

გზამკვლევი შემოქმედაბითი სივრცეების ინიცირების, მართვისა და განვითარების გზების შესახებ

ძირითადი პრინციპები და
პრაქტიკული რჩევები



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia



unesco
Diversity of
Cultural Expressions



შემოქმედაბითი
საქართველო



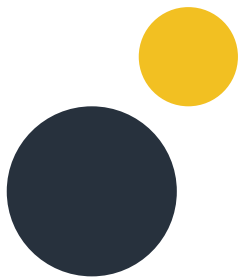
საქართველოს კულტურის სპორტისა
და ახალგაზრდობის სამინისტრო
THE MINISTRY OF CULTURE, SPORT AND
YOUTH OF GEORGIA

წინამდებარე გზამკვლევი შემუშავდა
ევროკავშირის/იუნესკოს მიერ
მხარდაჭერილი პროექტის:
„საქართველოში შემოქმედებითი
კლასტრების ეკოსისტემის განვითარება“
ფარგლებში. პროექტის მიზანია
საქართველოში შემოქმედებითი
სივრცეების ეკოსისტემის გაძლიერება.
პროექტს ახორციელებს შემოქმედებითი
საქართველო, საქართველოს კულტურის,
სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა
სამინისტროს მხარდაჭერით.

მომზადდა პროფესორის,
დოქტორ ლილია ვარბანოვასა და
ნიკოლოზ ნადირაშვილის მიერ



პანდორა - ტურისტული ბიოსოფელი
სოფელი უდაბნო, კახეთის რეგიონი, საქართველო



04

06

010

018

021

025

032

039

043

048

1. გზამკვლევის შესახებ

რა თით

სწრაფად ცვალებადი ადგილობრივი და გლობალური გარემო, სადაც ხელოვნებისა და კულტურის დარგები და შემოქმედებითი ინდუსტრიები ფუნქციონირებს, საჭიროებს კულტურის სპეციალისტებს, რომლებიც მოიძიებენ და დანერგავენ ახალ და ინოვაციურ მექანიზმებს, მოდელებს, ღონისძიებებს, ფორმატებს, პარტნიორულ და ორგანიზაციულ სტრუქტურებს. გლობალიზაციის ეპოქაში კიდევ უფრო მკაფიოდ იკვეთება ადგილობრივ თემებში კავშირების გაძლიერების მნიშვნელობა, განსაკუთრებით იმ ქალაქებსა და რაიონებში, რომლებიც მოსახლეობის შემცირებით ან ეკონომიკური განვითარების დაბალი დონით ხასიათდება. აღნიშნულ და მომიჯნავე საკითხებზე სასაუბროდ შეიქმნა ეს გზამკვლევი.

რა

გზამკვლევი შედგება ცხრა თავისგან და წარმოადგენს რამდენიმე ქვეყნის (საქართველოს ჩათვლით) სპეციალისტთა მიერ 2020 წლის იანვრიდან 2021 წლის ივნისამდე პერიოდში გამართული ერთობლივი მსჯელობისა და პრაქტიკული გამოცდილების შეჯერების შედეგს. გზამკვლევის მიზნებია:

- გაანალიზოს ის მეთოდები, რომელთა დანერგვითაც ურბანული განახლების სტრატეგიებში სათანადოდ არის ასახული შემოქმედებითი ინდუსტრიები.
- ისაუბროს უპირატესობებსა და გამოწვევებზე, რომლებიც თან ახლავს ვაკანტური სივრცეების (ყოფილი ინდუსტრიული და სამრეწველო კომპლექსები, საწყობები, ბრაუნფილდები, სამხედრო ბაზები და სხვა) გარდაქმნას კულტურულ, სახელოვნებო, საგანმანათლებლო და საზოგადოებრივ ცენტრებად;
- დაეხმაროს კულტურის სფეროში მოღვაწე სპეციალისტებსა და ხელოვანებს ისეთი შემოქმედებითი სივრცის პროექტირებაში, რომელსაც ექნება მკაფიოდ ფორმულირებული პარტნიორული სტრატეგია და რომელიც დაეფუძნება ჯანსაღ ბიზნეს მოდელს;
- წახალისოს ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები და ბიზნეს სექტორი, რათა მათ ინვესტიციები განახორციელონ და მხარი დაუჭირონ შემოქმედებითი სივრცეების განვითარებას თავიანთ ქალაქში ან შესაბამის დასახლებულ პუნქტში;

ვისთვის

წინამდებარე გზამკვლევი, პირველ რიგში, განკუთვნილია საქართველოში არსებული ორგანიზაციებისა და სპეციალისტებისთვის, უფრო კონკრეტულად:

- შემოქმედებითი სივრცეების მენეჯერებისთვის და ინიციატორთათვის;
- კულტურის სექტორსა და შემოქმედებით ინდუსტრიებში მოქმედი ორგანიზაციებისთვის;
- იმ კერძო კომპანიებისთვის, რომლებსაც სურთ კულტურის სექტორის მხარდაჭერა;
- ადგილობრივ დონეზე გადაწყვეტილების მიმღები პირებისთვის, რომლებიც პასუხს აგებენ კულტურის პოლიტიკასა და ურბანულ განვითარებაზე;
- სხვა პირებისა და სტრუქტურებისთვის, რომლებსაც სურთ შემოქმედებითი სივრცის შექმნა და გაძლიერება ან შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის გაძლიერებაში წვლილის შეტანა.

გზამკვლევის მოქმედების ფარგლები და შეზღუდვები

წინამდებარე გზამკვლევაში წარმოდგენილია ძირითადი სახელმძღვანელო პრინციპები, სამოქმედო ვარიანტები, მიღებული გამოცდილება და რჩევები ურბანულ გარემოში შემოქმედებითი სივრცის შექმნისა და მართვის შესახებ.

წინამდებარე გზამკვლევი არ განიხილება როგორც ამომწურავი და დეტალური ცნობარი შემოქმედებითი სივრცეებთან დაკავშირებით, თუმცა, მასში წარმოდგენილია კვლევისა და ანალიზის სხვადასხვა მეთოდის სინთეზი – მაგ. კოლეგიალურ კომუნიკაციაზე დაფუძნებული სესიები (ორგანიზებული 2021 წლის აპრილ-ივნისის პერიოდში) კულტურის სპეციალისტებისა და აკადემიური წრეების წარმომადგენლებისთვის, სპეციფიკური რესურსების ონლაინ კვლევა, ინდივიდუალური ინტერვიუები შემოქმედებითი კლასტერების მმართველ მენეჯერებთან, პირადი დაკვირვებები და ევროკავშირი/იუნესკოს პროექტის თავდაპირველი შედეგები.

წინამდებარე გზამკვლევთან ერთად, ასევე შემუშავდა პოლიტიკის დოკუმენტი, რომელიც საქართველოში, როგორც ეროვნულ, ისე ადგილობრივ დონეზე, გადანყვებილების მიმღებ პირებს შესთავაზებს დეტალურ ინფორმაციას და შესაბამის გზამკვლევ პრინციპებს, შემოქმედებითი სივრცეების განვითარებისთვის. პოლიტიკის დოკუმენტი ასევე განსაზღვრავს კულტურული პოლიტიკის შესაბამის ინსტრუმენტებს, ურბანული განახლების პროცესის ფარგლებში, შემოქმედებითი სივრცეების შექმნისა და განვითარების მიზნით.

გზამკვლევის ზოგიერთი ნაწილი კავშირშია ბრიტანეთის საბჭოს მიერ გამოცემულ (2020) *შემოქმედებითი ჰაბების ლიდერთა გზამკვლევთან*.¹

1 წყარო: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/resources/creative-hub-leaders-toolkit/>
მასში მოცემულია ჩასატარებელ სამუშაოთა ნუსხა, ინსტრუქციები და მაგალითები, რომლებიც ეხმარება მკითხველს გაიაროს გზა სანყისი იდეის ფორმულირებიდან მომავლის განჭვრეტამდე და ამ იდეის განხორციელების დაგეგმვამდე.

2. შემოქმედაბითი სივრცე, როგორც ურბანული განახლების სტრატეგიის კომპონენტი

რატომ „კულტურასა და შემოქმედებითობაზე დაფუძნებული ურბანული განახლება“?

ამჟამად, კულტურა და შემოქმედებითობა, მსოფლიოს არაერთ ქალაქში აღიარებულია, როგორც ურბანული განვითარებისა და განახლების სტრატეგიის ძირითადი რესურსი. მსოფლიოს ბევრ მცირე და საშუალო ზომის პოსტ-ინდუსტრიულ ქალაქში, კულტურისა და სახელოვნებო დანიშნულების ახალი ობიექტები, მიტოვებულ და გამოუყენებელ სივრცეებში (ყოფილ სამხედრო ბაზებზე, ქარხნებში, წისქვილებში, გემებზე, სარკინიგზო სადგურებსა და სამრეწველო ობიექტებზე) აღმოცენდა. ურბანული რაიონები, სადაც მსგავსი ტიპის ინფრასტრუქტურაა, ხშირად იზოლირებულია ქალაქის ცენტრისგან, რაც, თავის მხრივ, უამრავ ეკონომიკურ თუ სოციალურ პრობლემას (სიღარიბე, დაუცველობის განცდა, ცხოვრების დაბალი ხარისხი, ეკონომიკური არაეფექტიანობა, გარემოს დაბინძურება) იწვევს.

გამოყენების შემთხვევაში, შენობები შემოსავალს იძლევა – გამოუყენებლობა შემოსავალს არ წარმოშობს. დროებითი ან შუალედური გამოყენება მფლობელს (სახელმწიფო თუ კერძო მესაკუთრეს) მთელ რიგ ისეთ სარგებელს სთავაზობს, როგორიცაა, დროებითი მენეჯმენტის მიერ შენობის მოვლა-შენახვა. ხშირად, ამ ტიპის რესურსი, ქალაქში მცხოვრები შემოქმედებითი ადამიანებისთვის, დაბალფასიან და საინტერესო სივრცეებთან წვდომის შესაძლებლობაა.

მიტოვებულ შენობების შემოქმედებითი მიზნებით გამოყენება არა მხოლოდ კომერციულ, არამედ კულტურულ ღირებულებას სძენს. როგორც წესი, ხელოვანები და შემოქმედებითი პროფესიონალები, პოტენციალს ხედავენ იქ, სადაც ამას სხვები ვერ ამჩნევენ. მიტოვებული შენობების შემოქმედებით სივრცეებად გამოყენების თანამდევი სიკეთებია:



სურათზე 1 მოცემულია კულტურაზე დაფუძნებული ურბანული განახლების მიზნების მიმოხილვა.



სურათი 1: კულტურაზე დაფუძნებული ურბანული განახლების სტრატეგიის მიზნები



კუბი კონტემპორარი - თანამედროვე ხელოვნების გალერეა და საერთო სამუშაო სივრცე
მზიურის პარკი, თბილისი, საქართველო



3. შემოქმედებითი სივრცეების და კლასტერების მნიშვნელობა ჩვენი ქალაქისთვის

რა არის „შემოქმედებითი კლასტერი“?

შემოქმედებითი კლასტერი არის გეოგრაფიულად ერთ სივრცეში თავმოყრილ სხვადასხვა ორგანიზაციის ერთობლიობა, რომლებიც თავიანთ აქტივებსა და კომპეტენციებს ერთმანეთს უთავსებენ და აერთიანებენ ადგილობრივი რესურსების მოძიებისა და გამოყენების მიზნით. არ არსებობს შემოქმედებითი კლასტერის აღმნიშვნელი რომელიმე ერთი აღიარებული განსაზღვრება. ის შეიძლება გულისხმობდეს:

- შემოქმედებითი პირების გაერთიანებებს, რომლებსაც აქვთ საერთო მიზნები და რესურსები, გააჩნიათ ორგანიზაციული ერთიანობის განცდა და ერთიანდებიან შემოქმედებითობის იდეის გარშემო;
- მსგავს ან სხვადასხვა ტიპის კომპანიების ჯგუფს, რომლებიც გეოგრაფიულად ერთმანეთთან ახლოს არიან განთავსებულნი და ინოვაციების სტიმულირების მიზნით, ერთობლივად მოქმედებენ კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში;
- ქალაქის რაიონის ან კვარტლის ნაწილს, რომელიც გამოირჩევა ინტენსიური შემოქმედებითი საქმიანობით და სათანადო ინფრასტრუქტურით, რაც ტურისტებსა და მოქალაქეებს შემოქმედებით და კულტურულ ღონისძიებებში მონაწილეობის მოტივაციას უჩენს.

შემოქმედებითი კლასტერები წარმოადგენს სტიმულს ინოვაციური სამეწარმეო საქმიანობისთვის, როგორც ბიზნესის, ისე სოციალურ სფეროში. მიუხედავად იმისა, რომ კლასტერები შეიძლება ფუნქციონირებდეს როგორც ონლაინ, ისე ჰიბრიდულ ფორმატში, მათი უმეტესობა ფიზიკურადაა წარმოდგენილი, ვინაიდან კლასტერის პრინციპი ძირითადად (მაგრამ არა ექსკლუზიურად) სივრცით-ტერიტორიულ სიახლოვეში მდგომარეობს.

შემოქმედებითი კლასტერში გაერთიანებული ორგანიზაციები შესაძლებელია მიეკუთვნებოდეს სხვადასხვა ინდუსტრიას, ასევე ერთმანეთისგან განსხვავდებოდეს ორგანიზაციული სტრუქტურით და მოიცავდეს: სამეწარმეო სტარტაპებს, კომერციულ საწარმოებს, საგანმანათლებლო ინსტიტუტებს, ხელოვნებისა და კულტურის არაკომერციულ ორგანიზაციებს, ღონისძიებების გასამართ ადგილებს, საფინანსო ინსტიტუტებს, სამეცნიერო-კვლევით ორგანიზაციებს.

ცხრილი 1 მოკლედ აღწერს შემოქმედებითი კლასტერებს შორის არსებულ მსგავსებებსა და განსხვავებებს.

შემოქმედებითი კლასტერების საერთო მახასიათებლები და შესაძლო განსხვავებები

საერთო მახასიათებლები	შესაძლო განსხვავებები
> საერთო ადგილმდებარეობა, რესურსები, მატერიალურ-ტექნიკური ბაზები და ქონება, რომლებსაც ორგანიზაციები და ფიზიკური პირები იყენებენ ურთიერთგაზიარების პრინციპის საფუძველზე > კონცენტრირება სოციალურ და კულტურულ მისიასა და მიზნებზე, ამავე დროს, ორიენტირება ეკონომიკური ამოცანების შესრულებაზე. > ფოკუსირება შემოქმედებითობასა და ინოვაციაზე > კომპლექსური და მულტიდისციპლინარული შემოქმედებითი და კულტურული პროგრამირება > ავტონომიურობა და დამოუკიდებლობა სამთავრობო ან ბიზნეს სტრუქტურებისგან > ერთ სექტორში დანერგილი ინოვაციის სხვა სექტორებზე გავრცელება > სინერგიულობა – იმ ორგანიზაციებსა და კერძო პირების გაერთიანება, რომელთა რესურსებისა და კომპეტენციის გაერთიანების შემთხვევაში დგება უფრო მაღალი შედეგი, ვიდრე ინდივიდუალურად მუშაობის შემთხვევაში	> არსებობის ხანგრძლივობა და მასშტაბი – ახლახან აღმოცენებული ან მრავალი წლის განმავლობაში მოქმედი; როგორც მცირე მასშტაბის, ისე მეგა მასშტაბის პროექტები > სხვადასხვა ინიციატორები – მუნიციპალიტეტი (მიდგომა „ზემოდან ქვემოთ“) ან ხელოვნების და შემოქმედებითი პროფესიონალები (მიდგომა „ქვემოდან ზემოთ“). შემოქმედებითი კლასტერების ინიციატორებად შეიძლება ასევე გვევლინებოდნენ: უნივერსიტეტები, საინფორმაციო ტექნოლოგიების კომპანიები, სამეცნიერო-კვლევითი ორგანიზაციები და კომერციული ორგანიზაციები. > საქმიანობის სფერო – ზოგიერთი შემოქმედებითი კლასტერი კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების რამდენიმე სფეროში ფუნქციონირებს, ხოლო სხვები მხოლოდ ერთ სფეროში სპეციალიზდებიან (მაგ. ტექსტილის კლასტერი, კინემატოგრაფიული კლასტერი, თეატრალური კლასტერი და სხვა). > მენეჯმენტი – როგორც არაფორმალური სტრუქტურის მქონე კლასტერები (მაგ. შემოქმედებითი ჰაბები, ხელოვანთა და შემოქმედებით პროფესიონალები გაერთიანებები), ისე კლასტერები, რომლებიც წარმოადგენენ ფორმალურ სტრუქტურებს და ქალაქის სტრატეგიული განვითარების ნაწილად მოიაზრებიან (მაგ. შემოქმედებითი რაიონები, მეგა-პროექტები, შემოქმედებითი უბნები). > ბიზნეს მოდელები – დაფინანსებისა და შემოსავლების სხვადასხვა გარე და შიდა წყაროები > მოქმედების ხანგრძლივობა – დროებითი ან მუდმივმოქმედი სტრუქტურები

ცხრილი 1: შემოქმედებით კლასტერებს შორის არსებული მსგავსებები და განსხვავებები

სურათზე 2 წარმოდგენილია შემოქმედებითი კლასტერების ტიპების მიმოხილვა



სურათი 2: შემოქმედებითი კლასტერების ტიპები

რატომ უნდა დაუთმონ სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებმა და კერძო ინვესტორებმა მეტი ყურადღება შემოქმედებით სივრცეებს?

შემოქმედებითი სივრცეები შემოქმედებითი კლასტერების მრავალ ტიპთაგან ერთ-ერთია. ისინი ხშირად განისაზღვრება როგორც ფიზიკურად არსებული ადგილები, სადაც კულტურული თვითგამოხატვა თანამშრომლობით ფორმატში – ხელოვნების, შემოქმედებითი პროფესიონალებისა და საზოგადოების ჩართულობით ხორციელდება. შემოქმედებითი სივრცეების შექმნა როგორც შემოქმედებით, ისე ინოვაციური წარმოების იდეას ემსახურება. ბევრი მათგანი ქალაქის ნაკლებად განვითარებულ რაიონებში მდებარე მიტოვებულ შენობებში/კომპლექსებშია განთავსებული. ახალი აქტივობები და ბიზნეს-საქმიანობა მოიცავს კულტურულ და სახელოვნებო ღონისძიებებსა და ორგანიზაციებს, კაფეებსა და რესტორნებს, ბუტიკებს და სხვა. მათი განვითარებისთვის, ერთიმხრივ საჭიროა სხვადასხვა დაინტერესებული მხარის ჩართულობა, მეორე მხრივ კი, ტრანსფორმაციის პროცესის ხელშეწყობი კარგად გააზრებული პოლიტიკის გატარება. შემოქმედებითი სივრცის შექმნა და გაძლიერება მულტიდისციპლინურ მიდგომას საჭიროებს და ხშირად ქალაქმშენებლების, ხელოვნების, შემოქმედებითი პროფესიონალების, ქალაქის ხელმძღვანელი თანამდებობის პირების, არქიტექტორების, ბიზნეს-წრეების, საინფორმაციო-ტექნოლოგიური კომპანიების, არაკომერციული ორგანიზაციებისა და სხვა აქტორების ჩართულობას ითვალისწინებს.

ქალაქში ან მის განაპირა ტერიტორიებზე არსებული მიუხედავი და მიტოვებული შენობების ტრანსფორმაცია მნიშვნელოვანი სტრატეგიაა, ვინაიდან ის, ყველა მონაწილე მხარეს, უამრავ ეკონომიკურ და სოციალურ სარგებელს სთავაზობს. ამ შემოქმედებითი სივრცეებს გააჩნიათ შემდეგი პოტენციალი:²

- მანამდე მიტოვებულ რაიონებში ტურისტებისა და უცხოელი ინვესტორების მოზიდვა და ქალაქის საერთაშორისო იმიჯის პოზიტიურად შეცვლა;
- უძრავი ქონების ღირებულების ზრდა, რაც განაპირობებს რაიონში მეტი ინვესტიციის მოზიდვას;
- ადგილობრივ მკვიდრთა საცხოვრებელი პირობების, ზოგადად, ცხოვრების ხარისხის, კომფორტისა და ყოველდღიური კეთილდღეობის გაუმჯობესება;
- შემოქმედებით პროფესიონალთა და ხელოვანთათვის, თავიანთი პროდუქტის გაყიდვის შესაძლებლობის მიცემა და მათი ორგანიზაციების მდგრადობის უზრუნველყოფა;
- შემოქმედებითი პროგრამების შემუშავებაში საზოგადოებრივი ჯგუფების, მათ შორის, მოსახლეობის მარგინალური ჯგუფებისა და სპეციალური საჭიროებების მქონე პირთა მონაწილეობის გაძლიერება;
- ადგილობრივი და შემოქმედებითი ქსელების გაძლიერება და ხელშეწყობა;
- ცოდნის გაზიარება ინოვაციური გადაწყვეტილებების მისაღებად და სხვადასხვა სექტორის მომცველი ინოვაციების დანერგვა.

2 დამატებითი ინფორმაციისთვის: იხილეთ იუნესკოს/მსოფლიო ბანკის პუბლიკაცია (2021). ქალაქები, კულტურა, შემოქმედებითობა. კულტურისა და შემოქმედებითობის გამოყენება მდგრადი ურბანული განვითარებისა და ინკლუზიური ზრდისთვის: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35621>

რა ხდება პატარა ქალაქებთან დაკავშირებით?

დიდ ქალაქებს უფრო მეტი შესაძლებლობა აქვთ თავიანთი ქონება შემოქმედებითობის, ხელოვნებისა და კულტურის სასიკეთოდ გამოიყენონ. ამ მხრივ, შედარებით პატარა ქალაქები, გარკვეული სირთულეების წინაშე დგანან, რადგან მათი კულტურის რესურსები საკმაოდ შეზღუდულია. ამასთან, საერთაშორისო დონეზე, პატარა ქალაქებს ნაკლები ხილვადობა ახასიათებთ. აღნიშნულის მიუხედავად, არსებობს ისეთი მცირე ქალაქებისა და თუნდაც სოფლების მაგალითები, სადაც ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები და ბიზნეს სექტორი აცნობიერებენ კულტურის როლს ადამიანების ცხოვრებაში. ამ გეოგრაფიულად იზოლირებულ ქალაქებში ხელშესახები შედეგების მომტანი იქნებოდა ინოვაციური შემოქმედებითი სივრცეების შექმნა, სადაც ადამიანები ერთმანეთს გაუზიარებდნენ თავიანთ იდეებს, მოტივაციას, მიზნებსა და რესურსებს, მათ შორის, მულტიდარგობრივ ინოვაციებს, რაც გლობალური ყურადღების მომტანია³. პატარა ქალაქის მმართველმა ორგანომ უნდა იმუშაოს ისეთი სტრატეგიის შესამუშავებლად, რომელიც ადგილობრივ მცხოვრებთ დაეხმარება, იგრძნონ პასუხისმგებლობა და კავშირი იმ ადგილთან, სადაც ცხოვრობენ. თითოეული ქალაქი უნიკალურია და შესაბამისად, განსხვავებულია მათ წინაშე არსებული შესაძლებლობები და პრობლემათა გადაჭრის გზები. დასაწყისში, ადგილობრივ მთავრობას შეუძლია მხარი დაუჭიროს მცირე პროექტებს და ადგილობრივ აქტორებს მიანდოს ისეთი დავალებების შესრულება, როგორებიცაა: კედლის მოხატვა, შემოქმედებითი ტურიზმის შესახებ სემინარების ჩატარება, ხეების დარგვა და სხვა.

შემოქმედებით ინდუსტრიასა და პრაქტიკაში განხორციელებულ მცირედ ინვესტიციასაც კი შეუძლია თანდათან შეცვალოს საზოგადოების ქცევა ისე, რომ ხელოვნება და კულტურა ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილად იქცეს და პოტენციურად გამოიკვეთოს მდგრადი განვითარებისკენ მიმავალი გზა. ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებმა ხელი უნდა შეუწყონ ქალაქში არსებული პრობლემების შემოქმედებითად გადაჭრის შესაძლებლობების შექმნას და განვითარებას, კერძო სექტორთან, მკვლევრებთან, აკადემიურ წრებთან, მოქალაქეებთან და სტარტაპებთან თანამშრომლობის გზით.⁴

შემოქმედებითი სივრცეების, როგორც კულტურაზე დაფუძნებული ურბანული განახლების ინსტრუმენტების მაგალითები

Bunker ლიუბლიანა, სლოვენია
Cable Factory ჰელსინკი, ფინეთი
Oranssi Ry კულტურული სივრცე, ჰელსინკი, ფინეთი
Pittaki street (2010) ათენი, საბერძნეთი
REFILL Project ევროპა
Santralistanbul სტამბული, თურქეთი
Tour & Taxis ბრიუსელი, ბელგია
Stony Island Arts Bank ჩიკაგო, აშშ
Synathina ათენი, საბერძნეთი
Toplocentrala სოფია, ბულგარეთი
Trans Europa Halles ევროპა
Zlin Creative Cluster ზლინი, ჩეხეთის რესპუბლიკა

3 იხილეთ ასევე URBACT-ის პუბლიკაცია: შემოქმედებაზე დაფუძნებული სტრატეგიები მცირე და საშუალო ზომის ქალაქებში: გზამკვლევი პრინციპები ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებისთვის (2011): https://urbact.eu/sites/default/files/import/Projects/Creative_Clusters/documents_media/URBACTCreativeClusters_TAP_INTELI_Final_01.pdf

4 იხილეთ შემოქმედებითი ქალაქმწყობის რამდენიმე მაგალითი: <https://dailyyonder.com/how-four-rural-towns-are-building-vibrant-communities-through-the-tools-of-creative-placemaking/2021/04/14/>

ციფრული შემოქმედებითი კლასტერები:

ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარების გათვალისწინებით, შემოქმედებითი კლასტერების შექმნა და მართვა ციფრულადაც არის შესაძლებელი. ამისათვის ხუთი გზა არსებობს:

- **ჩვენ შეგვიძლია შევქმნათ კულტურული და შემოქმედითი პროდუქტი და მომსახურება ციფრულ ფორმატებში.** სრულად ვირტუალური ოპერირება ხელოვნების, კულტურისა და შემოქმედებით ინდუსტრიაში აღმავალი ტრენდია. ციფრული კონტენტი ახალი მედიების, ციფრული ხელოვნების და ვირტუალური რეალობის სხვადასხვა ფორმის გამოყენებით იქმნება.
- **ჩვენ შეგვიძლია კულტურული და შემოქმედებითი პროდუქტები და მომსახურებები გავყიდოთ ციფრულ ფორმატში.** ეს ფორმატები მოიცავს: „ლაივსტრიმინგს“, პოდკასტებს, ხელოვნების ნიმუშების ონლაინ გალერეებს, გამოცემებს ციფრულ ფორმატში, რომლებიც იბეჭდება მოთხოვნის შემთხვევაში, მუსიკას და ფილმებს გამონერით და სხვა.
- **ჩვენ შეგვიძლია შევიმუშავოთ და ავამოქმედოთ ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიები.** ეს მოიცავს ყველა ონლაინ და ციფრულ პლატფორმას, რომელთა მეშვეობითაც ხელს შევეწყობთ კულტურული და შემოქმედებითი პროდუქტებისა და სერვისების გავრცელებასა და პოპულარიზაციას ისეთი ინსტრუმენტების გამოყენებით, როგორებიცაა: ვებ-გვერდები, ბლოგები, სოციალური ქსელები, ონლაინ ბრენდირება,, ჰეშტეგები, მობილური აპლიკაციები, ძებნის სისტემების ოპტიმიზაცია და სხვა.
- **ჩვენ შეგვიძლია ფულადი სახსრების ონლაინ მობილიზება.** ციფრული სამყარო გარე წყაროებიდან ფინანსური მხარდაჭერის მისაღებად ინოვაციურ გზებს ითვალისწინებს., **ეს მეთოდებია:** საზოგადოებრივი დაფინანსება და ონლაინ შემოწირულობები.

მიტოვებული ნაგავსაყრელის ტრანსფორმირების მიზნით, სეულის მთავრობამ არჩევანი ახალ ციფრულ მედია კლასტერზე შეაჩერა. მიტოვებულ ნაგავსაყრელზე შესაბამისი ინფრასტრუქტურა აშენდა და კეთილმოეწყო კორეის უმსხვილესი მედია ჰაბისთვის, რომელშიც 550-ზე მეტი კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიის წარმომადგენელი განთავსდება.⁵

⁵ წყარო: იუნესკოს/მსოფლიო ბანკის პუბლიკაცია (2021). ქალაქები, კულტურა, შემოქმედებითობა. კულტურისა და შემოქმედებითობის გამოყენება მდგრადი ურბანული განვითარებისა და ინკლუზიური ზრდისთვის: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35621>



თბილისში, სატელეკომუნიკაციო ცენტრის რეკონსტრუქცია
თბილისი, სატელეკომუნიკაციო



ალტერნატიული კულტურული სივრცე # 12 (განვითარების პროექტი)
ყოფილი მე-12 პეტიტორი დაწესებულება, თბილისი, სატელეკომუნიკაციო

Bravo ხელოვნების აკადემია
რუსთავი, საქართველო



თბილისში სადგურის ყოფილი ტერიტორია
თბილისი, საქართველო



4. „წარმატების რეცეპტები“

შემოქმედებითი სივრცის ინიცირება უკვე თავად ხელოვნებაა. ჩვენ კარგად უნდა გავიაზროთ მამოძრავებელი ფაქტორების მნიშვნელობა – რაც, როგორც საწყისი ფაზის, ისე მთლიანი პროცესის წარმატებას განაპირობებს. მიტოვებული სამრეწველო შენობებისა და სივრცეების ახალ კულტურულ და სახელოვნებო ჰაბად გარდაქმნა, ცალკეულ შემთხვევაში, უნიკალური სპეციფიკით ხასიათდება, რაც ადგილობრივი სპეციფიკით, ისტორიული და კულტურული კონტექსტითა და ბევრი სხვა ფაქტორით აიხსნება.

შვიდი საერთო „რეცეპტი წარმატებისთვის“:

ხელისუფლების ორგანოების ჩართულობა. ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოს პროცესში ჩართულობის გზები საწყის ფაზაშივე.

საკუთრებისა და იურიდიული საკითხების გათვალისწინება. საკუთრებასთან დაკავშირებული ადგილობრივი კანონმდებლობისა და უფლებების გაცნობა პროცესის მნიშვნელოვანი კომპონენტია, და ზოგჯერ, შეიძლება ყველაზე რთულად ჩაითვალოს იმის გამო, რომ კერძო მესაკუთრეებს საკუთარი ქონების კულტურულ სივრცედ გარდაქმნის დაბალი მოტივაცია აქვთ.

ლობირება და ადვოკატირება. ბევრ შემთხვევაში, მიტოვებული შენობებისა და სივრცეების წარმატებული ტრანსფორმაცია სამოქალაქო ორგანიზაციების კოალიციის, ახალგაზრდული მოძრაობებისა და ადგილობრივი აქტივისტების ზეწოლის შედეგია.

საჯარო დიალოგის დაწყება. შესაბამისი უბნის მაცხოვრებლებთან ფართო კონსულტაციების გამართვა აუცილებელია იმისათვის, რომ ისინი საწყისი ფაზიდანვე ჩაერთონ პროცესში.

მრავალსექტორული თანამშრომლობის დაწყება. პროცესის დაწყებისთანავე მნიშვნელოვანია სხვადასხვა დარგის სპეციალისტების, მათ შორის, არქიტექტორების, ქალაქმშენებლების, ურბანული განვითარების სპეციალისტების, დამპროექტებლების, შემოქმედებითი პროფესიონალების, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სპეციალისტების, ისტორიკოსების, ინტერიერის დიზაინერებისა და სხვა პროფესიის წარმომადგენელთა ჩართულობა.

ფინანსური რესურსების უზრუნველყოფის გრძელვადიანი ვალდებულებების გათვალისწინება. ახალი სივრცეების რეკონსტრუქციისა და მოვლა-შენახვის ფინანსური სქემები განსხვავებულია, თუმცა გრძელვადიანი ინვესტიციებისა და მხარდაჭერის არსებობა მნიშვნელოვანი ფაქტორია ნებისმიერი ახალი სივრცის მდგრადობის უზრუნველსაყოფად.

კონტაქტი, კონტაქტი, კონტაქტი! ითანამშრომლეთ თქვენს კოლეგებთან და პარტნიორებთან, გახადეთ მთელი პროცესი გამჭვირვალე, აცნობეთ მათ განვითარების ყველა ეტაპის შესახებ.





5. კულტურის რესურსების იდენტიფიცირება ჩვენს ქალაქში/რეგიონში

შემოქმედებითი კლასტერები მთელ რიგ სამეცნიერო დისციპლინებსა და სფეროებს მოიცავს (რომელთა შორისაა, მაგალითად, ხელოვნების მენეჯმენტი, კულტურის პოლიტიკა, ურბანული განვითარება). ახალი შემოქმედებითი სივრცის შესაქმნელად მეთოდის შემუშავებისას, ჩვენ სათანადო ცოდნითა და უნარ-ჩვევებით აღჭურვილი მკვლევართა გუნდი დაგვჭირდება.

ადგილობრივი რესურსების იდენტიფიცირება მოსამზადებელი პროცესის მნიშვნელოვანი ნაწილია. რესურსები შეიძლება იყოს როგორც მატერიალური (ფიზიკური, ფინანსური და სხვა), ისე არამატერიალური (ინტელექტუალური საკუთრება, რეპუტაციული რესურსები და სხვა). ადგილობრივი რესურსების ბაზის ნაწილს ქმნის **კულტურის რესურსები**, რომლებიც, სხვა რესურსებთან ერთად, ხელს უწყობს პროდუქტისა და მომსახურების შექმნის მთლიან პროცესს როგორც კულტურის, ისე შემოქმედებით სექტორში და ადგილობრივი თემების საერთო კეთილდღეობას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ: ლოკალური კულტურის რესურსების შესახებ ინფორმაციის ფლობა კიდევ ერთი ნაბიჯია ჩვენი ადგილობრივი საზოგადოების საჭიროებათა განსაზღვრის მიმართულებით.

სურათზე 3 წარმოდგენილია სხვადასხვა ტიპის ძირითადი კულტურის რესურსები ადგილობრივ დონეზე.



სურათი 3: კულტურული რესურსების ტიპები

ადგილობრივი კულტურის რესურსების დადგენისას, საჭიროა განვსაზღვროთ, გავაანალიზოთ და შევაფასოთ ოთხი ძირითადი კრიტერიუმი: ზომა, ადგილმდებარეობა, მონაწილეები და ძირითადი კულტურული აქტივობებისა და ღონისძიებების ზემოქმედება, როგორც მოკლევადიან, ისე გრძელვადიან პერსპექტივაში. მნიშვნელოვანია ხაზგასმით აღინიშნოს, რომ კულტურის რესურსები ეფექტიანია მხოლოდ მოქალაქეებისა და საზოგადოებრივი ჯგუფების მიერ მათი გეგმაზომიერი და კოლექტიური გამოყენების შემთხვევაში.

ადგილობრივი რესურსების, მათ შორის, კულტურის რესურსების დადგენისა და ანალიზის შედეგად უნდა შეიქმნას სრული წარმოდგენა აღნიშნული რესურსების ხელმისაწვდომობისა და მათთან დაკავშირებული შესაძლებლობებისა და გამოწვევების შესახებ.

რესურსების დადგენის კიდევ ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს მომავალი შემოქმედებითი სივრცისთვის **ძირითადი დაინტერესებული მხარეების (სტეიკჰოლდერების)** განსაზღვრა. დაინტერესებული მხარე – წარმოადგენს პირს, ჯგუფს ან ორგანიზაციას, რომელიც და/ან რომელზეც ზემოქმედებას ახდენს (ან შესაძლოა, მომავალში მოახდინოს) შემოქმედებითი სივრცის პოლიტიკა, ღონისძიებები და ინიციატივები. სტეიკჰოლდერების ანალიზი განსაზღვრავს შემოქმედებით სივრცეზე მათი ზემოქმედების დონესა და მასშტაბს და ასევე მათი ჩართულობის შესაძლო გზებს. ჩვენ ასევე, შესაძლოა, დაგვჭირდეს სტეიკჰოლდერებისთვის შესაძლო მოკლევადიანი და გრძელვადიანი სარგებლის განსაზღვრა.

დაინტერესებულ მხარეთა იდენტიფიცირებასა და ჩართულობასთან დაკავშირებული საკითხებისთვის, გთხოვთ, იხილით შემოქმედებითი ჰაბების ლიდერთა გზამკვლევი (2020) ბრიტანეთის საბჭოს გამოცემა, ნაწილი 2.1.





6. ზემოქმედებითი სივრცის კონცეპტუალიზაცია: სტრუქტურა და მენეჯმენტი

შეეცადეთ, გააცნობიეროთ, რატომ გინდათ თქვენ და თქვენს ორგანიზაციას შემოქმედებითი სივრცის შექმნა. თქვენი შემოქმედებითი სივრცის მისია, სტრატეგიული მიზნები და პროგრამული ორიენტაცია უნიკალური იქნება. ამასთან, უაღრესად მნიშვნელოვანია, რომ მათი შემუშავება მოხდეს პირველივე ეტაპიდან. ქვემოთ წარმოდგენილია რამდენიმე იდეა, რომელიც შეეხება მიტოვებულ შენობაში განთავსებული შემოქმედებითი სივრცის მიმართულებების განსაზღვრას.



სურათი 4: ახალი შემოქმედებითი სივრცის მისია და სტრატეგიული პროგრამირების ფოკუსი

არსებობს სამი ფუნდამენტური ჩარჩო ქალაქის მითოვებულ შენობებში ან ინდუსტრიულ ზონებში არსებული შემოქმედებითი სივრცეების განსავითარებლად, რაც იმაზეა დამოკიდებული, თუ **ვინ ქმნის და განავითარებს სივრცეს** (იხ. ცხრილი 2).

მიღგომა „ქვემოდან-ზემოთ“	მიღგომა „ზემოდან – ქვემოთ“	ჰიბრიდული მიღგომა
ეს შემოქმედებითი სივრცეების ინიცირება და განვითარება ხორციელდება ხელოვნების, კულტურის სპეციალისტებისა და/ან მოქალაქეების ფართო მოძრაობისა და ლობირების შედეგად. მათ ასევე უწოდებენ „ორგანულად განვითარებულ“ შემოქმედებით სივრცეებს.	ეს ის შემთხვევებია, როდესაც მუნიციპალიტეტი, მმართველი ორგანო ან ბიზნეს სექტორი იღებს გადაწყვეტილებას შემოქმედებითი სივრცის ინიცირებისა და ოპერირების შესახებ. მათ ასევე უწოდებენ „ინსტიტუციონალურად განვითარებულ“ შემოქმედებით სივრცეებს.	ამ შემოქმედებითი სივრცეების ინიცირება და განვითარება აერთიანებს „ქვემოდან-ზემოთ“ და „ზემოდან-ქვემოთ“ მიდგომებს.

ცხრილი 2: შემოქმედებითი სივრცეების ტიპები ინიციატორისა და განვითარებლის მიხედვით

შემოქმედებითი სივრცის მენეჯმენტის სტრუქტურას წარმოადგენს საბჭო, რომელიც უნდა აერთიანებდეს განსხვავებული, მაგრამ ერთმანეთთან დაკავშირებული კომპეტენციებით აღჭურვილ პირებს, როგორც ორგანიზაციის გარეთ, ისე შიგნით.

მენეჯმენტის სტრუქტურის დაგეგმვისას, ჩვენ უნდა დავაზუსტოთ:



შემოქმედებითი სივრცეებისა და შემოქმედებითი კლასტერების სასარგებლო ბმულები

ბანგკოკის შემოქმედებითი რაიონი,
ბანგკოკი, ტაილანდი:
<https://creativedistrictbangkok.com/>

შემოქმედებითი ცენტრი, ლიუბლიანა,
სლოვენია:
<https://czk.si/en>

Chicago Industry Commons, ჩიკაგო, აშშ:
<https://civiccommons.us/chicago/>

Coboi Lab – საზოგადოებრივ-სოციალური
ინოვაციების ლაბორატორია, ბარსელონა,
ესპანეთი, Spain:
www.coboilab.cat

შემოქმედებითი კარდიფი, კარდიფი,
გაერთიანებული სამეფო:
<https://www.creativecardiff.org.uk/>

ევროპის შემოქმედებითი
ჰაბების ქსელი, ევროპა:
<http://creativehubs.net/>

შემოქმედებითი ინდუსტრიის
კლასტერი, უნგრეთი:
<https://www.kreativpariklaszter.hu/>
(მხოლოდ უნგრულ ენაზე)

შემოქმედებითი ინდუსტრიების
კლასტერი, ვოევოდინა, სერბეთი:
<https://www.kvik.rs/home>
(სერბულ ენაზე)

შემოქმედებითი ინდუსტრიების
კლასტერი, გაერთიანებული სამეფო:
<https://creativeindustriesclusters.com/>

შემოქმედებითი კლასტერი-კომბინატი,
რიეკა, ხორვატია:
<https://kombinat.hr/>

CRU Cowork, პორტუ, პორტუგალია:
<https://cru-cowork.com>

ევროპის შემოქმედებითი ჰაბების ქსელი:
<http://creativehubs.net/>

FutureLab, ეინდჰოვენი, ნიდერლანდები:
<https://futurelab-eindhoven.nl/>
(მხოლოდ ჰოლანდიურ ენაზე)

GoDown Arts Centre, ნაირობი, კენია:
<https://www.thegodownartscentre.com/>

IDM Suedtirol, იტალია:
<https://www.idm-suedtirol.com/>

Impact HUB, პრაღა, ჩეხეთის
რესპუბლიკა:
<https://www.hubpraha.cz/en>

კაპანას შემოქმედებითი რაიონი,
პლოვდივი, ბულგარეთი:
<https://visitkapana.bg/en>

Kypseli Market and Traces of Commerce,
ათენი, საბერძნეთი:
<http://remakingthecity.urbact.eu/traces-of-commerce-athens-greece--66.case>

ლუქსემბურგის შემოქმედებითი
ინდუსტრიების კლასტერი:
<https://creativecluster.lu/>

MOB, ბარსელონა, ესპანეთი:
<https://mob-barcelona.com/>

MTNS MADE – შემოქმედებითი
ინდუსტრიების კლასტერი, ავსტრალია:
<https://mtnsmade.com.au/>

ჩრდილოეთ ამერიკის წამყვანი
შემოქმედებითი ინდუსტრიების
კლასტერი:
<https://blog.waterlooodc.ca/mapped-north-america-creative>

One North Cluster, სინგაპური:
<https://en.wikipedia.org/wiki/One-north>

Open Hub, პრაღა, ჩეხეთის რესპუბლიკა:
<http://prague.the-hub.net>

ტრანსილვანიის შემოქმედებითი
ინდუსტრიების კლასტერი, რუმინეთი:
<http://creativetransilvania.ro/en/>

მუნიციპალიტეტის როლი: უსმინეთ საზოგადოებას

მუნიციპალიტეტმა შუამავლის როლი უნდა შეასრულოს სივრცის მესაკუთრეებსა და დაინტერესებულ საზოგადოებრივ ჯგუფებს შორის კონსულტაციებისა და მოლაპარაკებების პროცესში – იმისდა მიუხედავად, შენობა კერძო მესაკუთრის ხელშია თუ სახელმწიფო საკუთრებაში. საზოგადოებასთან კონსულტაციები აუცილებელი პროცესია, მაშინაც კი, თუ ის ზოგჯერ ხანგრძლივ დროს საჭიროებს. ზოგჯერ თემის წევრებმა შეიძლება განსხვავებული მიდგომები მოითხოვონ და განსხვავებული იდეები წარმოადგინონ, ამიტომ მთელი პროცესი მოთმინებით და მედიაციის მეშვეობით უნდა წარიმართოს.

მაგალითი: SynAthina,⁶ ათენი, საბერძნეთი

ქალაქ ათენის ეს ინიციატივა 2013 წელს აღმოცენდა და გულისხმობდა ისეთი საერთო სივრცის შექმნას, რომელიც თავს უყრის და მხარს უჭერს ჯგუფურ ინიციატივებს რესურსების კოორდინაციის, თემის საჭიროებათა გაგებისა და ქალაქის ზოგიერთი ნაწილის გამოცოცხლების გზით. მუნიციპალიტეტს ჰქონდა შესაძლებლობა, გაეგო მოქალაქეთა საჭიროებები, სხვადასხვა იდეის ასატვირთად სპეციალურად შექმნილი ონლაინ პლატფორმის მეშვეობით. შედეგად, სივრცე ტრანსფორმირდა თვით-ორგანიზების სისტემის მეშვეობით. მოქალაქეებს შეუძლიათ, გამოიყენონ ის ნებისმიერი საჭიროებისთვის – შეხვედრების გასამართად, ჯგუფური აქტივობებისთვის, სადღესასწაულო ღონისძიებებისთვის და ა.შ.. პროცესი ღია დიალოგისა და მოქალაქეებსა და მუნიციპალიტეტს შორის წარმოშობილი ურთიერთნდობის საფუძველზე განვითარდა.

ათენის ინიციატივის შემდეგ, 4000-ზე მეტი ინიციატივა გნხორციელდა 400-ზე მეტი მოქალაქეთა ჯგუფისა და 150-ზე მეტი სპონსორის მიერ.

„Urban Commons“-ის კონცეფცია

საჯარო სივრცეებთან წვდომაზე მოქალაქეთა მოთხოვნა ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში გამუდმებით იზრდებოდა, რაც ბუნებრივი პროცესია მსოფლიოში მიმდინარე პრივატიზაციისა და საბაზრო პრინციპების დამკვიდრების გათვალისწინებით... პრივატიზაციის პროცესისას, საზოგადოების წვდომა საჯარო სივრცეებთან მცირდება, ვინაიდან პრიორიტეტი კერძო ინტერესებს ენიჭება. „Urban commons“ შესაძლებლობას აძლევს ურბანულ თემებს თავიანთი სიტყვა ეთქმოდეთ იმაში, თუ როგორ უნდა მოხდეს კონკრეტულ სფეროში რესურსების მართვა ხალხისა და საზოგადოების საკეთილდღეოდ. ეს ინიციატივა ფოკუსირებულია საჯარო სივრცეებზე, ურბანულ მიწებსა და ინფრასტრუქტურაზე და ითვალისწინებს მათ მართვას ადგილობრივი თემების მიერ. „Urban commons“ თავად ხალხის მიერ იმართება და არ ეფუძნება საბაზრო პრინციპებს, ან არ ექვემდებარება რეგულირებას ინსტიტუტების მიერ.

Urban commons შეიძლება მოიცავდეს: საცხოვრებელ სახლებს, საჯარო სივრცეებს, საზოგადოებრივ სამსახურებსა და ურბანულ ინფრასტრუქტურას. ტრადიციულად, ინიციატივა „Urban commons“ ეფუძნება თემთა უფლებებსა და კოლექტიური, ან მრავალმხრივი მმართველობის წესებს, რაც გულისხმობს იმას, რომ თემი წარმოადგენს არა აქტივების უბრალო მომხმარებელს, არამედ სახელმწიფო ორგანოებისა და სხვა მოთამაშეების (მაგ. სოციალური ინვესტორების, სამეცნიერო-კვლევითი დაწესებულებების, სამოქალაქო საზოგადოების ჯგუფების) პარტნიორს.

6 Synathina: <https://www.synathina.gr/en/>

„კიფსელის“ მუნიციპალური ბაზარი, ათენი, საბერძნეთი⁷

მენეჯმენტის მონაწილეობითი მოდელის დანერგვისა და „Urban commons“-ის აღდგენის შემდეგ, ათენის მუნიციპალიტეტის გადაწყვეტილებით, Impact Hub Athens-ს 2016 წელს აღდგენილი მუნიციპალური ბაზრის ხელახლა გახსნა დაევალა. მთავარ მიზანს წარმოადგენდა შენობის ხელახალი გამოყენება სოციალურად ყველაზე ხელსაყრელი ფორმით. ეს პროექტი უფრო დიდი გეგმის ნაწილია, რომლის მიზანია ქალაქის რესურსების ხელახალი ათვისება კულტურის, ინოვაციისა და შემოქმედებითი მენარმეობის ხელშეწყობისა და, ამავე დროს, ადგილობრივი თემის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით. Impact Hub-მა წარმოადგინა გეგმა, რომელიც ითვალისწინებს საქმიანობას სამ სფეროში:

- **Urban Labs: ურბანული განვითარების პროგრამები, რომლებიც ფოკუსირებულია სოციალურ ინოვაციებსა და სამეწარმეო საქმიანობაზე;**
- **Conscious Mall: ადგილობრივი ეკონომიკის გასაძლიერებლად გამიზნული ქმედებები, რომლებიც ფოკუსირებულია სამართლიან ვაჭრობასა და ინოვაციური მენარმეობის კულტურის განვითარებაზე;**
- **Culture Hive: კულტურული და საგანმანათლებლო საქმიანობა.**

კერძო მესაკუთრეთა მოტივირება

შემოქმედებითი სივრცის შექმნისას ყველაზე გავრცელებული დაბრკოლება მიწის და/ან შენობების საკუთრებასა და მათი გამოყენების კონტროლს უკავშირდება. როგორც წესი, შენობების მიტოვებული მესაკუთრეები ცდილობენ მაქსიმალური მოგების მიღებას სივრცის კომერციულ ობიექტებად (მაგ. გასაქირავებელი აპარტამენტები, რესტორნები, ყავახანები და სხვა) გარდაქმნის გზით. კერძო მესაკუთრესთან დადებული ნებისმიერი შეთანხმება, რომელიც შეეხება შენობის ნაწილის კულტურულ სივრცედ ან კლასტერად გარდაქმნას, ფოკუსირებული უნდა იყოს სოციალურ პასუხისმგებლობასა და სივრცის მდგრადობაზე, პროექტის კულტურულ და სოციალურ ღირებულებებზე, შემოქმედების უნარზე, რომელსაც შეუძლია მიიზიდოს საზოგადოებრივი ჯგუფები, მოქალაქეები და ტურისტები და გაზარდოს მესაკუთრის და/ან მისი კომპანიის საზოგადოებრივი როლი. ამგვარი მიდგომა გრძელვადიან შდეგებზეა გათვლილი და უფრო მეტი ირიბი სარგებელი მოაქვს მესაკუთრისთვის. მნიშვნელოვანია გამოინახოს მესაკუთრისა და შემოქმედებითი სივრცის ინიციატორთა ინტერესების გადაკვეთის წერტილი. პრობლემის გადაწყვეტის კიდევ ერთი გზაა ისეთი ბანკებისა და ფინანსური ინსტიტუტების მოძიება, რომლებიც უზრუნველყოფენ სოციალური და გარემოსდაცვითი გამოწვევების დაფინანსებას.

შემოქმედებითი სივრცის შექმნის მეთოდების გასაცნობად, იხილეთ ბრიტანეთის საბჭოს შემოქმედებითი ჰაბების ლიდერთა გზამკვლევის (2020), მე-3 ნაწილი⁸, ისეთ საკითხებთან დაკავშირებით, როგორებიცაა:

- **ცვლილების თეორია;**
- **შემოქმედების შეფასება;**
- **კანვას ბიზნეს მოდელის გამოყენება;**
- **დეტალური სამოქმედო გეგმის შემუშავება.**

⁷ ვებგვერდი: <https://athens.impacthub.net/kypseli-municipal-market/?lang=en>

⁸ წყარო: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/resources/creative-hub-leaders-toolkit>



ფაბრიკა თბილისი
ყოფილი სამკერვალო ფაბრიკა, თბილისი, საქართველო



7. ვარიანტები ბიზნეს/ფინანსური მოდელის შესაქმნელად

სახელმწიფოს მიერ სუბსიდირებული

პირველი ვარიანტი შეეხება შემოქმედებითი სივრცის შექმნას სახელმწიფო სახსრებით – ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოს (მუნიციპალიტეტი, მერია და სხვა), სამთავრობო უწყების (ერთი ან რამდენიმე სამინისტრო) ან ევროკავშირის დაფინანსებით. ამგვარი მიდგომა სტრატეგიულია იმ შემთხვევაში, თუ გადანაწილებების მიმღებმა ორგანომ შემოქმედებითი სივრცის განსავითარებლად გრძელვადიანი ბიუჯეტი დაამტკიცა. არსებობს ვარიანტი, რომ მესაკუთრე (სახელმწიფო) გაიმიჯნოს მენეჯმენტისგან (რომელსაც განახორციელებს არაკომერციული ორგანიზაცია, სახელმწიფო ტენდერის მოგების შემდეგ), რაც უზრუნველყოფს გრძელვადიან მდგრადობას.

მაგალითები: მხარდაჭერის პროგრამები:

Baltic Creative CIC

ლივერპული, გაერთიანებული სამეფო

Creative City Network of Canada

ოტავა, კანადა

Creative Estonia

ესტონეთი

Creative Industries Clusters Programme

გაერთიანებული სამეფო

Ontario, Creative Cluster

ონტარიო, კანადა

Schools Excellent Fund

შემოქმედებითი კლასტერები, ირლანდია

თვითდაფინანსებული

ბიზნეს მოდელის მეორე ვარიანტია, როდესაც შემოქმედებითი სივრცე ეფუძნება სხვადასხვა წყაროდან მიღებულ საკუთარ შემოსავლებს, კერძოდ, სანეწროდან და გამონერებიდან მიღებულ შემოსავლებს, გაწეული მომსახურებებისთვის (სემინარების ჩატარება, ინფორმაციის მიწოდება, მენტორობა, ქოუჩინგი და სხვა) გადახდილ საფასურს, ხელოვნებისა და შემოქმედებითი ადამიანების მიერ (სარეპეტიციო დარბაზების, ერთობლივი სამუშაო სივრცეების, არტ-ლაბორატორიებისა და სხვა ობიექტებისთვის) გადახდილ ქირას. ამ შემთხვევაში ქირავნობის გადასახადი ბაზარზე არსებულ გადასახადზე უფრო ნაკლებია.

ჰიბრიდული ვარიანტი

მესამე ვარიანტია გარე დაფინანსების წყაროებისა და საკუთარი შემოსავლების დაბალანსებული კომბინაცია. გარე დაფინანსების წყაროები განსხვავებულია: სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილი თანხები, ფონდები (ადგილობრივი, ეროვნული, საერთაშორისო), ევროკომისიის პროგრამები... სხვადასხვა მაგალითს შორისაა:

- FutureLab ეინდჰოვენში, რომელიც სარგებლობს 60% სახელმწიფო დაფინანსებითა და 40% საკუთარი შემოსავლებით;
- Creative hubs network⁹ რომელიც ევროპული დაფინანსებიდან თვითუზრუნველყოფის მოდელზე გადავიდა.

კორპორაციული მხარდაჭერა

ბიზნეს მოდელის მეოთხე ვარიანტი დაფუძნებულია კერძო ინვესტიციებზე. ამგვარი ინვესტიციების წყაროა კორპორაციები ან ფიზიკური პირები, სხვადასხვა ფორმით – მაგ. ბიზნეს კომპანიების კოალიცია ან ინვესტორი, რომელიც დებს კაპიტალს მომავალ ბიზნესში. კორპორაციული მხარდაჭერის წყაროს ყველაზე ხშირად წარმოადგენენ ბანკები, სადაზღვევო კომპანიები, უძრავი ქონების სააგენტოები ან სამშენებლო კომპანიები – იმ შემთხვევაში, თუ შემოქმედებითი კლასტერი დაკავშირებულია შენობის რეკონსტრუქციასთან (მაგალითს წარმოადგენს ვოლკსტრანტის შენობა ამსტერდამში). შემოქმედებითი იდეების აქსელერატორებს, რომლებიც მოქმედებენ როგორც კომერციული ორგანიზაციები, შემოქმედებითი მენარმეები უხდიან განვითარების საზღაურს, ხოლო ფიზიკური პირები (ინვესტორ-ანგელოზები და სხვები) ახორციელებენ ინვესტიციას სტარტაპების მომავალ განვითარებაში.

რა არის „სოციალური დაფინანსება?“

ეს ტერმინი აღნიშნავს ინსტრუმენტებსა და მეთოდებს, საზოგადოებრივი საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად, კერძო კაპიტალის მოძიებისა და მობილიზების მიზნით. ის აძლევს ინვესტორებს შესაძლებლობას, დააფინანსონ სამოქალაქო ჯგუფებზე ორიენტირებული სოციალური პროექტები, და ასევე, გაამარტივონ წვდომა დაფინანსების ახალ წყაროებთან. სოციალური ინვესტიციები:

- მოიცავს კაპიტალს, რომელსაც არა მხოლოდ ფინანსური სარგებელი, არამედ დადებითი საზოგადოებრივი ზემოქმედების მოხდენაც შეუძლია;
- შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა დამფინანსებლის მიერ, რომელთა შორისაა: ბანკები, სამთავრობო უწყებები, საპენსიო ფონდები, საკრედიტო კავშირები, ფონდები, საცალო ინვესტორები და სხვა;
- შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა ფინანსური ინსტრუმენტის გამოყენებით (მაგ. სავალო ინსტრუმენტები, სათემო ობლიგაციები, სოციალური ობლიგაციები და სხვა);
- შეიძლება დაეხმაროს შემოქმედებითი სივრცეებს დამატებითი თანხების მობილიზებაში;
- შეიძლება მოხმარდეს მოსახლეობის მოწყვლად ჯგუფებს (მაგ. რთულად მისადგომი დასახლებები, ქალები, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები, უმუშევრად დარჩენილი ახალგაზრდები და სხვა).

9 Creativehubs network-ის ვებგვერდი: <http://creativehubs.net/>

ქრაუდფანდინგი მსოფლიოში შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროექტების, მათ შორის, შემოქმედებითი სივრცეების მხარდაჭერის პოპულარული მეთოდი ხდება.¹⁰ ქრაუდფანდინგი გულისხმობს სხვადასხვა ოდენობის თანხის მოთხოვნას უცნობი ადამიანებისგან (როგორც წესი, ონლაინ) და ასრულებს შუამავლის როლს დონორებსა და ბენეფიციარებს შორის. 2019 წელს გლობალურად 6,445,080 ქრაუდფანდინგის კამპანია ჩატარდა, ამასთან, არსებული პროგნოზით, ქრაუდფანდინგის ბაზარი 2025 წლისთვის გასამმაგდება.¹¹

ახალი შემოქმედებითი იდეის ხორცშესხმას ფართო აუდიტორია სჭირდება და ეს ქრაუდფანდინგის პლატფორმის გამოსაყენებლად ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზეზია. თითოეულ პლატფორმას თავისი წესები აქვს, რომლებსაც იდეის განხორციელების დაწყებამდე კარგად უნდა გავაცნოთ. ამასთან, სხვადასხვა პლატფორმას განსხვავებული სტრუქტურა აქვს. ქრაუდფანდინგი შეიძლება დაფუძნებული იყოს დონაციებზე, სააქციო კაპიტალზე, დამფინანსებელთა მიერ სარგებლის მიღებაზე, სესხებაზე, მომხმარებლის შესწავლაზე და სხვა.

ქრაუდფანდინგთან დაკავშირებული რჩევები

- იფიქრეთ ქრაუდფანდინგის კამპანიის სტრატეგიაზე. რა ტიპის ქრაუდფანდინგს გამოიყენებთ? რომელ პლატფორმას და რა პირობებით? რა რესურსები გაგაჩნიათ ქრაუდფანდინგის დასაწყებად? რა ოდენობის თანხის მობილიზებას გეგმავთ და რა დროში?
- ქრაუდფანდინგის კამპანიის დაწყებამდე, შექმენით თქვენი სამიზნე აუდიტორია. მიეცით შემოქმედებით სივრცეს თავისი სახელწოდება და იზრუნეთ მისი საერთო იმიჯის პოპულარიზაციასა და ცნობადობაზე, იმისათვის, რომ როდესაც პროექტს ატვირთავთ მხარდაჭერის მოსაპოვებლად, თემებმა და ფართო საზოგადოებამ უკვე იცოდეს თქვენს შესახებ და მეტი მხარდაჭერა გამოიჩინონ.
- შეიმუშავეთ კამპანიის ჩატარების უნიკალური სტილი. გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება თქვენი პროექტის პრეზენტაციას: გახადეთ ის საინტერესო; ხაზი გაუსვით თქვენი დასახლებისა და საზოგადოების საჭიროებებს; გაუზიარეთ აუდიტორიას ის ღირებულება, რომელიც თქვენს პროექტს გააჩნია და ის ზემოქმედება, რომლის მოხდენაც გსურთ; შეეცადეთ, გახდეთ ცნობადი, ორგანიზაციული იდენტობის ყველა ელემენტის (მაგ. სლოგანი, ლოგო, მისიის შესახებ განაცხადი და სხვა) გამოყენებით.
- ჭკვიანურად გამოიყენეთ სოციალური მედია თქვენი ქრაუდფანდინგის კამპანიის პოპულარიზაციისთვის. შექმენით შთამბეჭდავი ვიდეო, რომელშიც გულწრფელად, საინტერესოდ, ოპტიმისტურად და პატიოსნად ისაუბრებთ თქვენი პროექტის საჭიროების შესახებ.

¹⁰ შენიშვნა: ქრაუდფანდინგი ემყარება შემოწირულობებს, მაშინ როდესაც საზოგადოებრივი დაფინანსება (crowdfunding) წარმოადგენს იმ კერძო პირების მიერ განხორციელებულ ინვესტიციას, რომელთაც აქვთ წილი/აქციები მომავალ კომპანიაში. პირველი ფილანთროპიის ეფუძნება, მეორე – ინვესტიციებს.

¹¹ წყარო: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/crowdfunding-market>

მაგალითები: ქრედიფანდინგის პლატფორმები

- BigIdea,¹² უკრაინა: თანხების მობილიზება სისტემური ცვლილებისა და ღია საზოგადოების მხარდამჭერი იდეების დასაფინანსებლად ისეთ სფეროებში, როგორიცაა: ლიტერატურა, მუსიკა, კვლევა, განათლება, ჯანდაცვა;
- CrowdCulture,¹³ შვედეთი: პროექტის შემქმნელებს შეუძლიათ თანხების მიზიდვა კერძო ინვესტორებისგან, ასევე სახელმწიფო ფონდებისგან;
- Goteo,¹⁴ ესპანეთი: წარმატებული პლატფორმა სოციალური ზემოქმედების მქონე პროექტების დასაწყებად და განსახორციელებლად. ფულადი შენატანების გარდა, თანამშრომლობა შესაძლებელია სამსახურების, მატერიალური რესურსების, ინფრასტრუქტურის უზრუნველყოფის ან პროექტების განსავითარებლად საჭირო სპეციფიკურ მიკრო დავალებებში მონაწილეობის გზით. Goteo-ს ასევე აქვს დაფინანსების უნიკალური მეთოდი, რომელიც ორ რაუნდად ხორციელდება. თითოეული რაუნდი 40 დღიანია.
- Ulule,¹⁵ საფრანგეთი: დაარსდა 2010 წელს, როგორც პირველი პლატფორმა, რომელსაც შეუძლია თანხების მობილიზება, მათ შორის, პროდუქტის/სერვისის წინასწარი გაყიდვით.
- Wemakeit,¹⁶ შვეიცარია: ყველაზე დიდი შვეიცარიული პლატფორმა შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის, რომელიც ხელს უწყობს დიზაინერული პროდუქტების გაყიდვას, აპლიკაციების განვითარებას, საგამომცემლო საქმიანობას, სტარტაპ კომპანიების, ასევე არაკომერციული ორგანიზაციების მხარდაჭერას.
- Ulej¹⁷ და Talaka,¹⁸ ბელარუსი: ქრედიფანდინგის პირველი პლატფორმა ქვეყანაში, რომელიც ორიენტირებულია თანხების მობილიზებაზე სოციალური კეთილდღეობისთვის.

არსებობს ასევე ინოვაციური ბიზნეს მოდელები შემოქმედებითი სივრცეების მხარდასაჭერად, რომელიც დაფუძნებულია შენობის კოლექტიურ საკუთრებაზე, სადაც მესაკუთრედ გამოდის **საბინაო მშენებლობის სოციალური სააგენტო**, რომელიც ახორციელებს დაგროვილი მოგების რეინვესტიციას, ქონების შემდგომი ათვისების მიზნით.

მაგალითი: მონაწილეობითი ბიუჯეტი

ეს კონცეფცია ეფუძნება მოქალაქეებისა და საზოგადოების პრიორიტეტებისა და ინიციატივების ასახვას, მათ გააზრებას, სინთეზირებასა და რეალობად გარდაქმნას.

რუმინეთის ქალაქ მანასტურში ეს პროცესი 2013 წელს დაიწყო – ქალაქის ყველაზე დიდ დასახლებაში საპილოტე პროექტის განხორციელების გზით. პროექტის მიზანს წარმოადგენდა ცხოვრების დონის გაუმჯობესება, რისთვისაც თემის წევრებს პირდაპირი მონაწილეობა უნდა მიეღოთ ადგილობრივი/ქალაქის ბიუჯეტიდან დასაფინანსებელი პროექტების განსაზღვრასა და პრიორიტეტიზაციაში. პირველი ონლაინ მონაწილეობითი ბიუჯეტი შემუშავდა 2017 წელს, შემდეგ – 2018 და 2019 წელს. წარდგენილი 663 პროექტიდან 45 განხორციელდა. მონაწილეობითი ბიუჯეტის ერთ-ერთ შედეგს წარმოადგენს კინოთეატრ დასიას რეაბილიტაციის პროექტი.¹⁹

¹² BigIdea-ის ვებგვერდი: <https://biggggidea.com/projects/>

¹³ CrowdCulture-ის ვებგვერდი: <https://crowdculture.se/en>

¹⁴ Goteo-ის ვებგვერდი: <http://en.goteo.org/>

¹⁵ Ulule-ის ვებგვერდი: <https://www.ulule.com/>

¹⁶ Wemarket-ის ვებგვერდი: <https://wemakeit.com/?locale=en>

¹⁷ Ulej-ის ვებგვერდი: <https://ulej.by/>

¹⁸ Talaka-ის ვებგვერდი: <https://www.talaka.org/projects/filter?type=3>

¹⁹ იხილეთ: კინოთეატრი დასია: <https://www.actorsofurbanchange.org/projects/cinema-dacia/>

მანასტურის შემდეგ, მონაწილეობითი ბიუჯეტი საუკეთესო პრაქტიკის ნაწილად იქცა რუმინეთის ბევრ ქალაქში, მათ შორის, სიბიუსა და ორადეაში.

- **წარმოსახვისა და ინოვაციის სამოქალაქო ცენტრი (CIIIIC)** ქ. ნაპოკაში²⁰ ის ადგილია, სადაც ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები, მოქალაქეები და სპეციალისტები იკრიბებიან, და იმ გამოწვევებზე მსჯელობენ, რომელთა წინაშეც ისინი ქალაქის ტრანსფორმაციის პროცესში დგებიან. ადგილობრივი თემის ჩართულობით გამოწვევების დაძლევის პროცესი ბევრი ახალი იდეისა და ინოვაციური პროექტის შემუშავებით დასრულდა.
- **სომეშულის გადასხვაფერება**²¹ – რუმინეთის ერთ-ერთი ყველაზე გახმაურებული პროექტი ქ. კლუში მდინარე სომეშულის სანაპიროს ტრანსფორმაციას ისახავდა მიზნად. პროექტი იწვევდა პარტნიორებს, არქიტექტორებს, ურბანული განვითარების სპეციალისტებს და სხვა შემოქმედებით ადამიანებს ქალაქის ცენტრალური ნაწილის განახლების სტრატეგიების განსახილველად.

მაგალითი: სოციალური მეწარმეობის მოდელი

ლატვიის დედაქალაქ რიგაში განვითარდა სოციალური მეწარმეობის ჰიბრიდული მოდელი, რომლის მიხედვითაც, შემოქმედებით სივრცეში განხორციელებული ზოგიერთი ინიციატივა კომერციულია, ზოგიც – არაკომერციული, მათ შორის, კულტურაზე ორიენტირებული ინიციატივები. ე.წ. „კონტრაქტი საზოგადოებრივი კეთილდღეობისა და სარგებლობისთვის“, შესაძლებლობას აძლევს ადამიანებს, მონაწილეობა მიიღონ სივრცის მართვაში და მოხალისეობრივ საწყისებზე განახორციელონ სხვადასხვა აქტივობა და პროექტი, როგორც არაფულადი კონტრიბუცია. ბიუჯეტის მეორე ნაწილი თანადაფინანსებაზეა დაფუძნებული – სივრცის მომხმარებლები (მაცხოვრებლები) არ იხდიან ქირას, სამაგიეროდ ისინი სივრცის თანადაფინანსებლები არიან. თანადაფინანსების მოტივი არის ის, რომ ქირა განიხილება როგორც შემოსავალი, ხოლო ქვეყანაში მოქმედ არაკომერციულ ორგანიზაციებს უფლება არ აქვთ, შემოსავალი საკუთარი საქმიანობიდან მიიღონ. ამ გზით, მაცხოვრებლები მხარს უჭერენ სოციალური მხარდაჭერის ორგანიზაციებს. ეს საექსპლუატაციო ხარჯების დაფარვის შესაძლებლობას აძლევს იმ არაკომერციულ ორგანიზაციებს, რომლებიც სივრცეს მართავენ.

- მომხმარებელთა ვალდებულებები მოიცავს შემდეგს: დაბალბიუჯეტური დროებითი კონტრაქტები, სივრცის ადაპტირება მათ საჭიროებებთან, თემის საქმიანობაში ჩართულობა, სოციალური და კულტურული აქტივობებისთვის დროის დათმობა;
- ოპერატორის (არასამთავრობო ორგანიზაციის) ვალდებულებები მოიცავს შემდეგს: შენობის განახლება და მართვა, თემის კოორდინაცია და მომხმარებელთა ინიციატივების მხარდაჭერა.

20 წყარო: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/conferences/udn_osijek/06_cimpean.pdf

21 წყარო: <http://www.archtalent.com/projects/rethinking-somes>

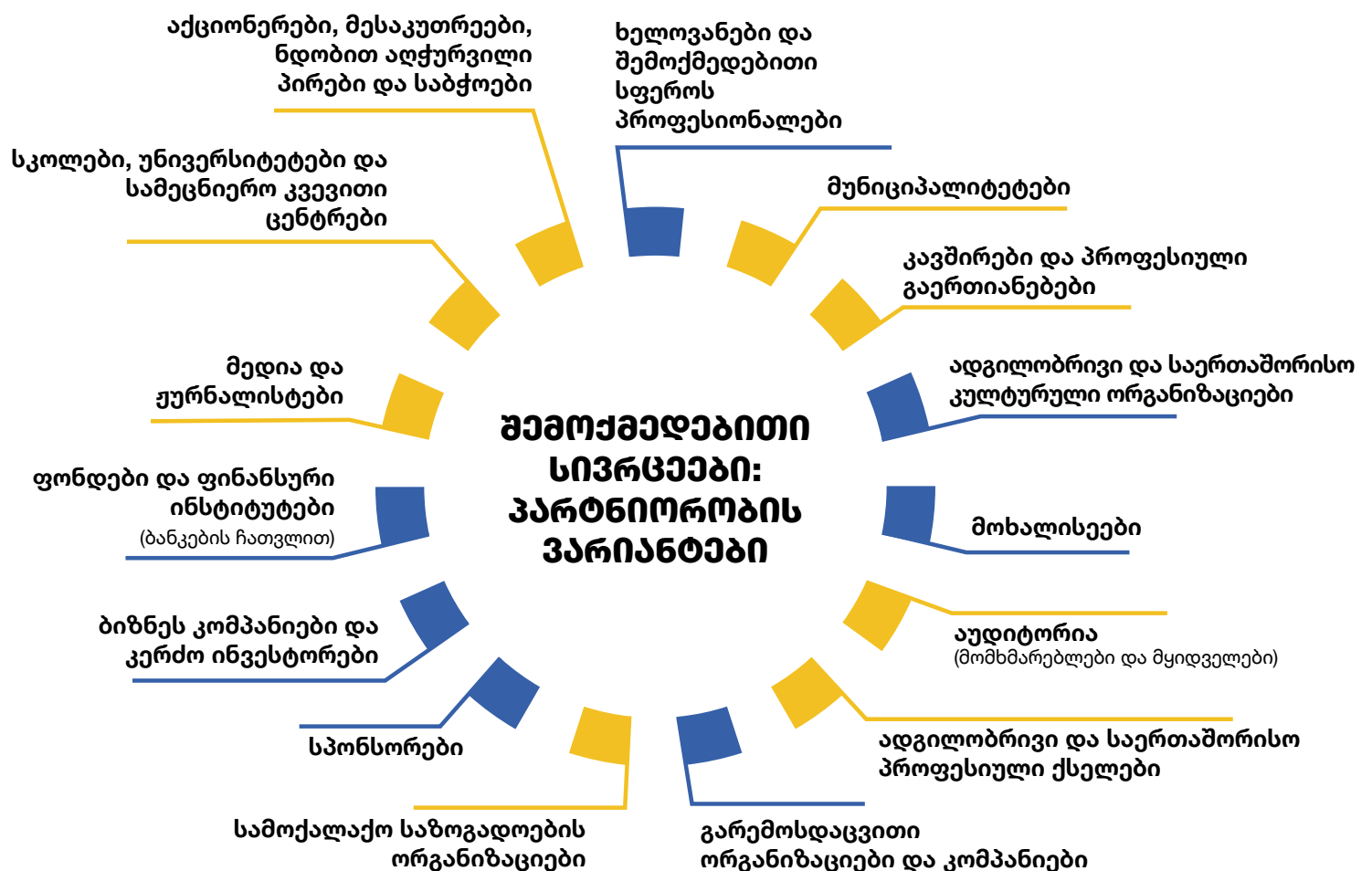




თანამედროვე ხელოვნების ცენტრი - თბილისი
თბილისში სადგურის ყოფილი მეორე სართული, თბილისი, საქართველო

8. კავშირების დამყარება და პარტნიორობი

პარტნიორობისა და თანამშრომლობის მთავარი იდეა მდგომარეობს რესურსების, ცოდნისა და გამოცდილების გაერთიანებაში, უფრო მნიშვნელოვანი შედეგების მისაღწევად შემოქმედებითი სივრცის შექმნისა და მართვის მიმართულებით. პარტნიორობებმა შეიძლება ასევე ხელი შეუწყოს ფულადი სახსრების მობილიზებისა და მარკეტინგული კამპანიების წარმატებით ჩატარებას. პარტნიორობა შეიძლება აღმოცენდეს შემოქმედებითი წარმოების სფეროში ან შემოქმედებითი სივრცის განვითარების სხვა სფეროებში. უფრო ხშირად ის ყალიბდება სექტორებს შორის – მაგალითად ხელოვნებისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორებს შორის, ან კულტურის მიღმა არსებულ სხვა სექტორებთან, როგორცაა: ტურიზმი, საინფორმაციო ტექნოლოგიები, გარემო, ჯანდაცვა და სხვა. როგორც წესი, შემოქმედებითი სივრცეების მენეჯმენტი და ოპერირება ეფუძნება ადგილობრივ და საერთაშორისო დაინტერესებულ მხარეთა და დამფინანსებელთა ერთიანობას. პარტნიორთა მნიშვნელოვან ჯგუფს ქმნიან სტეიკჰოლდერები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ურბანული განახლების ინიციატივებითა და პროექტებით. სურათზე 5 წარმოდგენილია შესაძლო პარტნიორული კავშირები თქვენი შემოქმედებითი სივრცისთვის.



სურათი 5: პარტნიორული კავშირები შემოქმედებითი სივრცისთვის

თქვენი შემოქმედებითი სივრცისთვის პარტნიორული მოდელის არჩევისას, შეეცადეთ უპასუხოთ შემდეგ შეკითხვებს:

➤ რა საერთო მიზნები გამოძრავებთ თქვენ და თქვენს პოტენციურ პარტნიორებს?

➤ როგორია თქვენი პოტენციური პარტნიორების სამართლებრივი სტატუსი, რეპუტაცია, საზოგადოებრივი იმიჯი და ფინანსური მდგომარეობა?

➤ რამდენად შეესაბამება და თავსებადია თქვენი კომპეტენცია თითოეული თქვენი პოტენციური პარტნიორის კომპეტენციასთან?

➤ რომელია თქვენი პოტენციური პარტნიორების სამიზნე ჯგუფები, აუდიტორია, მომხმარებლები და კლიენტები და რამდენად შეესაბამებათ ისინი თქვენსას?

მაგალითი: ქსელი ცარიელი სივრცეების ხელმეორედ გამოყენებისთვის

REFILL წარმოადგენს ევროპის პარტნიორი ქალაქების (ამერსფორტი, ათენი, კლუვი, გენტი, ჰელსინკი, ნანტი, ოსტრავა, პოზნანი და რიგა) ქსელს. მისი მიზანია „დროებითი სარგებლობის“ სხვადასხვა, მათ შორის – საკანონმდებლო, ფინანსური, საკომუნიკაციო და სხვა ინსტრუმენტებით, ასევე, შესაბამისი პლატფორმებითა თუ ხელშეწყობი ორგანიზაციებით აღჭურვილი ქალაქების გაერთიანება²². ქსელი REFILL URBACT ფოკუსირებულია ყველა ახლადადმოცენებული სოციალური, კულტურული ან ბიზნეს იდეის გამოყენებასა და განხორციელებაზე, რათა შესაძლებელი გახდეს ამ იდეების მრავალმხრივი სარგებლობის სრულად გამოვლენა და რეალიზაცია ქალაქის გარდაქმნის მიზნით. REFILL პროექტის მნიშვნელობა მდგომარეობს იმაში, რომ ჩამოყალიბდეს ძლიერი კავშირი ქალაქის ადმინისტრაციას, არა-კომერციულ ორგანიზაციებს, ღონისძიების ორგანიზატორებსა და ურბანული სივრცეების მომხმარებლებს შორის.

ამ ქსელმა დანერგა ქვემოდან-ზემოთ მიმართული, ერთობლივი შემოქმედებითი მიდგომა ურბანულ კონტექსტში არსებული სოციალური გამოწვევების დასაძლევად. ქალაქები ხშირად განიხილება როგორც ლაბორატორია, ხოლო მთავრობები უკვე აღარ წარმოადგენენ ერთადერთ აქტორებს ქალაქების წინაშე მდგარი რთული გამოწვევების აღმოფხვრის კუთხით. აქედან გამომდინარე, დროებითი სარგებლობა წარმოადგენს მძლავრ ინსტრუმენტს ჩვენი ქალაქების მომავალთან ადაპტირებისთვის. ვინაიდან დროებითი სარგებლობის კონცეფცია დაკავშირებულია ბევრ სხვა ურბანულ დინამიკასთან, ის ქმნის საჭირო გარემოს სოციალური ინოვაციის განვითარებისთვის, ადგილობრივი მხარდაჭერის ინსტრუმენტების გაცვლისა და შეფასების გზით, რაც უზრუნველყოფს დროებითი სარგებლობის გრძელვადიანი შედეგების დადგომას და ქმნის უფრო მოქნილ, თანამშრომლობაზე დაფუძნებულ სახელმწიფო ადმინისტრაციას.²³

²² წყარო: <https://refillthecity.files.wordpress.com/2018/03/refill-final-publication.pdf>

²³ წყარო: <https://urbact.eu/Refill>

TES CLUB - დამის კლუბი
თბოელექტრო სადგურის ყოფილი ტერიტორია, თბილისი, საქართველო





9. დასკვნა: შემოქმედაბითი სივრცეების ინიცირებისა და მართვის პრაქტიკაზე დაფუძნებული რჩევები

ზოგადი

- შემოქმედებითი სივრცის ინიცირებამდე და ორგანიზებამდე, განსაზღვრეთ ქვეყნის, რეგიონის, ქალაქის, რაიონის კონკურენტული უპირატესობა – ძლიერი მხარეები, უნიკალურობა და უხილავი რესურსები;
- შემოქმედებითი სივრცის შექმნისას, ყურადღება მიაქციეთ იმ ფაქტს, რომ ეკონომიკური და სოციალური მიზნები წინასწარ იყოს დაბალანსებული და ზედმინევნიტ იყოს განერილი;
- მჭიდროდ ითანამშრომლეთ სამოქალაქო მოძრაობებთან და შექმენით ის, რაც პირველ რიგში, ადგილობრივი საზოგადოებისა და მოქალაქეების ინტერესებს მოემსახურება;
- შეინარჩუნეთ სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეზე ორიენტირებული მიდგომა – იფიქრეთ იმაზე, თუ როგორ უნდა წარუდგინოთ შემოქმედებითი სივრცე ადამიანთა სხვადასხვა ჯგუფსა და ორგანიზაციებს;
- იპოვეთ შემოქმედებითი სივრცის შექმნის პროცესში ჩართულ მხარეთა საერთო ინტერესი. ყოველ მათგანს დაუთმეთ თანაბარი ყურადღება და აქვე, გაითვალისწინეთ სივრცის შექმნის პროცესში მათი ჩართვის მამოტივირებული ფაქტორები და კონკრეტული საჭიროებები;
- მედიასთან, პოლიტიკოსებთან და გადანყვეტილების მიმღებ პირებთან, თქვენი შემოქმედებითი სივრცის მიზნებისა და პროგრამების განხილვისას, ისაუბრეთ გასაგები ენით;
- იმუშავეთ მუნიციპალიტეტთან „შემოქმედებითი კვარტლების/რაიონების“ თანდათან განვითარების სტრატეგიულ პერსპექტივაზე – მასშტაბურ პროექტებზე, რომლებიც მთლიანი რაიონის, და არა მხოლოდ ერთი ცალკეული შენობის, განვითარებაზეა ორიენტირებული;
- შეაფასეთ/გამოიკვლიეთ ცენტრალური ხელისუფლების და/თუ მუნიციპალიტეტის ბალანსზე არსებული ქონება/ნაგებობები. აღნიშნულის გათვალისწინებით, მუდმივად ისაუბრეთ იმაზე, რომ ზემოხსენებული ობიექტების შემოქმედებით სივრცეებად გარდაქმნის დაყოვნება, ნიჭისა და შემოქმედებითი ენერგიის ფუჭად ხარჯვა იქნებოდა;
- შემოქმედებითი სივრცის განვითარების ადრეულ ეტაპზევე, სახელმწიფო და კერძო სექტორის მხარდაჭერის მოსაპოვებლად, გამოიყენეთ არასტანდარტული აზროვნება და დაგეგმეთ მრავალფეროვანი ღონისძიებები;

- ხშირად შეახსენეთ საკუთარ თავს თქვენი შემოქმედებითი სივრცის ხედვა და მისია, და დაეყრდენით მათ, შემოქმედებითი სივრცის ორგანიზებისას;
- შემოქმედებით სივრცეებზე მუშაობისას, გამოიყენეთ შემდეგი პრინციპი – გამოიგონეთ ახალი, თან, შეინარჩუნეთ უკვე არსებული და დააფასეთ ის, რაც უკვე შეიქმნა – დაიცავით ბალანსი;
- მუდმივად ადევნეთ თვალყური არსებულ ტენდენციებს, რეგულარული კვლევის ჩატარებისა და სექტორების მიმოხილვის გზით, რათა იცოდეთ, როგორ იცვლება გარემო;
- შემოქმედებითი სივრცის შექმნა ჰგავს „მარათონს“. ზოგჯერ შედეგების მიღწევას 20-30 წელი სჭირდება – ასე რომ, მთავარია მოთმინება და შეუპოვრობა.

ოპერაციული საკითხები:

- შემოქმედებითი სივრცის შესაქმნელად ერთი საერთო რეცეპტი არ არსებობს – ყველაფერი დამოკიდებულია ქვეყანასა და რეგიონზე, ასევე უამრავ ფაქტორზე, რომელიც შემოქმედებითი სივრცის ოპერაციულ და ფინანსურ მოდელთან ერთად, მის მასშტაბსა და აქტივობებსაც განსაზღვრავს;
- თქვენი შემოქმედებითი სივრცის მართვისას, ყოველთვის მიაქციეთ ყურადღება თავად ფიზიკური სივრცის ღირებულებისა და მიმზიდველობის ზრდას – ეს არის მომავალში ჩადებული ინვესტიცია და ძალიან მნიშვნელოვანია;
- შემოქმედებითი სივრცის ჩამოყალიბებისას, მნიშვნელოვანია შეიქმნას სწორად შერჩეული ადამიანებისგან დაკომპლექტებული გუნდი. პრობლემას შეიძლება წარმოადგენდეს აღნიშნული სივრცეების სამართავად გამოყოფილი სპეციალისტების არასაკმარისი რაოდენობა. შემოქმედებითი სივრცის ჩამოყალიბებისთანავე, უზრუნველყავით ფართო მონაწილეობა და გახადეთ ის ინკლუზიური.
- „იზროვნეთ მასშტაბურად“, მაგრამ, ამავე დროს, გაითვალისწინეთ დეტალები, მიმდინარე ოპერაციები, ლოჯისტიკა და მოემზადეთ შემდგომი ნაბიჯების გადასადგმელად.
- გაითვალისწინეთ, რომ შემოქმედებითი სივრცე უნდა ემყარებოდეს ადგილობრივ საჭიროებებს და ამავდროულად, საერთაშორისო მხარდაჭერასაც იღებდეს.
- თითოეული ოპერაციის განხორციელებისას, გახსოვდეთ საზოგადოებრივი სარგებელი. შემოქმედებითი სივრცეები მჭიდროდაა დაკავშირებული სოციალურ სამეწარმეო საქმიანობასთან.
- შექმენით სტრატეგიული ალიანსები უნივერსიტეტებთან, სამთავრობო უწყებებთან და ბიზნესებთან. შემოქმედებითი სივრცის განვითარებისას, ეს თანამშრომლობა სანაყის პუნქტად უნდა იქცეს.

ფინანსური საკითხები და ბიზნეს მოდელები

- ფილანთროპიის მარეგულირებელი კანონმდებლობა, ქვეყანაში მნიშვნელოვან საფუძველს ქმნის შემოქმედებითი სივრცეების განვითარებისთვის, რადგან, ის როგორც ფიზიკურ პირებს, ისე ბიზნეს კომპანიებს, ინვესტირებისთვის ფინანსურ სტიმულს აძლევს;²⁴
- შემოქმედებითი სივრცის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია დახმარების განსხვავებულ ინსტრუმენტთა გამოყენების ლობირება და მხარდაჭერა, რადგანაც, ლობირება პირველი ნაბიჯია კულტურის სექტორის გაძლიერებაზე ორიენტირებული დამოუკიდებელი სივრცეების ჩამოყალიბების პროცესში.
- ადვოკატირების მიმართულებით გაწეული ძალისხმევა უნდა დაეფუძნოს სიღრმისეულ კვლევას, ხელოვანებისა და სოციალების წინაშე არსებულ საჭიროებებს, ქალაქში მიტოვებული შენობების ადგილმდებარეობასა და მათი საკუთრების სტატუსს;
- შემოქმედებითი სივრცეების შექმნა შესაძლებელია გახდეს ზოგიერთი ქვეყნის კოვიდ19-ის შემდგომი ეკონომიკური აღდგენის ეროვნული გეგმების შემადგენელი ნაწილი. სახელმწიფო დაფინანსება ყოველთვის მნიშვნელოვანია. იქიდან გამომდინარე, რომ შემოქმედებითი სივრცეების შექმნა ექსპერიმენტების სფეროს განეკუთვნება, საჭიროა დაფინანსება ემსახურებოდეს არამხოლოდ კონკრეტული საბოლოო შედეგის მიღებას, არამედ ამ შედეგამდე მისასვლელ პროცესსაც.
- მნიშვნელოვანია, რომ კულტურის გარდა სხვა წამყვანი სამინისტროებიც ჩაერთონ შემოქმედებითი სივრცეების მხარდაჭერაში (მაგ. ეკონომიკის, ინფრასტრუქტურის, ტურიზმის, რეგიონული განვითარების, შრომისა და სოციალურ საქმეთა და სხვ.).
- შემოქმედებითი სივრცის ფინანსური მდგრადობის უზრუნველსაყოფად, საჭიროა როგორც ცენტრალური, ისე მუნიციპალური ხელისუფლების ორგანოების მხარდაჭერის მოზილიზება.
- როდესაც შემოქმედებითი სივრცის შექმნასა და მართვაში ჩართულია ბიზნესკომპანია, საჭიროა მუშაობა ბიზნეს სექტორის სხვა წარმომადგენლების წახალისებისა და აღნიშნულ პროცესში ჩართვის მიმართულებით.

²⁴ შენიშვნა: დეტალური ინფორმაციისთვის, გაეცანით შემუშავებულ პროგრამულ დოკუმენტს, რომელიც წინამდებარე დოკუმენტის შემადგენელი ნაწილია.



Magnolia Film Lab
ფაბრიკა თბილისი, ყოფილი სამკერვალო ფაბრიკა, თბილისი, საქართველო



პროკოპიანა - სახელოვნებო ინსტიტუტი
სტამბა D ბლოკი, ყოფილი სტამბის შენობა, თბილისი, საქართველო

თანამედროვე ხელოვნების ცენტრი - თბილისი
თბილისში სადგურის ყოფილი ტერიტორია, თბილისი, საქართველო



Bravo ხელოვნების აკადემია
რუსთავი, საქართველო



ბიბლიოგრაფია

შემოქმედებითი კლასტერები და ქალაქის ზრდა. ჟურნალი შემოქმედებითი ინდუსტრიები, ტომი 1, No:1

Baltic Creative CIC: წლიური ანგარიში 2019: <https://www.baltic-creative.com/wp-content/uploads/2019/11/BALTIC-CREATIVE-Master-version-for-web-compressed-2-10-year-Report-210-x-210-1.pdf>

BOP Consulting (2017). შემოქმედებითი ინდუსტრიები: გზამკვლევი ქალაქებისა და რეგიონებისთვის, შემოქმედებითი ინდუსტრიების საბჭო, გაერთიანებული სამეფო: http://bop.co.uk/assets/others/170904_cic_report_digital.pdf

BOP Consulting (2010) შემოქმედებითი ინდუსტრიების გამოვლენა: გზამკვლევი, ბრიტანეთის შემოქმედებითი და კულტურული ეკონომიკის სერია, ტომი 2: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf

ბრიჯი, ქრისტოფერ & ჯენინგსი, კრის (2021). აპირებთ ახალი ღია სივრცის შექმნას თქვენს დასახლებაში? მაშინ 5 ფაქტორი გაითვალისწინეთ: <https://www.stantec.com/en/ideas/content/blog/2021/developing-a-new-open-space-in-your-downtown-community-5-key-ideas-to-consider>

ჩაპინ, კ., კუკი პ., დე პროპრის ლ., მაკნილ, ს. და მატეოს-გარსია, ჯ. (2010). შემოქმედებითი კლასტერები და ინოვაცია. შემოქმედების ასახვა რუკაზე. ლონდონი: NESTA.

ჩულენბაათარ, ენჰო (2014). კლასტერისა და სოციალური კაპიტალის როლი კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაში, Procedia – სოციალური და ბიზავიორალური მეცნიერებები, ტომი 109, გვ. 552-557.

კუკი პ. და ლაცარეტი ლ. (2008) შემოქმედებითი ქალაქები, კულტურული კლასტერები და ადგილობრივი ეკონომიკური განვითარება. ედვარდ ელგარი, ჩელტენჰამი.

შემოქმედებითი ჰაბების ლიდერთა გზამკვლევი (2020). ბრიტანეთის საბჭო: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/resources/creative-hub-leaders-toolkit/>

შემოქმედებითი ეკონომიკის გუნდი, კარდიფის უნივერსიტეტი (2020). შემოქმედებითი ჰაბები – შესაძლებლობები და გამოწვევები კულტურათმშორის დიალოგისთვის – https://connectforcreativity.eu/wp-content/uploads/2020/01/200107_Report_EN_Digital.pdf

დელენბაუ-ლოსი, მერი (2017). რა განასხვავებს ურბან კომონსს სხვა კომონსებისგან, ურბანული პოლიტიკა: <https://urban-policy.com/2017/09/18/what-makes-urban-commons-different/>

დე ტულიო, მარია ფრანჩესკა (2020). ოცნებასა და რეალობას შორის, შემოქმედებითი ინდუსტრია კოშიცე.

დეუსბერი, ნენსი & მური, კეთრინი (2009). შემოქმედებითი სივრცეები, In Y.R. Isar & H.K. Anheier (Eds.), კულტურული გამოხატვა, შემოქმედებითობა და ინოვაცია. კულტურები და გლობალიზაციის სერიები, ტომი 3. ლონდონი: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.6844&rep=rep1&type=pdf>

ევროპის კულტურის ფონდი (2021) პოლიტიკის ანალიზი, პოლიტიკასთან დაკავშირებული რეკომენდაციები, შემოქმედებითი ინდუსტრია კოშიცე: https://culturalfoundation.eu/wp-content/uploads/2021/03/policy-final_3-2-ok.pdf

ევანს, გრემი (2009). კულტურული კვარტლებიდან შემოქმედებით კლასტერებამდე – შემოქმედებითი სივრცეები ახალი ქალაქის ეკონომიკაში, სტოქჰოლმი: ურბანული ისტორიის ინსტიტუტი: <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/6475/2/Cultural%20quarters%20&%20urban%20regeneration-evans.pdf>

როგორ ქმნის ოთხი ქალაქი სიცოცხლით სავსე თემებს შემოქმედებითი ქალაქმონების ინსტრუმენტების მეშვეობით (2021): <https://dailyyonder.com/how-four-rural-towns-are-building-vibrant-communities-through-the-tools-of-creative-placemaking/2021/04/14/>

კომოროვსკი, მარლენ & პიკონე, იკე (2020) შემოქმედებითი კლასტერის განვითარება. მმართველობა, ქალაქმონება და მეწარმეობა. როტლჯი.

მანიკემ, ანუ & ბერკელ, კარელი (2014). კლასტერები და გზები მათ ასამოქმედებლად: კლასტერის სტრატეგიის გზამკვლევი, გამოყენებითი მეცნიერების ჰანზეს უნივერსიტეტი.

ტურიზმისა და კულტურის სამინისტრო, ონტარიო (2010). ონტარიოს გართობა-დასვენებისა და შემოქმედებითი კლასტერი. ზრდის ჩარჩო პროგრამა:

http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/Creative_Cluster_Report.pdf

ხელოვნების ეროვნული ფონდი (2012). როგორ მუშაობს ხელოვნება. კონგრესის ბიბლიოთეკა:

https://www.arts.gov/sites/default/files/How-Art-Works_0.pdf

NESTA ასახელებს ისტბორნს როგორც შემოქმედებით კლასტერს (აგვისტო, 2018):

<https://techresorteb.com/nesta-names-eastbourne-as-a-creative-cluster/>

NESTA (2010) შემოქმედებითი კლასტერები და ინოვაცია. შემოქმედებითი კლასტერების რუკის შედგენა: https://media.nesta.org.uk/documents/creative_clusters_and_innovation.pdf

ონტარიოს გართობა-დასვენებისა და შემოქმედებითი კლასტერი. ზრდის ჩარჩო პროგრამა (2010). ტურიზმისა და კულტურის სამინისტრო, ონტარიო, კანადა:

<http://ckbc.ca/wp-content/uploads/2015/03/Ontario-Entertainment-Creative-Cluster.pdf>

REFILL/URBACT (2017). დროებითი სარგებლობის ინსტრუმენტის გაცნობა, ევროპის რეგიონული განვითარების ფონდი, ევროკავშირი:

<https://refillthecity.files.wordpress.com/2018/03/refill-final-publication.pdf>

REFILL Matchmakers (2019): <https://urbact.eu/refill-match-makers>

შემოქმედებითი კლასტერების ხელახალი გააზრება (2021), კულტურული ქალაქმონყოლა:

<https://culturalplacemaking.com/2021/02/09/rethinking-creative-clusters/>

რობიგლიო, მატეო (2016). ადაპტირებული მეორე ცხოვრება – როგორ შეიძლება ქალაქის ინდუსტრიული მემკვიდრეობის ინოვაციებისა და ზრდის ინფრასტრუქტურად გარდაქმნა, ამერიკის შეერთებული შტატების გერმანიის მარშალის ფონდი:

<https://www.gmfus.org/publications/adaptive-reuse-toolkit-how-cities-can-turn-their-industrial-legacy-%E2%80%A8into-infrastructure>

რიჩარდს, გრეგი (2020). შემოქმედებითი ადგილების დაპროექტება: შემოქმედებითი ტურიზმის როლი, ტურისტული კვლევის ქრონიკები, ტომი 85:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669>

სივრცითი რეკლუცია: მდგრადი მიდგომა ურბანული და რეგიონული განვითარების მიმართ – <http://beyond.roomshotels.com/2019/12/20/spatial-revolution-sustainable-approach-to-urban-and-regional-development/>

URBACT-ის ალტერნატიული სტრატეგიები შენობების აქტივაციის მიზნით –

<https://urbact.eu/you-want-reactivate-vacant-buildings-your-city-start-%E2%80%98alternative-building-activation-unit%E2%80%999>

CAP-ის ანგარიში: კულტურული სივრცის შექმნის, აქტივაციისა და შენარჩუნების 30 იდეა (2017), სიეტლი: <https://www.seattle.gov/Documents/Departments/Arts/Downloads/Space/CULTURAL%20SPACE%20REPORT.pdf>

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასტერების პროგრამა: The Story So Far, ხელოვნებისა და ჰუმანიტარული მეცნიერებების სფეროში კვლევების საბჭო:

Creative Industries Clusters Programme

იუნესკო/მსოფლიო ბანკი (2021). ქალაქები, კულტურა, შემოქმედებითობა. კულტურისა და შემოქმედებითობის გამოყენება მდგრადი ურბანული განვითარებისა და ინკლუზიური ზრდისთვის:

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35621>

URBACT-ის შემოქმედებითობაზე დაფუძნებული სტრატეგიები მცირე და საშუალო ზომის ქალაქებში: სახელმძღვანელო პრინციპები ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებისთვის (2011):

https://urbact.eu/sites/default/files/import/Projects/Creative_Clusters/documents_media/URBACTCreativeClusters_TAP_INTELI_Final_01.pdf



შემოქმედაბითი
საქართველო

გზამკვლევის ავტორები:
ლიდია ვარბანოვა, ნიკოლოზ ნადირაშვილი

პროექტის ხელმძღვანელები:
ვატო ურუშაძე, ელენე თოიძე

გზამკვლევის ინგლისური ვერსიის რედაქტორი:
ჯესი ვოგლერი

ტექსტის კორექტურა:
ლილი მებრეველი, ირმა ჩხეიძე

გრაფიკული დიზაინი:
ნატალია ღლონტი, ნატა ყიფიანი

ფოტოგრაფი:
სანდრო სულაბერიძე

ეს პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე
სრულად პასუხისმგებელია შემოქმედებითი საქართველო და შესაძლოა,
რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.