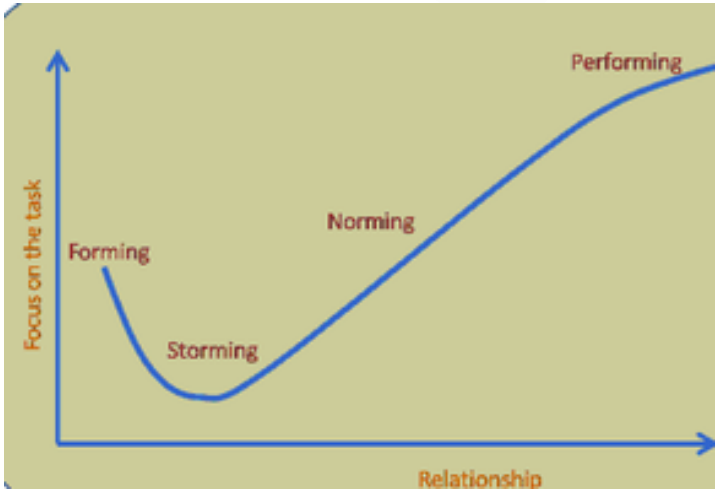




B. Joseph Pine, James H. Gilmore. The Experience Economy. Harvard Business School Press, 1999.

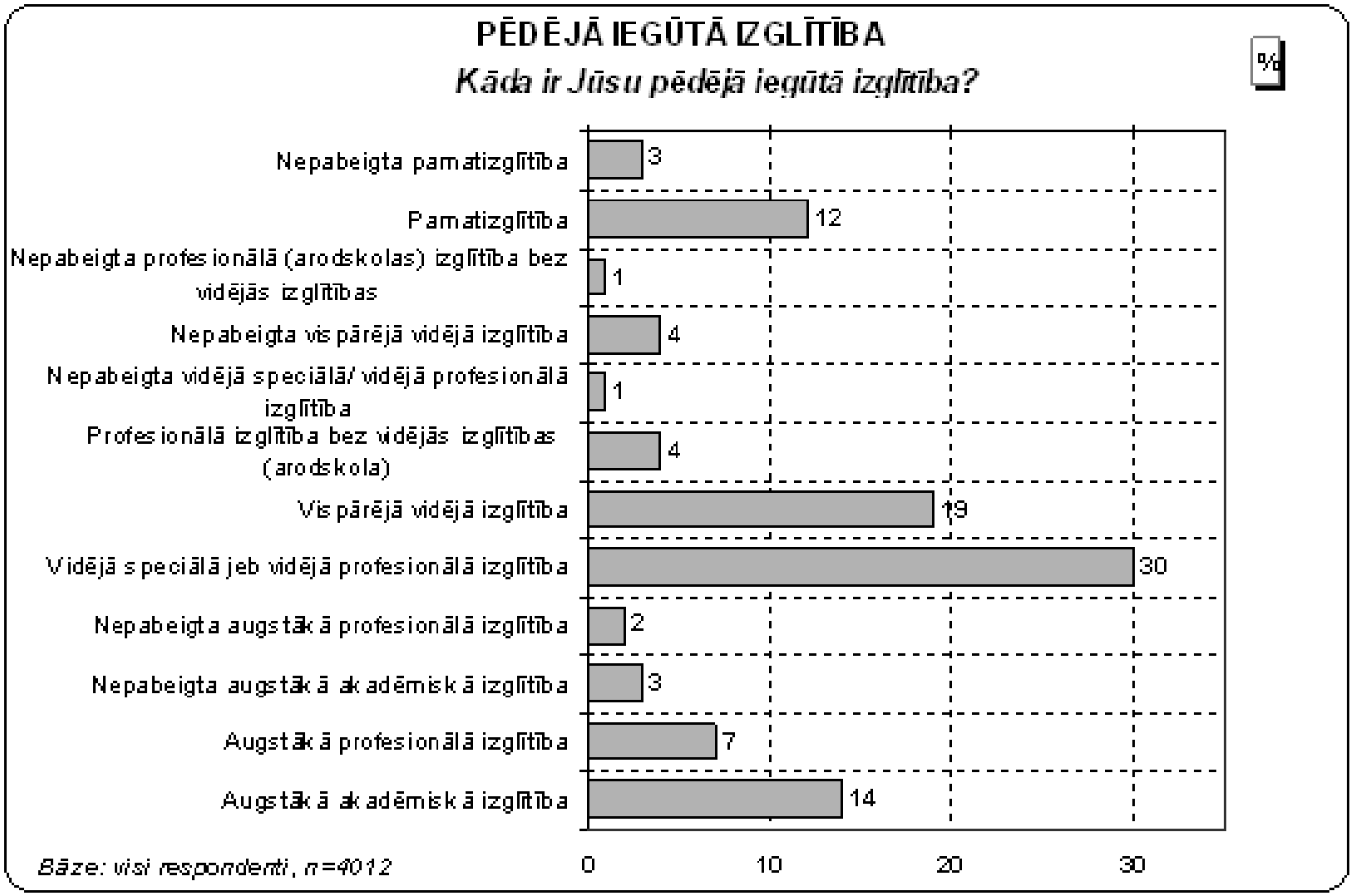
Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена, 2005.

Šodien vērtīgāka kļūst radoša pieeja, spēja domāt netradicionāli, nozīmīgākas ir savstarpēji saistītas prasmes nekā atsevišķs zināšanu kopums.



GLOBAL CREATIVITY
RICHARD FLORIDA
WHY MOVE?
PLACE WITH ENERGY!
THRIVING SCENE
DOING STUFF
RECHARGE BATTERIES
OPEN & EXCITING
WHERE BOHEMIANS (AND GAYS) LIVE!
U.S. DOMINANCE DEPENDENT UPON ABILITY TO ATTRACT & INSPIRE THE BEST TALENT FROM AROUND THE WORLD.
FOCUS ON MINDS.
NOT "BRAIN DRAIN" BUT "BRAIN CIRCULATION"
FOREIGNERS GO HOME!
BUT THAT IS CHANGING.
OTHER MARKETS HAVE FIGURED IT OUT!
CHINA
INDIA
creative class
PEOPLE WHO AIN'T IN AREA PISSED!!
TECHNOLOGY
AESTHETIC
SOCIAL
POLITICAL
ALL CREATIVE PISTONS OF ECONOMIC DEVELOPMENT
SCIENTISTS
+ TECHIES
+ ARTS + ENTERTAINMENT
+ ARCHITECHTS + ENGINEERS
+ SOFTWARE
+ DESIGNERS
+ ENTREPRENEURS
= 30% (THE OTHER 70% ARE UNTAPPED TALENT)
= 40 MILLION JOBS
= 1/2 WAGES
LESSON 4
LOW SKILL PEOPLE TURN INTO HIGH SKILL PEOPLE!
NEW ZEALAND
LESSON 3
DON'T FOCUS ON ATTRACTING BUSINESS, BUT PEOPLE!
LOCAL EDUCATION
LOCAL SUCCESS
1966 $10
2004 $55
THEO LUVS U!
LESSON 1
VALUE COMES FROM DESIGN.
LESSON 2
VALUE COMES FROM PEOPLE (the carriers of creativity)
WELCOME TO SILICON VALLEY A.K.A. ANERDISTAN
HEART OF OPEN CREATIVE ENVIRONMENT
POP! TECH
OCT. 21, 2004
PETER DURAND
www.alphachimp.com

Talanti LATVIJĀ



Avots: Pētījums MŪŽIZGLĪTĪBAS PIEEJAMĪBA UN IESPĒJAS IZGLĪTOTIES LATVIJĀ (2006)

Mūžizglītības ieviešanai ir izšķiroša nozīme mūsdienu sabiedrībā, ko nereti dēvē arī par zināšanu sabiedrību.

- Zināšanu sabiedrība paredz vispusīgu zināšanu resursu izmantošanu un arī jaunu zināšanu radīšanu.
- Šādi uzdevumi veicami tikai sabiedrībā, kur cilvēki ir sagatavoti jaunradei un, kur ir izveidota sistēma, kas paredz cilvēku nepatrauktu izglītošanu, kas nodrošina to spējas sekot, uztvert un izmanot arvien no jauna radītas zināšanas.

Paradigmas maiņa

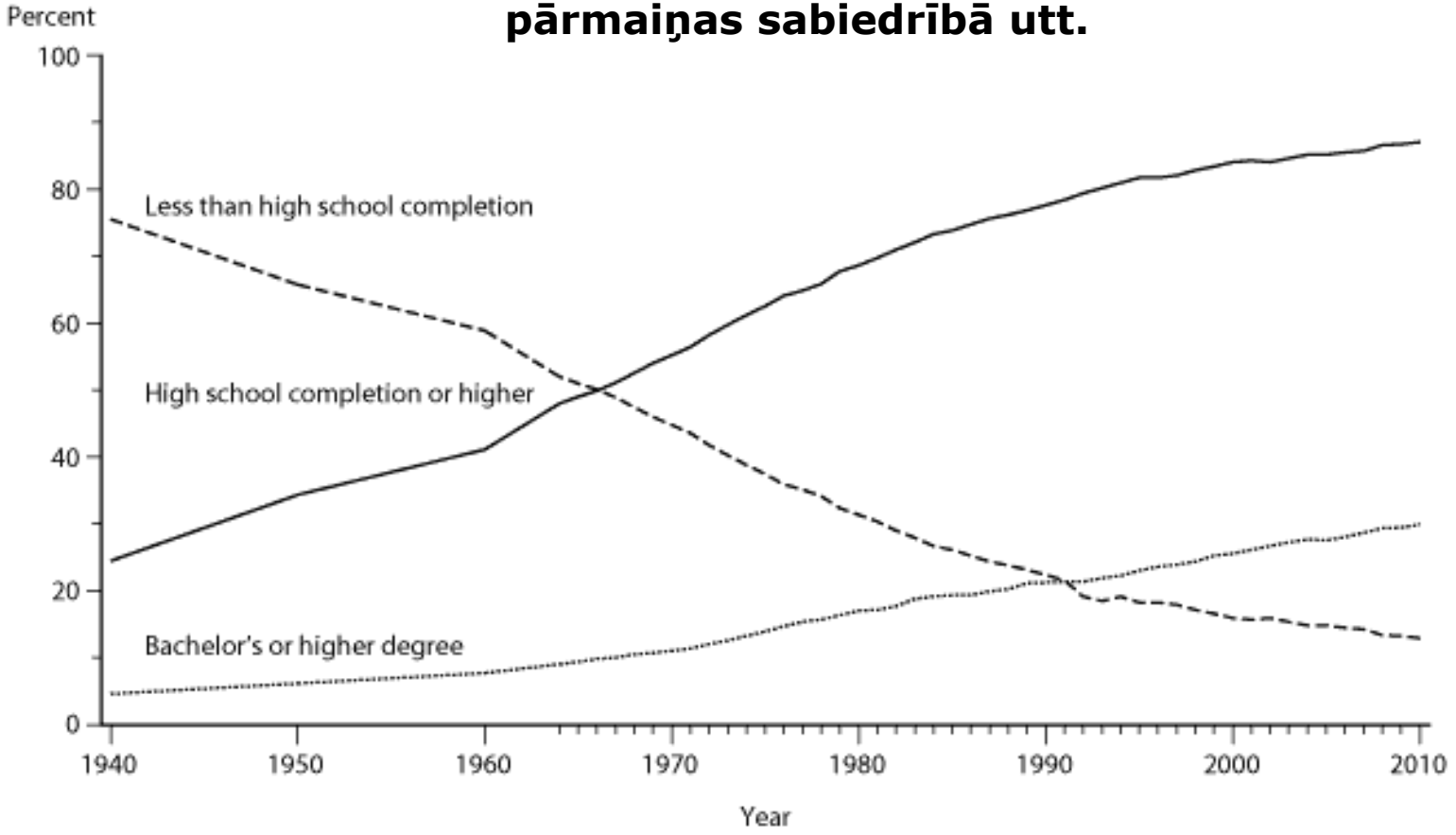
Lai cilvēkkapitālu liktu lietā un darbinātu radošo industriju, paradigmas maiņa nepieciešama arī izglītībā – pārejot no izglītības sistēmas, kas centrēta tikai uz **loģisko domāšanu** un **intelektu**, uz tādu, kas stimulē atšķirīgas domāšanas kvalitātes - **iztēli, intuīciju, emocijas, radošas idejas**, kas attīsta **kritisko domāšanu** un spēj ģenerēt **jaunas vīzijas** un **vērtības**.

Jāpiedāvā daudz plašākas programmas, lai cilvēki iegūtu daudzpusīgu izglītību un spētu pielāgoties darba tirgus mainīgajām prasībām.

.

- **Mūžizglītība** aptver visus izglītības posmus cilvēka mūžā, balstās uz iekšēju vajadzību vai ārēju faktoru izraisītu nepieciešamību iegūt un papildināt zināšanas un prasmes. Tā paver iespējas sabiedrības locekļiem izglītoties visas dzīves garumā, paaugstinot savu kvalifikāciju atbilstoši darba tirgus prasībām un savām interesēm un vajadzībām.
- **Formālā izglītība** ir sistēma, kas ietver pamatizglītības, vidējās un augstākās izglītības pakāpes, kuru programmu apguvi apliecina valsts atzīts izglītības vai profesionālās kvalifikācijas dokuments.
- **Neformālā izglītība** ir ārpus formālās izglītības organizēta interesēm, vajadzībām un pieprasījumam atbilstoša izglītojoša darbība, piemēram, kursi, izglītojoši semināri, gan saistībā ar interesēm, gan darbu, profesiju.
- **Ikdienas mācīšanās** ir apzināts pieredzes bagātināšanās process jebkurā dzīves situācijā (piemēram, mācīšanās, jaunu zināšanu apguve pašmācības ceļā, lasot specializētu literatūru, prasmju apguve u.tml.).
- **Pieaugušo izglītība** ir formālā un neformālā izglītība un ikdienas mācīšanās, kas nodrošina personības attīstību, sociālo iekļaušanos, pilsonisko līdzdalību un konkurētspēju darba tirgū cilvēka mūža garumā.

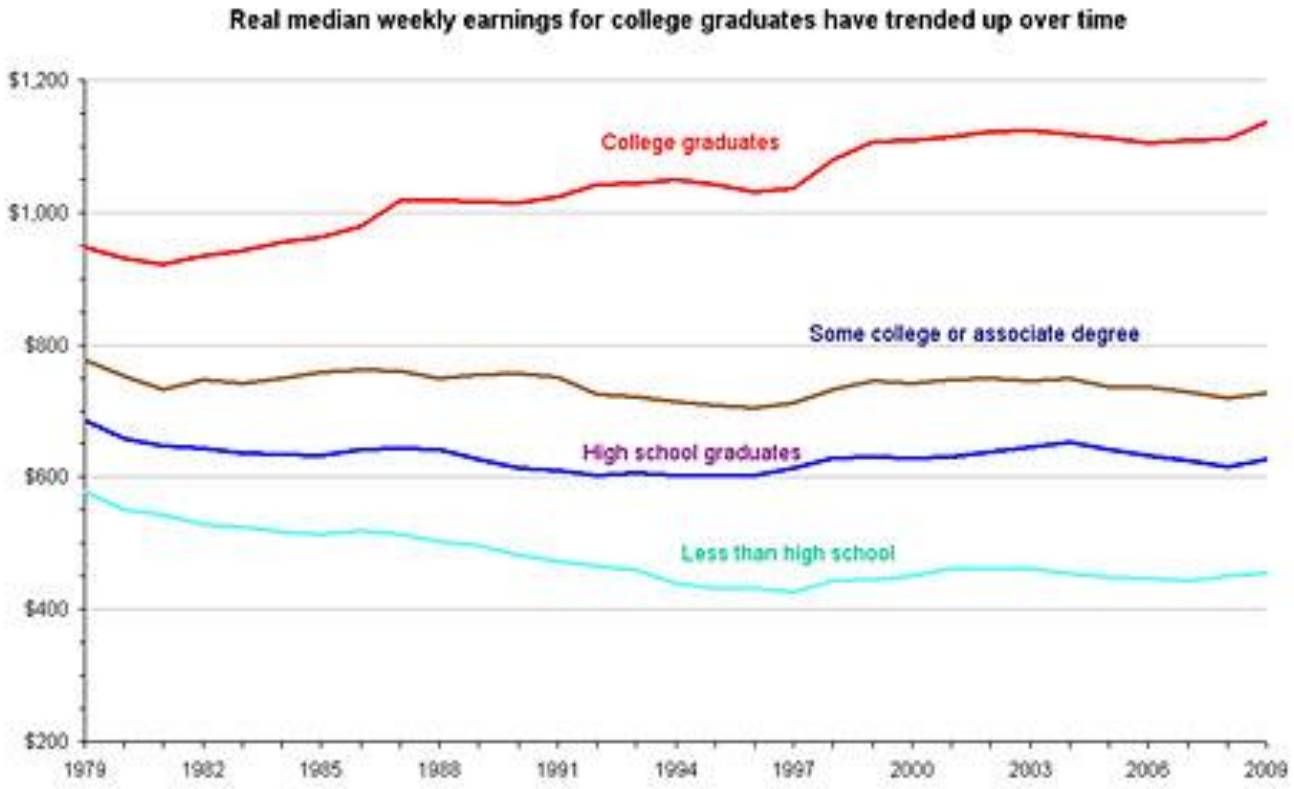
Mācīšanās un izglītība, protams, ir cieši saistīta ar daudziem ekonomiskajiem un sociālajiem uzdevumiem, ko nosaka nepārtraukta tehnoloģiju attīstība, zinātniskie sasniegumi, pārmaiņas sabiedrībā utt.



Percentage of persons 25 years old and over, by highest level of educational attainment: Selected years, 1940 through 2010

Avots: U.S. Department of Commerce, Census Bureau, *U.S. Census of Population: 1960*, Vol. I, Part 1; J.K. Folger and C.B. Nam, *Education of the American Population* (1960 Census Monograph); *Current Population Reports*, Series P-20, various years; and Current Population Survey (CPS), March 1961 through March 2010.

Ienākuma līmeņa atšķirības starp pamatizglītību, vidējo un augstāko izglītības pakāpi ieguvušajiem indivīdiem ASV 1979-2009.



Avots: U.S. Department of Commerce, Census Bureau

Radošo industriju “3T” teorija un laika gars prasa no katras Latvijas izglītības iestādes apzināt savas lomas nozīmi šajā jaunajā pasaulē un radīt vidi, kas veicina radošumu Latvijā.

Arī Kuldīgas novadam jāpieņem izaicinājums izmantot savu cilvēkkapitālu un stiprināt Latvijas izglītības sistēmas spēju celt ikviena izglītojamā, nevis tikai pašu spējīgāko vai kādu profesionālo grupu, radošo kapacitāti.

Paldies par uzmanību!

Jānis Gailītis
LMA Dizaina nodaļas
Projektu vadītājs
Janis.gailitis@lma.lv

Radošā šķira

- "radošo šķiru" raksturo tādas pazīmes kā "**radošs darbs**" (par tādu tiek uzskatīts faktiski jebkurš darbs - no datorsistēmu administratora līdz kabarē māksliniekam), **augsta mobilitāte** (īslaicīgas darba attiecības, veikli pārceļoties uz turieni, kur labāks/interesantāks darba piedāvājums), **augsta tolerance** (vienā kopienā sadzīvo dažādu nacionalitāšu, reliģiju u. c. pārstāvji, kā arī liels homoseksuālu personu īpatsvars, kas Floridas pētījumos tiek uzrādīts kā īpaša radošās šķiras kopienas pazīme), radoša attieksme pret privāto dzīvi (t. s. *single* dzīvesveids - bez pastāvīgām partnerattiecībām, bērniem un kopīga īpašuma, kas ļauj nepārtraukti veidot jaunas, īslaicīgas un "interesantas" attiecības) utt.
- Floridas pētījumu lasītājs var prātā uzzīmēt šībrīža valdošās šķiras portretu - kārtīgs patērētājs, baudītājs, visa "interesantā" meklētājs bez mazākās atbildības izjūtas, kura informatīvi pārsātināto prātu šokēt vai kaut vai kairināt var tikai kas ārkārtējs, "jauns un nebijis".