



კულტურული და შემოქმედებითი რესურსების მაქსიმალურად გამოყენება

რუკის შედგენის და სტრატეგიის აგების სახელმძღვანელო
შემოქმედებითი ქალაქებისა და რეგიონებისთვის

ლია გილარდი



პროგრამა
და აფინანსა
ევროკავშირმა



NATIONAL
CENTRE FOR
CULTURE
POLAND



პროგრამა განახორციელა კონსორციუმმა ბრიტანეთის საბჭოს ხელმძღვანელობით, მოლდოვის სეროსის
ფონდთან, პოლონეთის კულტურის ეროვნულ ცენტრთან და გოეთეს ინსტიტუტთან ერთად.

ანგარიში შესრულდა ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის „კულტურა და კრეატიულობა“ დახმარებით.

ამ ანგარიშის შინაარსი არ ასახავს ევროკავშირის ოფიციალურ თვალსაზრისს. ანგარიშში წარმოდგენილ ინფორმაციასა და შეხედულებებზე სრულად პასუხისმგებელია ავტორი.

ანგარიში გამოქვეყნდა 2017 წლის ოქტომბერში.

სარჩევი

1. შესავალი	4
2. ძირითად ტერმინთა განმარტებანი	6
3. კულტურული და შემოქმედებითი რესურსების რუკის შედგენა	8
3.1. კულტურული რესურსების რუკის შედგენა: მიზნები და სარგებელი.....	8
3.2. კულტურული და შემოქმედებითი სექტორების კლასიფიკაცია	10
3.3. წარმოების ჯაჭვი – მოკლე განმარტება.....	11
3.4. რუკის შედგენის ელემენტები.....	12
4. სტრატეგია შემოქმედებითი ქალაქისთვის – ჰოლისტიკური, ადგილს მორგებული მიდგომა	20
4.1. ურთიერთდაკავშირებული ქმედებები.....	21
4.2. სტრატეგიის შემუშავება.....	25
5. რესურსები	35
6. მეთოდოლოგიური იარაღების კრებული	40
6.1. კინოს სადიაგნოზო მატრიცა.....	40
6.2. ხელობათა სადიაგნოზო მატრიცა.....	41
6.3. შემოქმედებითი შესაძლებლობების განვითარების სკალა – თვითშეფასების იარაღი.....	43
6.4. შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა და ადგილობრივი კლასტერების საკონტროლო კითხვები.....	45
6.5. კულტურული ინფრასტრუქტურის და შედეგების შეფასება.....	46
6.6. კულტურული სიცოცხლისუნარიანობის და მრავალფეროვანი ინფრასტრუქტურის შედეგები.....	47
6.7. კულტურული მოხმარება და მონაწილეობა.....	48

1. შესავალი

ინიციატივა „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ 2016 წელს წამოიწყო ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამამ „კულტურა და კრეატიულობა“, რომელსაც აფინანსებდა ევროკავშირი და ახორციელებდა კონსორციუმი ბრიტანეთის საბჭოს ხელმძღვანელობით, მოლდოვის სოროსის ფონდთან, პოლონეთის კულტურის ეროვნულ ცენტრთან და გოეთეს ინსტიტუტთან პარტნიორობით.

„ქალაქებს“, წერს ჩარლს ლანდრი (Charles Landry) თავის წიგნში *შემოქმედებითი ქალაქი: ურბანულ ნოვატორთა ინსტრუმენტარიუმი*, „მოეპოვებათ ერთი უმნიშვნელოვანესი რესურსი – მისი მოსახლეობა. ადამიანების გონიერება, სურვილები, მოტივაციები, წარმოსახვის უნარი და შემოქმედებითობა ანაცვლებს ადგილმდებარეობას, ბუნებრივ რესურსებს და ბაზარზე წვდომას, როგორც ურბანულ რესურსებს. სამომავლო წარმატებას ქალაქში მცხოვრები და მისი მმართველი ადამიანების შემოქმედებითობა განაპირობებს“.

მაგრამ ქალაქები უცვლელად არ დგას, და თუ ზოგი პატარავდება და ურბანულ იერარქიაში წონა აკლდება, სხვები იზრდებიან და ახალ ეკონომიკურ წარმატებებს აღწევენ, ახალმოსახლეთა გამომგონებლობის და კულტურულ შენობებსა თუ შემოგარენებში თამამი ინვესტირების წყალობით, რასაც დიდი ინფრასტრუქტურული გაუმჯობესება ერთვის თან. ბოლო დროის მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის მერე გვაქვს მტკიცებულება, რომ კულტურაზე დაფუძნებული ურბანული აღორძინების ინიციატივები სასიკეთო გავლენის მოხდენას იწყებს მომცრო ქალაქებზე (დიდ ქალაქებსა და მეტროპოლიებზე გავლენის დამადასტურებელი მონაცემები უკვე მრავლად არსებობს). ეს მომცრო ცენტრები წარმატებით ახერხებენ გარდაქმნას რესურსების მიმართებით თავიანთი უნიკალური კულტურული იდენტობის გაძლიერებაზე და შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარებაზე.

თუმცა, როცა საქმე ურბანულ და კულტურულ პოლიტიკას ეხება, ყველასთვის ერთი საზომზის მიყენების ხერხი არასოდეს მუშაობს. ყველა ადგილს თავისი საკუთარი იდიოსინკრაზიული გამოვლინებანი და საკუთარი კულტურული დნმ აქვს. შესაბამისად, ჩვენს ნაშრომში ცენტრალურ ადგილს იკავებს საკითხი: ყველაზე უკეთ როგორ უნდა მივაწოდოთ პოლიტიკის განმსაზღვრელებს, ქალაქის ლიდერებს და შემოქმედებითი სფეროს მოღვაწეებს მტკიცებულებები და ანალიზის ჩარჩო, რომელიც აუცილებელია ადგილის უნიკალური შემოქმედებითი ეკოლოგიის გასაგებად და გასააზრებლად.

„შემოქმედებით ეკოლოგიად“ ჩვენ მოვიაზრებთ თემის, საგანმანათლებლო,

დასვენების, ხელოვნების, კულტურისა და გართობის, პროფესიული ორგანიზაციების, ინსტიტუციების და ბიზნესთა ურთიერთდაკავშირებულ სისტემას, რომელიც, ინდივიდუალური თუ თანამშრომლობითი იდეების, საქმიანობათა და პროგრამების მეშვეობით ქმნის ქალაქის შემოქმედებით ქსოვილს.

ინიციატივა „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ განსაკუთრებით ეხება მცირე ქალაქებს – რადგან სულ უფრო ცხადი ხდება, რომ, ეკონომიკის გლობალიზაციის აშკარა ტენდენციის მიუხედავად, ინოვაციური საქმიანობა სულ უფრო მეტად და არა ნაკლებად კონცენტრირდება ქალაქურ რეგიონებში და უფრო მცირე ადგილებში, რომლებიც ამ რეგიონებს შეადგენენ. მართლაც, შედარებით მცირე ქალაქები იკავებენ სივრცეს, რომელსაც ზოგი დამკვირვებელი კულტურულ „მესამე სივრცედ“ მოიხსენიებს. ისინი უფრო დიდი, კოსმოპოლიტური ქალაქების ჩრდილში არიან განლაგებული და ამავე დროს მაინც სოფლისთვის დამახასიათებელი ისტორიითა და ტრადიციებით არიან მოსაზღვრულები. პატარა ქალაქების უმთავრესი შედარებითი უპირატესობებია: ახალ მიგრაციულ მოდელებთან (მაგ. განსაკუთრებით პერიურბანული რაიონებისკენ მიგრაცია) შეგუება; ზრდაზე ორიენტირებული სოციალური და ეკონომიკური ქსელების ჩამოყალიბება; ადგილობრივი დაგეგმარების მიზმა შემაკავშირებელ სათემო დღის წესრიგზე; კულტურული მრავალფეროვნების და შეკავშირების საკითხებთან წარმატებით გამკლავება; ქალაქის მრავალსახოვანი იერის და კულტურული ფენების წინ წამოწევა; ადგილის ძლიერი განცდის შექმნა და თავისი ზომის უპირატესობის გამოყენება საზოგადოების ჩართულობის და მოქალაქებრივი სიამაყის აღსაზრდელად

კერძოდ, თუ მომცრო ურბანულ ცენტრებს სურთ, ყვაოდნენ და ინარჩუნებდნენ საკუთარ იდენტობას – მასობრივი კულტურის გავლენის, მასშტაბური კულტურული მოვლენების და დიდი, ხალხის მოსაზიდი მაღაზიების პირობებში – მათ კრიტიკულად უნდა გაიაზრონ ზომა, სივრცე და ადგილი. მათ ისე უნდა გვიამბონ საკუთარი თავის შესახებ, რომ ეს მომწუსხველი და იმავდროულად მომავალზე გამიზნული იყოს. არსებითად, მათ სჭირდებათ „შემოქმედებითი ქალაქის“ ძლიერ ნიუანსირებული პოლიტიკა, ისეთი ურბანული კლიმატის შემქმნელი, რომელიც ასაზრდოებს და საპატიო ადგილს გამოუყოფს ხელოვანთა შემოქმედებას, ექსპერიმენტირებას და ღიაობას (ნაყოფიერ ნიადაგს შეუქმნის ინოვაციურ გადადინებას უფრო ფართო ეკონომიკურ და სოციალურ სფეროებში). ამას გარდა, მომცრო ცენტრებს, საბედნიეროდ, მოეპოვებათ დაბრკოლებების დამღევის ბევრად მეტი შესაძლებლობა, რადგან შეუძლიათ, იყვნენ უფრო სხარტები, უფრო ახლო იდგნენ საკუთარ შემოქმედებით საფუძველთან და მათში უფრო იოლია, ამოივსოს ნაპრალი განზრახვას (სტრატეგია ან პოლიტიკა) და ქმედებას შორის, რადგან, პოტენციურად, შეიძლება, ნაკლებად ბიუროკრატიულები იყვნენ.

არსებითად, ინიციატივა „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“, მისი ექვსი საპილოტე პროექტით, წამოწყებულია იმისათვის, რომ მოსინჯოს

ახალი მეთოდები და მიდგომები, რომლითაც მომცრო ქალაქები (და მათი რაიონები) შეძლებდნენ, უკეთ გაეცნობიერებინათ საკუთარი გამორჩეული კულტურული რესურსები, აგრეთვე, თავიანთი უნიკალური ეკონომიკური საფუძვლის ცვალებადობა. შემოქმედებითი ქალაქების შენება ნელი პროცესია, რომლის შედეგიც წინასწარ ვერ იქნება გარანტირებული ან განჭვრეტილი.

ამგვარად, იმის ნაცვლად, რომ მოვიმარჯვოთ „შემოქმედებითი ქალაქების“ ინიციატივის ფორმულა, რომელიც შეიძლება წარსულში კიდევაც იყო ქმედითი დიდ მეტროპოლიურ რეგიონებში (ან ცენტრალურ რეგიონებში), ეს მეთოდები მიგვითითებს შემოქმედებითობის ძირითად მიმართულებად ქცევის ახლებურ ხერხებზე, რომლებიც აბალანსებენ კულტურულ მოხმარებას წარმოებასთან, კულტურულ ნიშურ ტურიზმს – მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნაობებთან, აღორძინებას – ცხოვრების ხარისხთან და გონივრულ შემოქმედებით დასაქმებასთან სიცოცხლით სავსე, ფართო თვალსაწიერის მქონე, ტოლერანტულ ადგილებში. პატარა ქალაქს აქვს შესაძლებლობა, უფრო იოლად დაეხმაროს მდგრად, ნაყოფიერ ურთიერთკავშირებს ადგილობრივ ეკონომიკაში, ხოლო გადადინების ეფექტები უფრო იოლად განისაზღვრება და გამოიყენება იმისათვის, რომ გაუმჯობესდეს ფართო სპექტრის ინოვაციის ადგილობრივი უნარი.

ამას გარდა, ახალი ეკონომიკა ადგილობრივი ეკონომიკის შიგნით შემოქმედებითი კლასტერებისა და ქსელების არსებობას ინოვაციისა და ზრდისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანს ხდის. საპილოტე პროექტებში გამოყენებული რუკის შედგენის მიდგომა გვიჩვენებს, როგორ შეიძლება, ტრადიციული ურბანული მახასიათებლები, როგორიცაა სიმჭიდროვე, მრავალფეროვნება, საუკუნეთა მიჯნის არქიტექტურა და ცარიელი ინდუსტრიული, კომერციული და სასაწყობო სივრცეები – რაც ძველ ეკონომიკაში ადგილის უარყოფითი მახასიათებლები იყო – პატარა ადგილებში დადებით ფაქტორებად იქცეს.

2. ძირითად ტერმინთა განმარტებანი

შემოქმედებითი უნარი. თემის ან ქალაქის ფარდობითი უნარი, აწარმოოს იდეები, საქონელი და მომსახურება. ეს შეიძლება ასევე გაგებულ იქნეს, როგორც ორგანიზაციის, თემის თუ ქალაქის შემოქმედებითი საკუთრებისა და რესურსების სიმძლავრე.

შემოქმედებითი ქალაქი. ჩარლს ლანდრის (Charles Landry) მიერ ადრეულ 1990-იანებში შემუშავებული ცნება, რომელიც აღწერს სტრატეგიული ურბანული დაგეგმარების ახალ მეთოდს, რომელშიც შემოქმედებითობის კულტურა ჩაქსოვილია ქალაქის დაინტერესებულ მხარეთა ფუნქციონირების წესში. რაკი სულ უფრო მეტი ადგილი ხდება იძულებული, გაუმკლავდეს დეინდუსტრიალიზაციის გამოწვევებს,

შემოქმედებითი ქალაქი აგრეთვე გახლავთ მძლავრი სოციალური და კულტურული ინფრასტრუქტურის მქონე ადგილი, შემოქმედებით სფეროში დასაქმებულობის მაღალი კონცენტრაციით, რაც მასში ინვესტიციის ჩადებას მიმზიდველს ხდის.

შემოქმედებითი კლასტერი. ხელოვნებაში, კულტურულ ინდუსტრიებში, ახალ მედიაში, დიზაინში, ცოდნაზე დამყარებულ სერვისებში და/ან სხვა შემოქმედებით საქმიანობაში ჩართული ურთიერთდაკავშირებული პიროვნებების, ორგანიზაციების და ინსტიტუციების გეოგრაფიული კონცენტრაცია (ხშირად, რეგიონული მასშტაბის). კულტურული შემოქმედებითობის ღერძის გარშემო შეკრებილი გაერთიანების ეს ფორმა განსხვავდება ტრადიციული ინდუსტრიული კლასტერებისგან იმით, რომ ისინი არაერთ ეკონომიკურ სექტორს მსჭვალავენ.

შემოქმედებითი ეკონომიკა. ჯონ ჰოვკინსის (John Howkins) მიერ 2001 წელს შემუშავებული ცნება, აღნიშნავს ეკონომიკურ სისტემებს, სადაც ღირებულების დაგროვება ხდება ისეთ საქმიანობებზე დაყრდნობით, რომლებიც წარმოსახვას უფრო ეფუძნება, ვიდრე მიწის, სამუშაო ძალისა თუ კაპიტალის ტრადიციულ რესურსებს.

შემოქმედებითი ეკოსისტემა. მთელი სისტემა, რომლისგანაც შემოქმედებითი საქმიანობა მომდინარეობს. მასში ურთიერთდაკავშირებული შემოქმედებითი რესურსები (ადამიანური) ხვდება სივრცეებს, სამუშაო ადგილებსა და პლატფორმებს – იქნება ისინი ფიზიკური თუ ციფრული. ადამიანური რესურსები მოიცავს პოლიტიკის განმსაზღვრელებს, შემოქმედებს, პროფესიონალებს, მეწარმეებს, შუამავლებს. დამოუკიდებლობა ის დუღაბია, რომელიც კრავს წარმატებულ ეკოსისტემებს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიები. გაერთიანებული სამეფოს მთავრობის კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტის (DCMS, 1998) მიერ მოცემული განსაზღვრება ასეთია: „ინდუსტრიები, რომლებიც მომდინარეობს ინდივიდუალური შემოქმედებითობის, უნარ-ჩვევების და ნიჭისგან და აქვს დოვლათის და სამუშაო ადგილების შექმნის პოტენციალი, ინტელექტუალური საკუთრების შექმნის და მისი გამოყენების გზით“.

შემოქმედებითი ტურიზმი. კრისპინ რეიმონდის (Crispin Raymond) და გრეგ რიჩარდსის (Greg Richards) მიერ შუა 2000-იანებში შემოტანილი ცნება, რომელსაც ამგვარად განმარტავენ: „ტურიზმი, რომელიც სთავაზობს ვიზიტორებს შესაძლებლობას, გაზარდონ თავიანთი შემოქმედებითი პოტენციალი იმგვარ კურსებსა და სასწავლო გამოცდილებებში აქტიური მონაწილეობით, რომლებიც დამახასიათებელია მათ მიერ მონახულებული ადგილებისთვის“.

შემოქმედებითი ჰაბი. ადგილი, ფიზიკური ან ვირტუალური, რომელიც მხარს უჭერს პრაქტიკოსთა თემებს, შემოქმედებით, კულტურულ და

ტექნიკურ სექტორებში – სულერთია, იქნება მათი საქმიანობა არაკომერციული თუ კომერციული, დიდი თუ მცირე, გულისხმობს სრულ თუ ნაწილობრივ განაკვეთზე მუშაობას. ჰაზების სავალდებულო წესებს უფრო ფართო ფარგლები აქვს, ვიდრე ინკუბატორებისას.

კულტურული რესურსები. სხვადასხვა ელემენტები, რომლებიც ადგილის უნიკალური კულტურის და შემოქმედებითობის შექმნას ემსახურებიან. რესურსები შეიძლება იყოს ადამიანური, ბუნებრივი, სოციალური, ეკონომიკური ან აგებული. კულტურული რესურსების მაგალითებია: სახელოვნებო და მედიასაქმიანობა და ინსტიტუციები; ადგილობრივი ადამიანური, ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობა; შემოქმედებითი და კულტურული საწარმოები; ფესტივალები და ღონისძიებები; ახალგაზრდული კულტურა და ცხოვრების წირი; ადგილობრივი თემის განსხვავებულობა; უნივერსიტეტები და კერძო სექტორის კვლევითი ცენტრები; ადგილობრივი საქონლის და უნარების რეპერტუარი რეწვაში, მანუფაქტურასა და მომსახურებაში; ბუნებრივი და აგებული გარემო.

ადგილის შექმნა. ჩართულობითი და გარდამქმნელი პროცესი, რომელიც აერთიანებს კულტურულ და შემოქმედებით რესურსებს ავთენტური, ცოცხალი და მოქნილი თემების შესაქმნელად.

3. კულტურული და შემოქმედებითი რესურსების რუკის შედგენა

3.1. კულტურული რესურსების რუკის შედგენა: მიზნები და სარგებელი

ეს სახელმძღვანელო ავითარებს თვალსაზრისს, რომ კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სიღრმისეული რუკის შედგენა ის პროცესია, რაც სისტემურად აფასებს თემის კულტურულ დოვლათს ფართო თვალსაზრისით და აღრმავებს ადგილობრივი კულტურული ეკოსისტემის გაგებას. კულტურული რუკის შედგენა აგრეთვე ამოიცნობს თემის იდენტურობის და ადგილის განცდის უფრო ხელშეუხებელ ელემენტებსაც. ამგვარად, ადგილის კულტურული პროფილის ცოდნა შეიძლება სასარგებლო იყოს ცვლილების ადვოკატირებისთვის: მან შეიძლება ინფორმაციით აღჭურვოს პოლიტიკის განვითარების პროცესი, მოიზიდოს დაფინანსება და რესურსები და ადგილობრივი განვითარების საკითხთან ახალი მიდგომების მიღების იარაღად გამოდგეს. ქვემოთ მოცემულია მისი სარგებლიანობის მოკლე მიმოხილვა და მიზეზები, მცირე ადგილების (და მათი რეგიონების) შემოქმედებითი პოტენციალის გაუმჯობესებაში ჩართული დაინტერესებული მხარეები თუ რატომ უნდა შეუდგნენ

ხარისხობრივ კულტურულ რუკის შედგენას.

კულტურული რუკის შედგენის ზოგიერთი გამოყენება	
ზრდის ცოდნას და გაგებას	გვეხმარება ადგილობრივი კულტურის დადგენაში. იძლევა მოცემულ ქალაქებსა და რეგიონებში კულტურული და სხვა აქტივობების სიფართოვის მონაცემებს.
განსაზღვრავს ადრე უცნობ რესურსებსა და აქტივობებს	აღმოაჩენს აქტივებს და ინფორმაციას აწვდის არჩეულ ოფიციალურ პირებს, მოქალაქეებს და სხვა ძირითად დაინტერესებულ მხარეებს სხვადასხვა სფეროებში (კულტურის, დაგეგმვის, ტურიზმის, ეკონომიკური განვითარების, სხვა)
მოიპოვებს ახლებურ პერსპექტივას	მონაცემებს განიხილავს სხვადასხვა პერსპექტივიდან (სოციალური, ურბანული, კულტურული), მაგრამ ასევე სხვადასხვა დარგების, პროფესიების და ა.შ. თვალსაზრისებით.
ადგენს ხარვეზებს, საჭიროებებს, გადაფარვებს, გამოწვევებს	რამდენი დუბლირება ან უკმარისობაა მოცემულ სექტორში თუ ქალაქის რეიონში? რა გამოწვევები არსებობს? სად არის დაბრკოლებები?
აკავშირებს რესურსებს ადამიანებთან. იყენებს შემოქმედებითობას	რა უნდა მოვიმოქმედოთ, რათა უზრუნველყოთ, ჩვენი ქონება უკეთ რომ ადგებოდეს ჩვენს ხალხს? როგორ მოვახერხოთ დიალოგი ქალაქებსა და რეგიონებს შორის?
აფასებს პროექტებს	არის თუ არა ეს მოქმედების სწორი კურსი? ეს გადაწყვეტილება სათანადოდ პასუხობს პრობლემას/გამოწვევას? რა ზრის არის თემი ამ ინიციატივაზე? ვინ უნდა იყოს ჩართული ამ პროექტის განხორციელებაში?

კულტურული და შემოქმედებითი შესაძლებლობების რუკის შედგენის იარაღები, რომლებიც მოიხმარება „შემოქმედებითი ქალაქებისა და რეგიონებისთვის“, სვოტ-ანალიზის ტექნიკის მსგავსია და მოიცავს ორ განზომილებას: მატერიალურს (გეოგრაფია, ტოპოგრაფია, კლასტერები, ამ ადგილას არსებული კულტურული სივრცეები და სხვადასხვა საშუალებები) და არამატერიალურს (მაგალითად, ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობა, ურბანული აურა, ისტორიის ფენები, რომლებმაც ჩამოაყალიბეს ამ ადგილის მოსახლეობა და ფიზიკური გარემო, სოციალური ქსელები, რომლებიც აცოცხლებენ ადგილის სამოქალაქო

ცხოვრებას, ა.შ.). თითოეულ ქალაქში/რეგიონში ჩატარებული სხვადასხვა რუკის შედგენის სამუშაოდან მიღებულ ინფორმაციებზე დაყრდნობით რუკის შედგენაში ჩართული დაინტერესებული მხარეები უკეთესად შეძლებენ შემოქმედებითი განვითარების დაკვეთილი სამოქმედო გეგმების შემუშავებას.

3.2. კულტურული და შემოქმედებითი სექტორების კლასიფიკაცია

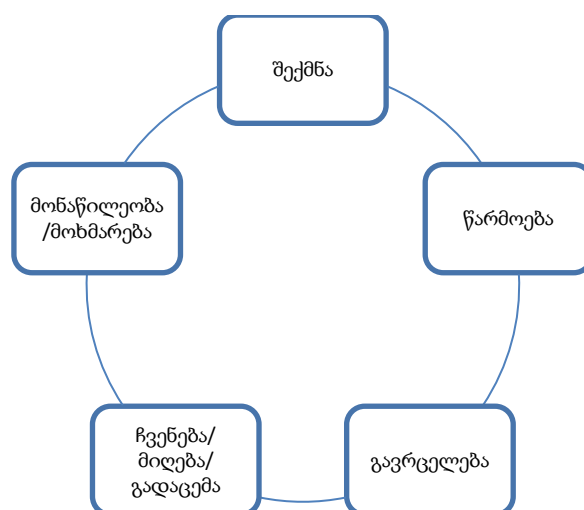
იმისათვის, რომ განსაზღვრული CCI-ის ქვესექტორების ჩვენეული კლასიფიკაცია რაც შეიძლება ზუსტი ყოფილიყო ინიციატივაში „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ ჩართული ქვეყნებისთვის, ჩვენ ევროკავშირში CCI-ის ყველაზე უფრო გავრცელებული განსაზღვრებები (მაგ. იხ. ევროკომისიის ‘Priority Sector Report’ Innova Paper 16, 2011) გავაერთიანეთ საქართველოსა და მის მსგავს ქვეყნებში მიღებულ განსაზღვრებებთან (მაგ. იხ. „შემოქმედებითი საქართველო 2016“). ამგვარად, ამ სახელმძღვანელოში ქვესექტორები მოიცავს:

კულტურული და შემოქმედებითი ქვესექტორები	აღწერა
რეკლამირება	როგორც ნაბეჭდი, ასევე ონლაინ რეკლამირება
არქიტექტურა	ლანდშაფტის არქიტექტურის ჩათვლით
მაუწყებლობა და მედია	ტელევიზია, რადიო, გაზეთები
რეწვა	მინა, კერამიკა, ხე, ლითონი, ძვირფასეულობა, გრაფიკული და ტყავის რეწვა, სხვა
დიზაინი	მოდის დიზაინი, გრაფიკული დიზაინი, ინტერიერის დიზაინი, პროდუქციის დიზაინი, სხვა
გასართობი ინფორმაციული ტექნოლოგიები	კომპიუტერული და ვიდეოთამაშები, გასართობი აპლიკაციები
კინო და ვიდეო	კინო და ვიდეოწარმოება, კინოსერვისები, კინოთეატრები
კულტურული მემკვიდრეობა	მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობა, მუზეუმების, ბიბლიოთეკების და არქივების ჩათვლით

ლიტერატურა და საგამომცემლო საქმე	ელექტრონული წიგნების ჩათვლით
მუსიკა	როგორც ცოცხალი, ასევე ჩაწერილი მუსიკა
საშემსრულებლო ხელოვნება	თეატრი, ცეკვა, ბალეტი, ოპერა, მუსიკალური თეატრი, ცირკი, სხვა
სახვითი ხელოვნება	ფერწერა, სკულპტურა, ხატვა, პრინტი, ფოტოგრაფია, სხვა

3.3. წარმოების ჯაჭვი – მოკლე განმარტება

შემოქმედებითი წარმოების ჯაჭვი (ან ღირებულებათა ჯაჭვი) შედგება თავდაპირველი შემოქმედებითი იდეისგან, რომელიც, ჩვეულებრივ, გაერთიანებულია სხვა საწყის ფაქტორებთან – კულტურული საქონლის ან მომსახურების შესაქმნელად წარმოებასა და მოხმარებას შორის მოქცეული ურთიერთდაკავშირებული სტადიების გავლით. „შემოქმედებითი ქალაქებისა და რეგიონების ინიციატივაში“ გამოყენებული ღირებულებათა ჯაჭვი ძირითადად მიღებული იქნა აღწერებიდან, მოცემულიდან უმთავრეს საბუთებსა და ანგარიშებში, რომელთა შემდგენლები იყვნენ: KEA (2006, 2009), ანგარიში ევროკავშირისთვის; UNESCO (2009, 2010); the UK's DCMS (1998, 2001, 2015). არსებითად, ის გვიჩვენებს, როგორ უნდა შეიქმნას, იწარმოოს, დამზადდეს თუ რეპროდუცირდეს, გავრცელდეს, გამოიფინოს საქონელი – სანამ ის მიაღწევდეს მომხმარებელს თუ აუდიტორიას ან გამოყენებული იქნება მათ მიერ. ამ მოდელში ღირებულებათა ჯაჭვი აფასებს არა მხოლოდ ეკონომიკურ კავშირებს, არამედ უკუკავშირის პროცესებსაც ამ ჯაჭვის ნებისმიერ რგოლში, რომელიც, თავის მხრივ, შეიძლება გახდეს ახალი შემოქმედების შთაგონების წყარო. ქვემოთ ეს ჯაჭვი მოცემულია გრაფიკის სახით.



დიაგრამა: ღირებულებათა ჯაჭვი (ადაპტირებულია იუნესკო 2009-დან)

თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ არსებობს ფაქტორები, რომლებიც შეიძლება ჩაერიოს და გააზუნდოვანოს საზღვრები ჯაჭვის სტადიებსა და შემადგენელ ნაწილებს შორის. მაგალითად, ტექნოლოგია გავლენას ახდენს მწარმოებლის და მომხმარებელს შორის ურთიერთობაზე და ამცირებს მათ შორის არსებულ ნაპრალს (უკვე ხანდახან მათი გადაფარვაც ხდება). ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები სულ უფრო მეტად აძლევს მომხმარებლებს შესაძლებლობას, შექმნან საკუთარი კონტენტი – მათ შეუძლიათ, ხელი მიუწვდებოდეთ სხვების შექმნილ შემოქმედებით კონტენტთან და მათი შემოქმედების თანამონაწილე გახდნენ.

ამას გარდა, ფიზიკური შეჯგუფება და შემოქმედებითი აქტივობის შეკვრა კლასტერად რაღაც ერთ ადგილას ჯერაც მნიშვნელოვანია. ღირებულებათა ჯაჭვს სივრცითი განზომილება აქვს და, თუმცა ზოგი აქტივობა შეიძლება ერთ ადგილას ან ერთ რეგიონში იყოს შეჯგუფებული, სხვებს შეიძლება საერთაშორისო ან თუნდაც მსოფლიო განზომილება ჰქონდეთ. ამ შეკავშირებათა ზუსტი ბუნების დადგენა მოითხოვს ცდისეულ ანალიზს (შემოთავაზებულის მაგვარს), რადგან ამას აქვს თავისი შედეგები როგორც შემოქმედებითი და კულტურული სექტორის რეგულაციებზე, ასევე ადგილობრივად მიღებულ სარგებელზე.

3.4. რუკის შედგენის ელემენტები

რუკის შედგენის ინსტრუმენტთა კრებულს, რომელიც განკუთვნილია ინიციატივისთვის „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“, ორი განსხვავებული ელემენტი გამოარჩევეს. პირველი გამიზნულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების გასაგებად, მეორე კი – ადგილობრივი კულტურული ინფრასტრუქტურისა და აუდიტორიის ხარისხისა და მასშტაბების აღსაწერად.

პირველი ელემენტი გახლავთ შეფასება, რომელიც ასრულებს *დიაგნოსტიკების ფუნქციას* და ძირითადად შეიქმნა ადგილობრივი შემოქმედებითი ეკონომიკის ძირითადი ქვესექტორების ძალის განსასაზღვრად. ეს შეფასება უპირველეს ყოვლისა კეთდება ყოველი ადგილობრივად მნიშვნელოვანი ქვესექტორის სიღრმისეული გამოკვლევის ჩატარებით წარმოების მთელი ჯაჭვის სიგრძეზე. ცხრილების ნიმუშები შეგიძლიათ იხილოთ „მეთოდოლოგიური იარაღების“ ნაწილში (იარაღი 1 და 2). ისინი ისინი სპეციალურად შეიქმნა შესაბამისად კინოსთვის და ხელოვნებისთვის და შეიცავს რიგ ძირითად შეკითხვებს, რომლებიც გამიზნულია მონაცემების შესაგროვებლად ამ კონკრეტული ქვესექტორების მასშტაბებისა და ფარგლების შესახებ ნებისმიერ კონტექსტში.

ასევე, „მეთოდოლოგიური იარაღების“ ნაწილში (იარაღი 3) მოცემულია *შემოქმედებითი შესაძლებლობის განვითარების სკალა*. ის გამოდგება შემოქმედებითი სექტორის საერთო მდგომარეობის შესაფასებლად ამა თუ

იმ კონკრეტულ ადგილას, აგრეთვე, გამოწვევების მოსახელთებლად, ხარვეზების გამოსავლენად და განსასაზღვრად, ინფრასტრუქტურის რადონეა საჭირო ადგილობრივი მისწრაფებების დასაკმაყოფილებლად და სკალაზე სრულად განვითარებული შემოქმედებითი ქალაქის ნიშნულისკენ ასანაცვლებლად. სკალაზე დონე „1“ შეესაბამება მინიმალურ აქტივობებსა და ინფრასტრუქტურას, ხოლო „10“ – სრულად განვითარებულ შემოქმედებით ქალაქს (სადაც სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღება, სივრცულ კლასტერებად შეკავშირება, კომუნიკაცია და დამატებითი მომსახურება მეზობლობს კარგად განვითარებულ კულტურულ და ტურისტულ ინფრასტრუქტურასთან, კარგად მომუშავე საჯარო სფეროსთან და ყურადღებით მოცულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან).

პრაქტიკაში, რუკის შედგენის დიაგნოსტიკური ელემენტი მოიცავს საწყის მეორად კვლევას, რათა მიღებული იქნეს ძირითადი წარმოდგენა, იქნება თუ არა კონკრეტული ქვესექტორი მნიშვნელოვანი და დადგინდეს, ადგილობრივად რა სახის ინიციატივები იყო განხორციელებული, რაც დაეხმარებოდა, განავითარებდა და ქსელს შეუქმნიდა შემოქმედებით ეკონომიკას. დიაგნოსტიკური რუკის შედგენის ჩატარების დანარჩენი ნაწილი *ინტერაქტიული და მონაწილეებზე დაყრდნობილია*. მის განსახორციელებლად დგება ქვესექტორის ფოკუს-ჯგუფები და პირისპირ შეხვედრები ძირითად მონაწილე მხარეებთან, რომლებიც ადგილობრივი შემოქმედებითი ინდუსტრიის/ეკონომიკის ამა თუ იმ კონკრეტულ სფეროში არიან ჩართული. პირისპირ ინტერვიუს ჩასატარებლად გამოსადეგი შეკითხვების სია მოცემულია ნაწილში „მეთოდოლოგიური იარაღები“ (იარაღი 4).

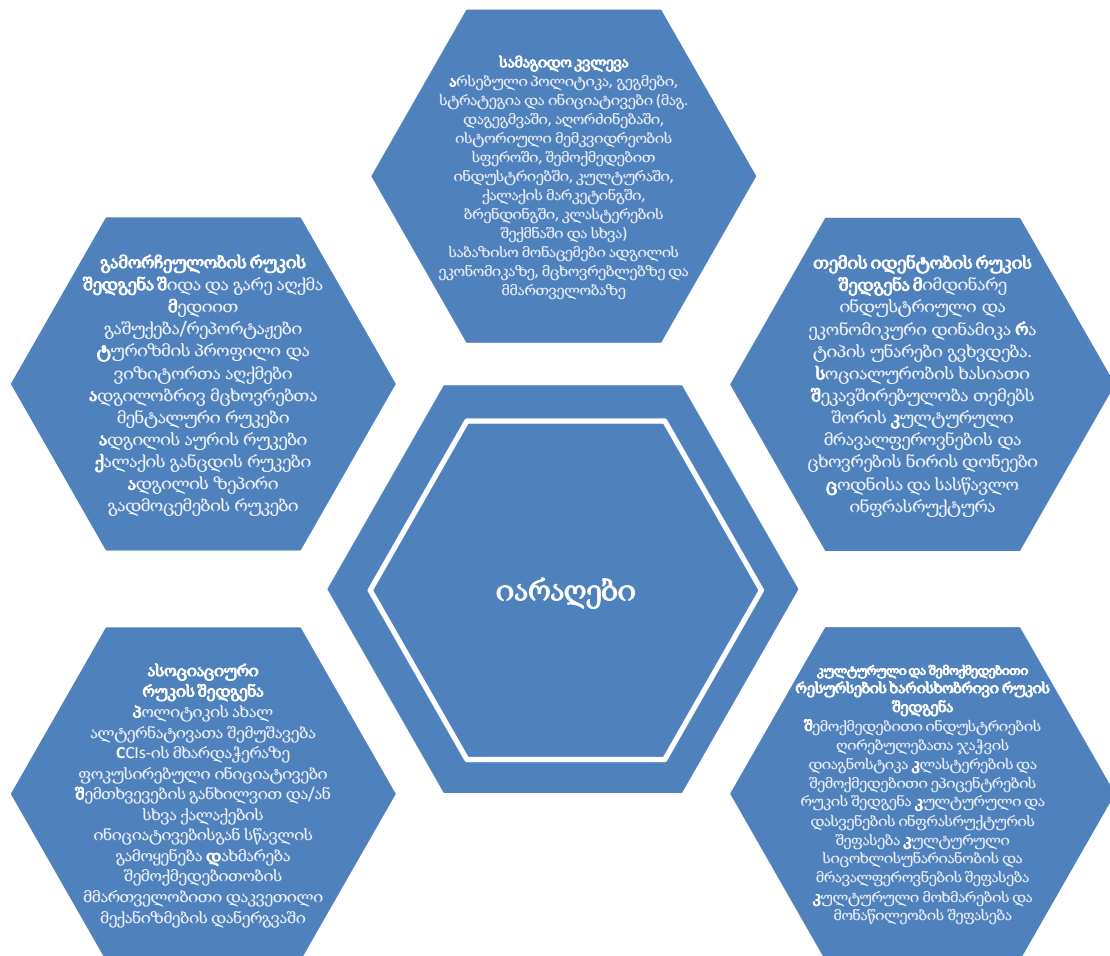
ამგვარი ხარისხობრივი ანალიზის ჩატარება ბევრ რამეში დაგვეხმარება. მას შეუძლია იმ ინფორმაციის მოწოდება, რომლითაც ეროვნულ, რეგიონულ თუ ადგილობრივი წარმომადგენლებს შეეძლება ადგილობრივი CCIs-ის დინამიკის განსაზღვრა; მას შეუძლია, დამხმარე იყოს გადაწყვეტილებების დაგეგმვაში, თუ როგორ გამოსწორდეს ხარვეზები და/ან პასუხი გაეცეს ანალიზით გამოვლენილ საჭიროებას. მას შეუძლია, უფრო ხილული გახადოს ადგილობრივი შემოქმედებითი ეკოლოგია და მოგვაწოდოს აუცილებელი მონაცემები, რომლებიც გააუმჯობესებს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესს სექტორის გაძლიერების დაკვეთილი პოლიტიკის შექმნაში. ის აგრეთვე შეიძლება მოსახმარი იყოს იმის განსაზღვრაში, თუ რომელმა ადგილობრივმა ინსტიტუციამ თუ ორგანიზაციამ შეიძლება უხელმძღვანელოს სექტორის ზრდის ხელშეწყობას, და ადგილობრივ განვითარებაში ზოგადად რა როლს ასრულებენ შემოქმედებითი სექტორისა და შემოქმედებითი თემების დაინტერესებული მხარეები.

კიდევ ერთი რამ, რაც შეიძლება დიაგნოსტიკური რუკის შედგენის ფაზაში მოიმოქმედონ დაინტერესებულმა მხარეებმა, გახლავთ ადგილის დამახასიათებელი კულტურული ელემენტების შეფასება. კულტურა აქ ფართოდ მოიაზრება და მოიცავს როგორც ადგილობრივი კულტურული ეკოლოგიის მატერიალურ ასპექტებს, ასევე – ადგილობრივი, ცხოვრებაში

ჩართული კულტურ(ებ)ის გამომარჩეველ ელემენტებს. რუკის შედგენის ამ ეტაპზე ასევე შეიძლება შეგროვდეს ინფორმაცია ტურიზმისა და ისტორიული მემკვიდრეობის შემოთავაზებათა მასშტაბებისა და პოტენციალის შესახებ.

აქვე, რუკის შედგენის ამ ელემენტისთვის განკუთვნილი იარაღები აგრეთვე წარმოგვიდგენს ნარევს სამაგიდო კვლევის და სემინარების და/ან ინტერვიუებისა: უმთავრეს პოლიტიკურ დაინტერესებულ მხარეებთან და სამოქალაქო ლიდერებთან; ადგილობრივი კულტურული ინსტიტუციების/ორგანიზაციების წარმომადგენლებთან; ხელოვანებთან და კულტურის სფეროს პრაქტიკოსებთან; არაფორმალური, დამოუკიდებელი კულტურული ჯგუფების წარმომადგენელ დაინტერესებულ მხარეებთან; ტურიზმის და ისტორიული მემკვიდრეობის წარმომადგენელ დაინტერესებულ მხარეებთან; ადგილობრივ სავაჭრო პალატასთან; ქალაქის ზრდითა და რეპუტაციით დაინტერესებულ ბიზნესორგანიზაციებთან და მნიშვნელოვან პიროვნებებთან.

დართული მეთოდოლოგიური იარაღები (იარაღი 5) შეიცავს სამ ცხრილს (ადაპტირებულია წიგნიდან: *London: A Cultural Audit* by Alan Freeman *et al.*, 2008. კვლევა ჩატარდა ლონდონის განვითარების სააგენტოსთვის), რომლებიც შეიძლება გამოდგეს ინტერვიუებითა და ფოკუსჯგუფების მეშვეობით შეკრებილი ინფორმაციების მითითების თვალსაზრისით. მათში აგრეთვე მოცემულია როგორც კულტურული ინფრასტრუქტურის ამჟამინდელი შესაძლებლობებისა და მასშტაბების, ასევე ამჟამად კულტურის მოხმარების დონის მოკლე შეფასება. პირველი ცხრილი აფასებს ადგილობრივ ინფრასტრუქტურას და მისგან მიღებულ შედეგებს (მაგ. ინსტიტუციებსა და ორგანიზაციებს, რომლებიც კულტურას ხელმისაწვდომს ხდიან. ასეთებია თეატრები, ბიბლიოთეკები და სხვა, უფრო არაფორმალური ადგილები). მეორე ცხრილი ეხება ადგილის კულტურულ სიცოცხლისუნარიანობას (მაგ., არაოფიციალურ კულტურულ წარმოებასა და მოხმარებას, ასევე ქუჩის დონეზე არსებულ სხვა ფაქტორებს, რომლებიც მონაწილეობენ ქალაქისა თუ რეგიონის გამოცოცხლებაში), აგრეთვე, რეგიონის კულტურული სცენის მრავალფეროვნებას. მესამე ცხრილი ყურადღებას ამახვილებს მოხმარებაზე (მაგ. რამდენად მოიხმარეს კულტურული ინფრასტრუქტურა: უყურეს, წაიკითხეს, უსმინეს, მოინახულეს და მონაწილეობა მიიღეს). ქვემოთ მოცემული სურათი გვიჩვენებს იარაღების არჩევანს, რომლებიც ხელმისაწვდომია ზოგადად რუკის შედგენის ფაზისთვის.



შემოქმედებითი პოტენციალის
შეფასება ©lia philardi

ჩვენ ამ სახელმძღვანელოში ასე თუ ისე უკვე შევეხეთ CCI-ის დიაგნოზირების იარაღებს, და თუ იარაღები, როგორცაა სამაგიდო კვლევა და თემის იდენტობის რუკის შედგენა ზოგადად ეხება ინფორმაციის მოკრებას (და ამას არ სჭირდება საგანგებო ღონისძიებები), სხვა იარაღები, როგორცაა გამორჩეულობის და ასოციაციური რუკის შედგენა, დამატებით განმარტებას მოითხოვს.

რადგანაც იმ კულტურული კონტექსტის ღრმა გაგება, რომელში ჩარევასაც აპირებს კონკრეტული პოლიტიკა, „შემოქმედებითი ქალაქების ინიციატივის“ უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. კვლევის ეთნოგრაფიული სფეროდან გადმოღებული რუკის შედგენის სამუშაოების ჩატარება ადგილის მომავლის ვიზუალიზაციის პროცესში ადგილობრივი თემების ჩართვის ხერხად შეიძლება გამოდგეს. ამ გზით შეიძლება, გამოკვლეული

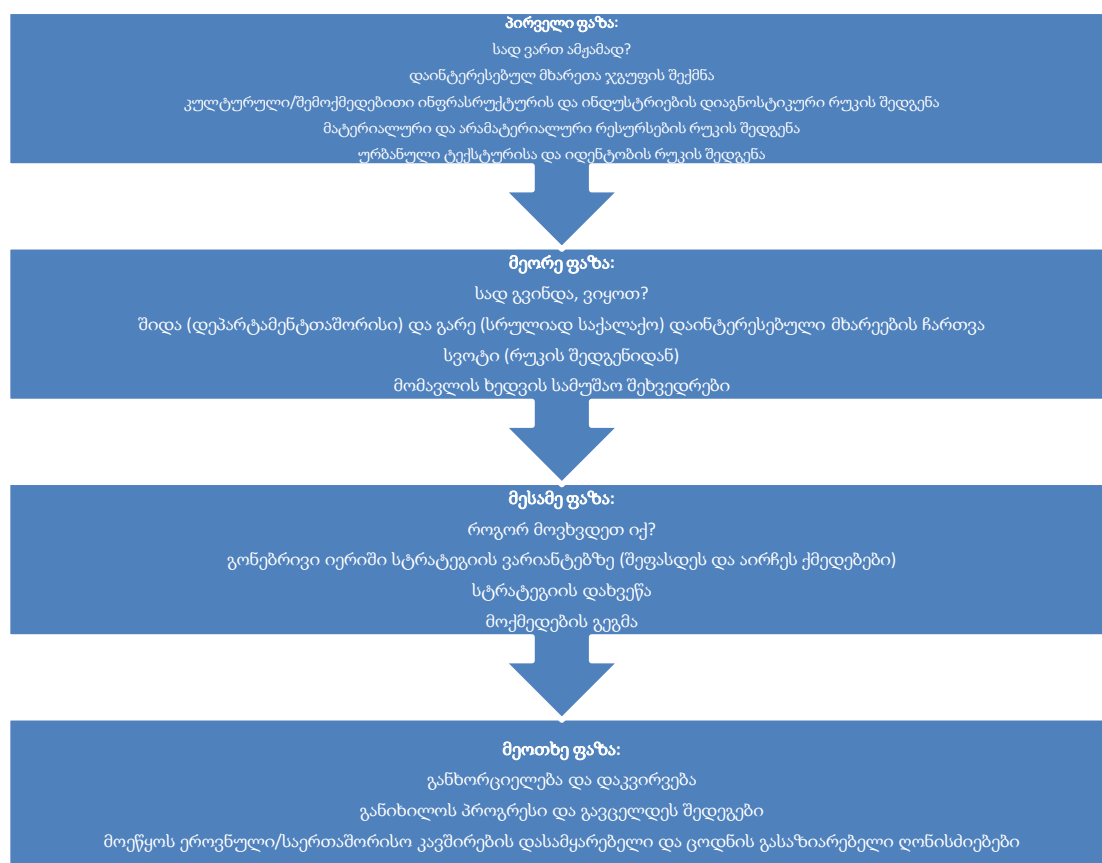
იყოს ადგილებიც, რომლებსაც ცვლილება სჭირდება, და მათთან დაკავშირებული პრობლემებიც, ამას გარდა, იმით, რომ ეს სამუშაოები მსჯელობას გამოიწვევს შემოქმედებით და არა დაპირისპირებით ნიადაგზე, იგი შეიძლება ახალი რესურსების, ნიჭის და/ან შესაძლებლობების აღმოჩენის იარაღად იქცეს და შექმნას საფუძველი ეფექტიანი ალტერნატიული პოლიტიკისთვის.

აღქმისა და გამორჩეულობის რუკის შედგენა	
შიდა და გარე აღქმის რუკები თემის მენტალური რუკები ადგილის აურის რუკები ქალაქის განცდის რუკები	საგანგებო ღონისძიებები – მიზანი, შევითვით, რას ფიქრობენ ადამიანები აქ ცხოვრებაზე, გავეცნოთ მათ მენტალურ ხატებებს, მათ საყვარელ ადგილებს, გავიგოთ, რა მოსწონთ და რა არ მოსწონთ, აგრეთვე, გავეცნოთ ისტორიიდან მემკვიდრეობით მიღებულ მათ ზეპირ გადმოცემებს და მისწრაფებებს, რომლებიც აქვთ – სხვადასხვა გზით შეიძლება განხორციელდეს. ქუჩის გამოკითხვები, ონლაინ კვლევები, სატელევიზიო და საგაზეთო ინტერვიუები მნიშვნელოვან ადგილობრივ პირებთან, ციფრული დღიურები, საჭმლის ფესტივალები, რომლებიც თემის ღიაღისეულ სადღილებს მოიცავს, „ღია მიკროფონის“ ღონისძიებები, სოციალური მედიის ინიციატივები, მონაწილეობითი საჯარო ღონისძიებები – ყველა ეს ინფორმაციის შეგროვების კარგი გზაა. შეკრებილი ინფორმაციის ვიზუალიზაციამ შემდგომ შეიძლება მიიღოს სახე ფიზიკური ან ციფრული რუკებისა, რომლებიც რუკის შედგენით დაკავებულმა დაინტერესებულმა მხარეებმა შეიძლება გამოიყენონ ჩარევის მთავარი სტრატეგიული არეების ილუსტრირებისთვის. სიტყვების ღრუბელი, რომელიც ქალაქის ცენტრში განლაგებული შენობების და სივრცეების გამოყენების ნეგატიურ ნიმუშს გვიჩვენებს, უამრავი რამის მთქმელია იმაზე, თუ რამდენად ხასხასაა (ან აკლია სიხასხასე) ქალაქში კულტურული ცხოვრება. ინტერაქციულმა ონლაინ რუკამ (GIS შესაძლებლობებით), რომელზეც მონიშნულია შემოქმედებითი ეპიცენტრები და სამუშაო სივრცეები, ადგილობრივი შთაგონების სივრცეები, შეიძლება წარმოადგენა შექმნას, თუ როგორ მიმდინარეობს შემოქმედებითი ცხოვრება, გამოავლინოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების აქამდე დაფარული გეოგრაფია და შეუთოს ყველანაირ დაბრკოლებას. ტვიტერის გამოხმაურებები, საიდანაც ჩანს ენთუზიაზმი ბოლოდროინდელი საჯარო ინსტალაციის ან ახალი გალერეის გახსნის მიმართ, კარგი მაჩვენებელია როგორც ადამიანთა მესაკუთრეობის განცდის, ასევე – ადგილობრივი იდენტობის ძალის.

მედიით გაშუქების ანალიზი ტურიზმის პროფილის შედგენა	ეს ორი საქმიანობა ერთმანეთს ჰგავს იმით, რომ ორივეს ჩატარება შესაძლებელია ბეჭდური, ონლაინ, სამაუწყებლო თუ სოციალური მედიის მასალების ყურადღებით კითხვით და/ან კონტენტის ანალიზით; ამას ემატება ტურისტული, მარკეტინგული და ბრენდინგის ლიტერატურა – ბეჭდური თუ ონლაინ. ამ საქმიანობის უპირატესობა ისაა, რომ ის ქმნის კონკრეტული ადგილის აღწერისთვის გამოყენებული გამეორებული სიტყვების, სლოგანების თუ წინადადებების ვიზუალურ რუკებს. აქ აგრეთვე გამოსადეგია ტაბულები სტატისტიკით, რომელიც გვიჩვენებს, ესა თუ ის ადგილი ჩვეულებრივ რა ტიპის ვიზიტორს იზიდავს, სად ჩერდებიან ისინი საცხოვრებლად და რა არის მათი ვიზიტის მოტივი. ასეთი დაკვირვებული წაკითხვა შეიძლება გაკეთდეს ან „ხელით“, ან კომპიუტერული პროგრამის დახმარებით, სახელად DEVONthink Pr, რომელსაც შეუძლია, ნებისმიერი ტექსტიდან ამოკრიბოს ძირითად სიტყვათა თანამიმდევრობა და სიტყვათა გამეორების შაბლონები. აქ მნიშვნელოვანია, შეგროვდეს საკმარისი რაოდენობის ინფორმაცია, რათა დადგინდეს ადგილისგან წამოსული სწორი გზავნილი, მის წინაშე მდგარი გამოწვევები და პოტენციური არეები, რომლებსაც შესაძლოა სარგებელი მიეღოს ინოვაციური პოლიტიკისგან.
ასოციაციური რუკის შედგენა	
გონებრივი იერიშის რუკები სინერგიათა და იდეების რუკები სტრატეგიული ქმედებების რუკები	ასოციაციურ რუკებს უკვე საუკუნეებია, იყენებენ მასწავლებლები, ინჟინრები, ფსიქოლოგები და ზოგადად ადამიანები – სასწავლად, გონებრივი იერიშებისთვის და პრობლემების გადასაჭრელად. ასოციაციური რუკები გამოსადეგი იარაღია რუკის შედგენის ფაზაში, როცა დგინდება რესურსები, პოტენცია და გამოწვევები (მაგ. მას შემდეგ, რაც უკვე ჩატარებულია წინასწარი სვოტ ანალიზი). უპირველეს ყოვლისა, ამგვარი საქმიანობა მოითხოვს, მასში ჩართულმა დაინტერესებულმა მხარეებმა დადებითი თვალთ შეხედონ თავიანთ უნიკალურ კულტურულ/შემოქმედებით რესურსებს/აქტივებს. ეს ნიშნავს ფოკუსირებას სინერგიებზე, რაც შეიძლება გაიზას ამ აქტივებს და პოლიტიკის მისწრაფებებს შორის მოცემულ ადგილზე. ხშირად შეიძლება, უზრალოდ ადგილის რესურსების ჩამოთვლითაც წარმოიქმნას ახალი იდეები და გამოიკვეთოს შესაძლებლობები. ასოციაციური რუკები იძლევა მარტივ ვიზუალურ სამარჯვს, რომელიც გეხმარებათ, ინფორმაციას

	სხვადასხვა მხრიდან შეხედოთ. ამგვარი ახალი ხედვა მომხმარებლებს შესაძლებლობას აძლევს, გადაჭრას პრობლემა იმით, რომ სხვადასხვა პერსპექტივიდან შეხედოს კონკრეტულ გამოწვევას (რაც, მაგალითად, შეიძლება იყოს: უფრო პროგნოზირებულად როგორ გამოვიყენოთ ადგილობრივი ინდუსტრიული მემკვიდრეობა, ისე, რომ დავაკმაყოფილოთ ადგილობრივ შემოქმედთა სამუშაო სივრცის ქონის საჭიროება?) ამას გარდა, ასოციაციური რუკის შედგენის პროცესი შეიძლება დაგვეხმაროს, ამოვიცნოთ პოტენციური კავშირები (და სუსტი ბმები) ადგილობრივ ინსტიტუციებს/ორგანიზაციებს შორის (როგორიცაა, მაგალითად, უნივერსიტეტები და კულტურული ორგანიზაციები) და ინიციატივები, რომელთა მიზანია ნიჭის ადგილობრივ შენარჩუნება. ასევე, ასოციაციურმა რუკებმა შეიძლება ნათელი მოჰფინოს პოტენციურად სუსტ ადგილებს კულტურისა და შემოქმედებითობის სფეროს ადგილობრივ მმართველობაში (მაგალითად, როლების და/ან ინიციატივათა დუბლირებაზე მითითებით). ასოციაციური რუკები შეიძლება შედგეს ან ქალაქზე (დაინტერესებული მხარეების ჩართვის სემინარების განმავლობაში), ან ამისთვის განკუთვნილი პროგრამებით (დასაწყისისთვის კარგია FreeMind ან Curio) და, მცირე ფასის სანაცვლოდ, კომპიუტერით შედგენილი ყველა რუკა შეიძლება რეალურ დროში იყოს გაზიარებული, იმგვარად, რომ რუკის შედგენის პროცესის ყველა მონაწილეს შეეძლოს, თავისი აზრებით, იდეებით და ნახატებით ჩაერთოს შემოქმედებითი ქალაქის მართლაც მონაწილეობითი სტრატეგიის შემუშავებაში. მაგალითები ასოციაციური რუკის შედგენისა, რომლებიც გაერთიანებული სამეფოს პატარა ქალაქებში ჩატარდა, შეგიძლიათ ნახოთ აქ: enquire@noema.org.uk
--	--

საბოლოოდ, ყველა ეს ტექნიკა შექმნილია იმისათვის, რომ სხვადასხვა წყაროებიდან გამოავლინოს შეხედულებათა, აღქმათა და იდეების უფრო ფართო სპექტრი, საკითხზე, თუ როგორ შეიძლება, სხვებისგან გამორჩეული ადგილობრივი კულტურული და შემოქმედებითი რესურსები უფრო აქტიურად ჩაერთოს ადგილობრივი განვითარებისთვის ახალი ინვესტიციების მიღების და განახლების საქმეში. ამას გარდა, ამგვარი რუკის შედგენა დაადგენს პრობლემებს და გამოწვევებს და ზოგ შემთხვევაში შეიძლება გამოადგეს ახალ დაინტერესებულ მხარეებს მიხვედრათა გასაზიარებლად, ახალი იდეების შესათავაზებლად და პარტნიორობის და კავშირების შესაძლებლობათა გამოსაჩენად. ქვემოთ მოცემულია რუკის შედგენის პროცესის დაწვრილებითი ილუსტრაცია.



თუმცა მნიშვნელოვანია, ხაზი გაესვას იმ ფაქტს, რომ რუკის შედგენისა და სტრატეგიის შემუშავების აქ წარმოდგენილი იარაღები გახლავთ იმ აღმოცენებადი პრაქტიკის ნაწილი, რომელიც შემოქმედებითი ურბანული განვითარების საქმეში მონაწილეობითი მეთოდის შეტანას გულისხმობს. ესენია არსებითად „ღია წყაროს“ მეთოდები და, როგორც ასეთი, მოითხოვს რისკის მართვასთან ახალ მიდგომას ხელისუფლებისა და მათი მხრიდან, ვინც ადგილობრივად მონაცემების შეგროვებაზეა პასუხისმგებელი. თემის სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობის მიღწევა მოითხოვს გაზრდილ ძალისხმევას ნდობის დამყარების მხრივ, ამას კი დრო და მუშაობა სჭირდება. ამიტომ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რუკის შედგენის პროცესი კოორდინირებულად ჩატარდეს (ანუ, მას მულტიდეპარტამენტული სამუშაო ჯგუფები უძღვებოდეს) და მას სულ დასაწყისიდანვე მხარს უჭერდნენ სამოქალაქო ლიდერები.

4. სტრატეგია შემოქმედებითი ქალაქისთვის – ჰოლისტიკური, ადგილს მორგებული მიდგომა

ამ სახელმძღვანელოს პირველ ნაწილში წარმოგიდინეთ შემოქმედებითი ქალაქის ცნება როგორც პროცესი და არა როგორც უბრალოდ იარაღი – ეს პროცესი გახლავთ არა მხოლოდ ადგილობრივი კულტურული რესურსების მობილიზების ეკონომიკური და სოციალური მნიშვნელოვნების გააზრება, არამედ აგრეთვე სტრატეგიული ნაბიჯების გადადგმა ამ კულტურული აქტივების გაზრდის, გაძლიერების, მხარდაჭერის და შეერთებისკენ, იმგვარად, რომ ყველაზე მცირე ქალაქმაც კი შეძლოს სიცოხლისუნარიან შემოქმედებით ეკოსისტემად ქცევა.

რუკის შედგენა ამ პროცესის მხოლოდ პირველი ნაბიჯია. შემოქმედებითი ქალაქების და რეგიონების წარმატების მორიგი უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი გახლავთ ადგილის სახასიათო რესურსების მხარდაჭერა და მათი მიერთება დეპარტამენტთაშორის და სექტორთაშორის თანამშრომლობასთან. ბევრ ქალაქში ვხვდებით არასისტემურ შემოქმედებით ინიციატივებს, რომლებსაც მცირე ეფექტი აქვთ (ზოგჯერ ისინი ვერ არწმუნებს პოლიტიკოსებს და დიდი ხნის განმავლობაში რჩება „ქვემოდან“ მოძრაობად, სანამ საბოლოოდ საწვავი არ გამოელევას; ან დამოკიდებული ხდება მუდმივად ფონდების მოძიებაზე; ან ვერ მოიპოვებს ისეთი მაღალი დონის ცნობადობას და მხარდაჭერას, რაც საჭიროა ადგილობრივი ტალანტების დასარწმუნებლად, ამ ქალაქში დარჩნენ და გაიზარდონ). სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ამ ქალაქებს შემოქმედებითობა არ აქვთ ჩართული ადგილობრივი განვითარების და ცხოვრების ხარისხის სხვადასხვა ასპექტებში.

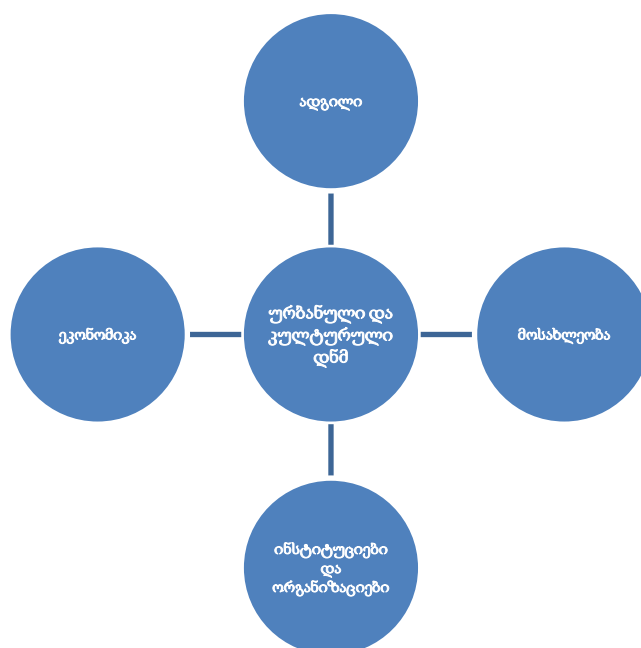
ჩვენ გვჯერა, რომ შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგია ჰოლისტიკური უნდა იყოს და ებმოდეს სხვა არსებულ პოლიტიკებსა და გეგმებს და რომ ის უნდა ლამობდეს, გადოს ხიდები სხვადასხვა ადგილობრივ კლიენტურასა და ინტერესის ჯგუფებს შორის, რათა თავიდან იქნეს არიდებული დუბლირება, ხოლო ინოვაციური იდეები გამოიკვლიოს და განხორციელდეს. მათი ფარდობითი უპირატესობის სრულად გამოსაყენებლად, პატარა ადგილები უფრო სხარტი უნდა იყოს მთავრობის სხვადასხვა უწყებებსა და დონეებს შორის ურთიერთქმედებაში, ნაკლებად ბიუროკრატიული – რეგულაციებში, უფრო მზადმყოფი, წავიდეს გათვლილ რისკზე და უფრო ღია – თავისი გამოცდილების გაზიარებისას თუ სხვა, მსგავსი გამოწვევების წინაშე მდგარი ადგილებისგან სწავლისას.

შემოქმედებითი ადგილები სპონტანურად არ წარმოიშობა – მათ თავში მდგარი ხელმძღვანელობა სჭირდება. კარგი ხელმძღვანელობის ნიშანია, როცა ქალაქს ეტყობა მტკიცე, მაგრამ არა – ხისტად წინასწარგანსაზღვრული განწყობა; ცვლილების მოხდენისას გაბედულად აზროვნებს პოლიტიკური

წრის მიღმაც; და არ გადადის სტრატეგიულ პრინციპებს, თუმცა მოქნილი და შემგუებელია ცვლად ვითარებაში. შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგიის ბევრი მაგალითი გვაქვს, მაგრამ არ არსებობს უნივერსალური რეცეპტები, მით უმეტეს, პატარა ადგილებისთვის. ეგრეთ წოდებული „პოლიტიკის სწრაფი გადმოტანა“ (ანუ, შემოქმედებითი ქალაქების მანიფესტების კრებულიდან გადმოკოპირება) ძალიან ხშირად იწვევს დაინტერესებული მხარეების დემორალიზაციას და სტატუს კვოსთან დაბრუნებას – თუკი ის გამოყენებული იქნა ადგილობრივი საჭიროებების და მმართველობის ადგილობრივი კონტექსტის გათვალისწინების გარეშე.

4.1. ურთიერთდაკავშირებული ქმედებები

ამ ნაწილში მოგაწვდით ილუსტრაციებსა და მაგალითებს, რომლებიც დაეხმარება დაინტერესებულ მხარეებს, მიუდგნენ შემოქმედებითი ადგილის შექმნის ამოცანას, როგორც ურთიერთდაკავშირებული ეკოსისტემის ჩამოყალიბების საქმეს, რომელსაც პოლიტიკის შემუშავების თვალსაზრისით 360-გრადუსიანი ხედვა სჭირდება. ჩვენი მიდგომა ადგილს მორგებულია, რადგან ის იწყება კონკრეტული ადგილის ურბანული, კულტურული და სოციალურ-ეკონომიკური დინამიკის, აგრეთვე, უნიკალური თვისებების, შესაძლებლობებისა და გამოწვევების (ყველაფერ ამას ჩვენ „ურბანულ და კულტურულ დნმ-ს“ ვუწოდებთ) გათვალისწინებით შემდეგ ოთხ სფეროში: ეკონომიკა; ადგილი; მოსახლეობა; ინსტიტუციები და ორგანიზაციები – როგორც ეს ნაჩვენებია ქვემოთ მოცემულ მატრიცაში (გილარდი, 2001).



ამგვარი ჰოლისტიკური, კულტურის ინტერესებიდან გამომდინარე მუშაობა – რომელიც ეფუძნება რუკის შედგენას, ადგილობრივ და რეგიონულ ორგანოებს შორის, აგრეთვე, საჯარო თუ კერძო სფეროებში მოქმედ ადგილობრივთა შორის თანამშრომლობას, რასაც ემატება უნარების გაძლიერების ზომები, რომლებშიც დაინტერესებული მხარეები და სპეციალისტები არიან ჩართული – ავლენს უნარს, ხელშესახები და მდგრადი აღორძინება მოუტანოს პატარა რაიონულ ცენტრებს. ამგვარი მუშაობის შთამბეჭდავი მაგალითებია:

- > *პატარა ქალაქი პარედიში პორტუგალიაში, სადაც კოორდინირებულმა სტრატეგიულმა პარტნიორობამ შესაძლებელი გახადა ინდუსტრიული რაიონის გამოცოცხლება, მისი ავეჯის დამზადების საქმიანობით – იმ გზით, რომ დიზაინთან და ინოვაციასთან დაკავშირებული ახალი ფუნქციები გარეუბანში ლოკალიზდა.*
- > *მანტუა (პატარა ქალაქი იტალიაში), სადაც ლიტერატურული ფესტივალის დაარსებისას წარმატებით იქნა გამოყენებული მნიშვნელოვანი ისტორიული ღირსშესანიშნაობები, სამოქალაქო დებატების და მხიარულების ადგილობრივი ტრადიცია, იმისათვის, რომ შესაძლებელი გამხდარიყო ქალაქის რებრენდიგი ქვეყნის გამომცემლობის და შემოქმედებითი მწერლობის მოწინავე ცენტრად.*
- > *ათი საშუალო ზომის ქალაქი გერმანიაში, რურის მეტროპოლიურ რეგიონში, სადაც რამდენიმე სააგენტოს მიერ წარმართული პროგრამა, რომელიც ხელოვანებსა და შემოქმედებს ცარიელ ან მიტოვებულ ინდუსტრიულ შენობებში ასახლებს (შემოქმედებითი კვარტლების სტრატეგია) დიდ წარმატებას აღწევს არა მხოლოდ მიგდებული ინდუსტრიული რეგიონების აღორძინების, არამედ ადგილობრივ ეკონომიკურ ქარგაში შემოქმედებითი ნიჭის ჩაქსოვის საქმეშიც.*
- > *ზლინი ჩეხეთის რესპუბლიკაში, სადაც შემოქმედებითი რეგიონის სტრატეგიის დამკვიდრებამ (რასაც ადგილობრივი საგანმანათლებლო სისტემის რადიკალური გადააზრება უმაგრებდა მხარს) სრულიად ახალ ფოკუსში მოაქცია ქალაქსა და რეგიონში შემოქმედებითი ტალანტის აღზრდის, გამრავლების და შენარჩუნების საკითხი.*
- > *სლაიგო (პატარა ცენტრი დასავლეთ ირლანდიაში), სადაც შემოქმედებითი ტურიზმის სტრატეგია ისტორიულ და ლიტერატურულ ტრადიციებს ავსებს საკვებისა და ეკოლოგიურად სუფთა ტექნოლოგიის კლასტერის შექმნით ადგილობრივ კულტურულ და უმაღლეს სასწავლო ინსტიტუციებთან პარტნიორობით.*

თუმცა, ინიციატივაში „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ ჩართულ ახალ ქვეყნებში 1989 წლის შემდგომ ერთბაშად გადასვლა საბაზრო ეკონომიკაზე კვლავ არყევს როგორც ინსტიტუციურ სისტემას, ასევე მთავრობასაც. აქ უფრო მეტად მნიშვნელოვანია კია პოლიტიკის განმსაზღვრელებსა და სამოქალაქო ლიდერებს შორის გაცნობიერებულობის ამაღლება ადგილის შექმნის მიმართ ამგვარი ჰოლისტიკური მიდგომის საჭიროებაზე ადგილობრივ გამოწვევებთან

გასამკლავებლად. კულტურა და შემოქმედებითობა ახალი, ნედლი რესურსებია. ისინი მართლაც „ქალაქების ბიზნესი“ გახლავთ, როგორც ეს შესანიშნავად აღნიშნა ერთხელ ურბანისტმა შარონ ზუკინმა (Sharon Zukin). მაგრამ მათ რეალურად განსახორციელებლად ამ ქალაქების პოლიტიკის განმსაზღვრელებმა და სამოქალაქო ლიდერებმა ხელმძღვანელობა უნდა გასწიონ: ისინი უნდა გახდნენ ცვლილების დესპანები და საიმედო ხელის შემწყობნი, და ამგვარად დაეხმარონ შემოქმედთა და კულტურული სფეროს მოღვაწეთა ახალ თაობას მათი პოტენციალის ხორცშესხმაში.

იმის გარდა, რომ სახელმძღვანელოს ამ ნაწილში განხილული იქნება საკითხი, თუ ვინ უნდა ხელმძღვანელობდეს სტრატეგიული ქმედებების განხორციელებას, აქ აგრეთვე გამოკვეთილი იქნება იმ ჩარევათა (მიკროსტრატეგიების) მაგალითები, რომლებსაც შეიძლება ქალაქებმა მიმართონ (მას მერე, რაც რუკა უკვე შედგენილია) თავიანთი სპეციფიკური საჭიროებების პასუხად და მაქსიმალურად გამოიყენონ თავიანთი პოტენციალი. ჩვენ ვიწყებთ ხელმძღვანელობის საკითხის განხილვით და ამ მიზნით ქვემოთ მოცემული ცხრილი გთავაზობთ ორი სხვადასხვა მიდგომის სარგებლიანობისა და ხარვეზების განხილვას.

ვინ წარმართავს პროცესს?

რუკის შედგენის ნაწილშიც და ამ ნაწილის ზოგად შესავალშიც ჩვენ ხაზი გავუსვით, თუ რა მნიშვნელოვანია ხელმძღვანელობა, როგორც საწყისი პუნქტი ისეთი გარემოს შექმნისთვის, სადაც მაღლდება შემოქმედებითობის მნიშვნელოვნების გაცნობიერება და ადგილობრივი რესურსების ღირებულება, ყალიბდება სტრატეგიული ალიანსები და კოორდინირებულად ტარდება ზომები (ადგილობრივ რუკის შედგენასა და დიაგნოსტიკურ შეფასებაზე დაყრდნობით).

საკითხი, თუ ვინ წარმართავს ამ პროცესს და როგორ შეძლებს, გამოხატოს შემოქმედებითი ქალაქის ფილოსოფია, ისე, რომ მას მიემხროს მთელი ადგილობრივი თემი და სექტორის პრაქტიკოსები – არსებითი საკითხია. ჩვეულებრივ, არის შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგიის განვითარების და განხორციელების ხელმძღვანელობის ორი შესაძლო ვარიანტი:

- ადმინისტრაციის მიერ წარმართული – როგორც წესი, მას წარმართავს განყოფილების მაღალი რანგის ხელმძღვანელი ან თანაბარზომიერი როლის მქონე ადამიანი მერიის სამსახურიდან. ეს ადამიანი უნდა გახდეს დაინტერესებული შემოქმედებითი ქალაქების სტრატეგიით მიღებული სარგებლით ან უკვე გააზრებული აქვს იგი.
- თემის მიერ წარმართული – ჩვეულებრივ, მას ხელმძღვანელობს ხელოვნების, ისტორიული მემკვიდრეობის და კულტურულ და შემოქმედებით სექტორთა წარმომადგენლების კოალიცია.

კონტექსტიდან გამომდინარე, პირველ შემთხვევაში საჭირო იქნება, განხორციელების პროცესში (დაწყებული რუკის შედგენიდან) ჩაერთონ ბიზნესის, თემის და კულტურული და საგანმანათლებლო დარგის წარმომადგენელი სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები. ამგვარმა მაღალი რანგის ხელმძღვანელობამ შეიძლება ახალი მონაწილენი გამოიყვანოს სცენაზე და მათ

შეიძლება გამოთქვან თავიანთი საჭიროებები და მოლოდინები, ასევე, უკეთ გაუმკლავდნენ გამოწვევებს თანამშრომლობის რეჟიმში. ამგვარი მოცემულობით პოლიტიკოსები უფრო იოლად დაუჭერენ მხარს რუკის შედგენით მიღებულ მტკიცებულებებს. ადგილობრივი საბჭოს მაღალი თანამდებობის პირთა ყურადღების მოპოვება ნიშნავს, რომ ნაფიქრი და ნამოქმედარი ბევრად ნაკლებად იქნება ერთმანეთს დაშორებული (ნაკლები დრო დაიხარჯება კონკრეტული სტრატეგიის თუ ინიციატივათა კრებული ღირებულების შესახებ გაცნობიერებულობის ამაღლების ლობირებაზე), ასევე, იარსებებს მაღალი რანგის პარტნიორობების (მაგ. უნივერსიტეტებთან) შესაკვრელად საჭირო აუცილებელი გავლენა. შედეგი იქნება შემოქმედებითი ქალაქისთვის ბევრად უფრო ხელსაყრელი გარემოს მიღება.

მეორე მხრივ, თემის მიერ წარმართული მიდგომა უფრო პრობლემურია, რამდენადაც ის, როგორც წესი, მოქმედებს ადგილობრივი სახელისუფლებო განყოფილებების გარეთ და ამგვარად მოსალოდნელია, წააწყდეს ერთგვარ უნდობლობას ადგილობრივი ადმინისტრაციის პოლიტიკოსებისა და მნიშვნელოვანი ადამიანების მხრიდან. თემის ინიციატივები ზოგჯერ შეიძლება არასწორად იყოს გაგებული (კლასიკური მცდარი გაგების მაგალითია ზოგიერთი პოლიტიკოსის შეხედულება, რომ კულტურულ აქტივისტებს უბრალოდ სურთ მათი მუშაობისთვის მეტი დახმარების ან დაფინანსების მიღება). თემის მიერ წარმართული მიდგომები, როგორც წესი, დამოკიდებულია „შინაურ ფალავნებზე“ ადგილობრივი ადმინისტრაციების შიგნით, მაგრამ, პოლიტიკური ციკლების არასტაბილურობის გამო, ასეთი ფალავნები შეიძლება ყოველთვის არ იყვნენ ადგილზე დახმარების ხელის გამოსაწოდებლად. ამას გარდა, ხანდახან დიდი დრო სჭირდება ფართო საზოგადოების (და ადმინისტრაციის) დარწმუნებას, რომ რაღაცების შეცვლა საჭიროა. გაცნობიერებულობის ამაღლების და ლობირების პროცესმა შეიძლება იმედის გაცრუება და ზოგჯერ დემორალიზება გამოიწვიოს, თუ მას სწრაფი მოქმედება არ მოჰყვა.

იდეალურ შემთხვევაში, შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგიის რუკის შედგენის სტადია, როგორც ის ამ სახელმძღვანელოშია აღწერილი, იძლევა აუცილებელ გარანტიებს თემის ჩართულობის და გაძლიერების თვალსაზრისით. ერთობლივი სტრატეგიული ხელმძღვანელობის მაგალითებს, რომლებიც აერთიანებს თემის ინტერესებს მაღალი რანგის ხელისუფლებასთან, ვნახავთ მექანიზმებში, რომლებსაც ევროპის კულტურულ დედაქალაქის (EU ECoC) სტატუსის მოპოვების მსურველი ქვეყნები ამუშავებენ – მოთხოვნის პროცესის და პროგრამის გასაძლიერებლად.

გამოყენებული მასალები შეგიძლიათ იხილოთ აქ:

https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-25-years-conclusions_en.pdf

პრიორიტეტების განსაზღვრა და ინტეგრირებული ჩარევების ისეთი არქიტექტურის შექმნა, რომელსაც შეეძლება ადგილობრივ საჭიროებებზე რეაგირება ადგილობრივი რესურსების გააქტიურებით – ამას ცდილობს შემოქმედებითი ქალაქების სტრატეგია. რუკის შედგენიდან დაწყებული, ყოველ ქალაქს უნდა ჰყავდეს დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფი, რომელიც

უხელმძღვანელებს პროცესს, როგორც ეს ნაჩვენებია პროცესის მატრიცაში ამ სახელმძღვანელოში.

ამ სტადიაზე შეიძლება გამოსადეგი იყოს მსგავსი გამოწვევების წინაშე მდგარი სხვა ქალაქების მიერ წარმოდგენილი შემთხვევების განხილვით, ინიციატივებითა და პოლიტიკით მიღებული შთაგონება. თუმცა ძალიან მნიშვნელოვანია, გათვალისწინებული იყოს იმ ადგილის განსხვავებულობა და პოლიტიკური, კულტურული და სოციალური თავისებურებები, რომლისთვისაც გამიზნულია ეს სტრატეგია. შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგია ადგილის 360-გრადუსიან ხედვას გულისხმობს (ანუ, ის უნდა ითვალისწინებდეს და სწვდებოდეს ოთხ სფეროს: ეკონომიკას, ადგილს, მოსახლეობას, ინსტიტუცია-ორგანიზაციებს); და ის უნდა იყოს ნაბიჯ-ნაბიჯ ქმედებების მოსინჯვის და განხორციელების ზრდადი პროცესი, რომელიც საბოლოოდ ცვლილებას მოიტანს.

4.2. სტრატეგიის შემუშავება

ეს ბოლო ნაწილი გახლავთ იმ სტრატეგიული ქმედებებისა და ინიციატივების კონცენტრირებული მინი-გზამკვლევი, რომლებსაც ქალაქებმა და რეგიონებმა უნდა მიმართონ, რათა შემოქმედებითობა ჩართონ ადგილობრივი ცხოვრების ყველა ასპექტში. გზამკვლევი აგებულია სამი სათაურის ირგვლივ, რომელთა ქვეშ ჩვენ გთავაზობთ განმარტებებს და განვიხილავთ მაგალითებს, ვიძლევიტ რჩევებს და მოვნიშნავთ კარგ პრაქტიკებს. ეს სამი სათაური (რომლებმაც დროდადრო შეიძლება ერთმანეთი გადაფარონ) საკმაოდ ფართოა საიმისოდ, რომ მოიცვას სხვადასხვა ტიპის სიტუაციები, მისწრაფებები ან გამოწვევები. ესენია:

- 1) კულტურა, შემოქმედებითი ინდუსტრიები და კულტურული მემკვიდრეობა ეკონომიკური განვითარებისთვის;
- 2) კულტურა და შემოქმედებითობა ურბანული აღორძინებისა და ადგილის შექმნისთვის;
- 3) კულტურა და შემოქმედებითობა ნიჭის განვითარებისთვის და სოციალური ჩართულობისთვის.

1. კულტურა, შემოქმედებითი ინდუსტრიები და კულტურული მემკვიდრეობა ეკონომიკური განვითარებისთვის

ამ სათაურის ქვეშ შეიძლება მოექცეს შემდეგი ქმედებები:

- ჩამოყალიბდეს გაცნობიერებულობის ამაღლების, მხარდაჭერისა და დაფინანსების სქემები, რათა ადგილობრივად დაინერგოს შეხედულება, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიები ადგილობრივი განვითარების ახალი მამოძრავებელი ძალაა. OMC – კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოტენციალის მაქსიმალურად

გაზრდაზე მომუშავე ექსპერტთა ჯგუფი – ხაზს უსვამს ამ სექტორის მნიშვნელოვნებას პოსტინდუსტრიული ეკონომიკისთვის. ის აცხადებს, რომ CCIs-ის ეკონომიკური ღირებულება ეროვნულ და რეგიონულ დონეზე დღეს უეჭველი ფაქტია. თუმცა, პატარა ადგილების მძიმე რეალობა ის გახლავთ, რომ ზოგჯერ შემოქმედებითი ეკონომიკის შესახებ გაცნობიერებულობის ამაღლების ერთადერთი გზაა, მტკიცებულობების შეგროვებას შევუდგეთ (დავიწყოთ ერთი, ან შეიძლება, ორი ისეთი ქვესექტორის აქტივობებით, რომელსაც მნიშვნელოვნების შეძენის პოტენცია ეტყობა. ეს შეიძლება გაკეთდეს ინდივიდუალური დიაგნოზირების ცხრილების გამოყენებით, რომლის ნიმუში მოცემულია ამ სახელმძღვანელოზე დართულ მეთოდოლოგიური იარაღების ნაწილში, როგორც იარაღი 1 და 2). მას მერე, რაც რუკა შედგება, დგება მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავების საკითხი, რათა ეს ქვესექტორები გაიზარდოს.

ევროპაში (და მის გარეთ) შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების და მხარდაჭერის მრავალი მექანიზმი არსებობს, რომლებიც ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეებზე მუშაობს. მათ შორის არის ADDICT: შემოქმედებითი ინდუსტრიები პორტუგალია; შემოქმედებითი ესტონეთი; შემოქმედებითი ლატვია; Departure – ქალაქ ვენის შემოქმედებითი სააგენტო (ავსტრია); და შემოქმედებითი რეგიონი ზლინი (ჩეხეთის რესპუბლიკა). ეს მექანიზმები, როგორც წესი, მოქმედებს, როგორც შუამავალი ორგანო, რომელიც ფუნქციონირებს აგილობრივი ხელისუფლების სტრუქტურების გარეთ (ზოგჯერ დამოუკიდებლად) და ინარჩუნებს წარმომადგენლობას და პროფილს, შემძლეს, ინფორმაცია მიაწოდოს ძირითად გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს საქალაქო დონეზე, რეგიონულ სააგენტოებს და სხვა მთავარ გადაწყვეტილების მიმღებ ორგანოებს. დაფინანსების, კლასტერების შექმნის, ინკუბატორების, ტრენინგების და ფინანსური მექანიზმების ჩამოყალიბების ხელშეწყობაც ამ სააგენტოთა მოქმედების სფეროში შედის. ამ სახელმძღვანელოს „რესურსების“ თავის შემთხვევათა განხილვის ნაწილი მოიცავს ბევრ შესაბამის მაგალითს, რომლებიც შეიძლება იოლად მიესადაგოს მცირე ზომის ადგილების საჭიროებებს.

- ზოგ ქალაქში კულტურული მემკვიდრეობის აქტივები არასაკმარისად გამოიყენება, მათი მისაწვდომობა შეზღუდულია და შენობები ცუდადაა მოვლილი. ამის მიზეზი ნაწილობრივ გახლავთ არასწორი მიდგომა მემკვიდრეობის მიმართ, რომელიც მოძველებულ სამართლებრივ და ადმინისტრაციულ ჩარჩოს „შენახვის“ რიტორიკით ფარავს. ამის ნაცვლად, მიღებული უნდა იქნეს ახალი, აქტიური, უფრო მეწარმეობრივი მიდგომა, საამისოდ განვითარდეს შემოქმედებითი ტურიზმის სტრატეგია, რომელიც დაეყრდნობა ქალაქის/რეგიონის არსებულ, გამორჩეულ მატერიალურ თუ არამატერიალურ ისტორიას, მემკვიდრეობას და კულტურას.

ქალაქის „ნამდვილ“ მცხოვრებლებთან კონტაქტის გარდა, შემოქმედებითი ტურიზმი დაუფიქრარი გამოცდილების მიღების შესაძლებლობას იძლევა. თავის მხრივ, ორიგინალური გამოცდილებები აუმაჯობებს ადგილის სახელსა და იმიჯს და ამგვარად, უფრო ფართო ეკონომიკაზე ახდენს გავლენას. პატარა ქალაქების მაგალითებად, რომლებმაც სარგებელი ნახეს ტურიზმის მიმართ ამგვარი ინოვაციური მიდგომით, შეიძლება დავასახელოთ მანტუა იტალიაში (ზემოთ ვახსენეთ ლიტერატურულ ფესტივალთან დაკავშირებით) და ქალაქი ლუდლოუ გაერთიანებულ სამეფოში (მისი „ნელი ქალაქის“ სტრატეგიით და ადგილობრივი პროდუქტების ვალორიზაციით, უმთავრესად, ბიოპროდუქტის გამყიდველთა ქსელის და მაღალხარისხიანი გასტრონომიის მეშვეობით). ამ სახელმძღვანელოს „რესურსების“ თავის შემთხვევათა განხილვის ნაწილი შეიცავს ბევრ სხვა საინტერესო მაგალითს, განსაკუთრებით დოკუმენტი, სახელად „კულტურა ქალაქებისა და რეგიონებისთვის: შემთხვევათა განხილვის კატალოგი“.

- ამ სახელმძღვანელოში შემოთავაზებული რუკის შედგენის მეთოდი შეიძლება გამოსადეგი იყოს ტრადიციული ინდუსტრიებისა და უნარების გამოსავლენად, რომლებიც შესაძლოა, ჯერაც არსებობდნენ და რომლებიც კულტურულად ჩაქსოვილი არიან ადგილში (თუმცა კი შემცირებული ფორმით, დეინდუსტრიალიზაციის გამო). ასეთი „კულტურული“ შესაძლებლობის გამოცოცხლება ახალი და ინოვაციური პროდუქტების მხარდაჭერით არა მხოლოდ დასაქმების შესაძლებლობის გაჩენის ერთ-ერთი გზაა, არამედ მას შეუძლია, ქალაქი – რომელსაც ბოლო დრომდე შეიძლება მოსახლეობის შემცირების ან ცუდი იმიჯის ქონის პრობლემა ჰქონდა – კვლავ დააბრუნოს რუკაზე. მეწარმეების, ბიზნესორგანიზაციების, ვაჭრობის პალატების, უნივერსიტეტების და ტექნიკური სასწავლებლების კოალიციები ამგვარი სტრატეგიების სიცოცხლისუნარიანობის უმთავრესი ფაქტორია.

ბევრმა ქალაქმა და რეგიონმა შეძლო, ამგვარად შემოებრუნებინა ხმარებიდან გამოსული ინდუსტრიები – დაწყებული პორტუგალიური პარედიშიდან (ადრე ნახსენები), რომელმაც ავეჯის დამზადებაზე სპეციალიზირებულ ინდუსტრიულ რაიონს ახალი სიცოცხლე შესძინა – იმით, რომ განავითარა დიზაინთან და ინოვაციასთან დაკავშირებული ფუნქციები; ვიდრე ზლინამდე ჩეხეთის რესპუბლიკაში, რომელიც თავის ავეჯის (ძირითადად სკამები და ქუჩის ავეჯი) წარმოების რაიონს ახალ სიცოცხლეს ჰბერავს ადგილობრივ უნივერსიტეტთან, სავაჭრო პალატასთან და ადგილობრივ მრეწველებთან კარგად შედგენილი პარტნიორობის სქემების მეშვეობით (იხ. ზლინის ანგარიში „რესურსების“ შემთხვევათა განხილვის ნაწილში). ამათ ემატება სხვა მაგალითებიც დოკუმენტიდან „კულტურა ქალაქებისა და რეგიონებისთვის: შემთხვევათა განხილვის კატალოგი“. ასევე, შემთხვევათა განხილვის კარგი წყაროა ბეკატინის „ინდუსტრიული რაიონების სახელმძღვანელო“ (The Handbook of Industrial

აქვე უნდა ვახსენოთ, რომ ძლიერი მხარეების, როგორცაა ადგილის დამახასიათებელი ნიშნები (მაგ. ლანდშაფტი, ტოპოგრაფია, ბუნება, ა.შ.), კაპიტალიზაციის ინიციატივა შეიძლება დაეხმაროს მდგრადი შემოქმედებითი სასოფლო ეკონომიკის წამოწყებას. ამ კონტექსტში მეღვინეობა და გასტრონომია განცალკევებით დგას, როგორც ზრდის მაღალი პოტენციალის მქონე საქმიანობები და წარმოადგენენ ახალ ეკონომიკურ დინამიკას აგროკულტურასა და ტურიზმს შორის ალიანსში.

2. კულტურა და შემოქმედებითობა ურბანული აღორძინებისა და ადგილის შექმნისთვის

ქალაქის ფუნქციონირების სახე, მისი ურბანული ქსოვილის ტექსტურის მრავალგვარობა, მისი საჯარო სამყაროს აურა და შესახედაობა, საჯარო სივრცეების ხარისხი – ესაა უმთავრესი ფაქტორები, რომლებიც უნდა შევნიშნოთ, როდესაც შემოქმედებითობაზე დაფუძნებულ სტრატეგიას ვიწყებთ. ბრების უწყსრიგო სიმრავლით შეხუთული ქუჩები, მოუვლელი საჯარო შენობები, გაუდაბურებული ქალაქის პარკები და ჩამოღლეტილი ფასადები ენთუზიზმს უკარგავს როგორც ვიზიტორებს, ასევე პოტენციურ ინვესტორებს და ადგილობრივ მოსახლეობას გარიყულობის და დათრგუნვილობის შეგრძნებას უჩენს. მეორე მხრივ, შემოქმედებითი ქალაქი ხალისიანი და გულგახსნილია. ესაა ადგილი, სადაც ერთმანეთს ერევა სხვადასხვა კულტურა და ცხოვრების წესი, სადაც კაფეებსა და ღამის გასართობ სივრცეებს ავსებს მდიდარი კულტურული ინფრასტრუქტურა – განკუთვნილი როგორც წარმოებისთვის, ასევე მოხმარებისთვის, ხოლო საჯარო სივრცეებსა და პარკებს ღონისძიებები და ფესტივალები აცოცხლებს.

- **საჯარო სახელოვნებო და კულტურული ინიციატივების დანერგვა ქალაქის ურბანული აურის გაუმჯობესების კარგი ხერხია.** მწვანე სივრცეების სტრატეგია და გაყიდვების ქალაქის ცენტრის ნიშის გაცოცხლების პროექტები ერთნაირად მნიშვნელოვანია სიხალისის გამოსაწვევად და კავშირების გასაჩენად, რაც შემოქმედებითი გარემოს ხელშეწყობას სჭირდება. ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხისთვის ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორებია თემის ჩართვა და ტერიტორიის ავთენტურობისა და იდენტობის შენარჩუნება. მწვანე სივრცეებისა და საჯარო ხელოვნების ინიციატივებმა დიდად გააუმჯობესა ბევრი ქალაქის იმიჯი. აქ შეიძლება დასახელდეს ბორასი შვედეთში, მონპელიე საფრანგეთში, ფრაიბურგი გერმანიაში, ტურკუ ფინეთში, სლიგო ირლანდიის სასოფლო ნაწილში, ლიუბლიანას მეზაღე მოქალაქეთა კავშირი (Gardening Citizenship) და მოძრაობა „ინკრედიბლ ედიბლ“ (Incredible Edible), რომელიც პატარა ქალაქ ტოდმორდენში (გაერთიანებული სამეფო) დაიწყო.

- დავამატებთ, რომ ქალაქის ცენტრების აღორძინება ცარიელი მაღაზიების გამოყენების გზით ბევრი დიდი თუ პატარა ქალაქის დღის წესრიგის მოწინავე საკითხად იდგა, განსაკუთრებით, 2008 წლის მსოფლიო ფინანსური კრიზისის მერე. მთელ ევროპაში მაღაზიების დროებითი ხელახლა გამოყენების ბევრი მაგალითი გვაქვს (meanwhile spaces ან pop up shops). გაერთიანებულ სამეფოში (სადაც ეს მოძრაობა 2009 წელს დაიწყო), დაწყებული ისეთი ადგილებიდან, როგორიცაა გოვანი და პერტი შოტლანდიაში, ვიდრე ლისკარდამდე კორნუოლში და მარგეიტამდე კენტში, ყველგან მიღებული აქვთ სტრატეგია, დაფუძნებული იმაზე, რომ ადგილობრივი ხელისუფლება აუქმებს ლიცენზირების რეგულაციებს იმგვარად, რომ ხელოვანებს, შემოქმედებს, მეწარმეებს და საზოგადოებრივ ჯგუფებს ეძლევათ ცარიელი მაღაზიების დროებითი გამოყენების უფლება. ამან, თავის მხრივ, ხელი შეუწყო, გაზრდილიყო იმ პოტენციალის მნიშვნელობა, რომელსაც ლოკალურ ეკონომიკას სძენს შემოქმედებითი პროდუქტები და საქმიანობა ადგილობრივ თემებში (რომლებიც ეკონომიკური კრიზისით არიან დემორალიზებული).
- შემოქმედებითი ქალაქის სტრატეგია შეიძლება აგრეთვე წარმოგვიდგენდეს ურბანული აღორძინებისა და გამოცოცხლების პროგრამების განხორციელების გეგმებს, რომელთა მიზნები უნდა იყოს შემოქმედებითი სივრცეების (როგორებიცაა სამუშაო სივრცეები, ჰაბები, ხელოვანთა სტუდიები, ა.შ.), კულტურული შენობების, საჯარო სივრცეების, გაყიდვის ადგილების, ცხოვრების ნირთან თუ ღამეულ გართობასთან დაკავშირებული ადგილების კლასტერებად შეკვრა. მიტოვებული ქალაქის ცენტრების თუ ყოფილი ინდუსტრიული კვარტლების გადაკეთების პრაქტიკა 1990-იანებში დაიწყო, როდესაც ბასკეთის დედაქალაქი ბილბაო იძულებული გახდა, გარდაქმნილიყო ქალაქად, რომლის ყურადღების ფოკუსში მოქცეული იქნებოდა სერვისები და, განსაკუთრებით, კულტურა, როგორც ეკონომიკური ზრდისა და განვითარების მთავარი ფაქტორები. მას მერე ბევრმა დიდმა თუ პატარა ქალაქმა ნახა სარგებელი მსგავსი მიდგომის მიღებით. ადრეულ 1990-იანებში დუბლინის ტემპლ ბარის (Temple Bar) რაიონმა დაიწყო თავისი კულტურული მემკვიდრეობის აღდგენა და ათ წელიწადში შექმნა ევროპის ყველაზე სახელგანთქმული კულტურული კვარტალი – გალერეებით, კულტურული ცენტრებით, წამყვანი კულტურული ორგანიზაციებით, შემოქმედებითი ბიზნესებითა და გაყიდვებით. 2011 წელს აქ 80 კულტურული და შემოქმედებითი კომპანია არსებობდა. ტემპლ ბარმა შექმნა 1900 გრძელვადიანი სამუშაო ადგილი კულტურულ და მომსახურების ინდუსტრიებში, ამას გარდა – 3000 დროებითი სამუშაო ადგილი, განვითარების და შენების სფეროში. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი მაგალითია რურის რეგიონის კულტურით წარმართული

აღორძინება, რომლის კულმინაციაც გახლდათ ესენის დასახელება ევროპის კულტურის დედაქალაქად 2010 წელს. აქ რეგიონის ყოველი ქალაქი აღდგენის ამა თუ იმ ფორმას დაექვემდებარა – კულტურული წარმოებისა და მოხმარების დაბალანსებით, რასაც ახლდა გასაოცარი გვერდითი ეფექტები ცხოვრების ხარისხის, გარემოს მდგრადობის, შემოქმედებითი ტურიზმის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზრდის თვალსაზრისით. აღორძინების ამგვარი ფორმები სხვადასხვა მმართველობით მექანიზმებს მოითხოვს. „კულტურა ქალაქებისა და რეგიონებისთვის: შემთხვევათა განხილვის კატალოგი“ „რესურსების“ ნაწილში ასეთი მექანიზმების ბევრ მაგალითს მოიცავს. „რესურსების“ შემთხვევათა განხილვის ნაწილში ნახავთ ძველი ინდუსტრიული/ისტორიული შენობიდან განვითარებული შემოქმედებითი ჰაბების, ინკუბატორებისა და შემოქმედებითი კვარტლების მაგალითებს.

- **არსებული რესურსების (მაგ. აშენებული აქტივები ან არამატერიალური ელემენტები, როგორიცაა ადგილის აურა, განსაკუთრებული ტრადიცია ან ადგილის კულტურული მრავალფეროვნება) მობილიზება ადგილობრივი სათემო ინიციატივებისთვის, როგორიცაა თავყრილობები და ფესტივალები, ქალაქის თავისებურებების გამოჩენის და ნიჭის ჩვენების ხერხია.** თუმცა ფესტივალები და სახალხო თავყრილობები მრავალ ფორმას იღებს – მუსიკიდან, თეატრიდან, ქუჩის ხელოვნებიდან, საჭმლიდან, ცელობებიდან დაწყებული და პოლიტიკური თუ ცხოვრების ნირის გამომხატველი აღლუმებით დამთავრებული – მათ ერთი რამ აქვთ საერთო: ეს მძლავრი იარაღია საჩვენებლად, თუ რა მოეპოვება ამ ადგილს განსაკუთრებული და რით ამაყოფენ აქ მცხოვრები ადამიანები. როგორც წესი, ამ ინიციატივებს ამოძრავებს პარტნიორობა ქალაქს, კერძო სექტორს, კულტურულ ინსტიტუციებსა და თემის ჯგუფებს შორის, მაგრამ აგრეთვე არსებობს მაგალითები, როცა ამ ინიციატივების ამძრავი ძალა თემის ჯგუფები და ადგილობრივი პრაქტიკოსები არიან (მაგალითად, იხ. მანტუას ლიტერატურული ფესტივალი, სადაც იტალიური ქალაქის მუნიციპალიტეტს ძლიერ მცირე წვლილი აქვს ფესტივალში, რომელსაც ხელისუფლების ნაცვლად უძღვება ლიტერატურის და საგამომცემლო საქმის მცოდნე ადგილობრივ მოქალაქეთა ჯგუფი მოხალისეობრივ საფუძველზე; ან პრაიდის აღლუმი ლონდონში, რომელიც მთლიანად სპონსორობაზეა დამოკიდებული, ან ღვინის ფესტივალი ჩრდილოეთ იტალიის ქალაქ ფრანციაკორტაში, რომელიც იმავე მექანიზმით ეწყობა). ბევრ პუბლიკაციაში დეტალურად არის განხილული ის წვლილი, რომელსაც ფესტივალები და აღლუმები მატებენ ადგილის მიმზიდველობასა და ეკონომიკას. გარსიას და ავტორთა ჯგუფის ანგარიში „დიდმასშტაბიანი კულტურული ღონისძიებების გავლენის გაზომვა: ლიტერატურული მიმოხილვა“ (Garcia et al., *Measuring the*

Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review (2009), ამის ამომწურავ სურათს იძლევა.

3. კულტურა და შემოქმედებითობა ნიჭის განვითარებისთვის და სოციალური ჩართულობისთვის

შემოქმედებითობა სულ უფრო მეტად განიხილება ყველა ინდუსტრიის ზრდის ახალ მამოძრავებელ ძალად. ევროკომისიის 2009 წლის მეექვსე პროგრესის ანგარიში ეკონომიკურ და სოციალურ შეჭიდებულობაზე (*The European Commission Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion*) ხაზს უსვამს ფაქტს, რომ შემოქმედებითობის და დიზაინის გონივრული გამოყენება ნებისმიერი ზომის ბიზნესს ახალი ბაზრების მოპოვების შესაძლებლობას აძლევს – უბრალოდ მათ პროდუქტსა და მომსახურებაში მეტი სიცხადის შეტანით (და ამით მომხმარებლის თვალში მათი უნიკალური მიმზიდველობის გაზრდით). თუკი ასეა, რა უნდა გააკეთოს ქალაქმა ნიჭისა და შემოქმედებითობისთვის სასიკეთო პირობების შესაქმნელად და რა პოლიტიკა უნდა ამოქმედდეს იმისათვის, რომ ადგილობრივ შემოქმედებით ეკოსისტემაში ადამიანურ ელემენტზე ნამდვილად სათანადო ზრუნვა იყოს გაწეული? ადრე ჩვენ განვიხილეთ ქმედებათა კრებული, რომელსაც შეიძლება, ქალაქებმა მისდიონ ზოგადად შემოქმედებითი ინდუსტრიების დასახმარებლად, ახლა კი გვინდა, ყურადღების ფოკუსში მოვაქციოთ ამ სექტორში მომუშავე ადამიანები და ხაზი გავუსვათ სარგებელს, რაც ამგვარ შემოქმედებითი ნიჭს მოაქვს მთელი თემისთვის.

- შემოქმედებითი მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობა პრიორიტეტი უნდა იყოს და საამისო ზომებს შორის შეიძლება დასახელდეს გადასახადების შემცირება, იაფი სამუშაო სივრცის გამოყოფა, კავშირების გასაბმელი პლატფორმების, ვენჩურული კაპიტალის სისტემების და/ან ბიზნეს-ანგელოზების ქსელთან კავშირების შექმნა. კავშირების გასაბმელი პლატფორმები ხელმისაწვდომს ხდის ისეთ ტრიბუნებს, იდეებსა და სივრცეებს, რომლებსაც ადგილობრივი მოსახლეობა, ჩვეულებრივ, უფასოდ ვერ მიიღებდა, და ადგილის გარედან იზიდავს დაინტერესებულ ჯგუფებს, უშუალოდ განიცადონ პოზიტიური ღონისძიება და ატმოსფერო. ასეთი ღონისძიებები აგრეთვე ზრდის თავდაჯერებულობას და სიამაყეს და შეიძლება, „ზეპირსიტყვიერი“ რეკლამირებაც გამოიწვიოს.
- კავშირების ქსელის ჩამოყალიბებაც სხვა ადგილების მაგალითზე სწავლას ემსახურება, ასე რომ, სამოქალაქო ლიდერებისა და მაღალი რანგის ადგილობრივი დაინტერესებული მხარეების (მაგ., სავაჭრო პალატების წარმომადგენლები, ტურიზმის მენეჯერები, ბიზნესლიდერები, კულტურული და შემოქმედებითი სფეროს მოღვაწეებთან ერთად) დელეგაციების წყევანა სასწავლო ვიზიტებზე კონკრეტულ საკითხებზე თვალთახედვის გაფართოების და

შემოქმედებითი ქალაქების პროცესის მიმართ ნდობის გაზრდის კარგი ხერხია.

- **ადგილობრივი, რეგიონული ან ეროვნული აუდიტორიისთვის განკუთვნილი კონფერენციების ან მნიშვნელოვანი ღონისძიებებისთვის მასპინძლობის გაწევას აგრეთვე შეიძლება დადებითი ეფექტი ჰქონდეს.** ჰაკათონები, ბანაკები ან თავშეყრები, როგორიცაა „პიკნიკი“ (PICNIC) (რომელიც ამსტერდამში დაიწყო და ახლა მსოფლიო მოვლენად იქცა) – ეს ყველაფერი კარგი პრაქტიკაა. მაგრამ შემოქმედების წამაქეზებელი ეკოსისტემის შექმნა ამავე დროს გულისხმობს ადგილობრივი ნიჭის საქვეყნოდ გამომზეურებასაც. იმგვარი ღონისძიებების მასპინძლობას ან მათში მონაწილეობას, როგორიცაა ნორთენ ფიუჩაზ (Northern Futures) (გაერთიანებული სამეფოს ღონისძიება, რომელიც ფოკუსირებულია დიზაინზე), იდეების და პროტოტიპების პრემირებული კონკურსების მოწყობას (ზლინის უნივერსიტეტის დიზაინის პრემიები), შეიძლება ორმაგი ეფექტი ჰქონდეს: ქალაქს დადებითი მხრივ წარუდგენდეს გარე სამყაროს და იმავდროულად ენეგიას ჩაბერავდეს ადგილობრივ ნიჭს.
- **ნებისმიერ ქალაქს, რომელიც სერიოზულად მიუდგება შემოქმედებითობის ძირითად მიმართულებად ქცევას, ასევე სჭირდება, განავითაროს ინოვაციური და შემოქმედებითი საგანმანათლებლო სისტემები.** ეს ქალაქები მომავლის ნიჭიერ ადგილობრივ ადამიანებს აღზრდიან. უნივერსიტეტები, ტექნიკური სასწავლებლები და სპეციალიზირებული სკოლები (როგორიცაა ხელოვნების ან მუსიკალური სკოლები, დრამის სკოლები, ა.შ.) ნიჭიერი ადამიანების აღზრდაში მთავარ როლს უნდა თამაშობდნენ. საგანმანათლებლო ინსტიტუციების სხვადასხვა დონეებს შორის კავშირების დამყარება საშუალო სკოლადამთავრებული ახალგაზრდებისთვის ახალი უნარების შესაძენად; ინდუსტრიულ და საგანმანათლებლო დაწესებულებებს შორის სატრენინგო და მენტორობის სქემების შემუშავება; უნივერსიტეტებში ინკუბატორების შექმნა, მეწარმეთა დასახმარებლად განვითარებისა და ცვლილებების ადრეულ სტადიებზე; აქსელერატორული ტიპის მომსახურებათა მიწოდება – ეს ყველაფერი არის ადგილობრივი მეწარმეობის დახმარების საქმეში ჩართვა და დამატებითი იარაღი ადგილობრივად ნიჭის ხელშესაწყობად და შესანარჩუნებლად. ბიზნესგანათლებაში შემოქმედებითი კომპეტენციების გაზრდის სქემები, აგრეთვე, შემოქმედებით კომპანიებსა და საგანმანათლებლო დაწესებულებებს შორის ინტერდისციპლინური მიდგომისთვის ხელსაყრელი პირობების შესაქმნელად ბიზნესუნარების განვითარების ქსელების ჩამოყალიბება ასევე კარგი ხერხია ყველანაირი ნიჭის ხელშესაწყობად.

თუმცა, ზოგ პატარა ქალაქში გამოწვევები იწყება ადგილობრივი დაწყებითი და საშუალო სკოლებიდან, სადაც სასწავლო პროგრამები ხშირად

მოდველებულია და არ ეხმიანება სამუშაო ძალის ბაზრის საჭიროებებს შემოქმედებითი საქმიანობების თვალსაზრისით (ეს განსაკუთრებით შეეხება ხელოვნების ან მუსიკალურ სკოლებს). არადამაკმაყოფილებელი სპეციალიზირებული მომზადება მასწავლებლებისთვის და სათანადო კარიერული რჩევების სიმცირე შეიძლება ნიშნავდეს, რომ ბევრ ახალგაზრდას – და მათი მშობლებს – უჭრება მოტივი, მისდიონ შემოქმედებით გზას.

- ევროპის ქვეყნებში ზემოთ ნახსენები მიზნების ხელშესაწყობი სხვადასხვა კარგი პრაქტიკა არსებობს. ნიდერლანდებში 2008-დან 2012 წლამდე საშუალო სგანათლების მეორე საფეხურის ყველა მოსწავლემ მიიღო „კულტურის ბარათი“ (საპილოტე სქემის ფარგლებში). ეს ელექტრონული ბარათი 15 ევროს კრედიტს შეიცავდა. საშუალო სკოლებისა და მოსწავლეების თითქმის 100-მა პროცენტმა გამოიყენა ბარათი კულტურულ დაწესებულებებში. „კულტურული ზურგჩანთა“ ნორვეგიული ფლაგმანი კულტურულ-საგანმანათლებლო პროგრამაა, ის ხელს უწყობს ხელოვნებს, მეტწილად საშემსრულებლო სფეროს წარმომადგენლებს, ტურნეები მოაწყონ მთელ ნორვეგიაში გაფანტულ სკოლებში. ხოლო პროგრამა „ობიდოსის სკოლები“ (Escolas d'Óbidos, „შემოქმედებითი ობიდოსის“ ნაწილი) გახლავთ ყოველმხრივი სქემა, რომელიც არა მხოლოდ სკოლის კურიკულუმს ეხება, არამედ – ამ პორტუგალიური ქალაქის ახალი სკოლების გარეგნულ დიზაინსაც. პროგრამა „იპოვე შენი ნიჭი“ (Find Your Talent) (რომელიც, სამწუხაროდ, უკვე დასრულდა) გახლდათ გაერთიანებული სამეფოს მასშტაბის სამთავრობო საპილოტე კულტურული შეთავაზება, რომლის მიზანიც იყო, ყველა ბავშვისა და ახალგაზრდისთვის უზრუნველყო ხარისხიანი კულტურული გამოცდილების ფართო სპექტრის ხელმისაწვდომობა, რაც არსებითად მნიშვნელოვანია მათი ნიჭის გახსნისა და საკუთარი პოტენციის გააზრებისთვის.
- აქედან კულტურულმა ინსტიტუციებმა და ორგანიზაციებმაც შეიძლება ისწავლონ. კულტურა ის ნიადაგია, რომლის გარეშე შემოქმედებითობა არ იარსებებდა. ხელოვნების ნაწარმოებებთან ურთიერთობის გარეშე (ადრეული ასაკიდან) და წარმოსახვის გავარჯიშების გარეშე არ არსებობს ცივილიზაცია და არც ინოვაციის შესაძლებლობები, თუნდაც სხვა სფეროებში. ძლიერი კულტურული ეკოლოგიის მქონე ქალაქი, რომელიც შემოქმედებით ტალანტებთან და შესაძლებლობებთან სინერგიაში მოქმედებს, ის ადგილია, სადაც თემებს ულხინთ და ეძლევათ საკუთარი პოტენციალის განხორციელების შესაძლებლობა. შემოქმედებითი ნიჭის სტიმულირება და შენარჩუნება კულტურული ინსტიტუციებისა და ორგანიზაციების დირექტივების ნაწილი უნდა იყოს, განსაკუთრებით, პატარა ცენტრებში, რომლებიც უკვე განიცდიან კულტურულ გარიყვას და შემოქმედებითი ტვინის გადინებას დიდი ქალაქებისკენ. მაგრამ იმისათვის, რომ შეასრულოს თავისი ძირითადი როლი, რაც

შემოქმედებითობის ხელშეწყობა გახლავთ, კულტურულ ინსტიტუციებს იარაღი და აუცილებელი პროფესიული ტრენინგი უნდა მიეცეს.

მომავლელად შეხედულებები, თუ რის მიღწევა შეუძლია კულტურას, მემკვიდრეობას და ხელოვნებას ეკონომიკური და სოციალური თვალსაზრისით, ამას დამატებული ღარიბი და ვადაგასული კულტურული ინფრასტრუქტურა და კვალიფიციური და მისწრაფებების მქონე კულტურული მენეჯერებისა და ლიდერების ნაკლებობა – აი, ზოგი ის გამოწვევა, რომელსაც პატარა ქალაქები აწყდებიან.

ამ სფეროში ქმედებები შეიძლება მოიცავდეს:

- ინიციატივებს, რომელთა მიზანია სასოფლო რეგიონებში იზოლირებული კულტურული ინიციატივების კოორდინირება, სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართვის გზით, ისე, რომ შესაძლებელი გახდეს ყოველმხრივი და შორს მიმავალი კულტურული დღის წესრიგის შემუშავება (ამგვარად, დუბლირების თავიდან აცილებაც). მაგალითისთვის იხ. „ხელოვნების და კულტურული ტერიტორიული პროექტი (PACT), რომელიც საფრანგეთის ვალ დე ლუარის რეგიონში შეიქმნა. პოლიტიკის ეს ახალი იარაღი სხვადასხვა მოქმედი პირის ჩართვით კულტურას უდგება, როგორც სასოფლო რეგიონის დაგეგმვის განუხილავს, მასში მრავალი სხვადასხვა მოქმედი პირის ჩართვით.
- რუმინეთის ქალაქ იასიში და ლატვიის ქალაქ ცესისში კულტურული ინსტიტუციების მოდერნიზაცია აგორდა ევროპის კულტურულ დედაქალაქობაზე განაცხადის შეტანით. იასიში ახალი გაძლიერების სტრატეგია ძირითადი ინსტიტუციისთვის (რუმინეთის ეროვნული ოპერა) ასევე მოიცავდა პერსონალის შესაძლებლობათა გაძლიერებას; პარტნიორობის აგებას ადგილობრივ ხელისუფლებასთან, ინსტიტუციებთან და ხელოვნების სკოლებთან; და გაცნობიერებულობის ამაღლებას აგრესიული მარკეტინგითა და პიარით. ეს ქმედებები დაეხმარა ოპერას, მიეზიდა მედიაპარტნიორები, აგრეთვე, გაეღვივებინა ბიზნესთემის წარმომადგენელთა ინტერესი ოპერის საქმიანობის მიმართ. რაც შეეხება კულტურული მუშაკების პროფესიულ განვითარებას, გაერთიანებულ სამეფოში არსებული კულტურული სასწავლო ალიანსი (Cultural Learning Alliance) იძლევა კარგ ფონურ ინფორმაციას პროფესიული განვითარების და კვალიფიკაციების შესახებ როგორც ხელოვნებისთვის, ასევე კულტურული სფეროში მომუშავეთათვის.
- ასევე, ევროპაში ბევრი სახელოვნებო გეგმა („კულტურული სტრატეგიები“ ბრიტანული ვერსიისა) არის შემუშავებული სხვადასხვა ქალაქში (დიდშიჩ და პატარაშიც). სასარგებლო იქნება მათი გათვალისწინებაც, როდესაც ვდგავართ ისეთი პრობლემების წინაშე, როგორიცაა კულტურული ინიციატივების ფრაგმენტაცია,

კონკურენცია მწირი რესურსების მოსაპოვებლად და/ან აუდიტორიის შემცირება. ასეთი გეგმები ინსტიტუციებისთვის სტრატეგიული ქსელის ქონის საჭიროებას აგვარებს, ისე, რომ ისინი ნაკლებად იყვნენ დამოკიდებული საჯარო დაფინანსებაზე და მეტად – საკუთარი რესურსების გაზიარებაზე (მაგალითად, დაფიქრდით მარკეტინგსა და აუდიტორიის განვითარებაზე). ეს გეგმები ასევე გახლავთ ახალი სინერგიების შექმნის, პარტნიორობების ჩამოყალიბებისა და კულტურულ ინსტიტუციებს შორის ცოდნის გაცვლის უნიკალური შესაძლებლობა. ამგვარი მუშაობა არა მხოლოდ ხელს უწყობს მეწარმეობრივ განწყობას კულტურულ ორგანიზაციებში, არამედ აგრეთვე ეხმარება ქალაქებს, მაქსიმალურად გაზარდონ კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ეფექტი.

5. რესურსები

5.1. წიგნები, სტატიები და პოლიტიკის ანგარიშები რუკის შედგენის და შემოქმედებითი ქალაქების თემაზე

Baeker, G., *Rediscovering the Wealth of Places: A Municipal Cultural Planning Handbook for Canadian Communities*. St Thomas, Ontario: Municipal World, 2010.

Briguglio, M. (Ed), *Cultural Mapping: Debating Spaces and Places*. Proceedings of the Second Annual Valletta 2018 International Conference on Cultural Relations in Europe and the Mediterranean, 22–23 October 2015. Valletta, Malta 2016.

Culture Action Europe, *Polis and The People: Looking into the Future of Urban Cultural Policies*, 2017. ხელმისაწვდომია აქ:
<http://www.culturalfoundation.eu/library/polis-and-the-people>

European Commission, *Mapping of Cultural Heritage Actions in European Union Policies, Programmes and Activities*, 2014. ხელმისაწვდომია აქ:
http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/2014-heritage-mapping_en.pdf

Ghilardi, L. 'Looking Forward to the Next Genesis of Creative Cities', *Municipal World Canada*, Vol. 122, No. 9, September 2012, pp. 21–22.

Ghilardi, L. 'This Is Our City: Place-Making Through Cultural Planning', in T. Davies and K. Verwilt (eds), *Metropolis 2012-2015: Festival and Laboratory for Art Performance in Urban Space*, Copenhagen: Københavns Internationale Teater,

2016.

Hume, G., Cultural Planning for Creative Communities. St Thomas, Ontario: Municipal World, 2009.

KEA European Affairs, The Impact of Culture on Creativity. Report for the European Commission, DG Education and Culture, 2009.

Landry, C., The Creative City Index: Measuring the Pulse of the City. The Round, Bournes Green: Comedia, 2012.

Lorentzen, A., and B. Van Heur, Cultural Political Economy of Small Cities. London: Routledge, 2013.

Open Method of Coordination, Working Group of EU Member States Experts on Cultural and Creative Industries, How To Strategically Use the EU Support Programmes, Including Structural Funds, To Foster the Potential of Culture for Local, Regional and National Development and the Spill-Over Effects on the Wider Economy?, 2012. ხელმისაწვდომია აქ:
http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/cci-policy-handbook_en.pdf

Richards, G., and J. Wilson, 'Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?' Tourism Management 27, 2006, pp. 1209–23. რეზიუმე ხელმისაწვდომია აქ:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>

5.2. კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების რუკის შედგენის იარაღები

BOP Consulting, 'Mapping the Creative Industries: A Toolkit', London: British Council Creative Economy Unit, 2010. ხელმისაწვდომია აქ:
http://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf

Creative City Network of Canada, 'Cultural Mapping Toolkit'. ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.creativecity.ca/publications/ccnc-toolkits.php>

Creative Cooperation in Cultural Heritage (Creative CH), A Handbook for Creative Cultural Heritage Cooperation Projects, 2014. ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.creative-heritage.eu>.

Ghilardi, L., Zlin: A Creative and Proactive Region. London: Noema, 2014.
ხელმისაწვდომია აქ: www.noema.org.uk

Ghilardi, L., Mapping the Creative Potential in Six Indonesian Cities. London: The British Council, 2014. ხელმისაწვდომია აქ:
<http://creativeeconomy.britishcouncil.org/about/> და www.noema.org.uk.

Mapping the Creative Value Chains: A Study on the Economy of Culture in the Digital Age, Brussels: Directorate-General for Education and Culture, 2017.
ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Executive-summary-Creative-Value-Chains.pdf>

Musterd S., et al., Making Creative-Knowledge Cities: A Guide for Policy Makers. Amsterdam Institute for Social Science Research, 2010. ხელმისაწვდომია აქ:
<http://www.ucd.ie/t4cms/Creative-KnowledgeCities-v3-lowres.pdf>

Willie Miller, Urban Design for the Crafts Council of Ireland: Mapping the Crafts Sector in Southern Ireland, 2013. ხელმისაწვდომია აქ: www.williemiller.co.uk

5.3. შემთხვევათა განხილვები

Concrete Actions on Innovation Vouchers: + Innova Creativity, 4CNW, VINCI, FAD-INS ხელმისაწვდომია აქ: www.eciapplatform.eu/projectcategory/vouchers/
Concrete Actions on Better Access to Finance: C-I Factor, FAME.
ხელმისაწვდომია აქ: www.eciapplatform.eu/projectcategory/access-to-finance/
Concrete Actions on Cluster Excellence and Cooperation: ECCL, Cluster 2020.
ხელმისაწვდომია აქ: www.eciapplatform.eu/projectcategory/clusters/

Council of Europe, The Intercultural Cities Programme and International Network. ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.coe.int/en/web/interculturalcities>

Creative Clusters in Low Density Urban Areas Network: URBACT Programme.
ხელმისაწვდომია აქ: <http://urbact.eu>.

Creative Cooperation in Cultural Heritage (Creative CH) Case Studies, 2014.
ხელმისაწვდომია აქ: <https://creativech-toolkit.salzburgresearch.at/case-studies/>

Creative Georgia: Roadmap for Developing Cultural and Creative Industries in Georgia 2016- 2017. ხელმისაწვდომია აქ:
<http://www.culture.gov.ge/getattachment/News/shemoqmedebiti-industriebis-ganvitarebis-gzamkvlev/creative-georgia-ENG-F.pdf.aspx>

Creative Metropoles, How To Support Creative Industries? A Portfolio of Good

Practices. Creative Metropoles (Public Policies in Support of Creative Industries), Interreg IVC project, 2011. ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.creativemetropoles.eu/uploads/files/CMportfolioWEBversion.pdf>

Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas in Portugal. Creatour project. ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.ces.uc.pt/creatour>

Crowdfunding4Culture. ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.crowdfunding4culture.eu/about>

Culture for Cities and Regions: Successful Investments in Culture in European Cities and Regions: A Catalogue of Case Studies. ხელმისაწვდომია აქ: www.cultureforcitiesandregions.eu.

European Creative Industries Alliance, European Creative Districts: Vallonia and Tuscany. ხელმისაწვდომია აქ: <http://eciaplatform.eu/project/creative-districts/>

European Route of Industrial Heritage (ERIH). ხელმისაწვდომია აქ: <http://erih.net>

Jaurova, Z. (Ed), V4 – Creative Incubators: A Guide to Places and Spaces of Creative Incubation in Central Europe. ხელმისაწვდომია აქ: http://www.budobs.org/files/v4_creative_incubators.pdf

N.I.C.E. Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe. ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.e-c-c-e.de/en.html>

Open Method of Coordination, Working Group of EU Member States Experts on Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors, Towards More Efficient Financial Ecosystems: Innovative Instruments To Facilitate Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors (CCS): Good Practice Report, 2015. ხელმისაწვდომია აქ: http://ced-slovenia.eu/wp-content/uploads/2016/03/2015-Good-PracticeReport_CCS_Access-to-Finance.pdf

Second Chance – From Industrial Use to Creative Impulse, Report: Revitalisation Through Arts and Culture: New Developments for 5 European Industrial Complexes. ხელმისაწვდომია აქ: http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/Second_

The Culture and Creative Cities Monitor. 2017 წლის ივლისში წამოწყებული ეს პროგრამა გვიჩვენებს, ევროპულ ქალაქებში (რომელთა მოსახლეობის რაოდენობა მერყეობს 1 მილიონიდან 50 000-მდე) თუ რამდენად კარგი მდგომარეობაა, რიგი საზომების მიხედვით, რომლებიც აღწერენ მათ „კულტურული ცხოვრების სიხასხასეს“, „შემოქმედებით ეკონომიკას“ და „შესაძლებლობების მომცემ გარემოს“ და ამისათვის იყენებენ როგორც რაოდენობრივ, ასევე ხარისხობრივ მონაცემებს. ამ სამი საზომის ქულები იკრიბება საერთო ინდექსად („C3 ინდექსი“), რომელიც დაფუძნებულია ამ დარგის სპეციალისტებთან ერთად შემუშავებულ კოეფიციენტებზე. ხელმისაწვდომია აქ: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>

The Ukrainian Intercultural Cities Network (ICC-UA). ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.coe.int/en/web/interculturalcities/ukraine>

UNESCO Creative Cities Network. ხელმისაწვდომია აქ: <http://en.unesco.org/creative-cities/>

6. მეთოდოლოგიური იარაღების კრებული

6.1. კინოს სადიაგნოზო მატრიცა

შემოქმედება	წარმოება	გავრცელება/ ბრუნვა	გამოფენა/ მიღება	მოხმარება/ მონაწილეობა
როგორია ადგილობრივი შემოქმედებითი მწერლობის ფარგლები, მასშტაბების და ხარისხი?	არსებობს სათანადო სამაუწყებლო კინო- და ვიდეო ინფრასტრუქტურა (საწარმოო/წარმოებისშემდგომი) და ვიდეოწარმოების სხვა აღჭურვილობა?	არსებობს ფილმის და ტელევიზიის გამავრცელებელი კომპანიები?	არსებობს სხვადასხვა საჩვენებელი ადგილები – მულტიფუნქციური კომპლექსებიდან ვიდრე არტჰაუს-კინოთეატრებამდე?	არიან კულტურული შუამავლები, კინოსთან დაკავშირებული საჯარო ფიგურები?
გვაქვს ადგილობრივი შემოქმედებითი ნიჭის ნიშნები?	არსებობს სურათების, კინო, მუსიკალური ბიბლიოთეკები და/ან არქივები?	ფილმის მარეკლამირებლები, მარკეტერები, იმპრესარიოები, აგენტები, მენეჯერები ხელოვანებისა და გართობის დარგში მომუშავეთათვის?	არის სტუდენტთა დაჯილდოების ღონისძიებები?	არის კულტურული მრავალფეროვნების გარკვეული ხარისხი – როგორც კულტურის მწარმოებლებს, ასევე მომხმარებლებს შორის?
კინოსკოლები?	აუდიო/ვიდეო სფეროში გაწეული სამუშაო ძალა?	არსებობს სათანადო მედია და/ან ფილმის წარმოების სერვისები (სტუდიები, განათება, კამერები, ფოტოლაბორატორიები, ფილმის გამჟღავნება, გამრავლება, ა.შ.)?	არის კინოფესტივალები, ზაფხულის სკოლები, სასემინარო პროგრამები ან ღონისძიებები?	როგორია კინოთეატრებში სიარულის, DVD-ის ქირაობის, ფილმების ჩამოტვირთვის საშუალო ციფრები?
არსებობს კვლევის და განვითარების მექანიზმები სცენარებისა და კინოს შესაქმნელად?	არსებობს შუალედური აღჭურვილობა, როგორცაა ხმის ჩასაწერი, გასამრავლებელი და მიქშირების?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	გამოდის კინო ან მედიაჟურნალები?	კონკრეტული კინოთეატრების/სივრცეების წევრობა?
არის კინოსკოლები?	არსებობს კინოკომისიები ან სააგენტოები? გრანტების გამცემი სამსახურები?	არიან DVD-ით ბითუმად მოვაჭრენი და ზოგადად მედიის გამავრცელებლები?	აქვთ გამოხატვის ადგილი კრიტიკოსებს და ზოგადად მედიის კომენტატორებს?	არსებობს ვიდეოს და DVD ქირაობის პუნქტები?
არის კვლევითი და განმავითარებელი აქტივობები?	არსებობს პოლიტიკის სტრატეგია ტრენინგის, განათლების, დაფინანსების და ინვესტირების მიმართ?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	არის თქვენი ქვეყნის ნიჭის წარმოსაჩენად განკუთვნილი კინოინსტიტუციები?	არის აუდიო-ვიდეო კულტურის შესახებ წიგნების სპეციალური მაღაზია?
სასცენარო და კინოს განმავითარებელი აქტივობები?	არსებობს ზოგადი პოლიტიკის სტრატეგია ტრენინგის, განათლების, დაფინანსების და ინვესტირების მიმართ?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	არის თქვენი ქვეყნის ნიჭის წარმოსაჩენად განკუთვნილი კინოინსტიტუციები?	არის აუდიო-ვიდეო კულტურის შესახებ წიგნების სპეციალური მაღაზია?
არის ძირითადი ინფრასტრუქტურა არაკომერციული და ორიგინალური სამუშაოს ხელშესაწყობად ადგილობრივ დონეზე?	არსებობს სათანადო მედია და/ან ფილმის წარმოების სერვისები (სტუდიები, განათება, კამერები, ფოტოლაბორატორიები, ფილმის გამჟღავნება, გამრავლება, ა.შ.)?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	არის კინოფესტივალები, ზაფხულის სკოლები, სასემინარო პროგრამები ან ღონისძიებები?	როგორია კინოთეატრებში სიარულის, DVD-ის ქირაობის, ფილმების ჩამოტვირთვის საშუალო ციფრები?
არის კასტინგის სააგენტოები?	არსებობს სათანადო მედია და/ან ფილმის წარმოების სერვისები (სტუდიები, განათება, კამერები, ფოტოლაბორატორიები, ფილმის გამჟღავნება, გამრავლება, ა.შ.)?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	არის კინოფესტივალები, ზაფხულის სკოლები, სასემინარო პროგრამები ან ღონისძიებები?	კონკრეტული კინოთეატრების/სივრცეების წევრობა?
არსებობს ადგილობრივი ტელემაუწყებლობის კომპანიები, რომლებიც ხელს	არსებობს სათანადო მედია და/ან ფილმის წარმოების სერვისები (სტუდიები, განათება, კამერები, ფოტოლაბორატორიები, ფილმის გამჟღავნება, გამრავლება, ა.შ.)?	არის კინო/მედია სავაჭრო ბაზრობები?	არის კინოფესტივალები, ზაფხულის სკოლები, სასემინარო პროგრამები ან ღონისძიებები?	არის აუდიო-ვიდეო კულტურის შესახებ წიგნების სპეციალური მაღაზია?

უწყობენ ადგილობრივი ნიქს სამწერლო, კინოგადაღების, ფოტოგრაფიის ან კომპოზიტორობის სფეროში? არსებობს ნატიფი ხელოვნების სასწავლებლები, უმაღლესი და მისი შემდგომი განათლების კურსები, რომლებიც ლიტერატურულ მწერლობას და სცენარის მწერლობას შეეხება? მედიაკურსები?				
---	--	--	--	--

6.2. ხელობათა სადიაგნოზო მატრიცა

შემოქმედება	წარმოება	გავრცელება/ბრუნვა	გამოფენა/მიღება	მოხმარება/მონაწილეობა
არის ადგილობრივად ტრადიციული ხელობის ისტორია/კულტურა? არსებობს ტრადიციულ და/ან თანამედროვე ხელოვნათა/ხელოსანთა გარკვეული რაოდენობა? არის სახელოსნო საქმიანობის კონკრეტული არე, სხვებზე უფრო ძლიერად გამოხატული (მაგ. კერამიკა, ქსოვილები, რთვა, ლითონზე მუშაობა, ოქრომჭედლობა, ავეჯი, ფეიქრობა, პრინტი, მინის წარმოება)? რა დონისაა საგანმანათლებლო/სატირენინგო ინფრასტრუქტურა	რამდენად მიეწოდებათ დამამზადებლებს სამუშაო სივრცეები, სტუდიები და/ან საერთო სამუშაო სივრცეები? ციფრული წარმოების ხელმისაწვდომობა (3D პრინტერები და ა.შ.)? უნივერსიტეტების ფაკულტეტები ხელს უწყობენ/წაახალისებენ პროდუქტების ინოვაციას (მაგ. მოდელების/პროტოტიპების შესაქმნელი აღჭურვილობით ან სხვა მსგავსი სამსახურებით უზრუნველყოფა)? არის დიზაინის,	არსებობს რამე სახის ოფიციალური თუ არაოფიციალური კავშირები სხვა ხელოსნებთან? არსებობს რამე სახის ოფიციალური სავაჭრო კავშირები ან გილდიები? არსებობს ბიზნესის მხარდამჭერი სპეციალიზირებული ორგანიზაციები? არსებობს დამამზადებლები,	როგორია ბაზარი ტრადიციული და თანამედროვე ხელობებისთვის? ადგილობრივი? ეროვნული? არის ხელოსნობის პროდუქტის უცხოურ ბაზრებზე გაყიდვის შესაძლებლობა? პროდუქტი ძირითადად ტურისტებისთვისაა გამიზნული თუ ადგილობრივი აუდიტორია/ბაზარი აღიარებს ხელოსნობის ნამუშევართა შემოქმედებით ღირებულებას? ადგილობრივი მწარმოებლები როგორ წარმოაჩენენ თავიანთ პროდუქტს ტურისტებისთვის?	არის ხელოსნობის გამოფენათა კურატორები? სხვა ხერხები, ადგილობრივი ხელოსნობისა და დიზაინის საჯარო ცნობადობის განსამტკიცებლად? არსებობს ექსპოზიციები, გამოფენები და ღონისძიებები, პუბლიკაციები და აქტიური საჯარო პროგრამები, რომლებიც მიმართულია ხელოსნობის დონის ამაღლებაზე და

ადგილობრივი პრაქტიკოსებისთვის (მაგ. ხარისხის კურსები ტექნიკურ სასწავლებელსა და უნივერსიტეტში; დაფინანსების კურსები; სხვა კურსები ნატიფი ხელოვნების სკოლებში/კოლეჯებში; არასრულგანაკვეთიანი ან მოკლე კურსები კვალიფიკაციის მინიჭებით)? შეგირდობის რაიმე სახის ოფიციალური სქემები, კვალიფიკაციის მინიჭებით ან მის გარეშე? მენტორობა გამოცდილი ხელოსნის ან სხვა ინდუსტრიული პარტნიორის მხრიდან? დამოკიდებული გამოცდილებითი სწავლის შესაძლებლობები (მაგ. ონლაინ ინსტრუქციები)?	ხელოვნებისა და ხელოსნობის წიგნებზე ან სხვა სასარგებლო სასწავლო მასალაზე სპეციალიზირებული ბიბლიოთეკები? არსებობს რამე საჯარო პოლიტიკა/სქემები პროდუქციის და/ან პროცესების ინოვაციის დასახმარებლად? ჩანს ხელოსანთა კერძო/ინდუსტრიის მიერ წარმართული სპონსორობის ნიშნები? რამე სახის სტიპენდია/სტაჟირებ ა, შეგირდობები? ადგილობრივი მწარმოებლები ძირითადად მცირე ზომის და შეკვეთაზე მომუშავენი არიან? არის მეწარმეთა მიერ ხელოსნების სამუშაოზე აყვანის რამე საინტერესო მოდელები ხელოსნობის სექტორის რომელიმე არეში?	ხელოსნების, ხელოვანების საქალაქო/რაიონული კატალოგი, მათი საქონლის რეკლამირებისთვის? ეს ციფრულ ფორმატშია? ადგილობრივი მედია ზოგადად მხარში უდგას ხელოსნებსა და ხელოვანებს? არის პიარის ან მარკეტინგული ფორმები, რომლებიც ადგილობრივი ხელოსნების საქონლის ბრენდირებაზე მუშაობენ? ადგილობრივი პროდუქტი მონიშნულია ბრენდით „დამზადებული ა“ („made in“)? არის მარკეტინგული კომპანიები ან ბაზრის და ლიცენზირების აგენტები, იდეებისა და პროდუქტის გასავრცელებლად?	არსებობს საგანგებო ციფრული პლატფორმები (ხელოსნობის პორტალები, ვებგვერდები, სოციალური მედიის იარაღები, სხვა), სადაც ხელოსნებს შეუძლიათ თავიანთი პროდუქტის ონლაინ ჩვენება? არსებობს ხელოსნობის ცენტრი ამ სექტორის გამოფენების, დღესასწაულების, მხარდაჭერის, პოპულარიზაციისთვის განკუთვნილი? არის ადგილობრივი გალერეები თანამედროვე დიზაინის გამოსაფენად, საგამოფენო ოთახები განათების/ავჯიხის/ტექსტილისთვის? თუ კი, ეს სივრცეები მაღალი დონისაა თუ პატარა და ძირითადად ადგილობრივი აუდიტორიისთვის განკუთვნილია? არსებობს ბაზრობები, ქუჩის გაყიდვები, ა.შ. სადაც ხელოსნებს შეეძლება თავისი ნამუშევრის გამოფენა და გაყიდვა? თუ არის ქალაქში ფესტივალი, რომელიც ეძღვნება და წარმოაჩენს ადგილობრივ ხელოსნობას?	თემის ჩართულობისა და მონაწილეობის გაზრდაზე? ონლაინ პლატფორმები პროდუქციის გასაყიდად და ადგილობრივი საქონლის ცნობადობის გასაზრდელად? სპეციალიზირებული საცალო გაყიდვები, ხელოვანებისა და ხელოსნების სასარგებლოდ? არის ხელოსნობის ნამუშევართა საცალო გაყიდვები, რომლებიც აერთიანებს მათ გალერეის, სახელოსნოს ან საგამოფენო სივრცესთან?
---	--	--	---	--

6.3. შემოქმედებითი შესაძლებლობების განვითარების სკალა – თვითშეფასების იარაღი

1	ძალიან საბაზისო აქტიურობა, მინიმალური ინფრასტრუქტურა ან მხარდამჭერი სამსახურები. შემოქმედებითი სექტორს არ გააჩნია ხილვადობა. აქტივობები, თუკი არსებობს, მიჩქმალულია, სამოყვარულოა ან არაინტენსიურია. საჯარო სექტორის მხარდაჭერა არ არსებობს ან მინიმალურია.
2/3	ადგილობრივი შემოქმედებითი ეკონომიკის დასაბამი. აქტიურ მოქმედთაგან გაცნობიერება, რომ მათი საწარმო სექტორს წარმოადგენს. გარკვეული წახალისება საჯარო სექტორის მხრიდან, თუმცა – ფრაგმენტირებული; არ არსებობს საერთო მხარდაჭერის სტრატეგია. რამდენიმე ადგილობრივი მეწარმე შემოქმედებითი ინდუსტრიების დიდი ფირმებიდან თავიანთი კონტაქტების მეშვეობით იძლევიან შესაძლებლობათა პირველ საფეხურებს. პატარა გალერეებში ადგილობრივ ხელოვანთა ნამუშევრებია გამოფენილი. აუდიო-ვიზუალური აღჭურვილობა, კინოს და დიზაინის სტუდიები შეიძლება უნივერსიტეტების ფაკულტეტებზე ან სახელოვნებო სკოლებში მოიძვევებოდეს. შეიძლება, არსებობდეს პატარა რეგიონული გამომცემლობები. საკონცერტო დარბაზის ან თეატრის ფარგლებში შეიძლება ერთ-ერთი ხმის ჩამწერი სტუდია არსებობდეს. მისწრაფებები ძირითადად ადგილობრივი მასშტაბებისაა. ძლიერია ნიჭის გადინება.
4	ძირითად სექტორებში აქტიურ მოქმედთა მხრიდან აღიარებისთვის უფრო ძლიერი ბრძოლა. უფრო მეტი მაღალი დონის საგანმანათლებლო და კულტურული ინფრასტრუქტურა და ინსტიტუცია არსებობს და ისინი შთააგონებენ და წარმოაჩენენ ადგილობრივ ნიჭს. ადგილობრივ მომსახურებას (მაგ. დიზაინის, რეკლამის, მოდის) პატარა ბაზარი აქვს. ჩანს რამდენიმე დამატებითი სივრცე, სადაც ადგილობრივ შემოქმედებს თავშეყრა შეუძლიათ. არსებობს ერთი მაინც სპეციალური შემოქმედებითი ჰაბი ან საერთო სამუშაო სივრცე. ადგილობრივი ბიზნესასოციაციები და სავაჭრო პალატები აცნობიერებენ შემოქმედებითი ბიზნესების მნიშვნელოვნებას. ნიჭის გადინება შემცირებას იწყებს.
5/6	ცალკეული შემოქმედები ადგილობრივ პოულობენ საკუთარ მისწრაფებათა დაკმაყოფილების შესაძლებლობას. არის საბაზისო სამუშაო სივრცის ინფრასტრუქტურა, ნარევი საჯარო, არასამთავრობო და კომერციული გადღოლით: არსებობს ინკუბატორები, ფოტოგრაფიის აღჭურვილობა, 3D ბეჭდვა და სხვა, რომლებიც შეიძლება დაკავშირებული იყოს უნივერსიტეტის ფაკულტეტთან ან ხელოვნების სკოლასთან, იშვიათად – ადგილობრივ შემოქმედებითი ინდუსტრიის ფირმებთან. ქალაქი რეგულარულად მასპინძლობს ფესტივალებს და კულტურულ ინიციატივებს, ძირითადად, რეგიონული აუდიტორიისთვის. ეროვნული მედია ამჟღავნებს ინტერესს და სიახლეებისა და ღონისძიებების გაშუქება უფრო პოზიტიური და ოპტიმისტურია. ცალკეული შემოქმედებითი მოღვაწეების კავშირი დანარჩენ ქვეყანასთან, ევროპასთან და გარე სამყაროსთან უფრო მძლავრია. სექტორის სიმდიერის მტკიცებულებები სხვებს გაჯიბრების და დარჩენის სტიმულს აძლევს. ზოგ შემთხვევაში გვხვდება კოორდინირებული საჯარო ჩარევის გარკვეული დონე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობის სპეციალური სტრატეგიული ჩარჩოს სახით.
7/8	კულტურული ინდუსტრიის მნიშვნელოვნების ცხადი გაცნობიერება როგორც საჯარო, ასევე კერძო სექტორების მიერ. სექტორს შეუძლია, ისე შეუწყოს ხელი შემოქმედებს, რომ ისინი ამზიციებს ადგილობრივად იკმაყოფილებდნენ. ზოგი ქვესექტორი ძლიერია წარმოების მთელი ჯაჭვის სიგრძეზე, მაშინ, როცა ზოგს აღმოსაგნებლად ჯერაც აკლია აუცილებელი საიმედოობა და მხარდაჭერა. არის ზოგი ნიშანი, რომ შემოქმედებითი ეკონომიკას წვლილი შეაქვს უფრო ფართო ეკონომიკის (მაგ. ტურიზმის) დამატებით ღირებულებაში და ინვესტიციების შემოდინებაში. ჩანს სხვა ინდუსტრიებზე გადადინების ეფექტის დაწყების ნიშნები. არაოფიციალური კულტურული სცენა სიცოცხლით სავსე, გამრისკველი, თავდაჯერებული, კარგი საერთაშორისო კავშირების მქონეა.
9/10	სხვადასხვა ხარისხით, ადგილი ცნობილია მისი მაღალი დონის კულტურული აქტივობებით

როგორც ეროვნულ, ასევე საერთაშორისო დონეზე. ადგილობრივი კულტურული და თავისუფალი დროის ინფრასტრუქტურა კარგად დაფინანსებულია და ფართო სპექტრისაა. არსებობს მრავალფეროვანი სპეციალიზირებული ინფრასტრუქტურა, რომელიც ადგილობრივი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ღირებულებათა ჯაჭვის სხვადასხვა ნაწილების მხარდასაჭერადაა განკუთვნილი (მაგ. ტექნიკური ლაბორატორიები, სახელოსნოები, აქსელერატორები, მედიაცენტრები, სივრცეები კულტურული ექსპერიმენტებისთვის და რეპეტიციებისთვის, ხელოვანთა სტუდიები, სამუშაო სივრცეები, ა.შ.). ეს ყველაფერი ფინანსურად და ფიზიკურად ხელმისაწვდომია. აქ ოფიციალურ და არაოფიციალურ საგანმანათლებლო და სასწავლო ორგანიზაციებს და ინსტიტუციებს აქვთ უნარი, შემოქმედებითობა ძირითად მიმართულებად აქციონ – კარიერული შესაძლებლობების გამოკვეთით, მენტორობის პროგრამების შუამავლად ყოფნით და ინდუსტრიული კავშირებით. მაღალი დონის ინფრასტრუქტურა, საერთაშორისო ფლაგმანები და ყველა ტიპის აუცილებელი პროფესიული მომსახურება.

მე-10 დონეზე შექმნილია აქტივობების კრიტიკული მასა, რომლის დამახასიათებელი ნიშანი კულტურული წარმოებისა და მოხმარების გაერთიანებული სივრცეებია. ინოვაციას და კონკურენტულობას წარმართავს ძლიერ შეკავშირებული შემოქმედებითი კლასტერები. ადგილი თავისთავად ცნობილია, როგორც მიმართულების მოკარნახე და როგორც მაღალი დონის ნიჭისა და უნარების მიმზიდველი. აქ მრავალფეროვნებას აფასებენ და მისი არ ეშინიათ. ქალაქს საიმედო და ძლიერი მსოფლიო კავშირები აქვს (მაგ. ორგანიზებას უწევს მაღალი დონის სავაჭრო ინიციატივებს, ბაზრობებს და/ან მასპინძლობს უმნიშვნელოვანეს კულტურულ ღონისძიებებს). ახალი იდეების და დეპარტამენტთაშორისი მუშაობის მიმართ გახსნილობა ხელს უწყობს შემოქმედებითობის გავრცელებას ადგილობრივი ცხოვრების ყველა ასპექტზე.

6.4. შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა და ადგილობრივი კლასტერების საკონტროლო კითხვები

1	როგორია თქვენთან შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებული აქტივების ამჟამინდელი დონე?
2	არის თქვენთან რომელი ქვესექტორი სხვაზე უფრო მძლავრი? რომლებია ესენი? როგორია მათი შიდა დინამიკა (ანუ საქმიანობა, დასაქმების ტიპი, უნარები, მფლობელთა/პერსონალის დემოგრაფიული პროფილი, გეოგრაფიული კლასტერიზაცია, საწარმოთა მომწიფებულობის დონე, საშუალო ცხოვრების ციკლი, გავლენა ადგილობრივ ეკონომიკასა და ადგილის შექმნაზე, კავშირები, შეკავშირებულობა)?
3	რა გამოწვევებს აწყდებიან შემოქმედებითი სფეროს მუშაკები ამ სექტორებში ყოველდღიური საქმიანობისას? რა საჭიროებები, მისწრაფებები, მოლოდინები აქვთ? გაქვთ შთამაგონებელი სახეები/ბიზნესმოდელები/ამბები?
4	გვაქვს არსებული ინიციატივები, სქემები, პოლიტიკა, რომელთა მიზანია შემოქმედებითი სექტორის დახმარება, განვითარება, ინკუბაცია, ქსელების შექმნა, ტრენინგი, დაფინანსება? მსხვილი ინიციატივები: ფესტივალები, კულტურული ღონისძიებები, სხვა?
5	ზოგადად, რამდენად მგრძნობიარეა პოლიტიკური გარემო შემოქმედებითი ეკონომიკის სარგებლის მიმართ? როგორ წარმოაჩენს მედია ამ სექტორს?
6	იდეალურ სამყაროში რა იქნებოდა პირველი ნაბიჯი, რომელსაც გადადგამდით ადგილობრივად შემოქმედებითი ეკონომიკის ზრდის სტიმულირებისთვის? დაასახელეთ ნებისმიერი კონკრეტული კატალიზატორი-ქმედება, რომელიც გააუმჯობესებდა თქვენი ადგილის შემოქმედებით შესაძლებლობებს.

6.5. კულტურული ინფრასტრუქტურის და შედეგების შეფასება

ინდიკატორი	ქალაქი	რეგიონი
დიდი თეატრების რაოდენობა		
წელიწადში თეატრალურ წარმოდგენათა რაოდენობა თითოეულ დიდ თეატრში		
თეატრალური ვენიუებისა და საკონცერტო დარბაზების მთლიანი რაოდენობა		
მუსიკალურ ვენიუთა რაოდენობა		
დიდი საკონცერტო დარბაზების რაოდენობა		
მუსიკალურ წარმოდგენათა რაოდენობა წელიწადში		
საჯარო ხელოვნების გალერეების რაოდენობა		
სპეციალიზირებული ხელოვნების/არქიტექტურული უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებების რიცხვი		
სტუდენტების რაოდენობა სპეციალიზირებულ სახელოვნებო და დიზაინის ინსტიტუტებში		
წიგნის მაღაზიების რაოდენობა		
იშვიათი და ბუკინისტური წიგნების მაღაზიების რაოდენობა		
ადგილობრივი გაზეთების რაოდენობა და თითოეულის კითხვადობა		
ეროვნული მნიშვნელობის მუზეუმების რაოდენობა		
სხვა მუზეუმების რაოდენობა		
საჯარო ბიბლიოთეკების რაოდენობა		
საჯარო ბიბლიოთეკების რაოდენობა 50000 სულ მოსახლეზე		
წელიწადში საჯარო ბიბლიოთეკების მიერ გაცემულ წიგნთა რაოდენობა		
კულტურული მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნაობათა რაოდენობა		
იუნესკოს მემკვიდრეობის ძეგლთა რაოდენობა		
ბოტანიკური და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების რაოდენობა		
ტერიტორიის რა % უკავია მწვანე სივრცეს და წყალს?		

6.6. კულტურული სიცოცხლისუნარიანობის და მრავალფეროვანი ინფრასტრუქტურის შედეგები

ინდიკატორი	ქალაქი	რეგიონი
ფესტივალების რაოდენობა		
სპეციალური ფოლკლორული ფესტივალების რაოდენობა		
ფილკლორული ცეკვის, მუსიკის და ა.შ. სივრცეების რაოდენობა		
სხვადასხვა ცხოვრების წირის მქონე ჯგუფთათვის/ჯგუფების მიერ ჩატარებული ღონისძიებების, აღლუმების, ფესტივალების რაოდენობა		
ღამის კლუბების, საცეკვაო სივრცეების, საღამოს და ღამის გასართობი ადგილების რაოდენობა		
კაფეებისა და ბარების რაოდენობა (სასტუმროებში მოთავსებულების ჩათვლით)		
არაფორმალურ შეხვედრების ადგილთა რაოდენობა (მაგ. თემის ცენტრები, ახალგაზრდობის ცენტრები, სხვა)		
უმაღლეს სასწავლებელში მოსწავლე სტუდენტების რაოდენობა/უცხოელი სტუდენტების რაოდენობა		

6.7. კულტურული მოხმარება და მონაწილეობა

ინდიკატორი	ქალაქი	რეგიონი
მთავარ თეატრებში სრული დასწრება წელიწადში		
მთავარ თეატრებში სრული დასწრება წელიწადში ერთ სულ მოსახლეზე		
მთავარ მუზეუმებსა და საჯარო გალერეებში ვიზიტების სრული რაოდენობა წელიწადში		
მთავარ მუზეუმებსა და საჯარო გალერეებში ვიზიტების სრული რაოდენობა წელიწადში ერთ სულ მოსახლეზე		
კინოთეატრებში დასწრება წელიწადში		
კინოთეატრებში დასწრება წელიწადში ერთ სულ მოსახლეზე		
კინოფესტივალ(ებ)ზე დასწრების რიცხვი წელიწადში		
უდიდეს საკონცერტო დარბაზებში სრული დასწრება წელიწადში		
უდიდეს საკონცერტო დარბაზებში სრული დასწრება ერთ სულ მოსახლეზე		
ძირითად ფესტივალებზე სავარაუდო დასწრება წელიწადში		
სხვა ფესტივალებზე და ნიშურ კულტურულ ღონისძიებებზე სავარაუდო დასწრება წელიწადში		
უცხოელ/ჩამოსულ მონაწილეთა რაოდენობა მთავარ ფესტივალებზე წელიწადში		
სხვა ფესტივალებზე და ნიშურ კულტურულ ღონისძიებებზე უცხოელ/ჩამოსულ მონაწილეთა რაოდენობა წელიწადში		



შენიშვნა

მოცემული ანგარიში შემუშავებულია ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის „კულტურა და კრეატიულობა“ დახმარებით. ანგარიშის შინაარსი არ გამოხატავს ევროკავშირის ოფიციალურ თვალსაზრისს. მასში წარმოდგენილ ინფორმაციასა და შეხედულებებზე სრულად პასუხისმგებელია ავტორი.

ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ მიზანია, დაეხმაროს კულტურულ და შემოქმედებით სექტორებს, წვლილი შეიტანონ მდგრად ადამიანურ, სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებაში აზერბაიჯანში, ბელარუსში, მოლდოვაში, საქართველოში, სომხეთსა და უკრაინაში.