**Практичне завдання № 4**

з навчальної дисципліни «Креативна економіка та креативні індустрії»

до теми «Стратегії розвитку креативного сектору міст»

**1. Питання для обговорення на практичному занятті:**

1. Роль міста у розвитку креативної економіки.

2. Стратегії розвитку креативного сектору економіки.

3. Стратегії і тактичні кроки, спрямовані на розвиток креативного середовища.

4. Стратегії розвитку малих міст.

5. Стратегії розвитку середніх міст.

6. Стратегії розвитку великих міст.

7. Механізми та заходи становлення креативних індустрій.

8. Картування креативних проектів.

9. Створення умов для системної і стихійної кластеризації суб’єктів креативних індустрій.

10. Мегаподія в стратегії розвитку міст.

11. Формування креативних мереж.

12. Партисипаторне бюджетування в креативному розвитку міст.

13. Ідеї розумних, креативних міст, еко-міст, зелених міст.

14. Досвід розробки креативної стратегії міста.

15. Проект «розумне місто».

16. Концепція «креативного міста».

17. Типи стратегій розвитку, характерних для креативних міст.

18. Концепція нового урбанізму: принципи «розумного урбанізму».

**2. Розв’язок вправ, ситуацій та творчих завдань:**

***Творчі завдання:***

2.1. Визначити заходи по пріоритетності, які є доцільними в стратегії розвитку креативного місті, з розподілом їх на великі, середні і малі міста. Дані використати з матеріалів теми.

2.2. Провести картування креативних індустрій на території Житомирщини.

*Дані до завдання*. **Картування територій** – це складання карти культурних і творчих ресурсів території для оцінювання 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 для музики і музичного продюсування і т. д.).

Британське агентство *«EUCLID»* розробило технологію картування, відповідно до якої виробничий ланцюжок включає такі стадії:

а) *зародження ідей* – створення культурних задумів і проектів;

б) *виробництво* – створення придатних для комерційної реалізації продуктів;

в) *поширення* – циркуляція продуктів шляхом трансляцій, записів, кінопоказів та ін.;

г) *споживання* – отримання певного досвіду кінцевим користувачем.

У процесі підготовки культурної мапи може застосовуватися метод SWOT-аналізу, що дозволить визначити:

– *сильні сторони* (strenghts) – те, що робить сектор сильним;

– *слабкі сторони* (weaknesses) – те, що робить сектор слабким;

– *можливості* (opportunities) – те, що могло б допомогти сектору;

– *загрози* (treats) – те, що може зашкодити сектору.

2.3. Запропонувати основні напрями стратегічного розвитку креативного сектору Житомирщини в розрізі факторів зовнішнього середовища: економічна диверсифікація, комфортне оточення, відкрита культура, ліберальна освіта, соціальна активність, інституціональна підтримка.

***Вправи:***

*1.* *Мапа «Креативне місто».* Учасники об’єднуються у чотири групи. За дві години кожна група має виконати низку завдань, пов’язаних з певним містом:

*1.1. Межі / границі міста.* Чи має місто кордони? (знайдіть їх і спробуйте позначити на мапі). Чи є місто поділеним якимось чином? (запропонуйте кілька поділів, позначте їх на мапі). Прогуляйтеся містом зі старою мапою. Чи змінилося щось з того часу? Наприклад, межі міста. Зробіть фото місць, які, на вашу думку, зазнали змін.

*1.2. Покоління.* Де ви можете знайти людей свого покоління? Позначте на мапі. Де, як правило, можна зустріти старших людей? А дітей? Знайдіть ці місця і позначте їх на мапі.

Поспілкуйтеся з деякими старшими людьми та з дітьми. Яким би вони хотіли бачити місто у майбутньому? Чи є у них улюблені місця? У старших людей також можете запитати про улюблені місця з минулого.

Поспілкуйтеся з різними віковими групами людей про графіті, мурали в місті, що вони думають про це? Чи вважають це видом мистецтва?

Запишіть усі креативні ідеї, як можна зібрати різні покоління разом, у одному місці.

*1.3. Звуки і музика.* Де ви можете почути музику в місті? У маршрутках, магазинах, барах? Вкажіть, який це вид музики. Позначте на мапі.

Запитайте людей, якою є їхня улюблена музика.

Знайдіть найголосніше місце у місті, знайдіть найтихіше місце. Поспостерігайте за ними і задокументуйте. Як ви там почуваєтесь?

Запишіть музику чи звуки (шуми) у місті.

Де є місця, на яких проводять концерти?

Випишіть усі креативні ідеї, що треба зробити у місті, щоб воно отримало статус столиці музики?

*1.4. Сусіди та сусідство.* Поспілкуйтеся з людьми і запитайте їх, чи вони мають якийсь цікавий, позитивний або негативний досвід спілкування зі своїми сусідами.

Запитайте людей, кого б вони хотіли мати за сусіда (наведіть кілька дуже специфічних прикладів – політик, поп-зірка, велика родина, арабська родина, дуже стара особа тощо) і чому. Пошукайте приховані стереотипи. Дайте людям подумати про можливі вигоди.

2.4. Запропонуйте власний підхід до визначення *«Індексу креативності території»*, використовуючи концепцію Ч. Лендрі «Індекс креативних міст», яка базується на методології експертних інтерв’ю і містить 10 вимірювань, кожне з яких включає групу індикаторів, що дозволяють оцінити чинники успіху або відставання міст. Заповніть табл. 1.

*Таблиця 1*

**Основні складові розвитку креативного міста (району, області)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Складові оцінки | Показники | Методика оцінки або джерела походження даних |
|  |  |  |