**Тема 4**

**СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ МІСТ**

1. **Концепція нового урбанізму на основі розвитку розумного та креативного міста**
2. **Формування стратегічних напрямів розвитку креативності міст Заходи і механізми реалізації стратегії креативного міста**

**1. Концепція нового урбанізму на основі розвитку розумного та креативного міста**

Основою сталого розвитку суспільства є невід’ємні права людини на життя та повноцінний розвиток. Ціль №11 з сімнадцяти Цілей сталого розвитку країн світу на 2016-2030 роки, схвалених на Саміті ООН, передбачає забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості та екологічної стійкості міст і населених пунктів (Цілі сталого розвитку… 2015). Відчуття безпеки в місті нині стає ключовою ознакою комфортного міського простору. Природнотехногенна безпека, зниження екологічного навантаження, транспортна безпека та звільнення публічних просторів від автомобілів, запобігання загрозам тероризму – все це сприяє наповненню публічних просторів міст людьми та створює відчуття особистої безпеки в місті.

**Концепція нового урбанізму** проголошує міський простір суспільним, загальним і комфортним для всіх. Для забезпечення цього містобудівники сформулювали десять принципів “розумного урбанізму” (Кайдан 2014) [[1]](#footnote-1):

* *принцип балансу з природою передбачає*, що міста, як осередки скупчення людей, виробництв, транспорту, відходів та інших результатів людської життєдіяльності повинні знаходити баланс з природою, а не діяти всупереч природі;
* *принцип балансу з традиціями* полягає у гармонії з культурно-історичною спадщиною;
* *принцип використання доцільних технологій* стосовно проблем, що виникають з використанням різноманітних ресурсів, в т.ч. і людських;
* *принцип соціальної взаємодії* у місцях, створених для особистого дозвілля, проведення вільного часу з друзями, романтичних зустрічей та суспільної активності передбачає, що вони повинні мати спеціальні місця у просторовій системі міста;
* *принцип ефективності* означає досягнення балансу між споживанням енергії, часу та інших ресурсів і підвищенням комфортності життя, безпеки, універсального доступу, продуктивності;
* *принцип людського масштабу* означає комфортне проживання особи в місті;
* *принцип матриці можливостей* передбачає, що місто має бути механізмом для особистісного, соціального та економічного розвитку;
* *принцип регіональної інтеграції* означає, що місто є лише частиною більшої природної, соціально-економічної та культурної системи (регіону), з якою воно пов’язане ресурсообміном та комунікаціями. Саме тому місто повинне проводити адекватну політику з розвитку приміських зон;
* *принцип збалансованого руху* у місті є необхідним для пошуку балансу та створення відповідної пріоритетності між пішоходами, велосипедистами, громадським транспортом та автомобільним рухом;
* *принцип інституціональної інтегрованості* передбачає наявність прозорого, підзвітного та ефективного міського управління за участі громади міста.

Місто сприймається як простір можливостей і проблем одночасно. Це територія, де присутні різноманітні досягнення цивілізації, де народжуються нові ідеї та нові ідентичності. Водночас, це простір, де концентруються екологічні проблеми, соціальні негаразди, бідність. У постіндустріальному суспільстві посилюється значимість якості життя, соціальної стабільності та захищеності населення, екологічної безпеки проживання в містах. З іншого боку, зростає увага до якості освіти та кваліфікації мешканців міст, науково-технічного потенціалу міст, інноваційності їхнього розвитку, оновлення міської інфраструктури з використанням найсучасніших технологій. Все це відбувається в контексті тісної співпраці державних, бізнесових структур та громадськості. При цьому стратегія сучасного розвитку міст ґрунтується на збережені їх культурної ідентичності, автентичності та індивідуальних особливостей. Такі ідеї втілюються в концепціях розумних, зелених, креативних міст, як реакція на виклики виснаження ресурсів, зміни людського потенціалу та забруднення навколишнього середовища. Виникає необхідність розгляду зміни парадигми розвитку міст, сутності концепцій розумних міст, зелених міст, креативних міст[[2]](#footnote-2).

**Сучасна парадигма розвитку міст** передбачає відмову від розвитку індустріального міста на користь “нового” міста. Концепція нового урбанізму[[3]](#footnote-3) (New Urbanism) використовує людиноорієнтований підхід до планування міст, який на противагу централізованому плануванню передбачає нежорстке зонування території та залучення громадськості до планування міського розвитку. Новий урбанізм має на меті створення насиченого комунікаціями, саморегульованого міського середовища, яке відповідає інтересам жителів різних соціальних прошарків, статусу, віку тощо.

Ознаками індустріального міста є ресурсоспоживання; вуглецева енергетика; традиційна індустрія; централізовані інфраструктурні мережі; жорстке функціональне зонування території; наявність житлової зони, місць праці та місць відпочинку і спілкування.

На відміну від індустріальних, нові міста характеризуються іншими ознаками: ресурсовиробництво; поствуглецева енергетика; постіндустріальна економіка; креативна та інноваційна економіка; розумні інфраструктурні мережі; smart-споживання; гнучка функціональна організація простору, вертикальне зонування, що передбачає поєднання промислової, житлової та комерційної зон; наявність житлової зони, місць праці та публічних просторів; поява “третього місця”; створення креативних кварталів, центрів (районів дизайну і мистецтв).

*Концепція “третього місця”* передбачає, що “першим місцем” є житло, “другим” – місця прикладання праці (створення робочих місць), а “третє місце” – це територія, де поєднуються місця відпочинку, місця спілкування та місця роботи. Власне концепція “третього місця” стоїть на позиціях відмови від чіткого функціонального зонування “житло-офіс-підприємство”, тобто відмови від щоденного переміщення жителів міст від місця проживання до місця роботи. На противагу цьому пропонується створення змішаних просторів, де поєднуються житло, офіси, відпочинок, розваги, торгівля тощо.

Ключовими критеріями створення нових міст можна вважати безпечне середовище життєдіяльності, якість життя населення, екологічну безпеку, конкуренцію талановитих, креативних та толерантних жителів.

Конкурентоздатність міста залежить від бачення його майбутнього – стратегії розвитку міста і вміння послідовно її реалізувати. В умовах сьогодення виживають сталі міста (міста сталого розвитку) за рахунок економіки знань, економіки вражень, креативної економіки, зеленої економіки, які сприяють тому, щоб зробити міста безпечними, екологічно стійкими та більш привабливими. Отже, сучасне розуміння міст як осередків потоків глобальних та локальних взаємодій передбачає, що новітніми трендами міського розвитку є зелені міста, розумні міста, креативні міста, сталі міста. Якими вони є?

Ідеї розумних, креативних міст, еко-міст, зелених міст є відповіддю на виклики виснаження ресурсів, змін клімату, забруднення навколишнього середовища. Вони виникли як необхідність вирішення в містах проблем забезпечення питною водою, водопостачання, утилізації сміття та відходів, забруднення повітря, природно-техногенних негараздів, транспортних заторів, поліпшення стану здоров’я жителів міст[[4]](#footnote-4).

*Поняття “зеленого міста”* (green city) передбачає перехід до використання відновлювальних джерел енергії, енергоефективність у всіх сферах життєдіяльності населення, скорочення автотрафіку в місті, використання екобезпечного транспорту, певну архітектуру, дизайн та облаштування публічних просторів. В своєму розвитку такі міста спираються на зелену економіку. В ідеалі зелені міста – це міста з величезними площами зелених насаджень, чистим повітрям, чистою водою, чистою енергією, високою часткою перероблених відходів, зеленим транспортом та, відповідно, здоровими міськими жителями. Ґрунтовно концепція зелених міст розкрита у розділі “Зелена економіка в містах України: міф чи реальність?” (О.Кононенко).

*Термін “розумне місто”* (smart city) має різні тлумачення, але найчастіше використовується в значенні ефективного високотехнологічного міста. Викликами, які зумовлюють і визначають необхідність реалізації концепції розумного міста, урбаністи вважають: старіння та руйнування інфраструктури; деіндустріалізацію; підвищення прозорості й відкритості влади, вимог до управління містами з урахуванням потреб громадян; відсутність стратегічних підходів до управління містами і, як результат, деградацію міського середовища; нестійкість економіки міст; зниження якості життя міських жителів; суспільний запит на активізацію участі громадян у розв’язанні проблем міст.

**Концепція розумних міст** передбачає такі складові: розумну економіку (за рахунок впровадження інноваційних технологій в різних галузях і сферах людської діяльності); розумну мобільність (доступність і різноманітність транспортної системи міста); розумних жителів (з високим рівнем кваліфікації, дотримання принципів соціального та етнічного плюралізму, креативність, відкритість мислення, участь у громадському житті); розумний спосіб життя і особисту безпеку; розумне навколишнє середовище; розумне управління (прозоре управління, залучення громадськості до прийняття рішень з метою контролю та оптимізації використання ресурсів і прийняття ефективних управлінських рішень).

Відповідно, перевагами концепції розумних міст вважаються[[5]](#footnote-5):

* прозорість адміністрування та управління містом на основі використання інформаційних технологій;
* розумна інтеграція інформації між міськими департаментами, використання сучасних систем управління даними та запровадження якісної аналітики подій і процесів у місті;
* використання сучасних технологій для забезпечення безпеки, швидкого реагування на екстрені виклики, своєчасного реагування на проблеми жителів міста;
* ефективне управління та надання послуг житлово-комунальним господарством, транспортом та іншими об’єктами міської інфраструктури;
* використання відновлюваних джерел енергії;
* розвиток адекватної соціальної інфраструктури; залучення громадян до участі у прийнятті рішень.

Одним з популярних підходів до міського планування та пошуку способів поліпшення якості життя міських жителів є креативні стратегії розвитку міст, розуміння сутності яких у різних країнах, містах та міжнародних організаціях ґрунтується на використанні різних підходів. В найширшому значенні *під креативними розуміють такі стратегії розвитку міста*, які використовують певні інноваційні ідеї, творчий підхід до вирішення проблем з акцентом на розвиток мистецтва, культури, збереження історичної спадщини та унікальності міста[[6]](#footnote-6).

Популярність креативних підходів виникла у світі через широке визнання того, що світ і його економічні, соціальні і культурні структури різко змінюються. Не в останню чергу це було обумовлено розвитком інформаційно-технологічної революції.

***Концепція "креативного міста" [[7]](#footnote-7)***

Місто можна розглядати як основний локус креативної економіки, так як саме в містах зосереджені щільні мережі взаємодіючих людей, а також ринки виробництва і збуту креативних товарів і послуг. Глобальні цифрові технології дозволили підвищити безпосередню зв'язаність міст між собою і привели до збільшення їх людського потенціалу в зв'язку з безпосереднім доступом до знань та інформації.

Концепцію "креативного міста" ще наприкінці 1980-х представив британський дослідник Чарльз Лендрі (The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators) і з того часу ця ідея стала глобальним рухом, який втілює нову парадигму міського планування[[8]](#footnote-8). Розгляд міста як осередку творчих активностей стало частиною класичного підходу до аналізу креативної економіки завдяки британському консультанту з міського планування Чарльзу Лендрі.

Лендрі Ч. під «креативним містом» (creative city) розуміє поняття, зосереджене на потенціалі індустрії культури, щоб зробити місто особливим та унікальним (Landry, Bianchini 1995; Landry 2008; Лэндри 2011). Висловлена ним ідея креативного міста полягає у становленні індивідуальності міста через розвиток людського потенціалу, що здійснюється засобами науки, мистецтва, технологій. Лендрі запропонував розвивати культуру креативності в противагу міській інженерії, щоб перетворити місто в відкриту і саморозвиваючу систему, при цьому механізми міського управління зробити гнучкими і тонкими, а не виключно функціоналістським. Е. Претт дотримується іншої точки зору. Він віддає перевагу підходу до креативності з соціальним, культурним та економічним її розумінням, що є доповненням до конкретного соціально-історичного контексту[[9]](#footnote-9).

Чарльз Лендрі стверджує, що культура творчості залежить від критичної маси людей, які зацікавлені у спільній роботі та впровадженні змін. Він заохочує використання уяви та креативу в державних, приватних і суспільних сферах, тим самим створюючи банк ідей для можливостей і потенційних вирішень будь-якої міської проблеми [[10]](#footnote-10).

Будь-яке місто – це тверда та м’яка інфраструктури. Перша включає будівлі, дороги, водопостачання чи каналізацію. А друга включає в себе людей, які творять менталітет міста, який свідчить про можливості і проблеми, про атмосферу міста, про стимули розвитку і регулювання.

Творчі міста розвивають свою м’яку інфраструктуру: вони намагаються приваблювати висококваліфіковану і гнучку робочу силу, мислителів, творці та виконавців. Тому креативним може бути не лише генерація та застосування ідей, але й створення можливості для їх появи через стимулювання розвитку людських ресурсів.

Креативні міста розглядаються як такі, що можуть забезпечити високу якість життя населення та можливості для реалізації його творчого потенціалу. Креативне місто таким чином живить, приваблює і підтримує таланти, і внаслідок цього може мобілізувати ідеї і творчі організації для вирішення проблем. Антропогенне середовище – його налаштування та використання – має вирішальне значення для створення привабливого міського середовища[[11]](#footnote-11).

2. **Формування стратегічних напрямів розвитку креативності міст**

В цій частині розділу будуть виділені і систематизовані можливі стратегії і тактичні цілі, спрямовані на розвиток креативного середовища з урахуванням наявного у міста ресурсу.

**Креативні стратегії міста** - це стратегії розвитку міста, що використовують певні інноваційні ідеї, творчий підхід до вирішення проблем, як правило з акцентом на розвиток культури, мистецтва, збереження історичної спадщини, підтримку визначних особливостей міста та розвиток його унікальності. Креативні стратегії використовуються неоднаково в різних містах та в різних культурних контекстах і не мають однозначного пояснення[[12]](#footnote-12).

**Серед основних типів стратегій розвитку, характерних для креативних міст,** Е. Пратт виділяє такі:

* увага до культурної та історичної спадщини;
* економічний розвиток;
* маркетинг місця та місцева конкуренція;
* соціальна інтеграція;
* фокус на індустрію культури і творчості.

Такий підхід в основному базується на досвіді міст Великобританії та інших країн Європейського Союзу[[13]](#footnote-13).

*Аналіз досвіду.* 1.Проект «Креативні Міста», що розроблений у 2008 р. за участю 15 європейських країн: Великобританії, Польщі, Чеської Республіки, Угорщини, Словаччини, Словенії, України, Швеції, Норвегії, Данії, Фінляндії, Естонії, Латвії, Литви та Росії. Цей проект є переліком засобів, інструментів та он-лайн майданчиків, що дозволяють розвивати ідеї та обмінюватися ними в рамках партнерства різних міст, організацій та навіть окремих осіб, що беруть активну участь у розробленні новаторських підходів до політики міста[[14]](#footnote-14).

2. Центральноєвропейська програма, що використовує концепцію креативних міст «Креативні Міста» для розвитку та просування творчого потенціалу в центральноєвропейських містах. Вона спрямований на розвиток потенціалу креативної індустрії як локального та регіонального чинника розвитку з метою залучення інвестицій та створення робочих місць в п’яти центральноєвропейських містах: Лейпцигу (Німеччина), Генуї (Італія), Гданську (Польща), Любляні (Словенія) та Печі (Угорщина) [[15]](#footnote-15).

3. Проект «Європейська культурна столиця», започаткований Радою Міністрів Євросоюзу у 1985 р., з метою показати багатство і різноманіття європейських культур. Міста, які визначають та обирають для включення до проекту, представляють власну однорічну програму культурних заходів, щоб привернути міжнародну увагу та вдосконалити культурне життя й розвиток міста[[16]](#footnote-16).

4. Проект ЮНЕСКО «Мережа Креативних Міст ЮНЕСКО» є одним із найпопулярніших проектів, що впроваджує креативні стратегії розвитку міст. Наголос робиться на унікальності міста, стимулюванні розвитку соціальної креативності, збереженні культурної сторичної спадщини та відмові від конкуренції між містами на користь кооперації та взаємодопомоги через створення Мережі Креативних Міст [9]. Цей проект був розроблений у 2005 р. на базі загальної Декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття та ініціативи всесвітнього альянсу Культурного Різноманіття 2002 року. ЮНЕСКО визначає міста по всьому світу як центри, що мають передовий досвід у розвитку галузей декоративно-прикладного мистецтва, дизайну, гастрономії, кіномистецтва, літератури, медіа мистецтв та музики. Слід зазначити, що міста, включені до Мережі, є своєрідними «креативними центрами», що сприяють соціально-економічному зростанню за рахунок розвитку креативних індустрій, а також «соціально-культурними кластерами», які поєднують різні соціально-культурні громади для життєздатного міського середовища. До Мережі включено 41 місто, і їх кількість щорічно зростає (у 2012, наприклад, було 34) [[17]](#footnote-17).

Аналіз різноманітних креативних стратегій показує, що концепція «Мережі Креативних Міст ЮНЕСКО» є універсальним та водночас дуже локально-орієнтованим підходом до впровадження креативних стратегій у розвиток міста. Її *основні принципи*:

– збереження унікальності міста;

– стимулювання творчого потенціалу мешканців;

– збереження культурно-історичної спадщини;

– забезпечення сприятливих умов для життя в місті.

Водночас, ця концепція наголошує на необхідності сталого збалансованого розвитку та відмові від конкуренції між містами на користь кооперації та взаємодопомоги у рамках співробітництва[[18]](#footnote-18).

***В основу розробки власної стратегії креативного міста*** можуть бути покладені загальна ті специфічні показники розвитку окремих міст. Кожному з українських міст властиво своє співвідношення чинників формування креативного середовища і пов'язаних з ними типів капіталів (соціальний, культурний і економічний), які дозволять підвищити рівень креативності середовища за умови розумного використання в залежності від розміру міста.

В економічному аспекті для розвитку креативного міста важливим є *показник розміру міста* - традиційний показник, який впливає на розгортання інфраструктури і значимість, з точки зору державної політики. Відповідно за розміром для опису специфіки можливої ​​креативної еволюції слід виділити такі групи міських поселень: малі (до 50 тис. чол.), середні (50 — 100 тис. чол.), великі (100—500 тис. чол.), дуже великі (500 — 1000 тис. чол.), міста-мільйонери (понад 1000 тис. осіб).

Якщо великі міста переважно багатофункціональні, тобто виконують одразу кілька функцій: наукову, освітню, культурну, фінансову та інші, то маленькі міста мають вузькопрофільні напрямки. Такі поселення відіграють важливу роль у формуванні поселенської мережі, розвитку та розташуванні промислових сил країни. Згідно із Законом України про «Генеральну схему планування території України», визначаються наступні типи маленьких міст[[19]](#endnote-1):

* міста із прилеглими центрами мереж поселення
* міста, що мають рекреаційний та оздоровчий потенціал
* міста що мають значний природний та історико-культурний потенціал
* міста – центри сільськогосподарських районів
* багатофункціональні міста
* промислові міста

Завдяки процесу конвертації кожного з капіталів з урахуванням окремих груп міських поселень, місто може збільшити інші види свого капіталу, навіть якщо має тільки один.

***Економічний капітал в стратегії розвитку креативного сектору міст.*** Наприклад, *у* містах з переважно сировинною економікою, багато з яких розташовані в географічній зоні, окресленої межами Донбасу та Придніпров'я (Запоріжжя, Донецьк, Маріуполь, Дніпро, Кривий Ріг, Кременчук, Лисичанськ та ін..), є очевидні економічні передумови для розвитку креативного середовища і креативних індустрій. Внаслідок цього, економічний капітал дозволяє сформувати систему інвестування, створити прогресивну матеріальну і технологічну інфраструктуру, підтримати освітні та виставкові заходи для креативних професіоналів і системно працювати над міським оточенням.

*У великих містах*, де різноманітність креативних ініціатив більше, проте їх роздробленість сильніше, необхідно направляти економічний капітал на створення комунікативних платформ і фінансування рамкових проектів, які сприятимуть мережевості і консолідації креативного сектора.

*У середніх містах* з великим людським потенціалом, наприклад [Вінниця](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F), [Херсон](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD), [Полтава](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B0), [Житомир](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%80), [Рівне](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B5), [Тернопіль](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C), [Луцьк](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%83%D1%86%D1%8C%D0%BA) та ін., можливе визначення декількох основних креативних напрямків і створення необхідних для їх формування базових елементів інфраструктури.

*У малих містах*, таких як [Бровари](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8), [Умань](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%8C), [Бердичів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%B8%D1%87%D1%96%D0%B2), [Дрогобич](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%87), [Ізмаїл](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D1%97%D0%BB) [Бориспіль](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C), [Ірпінь](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D1%80%D0%BF%D1%96%D0%BD%D1%8C), [Глухів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D1%83%D1%85%D1%96%D0%B2), [Скадовськ](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA) та ін. має сенс вкладати наявні ресурси, перш за все, в формування товариств зацікавлених креативних фахівців, створення майданчиків для їх змістовної комунікації, а також довгострокові міжміські або міжнародні проекти, здатні утримати активну молодь і залучити професіоналів з інших населених пунктів.

***В контексті культурного капіталу*,** міста, в яких є розвинені установи культури, освіти і науки, а також багаті традиції і історія, і які вже володіють культурним капіталом, мають виражений культурний код, існує висока ймовірність появи нових концептів, які і є ключовим джерелом ідей для креативних індустрій.

*Для великих міст* з багатим культурним капіталом доцільно розробити системну брендингову кампанію і позиціонувати культурне різноманіття як конкурентну перевагу.

*У середніх містах*, таких як Рівне, Чернігів, Житомир, Суми та ін., як міст Полісся, яке відомо своєю давньою [іконописною](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81) традицією (тло темно-синього або темно-зеленого кольору, нерідко у вигляді пейзажів або лісу; зображення святих статичні, з глибокими очима; писалися на фоні [пейзажів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D0%B9%D0%B7%D0%B0%D0%B6) — [неба](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%B1%D0%BE), [лісу](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%96%D1%81) тощо), слід визначити лінійку самобутніх культурних продуктів, грамотно проводити їх брендінг, згодом представляючи на регіональних та національному ринках.

*У малих містах* з багатою культурною спадщиною або національним колоритом, наприклад, міста Західної України (особливо Східної Галичини з центром у Львові), Закарпаття та Буковини, необхідно направляти всі зусилля міської влади, існуючих інституцій та креативних ініціатив на запуск великого культурного атрактора – центру розвитку суспільства і культури на основі нових ідей, які об’єднують людей у нову спільноту з новою метою, ідеалами тощо, який автоматично збільшить приплив туристів і обіг економічних засобів в місті, а також дасть поштовх до створення супутніх проектів. Таким атрактором, наприклад, може стати відтворене етнічне село або унікальний культурний фестиваль, який можна організувати навіть при мінімальному економічному капіталі.

***Соціальна складова стратегії креативного міста.*** Розвиток міст, в яких існують потужні громадські рухи, активні городяни або ефективна взаємодія жителів і міської адміністрації, може базуватися на соціальному капіталі. Соціальний капітал дозволяє діяти навіть в умовах, коли інші ресурси обмежені, оскільки за рахунок солідарності і спільного цілепокладання громадська спільнота здатна акумулювати наявні індивідуальні ресурси, зокрема, залучаючи зовнішніх інвесторів і меценатів.

*Для великих міст* з сильними традиціями міського активізму актуально розширення мережі соціальних контактів при збереженні різноманіття ініціатив, а також використання соціального потенціалу для впливу на прийняття рішень.

*У середніх містах* можливий розвиток між установчих і міждисциплінарних партнерств між креативними і соціальними ініціативами для посилення їх культурного і економічного потенціалу, а також створення фундаменту для декількох напрямків, які з часом можуть перетворитися в повноцінні індустрії.

*У малих містах*, що володіють ресурсом соціальних зв'язків, доцільно зібрати активних городян в єдину ініціативну групу, максимально конкретно визначивши її завдання. Активісти вже сьогодні створюють нетривіальні культурні та творчі проекти, однак ресурсів, необхідних для переходу їх діяльності на системний рівень поки недостатньо. Вдалим форматом може стати щорічний форум креативних спільнот або відповідний за масштабом набір з декількох регулярних заходів, в рамках яких креативні підприємці зможуть обговорювати політику розвитку культурного і креативного сектора, формувати програму дій і пропозиції для міської влади. Сильне лобі «знизу» дозволить частково перерозподілити владу і збільшити економічний капітал.

**Отже, основними стратегічними напрямами розвитку креативності міст можна виділити наступні чотири:**

*Перший* – виховання творчості та креативності в місті. Креативність – це здатність на основі існуючого знання творити нові смисли.

Другий – це утримання креативних мешканців у місті. Створення умов для реалізації «себе» у місті.

*Третій* – залучення людського ресурсу. Створення умов, щоб люди повертались назад. Важливо запрошувати і залучати людей, які не є жителями даного міста.

*Четвертий* - створення креативної громади та відповідних середовищ і локації.

Культурна політика і просування бренду креативного міста та його іміджу в даному випадку –  це засіб відстояти індивідуальність та місцеву специфіку на фоні домінуючих глобалізаційних процесів в урбанізації.

**3. Заходи і механізми реалізації стратегії креативного міста**

Узагальнені стратегії міського розвитку реалізуються завдяки набору конкретних механізмів і заходів, що дозволяють працювати з креативним середовищем і інтенсифікувати процес становлення креативних індустрій.

Для успішної імплементації оптимальних сценаріїв для кожного конкретного міста необхідно попередньо оцінити ефективність тих чи інших заходів і механізмів в залежності від специфіки міського профілю, визначеного розміром міста і переважаючим типом капіталу. Зіставлення цих двох критеріїв формує матрицю, кожен осередок якої символізує певний тип міста, що володіє власною специфікою. Залежно від типу міста для нього виявляються більш-менш актуальними ті чи інші заходи та механізми креативної модернізації (За прикладом схеми 1 для кожного окремого міста). Актуальність заходів і механізмів визначається на підставі оцінки частоти появи заходів в експертних інтерв'ю.

**М**

**С**

**К**

Крупні

міста

Середні

міста

Малі

міста

Розмір кола означає, наскільки актуальний захід, який розглядається, або механізм для того чи іншого типу міста

Соціальний капітал

Культурний капітал

Економічний капітал

Рис. Приклад матриці стратегічного рішення щодо розвитку креативного сектору міст на основі існуючого капіталу та розміру міського поселення

Отже, враховуючи досвід успішної реалізації стратегії креативних міст, наведемо відповідні заходи і механізми її реалізації в розрізі факторів креативного середовища:

**1. В контексті економічної диверсифікації виділимо ряд кроків щодо досягнення стратегічних цілей креативного розвитку міст:**

1. Картування[[20]](#footnote-19) креативних проектів*,* проведене при активній участі громад в зборі інформації, і створення онлайн-ресурсу з отриманою картою креативних індустрій з метою підвищення інформованості аудиторії і посилення мережевої взаємодії.

*Картування територій* - це складання карти культурних і творчих ресурсів території для оцінки потенціалу творчого сектора, визначення його можливостей і потреб. Картування є базою для формування стратегії розвитку творчих індустрій і формування культурної політики. Воно може здійснюватися як для творчих індустрій в цілому, так і для окремих секторів (наприклад, тільки музика і музичне продюсування і т. д.).

Британське агентство «EUCLID» розробило наступну технологію картування. Виробничий ланцюжок включає чотири стадії:

1. Зародження ідей - створення культурних задумів і проектів.

2. Виробництво - створення придатних для комерційної реалізації продуктів.

3. Поширення - циркуляція продуктів шляхом трансляцій, записів, кінопоказів та т.д.

4. Споживання - отримання певного досвіду кінцевим користувачем.

У процесі підготовки культурної мапи може застосовуватися метод SWOT-аналізу:

* сильні сторони (strenghts) - то, що робить сектор сильним;
* слабкі сторони (weaknesses) - то, що робить сектор слабким;
* можливості (opportunities) - то, що могло б допомогти сектору;
* загрози (treats) - то, що може зашкодити сектору.

1. Створення умов для системної і стихійної кластеризації суб'єктів креативних індустрій з використанням порожніх міських площ, зокрема, надання державою приміщень менеджерам успішних креативних проектів на підставі концесійного договору з встановленням конкретного функціоналу.
2. Популяризація моделей роботи комерційного сектора, що мають культурну і освітню складову, наприклад, створення торгово-розважальних центрів з впровадженими культурними лабораторіями, театральними залами, галереями, лекторіями і т.д.
3. Підвищення кваліфікації фахівців за рахунок відкритих публічних заходів і проектів, проведених на базі компаній (Дизайн-студії, ІТ-компаній, онлайн-медіа), задіяних в креативної сфері: воркшопів[[21]](#footnote-20), днів відкритих дверей, хакатонів[[22]](#footnote-21), конкурсів і т.д.
4. Проведення пітчингів[[23]](#footnote-22) проектів, за участю представників влади, бізнесу, сфери освіти і культури, в процесі яких креативні фахівці отримують консультаційну підтримку і мають можливість представити проекти публіці або потенційним інвесторам.

***Довідково.*** *Стихійні креативні квартали.*

*Класичним прикладом стихійних креативних кварталів є Берлін. Сквотування[[24]](#footnote-23) будівель, покинутих жителями Східного Берліна після руйнування стіни, подальша легалізація сквотів і полегшена оренда для творчих асоціацій уможливили формування покоління нових креативних професіоналів. Надалі цей процес обернувся джентрифікацією[[25]](#footnote-24), підняттям орендної ставки і витісненням креативних ініціатив, але після протестного руху в Берліні уряд визнав соціальну і культурну значимість стихійних креативних кварталів, і в місті досі існує безліч подібних просторів.*

*Креативні квартали в Гамбурзі також зуміли відстояти свої права на місто перед урядом і девелоперами[[26]](#footnote-25), і сьогодні поруч з грандіозною новою набережною і новим будинком опери, офісними і житловими будівлями зі скла і бетону існує район, який служить магнітом для представників креативного класу і численних туристів.*

**2. В рамках фактору «Комфортне оточення» виокремимо наступний комплекс заходів:**

1. Реалізація партисипаторних (спільних) проектів з використанням засобів сучасного міського дизайну дня проектування комфортних і привабливих громадських просторів і подолання кліматичних особливостей міста.
2. Створення тематичної міської інфраструктури для різних вікових груп: гіперлокальні рішення для дворових майданчиків, парків і скверів, вуличних просторів, скейт-парків і воркаут[[27]](#footnote-26)-майданчиків.
3. Переосмислення функцій і трансформація просторів вуличних кафе в відкриті майданчики для комфортного проведення часу з можливістю проведення публічних освітніх заходів.
4. Розміщення об'єктів паблік-арту і стріт-арту для формування нових символів міста з обов'язковим залученням локальної мистецької спільноти.
5. Пошук неочевидних просторів в рамках невпорядкованих зелених зон міста, зокрема, з можливим виходом до води, і формування на їх базі культурно-дозвільної інфраструктури з урахуванням принципів екологічності.
6. Проведення мегаподій, які дозволяють «перезапустити» міста і залучити додаткові інвестиції для розвитку міської інфраструктури.

***Довідково.*** *Мегаподія. Класичним прикладом успішної мегаподії є «перезавантаження» Барселони в період підготовки Олімпійських ігор 1992 року. Місто, жадало оновлення після закінчення франкізму, перетворило великі невикористовувані міські території, облаштувало набережні і парки, побудувало нові житлові квартали і провело ребрендинг, перетворившись в міжнародний туристичний центр. Успіх «перезавантаження» був пов'язаний з соціальною активністю жителів і участю локальних спільнот в прийнятті ключових рішень. Подальший розвиток Барселони ознаменувався бурхливим зростанням креативних індустрій, в тому числі створенням сучасних креативних кластерів.*

*Відомими прикладами міст, які отримали новий імпульс для розвитку після проведення мегаподій, є Atlas Weekend 2018 м. Києві, Україна (місце паломництва шанувальників якісної музики і цінителів душевного відпочинку), Венеціанський карнавал у Венеції, Італія, Зимові спортивні ігри світового масштабу в Південній Кореї, Святкування 115-річчя Harley Davidson в Мілуокі, США, Октоберфест в Мюнхені, Німеччина та ін..*

**3. В межах фактору «Відкрита культура» тактичним кроками досягнення стратегічних цілей розвитку креативного сектору міст можна вважати такі:**

1. Проведення відкритих слухань по розробці програм культурного розвитку або формування візуального середовища міста за участю представників міського управління, міських активістів і креативного товариства.
2. Реновація старих або створення нових трансформованих просторів з відкритим контентом, на базі яких активісти зможуть проводити безкоштовні заходи, що сприяють поширенню нової культури дозвілля, формування аудиторії для комерційних креативних проектів і простору для діалогу.
3. Проведення великих форумів і конференцій, присвячених розвитку культурного середовища і креативних індустрій, з відкритим оргкомітетом і можливістю для креативних фахівців і міських активістів брати участь в створенні контенту заходів.
4. Розробка бренду міста за участю місцевих дизайнерів і стратегії його просування з урахуванням існуючої міської ідентичності і думки креативного спільноти.
5. Підтримка локальних медіа, працюючих з темою міської ідентичності і спрямованих на популяризацію підприємств нової економічної культури.
6. Створення на базі державних освітніх і культурних установ мережі багатофункціональних культурних центрів та інкубаторів.
7. Розробка агрегатора публічних, переважно некомерційних заходів, в сфері освіти, культури, дизайну, ІТ, урбаністики для формування єдиного медіаполя, що гарантує інформаційну підтримку організаторам креативних проектів.
8. Залучення професійних дизайнерів для «упаковки» продукції локальних ремесел і промислів і використання культурних традицій корінних жителів території для створення на їх підставі концепцій відкритих міських заходів нового формату.

***Довідково.*** *Креативні мережі. Розвиток креативних індустрій можна інтенсифікувати за рахунок загальноміських заходів. Наприклад, щорічно в Барселоні проводяться Tallers Oberts або «Відкриті майстерні». В цей день всі важливі культурні, освітні та творчі майданчики міста відкривають свої «Майстерні» для публіки. Подібні заходи формують креативні мережі, що охоплюютьь місто, а представникам самих креативних індустрій ці заходи дають розвивати відносини з можливими партнерами, локалізованими поблизу. В цілому, мереживізація як принцип спрямована на з'єднання творчих локацій і креативних професіоналів міста. Створення карт і гідів як в форматі онлайн-додатків, так і у вигляді стильної та доступною друкованої продукції дозволяє зробити креативні індустрії видимими для городян і туристів.*

**4. Фактор впливу ліберальної освіти на розвиток креативності міст пропонується виражати через ряд послідовних дій, направлених на реалізацію таких програм і проектів:**

1. Розвиток циклів освітніх заходів (в тому числі курсів за вибором в рамках магістерських програм) на майданчиках існуючих в місті освітніх інституцій із залученням фахівців-дослідників і практиків у сфері креативних індустрій.
2. Підписання угод про студентський та академічний обміні між місцевими і зарубіжними вузами з метою інтеграції в освітній процес кращих міжнародних практик в сфері креативних індустрій.
3. Підтримка студентських ініціатив на базі університетів, наприклад, студентських дослідницьких і прикладних команд під керівництвом тьютора[[28]](#footnote-27) з викладацького складу і залученого зовнішнього креативного фахівця.
4. Підтримка програм неформальної і додаткової освіти edutainment і lifelong learning, реалізованих на незалежних творчих і культурних майданчиках міста.
5. Розробка і підтримка пулу регулярних peer-to-pee заходів, організованих креативними професіоналами для креативних професіоналів, що дозволяють обмінюватися досвідом та історіями особистого успіху.
6. Створення майданчиків для формування стартапів в форматі освітнього хаба і інкубатора креативних проектів з подальшим залученням представників бізнес-спільноти і влади для включення стартапів в комерційний сектор.
7. Запуск освітніх програм для школярів та дошкільнят у формі дитячого університету.
8. Запуск грантових програм для підтримки проведення міжнародних літніх і зимових шкіл, короткострокових семінарів в сфері креативних індустрій.
9. Проведення відкритих студентських переглядів і відкритих захистів дипломів, на яких студенти можуть познайомитися з потенційними роботодавцями.

***Довідково.*** *Стартап-сауна створена одним з найбільш прогресивних і ліберальних університетів світу - університетом Аалто в Гельсінкі. Вона являє собою акселератор для креативних бізнес проектів з інтенсивним п'ятитижневим курсом, в рамках якого команди навчаються азам ведення бізнесу: від планування бюджету до розробки маркетингової та PR-стратегії. Представлені в стартап-сауні проекти мають різну спрямованість: від просування бізнесу в Instagram до створення 3D-камер. Крім того, це майданчик, де нові креативні команди можуть тимчасово займати офіс, проводити свої заходи і зустрічі з замовниками. В одному фізичному просторі молоді творчі підприємці знайомляться один з одним і придумують спільні проекти, майданчик відвідують представники бізнесу та міської влади, тому стартапери з самого початку своєї діяльності набувають корисні зв'язки, які допомагають їм в розвитку проектів. Команди працюють в найвідомішому в Гельсінкі коворкінгу[[29]](#footnote-28) Aalto Venture Garage, площа якого становить 700 кв.м. Тут вільно розмістилися дві конференц-зали, велика кухня і кафетерій, численні відкриті і закриті секції і навіть переговорна кімната у вигляді сауни.*

*Перші дитячі університети з'явилися в Німеччині для підготовки майбутніх абітурієнтів до вступу в класичні університети і просування місії і цінностей цих вузів. Аналоги подібних освітніх закладів для самих маленьких також існують в Фінляндії, Австрії та інших європейських країнах.*

*У Польщі була запущена змінена версія дитячого університету, яка не припускала безпосередню залежність від конкретних вузів, але дозволяла юним студентам отримувати знання у «дорослому», але цікавому інтерактивному форматі - за допомогою участі в воркшопах, розвиваючих заняттях і наукових шоу.*

*Острів Пасхи - це перший коворкінг в місті Житомир. Це вільний офіс на території друкованої фабрики в центрі міста. Коворкінг є альтернативним творчим простором, який розвивається за рахунок ідей і пропозицій його жителів, сконцентрував в собі все найкраще з області мистецтва, технологій та екології. Саморозвиток і розвиток клієнтів є основною метою цієї платформи. Колектив центу завжди сприяє робочому процесу і надає виняткові умови праці для стартап-команд і людей з грандіозними витівками. А також проводить велику кількість різних заходів, лекцій, тренінгів, конференції, переглядів фільмів, тематичних заходів для дизайнерів, художників, працівників сфери IT, екологів, громадських активістів та інше.*

**5. Мотивація соціальної активності містян спрямована на реалізацію наступних заходів:**

1. Формування сусідських центрів, здатних підвищити ініціативність городян, актуалізувати міський контекст і виступити в ролі комунікаційного майданчика для діалогу між представниками локальних спільнот і фахівцями креативних індустрій.
2. Організація і проведення на постійній основі серії освітніх заходів по соціальному проектування і креативним механізмам в соціальному підприємництві як для активістів, так і для представників адміністрації та бізнес-спільноти.
3. Проведення спеціалізованих заходів (хакатонів[[30]](#footnote-29), джемів, фестивалів), сприяють розробці активістами контенту соціальної спрямованості з використанням креативних інструментів (створення дизайн-проектів, комп'ютерних ігор, відеосюжетів, художніх творів).
4. Використання ресурсу молодіжних ініціатив, які з'являються в рамках закладів шкільної і вузівської освіти, і інтеграція цих активностей в найбільш значущі для міста соціальні проекти.
5. Розробка інтерактивних інструментів для взаємодії, зокрема, картування соціальних проектів і громадських об'єднань, створення єдиного інформаційного ресурсу (паблік в соціальних мережах, інформаційної розсилки) і спеціалізованого агрегатора соціальних проектів та ініціатив для можливого волонтерства.
6. Оновлення існуючого формату взаємодії між креативною спільнотою, адміністрацією та бізнес-спільнотою за рахунок введення спеціальної процедури цільової фінансової підтримки активістів або заходів, які зазвичай проходять на волонтерських засадах.

***Довідково.*** *Сусідські центри - ключовий компонент інфраструктури сусідського співтовариства. Це публічни простір, де члени спільнот збираються разом для спільної роботи, отримання соціальної підтримки та необхідної інформації. Сусідські центри можуть формуватися як частина нових девелоперських проектів, а можуть створюватися внаслідок креатівізаціі державних культурних і освітніх установ, наприклад, на базі бібліотек. Девелопери, так само як і державні установи, тільки починають приходити до усвідомлення того, що сусідські центри мають соціальну і економічну значущість, будучи запорукою підвищення якості життя, збільшення вартості житла та залучення додаткових інвестицій в район.*

**6. На розвиток інституціональної підтримки направлено комплекс заходів, зокрема:**

1. Включення креативних індустрії в стратегії соціально-економічного і культурного розвитку на місцевому, регіональному та національному рівні, а також визначення державних структур, у повноваження яких входить моніторинг і розробка заходів підтримки підприємств креативного сектора.
2. Зниження податкового навантаження на компанії креативного сектора і надання великих податкових пільг в порівнянні з менш соціально орієнтованими видами МСП.
3. Організація зустрічей «бізнес-влада - креатив» в форматі speed dating, що дозволяє фахівцям креативних індустрій знайти необхідні контакти і виробити взаємовигідні партнерські відносини з представниками влади.
4. Створення міжвідомчих робочих груп з розвитку креативної галузі міста за участю представників державної влади, запрошених експертів та локальних креативних фахівців.
5. Розробка програм стажувань в міжнародні центри розвитку креативних індустрій для представників адміністрації спільно з творцями місцевих креативних проектів.
6. Забезпечення консультаційної і правової підтримки для представників творчих індустрій і ініціаторів креативних проектів.
7. Розробка систем своєчасного інформування представників креативних індустрій про гранти, програми субсидування і підтримки регіонального та федерального масштабу.
8. Запуск програм підтримки малого і середнього бізнесу, в тому числі, креативних стартапів на міському рівні через систему державних грантів і програм пільгового кредитування.
9. Розробка програм сприяння в пошуку, оренди комерційних приміщень і зовнішнього субсидування з боку незалежних інвесторів в нові креативні проекти.

***Довідково.*** *Партисипаторне бюджетування. Участь жителів у плануванні міського бюджету - унікальний інструмент включення городян в процес прийняття ключових рішень. Ця практика вимагає ретельної модерації та прозорості протягом усього процесу реалізації. Етапи такого бюджетування включають в себе відкритий конкурс заявок від городян, створення робочих груп з числа відібраних учасників, представників влади і експертів, впровадження рішень при участю жителів.*

Ще більша деталізація заходів і механізмів стає можливою після уважного вивчення складових креативного середовища окремих міст України.

***Довідково.*** *Проекти, що створені на основі культурного потенціалу міст. України.*

*1. Культурний проект Центру культури та історії Давньої Русі "Парк Київська Русь" - масштабного історико-культурного і туристичного комплексу, в якому відтворено, з максимальною історичною достовірністю, культурний і архітектурний образ Дитинця Києва часів V-XII століть в розмірі оригіналу і з атмосферою Київської Русі. Загальна площа Парку - понад 50 га. Розташований він за 34 км від Києва (Київська область, Обухівський район, село Копачів), у районі річок Рось і Стугна[[31]](#endnote-2). Проект "Парк Київська Русь" визнаний і підтримується як національними, так і міжнародними організаціями, а саме: Парламентською Асамблеєю Ради Європи, Міжпарламентською асамблеєю країн-учасниць СНД, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, науковими інститутами, державними установами України, СНД та Європи. Переконливим аргументом унікальності та своєчасності проекту є масова участь людей у заходах Парку. Тут проводяться наукові, культурні, розважальні, освітні, краєзнавчі та пізнавальні заходи. Серед них щорічні міжнародні фестивалі та турніри, історичні реконструкції (середньовічні свята, турніри і змагання дружинників) демонстрація історичних народних традицій і обрядів, виставки художників і майстрів-умільців, концерти етнічних фольклорних колективів.*

*2. Проект, що визнаний брендом Івано-Франківської області - туристично-мистецький комплексі "Маєток Святого Миколая", що розташований на території Косівського району в Національному природному парку "Гуцулыцина". Загальна площа маєтку - 380 га. В основу проекту покладено ідею об'єднання національних традицій через долучення до образу Святого Миколая, який уособлює добро, щастя, надію, віру у майбутнє. Проект задуманий і реалізується для досягнення важливих освітньо-виховних, культурологічних цілей, а також для створення культурно-туристичного комплексу дитячого, юнацького і сімейного відпочинку.*

*3. Проекти -*[*фестивалі*](http://tourlib.net/statti_ukr/grycku.htm)*. Серед найвідоміших є:*

*- гастрономічні - "Червоне вино" (Мукачево); "Міське свято Пампуха" (Львів), фестиваль вина та меду "Сонячний напій" (Ужгород), Свято шоколаду (Львів), Свято сиру і вина (Львів), Міське свято пива (Львів), "Wine Fest" (Київ), фестиваль "Борщів" (м. Борщів, Тернопільська обл.), "На каву до Львова" (Львів), Міжнародний фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирська обл.), Міжнародний феодосійський винний фестиваль "WineFeoFest" (Феодосія), Свято миргородської свині (Миргород), Свято сала (Полтава) та ін.;*

*- історичні - середньовічний історичний фестиваль "Битва націй" (смт. Хотин, Чернівецька обл.), Всеукраїнський історико-культурний фестиваль "З варяг у греки", Міжнародний фестиваль козацьких бойових і традиційних мистецтв "Спас на Хортиці" (о. Хортиця, Запоріжжя), фестиваль середньовічної культури "Любарт фест" (Луцьк), Міжнародний лучний турнір "Стріла стародавнього Києва" (Києв), Міжнародний фестиваль середньовічної культури "Стародавній Меджибіж" (с. Меджибіж, Хмельницька обл.), військово-історичний фестиваль "Кам'янець – земля героїв" (Камянець-Подільський) та ін.;*

*- етнічні - різдвяний фестиваль "Велика коляда" (Львів), фестиваль вертепів (Львів), фестиваль Маланок (Чернівці), "Масляна в Пирогово" (*[*Київ*](http://tourlib.net/statti_otdyh/kiev-dostoprim.htm)*), дитячий фестиваль народної іграшки (Пирогово, Київ), Міжнародний фестиваль етнічної музики "Країна мрій" (Київ), Міжнародний етнічний фестиваль "Вінок Дунаю" (Одеса); фестиваль традиційної народної культури "Покуть", етнофестиваль "Печенізьке поле" (Харківщина) та ін.;*

*- музичні - Всеукраїнський фестиваль-конкурс козацької пісні "Байда" (Тернопіль), рок-фестиваль української музики "Українська рок-хвиля" (Одеса), фестиваль давньої музики (Львів), фестиваль сучасного джазу "Chernihiv Jazz Open" (Чернігів) та ін.;*

*- тематичні - фестиваль льодових скульптур "Кришталь" (Черкаси), Міжнародний ковальський фестиваль "Свято ковалів" (Івано-Франківськ), фестиваль писанок (Львів), всеукраїнський фестиваль ковальського мистецтва "Залізний Лев" (Львів), Одеський міжнародний кінофестиваль, кінофестиваль "Харківський бузок", фестиваль фантастики "Зоряний міст" (Харків), культурний еко-фестиваль "Будянський ярмарок" (м. Буди, Черкаська область);*

*- мистецькі - Міжнародний фестиваль мистецтв "Східні ворота. фестиваль української епічної традиції "Козацька Трійця" (Київ), фестиваль дитячо-юнацької творчості та таланту "Дивосвіт" (Запоріжжя) та ін.*

***Житомир*** *— значний культурний та освітній центр країни, тут працюють численні культурні заклади — 2 державні театри і філармонія, понад 10 музеїв, клуби, бібліотеки, планетарій, а також мережа закладів освіти всіх рівнів тощо. Житомир також пов'язаний із творчістю багатьох провідних музикантів. Тут народилися* [*Борис Лятошинський*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81_%D0%9B%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9) *і* [*Святослав Ріхтер*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2_%D0%A0%D1%96%D1%85%D1%82%D0%B5%D1%80)*; серед випускників* [*Житомирського музичного училища*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B5_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B5_%D1%83%D1%87%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%89%D0%B5) *—* [*Олександр Білаш*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80_%D0%91%D1%96%D0%BB%D0%B0%D1%88)*,* [*Зоя Гайдай*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BE%D1%8F_%D0%93%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D0%B9)*,* [*Ольга Микитенко*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D0%B0_%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE)*; в цьому місті працювали композитори* [*Юліуш Зарембський*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D0%BB%D1%96%D1%83%D1%88_%D0%97%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B1%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9)*,* [*Михайло Скорульський*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%BE_%D0%A1%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9)*,* [*Віктор Косенко*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80_%D0%9A%D0%BE%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE)*,* [*Всеволод Задерацький*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4_%D0%9F%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)*. Житомир — мала батьківщина видатних вчених, письменників, композиторів. З містом пов'язані життя і діяльність багатьох відомих діячів української науки та культури. Тут діють такі музеї:* [*історико-краєзнавчий музей*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%94%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9)*; картинна галерея; музей природи; літературно-меморіальний музей* [*В. Г. Короленка*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80_%D0%93%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)*; меморіальний будинок-музей академіка* [*Сергія Корольова*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3%D1%96%D0%B9_%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)*;* [*літературний музей Житомирщини*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%96%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9_%D0%96%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B8)*;* [*музей історії пожежної охорони*](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9_%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%97_%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D0%BE%D1%85%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B8&action=edit&redlink=1)*; єдиний в Україні* [*музей історії космонавтики*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8_%D1%96%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%96_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3%D1%96%D1%8F_%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%D0%B0_%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0)

***Оцінюючи культурний капітал м. Житомира, ключовим завданнями є:***

*– утримання величезного ресурсу (студентів, які їдуть з міста після закінчення вузів) за рахунок створення умов для креативних стартапів і роботи з міською ідентичністю на базі освітніх та культурних традицій.*

*– розвиток культурного туризму, який передбачає не тільки знайомство з культурною спадщиною туристичної дестинації, а й включення туриста в сучасне культурне середовище - активну участь у культурних подіях і практиках, характерних для певної території.*

*Депресивні регіони мають розглядати культурну спадщину і культурний туризм, як джерело розвитку: інтеграція окремих пам’яток культурної спадщини в туристичну мережу, яка стимулює затвердження окремих програм реставрації, створення нових іміджевих музеїв, скансенів, ресторанів традиційних страв, обладнання місцевими жителями гостьових кімнат для туристів.*

**Питання для самоконтролю:**

1. Основні фактори формування креативного середовища міст.
2. Основі види капіталу у формуванні креативного капіталу міст.
3. Роль міста в розвитку креативної економіки.
4. Термін «відкрита культура» з точки зору урбаністики.
5. Ліберальна освіта в класичному розумінні.
6. Сприяння держави або великого бізнесу в формуванні креативного середовища міст.
7. Стратегії розвитку креативного сектору економіки.
8. Стратегії і тактичні кроки, спрямовані на розвиток креативного середовища.
9. Стратегії розвитку малих міст.
10. Стратегії розвитку середніх міст.
11. Стратегії розвитку великих міст.
12. Механізми і заходи становлення креативних індустрій.
13. Картування креативних проектів.
14. Створення умов для системної і стихійної кластеризації суб'єктів креативних індустрій
15. Мегаподія в стратегії розвитку міст.
16. Розробка бренду міста.
17. Формування креативних мереж.
18. Партисипаторне бюджетування в креативному розвитку міст.
19. Концепція нового урбанізму[[32]](#footnote-30) (New Urbanism).
20. Ідеї розумних, креативних міст, еко-міст, зелених міст.
21. Поняття та концепція “зеленого міста” (green city).
22. Термін та проект “розумне місто” (smart city)
23. Концепція "креативного міста".
24. Типи стратегій розвитку, характерних для креативних міст.
25. Концепція нового урбанізму: принципи “розумного урбанізму”
26. Що таке творчі кластери? Якими вони бувають?
27. Як творчі кластери впливають на розвиток територій?
28. Які цілі і завдання стоять перед агентствами з розвитку творчих індустрій?
29. Якими видами діяльності займаються агентства з розвитку творчих індустрій?
30. Які фактори забезпечують успішний розвиток творчих індустрій на території?

1. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-1)
2. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-2)
3. **Урбані́зм** (від [лат.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *urbanus* —*міський*) — багатозначний термін. [**Урбанізм**](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A3%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_(%D0%B0%D1%80%D1%85%D1%96%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0)&action=edit&redlink=1) — напрямок у [містобудуванні](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F) у [XX](https://uk.wikipedia.org/wiki/XX) ст., утверджує необхідність створення і розвитку великих міст. **Урбанізм** — тематика в мистецтві [XX](https://uk.wikipedia.org/wiki/XX) ст., зображення життя великих міст. **Урбанізм** — це діяльність, яка спрямована на оптимізацію простору населених пунктів через процес від стратегування до локальних реалізацій найкращих ідей і практик, що ведуть до комфортного та гармонійного життя в громаді. **Нови́й урбані́зм** (англ. New Urbanism) — це концепція упорядкування урбаністичного простору, що виникла на тлі критики розповзання передмість, що відстоює відродження невеликого компактного «пішохідного» міста або району, в протилежність «автомобільним» передмістям. [↑](#footnote-ref-3)
4. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-4)
5. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-5)
6. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-6)
7. Концепція "креативного міста" http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-city/concept/ [↑](#footnote-ref-7)
8. Концепція "креативного міста" http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-city/concept/ [↑](#footnote-ref-8)
9. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Видав- ництво «Фенікс», 2017. – 438 с. http://www.geokyiv.org/pdf/Urban\_Ukraine.pdf [↑](#footnote-ref-9)
10. Концепція "креативного міста" http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-city/concept/ [↑](#footnote-ref-10)
11. Концепція "креативного міста" http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-city/concept/ [↑](#footnote-ref-11)
12. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-12)
13. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-13)
14. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-14)
15. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-15)
16. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-16)
17. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-17)
18. А.О. Шевцова КРЕАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ. https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ\_2014\_2\_39-43.pdf [↑](#footnote-ref-18)
19. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА – ШЛЯХ РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТttp://uccs.org.ua/detsentralizatsiia/statti/kreatyvna-ekonomika-shliakh-rozvytku-malykh-mist/ [↑](#endnote-ref-1)
20. Картирование процессов представляет собой определение и графическое отображение шагов по предоставлению товаров или услуг внутренним и внешним клиентам. [↑](#footnote-ref-19)
21. Воркшоп – обучающее мероприятие (наравне с семинарами, курсами, мастерскими), на котором участники получают знания самостоятельно. Дословный перевод термина – «рабочая мастерская». [↑](#footnote-ref-20)
22. **Хакато́н** ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *hackathon*, від *hack* (див. [хакер](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%80)) та *marathon* — [марафон](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BD)) — захід, під час якого різні спеціалісти в галузі розробки [програмного забезпечення](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BD%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F) інтенсивно і згуртовано разом працюють над розв'язанням якоїсь проблеми, або створенням нового додатку чи сервісу [↑](#footnote-ref-21)
23. **Пи́тчинг** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *pitch* — выставлять на продажу) — презентация с целью нахождения инвесторов, готовых финансировать этот проект [↑](#footnote-ref-22)
24. **Сквотирование**, или **сквоттинг** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *Squatting*) — акт самовольного заселения покинутого или незанятого места или здания лицами (**скваттерами**или **сквоттерами**), не являющимися его юридическими собственниками или арендаторами, а также не имеющими иных разрешений на его использование. [↑](#footnote-ref-23)
25. **Джентрифика́ция** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) gentrification) — [реконструкция](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2_%D0%BA%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0) пришедших в упадок городских кварталов с помощью притока более состоятельных жителей[[1]](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F#cite_note-1)[[2]](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F#cite_note-Lees-2). В результате джентрификации происходит повышение среднего уровня доходов населения района за счёт замены жителей с низкими доходами на более состоятельных[[](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F#cite_note-3) [↑](#footnote-ref-24)
26. **Деве́лопмент** (также **деве́лопмент недви́жимости**, **деве́лопинг**; от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *real estate development*«совершенствование, развитие недвижимости») — это [предпринимательская деятельность](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE), связанная с созданием объекта недвижимости, [реконструкцией](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2_%D0%BA%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0) или изменением существующего [здания](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) или [земельного участка](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BA), приводящая к увеличению их [стоимости](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) [↑](#footnote-ref-25)
27. **Ворка́ут** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *Workout* ([ˈwəːkaʊt](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B0%D0%BB%D1%84%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82)) — [рус.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Тренировка) — это уличная гимнастика, которая может быть отнесена к любительскому виду спорта, [физической культуре](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0) и представляет собой спортивную [субкультуру](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0). Включает в себя выполнение различных упражнений на уличных спортплощадках, а именно на[турниках](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA), [брусьях](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B1%D1%80%D1%83%D1%81%D1%8C%D1%8F), [шведских стенках](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0), рукоходах и прочих конструкциях, или вообще без их использования (на земле).  [↑](#footnote-ref-26)
28. **Тьютор** ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *tutor* — наставник) — исторически сложившаяся особая [педагогическая](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3) должность. Тьютор обеспечивает разработку индивидуальных образовательных программ учащихся и студентов и сопровождает процесс индивидуализации и [индивидуального образования](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F) в школе, вузе, в системах дополнительного образования.  [↑](#footnote-ref-27)
29. **Коворкинг** (от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *Co-working*, «совместная работа») *в широком смысле* — подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве; *в узком* — подобное пространство, коллективный офис ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *coworking space*) [↑](#footnote-ref-28)
30. **Хакато́н** ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *hackathon*, від *hack* (див. [хакер](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%80)) та *marathon* — [марафон](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BD)) — захід, під час якого різні спеціалісти в галузі розробки [програмного забезпечення](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BD%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F) інтенсивно і згуртовано разом працюють над розв'язанням якоїсь проблеми [↑](#footnote-ref-29)
31. http://tourlib.net/statti\_ukr/parfinenko4.htm [↑](#endnote-ref-2)
32. **Урбані́зм** (від [лат.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *urbanus* —*міський*) — багатозначний термін. [**Урбанізм**](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A3%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_(%D0%B0%D1%80%D1%85%D1%96%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0)&action=edit&redlink=1) — напрямок у [містобудуванні](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F) у [XX](https://uk.wikipedia.org/wiki/XX) ст., утверджує необхідність створення і розвитку великих міст. **Урбанізм** — тематика в мистецтві [XX](https://uk.wikipedia.org/wiki/XX) ст., зображення життя великих міст. **Урбанізм** — це діяльність, яка спрямована на оптимізацію простору населених пунктів через процес від стратегування до локальних реалізацій найкращих ідей і практик, що ведуть до комфортного та гармонійного життя в громаді. **Нови́й урбані́зм** (англ. New Urbanism) — це концепція упорядкування урбаністичного простору, що виникла на тлі критики розповзання передмість, що відстоює відродження невеликого компактного «пішохідного» міста або району, в протилежність «автомобільним» передмістям. [↑](#footnote-ref-30)