

Тема проекта: Итоговый проект, включающий картирование (мэппинг) с описанием выводов и обоснованных предложений к управлению креативными индустриями

Объект: Курс майнора «Новые технологии в управлении культурой: от локальной цифровизации к "умному городу"»

Преподаватель: канд.ист.наук, доцент И.А. Сизова

Выбор технологий итогового проекта: итоговый проект в данном курсе майнора является комплексным продуктом, включающим несколько компонентов:

- 1) сбор и анализ данных в рамках задания;
- 2) представление геоданных на карте (свободно распространяемое ПО);
- 3) сопровождение карты текстовым файлом с описанием результатов анализа и предложениями новых подходов к управлению креативными индустриями.

Объединяет эти пункты формат проектной деятельности и командная работа. Таким образом, карта – это только часть итогового проекта. Без предварительных сбора и анализа данных и сопутствующей информации, выполненных командой, итогового проекта не получится. В итоге, можно отметить, что инновационность такого итогового проекта заключается как раз в комплексном подходе, совмещающем и знакомство с новыми программными инструментами для разработки проекта, с учетом работы в команде, и более глубокое знакомство с разнообразными городами нашей большой страны.

Обусловленность выбора таких технологий: студенты майнора учатся на разных факультетах. На первых занятиях мы выясняем их основную образовательную программу и имеющийся бэкграунд, в т.ч. в сфере применения картографических программ. Как показывает опрос, только около 10–12 % студентов владеют хотя бы бесплатными картографическими ПО. В итоге, для выполнения итогового проекта были выбраны именно бесплатные варианты такого ПО по следующим причинам:

- зародить интерес к ним и к пространственному анализу в целом у студентов гуманитарных и творческих специальностей (дизайнеры, юристы, историки, культурологи и проч.), у которых, скорее всего, в рамках их основных программ не будет знакомства с таким ПО. Для таких студентов я специально записывала видеоинструкцию, как работать в данных программах (выложена в группе ВК, предназначенной для оперативного контакта со студентами);

- рекомендовать покупать версии программ (например, QGIS) студентам, которые воспользуются ей один раз в рамках нашей дисциплины, не имеет смысла, а выполнять задание необходимо.

Суть проекта: Итоговый проект, включающий картирование (мэппинг) с описанием выводов и обоснованных предложений к управлению креативными индустриями.

Данная практика была направлена на достижение следующих результатов:

- 1) поиск информации по заданным критериям:
 - работа по выявлению организаций креативных индустрий (КИ) в заданном городе (студенты определяли город самостоятельно) по определенным критериям:

- принадлежность к сфере КИ, в т.ч. нужно было определить следующие параметры:
 - Название организации
 - Адрес местоположения организации (без этого пункта будет сложно разместить точку на карте)
 - Описание деятельности организации:
 - а. статус (государственная / региональная / частная) организации;
 - б. сфера деятельности;
 - в. основные функции / задачи
- сформировать БД найденных организаций в таблице Excel.

2) работа с новыми цифровыми инструментами (создание карты, мэппинг, с помощью свободно распространяемого ПО, в частности, GoogleMaps и Яндекс.Карты);

3) выявление основных проблемных зон и «пустот», а также перспектив и возможностей роста организаций сферы креативных индустрий в определенном городе;

4) определение видов управленческих технологий, возможных для развития сферы креативных индустрий в изучаемом городе, что может стать базой для формирования конкретных программ и проектов поддержки творческих индустрий (от проектного и кластерного подходов, до экосистемного и сетевого);

5) командная работа (выработка навыков взаимодействия в группе, состоящей из студентов разных программ и кампусов);

6) знакомство с развитием креативных индустрий в различных городах страны (из задания сразу были исключены Москва и Санкт-Петербург), что также позволило студентам хотя бы виртуально познакомиться с другими городами страны.

Таким образом, в рамках работы над итоговым проектом студенты научились распределять задание для его выполнения, отработали навыки поиска информации и составления базы данных с целью ее дальнейшего анализа. Научились работать с различными инструментами создания онлайн-карт, чтобы выбрать наиболее оптимальный для предоставления итогового проекта. С помощью визуализации информации из БД на карте были определены проблемные зоны в развитии креативных индустрии в рамках конкретного города и сформулированы предложения для их дальнейшего развития (какие управленческие технологии для этого будут востребованы).

Отмечу, что картирование территорий (mapping) – составление карты культурных и творческих ресурсов территории для оценки потенциала творческого сектора, определения его возможностей и потребностей, – является базой для формирования стратегии развития творческих индустрий и формирования культурной политики. Сегодня во многих странах именно на основе картирования формируются стратегия развития творческих индустрий и культурная политика на территории. Картирование может осуществляться как для креативных индустрий в целом (в нашем случае), так и для отдельных секторов (например, только искусство и т. п.).

Пространственное картирование для управления городской культурой и развитием креативных индустрий в городе является ключевым инструментарием по следующим причинам:

– Особенности пространств наших городов (экстенсивность, унификация, наличие большого количества лакун – не только бесхозных пустырей или строений, но и закрытых объектов, куда доступ широкой публики запрещен), тогда как актуальная урбанистическая повестка такова, что успех городов напрямую зависит от высокой концентрации таланта, капитала, ресурсов и возможностей.

– Специфика самих креативных индустрий, которые большей частью «невидимы», как большая «мягкая сила» городов.

– Дефицит межведомственного и межсекторного инструментария в работе по развитию новых междисциплинарных видов деятельности.

Рекомендации, сформулированные на основе картирования, позволяют учесть не только творческие ресурсы, но и проходимость в тех или иных районах города. Картирование может быть использовано на разных уровнях: страны, региона, города и района. Одним из важных инструментов анализа социокультурного пространства района является выявление, типологизация и картирование его креативных пространств. Это важный аспект работы по развитию креативных территорий, позволяющий систематизировать информацию и сформировать стратегию комплексного развития креативной территории. Пространственный анализ позволяет выявить закономерности размещения объектов.

Карту креативных пространств можно использовать при формировании программы комплексного развития территории, создании новых социокультурных проектов, формировании партнерских связей, разработке программ лояльности для жителей. Это важный материал для анализа, который можно использовать в дальнейшей работе.