

Як побудувати творчу спільноту майбутнього?

7 викликів нового світу
та креативне суспільство





Час та період, у якому ми знаходимося зараз, має здатність швидше визначати наше завтра, і дає нам можливість його створювати. Інформація та веб, криза суспільства та економіки, індивідуалізм та соціальні неформальні живі чи віртуальні об'єднання дарують нові можливості, відкривають невідомі реальності, трансформують мрії.

Творчий таланти нашої країни, незаангажовані молоді професіонали на пару з аматорами, відкритий світовий простір, здорові соціальні ком'юніті, мистецькі організації, побудова містку співпраці між культурою та бізнесом є важливими взаємодіючими елементами стратегії креативного суспільства.

Творча формація garage gang запускає проект-програму Big Idea www.biggggidea.com та запрошує дієві творчі сили до об'єднання заради створення суспільних ініціатив та здійснення редизайну суспільства.



7 викликів

Н О В О Г О С В і Т У



#1

г л о б а л ь н а к р и з а

Сьогодні – це період, коли відбуваються зміни та шукаються рішення. Сьогодні – стан, коли суспільство знаходиться в точці біфуркації, а тому – формуються нові центри та нові параметри системи. Завтра – день, коли все має запрацювати по-новому.

Глобальна криза сьогодні торкається усіх сфер життя. Комплексні та індивідуальні «антикризові» програми можуть як заліковувати проблемні місця світової економіки та культури, так і відкрити нові варіанти того як і ким нам бути завтра.

Це період, де в топах фігурує інтуїція, а не експертні прогнози, період, коли страх від невідомості, має змінити самоорганізація та спрямованість на дію.

Антикризові стратегії у сфері культури, що пропонує професор Ухтерської школи мистецтв Гіп Гаагорт – підприємницький стиль у діяльності некомерційних організацій, безбюджетний маркетинг, заснування нових бізнес ком'юніті, інновація: співпраця бізнесу з арт-інституціями, розробка волонтерських програм та участь в них, трендвочінг: більше навчання, більше інновацій, більше культурного капіталу.

#2

С В І Т - П Л О С К И Й

Світ настільки розкрутився, що став пласким. Локальність та глобальність об'єдналися й народили нове поняття - глокальність. Світ – зараз, як великий шматок тіста для піцци, він дозволяє націям та народам відповідно до своїх смаків індивідуально “причепуряти” шматок своїми пряностями та приправами. Глобалізація локального бере твою культуру і завантажує її у світ.

Плаский світ створив єдину платформу та єдиний інструмент для того, щоб розподіляти роботу, знання та розваги між членами міжнародних організацій чи ком'юніті у різних куточках світу.

Плаский світ об'єднав культури та стрімко продовжує цю політику далі. Плаский світ сьогодні дає кожному з нас можливість стати частиною світового ком'юніті. Такий світ народив аутсорсинг, можливість зробити свій бізнес глобальним чи реалізовувати проекти та втілювати ідеї онлайн методом.

Якщо хтось досі страждає через те, що народився у своїй неперспективній країні, то час припиняти це робити. Світ вже майже як одна країна. Існують лише фізичні та політичні кордони. Культурних та віртуальних вже нема.

#3

М И С Т Е Ц Т В О - В П Е Р Е Д

Креатив, культура та мистецтво є центральними силами у сучасному світі. Ці сили відповідають за те, як ми будуємо свої життя, організуємо дозвілля, проявляємо та віднаходимо ідентифікації, відкриваємо історію.

Право провадити культури більше не є функцією суспільних еліт. Творчість у роботі – відтепер на озброєнні не лише у митців. Нас оточує економіка, де сила уяви та інновацій стали ефективними інструментами.

Акцент на творчості та культурі у нашому повсякденному житті має означати, що і мистецькі організації відіграють величезну роль у суспільному житті нації, країни, світу.

#4

к о л а б о р а ц і я м а й б у т н ь о г о

Бізнесу стало нудно від банального примноження прибутку. Втомився і споживач. Бізнес хоче бути ближче до свого споживача. Споживач хоче чути чесні спічі бізнесу, а не набридлі теревені спекулянтів. Споживач хоче бачити бізнес, який близький до суспільства і який опікується проблемами суспільства.

Колаборація майбутнього – це нові форми співпраці між конкурентами в бізнесі, між громадськими неурядовими організаціями, між культурними та мистецькими інституціями, які разом будуть визначати пріоритети суспільства та будувати свою діяльність відповідно до нових потреб ком'юніті.

Щоб заснувати співпрацю між бізнесом та культурними організаціями, потрібно знайти спільний культурний інтерес – точки взаємодії приватних та публічних структур щодо фінансування культурного сектору.

Бізнес повинен інвестувати у молоді творчі сили, долучатися до суспільних ініціатив, співпрацювати с мистецькими та суспільними організаціями, вибудовуючи і додаючи своєму продукту соціальну цінність-значимість.

#5

г е н е р а ц і я ” я м о ж у ”

Якщо попередні покоління характеризують як покоління «мені потрібно» (післявоєнні часи) та покоління «я хочу» (часи конс'юмеризму), то сучасних молодих професіоналів слушно називати поколінням «я можу». Вони відрізняються від попередніх поколінь, тим що молоді професіонали віряють у себе.

«Я можу» більше направлене на спілкування, обмін і дію.

«Я можу» зазвичай трансформується у «я зроблю» і означає створення реальної цінності.

Проникнення технології обміну інформацією у повсякденне життя дає можливість кожному індивідуально брати участь у формуванні культури та розвитку економіки.

Новий культурний етнос країни — молоді професіонали здатні заснувати вільні незаангажовані соціальні ініціативи, інвестуючи в майбутнє країни свої знання та інтуїцію.

Обираючи розумні пропозиції щодо навчання чи роботи, віддаючи свій голос в підтримку ініціатив, обмінюючись знаннями і ресурсами, поширюючи інноваційні ідеї, сьогодні молоді професіонали створюють нову реальність.

Умовно молодих професіоналів можна розподілити на три “племені”: професійних менеджерів, художників та програмістів. Ці люди характеризуються постійним самовдосконаленням, їхня основна діяльність дуже часто відповідає їхнім основним інтересам та талантам, вони самостійно шукають необхідну інформацію, беруть участь у різноманітних подіях, вони готові співпрацювати та розділяти досвід зі своїми одноплемінниками. Вони об'єднуються в неофіційні ком'юніті довкола спільних інтересів, де формують полотно майбутнього суспільства.

Вони приймають рішення, керуючись прогресивним індивідуалізмом – ідеологією, в центрі якої панує не лише єдине прагнення до задоволення, але й раціональність, дисципліна, відповідальність та вплив. Це дає підстави розглядати індивідумів як автономних агентів, що здатні змінювати світ навколо себе. Молоді професіонали і є агентами зміни в своєму житті, носіями соціальної та культурної революції нашого часу.

#6

а м а т о р и т а а м ' r e v o l u t i o n

В той час як молоді професіонали організовано підходять до виконання своїх цілей у житті, на горизонті вимальовується нова сила – молоді ентузіасти. Сила уяви та ідеї стали основними інструментами їхньої діяльності.

Вони з'явились на рубежі 21 століття і з розвитком цифрових технологій вони стають все більш впливовими. Аматори опанували та взяли до уваги можливості найдешевшого інструменту комунікації – інтернету, вони здатні втілювати в життя свої “дивакуваті” ідеї та керувати проектами самостійно. Роби те, що любиш – є їхньої стратегією виживання!

Професіонали та аматори можуть змінити суспільство. Але для цього вони мають співпрацювати. А продуктом їхньої співпраці стають інновації у сферах економіки та культури.

Роби те, що любиш – є їхньої стратегією виживання!

#7

с у с п і л ь с т в о м р і й

За дослідженнями Рольфа Єссена, директора Копенгагенського Інституту досліджень майбутнього, інформаційне суспільство поступово буде перетворюватись у суспільство мрій. У суспільстві мрій люди більше схильні до почуттів, відчуттів та історії. У суспільстві мрій переважають сюжети, які стосуються шести ринкових профілів: 1. природа, 2. дружба та любов, 3. турбота про когось, 4. хто я?, 5. душевний спокій, 6. переконання.

Головними властивостями “організацій мрій” є творче мислення, агресивне ухвалення рішень та свіжі ідеї. У суспільстві мрій уява, а не інформація, є ключовим інструментом комунікації.

generation

c e l e b r a t i o n



творчесуспільство

і т в о я к р а ї н а

Творче суспільство будують прогресивні ідеї його учасників. Творчість не слід розуміти лише як термін мистецтва, творчість – це винахідливість, інноваційність, нестандартність. Творчі ідеї відповідають за прогрес суспільства.

Поняття «творчого суспільств» ввів американський дослідник Річард Флоріда. Він визначив його за трьома факторами: талант (частка представників творчого класу – артисти, митці, менеджери культури + частка населення з вищою освітою + частка населення, яка працює в науковій сфері), технологія (частка ВВП, яка йде на R&D + кількість патентів на 1 млн. населення) та толерантність (рівень опору сприйняттю нових цінностей у країні + рівень самовираження).

Найбільших результатів за рівнем креативності досягли Швеція, Японія та Фінляндія.

Україна знаходиться на 27-му місці у загальному рейтингу 45 країн. Якщо переглянути окремі показники, то за індексом талановитості Україна – на 19-му, а за індексом технологій – на 28-му. Найгірше у нас з толерантністю, де Україна – на 33-му місці, а за рівнем самовираженням – передостання – 44-та з 45-ти.

Насправді, кожна людина суспільства є талановитою. Проблема полягає насамперед у стимулюванні її до дій чи спроби допомогти розкрити їй свій талант.

Створення прикладів реалізації ідей чи образу успішності має сприяти формуванню системи креативного суспільства, де кожен з його учасників тяжітиме до власної активності та додаватиме свої вміння й таланти до процесу редизайну країни.

формула

З М і Н И

Ми пропонуємо об'єднати <Талант країни> - молодих професіоналів та аматорів, <Інвестиції> – знайти нові форми співпраці з соціально-орієнтованим бізнесом, некомерційними організаціями, фондами та <Мистецьку масову колаборацію> – засновувати спільні проекти з локальними, міжнародними арт-групами та незалежними митцями, і використовувати силу уяви, разом продукувати інновації та ідеї.

Для реалізації формули-задуму креативного суспільства формація Garage Gang спрямована на:

>> Створення функціональної інтернет-платформи www.biggggidea.com для перетину ідей творчих сил, для знаходження команд взаємодії над реалізацією проектів та для пошуку ресурсів, грантів.

>> Налагодження коннекту між мистецькими організаціями, бізнесом та громадськими організаціями:

- Співпраця заради користування спільними ресурсами – від офісної інфраструктури до креативного продукту, наприклад дизайну.

- Можливість вільного доступу до ком'юніті талантів як до ресурсів креативу.

- Розробка варіантів партнерства, які націлені на міжнародні ринки, розробка таких стратегій, які представляють мистецькі організації не у вигляді структур, а у вигляді – брендів.

- Участь у навчальних програмах інших впливових арт-інституцій.

>> Реалізацію соціально-значимих проектів:

- Побудова нових моделей співпраці між бізнесом, громадськими організаціями, меценатами.

- Поширення ідей/проектів на ширші аудиторії заради більшого ефекту та більшої значимості. Адаптація успішних соціальних та мистецьких проектів з різних країн світу.

>> Відкриття Artists Run Organization – фізичного, середовища, де керують митці і де творяться ідеї митців.



Нині мистецтво є частиною того, що для кожного з нас означає насолоджуватись якістю життя та сенсом свого буття.

Сьогодні ефективні рішення мають зорганізувати учасників суспільства змінити свої звички та самоорганізацію навколишніх умов свого життя.

Нові організаційні та партнерські моделі будуть потребувати досить різного підходу до фінансування ідей/проектів та професійної підтримки. Однак усі вони сьогодні у своїй роботі потребують соціального креативу, активації нових знань та підходів, якісних ресурсів та сили уяви.

Учасниками таких процесів сьогодні має змогу стати кожен!

І тоді буде у нас нова країна, новий світ і нові ми! І тоді влаштуємо собі свято нової генерації!

Celebration Generation!



ми надаємо послуги у сферах:

РОЗРОБКА І КООРДИНАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ТА АРТ-ПРОЕКТІВ

КОНСАЛТИНГ У СФЕРІ КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРОМО МИТЦІВ ТА ПРОЕКТІВ

ВИРОБНИЦТВО ВІДЕО ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-БЛОГІВ

ДИЗАЙН, КОПІРАЙТИНГ, ІЛЮСТРАЦІЇ



www.biggggidea.com



www.gggg.org.ua
info@gggg.org.ua
+38 093 151 64 71