

VIETOS IDENTITETO RAIŠKA VIETOS PLĖTROS STRATEGIJOSE

Erika Ribašauskienė, Diana Šalengaitė
Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas

Teritorinis požiūris yra vienas pagrindinių Europos Sąjungos kaimo plėtros politikos aspektų, kuris akcentuoja būtinybę strateginio planavimo procese atsižvelgti į vietos privalumus, fizinį, žmogiškąjį ir socialinį kapitalą bei gamtinius išteklius. Išskirtinius vietos išteklius paverčiant pranašumu, t.y. panaudojant vietos identitetą, siekiama užtikrinti kaimo vietovių konkurencingumą ir gyvybingumą. Straipsnyje pristatomas vietos identiteto raiškos vietos plėtros strategijose Lietuvoje tyrimas, kuriuo buvo siekiama nustatyti, koku lygiu vietos ištekliai yra panaudojami vietos plėtros planavimui 2007–2013 m. laikotarpiu.

Tyrimo metu, atliekant sisteminių mokslinės literatūros ir dokumentų analizę, nustatytos vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos teorinės prielaidos, sukurta šios sąveikos vertinimo sistema. Statistinės ir turinio analizės būdu apdorojant vietos veiklos grupių (VVG) parengtas vietos plėtros strategijas, įvertinta, kiek šios strategijos orientuotos į veiklas, užtikrinančias vietos identiteto panaudojimą.

Raktiniai žodžiai: LEADER, vietos identitetas, vietos plėtra, vietos plėtros strategija, vietos veiklos grupė.

JEL kodai: O130, O200, O290.

Įvadas

Įvairūs kaimo plėtros metodai, kuriuos bandyta taikyti iki XX a. paskutiniojo dešimtmečio pradžioje, paprastai būdavo sektoriniai, visų pirma skiriami skatinti struktūrinius žemės ūkio pokyčius. Siekiant visų ES kaimo vietovių darnaus vystymosi ir sanglaudos, pagrindiniu naujosios kaimo politikos paradigmos bruožu tapo perėjimas nuo šakinio, arba sektoriaus, prie teritorinio, dar vadinamo „orientuoto į vietovę“ (angl. – *place-based*) požiūrio (Vidickienė, 2007). Europos Komisijos komunikate Europos Tarybai, Europos Parlamentui, Regionų komitetui ir Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui – Žaliojoje knygoje dėl teritorinės sanglaudos – teritorinė sanglauda traktuojama kaip visų ES kaimo vietovių darnaus vystymosi užtikrinimas ir siekis, kad jų gyventojai kuo geriau išnaudotų vietos ypatybes (Žalioji..., 2008). Taigi teritorinis požiūris yra naudojamas kaip būdas įvairovę paversti pranašumu, naudingą darniam visos ES vystymuisi.

Taikant naują, lokalizuotą požiūrį į kaimo plėtrą, pagrindiniu integracijos lygmeniu yra laikoma vietovė (Messely, 2009). Galima sakyti, kad lokalizacija – tai kaimo plėtros politikos atsakas ne tik į pasikeitusią žemės ūkio sampratą ar besikeičiančius visuomenės poreikius bei lūkesčius, bet drauge ir į globalizacijos procesus. Globalėjančiame pasaulyje vietovės įsitraukia į „teritorinės konkurencijos“ integruotoje pasaulinėje ekonomikoje procesą – jos yra priverstos tarpusavyje konkuruoti dėl investicijų, gyventojų bei politinės galios (Messely, 2009). Vietovė šio proceso metu tampa preke, galinčia pasiūlyti vietos prekių ir paslaugų rinkinį.

Kadangi daugelis vietovių gali pasiūlyti tas pačias prekes – teritoriją, infrastruktūrą, išsilavinusią darbo jėgą ar beveik identišką valdymo sistemą, – pagrindinį vaidmenį vietovių konkurencijos kontekste atlieka lokalus, arba vietos, identitetas, kuris yra naudojamas kaip išėitinė pozicija kurti vietovės prekiniam ženklui bei išskirti jį iš kitų vietovių tarpo. Vietos identitetas, kaip su tam tikra geografinė vietove susijęs kultūrinis savitumas ir šio savitumo suvokimas (Šutinienė, 2009), įgyja ypatingą reikšmę – jis tampa atpažinimo elementu, atskleidžiančiu ir pabrėžiančiu vietos išskirtinumus bei privalumus, teigiamai veikiančiu konkurencingumą bei patrauklumą, gyventojų gyvenimo kokybę.

Kartu su šiomis pasaulinėmis ir bendraeuropinėmis tendencijomis Lietuvoje išibėgėja endogeninės kaimo plėtros metodo, t. y. *LEADER*, įgyvendinimas. Šis į vietovę orientuotas metodas į vietos plėtros procesą įtraukia vietos bendruomenes (Europos ..., 2006) ir veikia jų iniciatyvų pagrindu. Būtent vietos gyventojų bendruomeniškumas, o ypač bendruomenės sugebėjimas išnaudoti vietos privalumus pripažįstamas kaip reikšmingas teritorinio konkurencingumo veiksnys ir drauge su kitais, tradiciniais laikomais konkurencingumo veiksniais tokiais, kaip žemė, gamtos išteklių, darbo jėgos ir populiacijos dydis (Vaznonis, 2010), tampa vietos plėtros ištekliumi. *LEADER* įgyvendinimo principai suteikia galimybę vietos bendruomenės pagrindu įsteigtoms vietos veiklos grupėms pasirinkti faktinius poreikius ir vietos konkurencinius pranašumus panaudojančią veiklą, kuri yra planuojama ilgajam laikotarpiui rengiant vietos plėtros strategijas. Tačiau tik nuo vietos veiklos grupių strategijos kūrimo metu pasirinktų prioritetų priklauso, ar vietos identitetas bus tinkamai ir pakankamai panaudojamas vietos plėtrai.

Mokslinė problema. Vietos identiteto sąvoka yra inovatyvi socialinių tyrimų kryptis, ypač kaimo plėtros politikos ir vietos plėtros kontekste. Iki šiol identiteto tyrimai buvo daugiau susiję su individo ar tautos tapatybės suvokimo ir raiškos aspektais, tuo tarpu vietos identiteto tyrimai buvo epizodiniai, tyrėjai dažnai rėmėsi skirtinga vietos identiteto samprata.

Tyrimo tikslas – parengti vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos teorinį pagrindimą ir įvertinti vietos identiteto panaudojimo bei raiškos lygį vietos plėtros strateginiuose dokumentuose 2007–2013 m. laikotarpiu Lietuvoje.

Vietos identiteto sąvoka ir reikšmė vietos plėtrai

Vietos identitetas, būdamas viena iš teritorinio identiteto formų, pasireiškia per „ūkinių, religinių, kultūrinių saitų visumą, kai siekiant bendrų tikslų, svarbiu veiksmu kartu su ekonomika tampa jausminis ryšys su vieta, jos gamtine aplinka, lokale, etnine, kultūros ir pilietine istorija ir visuomene“ (Merkienė, 2007). Toks ryšys skatina laikyti save bendruomenės nariu ir savo gerovę sieti su tos vietos likimu. Galima sakyti, kad vietos tapatumas tuo pačiu metu yra ne tik kūrimo bei konstravimo objektas, bet ir pats pasižymi kuriamosios galiomis, kurios gali turėti svarų poveikį vietos plėtrai.

Verta pastebėti, kad iki šiol identitetą, ypač lokalumo aspektu, atidžiai tyrinėję mokslininkai mažai dėmesio skyrė vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikai. Vienas

iš aspektų, į kurių kreipiami tokio pobūdžio tyrimai, yra vietos plėtrai palankaus įvaizdžio formavimas. Viena vertus, vietos identitetas, analizuojamas teritorijos įvaizdžio formavimo kontekste, traktuojamas kaip viena iš įvaizdžio formavimo pakopų ir apibrėžiamas kaip sąmoninga kultūros išraiška. Kitų tyrėjų vietos identitetas minėtame kontekste pristatomas kaip vietos socialinės padėties, gyventojų statuso, išsilavinimo, švietimo, finansinės padėties, bendravimo, bendruomeniškumo ypatumai, sudarantys vieną iš penkių vietos įvaizdį kuriančių elementų (Atkočiūnienė, 2010). Nors teigiamas bei perspektyvus vietos įvaizdis ir sudaro pagrindą vietos konkurencingumui augti, tačiau savaime vietos plėtros neužtikrina, todėl vietos identiteto reikšmė šiuo atveju nėra visiškai atskleidžiama.

Svarstant vietos identiteto vaidmenį kuriant pridėtinę vertę, jis turėtų būti vertinamas platesniame kontekste, t. y. kaip kapitalas. Pirmiausia *teritorijos kapitalas* apima tai, kas sudaro vietos turtą (kraštovaizdį, paveldą, technologinę patirtį), kuris, nors ir negali būti inventorizuojamas įprasta tvarka, atskleidžia savitus vietos bruožus, panaudotinus jos vertei kurti (Kaimo..., 2007). Kai kuriose vietose tai pasireiškia jau beveik prarastų elementų atgaivinimu, kurių galutinis sunykimas reikštų tolesnį vietos identiteto silpnėjimą ir didėjantį anonimiškumą. Nors tai nereiškia, kad teritorijos kapitalą reikėtų sieti vien tik su vietos istorija.

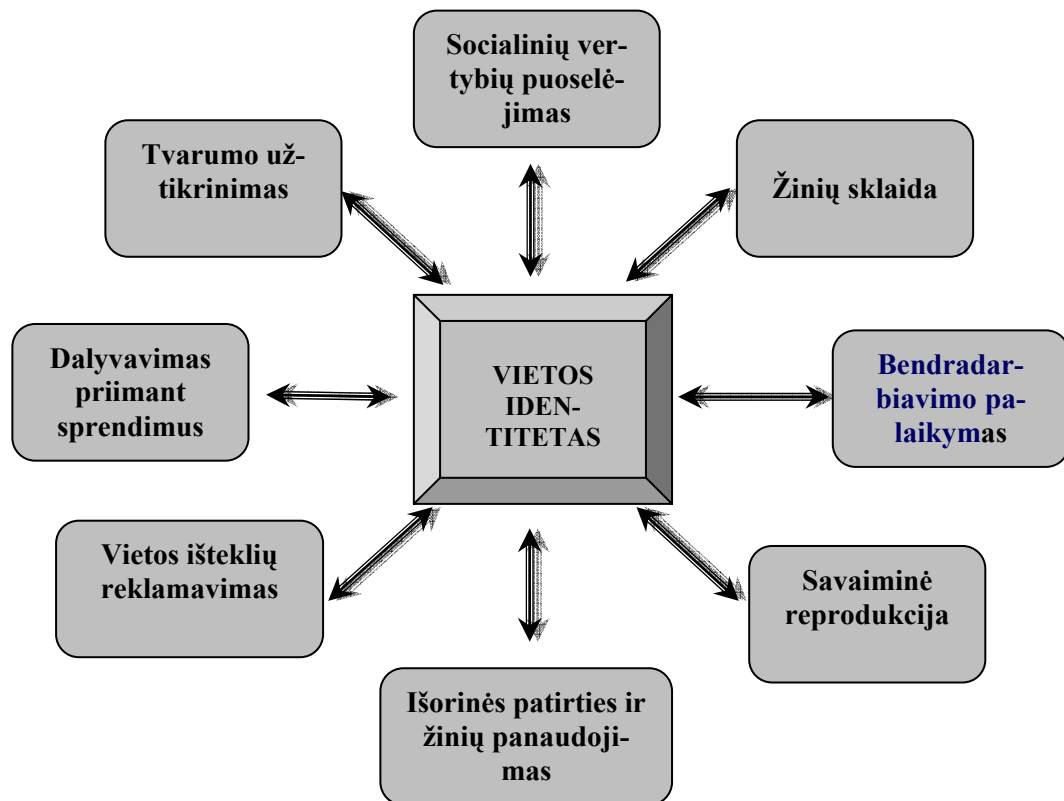
Ne mažiau svarbi, o galbūt netgi svarbesnė, yra kultūrinių vietos ypatybių bei požymių visuma, kurią kai kurie autoriai įvardija kaip *kultūrinį kapitalą*. Pastarasis yra prilyginamas kitiems trims klasikinės ekonomikos teorijos išskiriamoms kapitalo tipams – fiziniam, žmogiškajam ir natūraliam kapitalui (Pruskus, 2005). Kultūrinis vietos kapitalas egzistuoja dvejopu pavidalu – apčiuopiamu ir neapčiuopiamu. Viena vertus, jis yra materialus, sudaiktintas ir stebimas konkrečių meno kūrinų pavidalu. Į šį apčiuopiamą kultūros kapitalą dažniausiai įeina ir kultūros paveldas. Neapčiuopiamas, kitaip dar vadinamas nematerialus, kultūrinis vietos kapitalas suprantamas kaip intelektinis kapitalas, t. y. kaip idėjos, tikėjimai ir vertybės, kuriomis disponuoja ir kurias savitai interpretuoja atskiri individai ar jų grupė. Ekonominiu požiūriu, abi šios kapitalo rūšys yra turtas, padedantis kurti tiek kitas kultūrinės, tiek ekonominės vertybes. Vietos savitumo kultūrinė vertė smarkiai padidina ekonominę jo vertę, o lokalinės kultūros išmanymas prisideda prie kultūros vertybių atpažinimo bei kryptingo jų panaudojimo (Merkienė, 2007). Kultūra atlieka strateginį vaidmenį konkurencingumo atžvilgiu ir yra naudojama gaminių (gėrybių) vertei padidinti. Šių gėrybių gamintojai savo gaminius pateikia su kultūrinių simbolių pagalba, o individai, išsilyjantys šiuos gaminius, renkasi juos dėl priežasčių, tiesiogiai ir netiesiogiai susijusių su identitetu.

Taigi galima teigti, kad vietos kultūriniai išteklių ir bendrai vietos identitetas gali būti labai naudingas vietos plėtrai, jeigu tik bus tinkamai atpažintas, pritaikytas bei panaudotas. Kitaip tariant, turi būti užtikrinama vietos identiteto ir vietos plėtros sąveika.

Vieną iki šiol išsamiausių tyrimų, nagrinėjančių ir vertinančių vietos tapatumo ir vietos plėtros sąveiką, atliko italų mokslininkas F. Pollice. Pasak jo, kalbant apie vietos plėtrą, labiau tinka vartoti vietos (teritorinio) identiteto sąvoką, kadangi identitetas yra teritorializacijos proceso pasekmė, o vietos bendruomenė susitapatina su materialiomis ir nematerialiomis šio proceso apraiškomis (Pollice, 2003). Šiuo atveju identitetas yra tapatinamas su išteklių sistema, kurią savarankiškai tvarko kiekviena

teritoriškai organizuota bendruomenė ir kuri sudaro vidinį plėtros potencialą. Tokią sistemą savo ruožtu sudaro tiek materialūs ištekliai (erdvės teritorializacijos pasekmė), pavyzdžiui, vietiniai gaminiai ir netgi pati teritorijos organizacija, tiek nematerialūs ištekliai – verslumas, kultūros lygis, bendradarbiavimo įgūdžiai, elgesio etika ir kt. (Pollice, 2003). Taigi autoriaus pabrėžiama endogeninė, arba vidinė, vietos plėtra iš esmės reiškia plėtrą, kuri yra paremta veiksmų, reprezentuojančių vietovės identiteta, aktyvinimu.

F. Pollice savo studijoje išskiria aštuonis vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos bei ryšių atvejus (1 pav.).



1 pav. Vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos bei ryšių atvejai

Remiantis F. Pollice išskirtais vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos atvejais, toliau bus konstruojama šios sąveikos vertinimo sistema.

Vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos vertinimo sistema

Galima teigti, kad vietos identitetas vietos plėtros kontekste gali reikštis įvairiomis sąveikos formomis ir ryšiais, užtikrinančiais iš esmės visus sėkmingai plėtrai būtinus elementus – tvarumą, bendradarbiavimą, tęstinumą ir kt. Visus šiuos elementus suvienyti leidžia tinkamas vietos identiteto panaudojimas.

Siekiant įvertinti vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos tendencijas, kurias galima veikti valstybės politikos priemonėmis, konstruojama šios sąveikos vertinimo sistema. Ji sudaroma remiantis daugelyje pasaulio šalių jau ne pirmus metus kuriamų vertinimo sistemų patirtimi, kai vertinimo modeliuose identifikuojama bei ren-

kama aktualiausia informacija ir siekiama trumpesnio rodiklių sąrašo, kuris kuo tiksliau ir išsamiau atsakytų į klausimą, kaip pasisekė panaudoti vertinamo objekto, subjekto, proceso sėkmės veiksniai ar įgyvendinti tikslus.

Konstruojant vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos vertinimo sistemą, remtasi teorijomis, akcentuojančiomis holistinį požiūrį į vertinamą objektą, ypač į jo specifika (Chen, 1990; Shadish, 1991). Išskiriami tokie pagrindiniai vertinimo sistemos elementai (Shadish, 1991): vertinamo objekto specifika, sėkmės veiksniai, vertinimo rezultatų panaudojimas ir vertinimo metodai.

Šiame tyrime vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos užtikrinimo sėkmės veiksniais laikytini galimi minėtos sąveikos atvejai, aspektai ir veiklų, padedančių palaikyti tokios sąveikos atvejus, raida (1 lentelė).

1 lentelė. Vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos vertinimo sistema

Vietos identiteto ir vietos plėtros sąveika		
Atvejai	Užtikrinantys aspektai	Identifikuojančios veiklos
Socialinių vertybių puoselėjimas	Kultūrinių ypatumų puoselėjimas	Kultūrinių renginių organizavimas, tradicinio meno puoselėjimas
Žinių sklaida	Kognityvinio paveldo, nerašytinių žinių sklaida	Nematerialaus paveldo puoselėjimas
Bendradarbiavimo Palaikymas	Ekonominių veiklų, svarbių vietos identitetui, puoselėjimas savo vietovėje	Tradicinių amatų plėtra (tradicinių gaminių gamyba, tradicinių paslaugų teikimas, tradicinių žemės ūkio veiklų vystymas)
Savaiminė reprodukcija	Vietos identiteto, kaip dinamiškos sąveikos tarp bendruomenės ir teritorijos, (per) kūrimas	Saviveiklinių meno kolektyvų veiklos, kūrybinių dirbtuvių organizavimas, kultūros paveldo objektų pritaikymas šiuolaikiniams poreikiams
Išorinės patirties ir žinių panaudojimas	Naujovių adaptavimas prie vietos sąlygų	Tarpterritoriniai ir tarptautiniai bendradarbiavimo projektai
Vietos išteklių reklamavimas	Vietos ir ypač jos išskirtinių, ribotų išteklių reklamavimas	Leidinių, vietą identifikuojančio ženklo ir kitos informacinės reklaminės medžiagos rengimas
Dalyvavimas priimančiais sprendimais	Bendruomenės dalyvavimas priimančiais su vietos plėtra susijusius sprendimus	Bendruomeniškumo stiprinimas, vietos gyventojų įtraukimo į viešąjį gyvenimą skatinimas
Tvarumo užtikrinimas	Bendruomenės įsitraukimas į vietos gamtinių, istorinių, kultūrinių išteklių populiarinimą	Vietos turizmo, vietos paslaugų rinkodaros plėtra, vietos prekės ženklo kūrimas

Vietos identitetas vietos plėtros strategijose 2007–2013 m. laikotarpiu

2007–2013 m. laikotarpiu paramos Lietuvos VVG ir jų vietos plėtros strategijoms įgyvendinimo politika formuojama įvertinus XXI a. Lietuvos kaimui ir gyventojams kylančius iššūkius, nacionalinio ir lokalaus tapatumo bei tautinio ir kultūrinio paveldo išsaugojimo bei panaudojimo problemas. Pagrindinis VVG rengiamų teritorinių strategijų bruožas yra integruota visumos vizija, padedanti nustatyti, kokias sąveikas reikia sukurti tarp atskirų vietos elementų.

Vietos plėtros strategijų įgyvendinimas Lietuvoje dar tik įsibėgėja, tačiau jau galima vertinti, kiek šios strategijos prisideda prie vietos identiteto palaikymo ir panaudojimo vietos plėtrai. Vadovaujantis išskirtais vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos bei ryšių atvejais, šios sąveikos užtikrinimo lygis buvo vertinamas pagal tai:

- kaip dažnai vienas ar kitas identiteto ir plėtros sąveiką užtikrinantis aspektas buvo pasirenkamas VVG,
- kiek atskira VVG pasirenka identiteto ir plėtros sąveiką užtikrinančių aspektų.

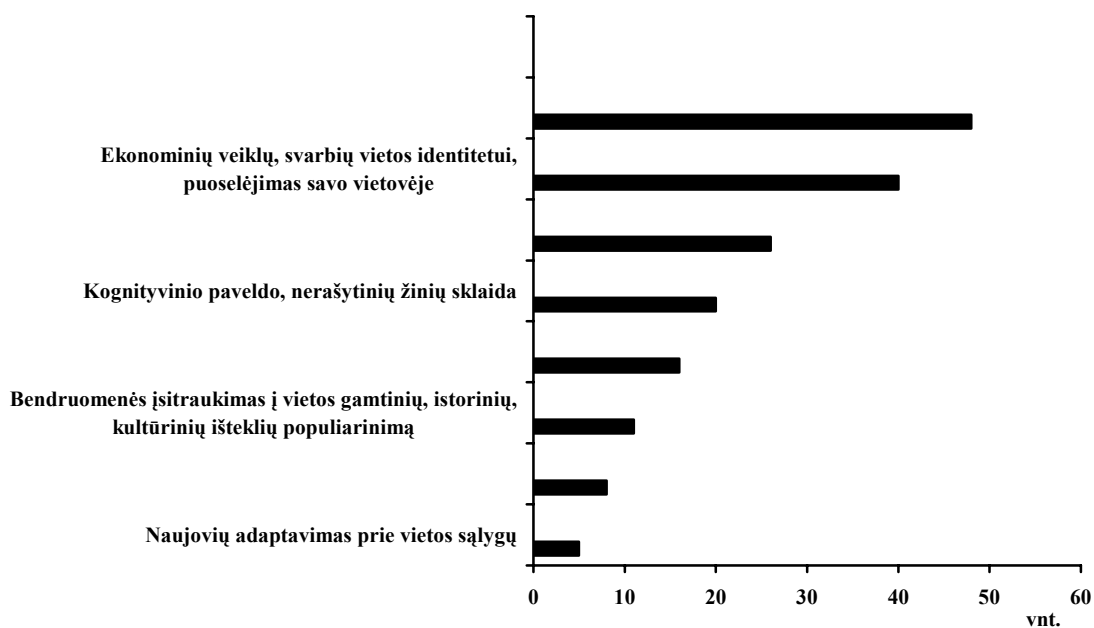
Kitais atvejais, buvo vertinamas minėtos sąveikos užtikrinimo kompleksiskumas.

Išanalizavus 51 Lietuvos VVG parengtą vietos plėtros strategiją, buvo nustatyta, kad dažniausiai VVG rinkosi šiuos vietos identiteto ir vietos plėtros sąveiką užtikrinančius aspektus (2 pav.):

- vietos identiteto, kaip dinamiškos sąveikos tarp bendruomenės ir teritorijos, (per) kūrimą (48 VVG),
- vietos identitetui svarbių ekonominių veiklų puoselėjimą (40 VVG),
- kultūrinių ypatumų puoselėjimą (26 VVG).

Kur kas mažiau dėmesio VVG vietos plėtros strategijose skyrė tokiems sąveikos užtikrinimo aspektams kaip (2 pav.):

- kognityvinio paveldo, nerašytinių žinių sklaidai (20 VVG),
- vietos, o ypač jos išskirtinių, ribotų išteklių reklamai (16 VVG),
- bendruomenės įsitraukimui į vietos gamtinių, istorinių, kultūrinių išteklių populiarinimą (11 VVG),
- bendruomenės dalyvavimui priimant su vietos plėtra susijusius sprendimus (8 VVG),
- naujovių pritaikymui prie vietos sąlygų (5 VVG).



2 pav. VVG, pasirinkusių vietos identiteto ir vietos plėtros sąveiką užtikrinančius aspektus, skaičius, vnt.

Vietos identiteto, kaip dinamiškos sąveikos tarp bendruomenės ir teritorijos, (per) kūrimui užtikrinti VVG vietos plėtros strategijose numatė remti meno ir etninės kultūros kūrybinių laboratorijų, stovyklų, etninės kultūros mokyklų rengimą; medžio ir floristikos plenerų ir susitikimų su amatų meistrais bei kultūros veikėjais organizavimą; projektus, skatinančius kartų bendradarbiavimą perduodant sukauptą patirtį, senąsias profesines žinias ir tradicijas; plenerus ir kitų kraštą populiarinančių kūrybos stovyklų organizavimą; kultūros paveldo, religinių objektų, etnografinių kaimų tvarkymą ir pritaikymą šiuolaikiniams poreikiams ir kt.

Siekdamos puoselėti vietos identitetui svarbias ekonomines veiklas, VVG numatė remti tradicinių amatų centrų, dirbtuvių, kiemelių kūrimą; kalvystės amatų kiemo įrengimą; žolių aromaterapijos paslaugos teikimą; senųjų audimo paslapčių paveldo pristatymą; vietos suvenyrų gamybą; kulinarinio paveldo gaminių pristatymą bei realizavimą ir kt.

Kultūrinių ypatumų puoselėjimui užtikrinti VVG planuoja remti tradicinių teatro festivalių organizavimą; klotimo teatro veiklos plėtrą; tradicinių krašto švenčių, festivalių, renginių, kaimų susitikimų organizavimą ir kitas veiklas.

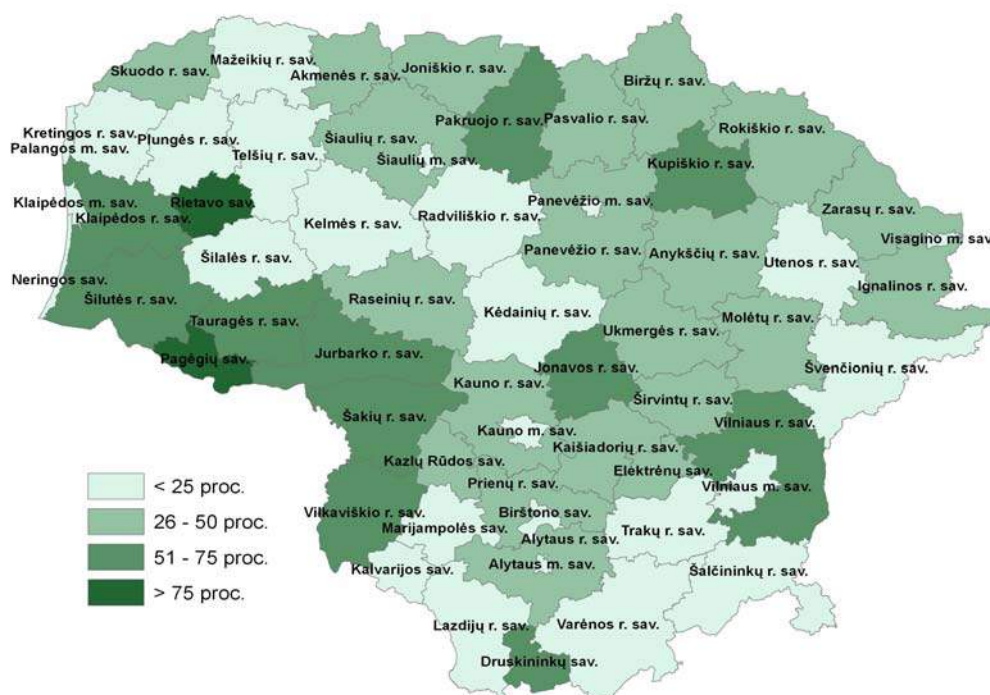
Kognityvinio paveldo, nerašytinių žinių sklaidai užtikrinti VVG pasirinko krašto tarmės puoselėjimo, gyvenviečių istorinio gatvių paveldo, miestelių istorinės heraldikos išsaugojimo, tradicinių apeigų išsaugojimo ir puoselėjimo, tautosakos rinkimo ir išsaugojimo, sunykusių kaimų įamžinimo veiklas ir kt.

Teritorijos, o ypač jos išskirtinių, ribotų išteklių, reklamai paremti VVG numatė nuorodų bei informacinių stendų, apibūdinančių vietovę, įrengimą; medžiagos apie krašto amatus ir etnokultūrinį paveldą rinkimą bei viešinimą; filmuotos medžiagos apie krašto tradicijas parengimą; informacinių stendų apie vietos įžymybes, gamtos ir kultūros paminklus bei kitus turistams patrauklius objektus pastatymą ir kt.

Bendruomenės įsitraukimą į vietos gamtinių, istorinių, kultūrinių išteklių populiarinimą VVG skatins remdamos vietos gidų ir turistų grupių vadovų paslaugų organizavimą; turizmo maršrutų po vaizdingas kaimo apylinkes formavimą, teikiant turistams paslaugas; lankytinų kaimo vietovių objektų atmintinių parengimą ir kt.

Taigi, rengdamos vietos plėtros strategijas, Lietuvos VVG yra labiausiai linkusios rinktis vietos identiteto kūrimo bei perkūrimo aspektą. Tačiau atsižvelgiant į tai, kad šio aspekto įgyvendinimą savaime nulemia vietos plėtros strategijų finansavimo taisyklės, pačių VVG pasirinktu populiariausiu sąveiką užtikrinančiu aspektu derėtų laikyti ekonominių veiklų, svarbių vietos identitetui, puoselėjimą. Kita vertus, ir užtikrinamos identiteto reprodukciją, ir jo puoselėjimą per ekonomines veiklas, VVG itin vangiai remiasi išorinių žinių ir patirties perėmimu bei pritaikymu prie vietos sąlygų, t. y. jos kol kas nėra linkusios bendradarbiauti tarptarpteritoriniu ar tarptautiniu lygmeniu ir nepritaiko įgytų žinių vietos poreikiams.

Vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos užtikrinimo lygio pagal VVG pasirinktų aspektų skaičių vertinimas rodo, kad tik 2 VVG siekia maksimaliai užtikrinti šią sąveiką. Tik Rietavo ir Pagėgių sav. VVG numato remti veiklas, užtikrinančias septynis ar net visus aštuonis galimus sąveikos atvejus. Tuo tarpu 11 VVG yra pasirengusios pakankamai panaudoti vietos identitetą vietos plėtrai (atitinkamai numatė penkis – šešis sąveikos atvejus), 21 VVG – vidutiniškai, o 17 VVG minėtą sąveiką užtikrina tik minimaliai (3 pav.).



3 pav. Vietos plėtros ir vietos identiteto sąveikos užtikrinimo lygis

Minimalų (mažesnę nei 25 proc.) vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos užtikrinimo aspektų skaičių pasirinko pietų Lietuvoje ir dalyje Žemaitijos veikiančios VVG. Įvertinus šių regionų kraštovaizdžio ir kultūros paveldo potencialą, galima teigti, kad numatytos veiklos jį išnaudoja nepakankamai ir tokiu būdu sumažina galimybę teritorijos pridėtinei vertei kurti. Lietuvos žemėlapyje taip pat išsiskiria pasienio savivaldybės. Jose veikiančios VVG labiausiai (daugiau nei 50 proc.) užtikrina vietos identiteto ir vietos plėtros sąveiką (3 pav.).

Apibendrintai galima teigti, kad didžioji Lietuvos VVG dalis, įgyvendindama vietos plėtros strategijas, vietos identiteto ir vietos plėtros sąveiką yra linkusios užtikrinti tik vidutiniškai.

Išvados

1. Vykstant globalizacijos procesams, vietos identitetas tampa vienu iš svarbiausių vietos plėtros išteklių, papildo tradicinį plėtros išteklių sąrašą ir yra lygiavertis žmogiškiesiems, finansiniams ir gamtiniams ištekliams.

2. Įvaizdis ir unikalumas didina vietos ir jos produktų patrauklumą. Kai vietos plėtros strategija remiasi identitetu, atsiranda galimybė nenaudojamiems, apleistiems ar net pamirštiems ištekliams atgauti savo vertę ir kurti dėl neįprasto skirtingų elementų derinio unikalią produkciją. Kai kada, išryškinus vieną iš vietos identiteto komponentų, galima susieti skirtingus produktus ir sukurti naujas produktų atmainas.

3. Lietuvoje nustatant, koku mastu vietos identitetas panaudojamas vietos plėtrai, svarbu vertinti tokius vietos identiteto ir vietos plėtros sąveikos atvejus: socialinių vertybių puoselėjimą, žinių sklaidą, bendruomenės jausmo palaikymą, savaiminę reprodukciją, išorinės patirties bei žinių panaudojimą, vietos išteklių reklamavimą, dalyvavimą priimančioms sprendimams, tvarumo užtikrinimą bei vertinti minėtų sąveikos atvejų užtikrinimo aspektus bei identifikuojančias veiklas.

4. Įpusėjus 2007–2013 m. laikotarpiui analizuojant VVG numatytus remti projektus, matyti, kad VVG gali nerealizuoti visų vietovės identiteto panaudojimo galimybių. Dažniausiai VVG identitetą numato panaudoti remdamos tik jo (per)kūrimą arba puoselėdamos identitetui svarbias ekonomines veiklas bei kultūrinius ypatumus. Taigi daugelis Lietuvos VVG vis dar remiasi standartizuotais produktais ir paslaugomis, o ne savitų vietos bruožų nustatymu ir plėtra.

5. VVG daugiau dėmesio turėtų skirti savo organizacijos ir jos atstovaujamos vietovės įvaizdžiui formuoti. Tai ypač aktualu tiek vietos konkurencingumui užtikrinti, tiek tarpterritorinio bei tarptautinio bendradarbiavimo kontekste.

6. 2007–2013 m. laikotarpiu pagal LRŽŪM rekomendacijas ne mažiau kaip 70 proc. vietos plėtros strategijai įgyvendinti numatytų lėšų kiekviena VVG turi skirti kaimo atnaujinimo projektams. Kitaip tariant, prieštaraujant *LEADER* metodo koncepcijai, įgyvendinamas principas „iš viršaus į apačią“, o ne „iš apačios į viršų“. Tai gali trukdyti atsirasti novatoriškiems projektams, neatitinkantiems iš anksto numatytų priemonių. Kartu sumažėja ir potenciali pridėtinė vertė, kuria grindžiama *LEADER* koncepcija. Todėl būtina didinti *LEADER* metodo lankstumą, visų pirma remiant integruotas, novatoriškas, vietos identitetą panaudojančias kaimo plėtros priemones, o ne finansuoti įprastinę savivaldybių veiklą.

Literatūra

1. Atkočiūnienė, V., Boculo, I. (2010). Lietuvos kaimo vietovių įvairzdžio kūrimo strateginis modelis // Mokslinės praktinės konferencijos „Žemėj Lietuvos ažuolai žaliuos: kaimo vietovė – patraukli gyventi, dirbti ir investuoti“ straipsnių rinkinys. – Kaunas: LŽŪU.
2. Chen, H. T. (1990). Theory-driven evaluations. – Newbury Park, CA: Sage.
3. Europos Komisija (2006). „Leader“ metodas: pagrindai. – Liuksemburgas: Europos Bendrijų oficialiųjų leidinių biuras.
4. Kaimo vietovių teritorinis konkurencingumas (2007). – Kaunas: LŽŪU.
5. Merkienė, I. R. (2007). Lokalinė kultūra istorijos ir geografijos kontekste // Lietuvos etnologija: socialinės antropologijos ir etnologijos studijos. Nr. 7 (16).
6. Messely, L., Dessein, J., Lauwers, L. Branding Regional Identity as a Driver for Rural Development // Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar „The Role of Knowledge, Innovation and Human Capital in Multifunctional Agriculture and Teritorial Rural Development“, 2009 December 9-11, Belgrade. – <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/57406/2/Lies%20Messely%20cover.pdf> [2011 11 26].
7. Pollice, F. The Role of Territorial Identity in Local Development Processes. – Conference „The Cultural Turn in Geography“, 18–20th of September 2003 // Gorizia Campus, Part II: Landscape Construction and Cultural Identity – <http://www.openstarts.units.it/dspace/bitstream/10077/841/1/b3pollic.pdf> [2010 12 14].
8. Pruskus, V. (2005). Kultūrinio kapitalo raiškos ypatumai // Problemos. T. 67.
9. Shadish, W. R., Cook, T. D., Leviton, L. C. (1991). Foundations of program evaluation: Theories of practice. – Newbury Park, CA: Sage.
10. Šutinienė, I. Lokalumo reikšmės individualiose lietuvių tautinio identiteto konstrukcijoje. // Tarptautinės mokslinės konferencijos „Lietuvos Tūkstantmetis ir lokalioji istorija“ metu 2009 07 03. – http://www.versme.lt/pav/lokalumo_konf.pdf [2011 11 15].
11. Vazonis, V., Čiūtaitė, D. (2010). Kaimo vietovių ekonominio konkurencingumo ir vietos gyventojų verslumo sąsajos // Management theory and studies for rural business and infrastructure development. Nr. 22 (3).
12. Vidickienė, D. (2007). Žemės ūkio vaidmuo dvidešimt pirmojo amžiaus kaimo politikoje // Žemės ūkio mokslai, T. 14. Priedas.

THE DISPLAY OF LOCAL IDENTITY IN THE LOCAL DEVELOPMENT STRATEGIES

Erika Ribašauskienė, Diana Šalengaitė
Lithuanian Institute of Agrarian Economics

The territorial approach is one of leading dimensions of the European Union's rural development policy, which emphasizes the need for a strategic planning process to be based on local advantages, physical, human and social capital as well as natural resources. Converting the oneness of local resources into advantage, i.e. applying local identity, is supposed to ensure the competitiveness and vitality of rural areas. The aim of the article was to assess the level of exclusive local resources in use for local development planning during the period of 2007–2013. During the research, a systematic literature and document analysis was carried out in order to identify theoretical assumptions of the interaction between local identity and local development. A system of assessment of this interaction was designed. The level of focus of local planning on activities, ensuring the use of local identity, was assessed applying statistical as well as content analysis of local development strategies framed by local action groups (LAGs).

Key words: LEADER, local action group (LAG), local identity, local development, local development strategy.

JEL codes: O130, O200, O290.