

Школа культурных индустрий

Идея практики: Школа культурных индустрий – это серия интенсивных сессий по 5-10 дней, которые проводятся в течение года для учащихся, связывающих своё будущее с креативными индустриями. Нельзя сказать, что в современном образовании вопрос креативных индустрий и деятельности в сфере искусства обходится стороной, но также мы не можем утверждать, что выстраивается целостное представление о том, как устроена данная индустрия, по каким законам она работает, какие новые практики и профессиональные позиции появляются в ней сегодня. Формирование такого целостного представления – это ключевая идея школы.

В рамках интенсивных сессий мы ищем с участниками ответы на следующие вопросы: Какие креативные профессии сейчас востребованы? Кто является заказчиком продуктов творческой деятельности? Как выстроить эффективное продюсирование творческих людей? Какие культурные проекты сегодня важны для общества? Участники сессии попробуют осуществить собственное культурное действие создав продюсерские агентства и придумав значимые на сегодняшний день проекты. Для того, чтобы размышления и проекты участников имели большую прикладную ценность мы приглашаем на сессии в качестве преподавателей действующих специалистов, исследующих или самостоятельно реализующих проекты в области креативных индустрий.

Практические занятия на программе посвящены следующим темам:

- Что такое культура и как её можно измерить?
- Возможные критерии и показатели территориального рейтингования культурной сферы
- Картирование и оценка культурного пространства
- Стратегии успеха в креативных индустриях
- Возможности расчёта траекторий востребованности разных продуктов творческой деятельности в креативных индустриях
- Региональная культурная политика и стратегии её реализации
- Меры регулирования и правовые отношения в креативных практиках

Актуальность:

На сегодняшний день одним из драйверов развития экономики является креативный сектор, который характеризуется высокой добавленной стоимостью. Интенсивность мировой торговли креативными товарами выросла более чем в два раза за период 2002 –2012 гг. А доля креативной экономики в структуре ВВП агломераций занимает до 12 %, что весьма существенно. Ключевую роль в развитии рассматриваемого нами сектора играют креативные кластеры, которые интенсифицируют взаимодействие между креативными специалистами. Всё это способствует развитию новых рынков, актуализации новых профессий и иных форм взаимоотношений, к которым должен быть готов молодой человек, связывающий своё будущее с креативными сферами деятельности.

Второй по популярности (среди детей и родителей) направленностью дополнительного образования являются программы художественной специализации, однако содержание большинства таких программ нельзя назвать актуальным и ориентированным на современное состояние креативной экономики. Такие программы дают крайне важное: это конкретные навыки, которые заложат базу для профессионального мастерства. Но для учащегося открытым остаётся вопрос о том, как стать не только талантливым, но и актуальным в конкурентной среде креативной индустрии.

Для кого практика: молодые люди в возрасте от 14 до 18 лет, которые самоопределяются как:

- творческие люди и криэйторы, которые понимают, что важно задумываться о продвижении продуктов своей творческой работы;
- юных экономисты и предприниматели, которые понимают, что креативные индустрии – это самый быстрорастущий сектор экономики и за ним ближайшее будущее;
- интересующиеся историей культуры и общей историей, краеведением и культурным туризмом;
- вообще интересующиеся культурной сферой жизни нашего общества, ведь об обществе ярче всего говорит то, какую культуру оно развивает.

Цели и задачи:

Цель: формирование целостного понимания принципов и законов функционирования креативной экономики и творческих индустрий

Задачи:

- поддержка жизненных и образовательных стратегий учащихся в области креативных индустрий;
- введение учащихся в основы креативной экономики и культурной политики;
- знакомство учащихся с практикующими специалистами и действующими экспертами, исследующими или самостоятельно осуществляющими креативные практики;
- создание условий для коллаборации учащихся, направленной на разработку ими проектов, актуальных для современного состояния креативной экономики в их регионе или стране.

Результаты:

- групповые проекты креативных практик, которые разрабатывают учащиеся в течение нескольких сессий;
- предложения в стратегию культурной политики, которые направляются от имени участников в органы исполнительной власти региона, на территории которого проводится школа;
- опыт взаимодействия участников с практикующими специалистами из креативной индустрии;
- навыки статистического анализа состояния креативных индустрий;
- навыки правового и политического анализа состояния креативных индустрий;
- навыки работы в проектных командах;
- знания особенностей регионального развития в срезе креативных индустрий;
- исследовательские способности (способности ставить гипотезу, оформлять объект и предмет исследования, формировать исследовательские программы)

Сессии школы культурной политики проводились в Москве, Московской области, Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, Кемеровской области, Республике Коми, Республике Чувашия.

Дополнительные материалы:

Записи дистанционных занятий, проведённых в рамках школы культурной политики на YouTube канале:

<https://youtu.be/0i6ZIoRQcdE>

<https://youtu.be/Sju8AIQZW1k>

<https://youtu.be/P3aSBGlrTgk>